

„Média, identitás, lokalitás” tudományos
konferencia
2022. Április 06.



SZTE JGYPK

Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

**SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM
JUHÁSZ GYULA PEDAGÓGUSKÉPZŐ KAR**

Szülők, példaképek, influenzaszerek – A média és a látott minta hatása az identitásra és az egészségre

Dr. Prievara Dóra Katalin

SZTE JGYPK Alkalmazott Egészségtudományi és Környezeti
Nevelés Intézet, Egészségpszichológia és Mentálhigiéne Tanszék

MTA-SZTE Egészségfejlesztés Kutatócsoport



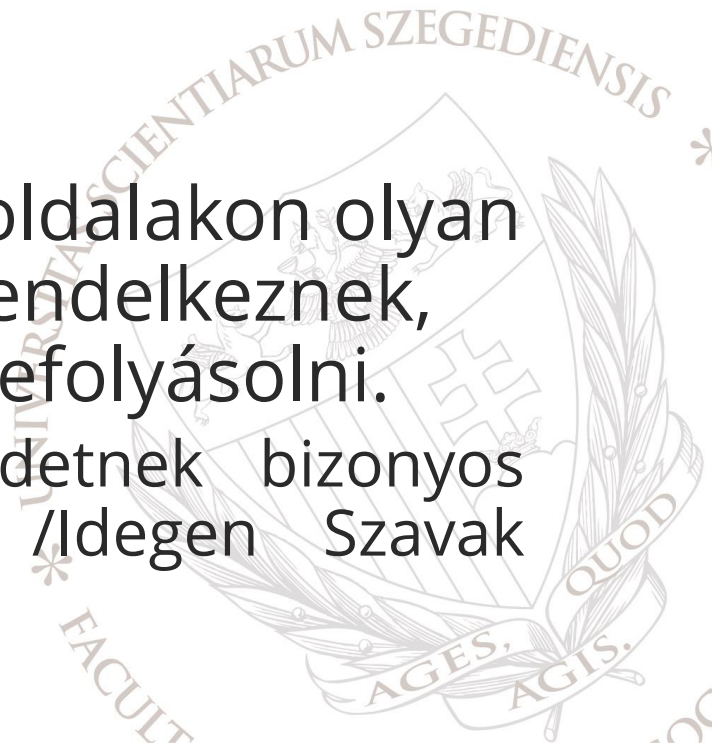


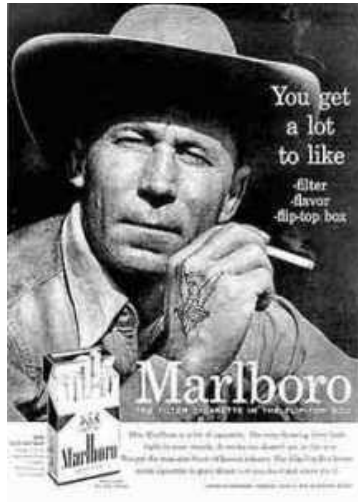
SZTE JGYPK

Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Influenszer

- A person or thing that influences another.
 - *Marketing* A person with the ability to influence potential buyers of a product or service by promoting or recommending the items on social media. /Oxford Dictionary/
- Másokat befolyásoló személy, véleményvezér, pl. közösségi oldalakon olyan emberek, akik sok követővel rendelkeznek, és ezáltal tömegeket tudnak befolyásolni.
 - Az influenszerek sokszor hirdetnek bizonyos termékeket, szolgáltatásokat. /Idegen Szavak Szótára/

