

Utjecaj medija na obrazovni i socijalni aspekt života adolescenata

Hrehorović, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:196553>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-25**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ MEDIJSKA KULTURA

PETRA HREHORVIĆ

**UTJECAJ MEDIJA NA OBRAZOVNI I
SOCIJALNI ASPEKT ŽIVOTA ADOLESCENATA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR: doc.dr.sc. Ivica Šola

SUMENTOR: Marija Kristek, v. pred.

Osijek, 2019.

Sadržaj

Sažetak	4
Summary	5
Uvod	6
1. Adolescencija	7
2. Mediji	8
2.1. Televizija i internet.....	9
2.2. Funkcije medija	10
2.3. Utjecaj medija.....	12
3. Utjecaj medija na adolescente	12
3.1. Mediji i odgoj i obrazovanje.....	14
3.1.1. Mediji i sustav vrijednosti	17
3.2. Mediji i agresivnost i nasilje.....	19
3.3. Mediji i slika o sebi	22
3.4. Mediji i nezadovoljstvo tijelom.....	24
4. Prevencija	27
Zaključak	29
Literatura	30

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja Petra Hrehorović potvrđujem da je moj završni rad pod naslovom Utjecaj medija na obrazovni i socijalni aspekt života adolescenata te mentorstvom doc.dr.sc. Ivica Šole i Marije Kristek, v. pred. rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, _____

Potpis

Sažetak

Zbog sve veće prisutnosti medija u svakodnevnom životu njihov se utjecaj više očituje u promjenama ponašanja i mišljenja kod adolescenata. Ovaj rad proučava utjecaj medija na obrazovni i socijalni aspekt života adolescenata na temelju znanstvenih radova i provedenih istraživanja. Iako mediji imaju niz pozitivnih utjecaja, ne smijemo zanemariti negativne. Navedena istraživanja potvrđuju negativne posljedice medijskog sadržaja kao što su loš uspjeh u školi, povećanje agresivnog ponašanje, depresija, nisko samopoštovanje i izraženo nezadovoljstvo tijelom. U svrhu smanjenja negativnih posljedica potrebno je uvesti opće medijsko obrazovanje i na taj način maksimalno iskoristiti pozitivne aspekte medija, a negativne smanjiti na minimum.

KLJUČNE RIJEČI: adolescent, mediji, obrazovanje, sustav vrijednosti, pojam o sebi

Summary

Due to increasing presence of media in everyday life, their influence is more and more revealed in behavioral and opinion changes in adolescents. This paper studies media influence on educational and social aspect of adolescent life based on scientific papers and conducted researches. Although media have a series of positive influences, we can't ignore the negative ones. Mentioned researches confirm negative repercussions of media content like bad school achievement, increasing aggressive behavior, depression, low self-esteem and expressed dissatisfaction with one's body. In order to reduce negative repercussions it is necessary to bring in general media education and use positive aspects of media to the maximum, therefore negative aspect reduce to the minimum.

KEY WORDS: adolescents, media, education, value system, self-concept

Uvod

Adolescencija je burno životno razdoblje ispunjeno naletima hormona i naglim tjelesnim odrastanjem. Mladi se ljudi sve više odvajaju od obiteljske zajednice, a pokušavaju uklopiti u vršnjačke grupe. Sve više cijene mišljenje drugih ljudi.

Suvremeni adolescenti od „malih nogu“ okruženi su tehnologijom u raznim oblicima, pa su po prvi puta u povijesti „mladi autoritet nad svojim roditeljima“, barem po pitanju tehnologije (Tapscott, 2009; u Car, 2013:290).

Ovaj rad bavi se pitanjem utjecaja medija na život adolescenata. S obzirom na sve veću prisutnost medija u životima mladih ljudi, postavlja se pitanje koliki utjecaj oni imaju na njih. Aspekti na koje je stavljen najveći naglasak su aspekti obrazovnog i socijalnog karaktera jer su oni najvažniji dijelovi adolescentskog života.

Rad proučava teorijske radove i istraživanja raznih autora o odabranoj temi. Cilj rada je predstaviti činjenice koje su do sada skupljene i prezentirati ih u jednom radu u cilju stabilizacije medijskog utjecaja i smanjenja njegovih štetnih posljedica jer što je jača svijest o medijskom djelovanju, to je manja šansa za njegovo negativno djelovanje“ (Petani i Tolić, 2008:19).

Na početku rada napravljen je uvod u razdoblje adolescencije, kako bismo što lakše mogli razmatrati provedena istraživanja u kontekstu obilježja adolescencije. Nakon toga, prikazane su glavne karakteristike medija, kao i funkcije medija i medijski utjecaj.

Treće poglavlje rada, razmatra utjecaj medija na adolescente s psihološke točke gledišta uz stručnu literaturu i provedena istraživanja o danoj temi.

Na kraju rada predstavljen je pojam medijske pismenosti, kao jedan od načina prevencije loših medijskih utjecaja na djecu i adolescente, ali i sve ostale koji se svakodnevno služe medijima.

1. Adolescencija

Prema Lauri Berk (2008:344) adolescencija je razdoblje od 11. do 20. godine života, a proizvod je dvaju činitelja: bioloških i socijalnih. Najutjecajniji zagovornik biološkog gledišta bio je Stanley Hall koji je adolescenciju opisao kao iznimno turbulentno razdoblje, toliko turbulentno da „nalikuje na razdoblje u kojem su ljudi evoluirali od divljaka u civilizirana bića“ (Berk, 2008:344), a svoju je teoriju utemeljio na Darwinovoj teoriji evolucije. Margaret Mead bila je prva istraživačica koja je zagovarala socijalno gledište i tvrdila je da je socijalna okolina u potpunosti odgovorna za većinu iskustava u adolescentskoj dobi. I biološki i socijalni stresovi variraju od okoline do okoline, ali u potpunosti su normalni i nalazimo ih u svakoj kulturi (Berk, 2008:345).

Osim tjelesnih promjena, adolescenti doživljavaju i emocionalne i socijalne promjene koje se najviše očituju u ćudljivosti adolescenata te u odnosu *roditelj-djeca*. Iako su istraživanja otkrila povezanost visoke razine hormona adolescenata s velikim promjenama raspoloženja, nisu samo hormoni uzrok takvog oblika ponašanja. Druga su istraživanja pokazala kako raspoloženje ovisi i o situacijskim činiteljima – gdje i s kim se adolescenti nalaze (Berk, 2008:350). Odnosno, „to raspoloženje je u skladu s uravnoteženim gledištem o biološkim i socijalnim snagama...“ (Berk, 2008:350). Odnos *roditelj-djeca* u razdoblju adolescencije ispunjen je sukobima, najviše zbog razlike u gledištu. Većina tih sukoba blagog je intenziteta, a događa se zbog naleta hormona i naglog tjelesnog odrastanja. Djeca zahtijevaju da ih se tretira kao odrasle osobe, dok ih roditelji i dalje pokušavaju zaštititi dok ne budu spremni preuzeti sve nove odgovornosti odraslih ljudi (Berk, 2008:351).

