

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra psychologie

**Vliv video abstinence na subjektivní prožitek míry
autenticity**

Bakalářská diplomová práce



Autor: Vojtěch Ospalík

Vedoucí práce: PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.

Olomouc

2017

Poděkování

V první řadě děkuji Bohu, neboť on umožnil existenci tohoto světa a následující práce by bez něj také nemohla být stvořena. Dále děkuji všem inspirativním osobám, které mne za uplynulé roky obklopovaly a pomohly mi v mé cestě vpřed. Jedná se především o mé rodiče, Zuzanku a přátele. Z akademické půdy děkuji hlavně vedoucímu této práce, doktorovi Janu Šmahajovi, Ph.D., za jeho podnětné rady, diskuse, jež mi byly obrovsky nápomocné, a za věcnou kritiku, kdy každá připomínka mi umožnila posunout úroveň mé práce o kousek výš. Zkušenosti z této spolupráce pro mne budou velmi cenné i v budoucím životě.

Také děkuji obecně všem akademickým pracovníkům, nezdolně předávajícím pochodeň moudrosti dalším generacím. Velmi si vážím práce všech těchto lidí. V neposlední řadě děkuji světu, že je takový, jaký je, dokonalý ve své nedokonalosti. Bez této zdánlivé nedokonalosti by byly veškerý pokrok a bádání zbytečné a rovněž by byla zbytečná i tvorba této práce.

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem svou bakalářskou diplomovou práci s názvem *Vliv video abstinence na subjektivní prožitek míry authenticity* vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedl jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne

Podpis.....

Obsah

Úvod.....	6
Teoretická část.....	8
1. Historie a současnost sledování videí.....	8
2. Historické výzkumy vlivu sledování videí na psychiku.....	10
2.1. Motivy ke sledování.....	12
2.2. Osobnost diváka.....	13
3. Současné poznatky.....	13
3.1 Sledování jako prostředek úniku od self.....	19
4. Autenticita.....	22
4.1. Autenticita a sledování videí.....	25
Praktická část.....	27
5. Základní informace o výzkumu.....	27
6. Použité metody analýzy a interpretace dat.....	29
7. Základní informace o particpantech výzkumu a jejich sledovacích návycích...30	
8. Informace o průběhu experimentu.....	33
8.1. Motivace k zapojení se do experimentu.....	33
8.2. Pozorované nejpozitivnější a nejnegativnější aspekty video abstinence.....	33
8.3. Kdy bylo nejtěžší vydržet ve video abstinenci.....	34
8.4. Důvody předčasného ukončení experimentu.....	35
8.5. Změna ve sledovacích návycích po experimentu.....	36
8.6. Jaké činnosti nahradily sledování videí?.....	37
9. Změny v subjektivním prožitku autenticity.....	39
9.1. Sebepoznání při video abstinenci.....	39
9.2. Pozorované změny ve způsobu myšlení a obsahu myšlenek.....	40

9.3.	Pozorované změny prožitku bytí sám se sebou.....	41
9.4.	Změny chování participantů v průběhu video abstinence.....	42
9.5.	Změny v prožitku bytí ovlivněn/á okolím.....	43
10.	Diskuse.....	46
11.	Závěr.....	49
	Souhrn.....	52
	Seznam použitých zdrojů a literatury.....	56
	Seznam příloh.....	63
	Přílohy.....	64

Úvod

Žijeme v době v mnoha aspektech radikálně odlišné od té, ve které žily dřívější generace. Mezi jinými změnami drasticky vzrostl čas, jenž průměrný člověk tráví před obrazovkami elektronických přístrojů. Jedním z formátů, jež nám obrazovky zprostředkovávají, jsou videa.

Před dvěma lety jsem postupně docházel k uvědomění, že lidé kolem mě jsou sledováním videí ovlivněni daleko více, než jsou si vědomi. A stejné je to také se mnou. Usoudil jsem, že jsme ovlivněni jak konkrétními obsahy ve sledovaných materiálech, tak obecnými specifiky videí. Např. v průměrném filmu je daleko více akce a děje než v běžném životě, díky čemuž nám realita může připadat nudnější, než pokud bychom žádné filmy nesledovali.

Také jsem si uvědomil jeden pro mne zásadní fakt. Sledujeme obrovské množství chování, které není opravdové, je hrané. Za mého života jsem se nesetkal s nikým, kdo by se nad tímto podívoval, a stejně tak při studiu psychologie jsem na nikoho takového nenarazil. A přeci mi po zamyšlení se nad touto problematikou začínalo být stále jasnější, že nás sledování hraných dějů musí nějakým způsobem ovlivňovat, a nabýval jsem podezření, že toto ovlivnění může být značné.

Dovídal jsem se a uvědomoval si další aspekty vlivu sledování videí na psychiku a postupně se díval na videa méně a méně, až jsem je v posledním roce přestal sledovat takřka úplně. Postupně jsem poté začal vidět příležitostně zhlédnuté filmy a seriály jako méně a méně reálné, a naopak mnoho video materiálů mi začalo připadat až toxických pro psychiku.

V mé práci jsem chtěl, aby si vyzkoušelo zážitek video abstinence více lidí. Tuto vizi jsem realizoval s vírou, že každý člověk si z tohoto zážitku něco odnese, navíc se zvědavostí, kolik společných rysů a uvědomění takový zážitek bude mít. Také jsem byl velmi zvědavý na nové poznatky zúčastněných, jak o sledování, tak o nesledování videí.

Pro upřesnění, ústředním motivem této bakalářské práce bylo odpovědět na otázku: co a jak se změní v lidském myšlení a prožívání a také jak se změní způsob života, pokud zkoumaná osoba přestane sledovat materiál ve formě videí? Podmínkou ovšem bylo, že respondent byl doposud zvyklý pravidelně sledovat videa v jakémkoli formátu nebo žánru. Něco, co jsme se rozhodli přijímat, bylo na určitý čas vynecháno.

Otázkou bylo, zda vynechání sledování veškerého video materiálu poskytne participantům výzkumu prostor posunout se o trochu dále v poznání sebe sama a v poznání reálných lidí okolo? Budou prožívat své jáství jako opravdovější, neboť nebudou ovlivněni velkým množstvím cizích a hraných emocí, jež byli doposud zvyklí sledovat na obrazovkách?

Sebepoznání a blízkost k sobě samému jsou koncepty, které spolu jistě souvisí, dokonce jsou podmínkou jeden druhému, neboť jak můžeme pociťovat blízkost k něčemu, co neznáme? A jak můžeme poznávat něco, co nám není blízké? Možná to lze, ale poznávání něčeho vzdáleného bude nejspíš zatíženo větším množstvím omylů a nepřesností.

Centrální koncepty této práce jsou dva: subjektivní prožitek míry autenticity a video abstinence. Video abstinencí bylo myšleno nesledování jakéhokoli video materiálu.

Za subjektivní prožitek míry autenticity považují to, jak moc se člověk cítí v kontaktu se sebou samým, jak moc prožívá opravdovost svých emocí a jak moc je dává najevo a také do jaké míry má pocit, že jeho chování pramení z jeho nitra

Hlavní výzkumnou otázkou této práce bylo, zda video abstinence zvýší míru subjektivního vnímání vlastní autenticity? Dalším cílem bylo blíže prozkoumat různé vlivy působící na průběh video abstinence.

1. Historie a současnost sledování videí

Pro zážitek sledování videí je klíčový *Phi* fenomén. Díky tomuto jevu se nám jednotlivé obrázky zobrazené v rychlém sledu za sebou zdají jako jednolitý pohyb („history of the motion picture“, 2016). Pokud by tohoto fenoménu nebylo, asi by nikoho nelákalo zkoumat technologické možnosti promítání obrázků a pokud už by se promítalo, rozhodně by sledování nebylo tak příjemné.

Vynálezu prvního video projektoru předcházelo mnoho jiných pokusů o promítání obrazů rychle v řadě za sebou. Jako první širěji využitelný přístroj je pokládán fonograf Thomase Alvy Edisona vynalezený v roce 1877. Záznam živého dění byl možný díky kameře vynalezené v roce 1888 W. K. Dicksonem („history of the motion picture“, 2016). Od této doby se průmysl a technologie pohyblivých obrázků prudce rozvíjely až do současnosti. Mnohé se změnilo, ale základní princip zůstává stejný.

Jedním z nejzásadnějších vynálezů, jenž dovedl sledování do podoby, v jaké je dnes, je televize. Základem prvních televizí byl kotouč uspořádaný ve spirále, který rozkládal obraz na řádky složené z jednotlivých bodů obrazu. Tento kotouč byl patentovaný v roce 1884 Paulem Nipkowem a umožnil zobrazit obraz bez nutnosti připravit jej na fyzickém médiu, jako tomu bylo u fonografu.

Tím, co z televize učinilo natolik populární zařízení, však nebyl jen způsob zobrazení, ale především přenos vysílání na velké vzdálenosti. To se poprvé oficiálně povedlo v roce 1924, kdy J. L. Bair přenesl obraz maltéžského kříže na vzdálenost 2,5 m a o dva roky už žádal ministra pošt Velké Británie o povolení experimentálního televizního vysílání („ČT“, 2016). V roce 1929 už vysílalo pravidelné vysílání BBC, ovšem pouze ve všední dny a půl hodiny denně („ČT“, 2016). V Československu bylo zkušební pravidelné vysílání státní televize zahájeno v roce 1953. Rychlost rozšiřování tohoto přelomového vynálezu ilustruje např. fakt, že v roce 1962 byl v Československu již jeden milión platících diváků, v roce 1965 šlo o 2 milióny, v roce 1969 byla prolomena hranice 3 miliónů a v roce 1978 překročil počet hlášených přijímačů 4 milióny („ČT“, 2016). Rychlost, s jakou se televize dostala do takřka všech domácností moderního světa, je zkrátka neuvěřitelná.

Pokud je bráno v potaz, že často nebylo příliš finančních prostředků nazbyt, především pro zařízení, která nebyla životně, či alespoň nějak prakticky důležitá, tak

motivace pro pořízení takového zařízení musela být opravdu silná. Jako by naplňovalo universální lidskou potřebu či potřeby.

V současnosti již není tak snadné stanovit, jaký je hlavní prostředek ke sledování videí. Přibyla celá škála zařízení, které to umožňují, a způsobů, jak si video obstarat. Internet umožnil změnu sledovacích návyků, např. díky možnosti vidět mnoho dílů seriálu za sebou, a nemuset tak čekat na další vysílání v televizi, či nutnosti sehnat si DVD. Tento způsob sledování je populární především u mladších generací a v angličtině se nazývá *binge-watching* (Jurgensen, 2012). S tímto způsobem sledování je spojeno také to, že dotyčný shlédne více dílů, než původně zamýšlel, doslovně se začne přehlcovat sledováním. Podobně jako *binge-eating* znamená přejíst se daleko větším množstvím jídla, než je vhodné a než bylo původně zamýšleno („Binge-Eating Disorder“, 2016).

Na jednu stranu sice zvýšení dostupnosti jednotlivých videí díky internetu posílilo svobodu volby nad sledovaným materiálem, ale i díky existenci fenoménu *binge-watching* je zřejmé, že tato svoboda může být někdy jen zdánlivá.

Dalším soudobým fenoménem je tvorba a vysílání videí skrze weby, jako např. Youtube.com. Tyto stránky navštěvuje cca miliarda diváků, což je třetina všech uživatelů internetu („Statistiky – YouTube“, 2016).

Na Youtube.com může sdílet videa každý člověk či společnost disponující nahrávacím zařízením, což dává příležitost být skrz videa viděn nepoměrně většímu počtu lidí, než bylo doposud možné.

2. Historické výzkumy vlivu sledování videí na psychiku

Už od samých počátků sledování videí, především po jeho rychlém rozšíření a strmě vzrůstající oblíbenosti, se začali vědci zabývat jeho vlivem na lidskou psychiku. Největší zájem byl od počátku o výzkum vlivu na dítě, neboť zde byl důvodný předpoklad, že dítě bude více ovlivněné oproti dospělým, a panovaly obavy negativního vlivu sledování právě na děti.

Epocha výzkumu vlivu filmů na děti začala v roce 1904 a skončila v roce 1939. Období výzkumu vlivu televize na děti začalo v roce 1949 a pokračuje až dodnes (Wartella & Reeves, 1985).

Jeden z prvních velkých výzkumů vlivu sledování byl uskutečněn organizací Payne Fund studies v roce 1933. Jednalo se o detailní pohled na vliv sledování filmů na spánek, na znalost cizích kultur, na postoj k agresi a na delikventní chování. Jeho hlavním přínosem bylo zjištění, že ten samý film může ovlivnit každé dítě jinak, v závislosti na jeho věku, pohlaví, předsudkům, sociálnímu prostředí a vlivu rodičů (Wartella & Reeves, 1985).

Většina historických výzkumů se zabývala tím, jak konkrétní viděné věci ovlivní člověka, např. jeho hodnoty nebo agresivní chování. Méně se však výzkumy zabývaly ovlivněním médiem samotným a jeho specifiky oproti reálnému světu, bez ohledu na obsah (Kubey & Csikszentmihalyi, 2002).

Jedním z prvních psychologů, jenž si povšiml ovlivnění sledováním samotným, byl J. A. M. Meerloo (1954). K němu se dostaly tři děti, jejichž stav Meerloo popsal jako závislost na televizi, neboť nemohly odtrhnout zrak od televizní obrazovky. *„Všechny byly v rané adolescenci. Odmítaly plnit své školní a domácí povinnosti. Vykazovaly znaky schizofrenické epizody a stávaly se více a více negativistickými. Kromě sledování televize byly v celkové apatii ohledně všeho.“* (Meerloo, 1954).

Meerloo z pozorování těchto dětí vyvodil, že televizní fascinace:

1. je opravdová závislost,
2. vzbuzuje předčasný sexuální a emocionální zmatek, nutí děti zapínat televizi znovu a znovu, ale na druhé straně jsou zmatené ohledně toho, co v ní vidí,

3. konstantně poskytuje uspokojení agresivních fantazií (divoký western, zločiny) s následně vyvolaným pocitem viny, jelikož dítě má tendenci identifikovat se s kriminálníkem,

4. je zloděj času,

5. omezuje aktivní vnitřní kreativní činnosti.

Souhrnně řečeno, při sledování televize dítě pouze sedí a sleduje falešný svět namísto toho, aby čelilo opravdovým obtížím. Obrazovka k dítěti mluví, hraje si s ním, bere jej do světa kouzel a fantazie. Pro sledující dítě zastává televize místo dospělého, který je absolutně trpělivý, což *binge-eating* si dítě přeloží jako důkaz lásky.

Meerloo také nastínil směr výzkumu sledování videí, na který v podstatě pozdější výzkumy a úvahy navazují: „*Měli bychom zjistit, co dělá televize a rádio naší selektivní kapacitě zraku a sluchu, a měli bychom zjistit efekt až příliš komplikovaných a různorodých výjevů na jednotlivé osobnosti a jejich mysli. Měli bychom nalézt hranice mezi osobami, které jsou negativním vlivům sledování více náchylné než ostatní, jako jsou např. adolescenti.*“ (Meerloo, 1954).

Dále usoudil, že televize brzdí osobní pokrok, neboť pokrok vyžaduje izolaci, vnitřní konverzaci a přezkoumávání svého já. Při sledování televize je naopak odváděna pozornost od vnitřního prožívání díky záplavě cizích vjemů a informací. Tyto informace jsou jednotné pro široké publikum, myslí diváků se díky tomu kolektivizují a směřují k banálnímu uvažování (Meerloo, 1954).

Výzkumu vlivu televize na dětskou mysl se věnovala později Marie Winn (1985), která zkoumala mezigenerační rozdíly mezi dětmi, které vyrůstaly bez televize nebo s jejím minimálním užitím, a generací dětí, jež sledovaly televizi několik hodin denně. Nechat sledovat dítě televizi často i po dobu 4–5 hodin denně se rychle ujalo, neboť to rodičům poskytovalo více prostoru pro jejich vlastní život, a měli také pocit, že dítě je ve větším bezpečí, oproti aktivnímu hraní si.

Díky existenci speciálních pořadů pro děti, často s edukační tematikou, měli rodiče pocit, že je to v pořádku. Dle M. Winn (1985) ovšem nejde v první řadě o to, jaký mají jednotlivé programy vliv na dítě, ale o to, jaký na něj má vliv sledování televize jako činnost sama o sobě, která má specifické vlivy na dítě bez ohledu na specifický obsah. Sledování televize v dětství drasticky redukuje možnosti hry, interakcí s okolím

a mění dynamiku rodiny. Ubírá dětem fantazii, neboť předkládá už zpracované fantazijní obrazy (Winn, 1985).

Sledování dění v televizi ovlivní vidění světa dítěte, opravdový svět se mu bude jevit méně reálný díky tzv. televizním brýlím (Winn, 1985). Tento vliv se nejspíše projeví i v dospělosti. Generace, jež jako první vyrostla s televizí, častěji vyhledávala psychiatrickou pomoc, propadala více alkoholismu, častěji páchala sebevraždu a častěji také pociťovala neschopnost užívat si života. Marie Winn (1985) to dává za vinu rovněž ubranému času aktivního hraní si v dětství.

2.1. Motivy ke sledování

Jak už bylo řečeno, televize se od prvního vysílání rozšiřovala mezi lidmi velmi rychlým tempem a stejně tak rostla i její popularita (Peiser, 2000). Proto je také podstatné zjistit, co lidi motivuje k jejímu sledování, abychom věděli, jaké potřeby jsou touto činností naplňovány.

