

MUNI  
FSS

# Motivace a média

Lukas Blinka

# Historická expozice

- Výzkum mediálních účinků se snažil osvětlit dopad používání médií na jedince a společnost – např. teorie injekční jehly
- Mechanistická perspektiva – účinky jsou přímé, recipient je pasivní
- Zaměření na okamžité, krátkodobé, a tedy snadno měřitelné účinky
- Předpoklad silných účinků – v praxi se ale nepotvrzoval:
- Média sama o sobě pravděpodobně nemají dostatečnou sílu k vyvolání účinků
- Média jsou pouze jedním z mnoha faktorů v psychické a sociální realitě
- 2 □ Mnohost důvodů proč a k čemu média používáme

# Teorie užití a uspokojení

## Uses & Gratification Theory

- Katz, Blumler, Gurevitch (1974) Utilization of mass communication by the individual.
- UGT obrací vžitou optiku – místo otázky, *co dělají média s lidmi*, se ptá, *co lidé dělají s médii*
- Předmětem zájmu je a) vysvětlit, jak lidé používají média k uspokojení svých potřeb b) rozumět motivům k používání médií c) identifikovat následky, které vyplývají z těchto potřeb, motivů a chování
- UGT výzkum se zaměřuje na výzkum publika a jeho mediálního chování

# UGT: základní předpoklady

- Výběr a užití médií je účelné a motivované
- Lidé jsou aktivními uživateli médií. Ne pasivními recipienty účinků, které z médií vychází
- Média soutěží samy mezi sebou a s dalšími alternativami, které mohou uspokojovat naše potřeby
- Lidé (vztahy, osobnost,...) zpravidla diktují užití a účinky médií, ne obráceně
- Lidé jsou nejen schopni motivovaného výběru a užití médií, ale jsou schopni i toto reflektovat

# UGT: obecná typologie motivů

- **Informace – učení:** nejen jako vedlejší účinek používání médií (viz kultivační teorie), ale jako vědomý zdroj informací o světě, sebevzdělávání, naplnění zvědavosti,...
- **Identita:** média jsou důležitým faktorem v sociální a osobní identitě, vytváření a utvrzování postojů, ... Parasociální vztahy – vztahy vytvořené k mediovaným (fiktivním) postavám připomínají skutečné osobní vztahy
- **Sociální interakce - vztahy:** propojení s ostatními, nahrazení/doplnění/vylepšení vztahů s ostatními,...
- **Regulace nálady:** zábava, relax, zabití nudy, nabuzení, útěk před problémy... Preferenci k užití konkrétního média často určuje momentální nálada.
- **Zvyk/návyk:** používání určitého média jakožto naučené chování. Protože toto chování má přinášet uspokojení a protože u některých je toto chování velmi významné, nabízí se podobnost se závislostmi

# Příklad: typologie motivace k hraní online her

Výkon	Socializace	Vnoření
<p><b>Rozvoj</b> postup ve hře; hromadění bodů, předmětů; zkušenosti a úrovní</p>	<p><b>Seznamování</b> náhodné chatování a snaha spřátelit se</p>	<p><b>Objevování</b> prozkoumávání světa, hromadění znalostí a objevování ztracených věcí</p>
<p><b>Mechanismy</b> zvyšování číselných charakteristik postavy a její optimalizace</p>	<p><b>Vztahy</b> sebeodhalování , hledání a poskytování pomoci</p>	<p><b>Role-playing</b> role postavy a její historie, linie příběhu a fantasy styl</p>
<p><b>Soutěžení</b> provokování ostatních hráčů, uplatňování dominance nad nimi</p>	<p><b>Týmová práce</b> spolupráce, skupina a postup skupiny namísto jednotlivců</p>	<p><b>Postava</b> její vzhled, vybavení a vystupování</p>
		<p><b>Únik</b> před skutečností a problémy reálného života, relaxace</p>

# UGT: kritika

- Předpoklad, že lidé jsou racionální a uvědomělí uživatelé může být v řadě případů nerealistický
- Přehnaná metodologická závislost na sebeposouzení respondenta a na určitém metodologickém postupu (zpravidla dotazník)
- Explicitní motivy (které lidé vyjadřují) vs implicitní motivy (které skutečně vedou člověka k určitému chování, ale nejsou člověkem plně reflektované např. kvůli sociální žádoucnosti)
- Omezená zobecnitelnost a přenositelnost typologie motivů mezi různými  
medii