Prema Berk (2008:371) adolescencija se u većini slučajeva poklapa s prelaskom u srednju školu. Taj prijelaz obilježen je pomiješanim osjećajima kod adolescenata, a većina ih misli da je nastavnicima u srednjoj školi manje stalo do njih, da ih se strože ocjenjuje i da proživljavaju veći stres u školi nego ranije. Berk (2008:372) ističe kako u najvećem riziku izloženi adolescenti koji u vrijeme prelaska u novu (srednju) školu proživljavaju dodatne napetosti „kao što su poremećaji u obitelji, nezaposlenost roditelja ili naučena bespomoćnost za školske zadatke“ (Berk, 2008:372).

Prema Donath (2004; u Car, 2013) suvremeni adolescenti su odrasli uz internet, televiziju, globalizaciju i brigu o održivom razvoju, a sva ta iskustva zajedno oblikovala su današnje mlade generacije. Zbog tih utjecaja suvremeni su adolescenti iskusili povećanu odgovornost, stekli više znanja nego njihovi roditelji u tim godinama i doživjeli fizičko daleki svijet skoro jednako

kao i neposredni. Zbog toga „oni imaju širi pristup idejama, informacijama i mogućnostima zahvaljujući širem krugu ljudi s kojima su u kontaktu“ (Donath, 2004; u Car, 2013:285).

Društvene promjene s kojima se djeca i adolescenti susreću u 21. stoljeću dovele su do promjena u statusu obitelji i nestajanja moralnih autoriteta, kao i preranog susretanja djece i adolescenata s određenim aspektima svijeta odraslih. Autori koji su o tome pisali, nazvali su to *mračnim dobom za djecu*, a to je razdoblje opisano kao vrijeme u kojemu djetinjstvo nestaje. „Kao glavne krivce navode televizijske sadržaje, video-igrice i nasilne medijske sadržaje te sve veći interes kompanija za djecu kao konzumente i potrošače, pri čemu su roditelji i djeca nemoćne žrtve ili nehotimični suradnici“ (Car, 2013:286).

Car (2013) tvrdi kako djeca i adolescenti ranije sazrijevaju jer su izloženi stvarnom svijetu punom katastrofa, nasilja i smrti putem televizije i interneta te da „televizija umanjuje djetetovu sposobnost vjerovanja i pouzdanja u odrasli svijet“ (Car, 2013:287).

2. Mediji

Sam pojam *medij* dolazi iz latinskog jezika (lat. *medius* – u sredini, srednji, sredstvo). Od svoje pojave, mediji sudjeluju u društvenom životu i u skladu s razvojem društva i sami se razvijaju. U feudalnom društvu najrazvijeniji mediji bili su sajmovi i vjerski obredi, a u razvijenom kapitalizmu tisak, televizija i u konačnici internet (Dulčić, 2014). Postoje razne definicije medija, a svaka od njih je u nečemu drugačija u odnosu na ostale jer sama definicija ovisi o stajalištu s kojeg se promatra, odnosno o struci koja definira pojam.

U knjizi „Uvod u medije“ pojam *medij* definiran je kao „srednji, posrednik, onaj koji prenosi komunikaciju; najčešće se podrazumijeva tehnički posrednik ili nositelj komunikacije kao što su na primjer papir, zvučni ili radiovalovi ili DVD kao nosač zvuka i slike. Mediji su i društvene institucije koje posreduju društvenu komunikaciju“ (Peruško, 2011:342). U komunikacijskim znanostima mediji se definiraju kao „fizičko ili tehničko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se može slati kanalom. Oni su sredstvo kojim se ostvaruje komunikacija, posrednici su između vlasti i javnosti, informiraju javnost o svim relativno važnim temama za društvenu zajednicu, a sve to kako bi ispravno formirali (...) javno mišljenje građana“ (Jurčić, 2017:128). Prema Mandarić (2012) „novi mediji nametnuli su se kao relevantna *društvena institucija* u socijalizacijskom procesu“ (Mandarić, 2012:132). Budući da je glavni zadatak medija u društvu informiranje o relevantnim informacijama, njihova važnost nije upitna.

Jurčić (2017) navodi i sociološku definiciju medija prema kojoj su mediji shvaćeni kao institucijsko-organizacijski okvir komunikacije. U tom se kontekstu autorica osvrće i na odgoj i obrazovanje gdje su mediji izjednačeni s pojmom diskursa.

Prema Dulčić (2014), kao što se s vremenom i razvojem društva mijenja vrsta medija mijenja se i njihova uloga. S obzirom na kompleksnost današnjeg društva, mediji su uspjeli omogućiti svakom pojedincu da ima *svoju istinu* i na taj način oblikovati nove društvene odnose te sudjelovati u strukturi društvene moći.

Što se tiče podjele medija i njih ima mnogo, a s obzirom da ovaj rad ne zahtijeva puno promišljanja o samoj podjeli navest ćemo samo jednu. Prema Peruško (2011:15), „mediji mogu biti lokalni, nacionalni i međunarodni, privatni, javni, državni i community, tj. asocijativni ili mediji trećeg sektora te matični (mainstream) i alternativni“.

Slično međuodnosu tehnologije i društva (ako se razvija društvo razvija se i tehnologija = ako se razvija tehnologija razvija se i društvo) može se promatrati i međuodnos medija i društva. „Usporedno s razvojem tehničke, ali i tehnološke baze medija, razvijale su se i mogućnosti za napredak u smislu komunikacija i komunikacijskih vještina preko medijskih kanala“ (Jurčić, 2017:128). Mnoge su prednosti sveprisutnih medija u svakodnevnom životu – od olakšane komunikacije, dijeljenja informacija do obrazovanja i zabave.

Danas je prisutnost medija na tolikoj razini da nije ništa čudno što djeca koja nisu ni krenula u školu koriste naprednu tehnologiju. S jedne se strane to može promatrati kao napredak novih generacija i povećanje sposobnosti pojedinaca, međutim, potrebno je promotriti i štetne posljedice takvog smjera razvoja. Štetne posljedice, kojih ima mnogo, dovest će do veće katastrofe nego što bi dovelo nekorištenje medija, stoga se i ta strana medalje treba proučiti kako bi se štetne posljedice smanjile na minimalnu razinu, a napredak usavršio.

2.1. Televizija i internet

Od svih medija, kod djece i adolescenata najviše su zastupljeni televizija i internet.

„Televizija je audiovizualni medij vrlo složene tehnologije i vrlo složene organizacije rada, globalne prirode, kojemu se teško postaviti nacionalnu granicu, jer kao kôd ne koristi samo jezik (govor) nego i sliku, a ona je univerzalna“ (Zgrabljic Rotar, 2005:4). Budući da je zabava postala najprodavaniji proizvod na tržištu medijske industrije, na televiziji je dostigla status *supraideologije* – vrhunski zakon za sve vrste diskursa (Postman, 1986; u Zgrabljic Rotar, 2005).

