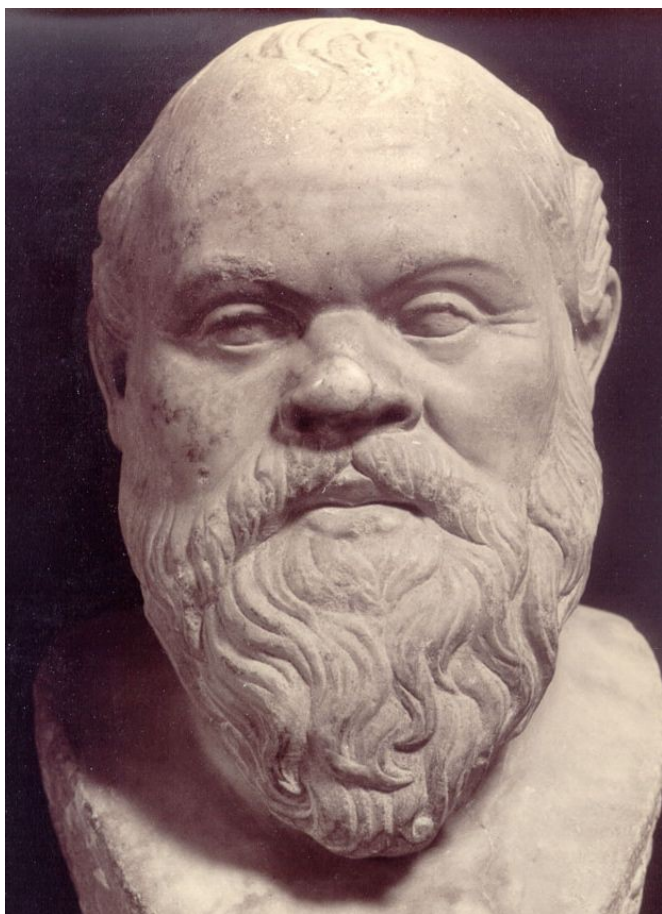


M Ψ is the scientific study of human behavior, thoughts, and feelings experienced in the context of media and its creation

- 1987 – APA zakládá Divizi 46
- 1996 – vychází *Journal of Media Psychology*
- 1999 – vychází *Media Psychology*
- 2003 – vychází první učebnice (David Giles), revize 2010

*Kdo se mu naučí, přestanou si cvičit paměť a tím budou zapomínat, neboť spoléhající na písmo nebudou se rozpomínat sami od sebe zevnitř, nýbrž jen zjevně, podle cizích znaků; našel jsi tedy prostředek k upamatování, ale nikoli pro paměť. Poskytuješ svým žákům jen zdání moudrosti, ale nikoli moudrost pravou....*

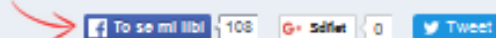
**Platón / Sókratés, dialog Faidros**



# Vědecká studie: Facebook způsobuje přeludy a můžete z něj zešílet! Udělejte si test, zda jste na něm závislí.



**SDÍLEJ!**



5. května 2013 - 09:03

Facebook a jiné sociální sítě vás mohou dohnat k šílenství. Alespoň podle izraelských vědců. Ti tvrdí, že mohou způsobit psychotické stavy a v nejhorších, raritních případech i halucinace. Udělejte si i vy test, podle kterého zjistíte, zda jste na Facebooku závislí!

[JDI NA HLAVNÍ STRÁNKU BLESK.CZ](#)



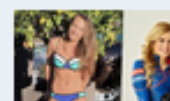
**Syn Bartošové odhalil své soukromí: Jak to...**



**Zeman couvá s potvrzením výkupného: „Čítoval...**



**Stovka lidí se loučila s lesním mužem, jeho...**



**Největší soupeřka Soukalové: Sexy Italka, ...**





# Dehydrovaní mladí Číňané umírají u počítačových her

Čínský parlament razantně vystoupil proti mladým hráčům, kterým ještě nebylo osmnáct let. Podle nové iniciativy by vláda měla vydat nařízení spolu s technologií, která by těmto lidem zabránila hrát déle než pět hodin v kuse. Snaha se odvíjí od rostoucího počtu úmrtí ještě nedospělých hráčů.