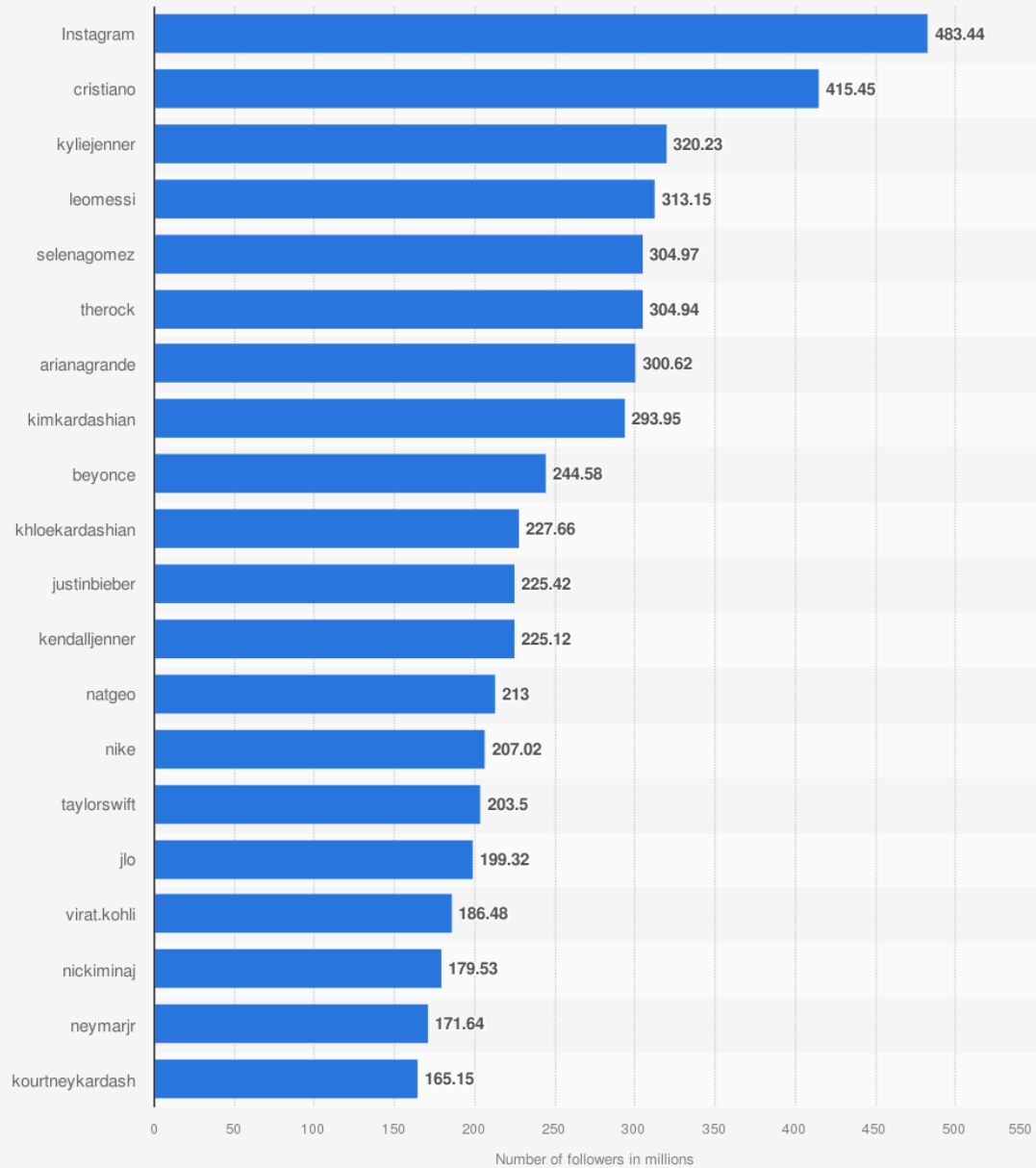




Influenszerek régen...

... és ma

Instagram accounts with the most followers worldwide as of March 2022 (in millions)



Cristiano Ronaldo Makes More From Instagram Than Soccer

Cristiano Ronaldo's annual Instagram earnings and salary at Juventus (2019)