Televizija predstavlja medij ugone jer pruža zabavu, zadovoljstvo i opuštanje djeci, ali i odraslima. Međutim, prema Neilu Postmanu (Postman, 1986; u Zgrabljic Rotar, 2005:4) „ugoda koju televizija promovira kao vrhunsko načelo naime, može uništiti društvo jer degradira i obezvrjeđuje ozbiljan javni diskurs. Također, prikazivanje nasilja na zabavan način degradira mnoge ljudske moralne i društvene zakone i pravila, ali i obezvrjeđuje sam život“.

„Internet je globalna mreža, vrhunske brzine u protoku informacija povezana mrežom kompjutora“ (Zgrabljic Rotar, 2005:5). Pojavom interneta, s jedne strane, recepcija medijskih sadržaja sve je više individualizirana i demokratizirana, povećao se broj mogućih formi komuniciranja, povećala se brzina protoka informacija od pošiljatelja/izvora do primatelja, dok je s druge strane izgubljeno povjerenje u medij kao pouzdan izvor informacija (Zgrabljic Rotar, 2005).

Prema Car (2013), suvremeni adolescenti svakodnevno sudjeluju u stvaranju informacija i zabave na internetu. Način na koji nove generacije uče, rade i stvaraju interakcije drastično je transformiran novim komunikacijskim tehnologijama, kojima prednjači internet. „Po prvi put u povijesti čovječanstva mladi su autoritet (jer o digitalnoj tehnologiji znaju više od svojih roditelja i učitelja) u području vrlo važnom za sveukupno čovječanstvo te svojim razmišljanjima i ponašanjem mijenjaju sve aspekte društva – od obiteljskog doma i škole, radnih mjesta i oglašavanja pa sve do političkih odluka“ (Tapscott, 2009; u Car, 2013:290).

Prema Car (2013), razlika između iskustava odraslih i iskustava djece i adolescenata nestaje pod utjecajem televizije i interneta. Kao primjer navodi činjenicu da je na televiziji u udarnom terminu u većini slučajeva emitiran sadržaj za odrasle i da to posljedično „zamućuje granicu između djetinjstva i odraslog doba“ (Car, 2013:286). Osim toga, djeca sama pronalaze značenje u „odraslim“ temama, a sve se više i povezuju s likovima iz televizijskim programima jer odrasli sve više sličje djeci i odraslima. „Televizijski likovi su često kombinacija djeteta i odrasle osobe, likovi koji nikada ne odrastaju, ne prema dobi, već prema izgledu i ponašanju“ (Car, 2013:286).

2.2. Funkcije medija

Većina autora, koji su se bavili teorijskim aspektima medija, iznijela je svoje postavke o funkcijama medija. Tako Rus-Mol i Zagorac-Keršer (2005; u Jurčić, 2017) navode sljedeće funkcije medija:

- Informacija – u svrhu opće informiranosti i boljeg odlučivanja o najvažnijim pitanjima zajednice

- Artikulacija – postavljanje problema u okvire u kojima ih javnost može opažati
- *Agenda Setting* – uspostavljanje prioriteta društvenih problema i stavljanje istih pred javnost
- Kritika i kontrola – omogućiti transparentnost politike i biznisa pred javnošću
- Zabava
- Obrazovanje – mediji u službi educiranja imaju poseban karakter putem specijaliziranih edukativnih programa
- Socijalizacija i vodstvo
- Integracija – mediji spajaju ljude različitih kultura, ideja, religija...

Uz ovu podjelu, svoju je napravila i dr. Tena Martinić (1994; u Jurčić, 2017):

- Informacijska funkcija – najvažnije zbog velike međuovisnosti širih društvenih zajednica
- Seleksijska i interpretacijska funkcija – svijest o zajedničkim problemima, doprinosi koheziji zajednice
- Eksplikacijska funkcija – kolektivna svijest i integracija pojedinca u zajednicu
- Obrazovna funkcija – prenošenje znanja, povećanje kohezije, socijalizacija
- Zabavljачka funkcija – opuštanje prilagođeno kolektivu i pojedincu
- Estetska funkcija – mediji kao novi umjetnički izraz

U svakoj podjeli nalaze se različite funkcije, ali između ostalog, možemo istaknuti zabavnu i obrazovnu funkciju koja se kod većine autora pojavljuje u ovom ili onom obliku. Korisnici od medija očekuju da ih opuste, zabave i potaknu na stvaralaštvo. Takva očekivanja publike, dovela su do rapidnog razvoja medija u zabavnoj industriji koji se očituje preko velikog broja glazbenih programa, filmova i televizijskih sapunica (Jurčić, 2017:130).

Što se tiče obrazovne funkcije medija Jurčić (2017) ističe da ona također ima širok odjek, ne samo na mlađe nego i na starije generacije. Uloga obrazovnih emisija i programa u velikoj je mjeri usmjerena na prenošenje kulturnih sadržaja s generacije na generaciju, na prenošenje općeg znanja. Danas postoji velik broj edukativnih programa koji se bave raznim granama znanosti i istraživanjem pa zbog toga imaju i poseban obrazovni karakter. „Povećava se društvena kohezija, proširuju se društvene norme, nastavlja se socijalizacija“ (Martinić, 1994; u Jurčić, 2017:131).

„Glavne odlike medija jesu da utječu na formiranje masovnog konzumentskog društva koje je uglavnom u rascjepu sa samostalnim odlučivanjem pa ih u tome smislu i razlikujemo prema snazi ekspresije, ali i utjecaju na publiku“ (Jurčić, 2017:132).

2.3. Utjecaj medija

Kada govorimo o medijskom utjecaju na publiku, ne možemo govoriti o *svim medijima na cijelu publiku*. Određeni dijelovi populacije skloniji su određenoj vrsti medija. Istraživanja pokazuju kako je stariji dio populacije skloniji tisku i u manjem dijelu televiziji, dok su mlađe generacije puno više okrenute internetu i u manjoj mjeri televiziji. Dosada još niti jedan medij nije uspio istisnuti neki drugi iako se već godinama polemizira o tisku kao *umirućem mediju*. „Publici je svaki medij zanimljiv jer je svaki drugačiji i svaki zadovoljava određene potrebe medijskih konzumenata“ (Jurčić, 2017:132). Budući da se mlađe generacije najviše okreću internetu i televiziji, njihov će se utjecaj najviše i promatrati.