# Hédonické potřeby

- **Teorie kognitivní disonance** (Leo Festinger)
- Podněty, které jsou v nesouladu s postoji či chováním jedince, jsou prožívány negativně a jedinec se snaží tohoto nesouladu zbavit – např. vyhýbat se těm podnětům a preferovat ty v souladu
- **Mood management theory** (Dolf Zillmann)
- Optimalizace nálady jako hlavní motiv používání médií
- Nastolení příjemného a utlumení nepříjemného
- Např. vzrušující obsahy na překonání nudy či frustrace, relaxující obsahy na uklidnění, veselé na zbavení se smutku
- Kritika – predikce občas selhává, výběr médií je občas vzhledem k náladě paradoxní (sad film paradox), občas je preference ne-hédonických obsahů a efektů
- Hédonická potřeba je sama ovlivňována osobnostními charakteristikami



# Motivace

- souhrn intrapsychických dynamických sil, které aktivují a organizují prožívání a chování s cílem změnit existující neuspokojivou situaci (vyhnout se nepříjemnému/dosáhnout příjemného)
- Chování je poháněno vnitřním stavem „nedostatku“ (disequilibrium). Jsme nespokojení a něco chceme (potřebujeme)
- motivace = potřeba = touha
- Na neurobiologické úrovni spojené s dopaminogerními drahami - anticipace slaste („chtění“). Stejné zjištění z psychologické perspektivy – klasické (párování podnětů) a operantní podmiňování (odměňování a trestání)

# Motivace

- Henry S. Murray: primární potřeby (biologické, tj. jíst, pít, dýchat, sex, vyhýbání se bolesti a nepříjemnému); sekundární potřeby (tj. úspěch, moc a dominance, sounáležitost, intimita/hravost)
- David McClelland: potřeba úspěchu, potřeba afiliace, potřeba moci
- Ne vždy jsme si vědomi proč se chováme jak se chováme
- za jedinečnou osobností každého člověka je různá kombinace sekundárních potřeb. Stálá struktura motivace (=osobnost) tendence jedince odpovídat na podmínky v určitých (relativně stabilních) vzorcích
- Uvědomované (explicitní) motivy jsou v čase proměnlivé, jsou nepřesné a mají malou prediktivní hodnotu
- Implicitní motivy je ale obtížné zkoumat, ve výzkumu médií taková tradice téměř neexistovala, situace se mění se vstupem behaviorálních dat z digitálních médií