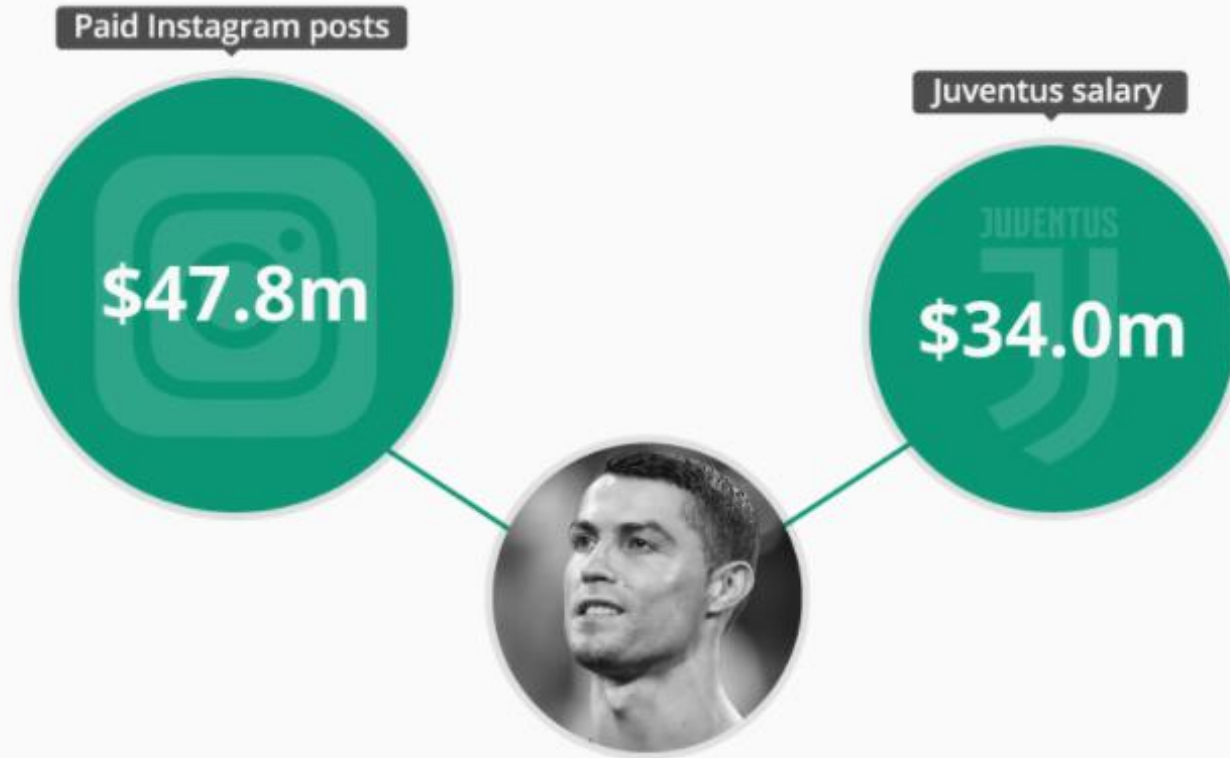


Image: Wikipedia

@StatistaCharts

Source: Buzz Bingo & Goal.com via Business Insider

statista 

\$1.600.000/poszt (2021)



SZTE JGYPK

Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Influenzszerek ma

- Online tartalomgyártás
- Közösségi média oldalaira
- Professzionális
- Megélhetést biztosít
- Profitorientált tevékenység

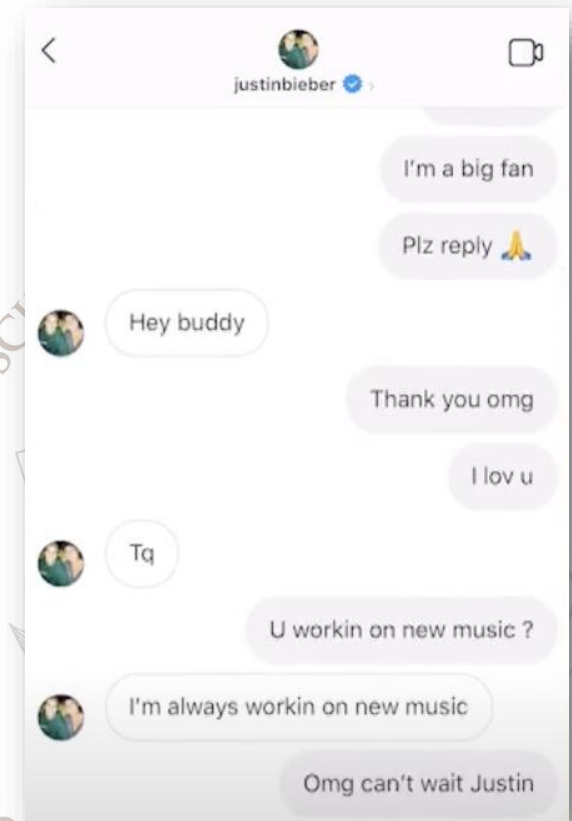




SZTE JGYPK
Szegei Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

A példaképek

- Elérhetőbbek
- Emberközelibbek
- Jobban beenged az életébe
- Reagálás nagyobb esélyű, mint valaha
- Valahová tartozás érzése
- Szociális támogatás
- Sütkérezés
- Kétirányú kapcsolat illúziója
- Social media manager alkalmazása





SZTE JGYPK

Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Influenszerek kategóriái

Világméretű cégekkel kampány

Celebritás
5 millió <

Mega
1-5 millió fő

Heterogén követői bázis
Makro
100.000 – 1.000.000 fő

Specifikus érdeklődés, pl. utazás vagy főzés
Mikro 5.000 – 100.000 fő

Elkötelezett bázis

Közvetlen környezet

Direkt kommunikáció

Nano < 5.000 fő

Legmagasabb elköteleződés

Interakció, offline kapcsolat

UNIVERSITATIS SZEGEDIENSIS





SZTE JGYPK
Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Influenszerek hatása a marketingre