Glavni cilj medija, ističe Jurčić (2017), jest zadovoljavanje čovjekovih potreba – informiranje o relevantnim društvenim procesima, educiranje i zabavljanje. „Pozitivan utjecaj medija ogleda se u stjecanju znanja i umijeća, usvajanju znanstvenog i kulturnog naslijeđa, bogatstvu moralne i socijalne dimenzije te razvoju stvaralačkih sposobnosti“ (Jurčić, 2017:133). S druge strane, ističe Jurčić (2017), nalaze se negativni utjecaji medija koji se u najvećoj mjeri prenose preko onih sadržaja koji favoriziraju nasilje, pretjerani konzumerizam, kriminal i dr.

„Nasilje u medijima od svjesnog pojedinca može učiniti pasivnog konzumenta ili promatrača koji smatra kako su sve deformacije normalne, a upravo u tome i jest razorna moć medija-manipulatora“ (Petani i Tolić, 2008:16). Mediji poput interneta ili televizije prema Petani i Tolić (2008) vrlo su moćni manipulatori čiji je glavni cilj privući i fascinirati korisnika stvarajući kratkoročni osjećaj ugone i zadovoljstva. Međutim, dugoročna posljedica takvih radnji je gubitak osobnosti korisnika medija. Medijsko nasilje direktno utječe na razvoj agresivnog ponašanja kod mladih.

3. Utjecaj medija na adolescente

Razna su istraživanja pokazala kako je utjecaj masmedija dvojak. Primijećen je pozitivan utjecaj na doživljavanje i ponašanje djece, ali i odraslih, u svakodnevnom životu kao i u odgojno obrazovnom procesu. S druge strane, zabilježen je i znatno visok štetan utjecaj koji se manifestira lošim uspjehom u školi, nedovoljno razvijenim socijalnim vještinama, agresivnim ponašanjem kao i psihičkim promjenama vezanim uz depresiju i ovisnost o samim medijima.

(Šegregur, Kuhar i Paradžik, 2012). Nova realnost koju mediji oblikuju direktno utječe na razvoj pojedinca, a tako i na društvo u cjelini. Svojim djelovanjem mediji utječu na oblikovanje čovjekovih estetskih, etičkih i političkih stavova, grade novi sustav vrijednosti i normi ponašanja (Maksimović i Stanisavljević Petrović, 2014).

Jurčić (2017) ističe mišljenje da je štetni utjecaj medija posljedica medijskog poticanja:

- a) Pretjeranog konzumerizma
- b) Opsjednutosti zabavom
- c) Manipulacije
- d) Jezične nekulture
- e) Pornografije
- f) Rodne diskriminacije
- g) Pasivizacije
- h) Nasilja

Neka su istraživanja pokazala kako se kod mladih i djece koja su izložena nasilju i agresiji putem medija javljaju različite psihičke posljedice, koje *diktiraju razvoj* njihova obrazovnog i socijalnog aspekta života:

- Realnost zamijenjena iluzijom
- Gubljenje i kriza identiteta
- Manja osjetljivost na nasilje i za one koji pate od nasilja
- Povećanje asocijalnog i agresivnog ponašanja
- Viđenje nasilja kao prihvatljiva u rješavanju konflikata

U korelaciji s tim, Petani i Tolić (2008) navode rezultate istraživanja Njemačkog instituta u Mainzu iz 2007. godine koji pokazuju da je „medijsko nasilje postalo jedan od najvećih problema današnjeg društva“ (Petani i Tolić, 2008:17). Ističu kako to ne znači da mediji generiraju nasilje, nego da izrabljuju već postojeće nasilje u društvu u svrhu vlastite zarade i manipulacije pojedincima.

Iako je činjenica da sve više mladih i djece postaje ovisno o internetu i videoigricama kao sredstvima masovne komunikacije, još uvijek nisu svi svjesni da je uz to prisutna i socijalna potištenost, izoliranost te nasilje. Iako masovni mediji mladima omogućuju novi način pristupa informacijama i formiranja identiteta, oni isto tako sa sobom nose poteškoće i opasnosti za osobni razvoj pojedinca. (Petani i Tolić, 2008).

Kimberly S. Young donosi osam kriterija ovisnosti, a onaj koji se pronalazi u pet ili više spada u kategoriju ovisnika (Mandarić, 2012):

- Subjekt je u potpunosti zaokupljen virtualnim iskustvom
- Kako bi postigao željeno uzbuđenje, subjekt sve više i više vremena provodi na internetu
- Pokušava kontrolirati ili prekinuti virtualno iskustvo, ali bezuspješno
- Kod pokušaja prekidanja internetske veze osjeća uznemirenost
- Internetom se koristi puno duže nego što je to predvidio prije početka korištenja
- U pitanje dovodi osobne veze, posao, karijeru, studij
- Istinu o ovisnosti skriva od obitelji, prijatelja
- U virtualni svijet ulazi kako bi liječio frustracije i pobjegao od problema

Glavno pitanje koje se postavlja kada se govori o lošoj strani medija kod mladih (ali i svih ostalih) jest pitanje utjecaja medija na identitet mladih ljudi, njihovih vrijednosti i njihova ponašanja. Informacije koje se prezentiraju u medijima, pored informativne uloge, imaju manipulativne efekte. Medij-manipulator, kako ga nazivaju Petani i Tolić (2008), kroz zabavu plasira komercijalizaciju života i svih vrijednosti. Prema medijima, uspjeh je zajamčen formom seks – senzacija – skandal.

U traženju sebe, kaže Miliša (2006) adolescenti oponašaju idole – od roditelja i vršnjaka do popularnih osoba prezentiranih putem medija – a mediji to iskorištavaju na način da adolescente uvode u svijet virtualne ovisnosti i tako prividno umanjuju krizu identiteta. Tako se mladi povode za krivim stvarima i moralno lošim idolima, postaju pasivni oponašatelji tuđih želja. „Mediji izazivaju želje za kupovinom ili jednostavno kupuju stavove, s ciljem da postanu trajna preokupacija mladih te da mladi slijepo oponašaju svoje idole (...) što je prva zamka u procesu manipuliranja potrebama mladih“ (Miliša, 2006:49).

3.1. Mediji i odgoj i obrazovanje

Odgoj se može odrediti kao društvena praksa koja omogućuje razvoj čovjeka, a sastoji se od aktivnosti, djelatnosti i procesa koji putem komunikacije usmjeravaju razvoj čovjekova potencijala. Iz toga proizlazi kako je odgoj rezultat pomnog planiranja postizanja određenih ciljeva. S druge strane mediji su spontani i bez određenih ciljeva pa je na njih teško utjecati. (Maksimović i Stanisavljević Petrović, 2014). Miliša (2006) ističe da je pozitivna uloga medija u obrazovnom procesu ta što nam približava događaje i pruža informacije u vrlo kratkom vremenu te da „informacija više nije ničiji privilegij“ (Miliša, 2006:8).

Prema Brooks (2001; u Car 2013:287), „na obrazovanje se gleda kao na skupljanje bodova i ocjena te prostor za trening nauštrb mogućnosti za širenje kulturnih horizonata, izgradnju karaktera i kultiviranje osobe kroz liberalno obrazovanje“.