Dle dotazníkové studie a následné regresní analýzy je důvodů, proč lidé televizi sledují, opravdu mnoho. Konkrétně to jsou tyto (seřazeno dle výsledných průměrných důležitostí): zábava, relaxace, předání informací, zabíjení času, bytí v něčí společnosti, vidět nekonvenční věci a děje, uniknout od problémů, vyhnout se depresi, získat témata ke konverzaci s ostatními, přiučit se něčemu o lidských vztazích, uniknout lidem (Potts, Dedmon, & Halford, 1996). Dle tohoto výčtu je zřejmé, že činnost sledování vyplnila v životech diváků mnoho mezer, avšak dle soudobých výzkumů v další kapitole je zřejmé, že mnoho mezer v životech také přidala.

Jedním z paradoxů motivů ve sledování je, že lidé praktikují tuto činnost jak k naplňování své potřeby socializace, tak k úniku od lidí. Televize sice divákovi nabízí sledování velkého množství lidí, se kterými se někdy může cítit velmi blízce. Nevyžaduje od nás ale žádnou interakci a také v naprosté většině případů nemůže ohrozit divákovu komfortní zónu, na rozdíl od lidí v reálném životě. Interakce s lidmi pak tímto může být čím dál méně příjemná, neboť dojde ke zvyknutí si na pohodlí sledování děje v televizi, jehož zdárný průběh na našem konání nezáleží.

2.2. Osobnost diváka

Mnoho výzkumů se věnovalo také osobnostním charakteristikám jednotlivých diváků. S rozdíly v osobnostních charakteristikách mohou být spojeny nejenom rozdílné preference pořadů, ale také odlišné důvody ke sledování. Např. vyšší potřeba aktivace je spojená se zvýšeným zájmem o okolní dění a také s využíváním médií za tímto účelem (Donohew, Palmgreen, & Rayburn, 1987).

Vyšší potřeba stimulace je analogická s konceptem *sensation seeking*, se kterým přišel v 60. letech M. Zuckerman. Osoby s vysokou hodnotou v *sensation seeking* škále rády vyhledávají nové vjemy, mají rády vzrušení a riskantní sporty (Munsey, 2016).

Co se týče sledovacích návyků, osoby s vysokou hodnotou vyhledávání nového sice nesledují televizi více nebo méně oproti osobám méně vyhledávajícím nové, ani televizi nehodnotili jako méně důležitou, ale preference pořadů byly mezi těmito skupinami odlišné. Lidé vyhledávající více nového, označovaní jako *high sensation seekers*, sledovali více hudebních videí, talk show, stand-up komedií, dokumentárních pořadů a animovaných seriálů.

3. Současné poznatky

I v současných výzkumech (rok 2000 až současnost) lze odlišit několik směrů bádání, co se týče spojitostí mezi psychikou a sledováním videí (např. Kraykamp & Eijck, 2005; Weaver, 2003; Roberts & Foehr, 2008; Sigman, 2012; Matthews, Deary, & Whiteman, 2003)

Již je zde menší tendence zkoumat jednotlivé prvky v televizi a jejich vliv na psychiku. Vědci se více zaměřují na činnost sledování jako celek. Pokračuje zájem o zkoumání osobnostních charakteristik a sledovacích návyků.

Osobnostní charakteristiky a sledovací návyky jsou oboustranně provázané (viz Berlyne, 1971; Kraykamp & Eijck, 2005; Weaver, 2003; Roberts & Foehr, 2008). Oboustrannou provázaností je myšleno to, že lze nalézat vztahy mezi osobností člověka a tím, jaký typ pořadů si vybere, jak často a za jakým účelem je bude sledovat nebo jak moc se nechá pohltnout dějem. Dále lze také sledovat vztahy ovlivnění opačným směrem, tzn., jak ovlivňuje samotné sledování osobnost, způsob přemýšlení a způsob prožívání.

Jelikož se v evropských zemích (např. Sigman, 2012) takřka rodíme jako sledující velkého množství video materiálu, je ve výzkumu dospělých velmi složité nalézt a prokázat kauzální vztah sledování a osobních charakteristik, neboť je těžké oddělit, co předcházelo čemu.

U některých osobnostních vlastností byla ověřena poměrně vysoká stabilita v čase. Jde např. o soubor pěti hlavních osobnostních vlastností *Big Five* (Matthews, Deary, & Whiteman, 2003). Bylo zjištěno, že tyto dimenze mají oproti jiným charakteristikám silný genetický základ (Jang, Livesley, & Vernon, 1996) a budou méně ovlivněné sledováním videí. Mírné ovlivnění však vyloučit nelze.

Výsledky dotazníkové studie provedené v Dánsku ukázaly, že extroverti nesledují televizi za účelem potěšení v takové míře jako introverti, ale sledují ji více za účelem získávání informací (Kraykamp & Eijck, 2005). Extrovertům tak televize častěji umožňuje získat informace o okolním dění. Je však otázkou, zda jim to umožňuje ještě více se otevřít světu, nebo naopak sytí jejich potřebu vnímání okolního dění a ponechává je tak více pasivními. Naopak u introvertů by televize mohla prohlubovat jejich přirozenou uzavřenost, v čemž pak nachází potěšení a odpočinek.

Otevřenost zkušenosti predikovala vyšší preferenci informativních a kulturních pořadů (Kraykamp & Eijck, 2005). Pravděpodobně to opět souvisí se zvýšeným zájmem o okolní dění oproti zbytku populace.

Přívětivost měla pozitivní vliv na vyšší míru preferenci telenovel, negativní pak na preferenci znepokojujících programů (Kraykamp & Eijck, 2005). Přívětiví lidé by tak oproti jiným více sledovali televizi za účelem sycení potřeby prožívání a bytí u různých emočně nabitých příběhů a také aby měli pocit, že jsou ve společnosti někoho dalšího.

Dotazníková studie provedená v USA blíže zkoumala motivaci ke sledování v závislosti na osobnostních dimenzích. Bylo zjištěno, že skupina s vysokým skóre v dimenzi neuroticismu oproti ostatním skupinám více sledovala videa kvůli vyplnění času, kvůli společnosti (aby měli pocit, že s nimi někdo je, a nahradili si tím kontakt s lidmi), relaxaci a motivu senzoričké stimulace (Weaver, 2003).

Skupina extrovertů naopak odmítala sledování jako alternativu k interpersonálnímu kontaktu (Weaver, 2003), což by mohlo snižovat šanci vzniku silného vztahu ke sledování. Pokud se totiž sledování stane alternativou k mezilidskému

kontaktu, může pak přinést mnoho pomyslných výhod, jako je např. stálost zábavy, ušetření energie, nevyžadování interakce.

Také emoční stabilita má silný genetický základ (Coccaro, Bergeman & McClearn, 1993; Matthews, Deary, & Whiteman, 2003). Vysoká emoční labilita je spojena s vyšší oblíbeností romantických příběhů a telenovel. Možná tyto žánry poskytují možnost úniku z tenze každodenního rušného života a často matoucích interakcí.

Naopak emočně stabilní lidé preferovali komplexnější pořady, jako jsou např. ty informativní (Kraykamp & Eijck, 2005).

U různých aspektů osobní pohody (tzv. *well-beingu*), čili prožívané míry štěstí, je již směr ovlivnění o něco méně jistý, neboť dle metaanalýzy je míra její dědičnosti někde mezi 0 % až 64 % (Bartels, 2015). Dle těchto údajů je takřka jisté, že je zde vliv prostředí, ovšem se nedaří zjistit jak velký a je zde možnost minimální míry dědičnosti tohoto faktoru.

Není tedy zcela jisté, jakým směrem vztah jde a zda osoby s nižšími mírami vnímaného pocitu štěstí se častěji uchylují k televizi nebo zda sledování televize snižuje pocit vnímaného štěstí. Mnoho vědců se ale přiklání k druhé variantě (Roberts & Foehr, 2008; Shrum, Lee, Burroughs, & Rindfleisch, 2010; Sigman, 2007; McIlwraith, 1998; Kubey & Csikszentmihalyi, 2002). Oba směry ovlivnění by také mohly fungovat ve stejnou chvíli, díky čemuž původně jen mírně nešťastný člověk začne nadměrně sledovat televizi. Tím sice unikne od svých problémů, ale nevyřeší je, zatímco jeho pocit štěstí může dále klesat.

Detailněji se vztahem sledování a prožívaného štěstí zabývala studie z roku 2007 od Dary N. Greenwood. Tato studie se v oblasti sledování nezabývala pouze počtem hodin, jenž dotyčný denně sleduje, ale také způsobem, jakým sleduje. Konkrétně mírou parasociálních interakcí, jenž tvoří divák se sledovanými postavami a mírou vtáhnutí do děje. Míra parasociálních interakcí znamená, jak moc se dotyčný s postavami ztotožňuje, jak moc se jimi i mimo samotné sledování zabýval a jak moc mu přijdou reálné či do jaké míry mu nahrazují kamarádské vztahy. Dohromady to může velmi ovlivnit diváckou zkušenost.

Mírou vtáhnutí do děje je myšleno, jak moc se divák cítí být součástí děje, jak moc děj prožívá a nechá se jím ovlivnit. V extrémním případě může ději naprosto uvěřit

(Greenwood, 2007). V tomto stavu jsou diváci plně kognitivně zaměstnáni dějem a reagují na něj emocionálně (Green & Brock, 2000).

Tyto dvě míry byly ve statisticky významném pozitivním vztahu se sociální úzkostností, úzkostným přimknutím, vyhýbavým přimknutím, negativním afektem a v negativním vztahu se sebevědomím a sebekontrolou. Vtáhnutí do děje a parasociální interakce se ukázaly jako daleko silněji provázané s jmenovanými ukazateli pocitu štěstí, než tomu bylo u počtu sledovaných hodin denně. Tam se prokázal jen jeden vztah, a to se sociální úzkostností (Greenwood, 2007).

Z předešlých informací vyplývá, že nelze pouze zjednodušit zkoumání sledování na to, kolik toho sledujeme a co sledujeme, ale také je přínosné zabývat se tím, jak dotyčný sleduje, v čemž jsou zřejmě značné interindividuální odlišnosti.

Dále ze studie vyplývá, že pokud by člověk chtěl být málo negativně ovlivněn sledováním televize (což pravděpodobně většina z nás chce), je vhodné nebrat děj a postavy příliš vážně, ale spíše je brát s nadhledem a průběžně si uvědomovat nereálnost celého dění na obrazovce.

Mohl by být vztah mezi sledováním a spokojeností se životem zprostředkován něčím dalším? Pokud se zaměříme na společné prvky masově sledovaných materiálů, tak ve většině pořadů je prezentováno materialistické smýšlení a reklamy jsou ze své podstaty také většinou materialisticky zaměřeny (Shrum, Lee, Burroughs, & Rindfleisch, 2010). Dle dotazníkového výzkumu míra sledování televize ovlivnila pozitivně míru materialismu. Ovšem pouze v případě, že dotyčný skóroval vysoko v míře vtáhnutí do příběhu. Ukázalo se, že specifická kultivace materialismu televizí zprostředkovává sníženou míru spokojenosti se životem (Shrum, Lee, Burroughs, & Rindfleisch, 2010).

Počet hodin strávených sledováním v globálu koreluje nízko se spokojeností se životem. To platí u průměrných uživatelů. Pokud budeme zkoumat ty extrémní, budou již data hovořit jinak. Jak ve spojených státech, tak ve Velké Británii děti, které patřily mezi nejtěžší uživatele televize, byly nejméně vyrovnané, vykazovaly nesnáze při nalézání přátel nebo zažily rodinný konflikt. Tyto vztahy byly dokonce tak silné, že nadužívání médií bylo označeno jako možný symptom špatného přizpůsobení (Donald F. Roberts & Ulla G. Foehr, 2008).

Tyto extrémní případy jsou někdy označovány jako závislost na televizi, jež může fungovat podobně jako látková závislost, ale je potřeba dalšího rozsáhlého zkoumání tohoto fenoménu (Sussman, 2013).

Při závislosti na televizi je možné pozorovat, že rozsah i obsah sledovaného materiálu je mimo kontrolu, také je zažíváno bažení (*craving*) na sledování a přílišné zaměstnání myšlenkou televizních pořadů. Toto všechno má za následek negativní dopady na život (Sussman & Sussman, 2011).

Mezi skupinami osob, jež se označily jako závislé na televizi, byly nalezeny výrazné rozdíly oproti běžné populaci. K vlivům přílišného sledování televize patří např. zvýšení míry nakupování a ovlivnění jeho výběru (Jusoff & Sahimi, 2009), zvýšená agrese, nebo naopak zvýšený strach ze stanutí se obětí trestného činu (Jamieson & Aday, 2003), nedostatek schopnosti soustředit se a kognitivní deficity (Sigman, 2007).

Dále sem lze zařadit také potíže se spánkem (Sigman, 2007), vyhýbání se chování vedoucímu k udržování mezilidských vztahů (Chory & Banfield, 2009), kdy tito lidé také oproti kontrolní skupině lehčeji upadali do znučenosti a byli více roztržití (Mellwraith, 1998).

Dle Kubeye a Csikszentmihalyiho (2002) je největší rozdíl v prožívání mezi skupinou, která velmi často sleduje televizi, a běžnou populací především při nestrukturovaných situacích, jako je např. nicnedělání, denní snění nebo čekání v řadě. V těchto chvílích se tito lidé cítili více úzkostní a méně šťastní.

Rozdíl vyplyne na povrch ve chvílích, kdy osoba dostane prostor pro vlastní myšlenky. Tato situace začne být problematická pro ty lidi, kteří na to nejsou, díky nadměrnému sledování, zvyklí.

Jako důvod nadužívání televize samozvaní závislí uváděli, že jim slouží k odvracení pozornosti od nelibých myšlenek a k výplni času (Mellwraith, 1998).

Možná právě využívání televize pro útěk od negativních nálad může být problematické, neboť obtíže v kontrole emocí při našťvanosti byly primárním prediktorem míry používání medií při negativních náladách (Greenwood & Long, 2009).

I bez přihlídnutí k lidem, kteří sledují televizi o mnoho víc, než je průměr, je sledovací doba v běžné populaci obrovská. Odhady se v různých zemích a letech pohybují od tří do pěti hodin denně (US department of labor, 2006, „Amount of TV watched by country 2014 | Statistic“, 2016), což z této činnosti dělá suverénně nejpopulárnější volnočasovou aktivitu většiny vyspělých zemí. S přihlídnutím k online sledování to může být ještě o hodinu až dvě více, především u mladších osob (Miller, 2016).

Co se děje s lidmi při sledování a proč odsouvají jiné aktivity na vedlejší kolej? Jedním z hlavních motivátorů ke sledování je zvýšení pocitu relaxace (Potts, Dedmon, & Halford, 1996). Tento motiv je vzhledem k vysoké úrovni stresu u většiny dospělých v zemích Evropy, Severní Ameriky a jistě i v mnoha dalších naprosto pochopitelný a opodstatněný (STRESS FACTS | Global Organization for Stress, 2016, Brain, 2016).

Avšak možná jen zdánlivě, neboť se na televizi s oblibou dívají i děti a dospívající, kteří pod přílišným stresem většinou nejsou (Miller, 2016).

Jistě stojí za to zabývat se podrobněji, již televize poskytuje, což také udělali Kubey a Csikszentmihalyi (2002).

Jak by se dalo čekat, při sledování televize lidé uváděli vyšší pocit relaxace než obvykle. EEG vykazuje při sledování méně aktivity než při čtení. Stav relaxace začíná po zapnutí televizní obrazovky velmi rychle, a proto si ji člověk s tímto stavem velmi snadno a brzy spojí. Tento pocit relaxace ustane náhle po vypnutí televize, ale přetrvá pocit pasivity a snížené pozornosti (Kubey & Csikszentmihalyi, 2002).

Lidé zřejmě mají tři až pět hodin času denně na to, aby sledovali televizi, po jejímž vypnutí přetrvává pocit pasivity a snížené pozornosti. Je z toho možné usoudit, že sledování televize lidi naopak uvádí do stresu, neboť potom nemusí stíhat své další povinnosti a věnovat se jiným volnočasovým aktivitám, jež je nezanechají oproti televizi ve stavu pasivity a snížené pozornosti.

Dokonce ani nálada po sledování se většinou oproti té před sledováním nezlepší, nebo je ještě horší, než byla předtím (Kubey & Csikszentmihalyi, 2002).

Důležitý pro lidi zřejmě nebude ten stav, který nastane po sledování, neboť ten dle uvedených výzkumů příliš pozitiv nepřináší. Důležitější bude stav při sledování samotném, který musí být natolik odměňující, aby vyvážil následující negativa.

Na první pohled se to tak jeví, ale je zde i jiné vysvětlení. Primární silou ke sledování, k „přilepení“ očí k obrazovce je dle Kubeye a Csikszentmihalyiho (2002) tzv. orientačně-pátrací reflex, poprvé popsáný v roce 1927 Ivanem Pavlovem. Je to instinktivní reakce na náhlé nebo nové stimuly. Doslova nás nutí těmto stimulům věnovat pozornost. Orientačně-pátrací reflex má při sledování televize tendenci být přepracovaný, diváci se stále dívají na obrazovky, i přes pocit utahanosti (Kubey & Csikszentmihalyi, 2002).

To, že televize sytí základní vrozený pud, jakým je orientačně-pátrací reflex, vysvětluje její univerzální přitažlivost lidskému zraku. Zkusili jste být někdy v jedné místnosti se zapnutou televizí a ani jednou se na ni nepodívat? Mohl by být orientačně-pátrací reflex primárním motivátorem ke sledování, kolem kterého se až jako sekundární nabalují další rozmanitější důvody, proč sledovat?