- Célközönség elérésének új módja
- Vásárlási kedvet növeli:
 - Hitelesség
 - Egyediség
 - Karakterisztikus vonások
- Vásárlási kedvet nem befolyásolja:
 - Fizikai megjelenés
 - Vonzó külső
 - Követőkkel folytatott interakció

/Lim, Ng, & Hng, 2020/

- Gazdasági Versenyhivatal - szabályozás szükséges





SZTE JGYPK

Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Serdülőkori identitáskeresés

- Erikson /1968/
 - Pszicho-szociális fejlődéselmélet
 - 12-20 év: fő feladat az identitás kialakítása
 - Ki vagyok én? Mi lehet belőlem?
 - Szerepekkel való kísérletezés
 - Egységes énkép vagy szerepkonfúzió



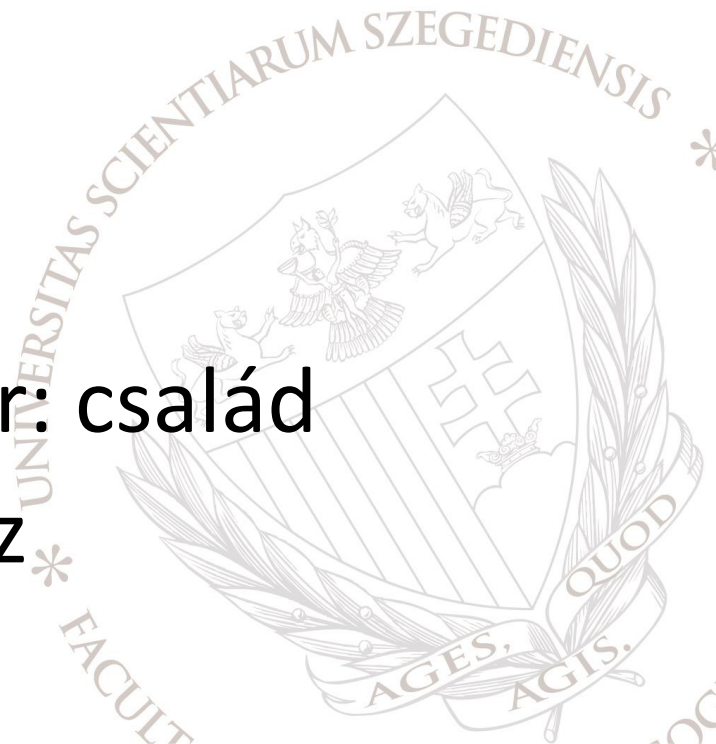


SZTE JGYPK

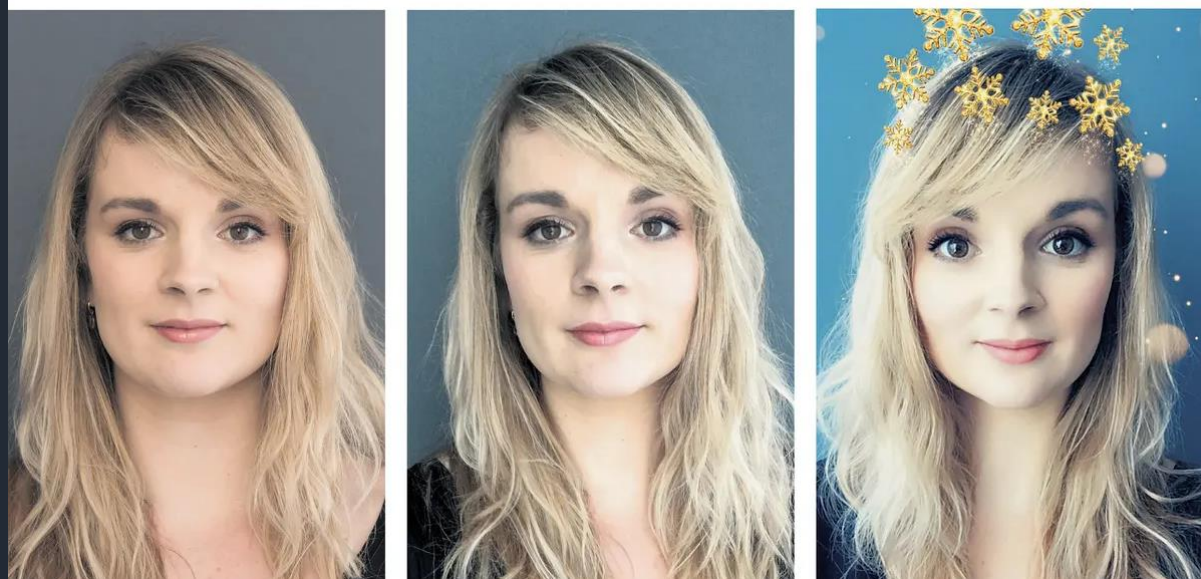
Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Szociális tanulás