◀ Hra World of Warcraft je velmi návyková. Údajně již zavinila smrt několika mladých Číňanů.

FOTO: NOVINKY

pátek 20. července 2007, 10:05

Mladí čínští hráči umírají nejčastěji na dehydrataci

# Teorie injekční jehly / teorie magické střely

(hypodermic needle model / magic bullet theory)

- V pozornosti od 20. let 20. století s rozvojem rozhlasového a později televizního vysílání, kinematografie atd.
- Prvotním impulzem byla propaganda za 1. světové války. Vymývání mozků? Mohou média měnit hodnoty, postoje a chování lidí?
- Mediální panika jako hybná síla – týká se vždy nového média, které získává dominanci. A týká se hlavně dětí







16/92 • 34

**RODOKAPS**



ROMÁNY DO KAPSY

Mindy Fischer

**LEBKY Z HOR POVĚRY**









4451-32




440-24



# 1929 – The Payne Fund Studies

- Jak působí film na děti?
- Měření kožně-galvanické reakce při sledování filmových sekvencí
- Romantické a „erotické“ scény s dětmi nehnuly ale u teenagerů *sex scenes blew the sixteen-year-olds off the graphs*
- Dotazníková část u rodičů a učitelů – *na mladé působí filmy jednoznačně škodlivě, dochází k erozi morálky*

A comic book panel showing Superman in his classic blue suit with a red cape and yellow belt, flying through a window. He is carrying a white dog in his arms. The dog is lying down, looking towards the viewer. Superman has a determined expression. The background shows a cityscape with buildings and a window with a view of a city street. There are two speech bubbles. The first one is from a character off-panel, asking if a flying dog was seen. The second one is from Superman, replying that he is afraid so.

UHH, DOCTOR--  
WAS THAT A  
*FLYING DOG*  
I JUST SAW?

AFRAID SO,  
MISS LANE...

# 50. léta Werthamovy studie

- Škodlivost komiksů
- *Mladí tráví čtením komiksů i 3 hodiny denně!*
- *Jistě ztrácejí povědomí o realitě!*
  
- Obsahová analýza komiksů
- Hledání a reportování příkladů, kdy se dítě zabilo napodobováním superhrdinů

# 40., 50.,60. léta

- Behaviorismus a experimenty. Nepřímé posílení, teorie sociálního učení (A. Bandura)
- Frankfurtská škola, T. Adorno – marxistická kritika „nízké“ kultury
- Televize – serializace, reklama, parasociální vztahy





1984  
GEORGE ORWELL

# Postoj I : účinky médií jsou velké

- Existuje přímý a kauzální vztah mezi použitím či vystavením se médiu či jeho obsahu a následnou změnou v oblasti hodnot, postojů, chování, prožívání
- Tzv. technologický determinismus

# Postoj II : účinky médií jsou minimální

- Např. Paul Felix Lazarsfeld
- Po utichnutí mediální paniky zpravidla pocit zásadního vlivu média mizí
- Jak se dané médium stává běžným napříč populací, stáváme se vůči jeho vlivu „slepí“