3.1. Sledování jako prostředek úniku od *self*

Bude vhodné představit nejprve pojem *self*, který „dle C. Rogerse představuje sebepojetí základ všech myšlenek, vjemů, hodnot, které utvářejí já; odpověď na otázky: *co jsem? co dokáži?; pozitivním výsledkem psychoterapie se ukazuje výrazné snížení nesouladu mezi reálným a ideálním self*“ (Hartl & Hartlová, 2009).

V dnešní době je v naší kultuře zabývání se vlastní identitou daleko větším problémem, než tomu bylo v minulosti (Baumeister, 1992). Kdysi se lidé více ztotožňovali se členstvím v typech skupin jako je rodina, kmen, klan nebo město, zato v dnešní době je problém zjistit a ohraničit, kým vlastně jsme, nalézt se nebo si svou identitu vytvořit (Baumeister, 1992).

Zároveň s tím však člověk klade velký důraz na osobní identitu, která už ale není ohraničena tradičními hodnotami a zvyklostmi (Baumeister, 1992). Tím vzniká tlak, kde na jedné straně je pro jedince velmi podstatné nalézt a utvářet svou osobní identitu, kdežto na straně druhé pro její vytyčení neexistují vodítka nebo jsou jen velmi matně naznačená.

Věci kolem vlastního *self* jsou tak pro člověka komplikované a stresující (Baumeister, 1992). Zbavit se tohoto stresu a zmatku lze dvěma způsoby. Buďto aktivně

tvořit a hledat své *self*, nebo naopak nalézat způsoby, jak od něj uniknout, jak uniknout od problémů generujících hledání a tvoření *self* (Baumeister, 1992).

Mezi způsoby úniku může patřit např. přejídání se, masochismus, užívání drog, a dokonce i sebevražda (Baumeister, 1992). Moskalkenko (2014) pokládá také sledování televize jako prostředek úniku od *self*. To lze zobecnit i na jiné způsoby sledování, neboť např. přes internet lze sledovat stejné pořady a filmy jako v televizi. Moskalkenko (2014) dokonce pokládá únik od *self* jako jeden z hlavních účelů sledování.

Jak může sledování videí zprostředkovat únik od *self*? Pokud dochází k přesycení vjemy, což sledování televize velmi často způsobuje, tak člověk zapomíná vnímat své já, přestává se obracet do svého nitra a poznávat se.

Dalo by se namítat, že i při sledování běží vnitřní hlas a můžeme si v klidu vytvářet své vlastní názory, poznávat sami sebe, obracet se do svého nitra. V určité míře je toto jistě pravdou, ovšem televize bude tuto činnost dosti stěžovat.

Jednou z příčin je velké množství střihů a rychlých změn na televizní obrazovce, kvůli čemuž zabírají mnoho z lidské kapacity příjmu a zpracování informací, která je zřejmě omezená (např. Dux, Ivanoff, Asplund, & Marois, 2006; Marois & Ivanoff, 2005). Tak velké množství změn je neporovnatelné s tím, jakému většinou čelíme v běžném životě. Lze proto předpokládat evoluční nepřipravenost našeho mozku ke zpracovávání rychlého děje na obrazovce.

Tuto hypotézu podporují výzkumy mozkových vln lidí při sledování televize a porovnávání těchto vln s jinými činnostmi. Při sledování televizních záběrů obsahujících rychlé střihy proudí mozkiem především tzv. alfa vlny, značící stav ztlumení vyšších kognitivních funkcí (Smith & Gevins, 2004). Takový stav by se dal přirovnat k volnoběhu motoru, který také sice běží, ale vlastně pouze čeká na chvíli užití. Je dokonce pravděpodobné, že čím více je v mozku alfa vln, tím méně je v něm neuronů zaměstnaných vykonáváním určitého úkolu (Smith & Gevins, 2004).

Při sledování videí se dle uvedených informací jedinec dostává do zvláštního stavu receptivní apatie. V tomto stavu je zahlcen obrázky, emocemi, pohybem a dalšími vjemy, které není schopen dostatečně kognitivně zpracovávat. Dle předchozích zjištění (Smith & Gevins, 2004; Dux, et al. 2006) dochází také ke snížené schopnosti tvořit si o viděných věcech názor.

Díky těmto zvláštnostem sledování se televize a videa obecně stávají efektivním prostředkem k úniku od *self*, úniku od vlastního prožívání, neboť vlastní prožívání je spojeno s utvářením názoru, s kognitivním zpracováváním viděného a s behaviorálním reagováním spolu s následnou zpětnou vazbou. Všechny tyto věci umožňuje sledování videí jen ve velmi omezené míře.

Dle Moskalenka (2014) se nejedná o únik od *self* v celé šíři své existence, ale hlavně o únik od zabývání se diskrepancí mezi *self* obrazy, hlavně tím objektivním a subjektivním. Tato hypotéza se experimentálně potvrdila.

Proč zrovna diskrepance mezi objektivním a subjektivním *self* obrazem? Po většinu dne je člověk ve stavu subjektivního vnímání svého *self*, což mu dovoluje si tento sebeobraz utvářet a přetvářet tak, aby mu v něm bylo dobře. Naopak na stav, kdy se objektivně vnímá, není zvyklý, neboť subjektivní *self* bude většinou zkresleno pozitivním směrem.

Stavu objektivní pozornosti ke svému *self* se lidé, pokud to jen je možné, vyhýbají a rychle při něm unikají zpět do stavu subjektivní pozornosti k *self* (Csikszentmihalyi & Figurski, 1982). Stav objektivní pozornosti k *self* vede k uvědomění si diskrepance mezi objektivním a subjektivním *self*, což většinou způsobí nelibé pocity a snížení pozitivního sebeobrazu (Duval & Wicklund, 1972).

Ne nadarmo se tak někdy říká, že pravda bolí. Televize a videa obecně jsou efektivním prostředkem k úniku od pravdy, neboť ať už se na obrazovce díváme na fikci či na fakta, vždy se tím určitým způsobem vzdalujeme od reality kolem nás.

Je také možné, že sledování není pouze únikem od *self*. Bolas (1989) tvrdí, že námi vnímané objekty, ke kterým máme vztah, mají potenciál nás změnit. Man (2002) dokonce tvrdí, že lidé přímo tíhnou k objektům, které mají schopnost změnit prožívání jejich *self*.

Např. co se týče vztahové roviny, parasociální vztahy v oblíbeném televizním pořadu mohou nahrazovat prožitek sounáležitosti (Derrick, Gabriel, & Hugenberg, 2009), proto si také divák může vztah k těmto postavám vytvořit.

4. Autenticita

V mnoha terapeutických směrech je autenticita považována za základní složku osobního štěstí. Autenticita se dokonce jeví jako jeden z nejsilnějších prediktorů životního štěstí (Wood, Linley, Maltby, Baliouisis, & Joseph, 2008). Lze tak usoudit, že má smysl se autenticitou blíže zabývat, neboť je její spojitost s životním štěstím empiricky podložena (Wood, Linley, Maltby, Baliouisis, & Joseph, 2008).

Slovo autenticita pochází z řeckého *authentikós*, což v překladu znamená originální, původní či z první ruky („Dictionary.com“, 2016). Z hlediska této práce je pro nás podstatný smysl tohoto slova ve spojení s autentickou osobností, ještě konkrétněji subjektivním prožitkem bytí autentickým. Z významu slova vyplývá, že by člověk prožívající autenticitu měl prožívat opravdově, nepřetvařovat se, nezkrášlovat pravdu. A také většina pohledů odborníků na autenticitu se víceméně drží uvedených vlastností při vytyčování tohoto konceptu.

A. Maslow (1968) popsal autenticitu jako synchronii mezi tím, co si člověk o sobě myslí, a tím, co dělá a prožívá (Mengers, 2014). Ovšem již Platón (370 př. n. l.) by zřejmě autenticitu neviděl tak jednoduše. Vnitřní dění popisuje jako trojjediný celek, jako vozataje se dvěma koňmi. Vozataj představuje rozum, který by dle Platóna měl být ve vedení. Koně reprezentují další části, jako je žádostivost a pudy, kdy jeden kůň je krásný a dobrý, druhý je jeho opak. Jeden je dobře vychovaný, druhý neposluchá a nedbá někdy ani na bodání. Jedinec je nejšťastnější, když je celý povoz v harmonii a putuje jedním směrem. Také moderní věda souhlasí, že všechny škály autenticity vychází v silném pozitivním vztahu k sebevědomí a aspektům subjektivního a psychologického štěstí (Wood, Linley, Maltby, Baliouisis, & Joseph, 2008). Dle Platóna by nešlo jen o koherenci myšlení o sobě a chování, jak popsal autenticitu A. Maslow (1968), ale o sladění mnoha protichůdných vnitřních sil, jehož výslednicí bude autentické prožívání a jednání.

Jak ale lze sladit protichůdné a různorodé vnitřní síly? Dle čtyřkomponentové teorie autenticity (Wood, Linley, Maltby, Baliouisis, & Joseph, 2008) jsou k tomu potřeba:

1. Pozornost k vnitřnímu dění. (Vozataj, který si nevšímá všech svých koní, nezjistí mnoho o jejich potřebách, vlastnostech či chování a nedokáže je tak nikdy efektivně řídit.)

2. Nezkreslené zpracování informací. (Vozataj, který je sice pozorný ke svým koním, ale nereálně či nedostatečně vnímá okolí, je nikdy nemůže správně vést k cíli.)

3. Chování v kongruenci s vnitřními hodnotami. (Vozataj by měl mít jasno v tom, co chce, a dle toho se také chovat a navigovat své koně.)

4. Vyhledávání a udržování upřímných vztahů. (Chaos a neupřímnost v okolí by nejspíše nenapomáhala harmonii povelů, ba spíše by ji porušovala.)

Dokonce se zdá, že se jedná o hierarchické uspořádání, kde základem je pozornost k vnitřnímu prožívání. Ta je naprosto klíčová pro celou autenticitu jedince (Kernis & Goldman, 2006). Nestačí ovšem pouze přístup k vnitřnímu dění, ale také jeho přijetí, takového, jaké doopravdy je (Mengers, 2014). Obzvláště těžké to může být u různých protichůdných či temných aspektů dané osobnosti. I těch by si měla být autentická osoba vědoma, přijmout je a průběžně je integrovat (Kernis & Goldman, 2006; Mengers, 2014).

Pokud se více zaměříme na vnitřní, pocitovou složku prožitku autenticity, lze za její tři hlavní komponenty považovat:

1. autentické žití,
2. absenci či minimalizaci pocitů sebeodcizení,
3. absenci či minimalizaci pocitů přijímání externích vlivů

(Wood, Linley, Maltby, Baliousis, & Joseph, 2008).

Tříkomponentová škála autenticity vykazovala diskriminační validitu od *Big Five* osobnostních dimenzí. Vycházela v pozitivní korelaci s extroverzí, přívětivostí, svědomitostí a otevřeností zkušenosti, naopak negativně korelovala s neuroticismem (Wood, Linley, Maltby, Baliousis, & Joseph, 2008).

Nejedná se jen o korelaci s těmito víceméně stálými osobnostními charakteristikami. Také pokud se lidé v konkrétních situacích chovají více extrovertně, svědomitě, emocionálně stabilně, intelektuálně a příjemně, cítí se více autenticky (Carr, Korb, Niedenthal, & Winkielman, 2014). Vyplývá z toho zvláštní paradox, že člověk, jenž je jinak introvert a emocionálně nestabilní, se pravděpodobně bude cítit nejautentičtěji ve chvíli, kdy se bude chovat emocionálně stabilně a extrovertně.

Co když je většina z nás v jádru stabilní, přívětivá, svědomitá, emočně stabilní a extrovertní? U lidí opačných vlastností by mohlo projevení se jejich pravého já bránit příliš mnoho překážek a disharmonií. Tím není řečeno, že jsme všichni v jádru stejní, protože existuje mnoho jemnějších vlastností mimo těchto pět dimenzí, ale je možné, že se cítíme nejvíce sami sebou při projevení se právě jmenovaných dimenzí, protože taková opravdu většina z nás v hloubi je.

Alternativním vysvětlením by bylo popření celého konceptu reálně existující autenticity, ze které by zbyl jen pocit daný konkrétními situacemi. Někteří by v tomto pocitu byli častěji, z jiných by lidé kolem měli častěji tento pocit, avšak dispozice autenticity by jako taková neexistovala.

Také je možné výsledky vysvětlit neschopností lidí uchopit a doopravdy rozpoznat chvíle, kdy se cítí nejvíce sami sebou. Pokud osoba není autentická a není všímavá k sobě samé, je přeci nemožné z ní dostat informaci, kdy je autentická a kdy ne.

V uvedeném tříkomponentovém uchopení autenticity je kladen větší důraz na to, jak se autentickými cítíme, s menším ohledem na to, jak moc autentičtí doopravdy jsme, nebo jak autentičtí se jevíme okolí. V některých případech se tyto dvě roviny mohou plně prolínat, ovšem lze si představit i případy lidí plně přesvědčených o své autenticitě, kteří ale nedokážou vidět či přiznat si své vnitřní lži a zkreslení.

Mohou existovat neautentické osoby, jež negativní aspekty své osoby nevidí nebo si je nedovedou přiznat. Především u otázek, jež se ptají na neautentičnost člověka, pak budou tyto osoby odpovídat, jako by byly naprosto autentické. Přeci jen, jak již bylo řečeno, základním kamenem autenticity je pozornost k vnitřnímu prožívání. Pokud je tato pozornost nedostatečná, nelze se přeci z podstaty věci ani na některé věci takového člověka ptát a očekávat pravdivou odpověď.

Zde jsou příklady takových položek:

„Připadám si odcizený od sebe samého.

Většinou se směji, protože se ostatní také smějí.

Přijde mi, že se dobře neznám.

Jsem ochoten změnit svůj názor, pokud je odměna dost vysoká.

Radši ignoruji své nejtemnější myšlenky a pocity.“ (AI-3; Kernis & Goldman, 2006).

U zjišťování autenticity je tak vždy riskována velká míra zkreslení výsledků, ve kterých by se dokonce ti více autentičtí mohli jevit jako ti méně autentičtí a naopak. Když si totiž člověk přizná, že raději ignoruje své nejtemnější stránky, je to již první krok k tomu, něco s tím udělat. Oproti tomu nevědět o této vlastnosti, či ji mít uvnitř popřenou, je zajisté méně autentické.

Z těchto důvodů byl v této studii jako metoda sběru informací zvolen polostrukturovaný rozhovor, jenž probíhal tváří v tvář, a zaměřeno bylo více na prožitkový, subjektivní aspekt autenticity. A to ne na její absolutní hodnotu, ale na míru její změny v průběhu experimentu.

4.1. Autenticita a sledování videí

V poslední kapitole teoretické části jsou uvedeny fenomény, skrze které může být autenticita ovlivněna sledováním videí.

Prvním fenoménem je efekt pouhého vystavení (Zajonc, 1980, 2001), díky kterému věci a lidé, kteří jsou opakovaně ukazováni v televizi a v jiných médiích, budou mít zvýšenou tendenci se nám líbit. Může tak docházet ke změnám našich preferencí, hodnot či citů. Někdy to může být cílem (reklama), někdy se tak může dít bez přímého záměru (sympatie k seriálovým postavám).

O něco komplexnější je proces observačního učení, díky kterému mohou být ovlivněny nejenom naše preference, ale také chování. Díky tomuto fenoménu je možné přijímat chování postav na obrazovce za své, ovšem záleží zde na mnoha faktorech to, do jaké míry a v jak moc změněné podobě si toto chování osvojíme. Míru vlivu tak nelze jednoznačně určit. Na to, jak moc a jakým způsobem ovlivní sledování naše chování, má vliv např.:

- nedostatek sebevědomí v naše schopnosti a vědomosti (tento nedostatek může sledování díky ubírání příležitostí k aktivitě a možnostem seberealizace zvyšovat),
- lidé podobní nám věkem, pohlavím či zájmy (častý případ seriálových postav),

- vyšší status lidí, ke kterým vzhlížíme, (opět častý případ seriálových postav),
- v případě matoucí, mnohoznačné či neznámé situace (jelikož je sledování často na úkor aktivním interakcím, může se tím podíl výskytu matoucích situací zvýšit) (Bandura, 1971).

Observační učení je zřejmě zprostředkováno systémem tzv. zrcadlových neuronů, což je neuronální síť, jež se sepne stejně tak, pokud konáme akci, jako když sledujeme někoho jiného akci konat (Iacoboni & Dapretto, 2006). Tento systém zprostředkovává také empatii (Iacoboni & Dapretto, 2006). Je nasnadě otázka, zda sledování spousty vypjatých situací a násilí na obrazovkách nenarušuje správné fungování tohoto systému a nedomoduluje tak naši schopnost empatie.

Praktická část výzkumu

„Nejlepší je udržovat vědomí čisté a jasné; ty sám jsi okno skrze které vidíš svět.“ (George Bernard Shaw)

5. Základní informace o výzkumu

Cílem výzkumu bylo prozkoumat vliv video abstinence na subjektivní prožitek míry autenticity.

