

□

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra psychologie

Mýty romantické lásky psychologické a mediální

Myths of romantic love in psychology and media studies



Bakalářská diplomová práce

Autor: Lukáš Kutek

Vedoucí práce: PhDr. Marek Kolařík, PhD.

Olomouc
2015

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Mýty romantické lásky – psychologické a mediální“ vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedl jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Praze, dne 15. 3. 2015

Podpis.....

Obsah

1. Předmluva	5
2. Úvod – Romantická láska jako iluze a mýtus	7
3. Skládání přístupů.....	10
3.1. Metoda vymezování pojmu.....	10
3.2. Vybrané psychologické koncepty k pojmu romantické lásky	11
3.2.1. Biologické teorie	11
3.2.1.1. Evoluční pojetí zamilovanosti.....	11
3.2.1.2. Rodičovská péče v korelaci s romantickou láskou – biobehaviorismus	13
3.2.1.3. Shrnutí.....	14
3.2.2. Sociální a kulturní teorie – jednodimenzionální, narativní a multidimenzionální pojetí	15
3.2.2.1. Romantická láska jako výslednice sil – jednodimenzionální teorie lásky	15
3.2.2.2. Romantická láska jako příběh	16
3.2.2.3. Romantická láska jako samostatný styl - Multidimenzionální teorie lásky	19
3.2.2.4. Romantická láska jako fáze partnerství – procesuální model lásky	22
3.2.3. Shrnutí.....	23
4. Mýtus romantické lásky jako nefunkční model	24
4.1. Romantická láska a média.....	24
4.1.1. Několik relevantních teorií a experimentů	24
4.1.2. Shrnutí.....	27
4.2. Jak nefunkčně se může projevit mýtus romantické lásky	28
4.2.1. Mýtus jako mimoběžná trať – Miroslav Plzák.....	28
4.2.2. Mýtus jako sdílený význam – Roland Barthes.....	29
4.2.3. Racionálně emoční přístup Alberta Ellise.....	30
4.2.4. Mohou média formovat přesvědčení? – Teorie médií	31
4.2.5. Shrnutí.....	32
5. Setkání mediálního a psychologického mýtu romantické lásky – Komparace	34
5.1. “Super-romantická láska“ Alberta Ellise	34
5.2. Manželské mýty Arnolda A. Lazaruse.....	36
5.3. Mediální mýtus romantické lásky Mary-Lou Galicianové	38
5.4. Shodují se vybrané mýty mediální a psychologické?	39
5.4.1. – Komparace	39

5.4.1.1. – Kódování	40
5.4.1.2. – Srovnání	40
6. Závěr	44
7. Diskuse	45
8. Souhrn	49
Seznam použité literatury:.....	51
Příloha 1: Sternbergův Trojúhelníkový model lásky (Reganová, 2008, 122).....	59
Příloha 2: Lovestyles (de Munck, 1998, 36)	60
Příloha 3: ABSTRAKT DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	61
ABSTRACT OF THESIS	61
Příloha 4: Podklad pro zadání bakalářské práce.....	63

1. Předmluva

“Romantická láska je největší a jedinečnou energii, se kterou se lidská duše setkává v současné západní kultuře. Nahradila v ní náboženství a stala se prostorem, v němž muži i ženy hledají smysl, transcendenci, nedotčenost a vytržení. Romantická láska je jako masový jev pro Západ příznačná. Jsme do té míry zvyklí žít s vírou v romantickou lásku, do té míry ji přijímáme, že si myslíme, že jde o jedinou formu lásky, na níž může být založeno manželství nebo milostný vztah. Myslíme si, že je to jediná opravdová láska,” píše kalifornský analytický psycholog Robert A. Johnson (2003, 7) na úvod svého rozboru mýtu o kralovici Tristanovi a princezně Izoldě. Právě tento příběh podle něj otevřel jedny ze dveří vedoucí k dnešní podobě západní kultury. A právě tento příběh do ní uvedl představu romantické lásky jako pravé a dokonalé; tato představa pak měla postupem doby zcela převládnout nad ostatními podobami opěvovaného citu.

Z autorových slov lze vnímat jeho přesvědčení o tom, že západního člověka potřeba romantické lásky významně ovládá, věří v ni, snaží se ji naplňovat a vztahuje ji k partnerství i manželství. Mohlo by se na první pohled zdát, že jde o nadsázku, v níž Robert A. Johnson přisuzuje zbytečně svrchovanou moc jednomu mýtu.

Stačí se ale rozhlédnout v okolí po realitě partnerských vztahů a dříve, nebo později každý narazí na někoho nadměrně zdůrazňujícího romantické chvíle ve svém životě. Krize a následné konce řady vztahů přicházejí ve jménu důvodů typu - “už ho/mě nemiluji/nemiluje“, které ale často nejsou doprovázeny mnohem závažnějším - “soužití s ním/ní je nadále nesnesitelné“. Pouze to znamená, že odezněla intenzivní zamilovanost a nastoupila každodennost. Silným impulzem pro zvolené téma se mi stal rozhovor s jednou terapeutkou, která zmínila, že se poslední dobou setkala s hned několika klientkami, které se nedokáží vyrovnat s tím, jak se jejich bývalý partner na sociální síti prezentuje romantickými fotografiemi s novou partnerkou. Přitom vypořádat se s koncem vztahu jako takovým jim nedělalo větší obtíže, nebo ho dokonce některé z nich samy iniciovaly. Ale prezentace projevů romantické lásky, kterou najednou jejich bývalý partner projevuje své nové známosti, jim

sebrala klid. A poslední jmenovaný příklad už naznačuje přítomnost média jako součást vztahové reality.

Pokud má Robert A. Johnson alespoň z části pravdu, patří romantická forma lásky k rozhodně významným formám utvářející západního člověka a jeho duševní život. Do psychologie tedy její reflexe náleží, s ní jde ovšem ruku v ruce řada okolností. *“Nepochybně písně, básně, romány a filmy naší současnosti líčí lásku jako životní základní hodnotu - ohromující, extatickou, jedinečně blaženou. Naše sdílená klišé nám říkají, že láska otáčí svět, nezná hranic - pro milence není nic nemožného, život bez ní nemá cenu, je věčná,”* zmiňuje kulturní antropolog Charles Lindholm (1998, 19). Podotýká také, že se mnohdy o tomto pojetí romantické lásky uvažuje jako o *“prázdném reklamním symbolismu”*, který prostřednictvím médií sytí naše přání, obavy i naděje (1998, 29).

Zdá se, že existuje okruh vědců, kteří sociální fenomény, k nimž představy romantické lásky můžeme řadit, spojují s vlivem široce rozšířené mediální produkce. Rovněž se zdá, že požadavek romantiky v partnerském respektive manželském vztahu, je nejen v Johnsonově pohledu cosi přirozeného a běžného, bez ní naopak se nejeví uspokojivě. A tady jsme bezpochyby na poli psychologie – obzvláště v okamžiku, kdy nenaplněná romantická očekávání přinášejí duševní potíže a distres v partnerských a manželských vztazích. A může za nimi třeba stát mediální imaginace, která představuje pro řadu lidí zdroj informací o sociálních vztazích? Snad každý časopis, nebo online magazín životního stylu přichází s návody jak být šťastnější; drtivá většina televizní produkce napříč žánry zahrnuje vztahové zápletky, apod. Mohou přehnané romantické představy, které neodpovídají žité zkušenosti, znamenat překážku pro funkční partnerství? Jsou média hlásnou troubou z podstaty iracionálního mýtu, která přehlušuje uvážlivost? A nepřeceňujeme naopak sílu médií, která ve skutečnosti autonomně uvažující většinu lidí zas tolik neovlivňují?

K volbě tématu a ke snaze o propojení psychologie a mediálních studií vedlo na začátku psaní této bakalářské práce přesvědčení, že psychologie by médiím a jejich případným účinkům měla věnovat větší pozornost. Proto jsem zabrousil na pole po mém soudu jednoho z nejsilnějších současných mýtů zjistit, zda tomu v tomto rámci něco nasvědčuje. Anebo zda se setkávají více, než sám mohu vidět. Především se mi však práce jeví jako vhodný preskript k případnému výzkumu v další fázi.

2. Úvod – Romantická láska jako iluze a mýtus

Různá pojetí lásky a dopady mýtu romantiky do psychologie spadají. Dokládá to nejen teorie, kterou na řádcích níže předložíme, ale začít bychom měli u příkladu – povšimnout si kazuistiky by mohlo přinést pro začátek podstatný výchozí obrázek. Klinický psycholog Stan Katz (Katz, Liuová, 1990) s jednou takovou přichází – v podkapitole Mýtus jediné opravdové lásky vypráví o Nancy, která od dětství snila o silném, pohledném, zámožném, až za hrob oddaném muži, za něhož by se neváhala provdat. V její mentální reprezentaci někde tam venku také vyrůstal, aby je jednoho dne svedl osud dohromady. V dospělosti pak Nancy prošla několika nevydařenými krátkodobými vztahy s muži, kteří se zprvu jeví jako představě vyhovující, postupem času se ale vždy přeci jen ukázali jako nedostačující. Jak plynul čas, rozpadalo se její sebevědomí; nechápala, proč stále nenachází pravou lásku a ve svých šestatřiceti letech vyhledala terapeutickou pomoc. Tento příběh naznačuje, kam může systém iluzorních představ jednotlivce vést. Podle Katze *“romantická iluze“* rezonuje u každého člověka jinak. *“Lidé jako Nancy si vytvářejí mělký obraz Toho jediného, a pak hledají někoho, kdo nejvíce splňuje vysněné atributy, nebo vše vloží do rukou osudu. Ale i když je mýtus zradí a ideální protějšek se neobjeví, inklinují stále ke své představě. Raději se poženou za magií a nesčetněkrát se zklamou, než by čelili podmínkám reálné lásky“* (1990, 40).

Mytizace lásky tedy může přinášet řadu zklamání i nefunkční partnerské vize, které nakonec člověka ženou paradoxně, namísto do společnosti vyhovujícího partnera, do sílící izolace. Na kolik rozšířený mýtus v západní kultuře je, se dá jen intuitivně odhadovat. Letmý pohled do inzertních profilů na seznamovacích internetových serverech třeba ukazuje, že na texty typu *Kdy už potkám svou pravou lásku*, nebo *Hledám pana Božského* lze narazit relativně snadno.

V jednom z východisek této práce se odpícháme třeba od bipolárního vymezení Stanislava Kratochvíla (2009), který klade romantický temperamentový rys do opozice k racionálnímu. Jde podle něj o jednu z dvojic rysových protipólů, kterým je třeba zejména věnovat pozornost při zkoumání osobností manželů. Dlužno na tomto místě podotknout, že Kratochvíl (2000, 30)

mimo jiné rozpor mezi *“živou romantickou představivostí a šedou banální skutečností”* spatřuje také jako mnohou příčinu rozruchu histriónských osobností.

Rovněž Ivo Plaňava (2003, 2) staví vedle sebe dvě pojetí lásky: *“Láska vášnivá, řekněme jí zamilovanost, a láska manželská, řekněme jí láska partnerská, neboť nemusí být vždy stvrzena církevním nebo občanským potvrzením nebo razítkem”*. V tomto pojetí partnerství jako protipólu k zamilovanosti lze tedy implicitně číst možná pragmatičnost, či racionalitu.

U zmíněných autorů lze vidět rozlišení mezi vzletnou formou lásky a formou jisté partnerské resp. manželské pragmatiky. Lze oprávněně předpokládat, že s onou první mýtus romantické lásky úzce souvisí. A jak naznačuje výše Lindholm (1998), mýtus může souviset i s mediální produkcí. Lze ho hojně najít v knihách, televizi, populární hudbě a časopisech životního stylu, které se nezřídka šíří cestou sociálních sítí a internetu.

Úmyslem této teoretické práce je podívat se na možnou souvztažnost mýtů romantické lásky (jak je reflektuje psychologie), s mýty mediálními (jak se jim věnuje obor *media studies*, na českých a moravských univerzitách běžně vyučovaný jako mediální studia). K tomu účelu poslouží komparace dvou reflexí z obou výše vytyčených oborů. Na straně psychologie zavítáme vedle dalších autorů především na pole Racionálně emoční terapie (Ellis, Bernard, 1985) resp. Racionálně emoční behaviorální terapie (Ellis, MacLaren, 2005), která staví na rozlišení funkčních přesvědčení v protikladu k dysfunkčním. Tady si od Alberta Ellise vypůjčíme jeho přehled vybraných super-romantických přesvědčení (Ellis, Bernard, 1985). Doplníme ho bohatým přehledem manželských mýtů, jakých si všimal Arnold A. Lazarus (Lazarus, 2001). Na straně kritické reflexe médií sáhneme po soupisu hlavních romantických mýtů Mary-Lou Galicianové (2007), která se dlouhodobě věnuje mediální gramotnosti (media literacy) v duchu kritického přístupu k médiím, a zabývá se mimo jiné právě výzkumem romantických obsahů v médiích. **Komparací obou přehledů bychom měli zjistit, zda se některé z romantických mýtů v těchto dvou různých perspektivách shodují, nebo jsou vnímány zcela odlišně.** Možná ambiciózně předpokládejme, že by se přehled psychologů s bohatou praxí a významných teoretiků a základní mýty abstrahované z médií, mohly alespoň zčásti shodovat. A pokud tomu tak opravdu bude, výsledek přinejmenším naznačí, že obě perspektivy mají něco společného. A to už se dá spolu s výsledky rešerše považovat za impuls k dalšímu empirickému zkoumání v případné magisterské práci.

V první části práce se ale nejprve zaměříme na přehled různých přístupů, které nám pomohou postihnout pojem romantická láska. Dlužno podotknout, že sousloví romantická láska se silně překrývá s českým slovem zamilovanost. Proto se občas objeví jako synonymum. V druhé části práce se podíváme na mediální úhel pohledu a k samotné komparaci jednotlivých romantických mýtů přikročíme v konečné fázi.

3. Skládání přístupů

3.1. Metoda vymezování pojmu

V rámci akademické práce se sluší vymezit její předmět, ovšem pojem lásky si rozhodně nevystačí s definicí už proto, že *“láska představuje polysémický koncept lišící se významem i zkušeností mezi jednotlivci i kulturami... Výzkumníci zabývající se láskou nedosáhli shody ani na definici, ani na jednotícím významu pojmu láska. Taková prchavost pojmu představuje pro mnohé badatele v této oblasti zdroj frustrace”* (de Munck, 1998, 4). Vzhledem k tomu, že krátká zastávka u stručné definice nemůže nijak přiblížit tak komplexní fenomén, za jaký lze romantickou lásku považovat, může být užitečné vymezit pojem různými pojetími po vzoru nahlížení Viktora Frankla na lidskou ontologii. Ve Vůli ke smyslu (2006) přichází s metodou nahlížení na jednotu člověka z mnoha často protikladných úhlů pohledu. Přínos jejich naprosté odlišnosti připodobňuje k průmětům jednoho geometrického tělesa na různé stěny prostoru, ve kterém se samotné nachází. Budeme-li pozorovat třeba kužel z různých stran, pak zespoda uvidíme kruh, ale ze strany trojúhelník. Přestože jde stále o jedno a totéž těleso, při pozorování z různých úhlů získáváme jeho různé obrazy. Takový přístup se jeví užitečně pro přiblížení se podstatě jevu. Neredukuje totiž fenomén, ale je si vědom redukovanosti přístupů; nesoutěží o definitivní a exkluzivní postavení jednoho či druhého přístupu, ale skládá všechny dohromady. S inspirací Franklovou *“dimenzionální ontologii”* (2006, 98) lze tedy předložit několik různých psychologických pojetí, jejichž poskládání může o povaze romantické lásky šířeji vypovědět.