16/92 • 34

**RODOKAPS**



ROMÁNY DO KAPSY

Mindy Fischer

**LEBKY Z HOR POVĚRY**





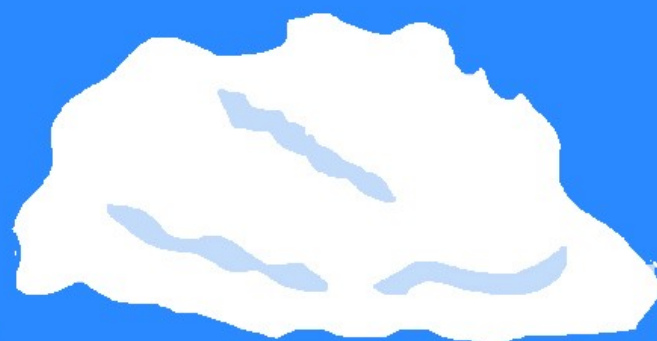
9100

X 001



304

LIFE: X 02

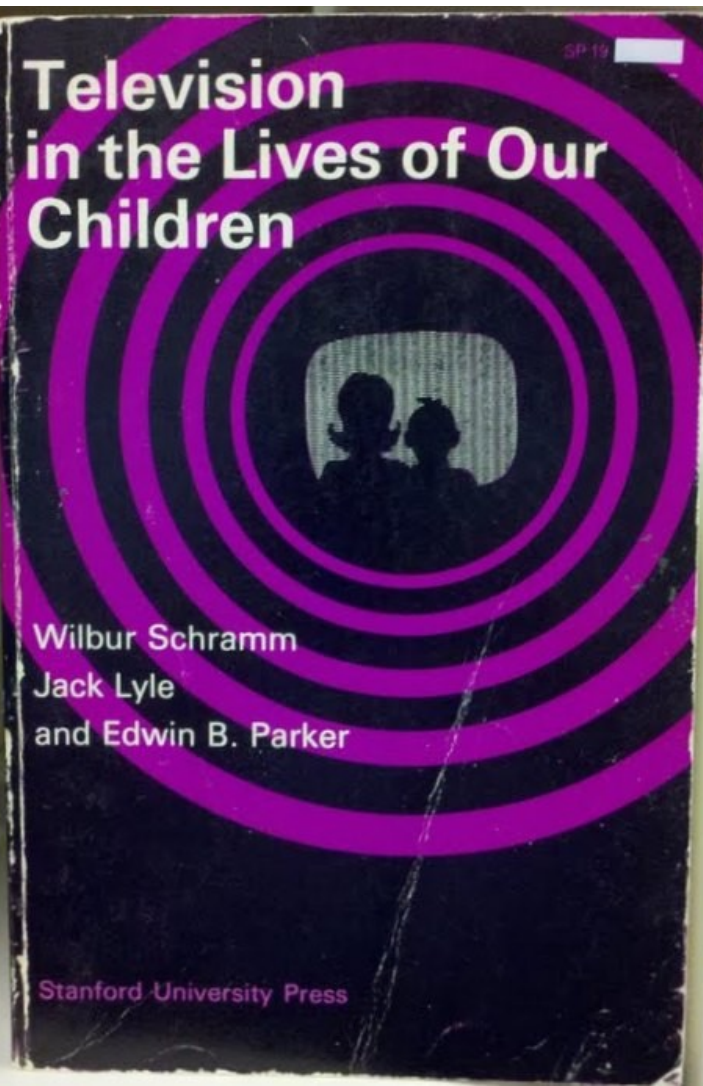


- Publikované studie ukazují spíše malý účinek – korelace nejčastěji kolem  $r = .1$ , pokud vůbec.
- Nepřekvapivé v komplexních systémech
- Překvapivé protože odporuje 1) mediálním reprezentacím 2) selskému rozumu aka efekt třetí osoby 3) případovým studiím
- Příklad 1: vliv médií na strach a úzkost u dětí je spíše malý  $r = .18$ , ale řada klinických případů extrémní reakce (Pearce & Field, 2015).
- Příklad 2: vliv médií např. počítačových her na násilí minimální, ale případy mladistvých střelců.