Z praktického hlediska výzkum spočíval v získání alespoň 10 lidí, kteří se po dobu 8 týdnů nebudou dívat na žádná videa. Na začátku výzkumu musel každý participant vyplnit dotazník zaměřený na základní osobní informace a sledovací návyky. Dotazník, zprostředkovaný službou Google formuláře, byl dostupný on-line. Po uplynutí stanovené doby byl s účastníky výzkumu domluven osobní rozhovor, při kterém odpovídali na otázky týkající se průběhu experimentu obecně a dále na otázky zaměřené na koncept subjektivního prožitku autenticity a jeho změny. Rozhovor byl kvalitativního stylu, proto kromě připravených otázek byly pokládány i doplňující otázky a jiné byly v závislosti na předchozí výpovědi participanta někdy vynechány. Většina otázek byla vybrána a přeložena z těchto publikací: *A Multicomponent Conceptualization of Authenticity: Theory and Research* (Kernis & Goldman, 2006) a *The authentic personality: A theoretical and empirical conceptualization and the development of the Authenticity Scale* (Wood, Linley, Maltby, Baliouis, & Joseph, 2008).

Připravené otázky byly koncipovány pouze na odpovědi ve škále souhlas – nesouhlas, a proto je bylo potřeba občas přepsat do podoby vhodnější pro kvalitativní odpověď. Často byla přidána otázka na změnu v průběhu experimentu (zda byla nějaká změna v průběhu experimentu). Konečná verze otázek je v příloze č. 3.

Etika výzkumu byla řešena zaprvé již zmíněným zdůrazněním příležitosti k sebezkušenosti, aby tak byl snížen pocit vnějšího tlaku při výzkumu. Dále bylo nutné ošetřit anonymitu. Každé osobě bylo na začátku přiděleno identifikační číslo k zadání do formuláře, díky čemuž tak nedošlo k žádnému poskytování jmen a příjmení třetím stranám. Při zpracování dat pak bylo rovněž pracováno pouze s číselnými kódy.

Rozhovor byl nahráván, s čímž všichni participantů předem souhlasili, stejně jako s použitím nasbíraných dat do této výzkumné práce. Obojí potvrdili svými podpisy. Byli také vyrozuměni o zachování anonymity jejich dat, záruky neposkytnutí jejich jmen či zvukových nahrávek rozhovorů k dispozici třetím stranám.

6. Použité metody analýzy a interpretace dat

Nahrané rozhovory byly přepsány do textové formy. Pro ukázkou je jeden z rozhovorů v příloze č. 4. V této podobě bylo možné pročíst všechny rozhovory a dle údajů v nich utvořit několik kategorií informací. Tyto kategorie byly koncipovány tak, aby relevantním způsobem pojaly maximum informací z rozhovorů, ale zároveň počet kategorií byl minimální. Do těchto kategorií byly umísťovány segmenty rozhovorů, až bylo použito vše důležité pro výzkum. Tyto tematické kategorie jsou analyzovány v kapitolách 8 a 9 a jsou shrnuty také v tabulce 1.

Při analýze byla pozornost směřována jak k informacím v tabulce obsaženým jako celku, tak občas i ke zdroji, tedy k člověku, který informaci podal, aby bylo možné odpovědi blíže prozkoumat. Při analýze byly dodržovány teoretické koncepty a využity dosavadní empirické nálezy a poznatky, uvedené v teoretické části práce. Avšak po vzoru způsobu práce u tzv. zakotvené teorie (Kuckartz and McWhertor, 2014) byla pracovní teorie zčásti přizpůsobena a postup se odvíjel dle teorií i dle nasbíraných empirických dat.

V kapitole 9.5 byl vzorek na základě zpracování údajů z úvodního dotazníku a z rozhovorů roztříděn do několika typů sledujících. Tato typologie napomohla prozkoumat jinak skryté souvislosti. Ovšem z důvodu nízkého počtu účastníků se jednalo spíše o ukázkou možného směru budoucího výzkumu.

7. Základní informace o participantech výzkumu a jejich sledovacích návycích

Přihlašování proběhlo ve dvou vlnách. První vlna probíhala od 29. února do 10. května 2016, druhá vlna 29. a 30. srpna 2016. Ta první byla informována o výzkumu formou letáků rozvěšených na několika budovách Univerzity Palackého v Olomouci, v několika kavárnách, a dalších podnicích v univerzitním městě a také skrze sdílení na sociální síti Facebook.

Druhá vlna proběhla pouze sdílením na Facebooku, kdy počet zapojených participantů z této vlny byl o jednoho vyšší oproti vlně předchozí a sběr proběhl daleko rychleji. Možná i díky poprázdninovému období byli participanti více nakloněni změnám. Mohli mít pocit, že v době letního volna strávili až moc času sledováním, ale samozřejmě se také mohlo jednat o pouhý vliv náhody.

V informačním letáku bylo zdůrazněno, že se nejedná pouze o šanci vypomoci s výzkumem, ale také o zajímavou sebezkušenost. Dále byla uvedena informace o nulové probádanosti tohoto experimentálního pole, neboť podobný výzkum s podmíněnou video abstinencí dosud dle dostupných informačních zdrojů neproběhl.

Výzkumu se zúčastnilo celkem 14 osob pobytem v České republice, s výjimkou jedné, pobývající v Austrálii. Jejich průměrný věk byl 24 let, většina spadala do rozmezí 19–24 let s výjimkou dvou žen ve věku 31 a 34 let. 8 žen ze vzorku byly studentky humanitních oborů, z toho 4 byly studentky psychologie. Muž byl ve vzorku pouze jeden, pracující. Zbytek vzorku tvořily studentky jiných oborů.

Dotazník byl dále zaměřen na sledovací návyky, kvůli zmapování této pro výzkum relevantní oblasti života. Jednou z podmínek účasti ve výzkumu bylo dosavadní pravidelné sledování videí. Tuto podmínku všichni splňovali, průměr bylo pravidelné sledování 6 dní v týdnu, nejnižší hodnota 5 dní, nejvyšší pak 7 dní v týdnu, která se vyskytla 8×. Dále měli participanti udat odhad času, který tráví sledováním. Na jeden den připadalo přes dvě hodiny, což odpovídá i výzkumům sledovacích časů studentů mimo Českou republiku (Peiser, 2000). Pokud ale měli participanti odhadnout, kolik času strávili sledováním za poslední týden, vyšel průměr 12 hodin, tedy méně než dvě hodiny na den. Možná je pro člověka těžší přiznat si čas strávený sledováním za týden než vidět svou denní „dávku“. Podobně jako sníst krabici bonboniéry za týden zní hůř než sníst denně pár bonbónů.

Motivace k zapojení se do experimentu.	Před exp.	Čas	Informace o průběhu a důsledcích experimentu v rovině: já, video abstinence, okolí.
Pozorované nejvíce pozitivní aspekty video abstinence. Pozorované nejvíce negativní aspekty video abstinence. Kdy bylo nejtěžší vydržet ve video abstinenci? Důvody předčasného ukončení experimentu. Jaké činnosti nahradily sledování?	Při exp.		
Změna ve sledovacích návycích.	Po exp.		
Sebepoznání při video abstinenci.	Poznání	Složka autenticity	Informace vztahující se k oblasti změn míry prožitku autenticity při video abstinenci
Pozorované změny ve způsobu myšlení a obsahu myšlenek.	Vnitřní změna		
Změny v prožitku bytí ovlivněn/á okolím. Změny chování participantů v průběhu video abstinence.	Vnější změna		
<p>← Týká se informace sledování videí nebo je obecného rázu?</p>			

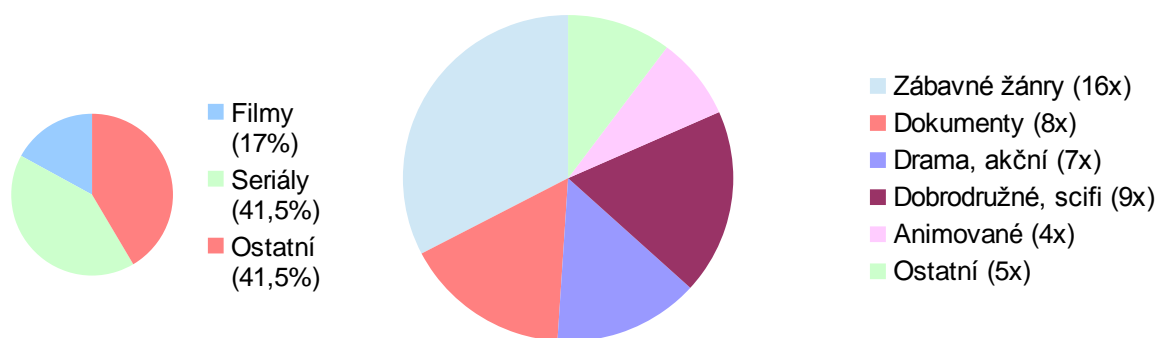
Tabulka 1: Kategorie dat

Naprostá většina participantů preferovala sledování videí skrze počítač oproti televizi. Tato změna preferencí proběhla ve společnosti pravděpodobně proběhla celkem rychle (v posledních letech) a mladí lidé si tento způsob sledování většinově oblíbili. Jeho výhodou je vyšší míra svobody ve volbě sledovaného obsahu a vyšší interaktivita, např. možnost nahrání svého videa např. na internet.

Co se týče obsahu, filmy u participantů tvořily nejmenší podíl ve sledovacím čase a seriály spolu s ostatními žánry vyšly v průměru nastejno (graf 1). Údaje ovšem velmi kolísaly, nacházelo se zde pár sledujících takřka výhradně ostatní formáty a několik participantů výlučně sledujících seriály.

Mezi žánry převažovaly především ty zábavného typu (více detailů je zobrazeno v grafu 2). Omezit sledování se již před výzkumem snažily takřka dvě třetiny participantů, jejich snaha byla úspěšná ve dvou třetinách případů. Více jak polovina dotazovaných zažívala nelibé pocity, když nemohli vidět (nebo si zakázali) svůj oblíbený seriál. Oproti tomu na konci experimentu většina účastníků výzkumu uvedla, že vydržet bez sledování pro ně bylo lehčí, než čekala, a také že by si experiment zase v budoucnu zopakovala. Zřejmě stačil závazek v podobě vědeckého experimentu, jenž pomohl vyřešit dilema, zda sledovat nebo ne. Často právě myšlenky o přerušení či nepřerušení účasti v experimentu mohou být to nejvíce ubíjející na abstinenci.

Díky pocitu vnějšího dozoru („*abych to nezkazila*“) účastníkům možná vyvěralo na mysl méně pochybností, a tak i méně nelibých pocitů.



Graf 1: Poměr sledovaných formátů

Graf 2: Poměr sledovaných žánrů

8. Informace o průběhu experimentu

8.1. Motivace k zapojení se do experimentu

Na začátku výzkumu bylo vhodné zjistit, proč se lidé do experimentu zapojili, neboť to poukazuje na jimi očekávané přínosy experimentu.

V motivech figurovalo především získání většího množství volného času a také zvědavost. Zvědaví byli účastníci výzkumu na to, co se bude dít, jak to ovlivní jejich život a jestli to vůbec dokážou vydržet.

Také se ukázalo, že mnoho zúčastněných již předtím o něčem podobném uvažovalo, ale nikdy před experimentem se neodhodlalo. Pomoc druhému s bakalářskou prací a pocit dohledu byly posledním impulsem k uskutečnění myšlenky.

8.2. Pozorované nejpozitivnější a nejnegativnější aspekty video abstinence

Jaké jsou pozitivní stránky nesledování? Ve výpovědích respondentů figurovalo, stejně jako v motivech pro začátek experimentu, získání volného času, který díky nesledování také získal nové rozvržení, neboť nebylo možné jej různě vyplňovat sledováním. Často také byla oceňována nutnost vymýšlení nových činností a věnování se dlouho odkládaným aktivitám.

Patřily sem jak činnosti příjemnějšího rázu, jako jsou různé hobby apod., tak i ty méně oblíbené, jako studijní povinnosti, vaření, uklízení aj.

U jedné dívky bylo pokládáno jako velké pozitivum, že nyní nemá nutkání vidět nějaké nové video: „*Byla to příjemná odvykačka.*“

Podobný motiv se v rozhovorech objevoval poměrně často. Respondenti byli často překvapeni, že se po experimentu nesnažili rychle dohánět co zanedbali, ale spíše se začali dívat v menší míře, než pro ně bylo zvykem předtím.

Jaké jsou naopak nejvíce negativní aspekty video abstinence? Největším negativem experimentu se ukázal být motiv odcizení od společnosti. To je trochu v rozporu s teoretickou částí, kde bylo naopak poukázáno na opačný problém, tedy že sledování nás vzdaluje od společnosti a do jisté míry nám ji nahrazuje. Jak to lze vysvětlit? Hrlo zde roli více druhů situací a jednou z nich byla nemožnost sledovat

video s rodinou či přáteli, kteří trvali na tom, že se chtějí dívat. Pak měl účastník výzkumu dvě možnosti. Buďto nebýt v jejich přítomnosti a nechat je sledovat, nebo je přemluvit, aby také nesledovali. Obě řešení často vyvolávaly negativní emoce na obou stranách. To značí spíše silné zakořenění sledování v naší kultuře než pozitivní vliv sledování na sociální život. Je totiž sice pravdou, že jsou dva společně sledující lidé v jakémisi společenském kontaktu, nicméně možnosti jejich vzájemné interakce jsou utlumené. Je tedy otázkou, do jaké míry se dá tento typ společenského kontaktu považovat za plnohodnotný.

Dalším typem negativní situace byla nemožnost vidět videa svých přátel, tato informace se objevila ve dvou případech, v obou se jednalo o sportovní typ videí. Respondenti se díky tomu dostávali do nepříjemné situace, ve které museli buď porušit pravidlo experimentu, nebo odmítnout zhlédnutí videa blízkého. Tyto situace poukazují na zvyšující se oboustrannou provázanost videí. Společnost stále více přebírá roli tvůrců, místo aby byla pouze diváky. Svět videí tímto postupně nabývá nový rozměr. Tento aspekt nesledování dokonce přiměl jednu dívku experiment předčasně ukončit, neboť už nechtěla odmítat videa svých přátel či vypadat, že je ignoruje. V okruhu jejich přátel byly diskuse na téma jimi sdílených a vytvořených videí časté.

Mezi největšími negativy se mimo společenského faktoru objevily také další motivy. Patřily k nim těžkosti poradit si s nově nabytým časem, nemožnost nadále odkládat povinnosti, potřeba být stále v pozoru na Facebooku, neboť se při jeho prohlížení automaticky spouštějí videa.

Často se objevujícím motivem byly také těžkosti s konzumací jídla a současným nesledováním videí. Časem si s tím všichni respondenti poradili a jedna respondentka dokonce uvedla, že už se k tomuto zvyku nechce dále vracet a radši bude jíst bez kulisy. Pro jiné to bylo zřejmě těžší, neboť se nechtěli věnovat pouze konzumaci jídla, a tak si jako náhradu našli jiné činnosti, jako je čtení nebo surfování po internetu.

8.3. Kdy bylo nejtěžší vydržet ve video abstinenci?

Je vhodné položit výše uvedenou otázku, neboť poukazuje na to, jaké jsou nejsilnější tlaky ke sledování. Opět se zde opakuje především vliv společnosti, který byl popsán v předchozí kapitole a zvyk sledovat současně s konzumací jídla. Co se týče psychického vyladění participantů, bylo pro ně nejtěžší vydržet ve stavu stresu, pokud

měli ve zvyku se videem uklidnit, nebo ve stavu nudy. Případně pak také bylo těžké vydržet nesledovat poblíž puštěného videa ve stavu vyčerpanosti.

8.4. Důvody předčasného ukončení experimentu

Většina lidí v experimentu se zvládla po celých osm týdnů na nic nedívat a dodržení pro ně bylo celkově nakonec lehčí, než původně čekali. U třech osob se ale jednou stalo, že se na něco podívali. Po tomto „zaškobrtnutí“ se ale opět vrátili k dodržování pravidla experimentu. Důvodem bylo např. sledování živého hokejového zápasu s kamarády nebo návštěva dlouho očekávaného filmového festivalu. V těchto případech byla tedy hlavním motivátorem pro sledování neopakovatelná šance vidět titul při určité příležitosti. Ve třetím případě bylo zhlédnuto pouze krátké video zvířátka na facebookové zdi. Dle výpovědi dívky se tomu tak stalo kvůli kombinaci stavů stresu a vyčerpání, při které se zapomněla hlídat a video se jí automaticky spustilo. Důvodem zde bylo tedy spíše aktuální psychické vyladění než tíhnutí k určitému titulu.

Ve třech dalších případech zhlédnutí videa v průběhu experimentu se účastnice výzkumu již nevrátily k nesledování a experiment takto přerušily. Případ první z nich byl již uveden v kapitole o největších pozitivních a negativních nesledování.