„Suvremeni adolescenti, zbog drugačijeg načina razmišljanja, sintetiziranja, korištenja i dijeljenja informacija, često nisu zadovoljni i ne mogu u potpunosti iskoristiti informacije koje im se nude u školi“ (Car, 2013:291). Nove generacije adolescenata od ranog su djetinjstva odrastale bombardirane informacijama pa su naučili pronaći one koje im trebaju, provjeriti njihovu vjerodostojnost, podijeliti ih ili pak, uz njihovu pomoć, pomoći u stvaranju novih znanja. Zbog toga tradicionalni sustav obrazovanja smatraju nedovoljno izazovnim, a jednolična i monotona predavanja dosadnima. Budući da su sve aktivnosti, školske i izvanškolske, skoro u potpunosti strukturirane, s vrlo malo propitivanja i razgovora, adolescenti i sami očekuju mnogo supervizije odraslih. Zbog toga u srednjim školama, pa čak i na fakultetu, traže puno strukture i usmjerenosti nego starije generacije (Car, 2013). „Oni sve žele znati unaprijed: što se od njih očekuje i koji će se kriteriji primjenjivati u vrednovanju njihova rada. Najvjerojatnije će postaviti pitanja poput: 'Hoće li ovo biti na ispitu?' ili pitati o pojedinostima poput 'Na koji način će mi ovo koristiti u životu?'“ (Car, 2013:291).

Prema Miliša (2006), živimo u informatičkom društvu u kojemu redovno obrazovanje nije dostatno, već smo prisiljeni obrazovati se i različitim oblicima neformalne naobrazbe i to tijekom cijeloga života. „Knjiga kao *zastarjelo* odgojno-obrazovno *pomagalo* gotovo da odlazi u ropotarnicu povijesti. Odgojne poruke iz knjiga ne privlače masu, ne uzbuđuju. (...) Budući da knjige nisu najučinkovitija sredstva uvjeravanja, razumljivo je da se manipulatori okreću moćnijim sredstvima: filmu, televiziji, časopisima za tinejdžere, računalima...“ (Miliša, 2001:8).

Vizek Vidović et al. (2014) daje prikaz raznih teorija učenja, a jedna od socijalnih teorija učenja je i opservacijsko učenje, koju je postavio Albert Bandura. Ova teorija zagovara mišljenje kako ponašanje nije uvjetovano samo unutarnjim kognitivnim strukturama već i okolinom u kojoj se pojedinac nalazi. Ovakav oblik učenja odvija se u dva oblika:

- Modeliranje – pojedinac modelira svoje ponašanje promatranjem ponašanja drugih ljudi
- Vikarijsko učenje – pojedinac modelira svoje ponašanje promatranjem kako su drugi nagrađeni ili kažnjeni za svoje ponašanje

Bandura (1986, u Vizek Vidović et al. 2014) ističe četiri tipa modeliranja:

1. Direktno modeliranje – pojedinac oponaša ponašanje modela
2. Simboličko modeliranje – pojedinac oponaša ponašanje prikazano u knjigama, filmovima ili na televiziji
3. Sintetizirano modeliranje – pojedinac razvija ponašanja kombiniranjem dijelova opaženih akcija jednog ili više modela
4. Apstraktno modeliranje – pojedinac stvara sustav pravila opažanjem primjera u kojima su ta pravila vidljiva

Mediji modeliraju ponašanje adolescenata najčešće simboličkim i sintetiziranim oblikom modeliranja. Kada se adolescent nađe u situaciji u kojoj se nikada prije nije našao, a jedini doticaj s takvom situacijom imao je putem medija (internet, televizija, novine itd.), jedini deduktivni zaključak je da će se adolescent ponašati u skladu s onim što je *naučio* putem medija.

„Mnogi članovi vršnjačkih skupina kopiraju ponašanje drugih članova radeći tako stvari koje sami po sebi nikada ne bi. Slijedeći želje grupe oni ne riskiraju donoseći vlastite odluke i stoga smatraju kako nisu odgovorni za svoja ponašanja“ (Hamburg, 1992; u Car, 2013:287).

Osim toga Livazović (2011) navodi još neke teorije učenja koje mogu pomoći u objašnjavanju utjecaja medija na učenje ponašanja.

- *Teorija priminga* (Berkowitzeva kognitivno neoasocijalna teorija) govori kako u ljudskom mozgu u interakciji s okolinom nastaju mreža kognicija, osjećaja i tendencija ponašanja. Pod utjecajem medijskih sadržaja stvara se novi niz kognicija, a ponavljanjem istih podražaja događa se proces koji utječe na interpretaciju novih podražaja što kratkoročno povećava vjerojatnost pojavljivanja ponašanja prikazanog u medijskom sadržaju koji izaziva podražaj (Berkowitz, 1984; u Livazović, 2011).
- *Teorija skripti* objašnjava kako se informacije primljene iz medija obrađuju u mozgu. Skripte su definirane kao mentalne rutine ili programi pohranjeni u pamćenju, a kojima osoba pristupa u trenutku rješavanja problema. Skripte sadrže informacije o tijeku događaja i slijedu ponašanja u problemskim situacijama. „Skripte koje se često izvode ili su lakše dostupne u dosjećanju, češće će biti temelj manifestiranog ponašanja, osobito ako ih pojedinac smatra primjerenima, učinkovitima i one odgovaraju njegovim normativnim uvjerenjima“ (Livazović, 2011:3).

Rezultati istraživanja provedenog u školskoj godini 2009./2010. pokazuju kako je vrijeme provedeno u korištenju medijima za 8,5 sati duže od vremena koje su ispitanici provodili s roditeljima ili u nekim drugim aktivnostima. U usporedbi s ranijim istraživanjima, vidi se

značajan porast vremena koje adolescenti provode uz medije. Osim toga utvrđena je i direktna veza dugotrajnog korištenja medija putem televizije ili mobitela i određenih tegoba kao što su glavobolja i nesаница u kombinaciji s bolovima u vratu i leđima te znakovi nervoze, napetosti i agresije. Iako rezultati ovog istraživanja nisu prikazali značajnu povezanost medija i loših ocjena u školi, postoje druga istraživanja koja spomenuto potvrđuju. (Šegregur, Kuhar, Paradžik, 2012).

Rezultati istraživanja o utjecaju medija na adolescente koje su proveli Maksimović i Stanisavljević Petrović (2014) potvrđuju postavljene hipoteze kako je ponašanje mladih uvjetovano djelovanjem medija. Najizraženiji faktori u istraživanju bili su:

- ugledanje na poznate osobe u medijima (smatraju da je „fora“ oblačiti se kao poznate osobe koje se pojavljuju u medijima),
- prisutnost interneta za vrijeme ostvarivanja nastave (smatraju kako je nemoguće organizirati nastavu bez interneta i koriste internet i kada to nastavnici nisu odredili kao dopušteno),
- poticanje videoigrica na agresivno ponašanje (zbog videoigara sve je više mladih koji imaju problema s obuzdavanjem agresije u socijalnim situacijama),
- ovisnost o internetu (koja se prezentira kao stanje pojedinca u kojemu je upotreba interneta postala dominantna životna aktivnost koja ga izolira u odnosu na ostale društvene tijekove), s tim u vezi je i previše vremena utrošenog na računalu te svjesnost ispitanika o negativnim utjecajima medija na njihovu fizičku aktivnost.