*Exemplary Meta-analyses of Media Effects*

Study	Type of media use	Outcome	<i>r</i>
1. Wood et al (1991)	Media violence	Aggression	.13 <sup>a</sup>
2. Paik and Comstock (1994)	Media violence	Antisocial behavior	.31
3. Allen et al (1995)	Exposure to nudity	Aggression	-.13
	Violent pornography	Aggression	.21
4. Anderson and Bushman (2001)	Video game use	Aggression	.19
		Prosocial behavior	-.16
5. Sherry (2001)	Violent video game use	Aggression	.15
6. Snyder et al (2004)	Health campaigns	Suit belt use	.15
		Alcohol consumption	.09
		Smoking	.05
7. Marshall et al (2004)	Television viewing	Fatness/phys. activity	.08 /-.13
	Video game use	Fatness/phys. activity	.12 /-.14
8. Wellman et al (2006)	Tobacco use in media	Attitudes t/w smoking	.17 <sup>a</sup>
		Smoking initiation	.22
9. Desmond and Garveth (2007)	Exposure to advertising	Brand attitude	.15
		Product selection	.15
10. Barlett et al (2008)	Media use	Male body esteem	-.11
		Male body satisfaction	-.10
11. Grabe et al (2008)	Media use	Body satisfaction	-.14
		Internalization thin ideal	-.19
		Eating behaviors/beliefs	-.15
12. Savage and Yancey (2008)	Media violence/ panel studies	Criminal aggression	.12
	Media violence/ Exp. studies	Criminal aggression	.06
13. Ferguson and Kilburn (2009)	Media violence	Aggression	.08
14. Boulianne (2009)	Internet use	Political engagement	.07
	Online news use	Political engagement	.13

# Postoj III : účinky médií jsou smíšené – kontextuální



*For some children under some conditions some television is harmful.*

*For other children under the same conditions or for the same children under other conditions it may be beneficial.*

*For most children under most conditions, most television is probably neither particularly harmful nor particularly beneficial.*

A. Bandura (2001) Social Cognitive Theory of Mass-Communication

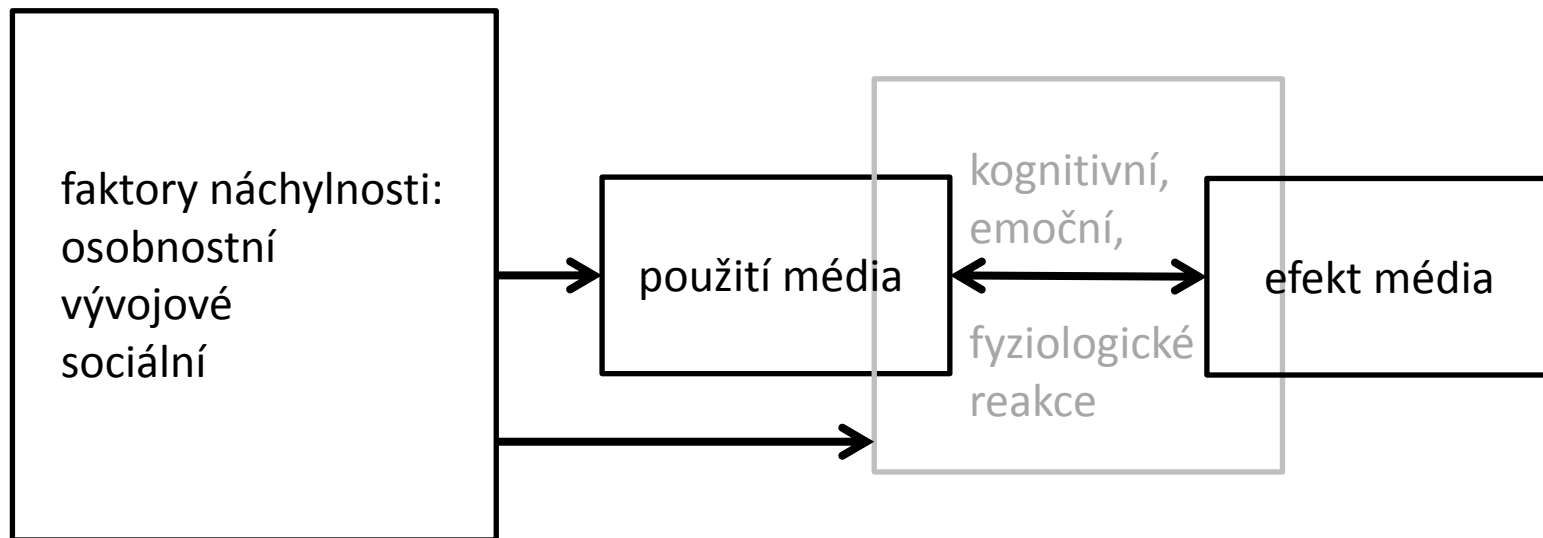
M. Slater (2007) Reinforcing spiral theory