U další nebylo důvodem tíhnutí k určitému titulu, ale potřeba využít sledování k relaxaci z důvodu zvýšené míry stresu: *„... a už toho stresu bylo moc, tak jsem potřebovala nějaký ten ventil upustit, tak jeden den se to zlomilo a už jsem to nevydržela.“* U další dívky byla důvodem kombinace oblíbeného titulu a opadající motivace v experimentu pokračovat. Zajímavý je celý myšlenkový proces, který dobře ilustruje, jak někdy přemýšlíme při rozhodnutí se pro nebo proti určitému ambivalentnímu objektu: *„Zlom byl po třech týdnech, začínala jsem být nervní, že se kvůli blbému výzkumu nemůžu podívat na novou epizodu. Říkala jsem si, že já sama to vydržím, ale pak to přešlo k tomu, že já sama si nemusím nic dokazovat, že vím, že jsem na tom závislá a přiznám si to. Ten zlom přišel, když jsem byla doma a ségra sledovala rozhovor s mojí oblíbenou skupinou, interview. Chtěla mi to ukázat, ale já jsem říkala, že nemůžu. A ona, že tam ‚mluví o strašně zajímavých věcech, musíš se na to někdy podívat‘. Poslala mi to a vydržela jsem to tři dny a pak jsem si řekla, že to musím vidět, tak jsem se podívala. Kdyby to byl jen nějaký film nebo seriál, tak bych to vydržela, ale tohle jsem fakt chtěla vidět.“*

Vypadá to, že hlavním důvodem dvou předčasně ukončených experimentů bylo, že obě dívky sledovaly především kvůli uklidnění a relaxaci, za což je na rozdíl od jiných důvodů ke sledování (získávání informací, mezilidský kontakt, nahrazování volnočasových aktivit) mnohem těžší najít dostatečnou náhradu. Jak již bylo řečeno v teoretické části, sledování videí poskytuje pocit relaxace a uvolnění daleko rychleji než jiné činnosti. Těžko si tak najít něco dostatečně účinného, pokud pocit relaxace při jiných činnostech nepřichází dostatečně brzy. To potvrdila i další respondentka: *„Při seriálu se rychleji uvolním. Do knížky se tak začtu, dokud to nepřečtu celý, pak celý večer je v čudu. Na uvolnění je časově efektivnější seriál.“*

Jak prožívá video abstinenci člověk, jenž sleduje videa primárně za účelem relaxace či zklidnění, ilustrují tyto výpovědi:

„Byla jsem z toho vykořeněná, nemohla jsem tak dobře vypnout po celém dni... Asi víc zmatená jsem byla. Byla jsem víc nervózní, taková nesvá, jak by mi něco chybělo. Jako když jsem přestávala kouřit, tak jsem se cítila, když jsem nesledovala... Nebyla jsem schopná udržet myšlenku. Když sleduju, jsem taková víc vyrovnaná. Bez toho jsem zmatenější rozhodně.“

Podobné pocity uváděla i druhá dívka, jež experiment předčasně ukončila:

„Přišla jsem si víc mimo, sebevědomí jsem měla celkově míň, byla jsem nesvá, nervózní... I po experimentu jsem se cítila blbě, že jsem to nezvládla, že nemám žádnou vůli...“

8.5. Změna ve sledovacích návycích po experimentu

Je možné, že po video abstinenci si člověk v budoucnu vybere jinak, co bude sledovat? Případně, změní se nějakým jiným způsobem naše sledovací návyky?

Někteří účastníci výzkumu byli díky abstinenci schopni přehodnotit obsahy a žánry videí, které sledovali. Přestali se např. dívat na krátká videa na Youtube či celkově nastavili vyšší laťku kvality a informační hodnotě toho, co budou sledovat. Možná díky uvědomění si, že nejde jen o trávení času, ale i o určitý způsob konzumace, přesněji řečeno informací, jež nás stejně jako konzumace nevhodných potravin může zatěžovat. Jistě bylo důvodem také uvědomění, kolik času ze dne díky nesledování či omezení sledování přibude. Někteří se po experimentu naučili jinak zacházet s tím,

co jim sledování přináší a rozhodli se to využívat po menších dílech než doposud: *„Jinak podle těch chvílí, když mám chvílku, tak na něco kouknu, ale když mám večer 4 hodiny volno, tak to jde využít líp než 4 hodiny koukat na jednu epizodu za druhou. Radši si sednu k té knížce nebo udělám něco do školy. Mám tak ze sebe lepší pocit.“*

Některým umožnila video abstinence po uplynutí její doby více se ponořit do sledovaného děje nebo se u sledování více soustředit na to, co dělají. U jiných naopak začalo sledování častěji vzbuzovat pocity nudy a začali se u rozkoukaného filmu věnovat jiným činnostem. Podobně to popsala po experimentu i jedna dívka: *„Všimla jsem si, že teď, jak jsem něco začala sledovat, tak mě to po chvílce přestalo bavit, neumím to úplně přesně popsat. Začnu něco sledovat a po minutě mi to začne někdy tak nějak vadit.“*

Možná je to způsobeno tím, že alespoň pro některé není sledování natolik přirozenou a příjemnou činností, za jakou ji mají. Při abstinenci získali na tuto aktivitu pravděpodobně jiný náhled a zjistili, že jim jiné aktivity sedí více, jen byli při pravidelném sledování zvyklí na výhody pasivity.

Dvě respondentky si uvědomily, že jim již vadí něco jen pasivně sledovat a věnovat se u toho jiným činnostem, tedy si něco pouštět jen jako kulisu. Zjistily, že jim tento způsob sledování nic nepřináší a v budoucnu by se chtěly věnovat buď jen sledování, nebo jen jiné aktivitě.

Také sledování před spaním bylo v jednom případě kriticky přehodnoceno a dotyčná už v tuto dobu nechce nic sledovat.

Dvě dívky se dokonce rozhodly, že už se aktivitě sledování nechtějí věnovat vůbec. *„Nechci se k tomu vrátit, doufám že to tak zůstane. Už se vůbec nebudu koukat. Je to lepší, když má člověk jen to svoje.“*

8.6. Jaké činnosti nahradily sledování videí?

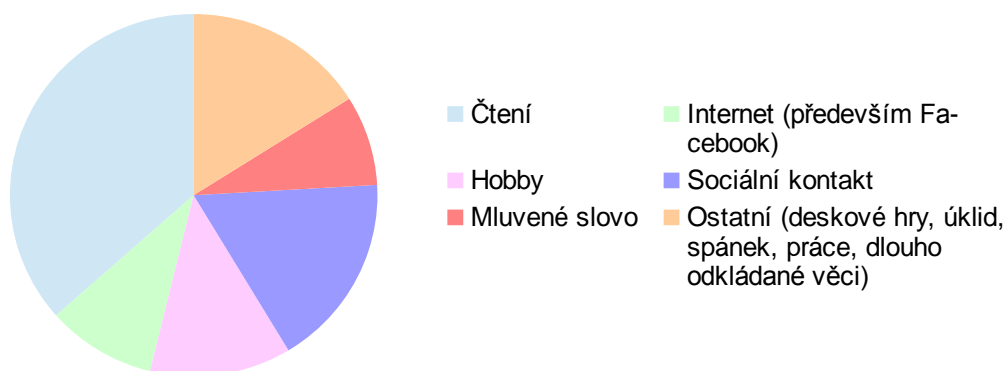
V souvislosti s předchozím tématem je také zajímavé položit si otázku, čím respondenti čas nabytý sledováním zaplnili. Jedním z ústředních témat ohledně motivace bylo právě získání více času na jiné aktivity. To je pochopitelné, neboť je pravděpodobné, že z hlediska vědomých negativ sledování většina sledujících vidí

na sledování jako negativum především jeho časový aspekt, tedy že zabírá zbytečně moc času.

Jakými konkrétními způsoby byl tento čas využit? Nelze zpětně přesně dohledat, kolik času bylo které aktivitě věnováno, proto je možné uvést pouze četnost výskytu jejich uvedení.

Způsob vyplnění nově nabytého času svědčí o pestrosti motivů, proč sledovat. Z těchto činností lze odvodit motivy ke sledování, které přibližně odpovídají také dotazníkovému průzkumu (Weaver, 2003).

Na prvním místě by takto bylo v našem vzorku získávání informací a relaxace. Dále by se jednalo o nahrazení mezilidského kontaktu a různých volnočasových aktivit, tyto dva motivy by nejspíše většina lidí neuvédla, ale je zřejmé, že jsou také pro sledování relevantní.



Graf 3: Využití nově nabytého času

9. Změny v subjektivním prožitku autenticity

9.1. Sebepoznání při video abstinenci

„Výsadou života je stát se tím, kým opravdu jsi.“ (C. G. Jung)

Jak již bylo řečeno v teoretické části, základem autenticity je znát sám sebe a být si vědom svých vnitřních procesů. Jakékoli zážitky napomáhající sebepoznání by tak rovněž měly být schopny přispět pocitu autenticity nebo nás posunout na cestě ke zvýšení prožitku autenticity. Posunem na cestě je myšleno, že se dotyčný nemusí okamžitě cítit více autentickým, ale z dlouhodobého hlediska bude poznání svých vlastností a procesů vždy posunem na cestě autentického bytí.

Otázkou bylo, zda participanti budou všímavější ke svým vnitřním pochodům díky absenci vjemů ve formě sledování. Očekávalo se, že tato všímavost bude přesahovat rámec vlastní osoby ve vztahu ke sledování a respondenti se v době experimentu lépe poznají v mnoha aspektech své osoby a svého života. V rozhovorech se ukázalo, že sebepoznání proběhlo především v oblasti sledování, a poznatky ohledně vlastní osoby mimo kontext sledování byly spíše výjimečné. Celkově se informace o sebepoznání mimo rámec vlastního sledování vyskytla pouze 3×, např.: *„Předtím jsem si myslela, že jsem takový ten diplomat mezi, ale teď se mi častěji stávalo, že jsem byla vlastně na kraji toho konfliktu a že chci taky říct, co si myslím. Asi to bylo tím, že bylo víc času nad tím přemýšlet, nad tím tématem toho rozhovoru.“*

Sebepoznání v oblasti sledování bylo uváděno daleko častěji. Opakujícími se motivy bylo překvapení, jak dlouho to respondent/ka vydržel/a a že sledování nepotřebuje tolik, jak si myslel/a.

Další dívka si sice potvrdila svou závislost na sledování, ale zjistila, že jí stačí poloviční „dávka“ (místo 5 hodin denně 2,5 hodiny denně). Dvě dívky si pak uvědomily svůj návyk na sledování při jídle, byly v průběhu experimentu všímavější ke svým stravovacím návykům a jedna z nich si uvědomila, že „hrozně hltá“, až když se při jídle na nic neřídila. Další uvědomění byla různorodá a ilustrují různé aspekty sledování:

„Uvědomila jsem si, jak moc jsem tím ovlivněná. Něco tam vidím a koupím si to.“

„Uvědomila jsem si, že seriály byly únik od sebe, když jsem byla zmatená.“

„Zjistila jsem, že si najdu i přes zákaz sledování jiné způsoby, jak odsouvat některé činnosti.“

„Zjistila jsem, že žiji životy jiných hrdinů, že jsem toho vlastně kromě školy a povinností tolik nezažila na svůj věk.“

9.2. Pozorované změny ve způsobu myšlení a obsahu myšlenek

Videa jsou cizím vlivem. Když toho přijímaného bude méně, nové myšlenky budou častěji ty pramenící z naší podstaty, z toho, kým ve skutečnosti jsme. Je tedy přínosné zjistit, na co nového respondenti v průběhu experimentu přišli.

V nejvyšší míře se objevily nové myšlenky a změnil se názory na sledování. Zde jsou typické příklady:

„Není na škodu to omezit více.“

„Nabyl jsem díky tomu více svobody.“

„Z knížky mám více detailů než z filmu a více prostoru pro fantazii.“

„Uvědomila jsem si, jak jsou videa zakomponována do našeho života.“

„Dalo mi to šanci se nad sledováním více do hloubky zamyslet, uvědomit si, že pasivní sledování je ztráta času.“

„Uvědomila jsem si, že jsem bez toho schopná žít nějakou dobu.“

„Uvědomila jsem si, že je hezké trávit čas jinak.“

Video abstinence, tak zřejmě dala šanci dojít ke kritické sebereflexi, jaký má sledování smysl v životě, kolik času nad ním člověk stráví a že není nutné sledovat, aby byl člověk šťastný. Tato kritická sebereflexe pomohla najít nové vhledy do problematiky.

Dalším tématem byly nové poznatky ohledně přátel a společnosti obecně. Tyto poznatky byly většinou ve spojitosti se sledováním videí (až na jeden případ: *„No teď si uvědomuju, že jsem si všimla, že jak jsem byla např. s někým na kávě, tak málokdo dokáže v pohodě posedět, většina lidí jsou takoví rozptýlení.“*).

Nezdá se tedy, že by lidé v průběhu experimentu prožívali znatelně vyšší vnímavost k okolí.

Mezi poznatky týkající se přátel, společnosti a sledování patřilo např. to, že překvapivě mnoho lidí v okolí mělo potřebu spontánně obhajovat sledování videí, včetně „všemožných stupidit“ a často nebyli schopni respektovat nesledování. Jedna z účastnic výzkumu si všimla, jak moc lidí chce sledováním trávit společný čas. Respondenti si také často uvědomili, kolik témat rozhovorů přátel je o videích a jak jsou z nich jako video abstinenti vyčleněni.

Další žena se při experimentu rozhodla udělat změny u sledování svých dětí, jelikož si uvědomila neadekvátnost jimi stráveného sledovacího času a sledovaného obsahu. Nechá je sledovat dokumenty, ale jinak jim sledování omezí.

Celkem 8 respondentů také uvedlo změnu ve způsobech a směrech svého uvažování v průběhu experimentu. Tyto změny byly různorodé, ovšem byla zde i opakovaná témata jako:

- větší ocenění chvil klidu,
- zájem o věci více do hloubky,
- vyšší výskyt sebereflexe. (Jedné dívce se dokonce začalo zdát více snů o reálném světě a také seberefektivních snů, což u ní doposud tak obvyklé nebývalo.)

9.3. Pozorované změny prožitku bytí sám se sebou

Mohly by fiktivní reality videí poskytovat lidem únik od přemýšlení nad vlastní osobou, nad tím, co sami zažili? Pokud ano, jak tento jev ovlivní video abstinence?

Když byli respondenti po experimentu tázáni, zda bylo ve chvílích, kdy jsou sami se sebou, něco jinak, často uvedli zvýšenou míru sebereflexe. Přesněji 5 z celkových 14 respondentů uvedlo, že začali více přemýšlet nad sebou samými, nad minulostí i budoucností, že byli blíže tomu, co se předtím stalo, protože od toho nemohli utíkat. Jedna z dívek také uvedla, že předtím takto nad sebou nepřemýšlela a všechno brala jako samozřejmost. Experiment jí dal příležitost kriticky seberefektovat. Mezi skupinou, jež tyto změny uvedla, a tou druhou, která ne, byl jeden podstatný rozdíl. Skupina bez výraznější změny ve svém myšlení ve chvílích samoty se v nově nabytém čase věnovala intenzivněji různorodým aktivitám a směřovala tak svou energii jiným směrem.

To dokazují některé výpovědi, např.:

„Projevilo se to v množství věcí, co jsem vymyslela, že by se mohly udělat. Plno nápadů přišlo a teď se uskutečňují. Jsou to chvílky, kdy bych se jinak dívala a nevymyslela bych nic. Sama o sobě jsem nereflektovala, nepřemýšlela.“

„Byl to knížkový boom. Měla jsem prostor pro to, co mě zajímá.“

Samozřejmě mezi těmito skupinami nebyla pevná hranice a lidé, kteří se věnovali mnoha novým aktivitám, se někdy dostali i k sebereflexi. Také ti, již se plně ponořili do nových aktivit, se určitým způsobem přiblížili sami sobě, neboť objevili nové věci, které je baví a zajímají.

9.4. Změny chování participantů v průběhu video abstinence

V předchozích kapitolách (9.1 až 9.3.) bylo pojednáváno o skutečnosti, jaké změny proběhly v oblasti myšlení a názorů participantů. Dále je také relevantní zabývat se změnami v jejich chování. Pokud je chování autentické, mělo by pramenit z vlastní osoby. Otázkou bylo, zda při nesledování bude jedinec blíže svému pravému já a bude mít menší tendenci se přetvařovat, neboť sledování herců ve videích nás možná učí také hrát své role a neukazovat své pravé já tolik na veřejnosti.

Ke změnám v tomto směru dospěly 2 dívky: *„Dávala jsem svoje city více najevo, byla jsem uvolněnější než jindy.“* a *„Více jsem se prosazovala mezi lidma, nešla jsem tolik s davem. Párkrát za tu dobu jsem se ale naštvála, což se mi normálně nestává.“*

U další dívky se dle její výpovědi sice nezměnilo chování, došlo ale k relevantnímu myšlenkovému posunu: *„Doma se chovám více výrazně než na veřejnosti, tam jsem klidná a moc nevzbuzuji pozornost. Napadlo mě nechovat se v každém prostředí jinak, snažit se chovat v obou prostředích stejně, ale nevím, jestli to souvisí s tím, že jsem nesledovala.“* Možná to znamená, že by chtěla na veřejnosti méně hrát a více ukazovat své pravé já.

Další změny byly seřazeny od těch nejbližších po ty nejdálčenější autentickému chování, což samozřejmě nelze přesně stanovit, jedná se tudíž o odhad, založený na informacích o autenticitě uvedených v teoretické části. Především se jedná o to,

že autenticita pozitivně a silně koreluje se sebevědomím a životním štěstím a také o to, že televize zvyšuje míru materialismu (Shrum et al., 2010).

Změny v chování seřazené dle blízkosti k autentickému chování:

„Teďka si vybírám a víc nad tím přemýšlím. Co jsem nesledovala ty videa, tak jsem nenakupovala jak šílená.“

„Možná jsem byla více sebevědomá a uštěpačná.“

„Pár lidí mi začalo říkat, že jsem více pozitivní, ale já si myslím, že jsem pořád stejně pesimistická, jak jsem byla.“

„Projevila se u mě větší cílevědomost, omezil jsem taky 9gag (internetový server s vizuálním humorem, pozn. autora). Nyní zapnu počítač s nějakým záměrem.“

„Možná jsem působila více vystresovaně, neboť jsem neměla svou uklidňovací strategii.“

„Nutilo mě to mluvit o jiných věcech s lidmi, změnila se témata a hloubka rozhovorů.“

9.5. Změny v prožitku bytí ovlivněn/á okolím

„Pokud chceš najít sám sebe, první za sebe myslí.“ (Sókratés)

Jedním z aspektů autenticity je míra, do jaké se člověk nechá či nenechá ovlivňovat okolím. Autenticitu především narušuje, pokud se cítíme být tlačeni do toho, jak se máme chovat, pokud jsme ovlivněni více, než bychom chtěli být.