3.2. Vybrané psychologické koncepty k pojmu romantické lásky

3.2.1. Biologické teorie

3.2.1.1. Evoluční pojetí zamilovanosti

Nelze opomenout silné evoluční pojetí lásky, které věrno biologickému determinismu a strategiím přežití považuje lásku ve smyslu zamilovanosti za evolucí vyvinutou strategii, která z teleologického hlediska slouží k dlouhodobému setrvání partnerů v páru. To má posloužit silnějšímu reprodukčnímu úspěchu. David M. Buss (2006) vidí příčinu především ve vývoji dlouhodobého párového soužití u člověka. Primáti se oproti lidskému druhu párují především v plodném období samičky, kdy u ní dochází k výrazné vizuální proměně okolí genitálií, což vizuálně dráždí a nutká samce k páření. Mimo toto období však samci zůstávají k příslušnicím opačného pohlaví relativně neutrální. U lidí se zjevné vizuální signály ztratily a především období ovulace se u žen skrylo. A lidský druh disponuje v oblasti sexuality dalším specifickým - k sexuálním aktivitám u něj dochází i mimo období ovulace ženy, což k sobě pár ze sexuálního hlediska poutá dlouhodobě. Navíc do hry vstupuje další faktor - lidské mládě se vyvíjí nejdelší dobu v poměru dětství – dospělost. Evoluční psychologie to má za jeden z hlavních důvodů, proč muži začali investovat více energie do zaopatření svých partnerek i potomků. *“Vývoj dlouhodobého partnerství u člověka vyžadoval vytvoření souboru mechanismů v lidské psychice potřebných k zajištění přiměřené reprodukční návratnosti přidělování všech prostředků jedince jedinému partnerovi“* (Buss, 2006, 70). Taková emoce, která přehluší racionální úvahu, pak dává vzejít párovému svazku. Evoluční proces nejen podle Busse ukotvil v lidském mozku mechanismus odměňování, který vede k úspěšné reprodukci. Zamilovaní lidé věnují své zdroje milované osobě a citově o ni pečují, stejně tak později i o potomka, který z párové vazby vzejde.

Buss mimo jiné empirickými daty dokládá, že některé postoje k partnerství, jako třeba preference panenství partnerky mužem, jsou kulturně specifické (2007), jiné naopak univerzální bez ohledu na kulturu. Například k nim patří to, že ženy napříč kulturami preferují pro partnerství a manželství muže se silným ekonomickým zázemím, nebo upřednostňování

mladých a krásných žen ze strany mužů - krása a mládí signalizují podle Busse příslib plodnosti a zdraví.

Douglas T. Kenrick (2006) považuje lásku a zamilovanost za soubor evolučně získaných a přednastavených rozhodovacích tendencí (decision biases), jejichž stěžejní funkcí má být maximální usnadnění genetické reprodukce.

Evoluční bioložka Helen Fisherová (2004), která se ve své tvorbě v bohaté míře zabývá neurologickými mechanismy zamilovanosti a romantické lásky, shrnuje charakteristiku párové přitažlivosti (attraction) u savců a ptáků jako zvýšenou energičnost, zaměření pozornosti na konkrétního jedince, posedlost vyhledávat jeho přítomnost, afiliační gesta, přivlastnění si ho, obranu proti dalším zájemcům a motivaci zvítězit v úsilí o preferovaný protějšek.

Fisherová se opírá o výzkumy mozku zamilovaných lidí s využitím magnetické rezonance. S párovou atraktivitou pracuje ve své teorii jako s vyšším vývojovým systémem vzešlým ze sexuálního pudu, který zajišťuje časově dostatečné připoutání dvou vhodných partnerů pro splnění úkolu reprodukce a rodičovství. A právě o lidské formě partnerské přitažlivosti hovoří jako o romantické lásce. Jádrem vidí v motivaci a chování zaměřeném na dosažení cíle, tedy párové vazby s protějškem, do něhož se jedinec zamiloval. Vyzdvihuje tu řadu společných charakteristik zamilovanosti se základními pudy – vyšší houževnatost v cestě za cílem, zaměření na specifickou odměnu, stejně jako třeba žízeň či hlad lze zamilovanost jen stěží kontrolovat. A jako ostatní základní pudy, tvrdí Fisherová, je zamilovanost spojena se zvýšenou hladinou jednoho z nejsilnějších přirozených stimulantů - dopaminu: *“Zvýšená hladina dopaminu v mozku navozuje silně soustředěnou a neutuchající motivaci, stejně jako na cíl zaměřené chování. Jedná se o stěžejní rysy romantické lásky”* (2004, 52). Za zmínku stojí její neurologické poznatky; za partnerským připoutáním vidí působení dopaminu a norepinefrinu na růst hladiny oxytocinu a vasopresinu, které označuje za hormony romantické lásky.

Lim s Youngem (2004) zase zkoumali mozek hraboše polního, který je výhradně monogamním živočichem. Hraboše staví do středu zájmu jako model pozorování toho, jak může neurochemie hrát klíčovou roli v komplexním sociálním chování při tvoření párových vazeb. Připoutání (attachment) pak charakterizují obranou společného teritoria, stavbou

hnízda, vzájemným krmením a upravováním, zdůrazňováním těsné vzájemnosti, separační úzkostí, sdílením rodičovských rolí v domácnosti a afiliativním chováním.

3.2.1.2. Rodičovská péče v korelaci s romantickou láskou – biobehaviorismus

Když Ivo Plaňava (1998) rozvažuje o reflexi lidské podstaty v průběhu dějin myšlení, zmiňuje dvě cesty deterministického uvažování. Výše jsme na předmět romantické lásky vztáhli v podstatě poznatky z té, kterou nazývá darwinovská. Pro druhou užívá označení lockeovsko-behavioristická. Ta podle něj vyústila v radikální pedagogické inženýrství J. B. Watsona. Sám Plaňava shledává ulevující, že bipolární smýšlení biologického a sociálního determinismu se s postupem 20. století začalo prolínat.

Možná kvůli tomuto mísení paradigmat můžeme najít při hledání biologických teorií zaměřujících se na sféru romantické lásky ještě jeden přístup – biobehaviorální. I tohle myšlenkové východisko staví na evolučním darwinismu, když základní prvky našeho *“duševního a behaviorálního repertoáru vztahující se k úspěšné reprodukci“* považuje za výsledek *“intenzivního selekčního tlaku od chvíle, kdy se asi před třemi sty miliony let objevila první laktace protosavců. Výběr partnera, vklad do životaschopného potomstva a formování rodičovských závazků, které zabezpečují dítě během různých období závislosti (v případě člověka zvláště zdlouhavé), jsou jen některé z klíčových komplexů provázaných procesů potřebné pro individuální přežití, a tudíž i druhovou variabilitu“* (Leckman et al., 2006, 116). Tato teorie má za to, že evoluce vstúpila člověku strategie péče o potomka, který je z živočišné říše bezprecedentně dlouho zcela závislý na rodičovské péči. Během tohoto ontogenetického údobí si jedinec osvojí specificky kvalitativní způsob připoutání k dalším bytostem, které pak opakuje v dospělosti vůči partnerské osobě. Od kvality rodičovské péče se pak odvíjí kvalita párové vazby a její aspekty.

Shrnutím podstaty tohoto přístupu partikulárně k tématu zamilovanosti může být výsledek dotazníkového šetření, které uspořádali Leckman a spol. (2005, 303) na berlínské konferenci v roce 2003 konané pod nosným tématem Připoutání a vazba: Nová syntéza. Jednadvacet ze čtyřiceti účastníků z řad významných akademických osobností oborů antropologie,

psychologie, psychiatrie a behaviorální biologie hodnotilo intenzitu charakteristických aspektů rané rodičovské lásky a romantické lásky. Oproti rodičovské lásce byla v případě lásky romantické z řady dotazovaných znaků hodnocena jako mírně silnější touha po vzájemnosti, silnější tendence idealizovat si druhého, pravděpodobnější zaobírání se agresivními myšlenkami v souvislosti s druhou osobou a vyšší pravděpodobnost, že vztah skončí odmítnutím. Ovšem řadu znaků párové zamilovanosti a rané rodičovské lásky hodnotili vědci i vědkyně zcela shodně jako silně přítomnou. Konkrétně šlo o:

- Selektivní rozpoznání - výlučnost zaměření
- Změnu duševního rozpoložení – proměna autonomních projevů a behaviorální responzivity v závislosti na přítomnosti, nepřítomnosti nebo zmínce o partnerovi/dítěti
- Zřetelný počátek hédonické přeměny
- Zvýšené vnímání odpovědnosti a obav o pohodu druhého
- Vyhledávání blízkosti, fyzického kontaktu a potřeba být s objektem zájmu (separační úzkost)
- Agresivní obrana dítěte/partnerské osoby

V porovnávání projevů rodičovské lásky k narozenému dítěti a zamilovanosti lze shledat podle biobehavioristů řadu společných prožitků. Usuzují tedy, že jde o provázané evoluční programy specifické pro savce, obzvláště pak pro člověka.

3.2.1.3. Shrnutí

Z evoluce vycházející koncepty zamilovanosti, ekvivalentní k romantické lásce, se soustředí na zmapování bazálního fylogenetického mechanismu, který má být univerzálně platný pro lidský druh. Tento způsob přemýšlení o ní poukazuje na to, že za jejím sociokulturním rozměrem mohou stát biologicky dané pohnutky.

3.2.2. Sociální a kulturní teorie – jednodimenzionální, narativní a multidimenzionální pojetí

Harold Kelley (2002) upozorňuje, že jen stěží se lze s úspěchem pokoušet o nějakou gnoseologickou unifikaci teorie lásky už proto, že nejde o jednotný jev. A to ani ve společenské tradici, ani ve vědeckém myšlení. Klade důraz na existenci celé řady modelů. Lze se s ním shodnout na nutnosti uvědomit si, *“že tyto modely se vzájemně nevymezují, nesoutěží o správnost jednotlivého názoru na prostý jev. Spíše jsou konceptualizací různých jevů, z nichž každý je historickým pojetím lásky”* (2006, 266). Takové pojetí považuje každou teorii za příspěvek k uvažování o romantické lásce a blíží se svým přístupem realitě mnohem více, než vyzdvihování některé z teorií nad jinou. Rešerše havajských psychologů (Hatfield, E., Bensman, L., & Rapson, R. L., 2012) shromáždila 33 různých měřicích škál od roku 1940, s jejichž pomocí se vědci pokoušeli a pokouší pojmut vášnivou lásku (passionate love). V závěru se autoři soustředí na proměnlivost vědeckých představ o povaze lásky v průběhu let, a jak se tyto proměny projevují v jimi sestavovaných měřicích nástrojích. Sami upozorňují, že jde pouze o konceptualizace, které se jim podařilo dohledat. Domnívají se, že jich existuje mnohem víc.

Také my přistoupíme v této práci na multiplex uvažování o romantické lásce a z psychologických teorií zde předložíme ty subjektivně významné a zajímavé pro psychologii. Nejde o selektivitu, ale spíše o snahu alespoň náznakem doplnit přehled uvažování o romantické lásce, který se nám bude hodit jako základ pro uvažování o mýtech v této oblasti.

3.2.2.1. Romantická láska jako výslednice sil – jednodimenzionální teorie lásky

Sociální psycholožka Ellen Berscheidová navrhla spolu s Elaine Walsterovou (1974) přistupovat k lásce, kterou popisuje jako romantickou nebo vášnivou, jako k fyziologickému vzrušení doprovázenému odpovídajícími kognitivními podněty. Stává se pro ně tedy synonymem pro stav fyzického i psychického vzrušení. Z toho pak Walsterová s Walsterem (1978) vycházejí při vymezení dvou obecných druhů lásky: vášnivé a partnerské

(companionate)¹. Vyskytují-li se společně, téměř vždy přecházejí podle autorů do dlouhodobého, úzce blízkého vztahu.

Jako o projevu interakce jednotlivých složek lásky o ní hovoří Robert J. Sternberg ve své trojúhelníkové (triangulární) teorii (1986). Trojúhelník představuje metaforu několika komponent lásky, která ale stále představuje jednotící celek. Za klíčové složky Sternberg označil – intimitu (emočně saturovaná složka), vášně (sexuální drive) a rozhodnutí/závazek (kognitivně saturovaná složka), přičemž v každé se projevuje jiný aspekt lásky. Intimita představuje především emocionální nebo afektivní povahu a zahrnuje pocity hřejivosti, blízkosti, spojení a úzkou vazbu v milostném vztahu. Vášně pak znamená motivační složku poskládanou z touhy po romantice, fyzické přitažlivosti, touhy po sexuálním dovršení a dalších obdobných motivů. Konečně rozhodnutí/závazek odkazuje ke krátkodobému rozhodnutí, že jedinec někoho miluje, a k dlouhodobému závazku si lásku k němu udržet. Oba prvky podle autora nutně nemusí jít ruku v ruce. Lze učinit rozhodnutí, že osoba někoho miluje, aniž by se zavázala k dlouhodobému vztahu, stejně tak lze vést dlouhodobý vztah, aniž by si dotyčný kdy přiznal, že partnera miluje.

Podle Sternberga se pak objevuje dynamika mezi třemi vrcholy trojúhelníku - interakce mezi nimi, absence, nebo různá intenzita některé ze zmíněných komponent. V důsledku této dynamiky pak vznikají různé druhy lásky. Romantické lásce dává ve Sternbergově pojetí vzniknout interakce intimity a vášně tam, kde schází nebo je velmi slabá složka rozhodnutí a závazku. (viz Příloha 1) Pokud lze rozhodnutí a závazek označit za akt intencionální, a tudíž racionální, pak lze vnímat ve Sternbergově modelu snahu charakterizovat romantickou lásku absencí této racionální složky.

3.2.2.2. Romantická láska jako příběh

Později Sternberg přišel ještě s jinou, narativní teorií (1998) lásky, v níž prosazuje pojetí partnerských vztahů jako různých osobních příběhů, které si lidé během života dokreslují,

¹ Anglické substantivum companion v sobě nese vedle významu přítel také společníka, průvodce, protějšek nebo druha. Zde lze spatřovat obsah pojmu partnerský analogicky ke Kratochvílovu a Plaňavovou racionálně-partnerskému pojetí.

upřesňují, potažmo proměňují. Tyto příběhy, jejichž hlavní dějovou linií jsou třeba vaše u jedněch, majetek zase u druhých, dominance, či naopak podřízenost u dalších, předurčují způsob, jakým si dotyční budou interpretovat chování svých protějšků. A podle své interpretace podřízené příběhu také reagují na nabídku. *“Příběhy se často stávají sebenaplnujícím proroctvím, jak naše akce a reakce mohou vést ostatní k očekávanému jednání, i když si neuvědomují, do jaké míry vlastně formujeme jejich chování“* (1998, 34). Vztahy pak fungují podle toho, jak do sebe zapadají příběhy lásky obou partnerů. *“Zamilováváme se do partnera, ačkoli přesněji by bylo konstatovat, že se zamilováváme do vlastního příběhu o daném člověku,“* zdůrazňuje Sternberg (tamtéž). V typologii rozděluje 26 typů příběhů do pěti kategorií – asymetrické (asymmetrical), zaměřené (object), spolupracující (coordination), výpravné (narrative) a žánrové (genre). Sternberg celé své narativní pojednání o partnerství bohatě dokresluje kazuistikami i soubory konkrétních otázek, kterými lze konkrétní příběhy u lidí rozpoznat.²

Kategorii výpravných příběhů spojuje přesvědčení, že vztah určuje imaginární, nebo skutečně existující “text“, který ale stojí mimo něj. Tady Sternberg jmenuje mezi jinými fantazijní příběh (fantasy story), kde určujícím textem je *“pohádka, v níž princ nebo rytíř v zářivé zbroji a princezna hledají jeden druhého. Až se jednou konečně potkají a očekávají, že budou žít šťastně až do smrti. Lidé, kteří se drží tohoto příběhu vidí svého partnera jako naplnění vlastních snů“* (1998, 165). Jde tedy o ekvivalentní pojetí, jakému výše zmíněný Johnson říká romantická láska.