Iako je prisutnost interneta u životima mladih veća od prisutnosti televizije, i televizija ima značajan utjecaj u oblikovanju zanimanja mladih jer su istraživanja pokazala da će se mladi više zanimati za teme koje se češće prikazuju na televiziji od onih koji se manje prikazuju.

3.1.1. Mediji i sustav vrijednosti

Prema Vizek Vidović et al. (2014) među razvojne zadatke razdoblja adolescencije, između ostalog, spada i preispitivanje starih vrijednosti, što uključuje preispitivanje i prilagođavanje starih te pronalaženje novih. Ne postoji samo jedna definicija vrijednosti, a Ilišin, (2001) kažu kako sljedeće elemente većina definicija sadrži:

- poželjnost – vrijednost je određena kao oblik motivacije (pretpostavlja se da svi teže onome što je poželjno)
- selekcija – vrijednost utječe na ponašanje pojedinca

- stabilnost – vrijednosti se promatraju kao relativno trajne karakteristike ljudske svijesti
- težnja ka sustavnosti – vrijednosti tvore širok hijerarhijski sustav
- pozitivnost – vrijednosti mogu biti prihvaćene u različitoj mjeri, ali rijetko su odbačene

Prema Ilišin, (2001), vrijednosti imaju važnu ulogu u usmjeravanju pojedinca u pogledu ponašanja. Utječu na zauzimanje stavova o društvenim pitanjima, „potiču ga u njegovim odlukama i sudovima, pomažu mu u nastojanju da racionalizira i oblikuje stavove i mnijenja, olakšavaju mu komunikaciju s drugima te predstavljaju važna uporišta u njegovu shvaćanju društvene okoline“ (Ilišin, 2001:80).

Ova kriza vrednota jasno je vidljiva u medijima jer su mediji, s jedne strane zrcalo koje projicira stanje u društvu, a s druge, činitelji koji stvaraju određene društvene situacije. S obzirom na količinu vremena koje mladi provode uz medije i na već istaknuti utjecaj medija na adolescente, može se zaključiti kako mediji utječu i na promjene sustava vrijednosti u adolescenciji. Kada adolescenti počnu preispitivati stare vrijednosti i usklađivati ih s novim informacijama, koje dobivaju od obitelji, prijatelja i medija, dolazi do konfuzije identiteta.

Vizek Vidović et al. (2014) ističe kako se to najčešće događa kada adolescenti uoče da su neke vrijednosti u suprotnosti jedna s drugom te da nije rijetko slučaj da se odrasli ne ponašaju onako kako vrijednosti koje promoviraju nalažu. Ako uzmemo u obzir vrstu vijesti koja je najzastupljenija u medijima (kultura straha) te količinu vremena koju adolescenti provode uz medije možemo zaključiti kako mediji zaista imaju utjecaj na promjene u sustavu vrijednosti kod adolescenata.

Prema Miliša (2006), jedan od ključnih problema današnje civilizacije je rascjep vrijednosti između svijeta konformizma i svijeta individualnosti, pri čemu je konformizam poželjna matrica ponašanja koju starije generacije podržavaju, dok individualnost obilježava bijeg u privatnost. Bijeg u privatnost označen je bijegom u virtualnu stvarnost i u različite ovisnosti, a to je često posljedica traženja zadovoljstva izvan svijeta konformizma. Mediji sve više istiskuju druge vrste socijalizacije kao što su škola, obitelj, udruge, neformalne skupine i na taj način neposredno utječu na formiranje vrijednosti i načina ponašanja adolescenata.

„Mladi ljudi njeguju stavove i vrijednosti koji se razlikuju – ili su čak u suprotnosti – od onih koje propagiraju odrasli, (...) adolescenti više ne prepoznaju i udaljuju se od vrijednosti odraslih (Car, 2013:288).

„Manipulator ima za cilj kontrolirati mišljenje i potrebe ljudi“ (Miliša, 2006:26). Jedan od glavnih problema suvremenoga doba je rascjep koji nastaje zbog dualizma vrijednosti navedenih svjetova – svijeta konformizma i svijeta individualizma. Ovaj raskorak između vrijednosti u adolescentima produbljuje plodno tlo za razvoj krize identiteta. Adolescenti su nesigurni i kolebljivi, a mediji im nerijetko sugeriraju negativce kao poželjne oblike ponašanja – bez odgovornosti, znanja i zauzimanja može se postati slavan, a to ima izrazito loše učinke na razvoj adolescenata (Miliša, 2006).

3.2. Mediji i agresivnost i nasilje

Različiti autori (pedagozi, psiholozi, sociolozi i dr.) najveću su pozornost, kada je riječ o utjecaju medija na djecu i mlade, pridavali nasilju u medijima, posebice na televiziji i internetu. Razna istraživanja potvrđuju utjecaj medija na oblike ponašanja kod djece i mladih kao i na njihove stavove i vrijednosne orijentacije (Miliša, 2006). Berkowitz (1993; u Miliša, 2006) naglašava porast agresivnosti kao i asocijalnog ponašanja. Kunczik je nasilje definirao kao „personalizirano namjerno fizičko i/ili psihičko nanošenje štete osobi, živom biću i neživim objektima od strane druge osobe“ (Kunczik, 1994; u Zgrabljic Rotar, 2005:6). U vezi s tim, Kriegel smatra da je nasilje na televiziji opasno jer razara društvene vrijednosti (Kriegel, 2003; u Zgrabljic Rotar, 2005).

Prema Hamburg (1992; u Car, 2013) niti jedna generacija u povijesti, iako je nasilje oduvijek bilo dio života, nije odrasla uz toliku količinu i neposrednu blizinu nasilja koje je odvojeno od bilo kakvih moralnih ili fizičkih posljedica.

Digitalni mediji djeci i adolescentima omogućuju *privatnu komunikaciju*, koja prema Mandarić (2012) ne podliježe roditeljskoj i učiteljskoj kontroli. Budući da putem različitih medija mladi dobivaju tražene informacije bez izravne komunikacije, uklanjaju se prostorne i vremenske barijere koje uvjetuju protočnost informacija i samu komunikaciju. Ovo je razmišljanje slično onome Baudrillarda (2001) koji kaže da je utjecaj medija takav da čovjek više nema svoj vlastiti prostor jer su ga mediji smjestili u univerzum simulakruma u kojemu čovjek ne može odgovoriti na medijske sadržaje, slike i događaje (Baudrillard, 2001; u Zgrabljic Rotar, 2005).