V rozhovoru byla tedy položena otázka, zda se osoba cítí být ovlivněna okolím více, než by chtěla a zda v tomto ohledu nastala nějaká změna v průběhu či po experimentu.

Cílem bylo zjistit, zda se budou respondenti cítit méně ovlivněni, neboť sledování je před experimentem dostávalo do pasivního receptivního módu. To by mohlo znamenat jednak to, že by je tak vysílané informace mohly ovlivňovat více, než chtějí, a jednak, že by si na tento mód fungování zároveň mohli zvykat i mimo sledování, a mít tak větší tendenci nechat se ovlivňovat okolím.

At' už se lidé cítili více nebo méně ovlivnění okolím, změna v tomto ohledu pozorována většinou nebyla, kromě jediného případu: „*Myslím, že teď mi je víc jedno, co si kdo o mě myslí, co si o mě řekne. Jedu si více to svoje, pokud mi někdo nedá konstruktivní kritiku. Je mi to víc jedno, co si myslí jiní, nenechám se tak ovlivnit. V průběhu experimentu se tohle změnilo... Dopěla jsem k názoru, že já jsem celkově já a moje špatné návyky jsem pořád já. A když si něco myslím, tak to řeknu na rovinu.*“

Mohou změny v oblasti prožitku autenticity při video abstinenci souviset s tím, jak moc silný vztah dotýčný ke sledování původně měl?

Za účelem hlubšího prozkoumání této problematiky byly ze vzorku participantů výzkumu utvořeny čtyři skupiny osob. Toto rozdělení proběhlo na základě následujících kritérií: 1. sledovací doba v průměru za den, 2. sledovací doba za poslední týden, 3. zda participanté pociťovali nelibé pocity při zákazu či nemožnosti vidět oblíbený seriál, 4. zda se již pokoušeli sledování omezit, 5. jak úspěšná snaha omezit sledování byla, 6. zda předčasně ukončili experiment. Tato kritéria by měla být relevantní k posouzení míry síly vztahu dotýčného ke sledování videí a také jak velkou část jeho života sledování zabírá.

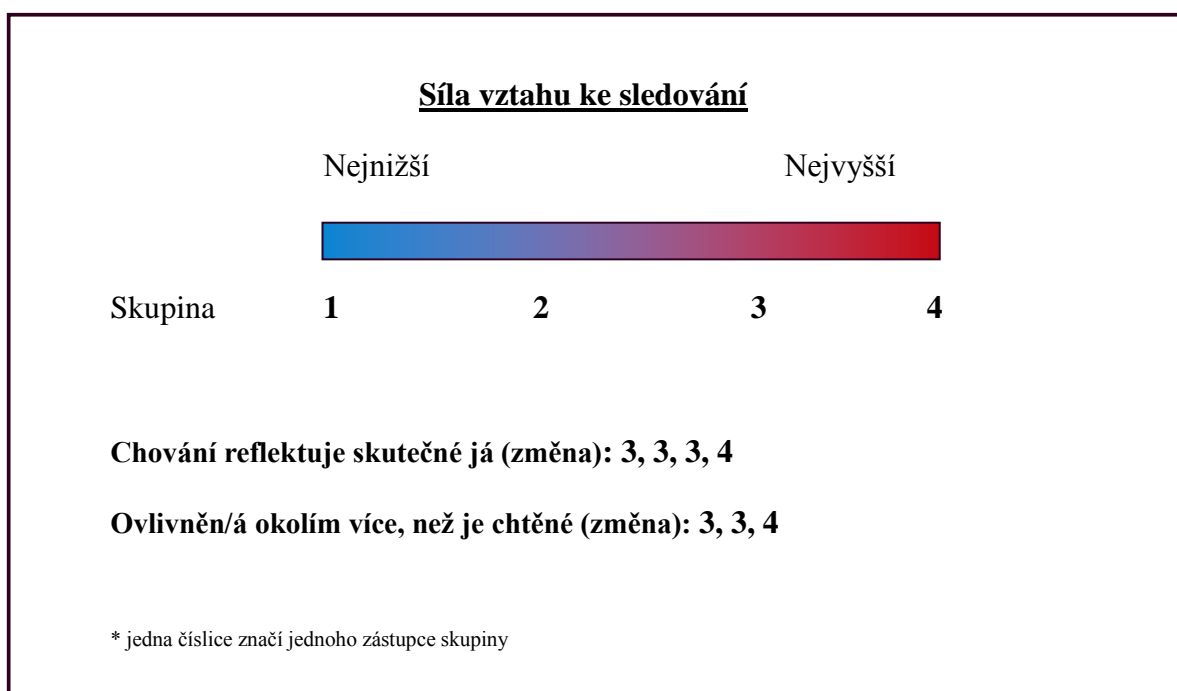
Ve skupině první (3 respondenti) se nacházejí nejmírnější sledující s nízkou mírou vztahu ke sledování, pak následuje skupina druhá (3 respondenti) a třetí (5 respondentů) s mírou vyšší a ve skupině čtvrté (2 respondenti) se nacházejí lidé s nejsilnějším vztahem ke sledování.

Změnu v oblasti prožitku autenticity bylo vhodné rozdělit do dvou rovin. V první rovině je podstatný jev změny ve směru k vyššímu pocitu, tedy že **chování reflektuje skutečné já**. Zohledněn je jak aspekt chování, tak i uvědomění si něčeho nového v této oblasti. Ve druhé rovině je změna v oblasti pocitu bytí **ovlivněn/a okolím více než je chtěné**. Opět je zohledněn jak aspekt změny chování, tak uvědomění si něčeho nového v této oblasti.

Respondenti uvedli změnu v první rovině celkem 4× a šlo o členy třetí skupiny (3 respondenti) a jednoho člena skupiny čtvrté. Jednalo se tedy o osoby se silnějším vztahem ke sledování.

Ve druhé rovině proběhla změna celkem 3×, z toho 2× ve skupině třetí a jednou ve skupině čtvrté. Pro snadnější orientaci viz tabulku č. 1. Opět se jednalo o osoby se spíše silným vztahem ke sledování.

Změny tedy v obou rovinách probíhaly u osob se silnějším vztahem ke sledování. Mohlo by to znamenat, že míra vztahu ke sledování videí omezuje námi vnímanou vlastní autenticitu a až díky video abstinenci vyvstala na povrch uvědomění, která by se jinak ven nedostala? To provedený výzkum nemůže zodpovědět, ale tato oblast se zdá být nadějná pro budoucí bádání. Jelikož jde o oblast poměrně neprobádanou, stálo za to zjistit, jaké jsou problematické aspekty tohoto experimentu a na jaké informace se v budoucnu více zaměřit. Směr, kudy by se mohlo ubírat další zkoumání vztahu prožitku autenticity a sledování videí, je nastíněn v další kapitole.



Tabulka 2: Jedinci dle síly vztahu ke sledování

10. Diskuse

Pokud by daná problematika měla být probádána důkladněji, bylo by vhodné posunout experiment blíže kvantitativnímu směru, jelikož stávající výzkum napomohl ukázat, na které oblasti se více zaměřit a které naopak nejsou tolik plodné. Budoucí výzkum by měl mít reprezentativněji rozložený vzorek z hlediska pohlaví, věku, vzdělání a zaměstnání a měl by obsahovat daleko více osob. (Větší počet osob a odpovědí by byl náročnější na analýzu, bylo by tedy potřeba mít předem pevněji dané zkoumané kategorie.) Jen tak by bylo možné jevy objektivněji posoudit.

Konkrétně je škoda, že se nezapojilo více mužů a více nestudujících (zapojil se jeden muž a tři nestudující). Jednou z možností by bylo přijímat ve druhé vlně pouze muže, aby nebyla mnohonásobně převýšena zamýšlená kapacita experimentu. Je zjevné, že by bylo daleko těžší je najít. Z účasti vyplývá, že měli daleko menší zájem o zapojení se nebo se k nim informace o experimentu dostávala v menší míře. Ovšem takový výzkum, jenž má zájem pouze o muže, by se mohl jevit podezřele a byla by škoda odmítat ženy, které o účast měly zájem.

Do budoucna by byl výzkum zkoumající stejné téma, ale s rovnoměrnějším rozložením pohlaví jistě zajímavý. Jelikož bylo zaměření práce cíleno hlavně na exploraci problematiky, bez zobecňujících statistik a důkazů, nebyl pro experiment problém rozložení pohlaví natolik podstatný.

Předpokládalo se, že bez přílivu informací z videí budou účastníci schopni lépe zpracovávat informace z okolí a budou k nim všeobecně všímavější. Mimo sledování se ovšem téměř nic takového neobjevilo. Může to být způsobeno přesyceností informacemi daleko více způsoby trávení času než pouze sledováním videí. Z rozhovorů např. vyplývá, že čas získaný nesledováním býval často zaplněn používáním sociálních sítí.

Také o své vlastní osobě toho účastníci nezjistili tolik, kolik se předpokládalo. Většina poznatků se týkala rámce vlastní osoby a sledování videí. Možná by napomohlo zjišťovat nové poznatky o své osobě také v průběhu experimentu (např. zaslat otázku na vyplnění každý týden). Přeci jen zhodnotit zpětně poznatky o sobě za posledních osm týdnů nemusí být zcela jednoduché a pro člověka by bylo jistě jednodušší rozpomínat se na tyto informace po kratším časovém intervalu. Na druhou stranu participantům neměly být v průběhu experimentu podsouvány myšlenky na sebepoznání

z toho důvodu, aby jejich zážitky v této oblasti byly v rámci možností co nejvíce spontánní.

Tato cesta dotazování se ovšem ukázala jako málo plodná. Poukazuje buďto na nezvýšení všímavosti k sobě samému při video abstinenci, nebo na nevhodný způsob získávání informací. Také je možné, že po dobu experimentu v sobě účastníci shromažďovali informace o sobě a sledování, neboť očekávali, že především o tom bude řeč v průběhu závěrečného rozhovoru.

V oblasti chování mimo rámec sledování nedošlo k mnoha změnám a pokud ano, nebyly příliš výrazné, ale i tak toto lze považovat za hodné dalšího zkoumání. Přeci jen účastníci neznali výzkumné otázky a osm týdnů by mohlo být krátkou dobou, pokud ji srovnáme s často takřka celým životem pravidelného sledování.

Co se zkoumaných kategorií týče, bylo by vhodné více se zaměřit na kategorie **sebezpoznání**, **bytí ovlivněn okolím** a zda **chování reflektuje skutečné já**. Bylo by opodstatněné pokládat konkrétnější otázky právě na oblast těchto kategorií. Dále, díky inspiraci výzkumem Dary N. Greenwoodové (2007), lze pokládat za přínosné zabývat se vztahem kategorií **ovlivnění okolím více, než je chtěné**, a zda **chování reflektuje skutečné já** s mírou **parasociálních interakcí** a mírou **vtáhnutí do děje**. Možná je toto jeden z řetězců důsledků sledování, který v posledním článku ovlivní životní štěstí. Jako první článek by tak mohlo být samo sledování, jako další článek **parasociální interakce** a **vtáhnutí do děje** (viz str. 15 v teoretické části).

Uvedené jevy ovlivní prožitek autenticity, především **ovlivnění okolím** a pocit, že **chování reflektuje**, respektive nereflektuje **skutečné já**. Autenticita je, jak již bylo uvedeno (str.22), silným prediktorem životního štěstí. Dále by bylo zajímavé více se zaměřit na dosavadní důvody ke sledování před zahájením experimentu. Dle dosavadních výsledků důvody ke sledování mohou mít vliv na průběh experimentu.

Také by bylo vhodné zkoumat jednotlivě či společně abstinence od jiných technologií. Sami účastníci výzkumu často uváděli, že by jim dal experiment, co se týče seberozvoje, více, kdyby si nesledování částečně nekompensovali častějšími návštěvami sociálních sítí či surfováním po internetu. Je však pravděpodobné, že pro drtivou většinu možných dobrovolníků by absolutní abstinence od těchto technologií nepřípadala v úvahu, neboť i přes svou relativní novost se tyto technologie staly vitálními součástmi našich životů. Pro vyšší účast v experimentu by tedy bylo vhodné

tyto technologie pouze omezit na co nejnižší hladinu a zároveň dodržovat video abstinenci. V takovém případě by pozorovaných změn v oblasti autenticity i v jiných oblastech mohlo být o něco více.

11. Závěr

„Jak je zoufale těžké být sám k sobě upřímný. Mnohem jednodušší je být upřímný k ostatním lidem. Co je opravdové, je oku skryté. Pouze skrze srdce můžeme vidět jasně.“ (Antoine de Saint-Exupery)

Předchozí kapitoly dokládají, že se u participantů výzkumu při video abstinenci měnilo mnoho aspektů chování a prožívání. Daleko více změn bylo uvedeno v oblasti vlastní osoby a okolí ve spojitosti se sledováním a nově získaných vhledů do této problematiky, oproti změnám obecnějšího rázu mimo rámec sledování. I tak se ale v oblasti autenticity stalo v průběhu video abstinence mnoho změn. Uvedené změny naznačují, že pravidelné sledování může v několika rovinách ovlivňovat prožitek autenticity. Tyto roviny jsou:

a) Využívání sledování videí k oddálení pozornosti od sebe samého. Kvůli tomu trávení menšího podílu času s vlastními myšlenkami ve chvílích volna a klidu.

b) Videá nás mohou zahlcovat přebytečnými informacemi, často silně emočně nabitými, čímž ponechají méně prostoru pro zpracování informací z reálného světa.

c) Díky sledování videí někdy odkládáme činnosti, ve kterých bychom oproti sledování měli více prostoru pro projevení svého já. Naprostá většina činností mimo sledování totiž vyžaduje více interakce s okolním světem.

d) Sledování je činnost pasivního přijímání informací, na což bychom si mohli v průběhu této činnosti postupně zvykat a poté i v reálném životě více pasivně přijímat oproti aktivnímu podílení se na tvorbě reality.

e) Herecké výkony, ať už jakkoliv realisticky vypadající, se budou vždy od reálného chování určitým způsobem lišit. Přílišné sledování by nás mohlo učít tomuto nerealistickému chování a také nás v důsledku toho přesvědčovat, že hrát své emoce je normální, běžné.

K poslednímu bodu by se dalo namítat, že člověk je od přírody hercem a hraje své role, kdy se mu to hodí, i bez nadměrného sledování herců na obrazovce. To je jistě také pravda. A je tedy otázkou, zda sledování podíl našeho hraní zvyšuje. Určitě by totiž existovalo i bez videí. Nelze zde ovšem předpokládat lineární vztah mezi mírou hraní a celkovým počtem hodin sledování v životě jedince.

Do interakce by přicházela celá škála vlivů, a tak na probádání této roviny ovlivnění autenticity sledováním by bylo potřeba velmi komplexní studie. Po experimentu byly nejčastěji uvedeny změny v chování či změny názorů v oblasti *a)* a *c)*, v menší míře také v oblasti *b)*. Oblasti ovlivnění míry autenticity *d)* a *e)* byly uvedeny v minimální míře a pokud, tak pouze náznakem. Tato skutečnost může být daná buďto krátkou dobou experimentu pro změny v psychických pochodech, které byly ovlivňovány pravidelným sledováním po dlouhá léta, nebo zkrátka tím, že je takové ovlivnění žádné či minimální.

Vyskytla se spjitost mezi předčasným ukončením video abstinence a hlavním důvodem ke sledování. Jinými slovy, předčasně ukončili účast v experimentu především ti, kteří sledovali pro uklidnění a relaxaci. Potřeba uklidnění se tak ukázala jako jeden z nejobtížněji nahraditelných zisků ze sledování. Oproti tomu bylo překvapivé, že u většiny participantů, byl experiment hodnocen jako snadnější a příjemnější, než původně čekali. A pro každého z nich byl přínosem, který dle prvotních dojmů po experimentu zásadně změnil pohled na danou problematiku a ovlivní jejich sledovací návyky v budoucnosti.

Video abstinence většině účastníků přinesla uvědomění si menší podstatnosti sledování videí v jejich životě spolu se změnou sledovacích návyků směrem k menšímu času strávenému sledováním a pečlivějšímu výběru, co budou sledovat. Toto považují za značný přínos experimentu a jeden z důvodů, proč by si video abstinenci mělo vyzkoušet co nejvíce pravidelných sledujících. Domnívám se totiž, že výběr toho, co lidé v naší společnosti sledují, je zatížen častým neuvědoměním si, jakým způsobem a do jaké míry nás sledování různých videí ovlivňuje.

Také celková průměrná doba strávená sledováním je v zemích Evropy a Severní Ameriky v porovnání s jinými volnočasovými aktivitami velmi vysoká (dle již uvedených zdrojů se pohybuje okolo tří hodin denně). Jelikož sledování videí nevyžaduje od diváka žádnou interakci, považují snížení doby sledování za růstovou změnu, které může napomoci právě video abstinence. To, že snížení doby sledování pod průměrnou hodnotu by mělo zvýšit kvalitu života dokládají také mnohé zahraniční výzkumy (Meerlo, 1954; Winn, 1985; McIlwraith, 1998; Kubey & Csikszentmihalyi, 2002; Roberts & Foehr, 2008; Shrum, et. al, 2010; Sigman, 2012).