Lidé s fantazijním příběhem podle Sternberga někdy svého vysněného prince, nebo svou vysněnou princeznu najdou, častěji ale ne. Spíše narazí na někoho, kdo jim zpočátku jako vysněný partner připadá, to ovšem jen do té chvíle, než zjistí, že *“z prince se vyklubal černokněžník nebo z princezny čarodějnice“* (1998, 166). I v případě, že tito lidé najdou vysněný protějšek, což se pojí s relativním pocitem štěstí, mohou začít po čase opět snít. Když tedy vytvoří pár lidé s komplementárními rolemi prince a princezny, po čase vztahu dospějí k proměně v krále a královnu. A právě tehdy se mohou začít cítit paradoxně nespokojeni, soudí Sternberg.

² Sternberg později sloučil trojúhelníkovou a příběhovou teorii, coby dvě doplňující se subteorie celku, který nazval duplexní teorie (2006).

Člověk s tímto pojetím se může cítit emocionálně naplněn při hledání dokonalého partnera nebo při rozvíjení perfektního vztahu. Fantazie může pokračovat neustále, dokud se vztah rodí a není ještě ustálen. Není náhoda, že v literatuře se valná většina romantických příběhů odehrává před, nebo mimo manželství. *“Fantazie je těžké si udržet, když je třeba platit účty, vypravit děti do školy nebo se vyrovnat se špatnou náladou, která ovlivňuje čas od času každého z nás,”* poukazuje autor příběhového pojetí na rozporuplnost romantických fantasií a každodenní žité zkušenosti (tamtéž).

Sternberg se spolu s Michaelem Barnesem (1985) už dříve pokusil poukázat na rozdíl ve vnímání partnera - jaký je (realistic other) a jaký by měl být (ideal other). Podle toho, na kterou z podob kladli respondenti důraz, také odhadovali budoucí spokojenost páru. Ti, kdo kladli důraz spíše na to, jaký by partner měl být, se více obávali nespokojenosti v budoucnu. Nutno říci, že tady autoři pracovali pouze se čtyřiaadvaceti zamilovanými páry. Naznačili ovšem, že vnímání druhého člověka v partnerském vztahu může souviset se spokojeností.

V otázce partnerských očekávání stojí za zmínku pozoruhodnost ze života proslulé psycholožky Karen Horneyové (1928), která už v meziválečné době podotkla ve své přednášce na psychoanalytickém kongresu v Curychu s tématem problémů monogamního ideálu, že přeceňování lásky při vstupu do manželství může vést ke zklamání, neurózám, potřebě hledání dalších objektů lásky a jiným diskrepancím v matrimoniálním vztahu.

Sternberg (1998) desítky let po ní uvádí jako stěžejní nevýhodu fantazijních vztahů deziluzi při zjištění, že nikdo ve skutečnosti nesplňuje očekávání vysněného protějšku. Ta pak může vést k narůstající nespokojenosti ve vztahu, který by lidé s jiným příběhem považovali za plně vyhovující. *“Ve vlastních výzkumech jsme rozlišili dva druhy ideálu: idealizovaný ideál, odpovídající fantastickým příběhům v románech a hollywoodským filmům, a realistický ideál, který se v očekávání toho, co je ve vztahu možné, a co ne, drží mnohem více při zemi,”* uzavírá Sternberg pasáž věnovanou fantazijním příběhům lásky a dodává: *“Do té míry, v jaké si pár dokáže tvořit fantazie na bázi realistických ideálů, má šanci obstát; v míře, v jaké sní o tom být mýtickými postavami, mají velkou šanci dostat přesně to, co si přejí: mýtus“* (1998, 171). Z jeho konstatování můžeme převzít charakter mýtu romantické lásky, jako párově a partnersky nefunkční iluze. Rovněž pozoruhodné může být, jak blízko se zdá jeho charakteristika zmíněnému případu Nancy z Katzovy kazuistiky.

3.2.2.3. Romantická láska jako samostatný styl - Multidimenzionální teorie lásky

Až dosud jsme se zabývali láskou jako unitárním pojmem; byť se trojúhelníková teorie věnuje třem složkám, stále patří všechny k jednomu celku. Jedna z prvních současných teorií se ale věnuje různým druhům lásky, které se sice mohou u lidí mísit, či střídat, jde ale podle autora o zcela odlišná pojetí. Proto mluví o různých stylech lásky (lovestyles) (Lee, 1977). Autor této často citované teorie John Alan Lee využívá pro přiblížení metafory sady barevných pastelek (1998, 35). Ten nejlevnější balík bude obsahovat osm základních barev, ale lze koupit i balení, kde je pastelek i více než sto. *“Přesto všechny tyto barvy mají strukturu. Existují primární volby (například červená) a sekundární (například oranžová, což je pouze směs červené a žluté). Stejně tak moje teorie stylů lásky mluví o jejích základních druzích a různých dalších sekundárních,”* tvrdí Lee s tím, že stejně jako u barev se některé používají častěji, jiné méně často.

Po řadě rozhovorů, při nichž využíval hodnocení fotografií respondentem, a následné komplexní redukci dat vymezil šest nejdůležitějších stylů lásky, které se podle něj v západní kultuře vyskytují – tři primární jsou Éros, Ludus, Storgé a tři sekundární Mánia, Pragma a Agapé. Těmito názvy úmyslně odkazuje na starořecká slova, neboť už Staré Řecko rozlišovalo a znalo pojmy pro různé druhy lásky.

Éros je pojetí lásky založené na intenzivní emocionální a fyzické přitažlivosti k milované osobě. Ještě než se dva lidé setkají, má partner jasnou představu, jak má ideální protějšek vypadat. Plný naděje dokáže tento obrázek detailně popsat, nebo vytřídit ten preferovaný z velkého souboru fotografií. Se vzrušením ji při osobním setkání rozeznává a dychtí po bližším seznámení s touto osobou. Zklamání přichází ve chvíli, kdy při detailnějším poznání zjišťuje, že objekt lásky má nějaký odpuzující fyzický atribut. Lee třeba zmiňuje častý případ přirozené ochlupení tělesných partií, které v první chvíli zůstává skryté pod oblečením, odhalí se až později. Lee soudí, že erotické představy jsou individuální, ale kulturně formované; zmiňuje kulturní inklinaci k důrazu na hladké a lysé mužské tělo v reklamě a módě. To způsobuje, že více amerických žen se vědomě poohlíží po mužích s holým tělem. Podobně, podle něj více mužů hledá ženy s velmi štíhlou postavou. Chce-li hypotetický milenec či milenka uspět v

tomto erotickém stylu lásky, musí mít vysoké sebevědomí. V opačném případě sklouzává do níže popsaného manického stylu.

Storgé je starořecké slovo pro starostlivou náklonnost, u Leeho označuje klidnou a přátelskou vazbu, které sice schází intenzita, zato se vyznačuje hloubkou a klidem. Jde o druh lásky mezi dlouholetými přáteli. Ve Storgé nejde o vášeň. Její vyjevení druhému člověku přichází pomalu a nesměle, ale s očekáváním dlouhodobého závazku. V tomto stylu se člověk spíše vyhýbá myšlence zamilovanosti a silným, citovým vyznáním. Téměř neexistují požadavky na fyzický vzhled. Když si má vybrat osobu k rendez-vous, klade ke každé předkládané fotografii otázky týkající se povahy dané osoby na ní, ve snaze o bližší seznámení.

Ludus je pak latinský pojem znamenající hru. Tento styl vnímá lásku jako hru danou pravidly, které se mění s kulturou. Dotyčný očekává, že s tím druhá osoba počítá, jde o lásku bez žárlivosti, nebo závazku k jedinému partnerovi. Lásky je tu brána jako zábava, ne úzkost nebo utrpení. Tato hra může být hrána s několika účastníky zároveň, (různá dostaveníčka pro jednotlivé noci v týdnu), nebo sériově (po jednom dobrodružství zase jiné). Vyjadřování citů zůstává pod kontrolou a člověk s tímto stylem se snadno zotavuje z každého rozchodu s přesunem k dalšímu objektu zájmu. Charakterizuje ho neupřímnost. Jen proto, že je Ludus hravá láska, neznamená, že je to snadný styl; vyžaduje znalost celé řady pravidel a strategických dovedností jako třeba šachy. Jako u stylu Éros postrádá-li Ludus dostatek schopností, pravděpodobně se vejde do Mánie.

Mánia pak v řečtině označuje posedlost. Jak už jsme výše naznačili, jde o kombinaci stylů Éros a Ludus, podobně jako ze smíchání červené a žluté vzniká oranžová, přibližuje Lee (1998, 38). Mísí se v ní intenzita Érose s úsilím ovládat z Ludu, ovšem v Mánii chybí sebevědomí Érose a absence žárlivosti Ludu. Styl Mánia se vyznačuje silnou potřebou být milován, často se ale lidé s tímto modelem lásky fixují na sociálně nekompatibilní protějšek, který téměř nikdy lásku neopětuje. Jde o posedlost, přivlastňovací, nadmíru intenzivní a úzkostné pojetí lásky. Takový člověk musí stále myslet na milovanou osobu, ale nedokáže svou náklonnost zdravě projevit. Zoufalá potřeba opakovaných ujištění o lásce naráží v případě, že jsou nabízeny, na nedůvěru.

Pragma znamená čin, jednání; láska je v tomto pojetí praktická záležitost hledání vhodného partnera pro vztah. Často má člověk s tímto stylem jakýsi “nákupní seznam“ požadovaných vlastností u očekávaného partnera a bývá schopen je zcela jasně vyjmenovat třeba v inzerátu. Nejde o vlastnosti vzhledové (jako v případě stylu Éros), ale spíše demografické a osobnostní, jako jsou třeba rasa, náboženství, sociální třída, nebo sportovní či umělecká činnost. Rozumně posuzuje jeho, nebo její tržní hodnotu na setkávacím trhu a ví, v co může realistickou výměnou aktiv očekávat. Stejně tak dobře ví, kdo je jiná liga. Tuto ideologii lásky usnadnilo zavedení agentur a seznamovacích serverů. Pragma řadí Lee mezi sekundární styly, vzniklou kombinací vybraných vlastností Ludu a Storgé. Jde o vědomé "zajištění" přátelství, ačkoli za běžných okolností by se tito dva lidé dohromady nikdy nedali.

V **Agapé** jako třetím sekundárním stylu se mísí aspekty Éros a Storgé - jde o altruistickou, intenzivní a přátelskou lásku, kde nehrají roli emoce. Jako styl lásky není pro schůzky a párování v západní společnosti běžný, na rozdíl od jiných kultur, míní John Alan Lee.

Ke svým stylům podotýká, že umožňují řadu kombinací na dalších úrovních po primární a sekundární, které vytvářejí další odstíny v barvách lásky: ludický éros, storgický éros, storgický Ludus, maniakální Ludus a tak podobně (viz Příloha 2).

Lee mimo jiné kritizuje snahu většiny badatelů zjednodušit jejich výzkumy, a to zejména při využívání dotazníků a v případě dalšího testování metodou papír-tužka. Vymezuje se tím vůči jednodimenzionálním teoriím. *“To je zvláště nešťastné v případě ludického Érose, u něhož jsem v roce 1973 předpověděl, že se stane jedním z nejmódnějších stylů v Americe,”* ohlíží se autor v roce 1998 zpět (Lee, 1998, 38). Podotýká, že současný ludicko-erotický milenec je sběratel zkušeností v lásce, vesele se přesouvající od jednoho eroticky atraktivního partnera k druhému, vršící jednoho “ex“ na druhého. *“Jedná se o vysoce adaptivní ideologii lásky v době, kdy se existencialismus kombinuje se sériovou monogamií. Každé manželství, nebo vztah je intenzivně užíván, dokud trvá erotické pouto. Neočekává se ale, že by vydržely a milenec se pohybuje do další radostné lásky”* (tamtéž).

Hendrick s Hendrickovou (1986; 2006), kteří se patrně nejintenzivněji věnovali výzkumům založeným na Leeově typologii, ji považují za mimořádně bohatou jednak pro její

multidimenzionalitu a ukotvení ve výzkumu, a jednak proto, že do sebe včlenila některé do té doby dílčí teorie (1986, 393).

3.2.2.4. Romantická láska jako fáze partnerství – procesuální model lásky

Pro poctivé vymezení pojmu romantická láska se nabízí ještě zmapování jednoho aspektu, a sice časového trvání zamilovanosti. Výzkumy na poli neurochemie veskrze dokládají časový limit fungování mechanismu romantické lásky, například výzkum italských vědců (Emanuele, Politi, Bianchiová, Minoretti, Bertona a Geroldi, 2006) se zaměřil na související biochemické mechanismy, které se podílejí na změnách nálady v počátečních fázích zamilovanosti. Konkrétně italští badatelé zjistili vysokou hladinu neurotrofinů (NTS) v krvi u nedávno zamilovaných lidí v porovnání s jedinci v kontrolních skupinách, kteří žili buď sami, nebo již v dlouhodobém vztahu. Badatelé konstatovali, že mezi 12. a 24. měsícem poklesla hladina neurotrofinů u sledovaných subjektů, které udržovali stejný vztah, v jakém se angažovaly při vstupu do studie, na obdobnou úroveň, jako měli lidé z kontrolních skupin. Podle nich by tedy fáze romantické lásky pomalu lidi opouštěla zhruba po roce od svého zrodu.

Naproti tomu třeba Acevedová s Aronem (2009) poukazují ve svém výzkumu, který se opírá o faktorovou analýzu rozsáhlého souboru kvalitativních dat, na to, že romantická láska ve smyslu intenzity vztahu, angažovanosti v něm a zájmu o sex, se může vyskytovat i v dlouhodobých vztazích. Vytrácí se posedlost druhým člověkem, kterou se vyznačuje raná fáze zamilovanosti, ale i bez ní vykazovaly některé manželské a partnerské páry, které spolu již dlouho žily, vysokou míru romantické lásky. Autoři sáhli i k metaanalýze 25 relevantních studií, z nichž vyplývá, že v dlouhodobých a krátkodobých vztazích silně koreluje romantická láska s pocitem spokojenosti.

Oba názory zastupují různá přesvědčení - první hlásá dočasnost romantické lásky, mnohde doplněná přesvědčením, že tato fáze přechází pro funkčnost vztahu z dlouhodobé perspektivy v lásku více založenou na přátelství (Walsterová, Walster, 1978). Druhý má za to, že charakter zamilovanosti nemusí ze vztahu vymizet ani po letech partnerského soužití. Oba ale vycházejí z předpokladu, že romantická láska je kratší či dlouhodobější fáze formování partnerského procesu.

3.2.3. Shrnutí

Jak vidno, lze romantickou lásku vnímat jako součást lásky jako celku, nebo jako zcela samostatný druh párové vazby, jako narativní matici, nebo jako časově ohraničenou fázi. S rozlišením jednotlivých pojetí přichází rovněž významové distinkce, proto stojí za připomenutí polysémantický charakter pojmu, na který jsme už výše v práci narazili.

4. Mýtus romantické lásky jako nefunkční model

4.1. Romantická láska a média

Už několikrát jsme se setkali s narážkou na dobovou expanzi mediálně všudypřítomné romantiky. O rozšířenosti žánru romantických filmů, seriálů (včetně takzvaných mýdlových oper), knih a časopisů s řadou příspěvků tohoto ražení nemůže být pochyb. Mohou ale média lidskou mysl nějak ovlivnit? Možná stojí za to podotknout, že tak bohatě rozšířený žánr, jakým je třeba reklama, se na předpokladu ovlivnitelnosti celá zakládá. Užitečnější ale bude takovou domněnku opřít o vědeckou reflexi.