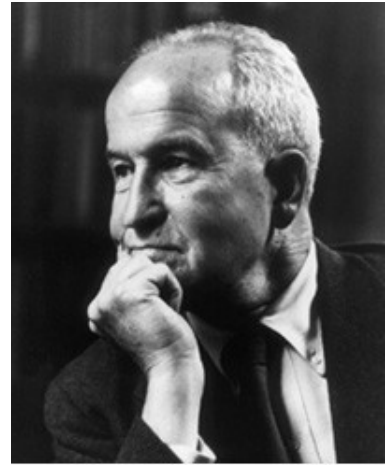
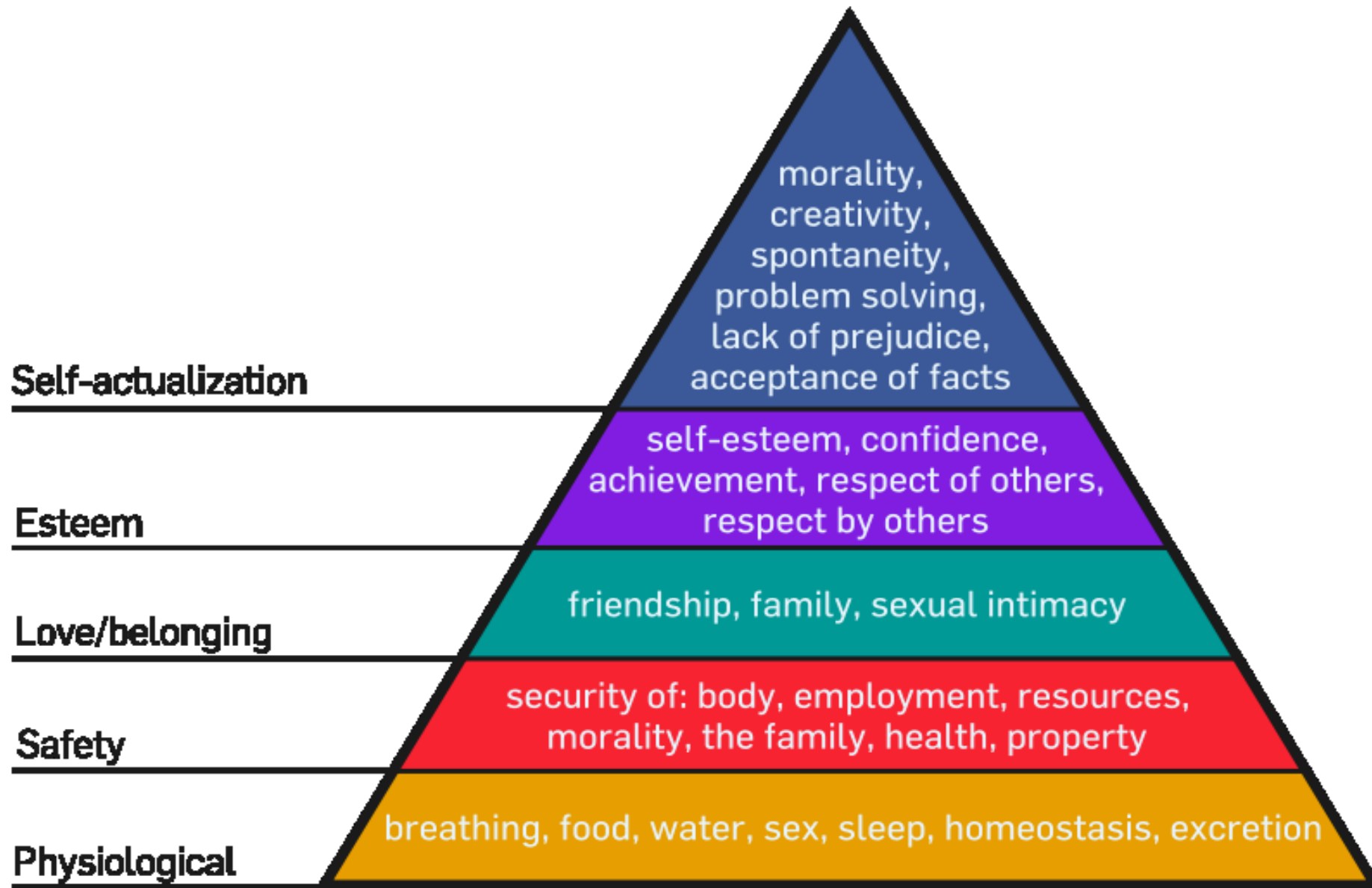


Photo: Harvard University Archives



Christina Morgan, 1926, Morgan Family Papers.



# Hédonické vs eudaimonické potřeby

- Hédonické potřeby (v rámci klasické mood management theory): cítit se dobře / necítit se špatně
- Eudaimonia – odkazuje na vyšší potřeby, smysl života, empatii, morálku, introspekci apod.
- **Sebedeterminační teorie** (self determination theory, Ryan & Deci): Lidé mají vrozenou potřebu k postupnému „růstu“ a naplňování vyšších potřeb tj. např. pocitů kompetence, autonomie, vztahování se k dalším lidem a „něčemu vyššímu“
- V médiích např. ambivalentní hrdina, smutný konec, smrt hrdiny,...
- *Enjoyment* (hedonické potřeby) vs *Appreciation* (eudaimonické potřeby)
- I eudaimonické potřeby jsou dále predikovány osobnostními charakteristikami – např. mírou empatie č obecně mírou machiavelismu, narcisismu, psychopatie (temná triáda)

- Naplňování hédonických potřeba má spíše momentální účinek a momentální dopad na well-being (subjektivní – hédonický well-being)
- Naplňování eudaimonických potřeb má dlouhodobější vliv zejména na vnímanou celkovou kvalitu života a smysl života, vyšší pocit hodnoty lidského života, lepší interpersonální vztahy, menší pocit osamění (psychologický – eudaimonický well-being)
- Sebedeterminační teorie ukázala vyšší vtažení a angažovanost např. u počítačových her či seriálů

# Displacement hypothesis

- Dle UGT, používání médií soupeří mezi sebou (budu koukat na film nebo budu hrát hru?) a soupeří s dalšími aktivitami (budu koukat na film nebo budu dělat úkol do školy nebo si pudu ven zaběhat nebo si pudu dát sklenku?)
- Jelikož máme omezené zdroje – času, energie/pozornosti,..., používání média nutně vede k vytlačování média jiného nebo vytlačování jiných aktivit
- Novější média zpravidla vytlačují ta tradiční ALE i trend v překryvu a konvergenci