P. Valkenburg & J. Peter (2013) Differential Susceptibility to media effects

# Valkenburg & Peter – rozdílná náchylnost

1. Selektivita ve výběru a způsobu užití média podle dispozičních, vývojových a sociálních faktorů
2. Účinky médií jsou kontextuální; závisí na stejných faktorech jako jejich výběr
3. Účinky médií jsou nepřímé – kognitivní, emoční a fyziologické reakce stojí mezi použitím média a účinkem
4. Selektivita a účinky médií jsou v recipročním vztahu





Obr. 1: Model zvýšené náchylnosti k mediálním účinkům (zjednodušeno z Valkenburg a Peter, 2013b)

# Selektivita výběru média

- Lazarsfeld (1948) – lidé hledají takové zprávy v médiích, které potvrzují jejich přesvědčení
- Lidé nepoužívají média náhodně, ale vybírají se je podle svých specifických potřeb (Katz & Lazarsfeld, 1955)
- Uses-and-Gratification Theory
- Selectivity Exposure Theory
- Racionální vs neuvědomovaný výběr

# Faktory selektivity - dispoziční

Stabilní faktory – temperament, osobnostní rysy, gender

- Sensation seeking, agresivita, poruchy osobnosti apod. u násilných obsahů
- Need for cognition

Proximální faktory – motivace, nálada, přesvědčení

- Kognitivní disonance (Festinger)
- Teorie řízení nálady (mood management, Zillmann & Bryant, 1985)

# Faktory selektivity - vývojové

- Vyhledáváme média, která obsahově odpovídají kognitivnímu a emočnímu stupni vývoje. V případě diskrepance věnujeme médiu menší pozornost
- Kojenci – vysoký tón zvuku, pomalý děj, jednoduché postavy
- Děti – zrychlení děje, sofistikovanější postavy, dobrodružné prostředí
- Adolescenti – humor založený na překročení tabu, riskantní chování
- Mladší dospělí – násilné, hororové, vzrušující
- Starší dospělí – klidné, založené na vyšších hodnotách



# Faktory selektivity - sociální

- Makro-mezo-mikro systém
- Makro – kultura, infrastruktura dané země
- Mezo – školní prostředí
- Mikro – rodiče
  
- Teorie sociální identity (Tajfel & Turner, 1979) – lidé svou identitu odvozují od příslušnosti a nepříslušnosti k sociálním skupinám. Zde lidé získávají normy, postoje atd. Důležitost subkultur, kamarádských klik. S každou in-group automaticky vzniká out-group

# Nepřímost mediálních účinků

- Mezi užitím média a následkem stojí intervenující reakce
- Kognitivní, emoční a fyziologické procesy, které nastaly během a krátce po užití média
- Postoje a přesvědčení
- vysvětlují JAK a PROČ vůbec k účinku došlo
- Centrální cesta přesvědčování nese stabilnější výsledek postojové změny (elaboration likelihood model; Petty & Cacioppo, 1986)
- Excitation-Transfer-Model (Zillmann, 1996) – fyziologické nabuzení zvyšuje emoční (i protichůdné) reakce