4.1.1. Několik relevantních teorií a experimentů

Ve velmi obecné rovině se přístupy ke zkoumání médií dají rozdělit na mediocentrický a sociocentrický (McQuail, 2002). V prvním případě se pozornost upírá na média jako technologie a instituce, která stojí na počátku masové komunikace, zatímco ten druhý se věnuje spíše jejímu společenskému aspektu, všímá si kultury, stejně tak i ekonomického uspořádání. Přeneseně by se dalo s odkazem na psychologický pojem říci, že oba přístupy přisuzují jevům různá místa kontroly (locus of control) – první médiím, druhý společnosti a její kultuře.

Za stěžejní prvky v procesu masové komunikace se dají považovat v hrubém nárysu původce sdělení, mediální obsahy i formy, prostředky, jakými se sdělení šíří i příjemce – recipient mediálních obsahů (Janoušek, Slaměník, 1998).

Pojďme ale raději spíše než cestou obecných teorií k několika konkrétním výzkumům. Buerkelová-Rothfussová s Mayesovou (1981, in Weimann, 2000) konstatovaly signifikantní korelaci mezi pravidelným sledováním každodenních dramat v seriálech a intenzivnějším vnímáním milostných afér, rozvádějících se párů a nemanželských dětí ve svém okolí. Rovněž se objevil vztah s přeceňováním počtu žen podstupujících potrat.

Carvethová (1985) zase zkoumala vnímání reality seriálového publika. Muži a ženy, kteří sledovali mýdlové opery, podle jejích závěrů vnímají jinak realističnost zobrazovaného obsahu, přičemž ženy měly vyvinutější smysl pro realitu. V pánském publiku zjistila vztah mezi vnímanou realističností těchto seriálů a postoji k nemanželskému sexu. Jak podotýká, samozřejmě z výsledků jednoznačně neplyne, že by právě vztahy v seriálech přímo utvářely postoje diváků, lidé s takto již formovanými postoji si jen mohou v médiích všimnout podobného pojetí světa.

Že sledování televize může u adolescentů posílit dříve vytvořené prekoncepty se pokusil ověřit Steve Eggermont (2004), podle něhož převážná většina mladých mužů i dospívajících dívek si udržuje romantické představy o partnerství. Podle jeho závěrů sledování televize tato očekávání ještě zvyšuje.

Narissra Punyanunt-Carterová (2006) z texaské univerzity si také všímá mírných odlišností ve vnímání realističnosti zobrazovaného líbání, schůzek, námluv, a sexuální přitažlivosti v televizi. *“Pochopením toho, jak jednotlivci vnímají realitu televizního zobrazování lásky, mohou badatelé lépe zkoumat souvislost mezi médii a jejich možným vlivem na romantické představy. Protože televize může ovlivňovat různé lidi v různé míře, je důležité pochopit tyto rozdíly, a jak mohou ovlivňovat naše chování,”* píše v závěru (2006, 274).

Podstatným pro tuto práci se zdá také výzkum Segrina a Nabiho (2002), badatelů v oblasti psychologie komunikace z arizonské univerzity, kteří se při otázce po příčinách vysoké rozvodovosti vydali cestou zkoumání idealistických očekávání, s nimiž lidé do manželství vstupují. *“Média bývají označována jako zdroj, či hlavní faktor těchto očekávání, avšak neexistují k tomu empirické důkazy,”* konstatují (2002, 247). Jejich poznámka dokládá, jak opomíjené zůstává téma možného propojení idealistických představ získaných z médií o partnerských vztazích a prožívané reality.

Samozřejmě nemůže u tak rozšířeného problému, jakým je rozvod, docházet k izolaci příčin, uznávají autoři. Ale patří podle nich k těm silným faktorům, které k rozvodovosti přispívají, nerealistická očekávání doprovázející, ne-li pohánějící, lidi do manželství. Jak vidno, uvádějí obdobný destruktivní princip, jaký zmínila Karen Horneyová o desítky let dříve. Shodně se Sternbergovým tvrzením považují za zřejmé, že nerealistická očekávání se

výrazně promítají do spokojenosti ve vztahu a jeho stability. *“Už méně zřejmé ale je, kde tato přesvědčení a očekávání vznikla. Stejně jako rozvod samotný jsou výsledkem mísení (amalgamation) zkušeností a podnětů, a to jak mezilidských, tak mediovaných“* (2002, 248). Do svého výzkumu zahrnuli necelé tři stovky univerzitních studentů jak v partnerském vztahu krátkém i dlouhodobém, tak bez vztahu, a zkoumali jejich plány a očekávání od manželství. V závěru tvrdí, že zatímco u sledování televize obecně nelze prokázat souvislost s očekáváními od manželství, při diferenciaci na specifické žánry už ano. *“Sledování televizních programů, které se soustředí na manželství a úzké vztahy (jako jsou romantické komedie, nebo tzv. mýdlové opery) hraje, zdá se, velkou roli při formování idealistických očekávání od manželství a záměru oženit se, nebo vdát,“* uvádějí na konec svého výzkumu Segrin a Nabi (2002, 259).

Pozornost si zaslouží tematicky obdobné výzkumy Bjarna Holmese, který se zaměřil na oblast možných účinků médií a romantických obsahů na postoje a očekávání vůči partnerským vztahům a manželství. S Kimberley Johnsonovou (Holmes, Johnsonová, 2009) zkoumal třeba sledování médií a dysfunkční přesvědčení o romantických vztazích, ideály, a spokojenost ve vztahu. Poukázali na souvislost mezi množstvím sledování televizních pořadů zobrazujících vztahy a přesvědčením, že pohlaví jsou zcela odlišná, stejně jako s očekáváním schopnosti partnera nebo partnerky rozpoznat myšlenky jedince, aniž by musely být vysloveny (mindreading). Zároveň pak náruživost sledování měla vliv na spokojenost ve vztahu.

Spolu s tímto bádáním také spolupracovali na rozsáhlé obsahové analýze 40 populárních hollywoodských romantických komedií, které vznikaly v letech 1995 – 2005 (Johnsonová, Holmes, 2009). Ukázalo se, že v těchto filmech zobrazované vlastnosti jsou často ambivalentní a silně idealizované. Ve výsledku autoři shrnuli, že filmy zobrazují romantiku jako základní vlastnost jak nových, tak dlouhodobých vztahů, které se jeví stále nové a vzrušující, stejně jako emocionálně význačné a naplňující. Kromě toho se filmové vztahy vyznačovaly velmi idealistickými vlastnostmi na jedné straně, jakož i nežádoucími na druhé. Ovšem zkušenost problémů nebo nevěry neměla žádný dlouhodobý negativní dopad na fungování vztahu.

Řada výzkumů mediálních účinků se zaměřuje pouze na úzkou část romantických audiovizuálních obsahů, jako jsou seriály a filmy. Abychom neopomněli i jiné mediální obsahy, stojí za zmínku sféra populární muziky a její texty. Nadmíru zajímavým se v tomto

ohledu jeví experiment zaměřující se na možný účinek písní s romantickými texty jako faktor při partnerských námluvách (Guéguen, Jacobová, Lamy, 2009). Autoři vycházeli ze svého dřívějšího výzkumu, který prokázal, že muži utrácejí o poznání více peněz v květinářství, kde tvoří zvukovou kulisu romantické písně, oproti nakupujícím, kterým při výběru nehraje muzika žádná, či s neromantickým charakterem (Jacobová, Guéguen, Boulbry, Selmi, 2009). S předpokladem, že romantické písně ovlivňují lidské chování se pustili do pokusu, v němž nejprve v sadě dalších otázek zjistili u vzorku nezadaných mladých žen, jakou píseň z předložených považují za romantickou a preferovaný vzhled potenciálního partnera. Účastnice dostaly informaci, že jde o výzkum chování při diskusi nad bioprodukty s jiným vybraným účastníkem. Před realizací čekaly tři minuty v místnosti, kde hrála romantická, nebo romanticky neutrální píseň. Po debatě se vrátily do místnosti, kde se ocitly s mužem, který byl ve skutečnosti vybrán experimentátory, aby odpovídal jejich představám. Ten měl instrukci požádat ženu o telefonní číslo s úmyslem pozvat ji na schůzku. *“Výsledky podpořily naši hypotézu, že poslech romantické písně oproti té neutrální zvýšil pravděpodobnost přijetí žádosti o schůzku po několika minutách od jejího poslechu. To potvrzuje behaviorální účinek exponovaného mediálního obsahu,”* tvrdí autoři (2009, 306).

4.1.2. Shrnutí

Autoři zmíněných experimentů se ve svých člancích shodují v několika významných aspektech – představují ve svém záměru neobvyklé počiny a všechny do jednoho v závěrečné diskusi vybízejí k dalším výzkumům, které by jejich výsledky potvrdily, či naopak vyvrátily. Zároveň u všech tvořili vzorek lidé mladší 25 let. I tak se všechny snaží pojmenovat možný vliv romantických mediálních obsahů na očekávání či postoje vůči partnerství a naznačují, že by tyto obsahy mohly skutečně svůj vliv v jisté významné míře mít.

4.2. Jak nefunkčně se může projevit mýtus romantické lásky

Nabízí se otázka, proč by vlastně mediální mýty o romantické lásce měly být pro psychologii zajímavými. Pokud skutečně formují postoje, očekávání a chování lidí, jsou prvkem pro psychologii významným.

Tvrdí-li Katz, že každý se vypořádává s romantickou iluzí po svém, jak jsme z jeho případové zmínky o Nancy mohli vidět, někteří se nechají mýtem romantiky pohltit natolik, že nejsou schopni ukotvit se v reálném vztahu. Totéž se objevuje ve Sternbergově narativní typologii pojetí lásky. Jiné zmíněné výzkumy pak poukazují na to, jak může konzumace médií (de)formovat některé postoje a očekávání od partnerského soužití, potažmo ovlivňovat míru nespokojenosti v již fungujícím vztahu či manželství. V souvislosti s obsahovou analýzou hollywoodských romantických komedií Bjarne Holmes v rozhovoru pro časopis TIME (2008) otevřeně říká, že *"vztahoví poradci často čelí obecně mylné představě svých klientů, že pokud vás partner doopravdy miluje, ví, co potřebujete, aniž by o tom muselo padnout slovo, a že vaše spřízněná duše je vám předurčena."* Klíčové je pak jeho zdůraznění, že podle zjištění z výzkumů se v romantických komediích objevuje totéž.

Jde tedy o otevřeně konstatované propojení mediální produkce a nefunkčního způsobu myšlení, který vytváří překážku při vstupování a setrvání v partnerském vztahu, v němž by bez této iluze dotyční setrvali snáze. Ukazuje se pak, že mýtus romantické lásky se může projevit jako pro realitu nefunkční modus.

4.2.1. Mýtus jako mimoběžná trať – Miroslav Plzák

Vystihnout podstatu mýtu jako partnersky a manželsky nefunkčního modu myšlení se podařilo Miroslavu Plzákovi: *"Zdrojem mýtu, že individuální milenecká láska dokáže být věčná, je přání, aby tomu tak bylo. Člověk samozřejmě zaznamená, jak se rozpadají milenecké vztahy a jak se rozpadají manželství, sám prožije bolest milenecké zrady, ale odmítá opustit mýtus věčné lásky, protože mu v tom pomáhá jiný mýtus, že totiž patrně on sám pochybil,*

*pokud věčná láska nevyšla a jiní že chybují nadměrně a lehkomyšlně, protože dosud nepochopili hloubku věčné lásky“ (Plzák, 2001, 147). Věnuje se tady konkrétně mýtu o věčnosti pravé lásky, jeho pojetí se dá ale vztáhnout na romantické mýty obecně - stojí za nimi především přání, z něhož se stává automatické, nezpochybňované přesvědčení. Nijak zvlášť Plzák neřeší možné zdroje tohoto mýtu, ale už ve své době zdůrazňuje jeho relativní rozšířenost. A všímá si také dysfunkčního aspektu, kdy může hrát významnou roli při rozpadu manželství. *“Zdrcující následky má mýtus lásky pro výklad rozvodu, kdy muž nebo žena opouští rodinu, protože se mimomanželsky zamilovali. Výrok, že manželství nemá smysl, pokud se manželé přestali mít rádi, je již vyloženě destruktivním mýtem“ (2001, 149).**

4.2.2. Mýtus jako sdílený význam – Roland Barthes

Řekněme, že to co jsme právě ve zkratce pojmenovali, by se dalo charakterizovat jako dysfunkční mýtus. Pokud se věnujeme interakci dvousubjektové, a sice média - příjemci sdělení, stojí za povšimnutí také fakt, že někteří badatelé pojmenovávají mýtus zakotvený v mediálním obsahu. Všímáme-li si totiž interakce mýtu na dvou stranách – u lidí a v médiích, jde o podobnou snahu pojmut mýtus bilaterálně, jako když Holmes s Johnsonovu (2009) zkoumají některá přesvědčení o romantické lásce u lidí, a poté v komparaci uskuteční obsahovou analýzu předních hollywoodských romantických komedií ve snaze dobrat se možné podobnosti.

Významný francouzský teoretik Roland Barthes se věnoval dekodování mýtů v médiích prostřednictvím sémiotické metody (2004). Analyzoval je tedy na úrovni znaku, jak je zakódovali tvůrci do mediálního sdělení. Používal sémiologické nástroje významové analýzy znaků denotace – tedy fyzického významu, a konotace – tedy asociace, které vyvolává. Například růže by v tomto rozlišení byla na denotativní úrovni květina trnitého zeleného stonku s kruhovým shlukem červených okvětních lístků na jednom konci. Pokud je jich ale 30 svázaných dohromady červenou stuhou, význam floristický se rychle vytrácí a konotace, tedy asociace, kterou si se souborem červených květín spojí valná většina pozorovatelů, se posune do roviny milostného vzkazu. Podle Barthesa tedy mýtus vzniká na úrovni znaku. Odvíjí se od společensky sdílených významů, dalo by se říci v rovině symbolické.

Na rozdíl od denotativních významů, obsahují konotace kód dané kultury, z níž příjemce pochází, i patřičnou valenci. *“Mediální obsah je tvořen velkým počtem ‘textů’, často ve standardizované a opakující se podobě, jež jsou sestaveny na základě určitých ustálených konvencí a kódů, zhusta čerpajících ze známých či latentních mýtů nebo představ přítomných v kultuře původců a příjemců textů”* (McQuail, 1998, 278).

4.2.3. Racionálně emoční přístup Alberta Ellise

Vrátíme-li se k Plzákově mýtu, z hlediska pragmatiky partnerského, a zvláště pak manželského vztahu se jeví jako dysfunkční přesvědčení. Můžeme o něm hovořit jako o iracionálním? V jistém smyslu ano, k osvětlení takového tvrzení z hlediska funkčnosti duševních pochodů se můžeme obrátit k racionálně emočně behaviorální terapii (REBT) Alberta Ellise, který pracuje s racionálními a iracionálními přesvědčeními jako klíčovými pojmy. Ellis vyslovil premisu svého přístupu, že když u lidí převládají častá a silná iracionální přesvědčení, mívají více duševních potíží, než v opačném případě (Ellis, MacLaren, 2005). Za iracionální nebo také dysfunkční přesvědčení, s kterými REBT pracuje, jsou považována *“přesvědčení, která jsou logicky nesprávná, v rozporu se zkušeností každodenní reality nebo s dlouhodobými cíli jedince”* (Walen, DiGiuseppe a Dryden, 1992). Nejde tedy pouze o odlišení rozumové versus emoční, jak se běžně rozlišení obou polarit užívá. Kategorie iracionální platí spíše jako překážející osobní spokojenosti a dlouhodobým cílům. Narušené kognice, jak také někdy REBT iracionální přesvědčení nazývá (Ellis, MacLaren, 2005), jakožto hluboká či jádrová přesvědčení ovlivňují některé důležité emoční a behaviorální dysfunkce.