„Oni su sami po sebi stvarnost, pa tako na neki način dokidaju razliku između stvarnosti i iluzije. Sve je *hiperrealno* bez jasnog stajališta o tome kako jest, a kako bi trebalo biti, pa je čovjek sam u svojem svijetu višak“ (Zgrabljic Rotar, 2005:8).

Livazović (2011) kao primjer utjecaja medija na agresivno ponašanje navodi *Opći model agresivnosti* (eng. General Aggression Model). Ovaj model integrira ideje kognitivne teorije učenja, priming koncepta i teorije skripti s tezom simulacije. Ideja modela jest da je pojava i održavanje nasilnog ponašanja utemeljena na učenju, aktivaciji i primjeni spoznajnih struktura pohranjenih u pamćenju, a koje su povezane s agresivnošću. Mediji čiji sadržaji prikazuju nasilje potiču agresivnost podučavajući promatrače kako biti nasilan, a dva su načina za to: jačanje primarnih agresivnih spoznaja te povećanje uzbuđenja ili stvaranje agresivnih emocionalnih stanja. Na takav način dugoročni učinci obuhvaćaju procese učenja – spoznajne strukture razvijaju se od najranijeg djetinjstva opažanjem, promišljanje, prosuđivanjem i reagiranjem na događaje u okolini u kojoj se pojedinac nalazi. „Stoga, svaka medijski nasilna epizoda predstavlja samo još jedno iskustvo učenja, kojim se spoznajne strukture sve više uvježbavaju, postaju složenije, raznolikije i ustaljenije“ (Livazović, 2011:3).

Prema Mandarić (2012), istraživanja provedena sedamdesetih godina prošloga stoljeća potvrđuju pozitivnu korelaciju između duže izloženosti nasilnim sadržajima u medijima i nasilnog ponašanja. Ističe i rezultate američkih istraživača koji su zaključili kako odnos između medija i nasilja može imati tri učinka:

1. Djeca i odrasli koji su dugo izloženi scenama nasilja u medijima mogu postati agresivniji te nasilje vidjeti kao dobro rješenje za konfliktne situacije
2. Djeca i mladi koji dugo gledaju nasilje u medijima, mogu postati *imuni* na stvarno nasilje u realnom svijetu, „imaju visok prag tolerancije nasilja na društvenoj razini“ (Mandarić, 2012:136)
3. Može izazvati *Mean World Syndrome* (sindrom nasilničkog svijeta) – djeca i mladi koji su izloženi nasilju putem ekrana, mogu doživljavati visok stupanj nasilja u okruženju u kojemu se nalaze

Nemoguće je zahtijevati da se nasilje ne prikazuje i ne komentira u medijima, ali važan je način na koji će se prezentirati. Mandarić (2012) ističe istraživanje koje je potvrdilo kako je nakon detaljnog prikazivanja ubojstava i samoubojstava, prosjek istih znatno porastao.

Zgrabljic Rotar (2005) navodi brojna istraživanja utjecaja medijskog nasilja te iznosi četiri osnovne hipoteze o utjecaju medijskog nasilja na djecu i mlade:

1. Stimulacijska hipoteza ili imitacija – djeca imitiraju ono što gledaju i to je u suglasnosti s opservacijskom teorijom učenja. Oponašanje se najčešće vidi kao posljedica nečeg

viđenog na malom ekranu, iako nije doslovno (skakanje s prozora nebodera = skakanje sa fotelje u dnevnom boravku).

2. Hipoteza uznemiravanja – medije koristimo u svrhu zabave, a ne uznemiravanja. Ipak, većina medijskih sadržaja ima određenu dozu uznemirujućih sadržaja koja kod ljudi izaziva određene emocije. Djeca i mladi u počecima adolescencije ne znaju se nositi s tim osjećajima, ne znaju ih racionalizirati.
3. Hipoteza katarze – ova hipoteza zagovara stajalište kako medijsko nasilje reducira nasilno ponašanje u stvarnosti jer gledanjem takvih sadržaja gledatelji dobivaju *emocionalnu nagradu*, odnosno, nekakvu vrstu pražnjenja.
4. Habitucija ili hipoteza o neosjetljivosti – govori o tome da se s vremenom navikavamo na nazočnost nasilja u sadržaju koji gledamo i postupno postajemo sve manje osjetljivi na njega. „Prekomjerno gledanje nasilja uzrokuje kod djece emocionalnu i kognitivnu otupjelost i povećava prag tolerancije prema nasilju u životu“ (Bašić-Hrvatini, 1995; u Zgrabljic Rotar, 2005:10).

Nasilje među djecom i mladima sve se više s ulica i iz škola prebacuje u virtualni svijet. Ovaj se oblik nasilja ne razlikuje puno od klasičnog vršnjačkog nasilja, jedina je razlika sredstvo kojim se nasilje provodi (Mandarić, 2012). „Mnogi adolescenti i mladi upuštaju se u virtualno nasilje jer je to fenomen koji omogućuje anonimnost“ (Mandarić, 2012:137). Jednostavnije je zlostavljati drugoga *skriven iza ekrana* nego licem u lice. Upravo zbog toga što nasilnik djeluje skriven iza anonimnosti on nije svjestan štete koju nanosi žrtvi. Mladi nasilnici ohrabreni su iluzijom o anonimnosti i nevidljivosti i vjeruju kako ih je teško otkriti.

Prije nekoliko godina aktualna je bila web stranica *Ask.fm*. Stranica je bila koncipirana na način da pojedinac napravi profil na kojemu je moguće, ali neobavezno postavljanje privatnih informacija. Glavna svrha stranice bila je postavljanje pitanja (eng. *ask* – pitati). Postavljeno pitanje korisniku dolazi u obliku poruke i samo ga on vidi sve dok ne odgovori na njega, tada je pitanje javno vidljivo na njegovom profilu, kao i osoba koja je pitanje postavila. Problem je nastao kada je dodana opcija skrivanja identiteta osobe koja je postavila pitanje. Proces je bio isti samo bez imena osobe koja postavlja pitanje. S vremenom je stranica izgubila prvotnu svrhu jer su se pitanja pretvorila u najteže oblike verbalnog nasilja što je u konačnici imalo posljedice i u realnom svijetu, a ne samo u virtualnom.

„Nasilje, smrt, pornografski materijali, pedofilija, kriminal itd. stvaraju socijalno izolirana pojedinca. Nasilje postaje stilom života, a mladi koji imaju nizak stupanj samopoštovanja

skloniji su krizi identiteta i većem utjecaju nasilja. Tako mladi kroz sukobe traže sebe, jer nasilje nad mladima inicira i nasilje među mladima“ (Petani i Tolić, 2008:17).