# Úrovně výběru média

- Výběr média (budu koukat na film, hrát hry, chatovat, multitaskova,...)
- Výběr v rámci média (výběr konkrétního TV kanálu, ...)
- Výběr konkrétní aktivity v rámci výběru (zajímá mě konkrétní scéna, konkrétní odstavec textu,...)
- **Selektivita se netýká jen médií, výběr se odehrává v kontextu všech potenciálních aktivit a týká se celého životního stylu**
- Média soupeří nejen mezi sebou ale v širším spektru aktivit
- Porozumět výběru médií předpokládá porozumění motivaci jako takovému, životnímu stylu, identitě daného jedince



# Displacement hypothesis

- Používání médií se v poslední dekádě stalo zdaleka nejvýznamnější volnočasovou aktivitou
- Díky internetu a mobilním zařízením je obsah dostupný 24/7/365
- Např. hraní počítačových her je velmi časově náročné, průměr kolem 30 hodin týdně, významná část herní komunity průměrně 40-50 hodin týdně = stejná doba jako ve škole či práci
- Fakticky nekonečný mediální obsah
- Větší nároky na regulaci a autoregulaci užívání, k čemuž mnozí mají stížené osobnostní a sociální podmínky

# Displacement hypothesis

- Morální panika: a) nová média jsou horší/nebezpečnější než ta tradiční b) používání médií je na úkor jiných, lepších a zdravějších aktivit



# Média a obezita

- Trend rostoucího BMI a intenzity používání médií (hlavně TV) byl od 80. let evidentní
- Nízký výdej energie (více času bez pohybu) a vysoký příjem (snackování, vysoce kalorické potraviny, reklamy na vysoce kalorické potraviny)
- Poslední dekáda – zpomalení či zastavení trendu rostoucího BMI, přestože stále roste čas strávený s médii
- TV je částečně nahrazována internetem, kdy je vyšší aktivita, vyšší mobilita a nižší snackování
- Vliv jiných faktorů - rodiny a socioekonomického statusu – se ukazuje jako zásadnější

# Média a spánek

- Nové technologie více než tradiční média zasahují do spánku
- Ubíráme si kvalitu a kvantitu spánku: a) chodíme spát později, ale vstáváme stejně brzo; b) nabuzuje fyziologické procesy v době, kdy by se měly zklidňovat; c) modré světlo ovlivňuje tvorbu spánkového hormonu melatoninu; d) k potlačení únavy používáme nabuzující prostředky; e) během víkendu, kdy můžeme spánkový dluh dohnat, často využíváme média ještě intenzivněji
- Spánek má zásadní vliv na pozornost, schopnost zapamatovat a vybavovat si, celkový pocit duševní a fyzické pohody (např. ovlivňuje funkci imunitního systému)

## Do sleeping habits mediate the association between time spent on digital devices and school problems in adolescence?

Daniela Husarova<sup>1,2</sup>, Lukas Blinky<sup>3,4</sup>, Andrea Madarasova Geckova<sup>1,2,5</sup>, Jan Sirucek<sup>3</sup>, Jitse P. van Dijk<sup>2,5,6</sup>, Sijmen A. Reijneveld<sup>6</sup>

- 1 Department of Health Psychology, Faculty of Medicine, Pavol Jozef Safarik University, Kosice, Slovak Republic
- 2 Graduate School Kosice Institute for Society and Health, Faculty of Medicine, Pavol Jozef Safarik University, Kosice, Slovak Republic
- 3 Institute for Research on Children, Youth and Family, Faculty of Social Studies, Masaryk University, Brno, Czech Republic
- 4 Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Akureyri, Akureyri, Iceland
- 5 Olomouc University Social Health Institute, Palacky University, Olomouc, Czech Republic
- 6 Department of Community & Occupational Medicine, University of Groningen, University Medical Center Groningen, Groningen, The Netherlands

Correspondence: Daniela Husarova, Department of Health Psychology, Faculty of Medicine, Pavol Jozef Safarik University, Trieda SNP 1, 040 01 Kosice, Slovak Republic, Tel: +421 55 234 3436, e-mail: daniela.husarova@upjs.sk

**Background:** This study examined the associations of Internet and computer screen time with school difficulties and the role of sleep quality and soft and energy drinks consumption. **Methods:** We used data from the cross-sectional Health Behaviour in School-aged Children study collected in 2014 among Slovak adolescents (aged 11.0–15.9 years,  $N=7595$ , 48.1% boys). We examined the inter-relations between time spent with on digital devices (time spent playing digital games or Internet use), sleeping quality (sleeping shortage, sleeping difficulties), soft/energy drinks consumption and school problems (low academic achievement, disliking school, being pressured by schoolwork and truancy), using structural equation modeling. **Results:** Results showed that the more time adolescents spent on digital devices during leisure time, the more school problems they had. This association was mediated by a higher consumption of soft or energy drinks and a lower quality of sleeping. The direct effect of time spent on digital devices on school problems and its indirect effect via sleeping quality were relatively small ( $-0.26$  and  $-0.30$ , respectively, standardized solution), compared with the indirect effect of time spent on digital devices via soft/energy drinks consumption as well as sleeping quality (0.65, standardized solution). **Conclusions:** Time spent on digital devices is associated with school problems, with sleeping and soft/energy drinks consumption playing a substantial role in this association.