Ellis ve snaze popsat mechanismus vzniku iracionálních přesvědčení přichází s takzvaným ABC modelem (tamtéž). Pomocí písmen abecedy formuloval své přesvědčení o procesu vytváření dysfunkčních přesvědčení. Jeho základní pilíře tvoří nepříznivá událost (Adversity), systém přesvědčení (Beliefs) a hluboké a trvalé změny v pocitech a chování jako důsledek (Consequences: emotions and behavior). Nepříznivá událost přináší člověku psychický konflikt; pokud je třeba jeho dlouhodobým cílem a záměrem (Goals and purposes) žít trvale v romantické lásce bez konfliktů a disharmonie, pak běžné spory a rutinní každodennost mu ho zákonitě naruší. Jak zdůrazňuje Ellis, člověk může reagovat zdravými negativními emocemi,

třeba smutkem, lítostí či frustrací, nebo nezdravými pocity jako třeba panikou, depresí, vztekem. Volba jednoho nebo druhého se podle Ellise převážně, i když ne úplně, odehrává v systému přesvědčení (B). Kromě vrozených poruch je tedy reakce do jisté míry záležitostí socializace daného jedince. V důsledku silných přání a tužeb lidé pak automaticky a nevědomě, ale i vědomě požadují, aby překážky neexistovaly. Podle Ellise se zmíněné složky vzájemně ovlivňují, nejsou rozhodně izolované. Zároveň se ovlivňují i A, B a C různých lidí navzájem, třeba v interakci manželů nebo celé rodiny apod.

4.2.4. Mohou média formovat přesvědčení? – Teorie médií

Pokud přesvědčení a postoje vznikají na základě zkušenosti, nepochybně se lze oprávněně domnívat, že je v současnosti formují mimo jiné také masová média. Teorie médií možnou internalizaci mediálních obsahů reflektuje, tvoří dokonce jednu ze stěžejních oblastí jejího zaměření. Holmes a Johnsonová se ve výše zmíněné studii (2009) romantických přesvědčení opírají o dvě hlavní teorie mediálních účinků, a sice kultivační teorii (Signorielli, Morgan, 1996) a Bandurovu sociálně kognitivní teorii (Bandura, 2002). Kultivační teorie se výjimečně nevěnuje okamžitému působení, ale tvrdí, že lidé vystaveni dlouhodobě obdobnému zobrazování skutečnosti v televizi, své vnímání reality uvádějí do souladu s ním. To by znamenalo, že televizní témata a zobrazování pěstují přesvědčení a postoje diváků o jejich sociálním prostředí, které jsou odrazem kulturních norem. Tato teorie klade důraz na představu, že ke kultivaci vnímání dochází pouze opakovanou, intenzivní a dlouhodobou expozicí vzorcům společným většině populárních programů, které představují konzistentní a tedy vzájemně se posilující obsah. V případě romantických mýtů pak dlouhodobé vystavení mediálním obsahům může podle této teorie v průběhu času kultivovat přesvědčení a očekávání jejich příjemců.

Sociálně kognitivní teorie navrhuje už aktivnější proces, založený na pozorování činnosti a chování mediálních postav. *“Lidé si jejich prostřednictvím formují představu toho, co je oceňováno ve společnosti v souvislosti s romantickými vztahy a internalizují tuto informaci do vlastních přesvědčení, očekávání a ideálů,”* aplikují Holmes a Johnsonová observační princip utváření představy o ideálu prostřednictvím pozorování symbolických modelů (2009, 118).

Samozřejmě podotýkají, že hrají roli individuální rozdíly příjemců mediálních obsahů v tom, jakou pozornost jim kdo věnuje. Prekoncepty jednotlivce ovlivňují atraktivitu, funkční hodnotu a přitažlivost konkrétního mediálního obrazu. Nepřejímá tedy každý automaticky to, co vidí; ti, kdo si přejí, aby realitě obsahy odpovídaly, integrují mediální sdělení do vlastní reality mnohem snáz.

Přístup k otázce možných účinků médií rozděluje mediální studia (media studies) podle toho, komu přisuzují aktivitu – zda vnímají jako určující média, jimž se závislý recipient pasivně podvoluje, či dává příjemcům mediálních obsahů tvůrčí aktivitu při nakládání s vnímanými obsahy.

Podle McQuaila je první přístup podstatou dominantního paradigmatu teorie masové komunikace (1999, 67), které vychází z pojetí účinků jako injekční jehly, někdy se rovněž uvádí zlaté střely, tedy že sdělení lineárně vychází od média k příjemci a ten je nekriticky přijímá. Podle McQuaila se podobá klasickému behaviorismu v pojetí podnět – reakce. V opozici proti němu stojí alternativní, někdy také nazývaný kulturní model, podle něhož lidé nakládají s médii různě v intencích bohaté sociální interakce, názorové plurality ve společnosti a subkulturní identity. Podle McQuaila nejsou média zdaleka tak mocná, jak se snaží dominantní paradigma prokázat.

4.2.5. Shrnutí

Zmíněné dvě teorie patří do množiny těch, které by McQuail řadí do souboru dominantně paradigmatického, byť Bandurova již sílu jedince zapracovává. Hodně zjednodušeně lze říci, že si je vědom, že mediální sdělení nepůsobí na každého stejně. V případě romantických mýtů ale můžeme dovodit, že působí alespoň na část publika, která je přesvědčena o jejich platnosti či potřebnosti.

Abychom zmínili také teorii ze sféry alternativního paradigmatu, podívejme se s Davidem Gillesem (2012) na jednu z teorií, v níž se příjemce mediálních obsahů považuje za aktivní element v procesu mediální komunikace. Zjistíme, že ani tady se aktivní uživatel nemusí mít s možným vlivem na očekávání a představy. Teorie užití a uspokojení (use and gratification)

počítá s tím, že si čtenář, divák, posluchač vybírá média, která mu vyhovují, a ostatní ignoruje a odmítá. *“Instinktivně je tento přístup blíže reálnému životu, v němž můžeme svobodně přepínat mezi televizními kanály a přeskakovat internetové stránky, které nás nebaví”* (2012, 27). Podle teorie užití a uspokojení si tedy jedinec vyhledává třeba romantické obsahy z vlastního zájmu, nevylučuje se tu ale, že by si tím mohl formovat, nebo potvrzovat vlastní představy.

5. Setkání mediálního a psychologického mýtu romantické lásky – Komparace

Výše se setkala dvě oborová pole, a sice teorie médií a psychologie nad jedním tématem – obrazem romantické lásky. V této práci se dále podíváme na to, jak mýty romantické lásky popisuje na jedné straně psychologická literatura a na druhé straně kritická mediální reflexe.

Ne náhodou jsme se výše zabývali konceptem právě Alberta Ellise. Jeho zaměření na racionálně-iracionální polaritu přímo vybízí k tomu, aby se romantickým mýtům také věnoval.

5.1. “Super-romantická láska“ Alberta Ellise

Zabýval se jimi v pojednání *“Láska a její problémy”* (Ellis, 1985), kde tvrdí, že racionálně-emoční terapie se vždy zaměřovala na *“diagnostiku a řešení problémů lásky”* (1985, 31), a proto se může věnovat i častým poruchám, které se jich týkají. V souvislosti s problémy v lásce se zaměřuje především na *“intenzivní, romantickou lásku”* (tamtéž). Ellis konstatuje, že zamilovanost zahrnuje některé silné faktory, jako idealizaci druhého člověka, silnou emoční vazbu včetně sexuální přitažlivosti, pocit výlučnosti, silnou touhu trávit s druhým co nejvíce času. Jedním dechem podotýká, že lidé oddaní romantice mají tendenci vytvářet si a udržovat celou řadu iracionálních přesvědčení či mýtů, které interferují s jejich intimním vztahem a pocitem štěstí. Ve statí nazvané výmluvně *“Super-romantická láska”* (1985, 33) vyzdvihuje některé obecně sdílené romantické mýty naší kultury:

1. *Vášnivě lze milovat pouze jediného člověka.*
2. *Pravá romantická láska trvá navždy.*
3. *Hluboký pocit romantické lásky zajistí stabilní a kompatibilní manželství.*
4. *Sex bez romantické lásky není správný (unethical) ani uspokojující. Láska a sex jdou vždy ruku v ruce.*
5. *Romantická láska může snadno vyústit v manželství a v něm dále růst.*

6. *Romantická láska je daleko nadřazena manželské lásce, přátelské lásce, nesexuální lásce, a jiným dalším druhům lásky. Život jedince je velmi těžký, pokud ji intenzivně neprožívá.*
7. *Ztratíte-li romanticky milovaného člověka, musíte cítit hluboký zármutek nebo depresi po dlouhou dobu a nemůžete se legitimně znovu zamilovat, dokud tato dlouhá doba truchlení, neskončí.*
8. *Je nezbytné vnímat lásku v každou chvíli, vědět, že mě někdo miluje.*

Ve chvíli, kdy se lidé zarytě drží takovýchto mýtů, mají sklon dát jim podle Ellise formu osobních pravidel chování a zakoření je v sobě jako absolutní požadavky. Do jejich přesvědčení pak vstupuje i dodatek insuficience – *“Musím si vzít pouze toho, koho romanticky miluji, pokud se s nikým takovým nespojím, budu opuštěný“*; *“Partner/ka mě musí pořád milovat bezpodmínečně a vášnivě, jinak mě opravdu nemiluje“*; *“Moje romantické pocity musí trvat navždy a je něco v nepořádku, když pominou po relativně krátké době. To dokazuje, že nejde o pravou lásku“* (1985, 34). Ellis ve svém textu jmenuje i další příklady a dodává, že tato nerealistická přesvědčení vedou k úzkosti, depresím, hostilitě, případně k sebelítosti.

Ellis se pustil do zcela konkrétního výčtu mýtů romantické lásky, u nichž je třeba zdůraznit dva momenty jeho pojetí. Za prvé, považuje tyto mýty za obecně sdílené kulturou, a za druhé že přiznává, že se věnuje ve svém výčtu pouze některým, vybraným. Zjevně jde o takové, s nimiž se v terapeutické praxi sám setkával.³

³ Ačkoli se Albert Ellis věnuje pouze některým, je zjevné, že mýty a přesvědčení může každý najít ve svém okolí i další. Občas se ze zvědavosti při vhodných příležitostech ve svém sociálním prostředí vyptávám lidi, co považují za přirozené a samozřejmé pro fungující vztah. Některé odpovědi se nápadně podobají Ellisovým mýtům. Některé patří k těm více překvapivým, například když jedna žena ve věku 37 let uvedla, že požaduje po svém manželovi zakoupení květin alespoň jednou týdně, jako výraz úcty a toho, že ji stále miluje. Možná stojí za zmínku, že její manžel se skutečně naučil sám od sebe každý týden květiny pořídit. Komicky pak může působit fakt, že zmíněný pár často řeší konflikty tichou domácností, a když ji právě drží, jednoduše zakoupené květiny donese a dá do vázy, aby se beze slov opět vytratil věnovat se volnočasovým zálibám, jako je soutěžení v šípkách v místní restauraci.

5.2. Manželské mýty Arnolda A. Lazaruse

Ellisových mýtů by se mohlo zdát nemnoho, proto stojí za pokus a srovnání vyhledání autora, který by si všimal dalších. Vztahovým mýtům se věnoval psycholog a terapeut známý svými příspěvky k behaviorální terapii Arnold Allan Lazarus. V jedné ze svých 18 publikací (Lazarus, 2001) si bere na paškál hned 24 mýtů manželského soužití. Je zřejmé, že v éře, kdy *“četné dvojice žijí v děletrvajícím partnerském svazku, aniž by uzavíraly manželství”* (Kratochvíl, 2009, 9) a žijí v nesezdaném soužití, lze Lazarovy mýty oprávněně používat jako partnerské či párové. Už na první pohled je jejich základ ve své podstatě totožný jako u Ellise. A také Arnold Lazarus zdůrazňuje, že se vztahují na západní kulturu a že vycházejí z jeho letité terapeutické praxe. Každému z mýtů věnuje vlastní kapitolu, vyzdvihuje konkrétně tyto:

1. *Manželé by měli zároveň být i nejlepší kamarádi*
2. *Romantická láska je to, co dělá manželství kvalitním*
3. *Mimomanželský vztah zničí manželství*
4. *Cítíte-li se provinile, vyznejte se*
5. *Dobří manželé dělají vše společně*
6. *Na manželství musíte soustavně pracovat*
7. *Šťastné manželství vyžaduje naprostou vzájemnou důvěryhodnost*
8. *Dobří manželé se dělají vzájemně šťastnými*
9. *Dobří manželé si říkají vždy všechno*
10. *Dobrý manžel opravuje dům, dobrá žena pere a vaří*
11. *Mít dítě zlepší špatné manželství*
12. *Manželství by mělo být partnerství 50-50*
13. *Manželství může vyplnit všechny vaše sny*

14. *Opravdu milující lidé znají myšlenky a pocity druhého i beze slov*
15. *Nešťastné manželství je lepší než rozbít domov*
16. *Ambice manžela mají přednost před kariérou manželky*
17. *Když chce jeden z manželů odejít, nevzdávej se a bojuj o něj*
18. *Mrtvou lásku můžete znovu rozdmýchat*
19. *Soupeření manželů dodává manželství jiskru*
20. *Měli byste toho druhého přetvořit v lepší bytost*
21. *Protiklady se přitahují a vzájemně se dotvářejí*
22. *Páry by neměly osobní věci vynášet ven*
23. *Nemějte sex, když se na sebe zlobíte*
24. *Bud' rád za to, co máš, stejně se s tím nedá nic dělat*

Lazarovy mýty se věnují praktické stránce manželství, přesněji řečeno se spíše zaměřují na to, co se v manželské praxi vyskytuje za přesvědčení. Ty Ellisovy se zaobírají spíše abstraktně-obecnou úrovní. I tak se mýty obou autorů očividně prolínají a některé v podstatě shodují, ať explicitně (romantická láska jako základ manželství), nebo implicitně (sex bez romantiky), popřípadě tematicky (ztráta druhého člověka je tragédie a je lepší žít v nešťastném páru, než o něj přijít). Tematická shoda má rovněž určitou výpovědní hodnotu – v uvedeném příkladu jde o téma 'život bez druhého'. Fakt, že si autoři všímají mnohdy stejného tématu, jejich mýtům dává jistou příbuznost.

5.3. Mediální mýtus romantické lásky Mary-Lou Galicianové

Pokud oba spolu s dalšími, kdo se věnovali těmto mýtům (např. Larson, 1988, Popenoe, 2002), neopomíjejí klást důraz na skutečnost, že se jedná o mýty kulturně specifické, pak stojí jistě za úvahu ptát se po jejich zdrojích. Jak jsme si již výše mohli povšimnout, pro Johnsonovou a Holmese (2009) se pohnutkou k obsahové analýze romantických komedií stal významný aspekt poradenské praxe. Při poohlížení se po možných zdrojích vyjmenovaných mýtů se nabízí vypůjčení si obdobného komparativního postupu.

Jednou z mála, kdo se systematicky a kriticky věnuje tématu lásky a romantiky v masových médiích je Mary Lou Galicianová z arizonské univerzity. Také ona vytvořila soupis mýtů romantické lásky, které však ruku v ruce s jejím zaměřením vycházejí především z romantických mediálních obsahů (Galicianová, Merskinová, 2007). Je třeba zdůraznit, že nejde o mýty, které by třeba vnímala Galicianová u lidí řídících se mediálními koncepty, ale všímá si ve své reflexi mýtů zakódovaných v textu současné mediální produkce.