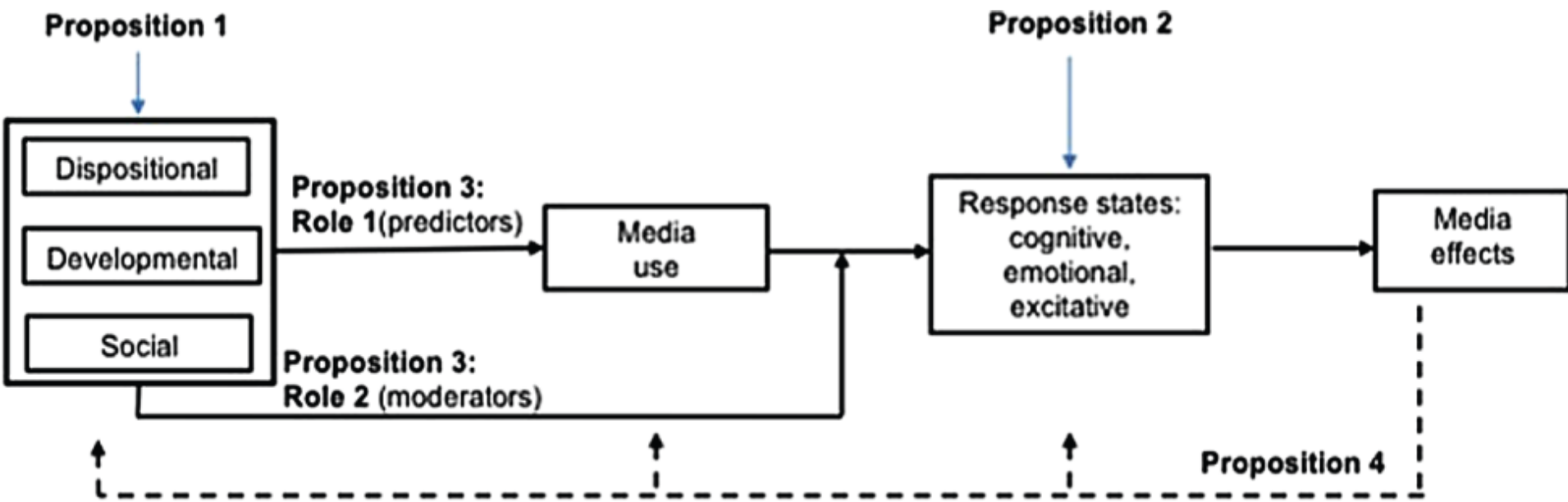
# Situačnost mediálních účinků

- Mediální účinky jsou zesilovány a zeslabovány situačně
- Zesilování/zeslabování je ovlivněno faktory selektivity – dispozičními, vývojovými, sociálními
- míra agresivity jako osobnostního rysu ovlivňuje výběr násilného média i míru následného agresivního chování.
- avatar s podobnými vlastnostmi pozitivně ovlivňuje pocit zábavnosti počítačové hry
- mediální obsah kongruentní s naší osobností je zpracován lépe a s menší námahou
- děti mají silnější fyziologické reakce
- Kultivační teorie (Gerbner, 1980) – „dvojitá dávka“ účinků, když je mediální obsah kongruentní s naší zkušeností

# Mediální účinky jsou transakční

- Výběr média a mediální účinky jsou v recipročním vztahu
- Zpětnovazebná smyčka
- Dynamický vztah mezi selektivitou a efektem
- Agresivní jako rys osobnosti ovlivňuje výběr média s násilným obsahem, což dále zvyšuje pravděpodobnost násilného chování, dlouhodobě se upevňuje do struktury identity (Slater et al., 2003)





**Proposition 1:** Media effects depend on three types of differential susceptibility variables.

**Proposition 2:** Three media response states mediate the relationship between media use and effects.

**Proposition 3:** The differential susceptibility variables have two roles; they act as predictors and moderators.

**Proposition 4:** Media effects are transactional.