

# Sociologická analýza diskursivních reprezentací štěstí

Kristián Šrám

Co je štěstí?

# Co nás *společnost* o štěstí učí?

## Sociologické uchopení problematiky

- Kvalitativní analýza textu
- Jednotkou analýzy jsou *diskursivní reprezentace*
- Datový korpus: selekce *návodů na štěstí*
- Zkoumané reprezentace štěstí stanoveny induktivně (teoretické vzorkování, princip saturace)

# Diskurs a diskursivní reprezentace

- Gramatika diskursu skryta
- Diskursivní reprezentace = konkrétní manifestace diskursu
  
- Diskurs x prožívané štěstí
- Princip *autora* (racionalizace, strukturace výpovědi)
- Legitimita ve veřejném prostoru

## Představení výzkumné otázky

- **Jaké diskursivní reprezentace štěstí v dnešní společnosti existují, jak se vůči sobě vzájemně vymezují a jaké mezi nimi existují souvislosti?**
  
- Deskriptivní, explorativní analýza

Teoretické uchopení *štěstí*

Hedonické x Eudaimonické  
pojetí štěstí

# Co je tedy štěstí?

## Hedonické interpretace

- Štěstí jako konzumace požitků
- Maximalizace potěšení (*pleasure – pain principle*)
- Pasivita a *materialistické* konotace
- Past hedonismu
- Paradox štěstí

## Eudaimonické interpretace

- Štěstí jako vedení spokojeného života
- Soulad s *opravdovým já*
- Sebeaktualizace, seberealizace, autentické prožívání života
- Aktivní snaha o dosažení štěstí
- Problém pozitivního afektu

## Konceptualizace problematiky štěstí

- Binární opozice pojetí štěstí využita jako konceptuální / analytický nástroj
- Sémantická ambivalence řešena posunem na pragmatickou rovinu

# Výsledky analýzy

## Identifikované reprezentace štěstí

- *Neoliberální* reprezentace štěstí
- Spirituálně-religiózní reprezentace štěstí
- Populárně-psychologické reprezentace štěstí

# Nástroje interpretace

- Vztah reprezentace k hedonickým a eudaimonickým interpretacím
- Vztah reprezentace k *expertnímu diskursu* moderního výzkumu štěstí

Tři typy reprezentací

# *Neoliberální* reprezentace štěstí

- Štěstí spojováno s motivem úspěchu
- Štěstí je individuální projekt (kritika negativního tlaku okolí)
- Produktivní rámování překážek (překážka jako stimul k růstu)
- Příklon k eudaimonismu (osobní růst – kritika hedonismu: *efektivita, produktivita*)
- Naivní a idealistická interpretace vědeckého diskursu
- Idealizace kapacity pro zvládnání překážek (normativní tlak)

# Spirituálně-religiózní reprezentace

- Ústředním motivem je transcendence (pochopení smyslu života, eudaimonismus)
- Distinkce opravdové x pomíjivé štěstí (kritika hedonismu)
- Pravidla dosahování štěstí spojená s představou morálního řádu (*být dobrým člověkem*)
- Obdoba produktivního rámování překážek (*vše má smysl*)
- Slabý vztah k *expertnímu diskursu*



# Populárně-psychologické reprezentace

- Nejsilnější opora ve vědeckém diskursu
- Komunikace vědeckého diskursu a jeho překlad do populární sféry
- Škála možností mezi póly věda x populární sféra
- Obecně spíše zjednodušení a banalizace expertního diskursu
- Obsahově nejvolnější (dochází pouze k definici pravidel dosahování štěstí)
- Propojení hedonické a eudaimonické dimenze

## Prodávání štěstí - hedonizace štěstí v reklamě

- Teoreticky formulovaná kapitola
- Instrumentální reinterpretace eudaimonických motivů směrem k hedonickým (*hedonizace*)
- Rozpor v pohledu kritiků a příznivců
- Stimulace krátkodobého efektu (prodej)
- Komodifikace a materializace hodnot x žádný efekt

Typ reprezentace	Vztah k eudaimonismu	Vztah k hedonismu	Vztah k expertnímu diskursu
<b>Neoliberální</b>	Eudaimonismus patrný v apelu na osobní rozvoj, obhájení individualistických hodnot	Kritika hedonické orientace (neproduktivní, neefektivní)	Arbitrární přijetí (snaha o zvýšení validity)
<b>Spirituálně-religiózní</b>	Opravdové štěstí tkví v pochopení transcendentního smyslu existence	Hedonismus je překážkou k nalezení dlouhodobého štěstí	Neutrální, existují souvislosti
<b>Populárně-psychologické</b>	Štěstí není zcela samozřejmé, je třeba jej budovat a učit se, snaha o integraci hedonismu	Existuje kritika některých forem hedonismu, určité formy jsou však přijímány	Popularizace tezí expertního diskursu, naivní aplikace v dílčích případech
<b>Oblast marketingu a reklamy</b>	Instrumentální reinterpretace eudaimonických motivů směrem k hedonismu		Vztah nejasný, podpora hledaná ve vlastním výzkumu

## Obecné rysy reprezentací štěstí

- Eudaimonismus obsahuje morální dimenzi
- Eudaimonismus je podkladem pro konstrukci morálního řádu a normativního tlaku
- Ostrakizace / objektivizace jako penalizace překročení morálního řádu
- Budování legitimacy a validity skrze vědecký diskurs

# Konec

Děkuji za pozornost

## Význam pro sociologii

- Problematika štěstí skryta v řadě konceptů (*anomie, relativní deprivace, alienation, subjektivní chudoba aj.*)
- Představy štěstí jako odraz společenských norem, morálního řádu, *hodnot*
- Poměr hedonických a eudaimonických motivů jako indikátor
- Na většinu těchto otázek však nelze z pozice práce odpovědět