1. *Ideální partner vám byl osudově předurčen, takže vás v konečném důsledku nemůže nic a nikdo rozdělit.*
2. *Existuje něco takového, jako "láska na první pohled".*
3. *Vaše opravdu spřízněná duše ví, co si myslíte, nebo co cítíte, aniž byste museli něco říct.*
4. *S tím Pravým\š tou Pravou je sex snadný a nádherný.*
5. *Aby žena dokázala přivábit a udržet si muže, měla by vypadat jako ze žurnálu (like a model or centerfold).*
6. *Muž by neměl být menší, slabší, mladší, chudší, nebo méně úspěšný než jeho partnerka.*
7. *Láska dobré a věrné ženy může změnit muže ze "zvířete" ve skvělého, ušlechtilého člověka (prince).*

8. *Časté hašteření a boje jsou ve skutečnosti známkou, že se partneři opravdu vášnivě milují.*
9. *Vše, co opravdu potřebujete, je láska. Je tedy nepodstatné, že máte se svým protějškem zcela rozdílné hodnoty.*
10. *Ten Pravý/ta Pravá vás dotváří. Naplňuje vaše potřeby a díky němu/ní můžete uskutečnit své sny.*
11. *Ve skutečném životě jsou herci a herečky stejní, jako romantické postavy, které ztvárňují ve filmech.*
12. *Vzhledem k tomu, že vyobrazování romantiky v masových médiích nejsou skutečná, nemohou mě ovlivnit.*

5.4. Shodují se vybrané mýty mediální a psychologické?

Po předložení výčtů romantických mýtů jak je vnímají dva psychologové a mediální analytička se nabízí srovnání. S letmým prvním pohledem lze opět zaregistrovat u některých jasnou shodu - také Galicianové výčet mediálních romantických mýtů nabízí některé totožné s těmi Ellisovými a některé s těmi Lazarovými. Rovněž v tomto případě lze tušit různou intenzitu shody; vedle explicitní shody, tu můžeme vnímat obdoby implicitní a tematické.

5.4.1. – Komparace

Pro specifitější komparativní práci se jeví nezbytné zvolit si pracovní nástroj, jehož prostřednictvím by se podařilo několik komparativních úrovní rozlišit a zároveň mýty odpovídajícím způsobem poskládat vedle sebe. Nabízí se použití kódované tabulky, která vytvoří přehledné srovnání.

5.4.1.1. – Kódování

- Každá buňka následující tabulky obsahuje některý mýtus uvedený výše – označen bude prvním písmenem autora příjmení a číslem, pod kterým je ve výše uvedeném výčtu zařazen. Například – **E1** znamená Ellisův mýtus číslo 1.
- Pro větší přehlednost bude každé označení doplněno zněním daného mýtu.
- Mýty na poli psychologie jsou poskládány v levé části.
- Příbuzné mediální mýty z pera Galicianové jsou pak posazeny naproti nim v pravé části tabulky.
- Třetí sloupec pak nese označení úrovně, na jaké nesou shodu. Rozlišíme zde tři:
 - *Explicitní* – mýty se zjevně shodují (označeno písmenem E).
 - *Implicitní* – mýty se shodují i přes odlišnou jazykovou formulaci (označeno písmenem I).
 - *Tematickou* – I fakt, že se mýty týkají téhož tématu, dokládá určitou míru jejich shody (vyjadřuje písmeno T následováno formulací daného tématu).

Například: G8 je označení Galicianové mýtu výše uvedeného pod číslem 8, že boje a hašteření znamenají vášnivost vztahu. Předchází mu L19 a v posledním sloupci je uvedeno písmeno E – to znamená, že Lazarův mýtus výše označen číslem 19 mluvící o soupeření jako jiskře manželství, se s ním explicitně shoduje.

5.4.1.2. – Srovnání

Tabulka 1 – Komparace mýtů romantické lásky

Psychologické	Mediální	Shoda
---------------	----------	-------

Psychologické	Mediální	Shoda
E1 – vášnivě lze milovat pouze jednoho člověka	G1 – Osudově předurčený partner může být pouze jeden	I – Mýtus jediné osudové lásky T – “Jediný/Jediná“
E2 – pravá romantická láska trvá navždy	G1 – Nic a nikdo vás nemůže rozdělit	E – Mýtus věčné pravé lásky T - “Navždy spolu“
L14 - Opravdu milující lidé znají myšlenky a pocity druhého i beze slov	G3 – Nemusíte říct ani slovo a ten Pravý/ta Pravá pozná vaše pocity a myšlenky	E – Mýtus čtení myšlenek (mindreading) T - “Nic neříkej, já vím“
E3 - Hluboký pocit romantické lásky zajistí stabilní a kompatibilní manželství L2 - Romantická láska je to, co dělá manželství kvalitním	G9 - Vše, co opravdu potřebujete, je láska. Je tedy nepodstatné, že máte se svým protějškem zcela rozdílné hodnoty (nepochybně i v manželství)	I – Mýtus jediné nutné podmínky fungujícího vztahu - lásky T - “All you need is love“
E4 - Sex bez romantické lásky není správný ani uspokojující. Láska a sex jdou vždy ruku v ruce L23 - Nemějte sex, když se na sebe zlobíte	G4 - S tím Pravým\š tou Pravou je sex snadný a nádherný	I – Sex bez romantické lásky není krásný T - “Nádherné milování“

Psychologické	Mediální	Shoda
L12 - Manželství by mělo být partnerství 50-50	G6 - Muž by neměl být menší, slabší, mladší, chudší, nebo méně úspěšný než jeho partnerka	I – Mýtus nezbytné kompatibility, bez které láska nemůže být opravdová
L20 - Měli byste toho druhého přetvořit v lepší bytost	G7 - Láska dobré a věrné ženy může změnit muže ze “zvířete” ve skvělého, ušlechtilého člověka (prince)	E – Mýtus lásky proměňující do základů člověka T - “Díky tobě jsem někdo jiný“
L19 - Rozepře manželů dodává manželství jiskru	G8 - Časté hášteření a boje jsou ve skutečnosti známkou, že se partneři opravdu vášnivě milují	E – Mýtus souboje jako projevu pravé lásky “Musíme soupeřit, aby to mělo jiskru“
L21 - Protiklady se přitahují a vzájemně se dotvářejí	G8 - Časté hášteření a boje jsou ve skutečnosti známkou, že se partneři opravdu vášnivě milují	I – Protiklady tvoří vášeň T – “Musíme soupeřit, aby to mělo jiskru“
L8 - Dobří manželé se dělají vzájemně šťastnými L13 - Manželství může vyplnit všechny vaše sny	G10 - Ten Pravý/ta Pravá vás dotváří. Naplňuje vaše potřeby a díky němu/ní můžete uskutečnit své sny	E – Bez pravé lásky to jen těžko můžete být opravdu vy

Psychologické	Mediální	Shoda
E9 - Život jedince je velmi těžký, pokud romantickou lásku intenzivně neprožívá	G10 - Ten Pravý/ta Pravá vás dotváří. Naplňuje vaše potřeby a díky němu/ní můžete uskutečnit své sny	I - Bez pravé lásky to jen těžko můžete být opravdu vy

6. Závěr

Vyjdeme-li z výše uvedeného srovnání, je zjevné, že mediální mýty romantické lásky Mary-Lou Galicianové mají ve většině případů (v osmi z dvanácti) svůj ekvivalent ať už v tom, čeho si všímá Ellis jako podob super-romantické lásky, nebo v soupisu manželských mýtů Arnolda Lazaruse. Většina z nich se navíc shoduje explicitně, tematická jednotnost se u ostatních dá považovat za zřejmou. Rozhodně lze prohlásit, že se nevylučují. Řada Lazarových mýtů vzhledem k rozsáhlosti jeho seznamu svůj protějšek v mediální reflexi nemá. Také u některých Ellisových nenajdeme ekvivalent ve výčtu Galicianové, protože se týkají více psychických kategorií. Mýty Galicianové, které se s psychologickými seznamy neshodují, ztrácí svou obecnost a jsou vesměs specificky mediální - žurnálová žena (G5), shodnost reálných povah herců a hereček s jejich rolemi (G11) a neovlivňující romantické obsahy v masových médiích (G12).

Dá se ale říci, že většina mýtů romantické lásky, které Mary-Lou Galicianová abstrahovala z mediálních obsahů, se shoduje s některými romantickými mýty v manželství a partnerství, které ve své praxi reflektují psychologové Ellis a Lazarus jako problematické.

7. Diskuse

V závěrečné diskusi je třeba zhodnotit povahu výše zpracované komparace a reflektovat její možné nedostatky. Předně jde o subjektivně zpracované hodnocení, které nevypracovával jazykově vyškolený hodnotitel. S čím se tedy v samotné komparaci pracuje jako s významovou shodou, může být v konečném důsledku jen individuální projekce. Subjektivitu komparace naplňuje také fakt, že možné shody předložených mýtů nehodnotilo více lidí. Někdo druhý by ji třeba mohl spatřovat v něčem jiném, případně by shodu v označených mýtech nemusel spatřovat vůbec. Kdyby se na ekvivalenci dokázalo shodnout více hodnotitelů, eliminovala by se zřejmě subjektivní interpretace a komparace by mohla mít objektivnější hodnotu. Není tu nijak standardizováno, co znamená explicitní nebo implicitní shoda. Porozumění je tedy ponecháno čtenáři s vyšší mírou volnosti.

Komparace představuje jakýsi derivát obsahové analýzy; není empirickým exaktním výzkumem. Jde spíše o náznak významové shody, který však podle mého přesvědčení jistou míru výpovědní hodnoty nese. Časový odstup mnoha let mezi jednotlivými texty může naznačovat dlouhodobější platnost reflektovaných mýtů.

Předložené příklady výzkumů, z nichž jsem v práci vycházel, představují jen část toho, jak se výzkum v psychologii a výzkum médií tématu romantické lásky věnují. Zaslouží si tedy na tomto místě doplnit o další směry současného výzkumu. Významným polem je rozvíjení evoluční tradice a výzkum neurobiologických mechanismů romantické lásky (Marrazitiová, Baroni, 2012; Diamondová, Dickensonová, 2012), fyziologických projevů jako hormonální změny u zamilovaných (Langeslagová, Van der Veen, Fekkes, 2012), nebo třeba poměrně pozoruhodné změny hladiny cukru, která se během dne u zamilovaných lidí liší od ostatních (Stanton, Campbell, Loving, 2014). Hojně se ke zkoumání v rámci evolučního paradigmatu využívá zobrazovacích metod funkční magnetické rezonance (Cacioppová, Bianchi-Demicheli, Hatfieldová, Rapson, 2012), díky níž se vědci mimo jiné mohou zaměřit na monitorování mozku využívaných partií (Włodarski, Dunbar, 2014). Mimo jiné se také evolučně orientovaný výzkum věnuje člověku jako sériově monogamnímu tvor, tedy že často žije v průběhu života s více partnery po různá údobí. Má podle tohoto zkoumání ve své

mentální výbavě mechanismy pro zamilování se, stejně jako pro ukončování vztahů (Boutwell, Barnes, Beaver, 2015).

Zastoupeno je v současnosti také zkoumání patologických aspektů romantické lásky jako jsou například abnormální žárlivost (Costová, Sanchesová, Taveres, Zilbermanová, 2015; Goodboy, Horan, Booth-Butterfield, 2012), míra konfliktnosti v obsesivních romantických vztazích oproti harmonickým (Carbonneauová, Vallerand, 2013), nebo třeba destruktivní dopady přehnaných nároků na partnerský vztah ve fázi romantické lásky (Sherry et al. 2014).

Tato bakalářská práce počítá s obecnými mýty romantické lásky v západní kultuře, které už ale dál nijak nerozpracovává. Ovšem vnímání samotné romantické lásky se může lišit třeba podle věku (Sumterová, Valkenburg, Peter, 2013), pohlaví (Castro, Hattori, Yamamotová, Lopesová, 2013), nebo v jiných kulturách (Yin et al., 2012).

Storey a McDonaldová (2014) zdůrazňují, že je potřeba rozlišovat užívání médií lidmi v romantických vztazích dvěma různými způsoby – jak používají mediální technologie na straně jedné a mediální diskurzy na té druhé. Podle tohoto rozlišení jsme se v práci věnovali především diskurzivní sféře romantické lásky. Je patrně užitečné zmínit, že současný psychologický výzkum se důrazu na technologie nevyhýbá. Obzvláště když se mediální technologie tak razantně rozrostly o takzvaná nová média a sociální sítě, není dobré je přehlížet. Například mezi roky 2005 a 2012 s rozmachem sociálních sítí také významně vzrostl počet párů, které se daly dohromady jejich prostřednictvím (Hall, 2014). Vůbec se při komunikaci v romantických vztazích staly technologie samozřejmostí; pozoruhodně se například jeví využívání SMS zpráv pro intimnější sdělení, zatímco e-maily a další textové komunikátory bývají užívány spíše ke koordinační, nebo konfliktní komunikaci u stejných párů (Moreyová et al., 2013). I přes intimnější povahu SMS zpráv může jejich množství souviset s nižší spokojeností ve vztahu (Shanhong, 2014). Některé výzkumy se pak zaměřují na stabilitu romantických vztahů vzniklých přes internet – Paul (2014) tvrdí, že jsou mnohem méně stabilní, než partnerské vztahy, kdy se partneři dali dohromady “face-to-face“. Podobně se tomu zdá být v manželstvích vzešlých z online setkávání (Haacková, Falcková, 2014). Fenoménem se stává náruživé rozšiřování prezentace romantického vztahu na Facebook a další sociální sítě (Fox, Varberová, 2013; Carpenter, Spottswoodová, 2013), kdy si partneři zakládají na společné prezentaci třeba prostřednictvím společných fotografií, ale také na

individuální, jako třeba otevřená komunikace s druhými o partnerovi, chlubení se statusem a podobně.

Řada dalších výzkumů pracuje s obdobnými intencemi, jaké jsme zmínili výše v práci a snaží se poukázat na vliv mediálních obsahů na kvalitu vztahu (Reizerová, Hestron, 2014), na romantické mediální obsahy jako na zdroj informací o fungování vztahu zvláště u mladých lidí (Hefnerová, Wilsonová, 2013). Věnují se propojení televizních a filmových žánrů s romantickými přesvědčeními jejich recipientů (Lippmanová, Wardová, Seabrooková, 2014), stejně tak v duchu Ellisovy reflexe manželským a párovým mýtům (Vernonová, 2012).

Je ovšem nutné zmínit, že některé výzkumy se zaobírají možností, že by expozice romantickým obsahům také nemusela mít na pár vliv vůbec žádný (Zondoraková, 2013).

V závěrečných pasážích řady zmíněných výzkumů najdeme zmínku, že téma zůstává z psychologické perspektivy relativně neprozkoumané. *“(...) různé romantické žánry audiovizuálních médií souvisejí do jisté míry s obecnými a specifickými idealistickými přesvědčeními. Ačkoli nemůžeme předpokládat kauzalitu, naznačují tyto poznatky možnost, že expozice romantickým obsahům může nepřímo ovlivňovat spokojenost ve vztahu,”* píše třeba Lippmanová, Wardová a Seabrooková (2014, 138) na závěr své studie a také vybízejí k dalšímu výzkumu, který je potřebný k podložení tohoto a podobných konstatování.

Samozřejmě jde u výzkumů uvedených v této práci pouze o výběr těch, které se nejbližší točí okolo daného tématu, a sice pojetí romantické lásky a její mytizace. U výzkumů pak šlo hlavně o to, aby se v nich prolínaly perspektivy psychologická a mediální. Je třeba říci, že drtivá většina ze zmíněných, které se věnují mediálním účinkům, se uskutečnila na vzorku náctiletých probandů a lidí do 25 let věku, což může přinášet zkreslení celospolečenské významnosti tématu.