U mnoha účastníků výzkumu video abstinence sice nepřinesla očekávané změny v prožitku autenticity, ale i tak ji lze dle nasbíraných výpovědí doporučit komukoli,

kdo chce v první řadě změnit své sledovací návyky, dále získat větší náhled na problematiku sledování a možná se i dovědět něco o sobě samém.

Souhrn

Ústřední otázkou této práce bylo, jak člověk, jenž doposud pravidelně sledoval videa, bude prožívat dobu abstinence od sledování videí, se zaměřením hlavně na jím prožívanou vlastní autenticitu.

Centrálními koncepty této práce jsou subjektivní prožitek míry autenticity a video abstinence. Video abstinencí bylo myšleno nesledování jakéhokoli video materiálu.

Výzkum kladl specifické otázky. Poskytne vynechání sledování veškerých videí participantům výzkumu prostor posunout se o trochu dál v poznání sebe sama a poznání reálných lidí okolo? Budou prožívat své jáství jako opravdovější, neboť nebudou ovlivňováni velkým množstvím cizích a hraných emocí, jež byli doposud zvyklí sledovat na obrazovkách?

Sledování videí v různých formách má již více než 100letou historii. Jeho největší rozvoj nastal při velmi rychlém rozšíření televize.

Většina historických výzkumů se zabývala tím, jak konkrétní viděné věci ovlivní člověka, např. jeho hodnoty nebo agresivní chování. Méně se však výzkumy zabývaly ovlivněním médiem samotným a jeho specifiky oproti reálnému světu bez ohledu na obsah (Kubey & Csikszentmihalyi, 2002).

Jedním z prvních psychologů, jenž si povšiml ovlivnění sledováním samotným, byl J. A. M. Meerloo. Ten usoudil, že sledování televize vzbuzuje u dětí předčasný sexuální a emocionální zmatek, nutí je zapínat obrazovku znovu a znovu, ale na druhé straně jsou zmatené ohledně toho, co v ní vidí. Trávení času s televizí také omezuje aktivní vnitřní kreativní činnosti. Při sledování dítě jenom sedí a sleduje falešný svět, namísto toho, aby čelilo opravdovým obtížím. Dále usoudil, že televize brzdí osobní pokrok, neboť pokrok vyžaduje izolaci, vnitřní konverzaci a přezkoumávání svého já (Meerloo, 1954).

Současné výzkumy poukazují na další vlivy spojené s přílišným sledováním televize, např. zvýšení nakupování a ovlivnění výběru nákupů (Jusoff & Sahimi, 2009), zvýšená agrese nebo naopak zvýšený strach z možnosti stát se obětí trestného činu (Jamieson & Aday, 2003), nedostatek schopnosti soustředit se a kognitivní deficity

(Sigman, 2007), potíže se spánkem (Sigman, 2007) či vyhýbání se chování vedoucímu k udržování mezilidských vztahů (Chory & Banfield, 2009).

Sledovací doba je v běžné populaci obrovská. Odhady se v různých zemích a letech pohybují od tří do pěti hodin denně (US department of labor, 2016), což z této činnosti dělá suverénně nejpoblárnější volnočasovou aktivitu většiny vyspělých zemí.

Jinak než na jako na prostředek k sycení potřeb lze na televizi a sledování videí obecně nahlížet jako na cestu k úniku od vlastního *self* (Moskalenko, 2014). Moskalenko (2014) dokonce pokládá únik od *self* jako jeden z hlavních účelů sledování. Jak může sledování videí zprostředkovat únik od *self*? Pokud jsme přesycení vjemy, což sledování televize velmi často dělá, zapomínáme vnímat své já, přestáváme se obracet do svého nitra a poznávat se.

Při zkoumání, zda video abstinence bude mít vliv na prožitek autenticity, jsem vycházel ze čtyřkomponentové teorie autenticity (Wood, Linley, Maltby, Baliouisis & Joseph, 2008).

Cílem výzkumu bylo prozkoumat vliv video abstinence na subjektivní prožitek míry autenticity. Video abstinence trvala celkem osm týdnů. Výzkumu se zúčastnilo 14 osob. Respondenti se sami přihlásili prostřednictvím informace poskytnuté na plakátech a skrze sdílení na sociální síti Facebook. Na začátku experimentu museli všichni vyplnit úvodní dotazník, zjišťující základní demografické údaje a některé sledovací návyky.

Rozhovor byl kvalitativního rázu, přísně jsem se tedy nedržel připravených otázek, byly pokládány doplňující otázky a jiné byly v závislosti na předchozí výpovědi particípanta vynechány. Většina otázek byla vybrána a přeložena z publikací *A Multicomponent Conceptualization of Authenticity: Theory and Research* (Kernis, M. & Goldman, B., 2006) a *The authentic personality: A theoretical and empirical conceptualization and the development of the Authenticity Scale* (Wood, A., Linley, P., Maltby, J., Baliouisis, M., & Joseph, S. 2008).

Jelikož původně byly otázky koncipovány na odpovědi ve škále souhlas/nesouhlas, bylo někdy potřeba přepsat je do podoby vhodnější pro kvalitativní odpověď, případně přidat otázku na změnu ve zjišťovaném jevu v průběhu experimentu. Doplnil jsem také další otázky dle potřeb výzkumu. Konečná verze otázek je v příloze č. 3. Jednalo se o kvalitativní experiment. Úseky výpovědí byly roztříděny

do tematických kategorií a ty byly samostatně analyzovány. Při analýze jsem se držel teoretických konceptů a dosavadních empirických nálezů uvedených v teoretické části práce, ale po vzoru způsobu práce u tzv. zakotvené teorie (Kuckartz and McWhertor, 2014) jsem pracovní teorie také přizpůsoboval a utvořil dle nasbíraných empirických dat.

Dále jsem využil dat z úvodního dotazníku a zkombinoval je s daty z rozhovoru, díky čemuž jsem mohl účastníky výzkumu rozřadit do několika kategorií dle síly vztahu ke sledování. Poté jsem zkoumal, zda a jaký má vliv členství v těchto kategoriích na změnu prožitku autenticity v průběhu experimentu. Ukázalo se, že největší změna opravdu probíhala u členů skupin se silným vztahem ke sledování.

Daleko více změn bylo uvedeno v oblasti vlastní osoby a okolí ve spojitosti se sledováním a také v oblasti nově získaných vhledů do této problematiky oproti změnám obecnějšího rázu mimo rámec sledování. I tak se ale v oblasti autenticity stalo v průběhu video abstinence mnoho změn. Uvedené změny naznačují, že pravidelné sledování může v několika rovinách ovlivňovat prožitek autenticity. Mezi tyto roviny patří:

a) Využívání sledování videí k oddálení pozornosti od sebe samého. Díky tomu trávení menšího podílu času s vlastními myšlenkami ve chvílích volna a klidu.

b) Videá nás mohou zahlcovat přebytečnými informacemi, často silně emočně nabitými, čímž ponechají méně prostoru pro zpracování informací z reálného světa.

c) Díky sledování videí někdy odkládáme činnosti, ve kterých bychom oproti sledování měli více prostoru pro projevení svého já. Naprostá většina činností mimo sledování totiž vyžaduje více interakce s okolním světem.

Video abstinence většině účastníků přinesla snížení podstatnosti sledování videí v jejich životě, spolu se změnou sledovacích návyků směrem k menšímu času strávenému sledováním a pečlivějšímu výběru, co budou sledovat. Dvě dívky se po experimentu rozhodly, že už se aktivitě sledování nechtějí věnovat vůbec.

Jelikož sledování videí nevyžaduje od diváka žádnou interakci, považují snížení doby sledování za růstovou změnu, které může napomoci právě video abstinence. To, že snížení doby sledování pod průměrnou hodnotu by mělo zvýšit kvalitu života, dokládají také mnohé výzkumy (Meerlo, 1954; Winn, 1985; McIlwraith, 1998; Kubey & Csikszentmihalyi, 2002; Roberts & Foehr, 2008; Shrum, et. al, 2010; Sigman, 2012).

U mnoha účastníků výzkumu sice video abstinence nepřinesla očekávané změny v prožitku autenticity, ale i tak ji lze dle nasbíraných výpovědí doporučit komukoli, kdo chce v první řadě změnit své sledovací návyky, dále získat větší náhled na problematiku sledování a možná se i dovědět něco o sobě samém.

Seznam použitých zdrojů a literatury

Amount of TV watched by country 2014 | Statistic. (2016). Statista. Získáno 18. listopadu 2016, z <https://www.statista.com/statistics/276748/average-daily-tv-viewing-time-per-person-in-selected-countries/>.

Andrejevic, M. (2008). Watching television without pity: The productivity of online fans. *Television & New Media*, 9, 24–46.

Bandura, A. (1971). *Social learning theory*. New York: General Learning Press.

Bartels, M. (2015). Genetics of Wellbeing and Its Components Satisfaction with Life, Happiness, and Quality of Life: A Review and Meta-analysis of Heritability Studies. *Behavior Genetics*, 45 (2).

Baumeister, R. (1992). Neglected Aspects of *Self-Theory*: Motivation, Interpersonal Aspects, Culture, Escape, and Existential Value. *Psychological Inquiry*, 3 (1), 21–25.

Baumeister, R. & Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117 (3), 497–529.

Berlyne, D. E. (1971). *Aesthetics and psychobiology*. New York: Meredith.

Binge Eating Disorder. (2016). *National Eating Disorders Association*. Získáno 17. listopadu 2016, z <https://www.nationaleatingdisorders.org/binge-eating-disorder>.

Burks, D. & Robbins, R. (2011). Are you analyzing me? A qualitative exploration of psychologists' individual and interpersonal experiences with authenticity. *The Humanistic Psychologist*, 39 (4), 348–365.

Carr, E., Korb, S., Niedenthal, P., & Winkielman, P. (2014). The two sides of spontaneity: Movement onset asymmetries in facial expressions influence social judgments. *Journal Of Experimental Social Psychology*, 55, 31–36.

Chory, R. M. & Banfield, S. (2009). Media dependence and relational maintenance in interpersonal relationships. *Communication Reports*, 22, 41–53.

Coccaro, E., Bergeman, C., & McClearn, G. (1993). Heritability of irritable impulsiveness: A study of twins reared together and apart. *Psychiatry Research*, 48 (3), 229–242.

Derrick, J., Gabriel, S., & Hugenberg, K. (2009). Social surrogacy: How favored television programs provide the experience of belonging. *Journal Of Experimental Social Psychology*, 45 (2).

Donald F. Roberts, & Ulla G. Foehr, (2008). Trends in Media Use. *The Future Of Children*, 18 (1), 11–37.

Donohew, L., Palmgreen, P., & Rayburn, J. (1987). Social and psychological origins of media use: A lifestyle analysis. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 31 (3), 255–278.

Dux, P., Ivanoff, J., Asplund, C., & Marois, R. (2006). Isolation of a Central Bottleneck of Information Processing with Time-Resolved fMRI. *Neuron*, 52 (6), 1109–1120.

Fleeson, W. & Wilt, J. (2010). The Relevance of Big Five Trait Content in Behavior to Subjective Authenticity: Do High Levels of Within-Person Behavioral Variability Undermine or Enable Authenticity Achievement? *Journal Of Personality*, 78, 1353–1382.

Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 701–721.

Greenwood, D. (2008). Television as escape from self: Psychological predictors of media involvement. *Personality And Individual Differences*, 44 (2), 414–424.

Greenwood, D. & Long, C. (2009). Mood specific media use and emotion regulation: Patterns and individual differences. *Personality And Individual Differences*, 46 (5–6), 616–621.

Hartl, P., & Hartlová, H. (2009). *Psychologický slovník*. Praha: Portál.

History of the motion picture. (2016). *Encyclopedia Britannica*. Získáno 17. listopadu 2016, z <https://www.britannica.com/art/history-of-the-motion-picture>.

Horton, D. & Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19 (3), 215–229.

Iacoboni, M. & Dapretto, M. (2006). The mirror neuron system and the consequences of its dysfunction, *Nature Reviews Neuroscience*, 7 (12), 942–951.

Jang, K., Livesley, W., & Vernon, P. (1996). Heritability of the Big Five Personality Dimensions and Their Facets: A Twin Study. *Journal Of Personality*, 64 (3), 577–592.

Jurgensen, J. (2012). *Binge Viewing: TV's Lost Weekends*. Získáno 20. listopadu 2016, z <http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303740704577521300806686174.html>.

Jusoff, K. & Sahimi, N. N. (2009). Television and media literacy in young children: Issues and effects in early childhood. *International Education Studies*, 2, 151–157.

Kernis, M. & Goldman, B. (2006). A Multicomponent Conceptualization of Authenticity: Theory and Research. *Advances In Experimental Social Psychology*, 283–357.

Kraaykamp, G. & Eijck, K. (2005). Personality, media preferences, and cultural participation. *Personality And Individual Differences*, 38 (7), 1675–1688.

Kubey, R. & Csikszentmihalyi, M. (2002). Television Addiction is no mere metaphor. *Scientific American*, 286 (2), 74–80.

Kuckartz, U. and McWhertor, A. (2014). *Qualitative text analysis*. 1st ed. SAGE.

Lenton, A., Bruder, M., Slabu, L., & Sedikides, C. (2013). How Does „Being Real“ Feel? The Experience of State Authenticity. *Journal Of Personality*, 81 (3), 276–289.

Marois, R. & Ivanoff, J. (2005). Capacity limits of information processing in the brain. *Sciencedirect.com*. Získáno 19. listopadu 2016, z <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1364661305001178>.

Mengers, A. (2014). The Benefits of Being Yourself: An Examination of Authenticity, Uniqueness, and Well-Being. *Scholarly Commons*, University Of Pennsylvania. Získáno 20. dubna 2016, z http://repository.upenn.edu/mapp_capstone/63.

Meerlo, J. (1954). Television addiction and reactive apathy. *The Journal Of Nervous And Mental Disease*, 120 (3), 290–291.

Miller, J. (2016). Britons spend more time on tech than asleep, study suggests – BBC News. *BBC News*. Získáno 18. listopadu 2016, z <http://www.bbc.com/news/technology-28677674>.

Munsey, C. (2016). Frisky, but more risky. *Apa.org*. Získáno 17. listopadu 2016, z <http://www.apa.org/monitor/julaug06/frisky.aspx>.

Peiser, W. (2000). Cohort Trends in Media Use in the United States. *Mass Communication And Society*, 3 (2–3), 185–205.

Platón. (370 př. n. l.). *Faidros* (1st ed.). Praha: OIKOYMENH (z řeckého originálu přeložil František Novotný, 2014).

Potts, R., Dedmon, A., & Halford, J. (1996). Sensation seeking, television viewing motives, and home television viewing patterns. *Personality And Individual Differences*, 21 (6), 1081–1084.

Matthews, G., Deary, I., & Whiteman, M. (2003). *Personality traits* (1st ed., p. 62). Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

McIlwraith, R. D. (1998). „I’m addicted to television: The personality, imagination, and TV watching patterns of self-identified TV addicts.“ *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42, 371–386.

Meerlo, J. A. M. (1954). Television addiction and reactive apathy. *Journal of Nervous & Mental Disease*, 120, 290–291.

Merikivi, Jani; Mäntymäki, Matti; Salovaara, Antti; and Zhang, Lilong, „Binge watching television shows: conceptualization and measurement“ (2016). *Research Papers*. Paper 16. http://aisel.aisnet.org/ecis2016_rp/16.

Romer, D., Jamieson, K. H. & Aday, S. (2003). Television news and the cultivation of fear of crime. *Journal of Communication*, 53, 88–104.

Sayers, S. (1999). The Concept of Authenticity. Nepublikováno. Získáno 23. listopadu 2016, z <http://seansayers.com/articles/>.

Sigman, A. (2012). Time for a view on screen time. *Archives of Disease in Childhood*, 97 (11), pp. 935–942.

Sigman, A. (2007). Visual voodoo: The biological impact of watching TV. *Biologist*, 54, 12–17.

Smith, M. & Gevins, A. (2004). Attention and Brain Activity While Watching Television: Components of Viewer Engagement. *Media Psychology*, 6 (3), 285–305.

Shrum, L., Lee, J., Burroughs, J., & Rindfleisch, A. (2010). An Online Process Model of Second-Order Cultivation Effects: How Television Cultivates Materialism and Its Consequences for Life Satisfaction. *Human Communication Research*, 37 (1), 34–57.

Statistiky – YouTube. (2016). *Youtube.com*. Získáno 17. listopadu 2016, z <https://www.youtube.com/yt/press/cs/statistics.html>.

Česká televize (2016). Technický vývoj televize v datech a souvislostech – Televizní technika – Historie – Vše o ČT – Česká televize. *Ceskatelevize.cz*. Získáno 17. listopadu 2016, z <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/televizni-technika/technicky-vyvoj-televize-v-datech-a-souvislostech/>.

The definition of authentic. Dictionary.com. Získáno 22. listopadu 2016, z <http://www.dictionary.com/browse/authentic>.

Wartella, E. & Reeves, B. (1985). Historical Trends in Research on Children and the Media: 1900–1960. *Journal of Communication*, 35 (2), 118–133.

Weaver, J. (2003). Individual differences in television viewing motives. *Personality And Individual Differences*, 35 (6), 1427–1437.

Whitehouse-Hart, J. (2014). Psychosocial explorations of film and television viewing 2014 (1st ed.). England: Palgrave Macmillan.

Wood, A., Linley, P., Maltby, J., Baliousis, M., & Joseph, S. (2008). The authentic personality: A theoretical and empirical conceptualization and the development of the Authenticity Scale. *Journal Of Counseling Psychology*, 55 (3), 385–399.