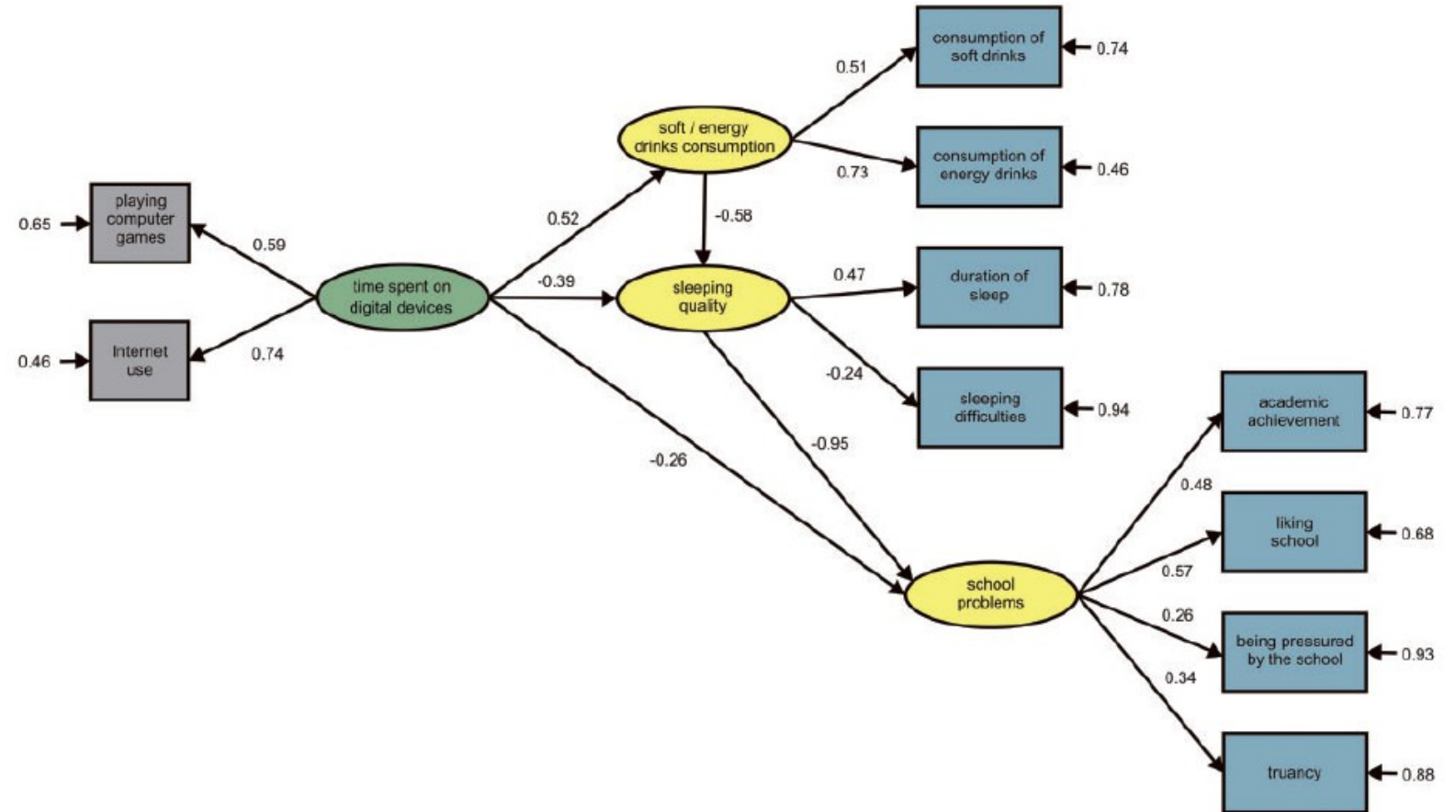


Figure 1 The association of time spent on digital devices with school problems mediated by soft/energy drinks consumption and sleeping quality: a structural equation model