Nabízí se otázka, jak by obdobné výzkumy propojující psychologii a média dopadly v kontextu České republiky. Takové uvažování s sebou přináší také nápady na možné zkoumání. S inspirací například u Holmese a Johnsonové (2009) se nabízí třeba porovnání výsledků obsahové analýzy médií životního stylu, potažmo romantických filmů a seriálů, se kterými se můžeme setkat v české, moravské a slezské mediální krajině, a psychologického výzkumu

postojů a očekávání od partnerství jejich náruživých konzumentů. Kontrolní skupinu by tu mohli tvořit lidé sledující tyto obsahy nepravdělně nebo vůbec.

V práci jsme naznačili možnou souvislost s nefunkčními romantickými přesvědčeními, které jejich nositelům přinášejí životní obtíže, a prací terapeutů, za nimiž pak mohou přijít. Jako možný výzkum se v tomto úhlu pohledu tedy jeví třeba šetření u samotných párových a manželských poradců a terapeutů s úmyslem zjistit, v jaké míře se setkávají s přesvědčeními ekvivalentními mediálním mýtům romantiky. K tomu by se mohly využít dotazníky na bázi Likertových škál zkoumající jak často se s kterým mýtem ve své praxi setkávají. Pokud by výsledky zůstávaly na úrovni nikdy, zřídka, nebo občas, naznačovaly by, že s rozšířeností nefunkčních romantických mýtů to není tak výrazné. Pokud by se ale poradci a terapeuti u více mýtů shodovaly v míře spíše obvyklé, nebo dokonce časté, už by poukázali na do jisté míry rozšířený fenomén.

Při bližším přemýšlení by se patrně dala vymyslet řada výzkumných designů, které by se mohly realitě romantických mýtů přiblížit. Protože se tato bakalářská práce dá považovat za příspěvek ke snaze propojovat pole psychologie a mediálních studií, je také klíčové, aby tyto designy zůstaly napojeny na sféru všudypřítomných médií.

8. Souhrn

Tato bakalářská práce se věnuje mýtům romantické lásky. Obecně lze říci, že se zaměřuje na tyto mýty jako na nefunkční představy a očekávání od partnerského, potažmo manželského života. Někteří psychologové si všímají, jak destruktivně romantické představy zasahují do praxe párového soužití. A protože mediální obsahy jsou plné romantiky a idealizovaných sdělení o párovém soužití, nabízí se otázka, zda mohou být zdrojem pro ony v realitě nefunkční mýty. V této práci si tedy dáváme za cíl porovnat, jaké romantické mýty reflektují vybraní autoři na poli psychologie a jaké reflektuje v médiích autorka z oboru mediálních studií. Jde o to zjistit, zda a do jaké míry se shodují, nebo zda jsou úplně odlišné.

Nejdříve ale v práci předkládáme přehled toho, jak romantickou lásku a zamilovanost vidí některá paradigma v rámci psychologie. Evoluční psychologie ji zkoumá jako přírodně vyvinutý mechanismus, který zajišťuje párovou vazbu dostatečně dlouhou na zplodění a zabezpečení potomka v období jeho plné závislosti na rodičích. Biobehaviorální směr pak považuje romantickou lásku za obdobný mechanismus připoutání, jaký věnují rodiče jedinci, když byl dítě.

Romantickou lásku, lze ale vnímat také jako složku lásky, jak to dělá Sterneberg v trojúhelníkové teorii (triangular theory), jako příběh, což předkládá tentýž autor v narativní teorii, nebo jako svébytný druh lásky, jak to zkoumal Lee ve svých stylech lásky (lovestyles). Další autoři se zaměřují na její krátkodobost, jiní pak mají za to, že může v partnerském vztahu existovat i dlouhodobě a pozitivně ovlivňovat jeho spokojenost; oba způsoby uvažování se ale zaměřují na časový aspekt této fáze partnerského nebo manželského vztahu.

Mediální studia ve své teorii pracují se dvěma paradigmaty. To dominantní v rámci oboru považuje média za silná a účinná ve vlivu na příjemce mediálních obsahů. Alternativní pracuje s příjemcem jako autonomním zpracovatelem mediálních sdělení, který s nimi nakládá zcela různorodě.

Když propojíme obě oborová pole v rámci daného tématu, tedy psychologii a mediální studia, dojdeme k psychologickým výzkumům, které se snaží poukázat na vliv romantických mediálních obsahů na postoje a očekávání jejich příjemců. Tyto výzkumy zjišťují, že mají svůj

vliv na postoje a očekávání třeba adolescentů, zkoumají, zda nemůže jít o zdroj nespokojenosti, který zvyšuje rozvodovost, stejně jako třeba okamžitý behaviorální účinek na lidi jim vystavené.

Mýtus romantické lásky může vést k rozbití vztahu a rozvodu, čehož si všímal už Miroslav Plzák. Jak je zakotven v médiích pak sémiotickou metodou zkoumal Roland Barthes, podle něhož vzniká mýtus na úrovni znaku, tedy symbolické.

Romantickými mýty jako sadou nefunkčních jádrových přesvědčení se zabýval mimo jiné zakladatel Racionálně emočně behaviorální terapie (REBT) Albert Ellis a vytvořil také stručný přehled hlavních mýtů, s nimiž se ve své praxi setkal. Jeho přehled a obsáhlejší seznam mýtů, kterých si v manželství všiml Arnold Allan Lazarus, jsme pak porovnali s mýty, které z mediálních obsahů abstrahovala Mary-Lou Galicianová. Z komparace těchto přehledů vyplývá, že valná většina mediálních mýtů se překrývá s těmi, které pojmenovali zmínění psychologové. Tato shoda může naznačovat, že by mohly mýty reflektované v různých oborech mít společný základ.

Ve finální diskusi pak předkládáme možné nedostatky zvoleného postupu i přehled dalšího současného výzkumu na téma romantické lásky v psychologii. Stejně tak se práce zabývá možnými experimentálními designy, které by mohly blíže osvětlit, nebo vyvrátit spojitost romantických mediálních obsahů a nefunkčních mýtů v myšlení lidí.

Seznam použité literatury:

1. Acevedová, B. P., Aron, A. (2009). Does a Long-Term Relationship Kill Romantic Love?. *Review of General Psychology*. 13 (1), 59–65.
2. Bandura, A. (2002). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryan, D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research*. 2nd edition. (61-90). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
3. Barthes, R. (2004). *Mytologie*. Praha: Dokořán.
4. Baudrillard, J. (1996). *O svádění*. Praha: Votobia.
5. Berscheidová, E. (1998). Some comments on love's anatomy: Or, whatever happened to odl-fashioned love. In R.J. Sternberg, M.L. Barnes (Eds.), *The Psychology of Love*. (359-374). New Haven: Yale University Press.
6. Berscheidová, E., Walsterová, E. (1974). A little bit about love. In T. L. Huston (Ed.), *Foundations of interpersonal attraction*. (356-379). New York: Academic Press.
7. Boutwell, B. B., Barnes, J. C., Beaver, K. M. (2015). When Love Dies: Further Elucidating the Existence of a Mate Ejection Module. *Review of General Psychology*. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1037/gpr0000022>
8. Buss, M. D. (2006). The evolution of love. In R.J. Sternberg, K. Weisová, (Eds.) *The New Psychology of Love*. (65-84). New Haven: Yale University Press.
9. Buss, M. D. (2007). The evolution of human mating. *Acta psychologica sinica*. 39 (3). Získáno 18. února 2015 z http://homepage.psy.utexas.edu/Homepage/Group/BussLAB/pdf/evolution_of_human_mating_2007.pdf
10. Cacioppová, S., Bianchi-Demicheli, F., Hatfieldová, E., Rapson, R. L. (2012). Social neuroscience of love. *Clinical neuropsychiatry*, 9(1), 3-13.
11. Carbonneauová, N., Vallerand, R. J. (2013). On the role of harmonious and obsessive romantic passion in conflict behavior. *Motivation & Emotion*, 37, 743-757.

12. Carpenter, J. Ch., Spottswoodová, E. L. (2013). Exploring romantic relationships on social networking sites using the self-expansion model. *Computers in human behavior*, 29, 1531-1537.
13. Costová, A. L., Sanchesová, E. C., Taveres, C., Zilbermanová, M. L. (2015). Pathological jealousy: Romantic relationship characteristic, emotional and personality aspects, and social adjustment. *Journal of affective disorders*, 174, 38-44.
14. Diamondová, L. M., Dickensonová, J. A. (2012). The neuroimaging of love and desire: Review and future directions. *Clinical neuropsychiatry*, 9(1), 39-46.
15. Eggermont, S. (2004) Television viewing, perceived similarity, and adolescents' expectations of a romantic partner. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 48 (2), 244-265.
16. Ellis, A., Bernard, E. M. (1985). *Clinical application of rational-emotive therapy*. New York: Plenum press.
17. Ellis, A., MacLaren, C. (2005). *Racionálně emoční behaviorální terapie*. Praha: Portál.
18. Emanuele, E., Politi, P., Bianchiová, M., Minoretti, P., Bertona, M., Geroldi, D. (2006) Raised plasma nerve growth factor levels associated with early-stage romantic love. *Psychoneuroendocrinology*. 31 (3), 288-294.
19. Fisherová, H. (2004). *Why we love: Nature and chemistry of romantic love*. New York: Henry Holt.
20. Fox, J., Varberová, K.M. (2013). Romantic Relationship Development in the Age of Facebook: An Exploratory Study of Emerging Adults' Perceptions, Motives, and Behaviors. *Cyberpsychology, Behavior and social network*, 16(1), 3-7.
21. Fromm, E. (1966). *Umění milovat*. Praha: Orbis.
22. Galician, M.-L., Merskin, D. L. (Eds.). (2007). *Critical thinking about sex, love, and romance in the mass media*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

23. Goodboy, A.K., Horan, S.M., Booth-Butterfield, M. (2012). Intentional jealousy evoking behavior in romantic relationships as a function of received partner affection and lovestyles. *Communication Quarterly*, 60(3), 370–385.
24. Guéguen, N., Jacobová, C., Lamy, L. (2009). 'Love is in the air': Effects of songs with romantic lyrics on compliance with a courtship request. *Psychology of Music*, 38, 303–307.
25. Haacková, K. R., Falckeová, D. (2014) Love and Marital Quality in Romantic Relationships Mediated and Non-Mediated by Internet. *Paideia*, 24(57), 105–113.
26. Hall, J. A. (2014). First Comes Social Networking, Then Comes Marriage? Characteristics of Americans Married 2005–2012 Who Met Through Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 17(5), 322–326. doi:10.1089/cyber.2013.0408
27. Harrell, E. (23. prosince 2008). Are Romantic Movies Bad For You?. TIME. Získáno z <http://content.time.com/time/health/article/0,8599,1868389,00.html>.
28. Hatfield, E., Bensman, L., Rapson, R. L. (2012). A brief history of social psychologists' attempts to measure passionate love. *Journal of Social and Personal Relationships*, 29(2), 143–164. doi:10.1177/0265407511431055.
29. Hefnerová, V., Wilsonová, B. J. (2013). From Love at First Sight to Soul Mate: The Influence of Romantic Ideals in Popular Films on Young People's Beliefs about Relationships. *Communication Monographs*, 80(2), 150–175. doi:10.1080/03637751.2013.776697
30. Hendrick, C., Hendricková, S. (1986). A Theory and method of love. *Journal of personality and social psychology*, 50(2), 392–402.
31. Hendrick, C., Hendricková, S. (2006). Styles of romantic love. In R. J. Sternberg, K. Weisová (Eds.) *The New Psychology of Love*. (149–170). New Haven: Yale University Press.
32. Holmes, B.M., Johnsonová, K.R. (2009). Where fantasy meets reality: Media exposure, relationship beliefs and standards, and the moderating effect of a current relationship.

- In E.P. Lamont (Ed.) *Social Psychology: New Research*. (117 – 134). New York: Nova Science Publishers, Inc.
33. Horneyová, K. (1928). Problem of the monogamous ideal. *Journal of psychoanalysis*. Získáno 9. září 2014 z <http://it.scribd.com/doc/38635907/Horney-Problem-of-the-Monogamous-IdealmInternational-Journal-of-Psychoanalysis-Vol-9-318-31-1928>.
 34. Jacobová, C., Guéguen, N., Boulbry, G., & Selmi, S. (2009). 'Love is in the air': Congruency between background music and goods in a flower shop. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 19, 75–79.
 35. Janoušek, J., Slaměník, I. (1998). Člověk a média: Psychologie masové komunikace. In J. Výrost, I. Slaměník (Eds.) *Aplikovaná sociální psychologie I*. (125 – 156). Praha: Portál.
 36. Johnson, R. A. (2003). *Věčný příběh romantické lásky*. Praha: Portál.
 37. Johnsonová, K. R., Holmes, B. M. (2009). Contradictory Messages: A Content Analysis of Hollywood-Produced Romantic Comedy Feature Films. *Communication Quarterly*, 57(3), 352–373.
 38. Katz, S. J., Lui, A. E. (1988). *False love and other romantic illusions: why love goes wrong and how to make it right*. New York: Ticknor and Fields.
 39. Kelley, H. H. (2002). Love and commitment. In H. H. Kelley, E. Berscheidová, A. Christensen, J. H. Harvey, T. L. Huston, G. Levinger, ..., D. R. Peterson, *Close relationships* (265-314). New York: Percheron.
 40. Kenrick, T. D. (2006). A dynamical evolutionary view of love. In R. J. Sternberg, K. Weisová (Eds.). *The New Psychology of Love*. (15-30). New Haven: Yale University Press.
 41. Kratochvíl, S. (2000). *Jak žít s neurózou*. Praha: Portál.
 42. Kratochvíl, S. (2009). *Manželská a párová terapie*. Praha: Portál.

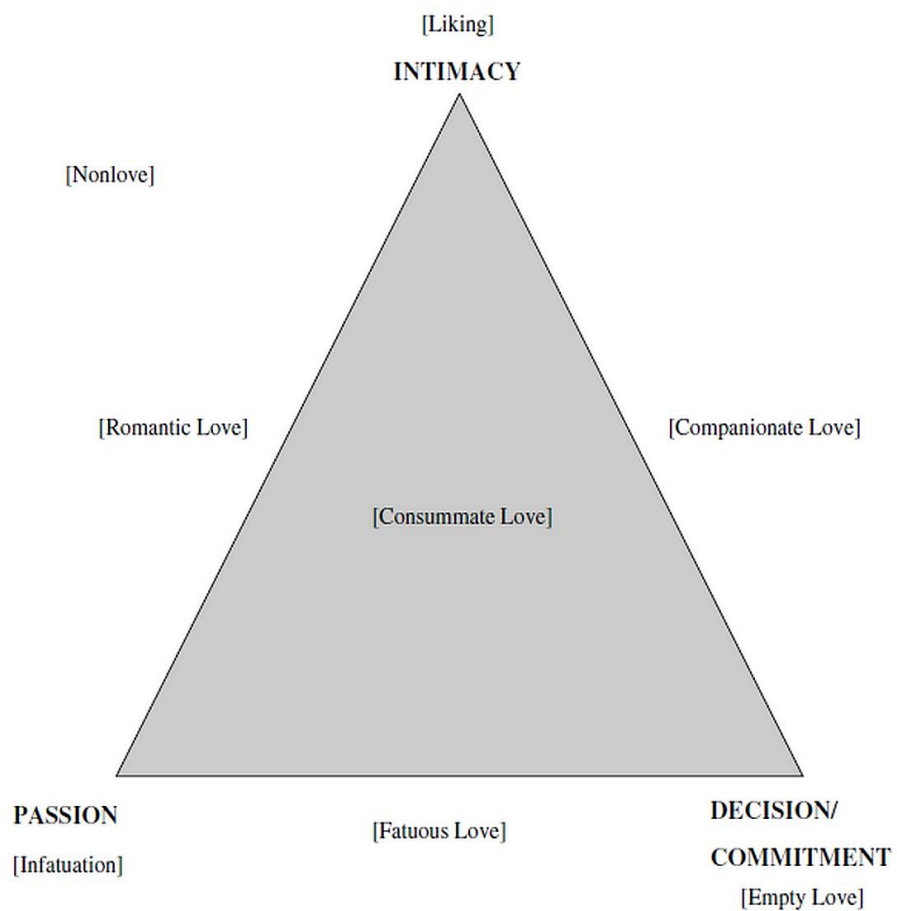
43. Langeslagová, S. J. E., Van der Veen, F. M., Fekkes, D. (2012) Blood levels are differentially affected by romantic love in men and women. *Journal of Psychophysiology*, 26(2), 92-98.
44. Larson, J. H. (1988). The marriage quiz: College students' beliefs in selected myths about marriage. *Family Relations*, 37(1), 3–11.
45. Lazarus, A. A. (2001). *Marital myths: Fresh look at two dozen mistaken beliefs about marriage*. California: Impact Publishers.
46. Leckman, F. J., et al. (2005). Group report: Biobehavioral processes in attachment and bonding. In C. S. Carter, L. Ahnert, K. E. Grossmann, S. B. Hrdy, M. E. Lamb, S.W. Porges, N. Sachser (Eds). *Attachment and bonding: New synthesis*. (303-349). Dahlem workshop report. Massachusetts: MIT Press.
47. Leckman, F.J., Hrdy S.B., Keverne, E.B., Carterová, S. (2006) A Biobehavioral model of attachment and bonding. In R. J. Sternberg, K. Weisová, (Eds.) *The New Psychology of Love*. (116-145). New Haven: Yale University Press.
48. Lee, J. A. (1973). *The colors of love: An exploration of the ways of loving*. Don Mills, Ontario: New Press.
49. Lee, J.A. (1977). A topology of styles of loving. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 3, 173-182.
50. Lee, J.A. (1998). Ideologies of lovestyles and sexstyles. In V. C. de Munck (Ed.) *Romantic Love and Sexual Behavior: Perspectives from the Social Sciences*. (32-76). Westport: Praeger Publishers.
51. Lim, M. M., Young, L. J. (2004). Vasopressin-dependent neural circuits underlying pair bond formation in the monogamous prairie vole. *Neuroscience*, 125, 35-45.
52. Lindholm, Ch. (1998) Future of love. In V. C. de Munck (Ed.) *Romantic Love and Sexual Behavior: Perspectives from the Social Sciences*. (17-32). Westport: Praeger Publishers.