Zajonc, R. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35 (2), 151–175.

Zajonc, R. (2001). Mere Exposure: A Gateway to the Subliminal. Current Directions In Psychological Science. *Communication Cache*, 10 (6), 224–228.

Seznam příloh

Příloha č. 1

Plakát vyvěšený na nástěnkách a sociální síti Facebook za účelem informování o výzkumu.

Příloha č. 2

Otázky z úvodního dotazníku (rozeslaný a vyplňovaný na začátku experimentu).

Příloha č. 3

Použité otázky v rozhovoru na konci experimentu.

Příloha č. 4

Doslovný přepis jednoho z rozhovorů.

Příloha č. 5

Formulář zadání diplomové práce.

Příloha č. 6

Abstrakt diplomové práce v českém jazyce.

Příloha č. 7

Abstrakt diplomové práce v anglickém jazyce.

Přílohy

Příloha č. 1: Plakát vyvěšený na nástěnkách a sociální síti Facebook za účelem informování o výzkumu.

Ahoj!

Díváš se pravidelně na filmy a seriály?

Máš zájem mi vypomocť s bakalářskou prací a zúčastnit se zajímavého experimentu?

V tom případě jsi můj člověk!

Vše, o co se jedná, je: - Napsat mi na níže uvedený Email.
(který si samozřejmě můžeš odtrhnout)

- Obratem pošlu odkaz na krátký dotazník.

- Poté se osm týdnů nedívej na žádná videa
(tedy žádné filmy, seriály, televize, youtube, nic...)

- po uplynulé době napiš opět na email a domluvíme se na datu a místě pro krátký rozhovor.

- tot vše (- :

Možná se zdá že toho nechci zrovna málo. Jedná se ale také o příležitost k sebezkušenosti, například k tomu zjistit, co pro tebe pohyblivé obrázky znamenají, co s tebou dělají a co s tebou udělá, když je na nějaký čas mít nebudeš.

A v neposlední řadě ti také dost možná přibude spousta času, nepoměrně více než ta chvíle na dotazník a rozhovor.

Takže pokud vidíš mou nabídku nejen jako výpomoc, ale také jako příležitost k nové zkušenosti, je to jasné a budu se těšit za osm týdnů.

V západním světě tráví průměrný člověk 4 hodiny denně sledováním videí, to z této aktivity činí třetí nejčastější aktivitu, hned po spánku a práci, a přeci ještě nikoho nenapadlo udělat experiment jako tento.

Pro mne bylo toto zjištění překvapivé, pro tebe je to příležitost být mezi prvními, co se takového výzkumu zúčastní.

Vojta.ospalik@gmail.com
Vojta.ospalik@gmail.com
Vojta.ospalik@gmail.com
Vojta.ospalik@gmail.com
Vojta.ospalik@gmail.com
Vojta.ospalik@gmail.com
Vojta.ospalik@gmail.com
Vojta.ospalik@gmail.com

Příloha č. 2: Otázky z úvodního dotazníku (rozeslaný a vyplňovaný na začátku experimentu).

Identifikační číslo, které jsem ti přidělil v e-mailu.

Věk

Pohlaví

Zaměstnání/škola

Nejvyšší dosažené vzdělání

Kolik dní v týdnu v průměru odhadem sleduješ videa?

Kolik hodin jsi přibližně sledoval videa za posledních 7 dnů?

Kolik odhaduješ, že připadá hodin v průměru na jeden den (přibližně za poslední půlrok)?

Preferuješ sledování na televizi nebo PC?

Jakou část tvého sledovacího času zabírají filmy, jakou seriály a jakou ostatní materiál (např. youtube videa, televizní zprávy)?

Jaké žánry nejčastěji sleduješ?

Snažil/a ses někdy čas trávený sledováním omezit?

Co tě k tomu motivovalo?

Jak úspěšná tato snaha byla?

Pociťoval/a jsi nelibé pocity v případě, že jsi v minulosti nemohl/a vidět (zakázal/a sis) tvůj oblíbený seriál?

Příloha č. 3: Použité otázky v rozhovoru na konci experimentu.

Jaké důvody vás vedly k tomu s tím začít?

Zkuste zhodnotit těchto 8 týdnů. Co bylo největším pozitivem na tomto experimentu, co naopak to nejhorší ze zažitých změn?

Kdy a proč bylo nejtěžší vydržet?

Dozvěděli jste se o sobě něco nového? Myslíte, že se změnilo vaše každodenní chování? Zdálo se vám, že se projevujete mezi lidmi jinak? Jakým způsobem?

Změnily se nějaké vaše názory (na sledování, na přátele, na vlastní osobnost)?

Jsou situace, ve kterých jsme sami k sobě upřímní, ale také někdy nastává čas, kdy sami k sobě upřímní nejsme. Jak to máte v tomto ohledu vy? Byla v této věci nějaká změna v průběhu experimentu?

Do jaké míry máte pocit, že vaše chování reflektuje vaše skutečné já? Byla v tomto ohledu nějaká změna v průběhu experimentu?

Cítíte se někdy zmatený/á v oblasti svých pocitů? Byla v tomto ohledu nějaká změna v průběhu experimentu?

Máte někdy pocit, že hrajete někoho, kým ve skutečnosti nejste? Byla v tomto ohledu nějaká změna v průběhu experimentu?

Byla nějaká změna v tom, jak jste se cítili/a být sami se sebou? Bylo vám jinak když jste zůstali sami a přemýšleli, rozjímali?

Změnilo se nějak po či v průběhu experimentu vaše sebevědomí?

Myslíte, že bude v budoucnu něco jinak díky tomuto experimentu?

Míváte pocit, že lidé v okolí ovlivňují vaše názory víc, než byste chtěl/a? Byla v tomto ohledu nějaká změna?

Popsali by vás vaši kamarádi jinak po těchto 8 týdnech než před experimentem? Který popis by vás lépe vystihoval?

Příloha č. 4: Doslovný přepis jednoho z rozhovorů.

(V Je autor práce, X je anonymní osoba dobrovolně zapojená do experimentu video abstinence)

V: Jaké důvody tě vedly k tomu s tím začít?

X: První impuls byl rozhovor s tebou, protože jsem si říkala, že je to zajímavý, že na tom něco bude, protože jsem tím Youtubem hrozně ovlivněná. Oni mi něco vychválí a já běžím do obchodu si to koupit. Tak jsem si říkala, že je to zajímavý a že budu mít spoustu času najednou, když se tomu nebudu věnovat... A to jsem měla!

V: Pokud zhodnotíš ty tři týdny, co bylo největším pozitivem?

X: Měla jsem hodně času, naplánovala jsem si to totiž, když bylo zkouškové a chodila jsem do práce. Měla jsem najednou hodně času, věnovala jsem se věcem, které potřebuju, které chci, bylo spoustu volna najednou. Bylo to takový klidnější.

V: Co na tom bylo naopak nejhorší?

X: No, vydržet to, když mi tam vyskakovaly ty upozornění na nějaký úplně super video a já si říkám, že teď mám pauzu. No a všechny ty upozornění, že tady mám nový díl seriálu a tak, to bylo hrozně stresující.

V: Ve kterých situacích bylo nejtěžší vydržet?

X: Když jsem byla vystresovaná. Já si pouštím videa, abych se u toho uklidnila, večer třeba. A když jsem přišla po hodně stresujícím dni, nemohla se koukat a teď jsem to musela řešit, kde jsem tu knížku položila třeba, kterou si přečtu.

V: Co ses o sobě v průběhu nebo po experimentu dozvěděla nového?

X: Že mám silnější vůli, než jsem si myslela, protože jsem si myslela že to vydržím tak 3–4 dny a potom budu na Youtube dohánět všechna videa, co jsem zameškala.

V: A doháněla jsi to?

X: Ne. Jen jsem si vybrala, co mě fakt zaujalo, ne že bych u toho seděla několik hodin, jen jsem si vybrala to zajímavé pro mě.

V: Myslíš, že se nějak změnilo tvé každodenní chování, kromě toho, že jsi nesledovala?

X: Hm... možná jsem působila víc vystresovaně, protože jsem neměla tu svoji uklidňovací strategii.

V: Změnily se nějak tvoje názory na sledování?

X: Uvědomila jsem si, jak strašně moc jsem tím ovlivněná. Co tam vidím, tak to udělám nebo jdu a koupím si to. Tak po téhle zkušenosti se můj šuplík s make-upem zmenšuje anebo je pořád stejně velký. Když si něco teď koupím a chci tam něco dát, tak něco vyhodím. Nebo když mi něco dojde, tak to doplním, ale nezvětšuju svoje zásoby. To byl můj největší problém. ŽE to přetíkalo, nemohla jsem si vybrat. Teďka si vybírám a víc nad tím přemýšlím. Co jsem nesledovala ty videa, tak jsem nenakupovala jak šílená.

V: Do jaké míry máš pocit, že tvé chování reflektuje to, co doopravdy chceš? Změnilo se toto v průběhu experimentu?

X: Jo to se změnilo, protože si nemyslím, že bych chtěla mít tak šílené zásoby. Když jsem to tam viděla, mě se to líbilo, tak jsem šla a koupila jsem si to. Tak teď už to jako nedělám.

V: Cítíš se někdy zmatená v oblasti svých pocitů?

X: Jo.

V: Byla v tom nějaká změna v průběhu experimentu nebo potom?

X: Více jsem nad věcmi přemýšlela, protože jsem si ten experiment vzala, že budu více věci reflektovat a víc se nad věcma pozastavím a promyslím si je. Nechtěla jsem jenom sledovat videa a seriály, ale všechno tak víc přehodnotit.

V: Byla nějaká změna v tom, jak jsi sama, když nemáš ten čas nějak strukturovaný a nemáš co dělat?

X: Na začátku toho experimentu jsem seděla a nevěděla jsem co si se sebou počít, pak jsem si řekla, že se vrhnu na ty knížky, co jsem si chtěla přečíst a prostě jsem nevěděla, co si se sebou počít jakože. Protože normálně, když nemám co dělat a potřebuju se uklidnit, tak si pustím prostě Youtube. Najednou to nemůžu, na seriál se

taky mrknout nemůžu, tak co já teď budu proboha dělat. Měla jsem tři týdny nádherně všude uklizeno.

V: Změnilo se nějak v průběhu či po tvoje sebevědomí?

X: No, jako tak když jsem předtím sledovala, šla jsem si něco koupit, tak jsem si připadala jako nějaký bezduchý blbec, co udělá jen to, co mu někdo řekne. Teď se cítím, že mám svoji hlavu a sama si rozhodnu, jestli chci nebo nechci.

V: Máš pocit, že i okolí kromě těch videí tě ovlivňuje víc, než bys chtěla?

X: No asi jo, protože teď jsem si vzpomněla, že jsem ve volbách volila stranu, jejíž reklama na mě vyskakovala jako reklama na Spotify. Jako já jsem si ty lidi pak prošla, ale uvědomila jsem si, že jsem volila stranu, jejíž jediné video na mě vyskakovalo. Tak jsem si říkala, že tam ještě nějaká ta bezduchost ještě bude.

V: A co se týče reálných lidí, nemáš pocit, že by byla nějaká reálná změna?

X: To asi ne.

V: Ještě něco chceš dodat, k něčemu se vrátit...?

X: No, byl to moc zajímavý zážitek a asi ho zopakuju, ale ne v nejbližší době, protože teď to uvolňování stresu potřebuju, teď jsem na Youtube každý den. Ale bylo to fakt zajímavý a určitě je to dobré, když nad tím ty lidi přemýšlí, co sledují a jestli si to rozhodují podle toho, co jim kdo řekne.

V: A co byl vlastně ten předěl, kdy si předčasně skončila?

X: No už toho na mě bylo hodně, pro mě už to zkouškový jsem se snažila vyrovnat s prací a už toho stresu bylo moc, tak jsem potřebovala nějaký ten ventil upustit, tak jeden den se to zlomilo a už jsem to nevydržela.

V: Zkoušela sis najít jiný ventil, čím by to šlo nahradit?

X: No to bych asi mohla, ale mě to zrovna tak vyhovuje no, ale já nevím, tak pořád je to lepší než si dát večer skleničku nebo něco, furt je to lepší.

Příloha č. 5: Formulář zadání diplomové práce.

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Akademický rok: 2015/2016

Studijní program: Psychologie
Forma: Prezenční
Obor/komb.: Psychologie (PS)

Podklad pro zadání DIPLOMOVÉ práce studenta

Předkládá:	Adresa	Osobní číslo
Ospalík Vojtěch	Polní 504, Klimkovice	F15241

TÉMA ČESKY:

Vliv video abstinence na subjektivní prožitek autenticity

NÁZEV ANGLICKY:

Effects of video abstinence on the subjective feelings of authenticity

VEDOUcí PRÁCE:

Phdr. Jan Šmahaj, Ph.D. – PCH

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

- 1) Základním návodem k vypracování bude manuál pro psaní diplomových prací na Katedře psychologie v Olomouci (Kolařík, M., a kol. 2012)
- 2) Rešerše a studium relevantní literatury české i zahraniční
- 3) Zpracování teoretické části, zaměřené na autenticitu, opravdovost emocí, dosavadní studie zabývající se vlivem sledování videí na lidskou psychiku
- 4) Hledání zájemců o účast v experimentu
- 5) Průběžný sběr dat, komunikace s probandy
- 6) Analýza odpovědí na dané otázky, práce s kategoriemi a další způsoby analýzy dat, interpretace výsledků
- 7) Závěr a souhrn

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY

- Byrne, B. (1996). *Measuring self-concept across the life span*. Washington, DC: American Psychological Association
- Jung, C., & Jacobi, J. (1995). *Člověk a duše*. Praha: Academia.
- Salmela, M. (2014). *True emotions*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Winn, M. (1977). *The plug-in drug*. New York: Viking Press.
- Kuneš, D. (2009). *Sebepoznání*. Praha: Portál.

Příloha č. 6: Abstrakt diplomové práce v českém jazyce.

Název práce: Vliv video abstinence na subjektivní prožitek míry autenticity

Autor práce: Vojtěch Ospalík

Vedoucí práce: PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.

Počet stran a znaků: 76, 120 162

Počet příloh: 7

Počet titulů použité literatury: 58

Abstrakt (800–1200 zn.): Ústřední otázkou této práce bylo, jak člověk, jenž doposud pravidelně sledoval videa, bude prožívat dobu abstinence od sledování videí, se zaměřením na jím prožívanou vlastní autenticitu.

Při zkoumání, zda video abstinence bude mít vliv na prožitek autenticity, jsem vycházel z čtyřkomponentové teorie autenticity (Wood, Linley, Maltby, Baiouisis, & Joseph, 2008).

Video abstinence trvala osm týdnů. Výzkumu se zúčastnilo celkem 14 osob. Respondenti se sami přihlásili prostřednictvím informace poskytnuté na plakátech a skrze sdílení na sociální síti Facebook. Data byla získána elektronickým dotazníkem na začátku experimentu a polostrukturovaným rozhovorem na jeho konci. Velké množství změn a nových poznatků bylo uvedeno v oblasti sledování videí. Oproti tomu změn obecnějšího rázu mimo rámec sledování nebylo mnoho. Uvedené změny naznačují, že pravidelné sledování může v několika rovinách ovlivňovat prožitek autenticity. Jde o:

- a) Využívání sledování videí k oddálení pozornosti od sebe samého.
- b) Videa nás mohou zahlcovat přebytečnými informacemi, často silně emočně nabitými, čímž ponechají méně prostoru pro zpracování informací z reálného světa a vlastních emocí.
- c) Díky sledování videí někdy odkládáme činnosti, ve kterých bychom oproti sledování měli více prostoru pro projevení svého já.

Video abstinence většině účastníků přinesla snížení podstatnosti sledování videí v jejich životě, spolu se změnou sledovacích návyků směrem k menšímu času strávenému sledováním a pečlivějšímu výběru, co budou sledovat.

Klíčová slova: videa, autenticita, video abstinence, subjektivní změny v autenticitě, sledování videí.

Příloha č. 6: Abstrakt diplomové práce v anglickém jazyce.

Title: Effects of video abstinence on subjective degree of authenticity experience

Author: Vojtěch Ospalík

Supervisor: PhDr. Jan Šmahaj, Ph.D.

Number of pages and characters: 76, 120 162

Number of appendices: 7

Number of references: 58

Abstract (800–1200 characters): The central question of this thesis is, how a person who was watching videos regularly until now will experience the time of video abstinence, focussing on authenticity as experienced by him.

The research on whether video abstinence will have an effect on the feeling of authenticity is based on the four component theory of authenticity (Wood, Linley, Maltby, Baliousis, & Joseph, 2008).

The video abstinence went on for 8 weeks. The total of 14 people joined the research. They were acquired by self-selection through the information given on posters and through the Facebook social network. Data were acquired by an electronic questionnaire at the beginning of the experiment. A vast number of changes and new findings were made in the field of watching videos, as opposed to the more general changes besides watching habits, which were scarce. These changes point to the conclusion, that regular watching can impact the feeling of authenticity on several levels. These are:

- a) Using video watching to draw attention away from themselves.
- b) Videos can overwhelm us with excess information, often with a strong emotional charge, by which they leave less space for processing information from the real world and our own emotions.
- c) By watching videos we sometimes put off activities, in which we would have more space to show our inner self, as opposed to watching videos.

Video abstinence brought most respondents a lowering of importance of watching videos in their life, along with a change of their watching habits towards a lesser time spent by watching and a more careful choice of what they will watch.

Key words: Videos, Authenticity, Video abstinence, Subjective changes in authenticity, Watching videos