- Szerepek kialakítása és integrálása
- Utánzás
- Modellkövetés
- Azonosulás
- Belsővé tétel
- Elsődleges szocializációs tér: család
- DE! már az online világ is az



Identitásminták az online térben



- Minták, értékek, példaképek kínálása
- Manipulált képek, idealizált külső
 - negatív hatás testtel való viszonyra, testképzavar /Derenne & Beresin, 2006/



SZTE JGYPK
Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Az influenszerek példát mutatnak...

- Megosztott tartalmak + felülreprezentált
- Viselkedés
- Egészségkárosító magatartás
- Reklámok
- Reagálás kritikára
- Veszélyes kihívásokra való ösztönzés
- Társadalmi felelősségvállalás
- Közügyekben való megnyilvánulás
- Karitatív tevékenységek





SZTE JGYPK

Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

A szülők példát mutatnak...

- Megosztott tartalmak
 - Gyermek digitális lábnyoma
- Viselkedés
- Médiahasználat (Lauricella & Cingel, 2020)
- Phubbing (Bai et al., 2020)
- Problémás médiahasználat (Liu et al., 2019)
- Reagálás kritikára





SZTE JGYPK

Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Szülők felelőssége

- Influenzszerek világa – hírnév és siker könnyen megszerezhető, mint a fiataloknak
- Új karrierlehetőségek: influenszerkedés, vloggerkedés, gamerkedés
- Szülőknek ismerniük kell az online világot
 - Kiket követ a gyermek
 - Mi érdekli
 - Mit tart követendő példának
 - Ő mit osszon meg magáról
 - Kapcsolódási lehetőség a gyermekkel





SZTE JGYPK

Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Hivatkozások

- Bai, Q., Lei, L., Hsueh, F., Yu, X., Hu, H., Wang, X., & Wang, P. (2020). Parent-adolescent congruence in phubbing and adolescents' depressive symptoms: A moderated polynomial regression with response surface analyses. *Journal of Affective Disorders, 275*, 127-135. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.03.156>
- Buerkel-Rothfuss, N. L. & Buerkel, L. A. (2001). Family mediation. In: J. Bryant & J. A. Bryant (Eds.), *Television and the American family* (2nd ed., pp. 355-376). Lawrence Erlbaum.
- Derenne, J. L. & Beresin, E. V. (2006). Body image, media, and eating disorders. *Academic Psychiatry, 30*(3), 257-261. <http://doi.org/10.1176/appi.ap.30.3.257>
- Erikson, E. (1968). Az emberi életciklus. In L. Bernáth & K. Solymosy (Eds.), *Fejlődéslélektani olvasókönyv* (pp. 27-41). Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Lauricella, A. R., & Cingel, D. P. (2020). Parental influence on youth media use. *Journal of Child and Family Studies, 29*, 1927-1937. <https://doi.org/10.1007/s10826-020-01724-2>
- Lim, Y. S., Ng, T. H., & Hng, Y. S. (2020). Internet celebrities: How they affect the purchase intention of generation Y in cyberspace. *Journal of Information System and Technology Management, 5*(19), 51-59. <http://doi.org/10.35631/JISTM,519005>
- Liu, R. D., Wang, J., Gu, D., Ding, Y., Oei, T. P., Hong, W., Zhen, R., & Li, Y. M. (2019). The effect of parental phubbing on teenager's mobile phone dependency behaviors: The mediation role of subjective norm and dependency intention. *Psychology Research and Behavior Management, 12*, 1059-1069. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S224133>
- Nikken, P., & Schols, M. (2015). How and why parents guide the media use of young children. *Journal of Child and Family Studies, 24*(11), 3423-3435. <https://doi.org/10.1007/s10826-015-0144-4>



SZTE JGYPK

Szegedi Tudományegyetem
Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Köszönöm megtisztelő figyelmüket!

AZ INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLÓGIAI MINISZTERIUM ÚNKP-21-4 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.

AZ ELŐADÁS ELKÉSZÍTÉSÉT A MAGYAR TUDOMÁNYOS AKADÉMIA KÖZOKTATÁS-FEJLESZTÉSI KUTATÁSI PROGRAMJA TÁMOGATTA.