53. Lippmanová, J. R., Wardová, L. M., Seabrooková, R. C. (2014). Isn't It Romantic? Differential Associations Between Romantic Screen Media Genres and Romantic Beliefs. *Psychology of popular media culture*, 3(3), 128-140
54. Marazzitiová, D., Baroni, S. (2012). Romantic Love. The mystery of its biological roots. *Clinical neuropsychiatry*, 9(1), 14-19.
55. McQuail, D. (1998). *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
56. Mead, G. H. (1934). *Mind, Self & Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
57. Moreyová, J. N. et al (2013). Young adults' use of communication technology within their romantic relationships and associations with attachment style. *Computers in human behaviors*, 29, 1771-1778.
58. Paul, A. (2014). Is Online Better Than Offline for Meeting Partners? Depends: Are You Looking to Marry or to Date?. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 17(10), 664-667. doi:10.1089/cyber.2014.0302
59. Petrusek, M. (2006). *Společnosti pozdní doby*. Praha: SLON.
60. Plaňava, I. (1998). *Spolu každý sám v manželství a rodině*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
61. Plaňava, I. (2003). Stálá láska je mýtus. *Psychologie Dnes*, 9(3), 1-3.
62. Plzák, M. (2001). *Žena a muž - Teorie a praxe manželského soužití*. Praha: Motto.
63. Popenoe, D. (2002). *The top ten myths of marriage*. Rutgers, RI: National Marriage Project. Získáno 3. ledna 2015 z <http://www.njccr.org/Articles/NMPTop10MythsMarriage.pdf>.
64. Punyanunt-Carterová, N. (2006). Love on Television: Reality Perception Differences Between Men and Women. *North American Journal of Psychology*, 2(2), 269-276.
65. Reganová, P.C. (2008). General theories of love. In Reganová, P.C. (Ed.), *The mating game: A primer on love, sex, and marriage*. (119-137). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

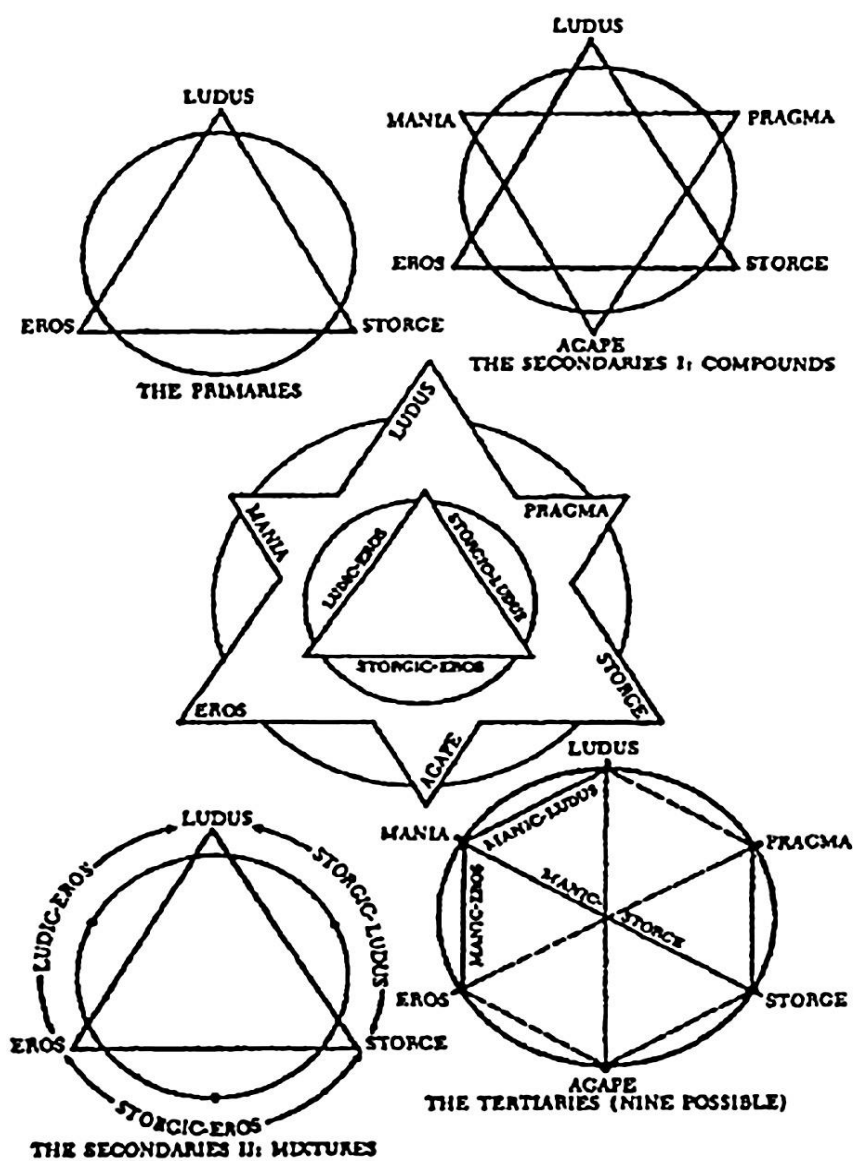
66. Reizerová, A., Hestron, A. (2014). Media exposure and romantic relationship quality: A slippery slope? *Psychological reports: Relationship and Communication*, 114(1), 231-249.
67. Segrin, C., & Nabi, R. L. (2002). Does television viewing cultivate unrealistic expectations about marriage? *Journal of Communication*, 52, 247–263.
68. Shanhong, L. (2014). Effects of texting on satisfaction in romantic relationships: The role of attachment. *Computers in human behaviors*, 33, 145-152.
69. Sherry, S. B. et al. (2014). Does socially prescribed perfectionism predict daily conflict? A 14-day daily diary study of romantic couples using self- and partner-reports. *Personality and individual differences*, 61-62, 24-27.
70. Signorielli, N., & Morgan, M. (1996). Cultivation analysis: Research and practice. In M. B. Salwen, & D. W. Stacks (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research*. (111-126). Mahway, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
71. Stanton, S. E., Campbell, L., Loving, T. J. (2014). Energized by love: Thinking about romantic relationships increases positive affect and blood glucose levels. *Psychophysiology*, 51(10), 990-995. doi:10.1111/psyp.12249
72. Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 93, 119-135.
73. Sternberg, R. J. (1998). *Love is a story*. New York: Oxford university press.
74. Sternberg, R. J. (2006). Duplex theory of love. In R. J. Sternberg, Weisová, K. (Eds.) *The New Psychology of Love*. (184-199). New Haven: Yale University Press.
75. Sternberg, R. J., Barnes, M. L. (1985). Real and ideal others in romantic relationships. *Journal of personality and Social Psychology*, 49, 1586-1608.
76. Sternberg, R. J., Weisová, K. (Eds.). (2006). *The New Psychology of Love*. New Haven: Yale University Press.

77. Storey, J., & McDonald, K. (2014). Love's best habit: The uses of media in romantic relationships. *International Journal Of Cultural Studies*, 17(2), 113-125. doi:10.1177/1367877912467274
78. Sumter, S. R., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). Perceptions of love across the lifespan: Differences in passion, intimacy, and commitment. *International Journal Of Behavioral Development*, 37(5), 417-427. doi:10.1177/0165025413492486
79. Vernonová, A. (2013). I Will Always Love You: Dispelling Marital Myths Through Applications of Rational-Emotive Behavior Therapy. *Journal of Rational-Emotive Cognitive-Behavioral Therapy*, 31, 57-66
80. Walen., S. R., DiGiuseppe., R., Dryden., W. (1992). *A practitioner guide to rational emotive therapy*. New York: Oxford University Press.
81. Walsterová, E., Walster, G. W. (1978). *A new look at love*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley.
82. Weiman, G. (2000). *Communicating Unreality: Modern Media and the Reconstruction of Reality*. California: SAGE Publication.
83. Wlodarski, R., Dunbar, R. I. M. (2014). The effects of romantic love on mentalizing abilities. *Review of general psychology*, 18(4), 313-321.
84. Wolfe, J. L. (1985). Women. In A. Ellis, M. E. Bernard, (Eds). *Clinical Application of Rational-Emotive therapy*. (101-127). New York: Plenum Press.
85. Zondoraková, D. (2013). Romance and reality: The impact of viewing romantic media on changes in women's attitudes toward romantic partners. *Dissertation Abstracts International*, 73

Příloha 1: Sternbergův Trojúhelníkový model lásky (Reganová, 2008, 122)



Příloha 2: Lovestyles (de Munck, 1998, 36)



Příloha 3: ABSTRAKT DIPLOMOVÉ PRÁCE

Název práce: Mýty romantické lásky psychologické a mediální

Autor práce: Lukáš Kutek

Vedoucí práce: PhDr. Marek Kolařík, PhD.

Počet stran a znaků:

Počet příloh: 4

Počet titulů použité literatury: 85

Abstrakt (800–1200 zn.): Pojetí romantické lásky se objevuje mimo jiné jako součást několika stěžejních teorií lásky v psychologii. Někteří autoři ji staví do opozice s racionální, partnerskou láskou. Dokonce se lze setkat s pojetím romantické lásky jako nefunkčním modelem představ a očekávání od partnerských a manželských vztahů, který nositelům a jejich okolí přináší problémy. Konkrétním mýtům romantické lásky jako nefunkčnímu myšlení se věnuje v psychologii třeba Albert Ellis a se zaměřením na manželství pak Arnold Lazarus. Jaké romantické mýty se objevují v médiích, zase zkoumá Mary-Lou Galicianová. Při komparaci textů je zjevné, že romantické mýty, jaké abstrahují zmínění psychologové ze své terapeutické praxe, a mýty reflektované v médiích se z velké části shodují.

Klíčová slova: romantická, láska, mýtus, média, Ellis, Galicianová, Lazarus

ABSTRACT OF THESIS

Title: Myths of romantic love in psychology and media studies

Author: Lukáš Kutek

Supervisor: PhDr. Marek Kolařík, PhD.

Number of pages and characters:

Number of appendices: 4

Number of references: 85

Abstract (800–1200 characters): The concept of romantic love appears among others as part of several key theories in psychology of love. Some authors place it in opposition to the rational, companionate love. Even it is not rare to meet with the concept of romantic love as a model of dysfunctional thinking and expectations from the being couple and marriage that causes problems to given people and to people around them. On specific myths of romantic love as a dysfunctional thinking pursued Albert Ellis and focusing on marriage also Arnold Lazarus. What romantic myths are spread by the media explores Mary-Lou Galician. When we compare romantic myths, it is clear that those of psychologists pulled out of their therapeutic practices and those reflected in the media are largely the same.

Key words: romantic, love, myth, media, Ellis, Galician, Lazarus

Příloha 4: Podklad pro zadání bakalářské práce

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Akademický rok: 2012/2013

Studijní program: Psychologie

Forma: Kombinovaná

Obor/komb.: Psychologie (PSYB)

PODKLAD PRO ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

PŘEDKLÁDÁ: KUTEK Lukáš

OSOBNÍ ČÍSLO: F11279

ADRESA: Kouřimská 8, Praha

NÁZEV TÉMATU ČESKY: Mýty romantické lásky psychologické a mediální

NÁZEV TÉMATU ANGLICKY: Myths of romantic love in psychology and media studies

VEDOUCÍ PRÁCE: PhDr. Marek Kolařík, PhD.

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Racionálně edukační terapie popisuje iracionální mýty v partnerských vztazích, založené na představách romantické lásky. Mediální studia (media studies) a kulturní studia (cultural studies) se zabývají analýzou mediálních obsahů včetně romantických filmů, seriálů.

Komparací se bakalářská práce snaží dobat, zda se v mediálních obsazích zakódované mýty, které analytici popisují, shodují s mýty, které popisuje racionálně edukační terapie. Práce se snaží o syntézu dvou disciplín, které se mnohdy prolínají a z jiných úhlů zkoumají totožné téma.

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Akass, K., McCabe, J. (2004). *Reading Sex and the City*. London: I.B.Tauris.

Ang, I. (1996). *Watching Dallas, soap opera and the melodramatic imagination*. London: Routledge.

Barthes, R. (2004). *Mytologie*. Brno: DOKOŘÁN.

Ben-Zé'ev, A., Goussinsky, R. (2008). *In the name of love, romantic ideology and it's victims*. New York: Oxford University Press.

Campbell, J. (1998). *Mýty*. Praha: Pragma.

Elis, A., MacLaren, C. (2005). *Racionálně emoční behaviorální terapie*. Praha: Portál.

Fiske, J. (1989). *Understanding Popular Culture*. London: Routledge.

Fromm, E. (1996). *Umění milovat*. Praha: Nakladatelství Josefa Šimona.

Fromm, E. (1999). *Mýtus, sen a rituál*. Praha: Aurora.

Galician, M.-L., Merskin, D. L. (Eds.). (2007). *Critical Thinking About Sex, Love, And Romance in the Mass Media: Media Literacy Applications*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Hauck, P., (1998). *Manželské mýty*. Bratislava: Slovart.

Kratochvíl, S. (2009). *Manželská a párová terapie*. Praha: Portál.

Plaňava, I. (1984). Rodinné mýty. *Psychológia a patopsychológia dieťaťa* 1/1984, SPN

Plzák, M. (2001). *Žena a muž Teorie a praxe manželského soužití*. Praha: MOTTO

Sobotková, I. (2001). *Psychologie rodiny*. Praha: Portál

Von Franz, M.-L. (1999). *Mýtus a psychologie*. Praha: Portál

PODPIS STUDENTA: _____

DATUM: _____

PODPIS VEDOUCÍHO

PRÁCE: _____

DATUM: _____