3.3. Mediji i slika o sebi

Kako smo već vidjeli, mediji imaju značajan utjecaj na razmišljanje i ponašanje adolescenata, što utječe na obrazovni aspekt njihova života. Stvar nije drugačija ni kada govorimo o socijalnom aspektu. Društveni život adolescenata, iako je pod velikim utjecajem medija, ne odvija se samo u virtualnom svijetu. Realnost u kojoj adolescenti žive bitno je konstruirana od kategorija nastalih u virtualnom svijetu. Prije nekoliko godina nastala je i uzrečica „ako nije na fejsu, nije se ni dogodilo“. Takav način razmišljanja, da je virtualno iznad realnog, utječe na poimanje pojma sebe, na pojam samovrijednosti i na samopoštovanje kod svih ljudi, a posebice kod adolescenata koji se još uvijek razvijaju i grade svoj identitet.

Mediji manipuliraju percepcijom publike. Svi glumci, voditelji, pjevači i ostali ljudi koji se pojavljuju kao medijski eksponirane osobe prije samog izlaska pred kamere prođu detaljne transformacije uz pomoć stručnjaka (kirurga, vizažista, modnih kreatora i sl.), kao i digitalne obrade *proljepšavanja*. Slika tih ljudi koja se mladima predstavlja nije stvarna slika, već doradena, i ne jednom nego više puta i u više slojeva.

Mladi, koliko god su svjesni medijskog utjecaja, ne mogu kontrolirati kako taj medijski prikaz utječe na njihovo razmišljanje. Ideal ljepote koji mediji prezentiraju, postavljen je kao onaj kojemu je potrebno težiti, a budući da je za većinu ljudi taj ideal nedostižan, kao posljedica se pojavljuje generalno nezadovoljstvo vlastitim tijelom koje u konačnici vodi do poremećaja percepcije vlastitog tijela te izrazito niske razine samopoštovanja. To se posebno odnosi na adolescente jer su oni u razdoblju kada se njihovo tijelo drastično mijenja pa se povećava i njihova svijest o vlastitom tijelu (Davison i McCabe, 2006; Kuhar, 2005; Levine i Smolak, 2002; u Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016).

Pojam o sebi ili self-koncept stvaramo odgovarajući na pitanje „Tko sam ja?“. On ima velik utjecaj na naš život – on određuje što u životu smatramo važnim, što radimo, koje ciljeve želimo postići, jesmo li zadovoljni onim što smo učinili, kako reagiramo na određene situacije i hoće li one za nas biti stresne (Miljković i Rijavec, 2014). Miljković i Rijavec (2014) navode tri dimenzije pojma o sebi:

- a) Znanje o sebi – sebe upoznajemo s ciljem samopoboljšanja. Da bismo promijenili ono što s nama nije dobro, ono što nas ograničava ili čini nesretnim, prvo se moramo

upoznati sa sobom samim. Ukoliko nismo svjesni razloga zašto smo u nečemu uspješni ili neuspješni, zašto nas neki ljudi vole ili ne vole, zašto smo sretni ili ne sretni vrlo je teško suočiti se s problemima. „Jer možemo promijeniti samo ono što jesmo, a ne ono što bismo htjeli biti“ (Miljković i Rijavec, 2014:9).

- b) Očekivanja od sebe – Svi ljudi osim slike o sebi kakvi su u danom trenutku imaju i sliku o sebi kakav bi mogao biti, a ta se očekivanja pojavljuju u dva oblika: idealno „ja“ i očekivano „ja“. Prema Miljković i Rijavec (2014) stvarno „ja“ odnosi se na osobine za koje osoba vjeruje da ih posjeduje, idealno „ja“ odnosi se na osobine koje bi osoba htjela imati, a očekivano „ja“ odnosi se na osobine za koje osoba smatra da bi ih trebala imati. Problem nastaje kada su razlike između pojedinih „ja“ prevelike. (Nametnuti ideal ljepote u medijima, proširuje jaz između stvarnog ja i idealnog ja).
- c) Vrednovanje sebe – Svakodnevno sami sebe procjenjujemo, uspoređujemo ono što jesmo s onim što bismo htjeli biti i na osnovu toga se pozitivno ili negativno vrednujemo. Rezultat tih procjena je samopoštovanje pa iz toga možemo zaključiti da nisko samopoštovanje proizlazi iz uglavnom negativnih procjena, a visoko iz uglavnom pozitivnih procjena (Miljković i Rijavec, 2014).

Prema Lacković-Grgin (1994, u Vizek Vidović, 2014) shvaćanje pojma sebe nije uvijek jednako u različitim područjima života, već ovisi u kojem se području promatramo. Akademsko ili školsko poimanje vezano je uz razmišljanje adolescenta o sebi kao učeniku. Postavlja si pitanja kao što su: *Koliko sam sposoban? Koji predmeti mi idu bolje, a koji lošije?* Socijalno poimanje vezano je uz razmišljanje o sebi u odnosu na druge ljude. Adolescenti si postavlja pitanja kao što su: *Jesam li ja društvena osoba? Vole li ljudi biti u mom društvu?*

Prema Berk (2008:384) u adolescenciji se događaju kognitivne i socijalne promjene koje utječu na poimanje pojma sebe. Pod socijalnim pritiskom adolescenti se počnu u različitim socijalnim okruženjima ponašati drugačije.

Prema Miljković i Rijavec (2014:22) samopoštovanje je definirano kao „vrijednosna i emocionalna komponenta pojma o sebi“. Ako osoba ima visoko samopoštovanje ona se osjeća i misli o sebi dobro. S druge strane, ako osoba ima nisko samopoštovanje ona se osjeća i misli o sebi loše. Samopoštovanje sastoji se od dva dijela: osjećaja vlastite vrijednosti (uvjerenja kako imamo pravo biti sretni) i samopouzdanja (uvjerenja kako smo sposobni za razmišljanje, učenje, donošenje odluka i sl.). Većina se psihologa slaže kako je samopoštovanje „vrlo važan aspekt pojma o sebi o kojem u velikoj mjeri ovisi naše mentalno zdravlje i prilagodljivost“ (Miljković i Rijavec, 2014:23). Odnosno, ljudi sa visokim samopoštovanjem ne misle da su savršeni i da

se ne moraju mijenjati, već da prihvaćaju sebe i da im promjene lakše idu jer znaju koje su njihove slabosti i spremni su raditi na sebi kako bi se poboljšali. S druge strane, osoba koja o sebi misli loše smatra kako je nepotrebno ulagati ikakav trud i vrijeme u vlastito mijenjanje jer *ionako ću pogriješiti*.

Prema Berk (2008: 382), teško je svrstati sve adolescente u jednu skupinu i generalno govoriti o promjenama u samopoštovanju, međutim, promjene su vidljive. Šira okolina, u koju možemo svrstati i medije, utječe na samopoštovanje. Istraživanja su pokazala kako su djevojke više zaokupljene tjelesnim izgledom i nesigurnije u svoje sposobnosti. Pod utjecajem medija to vodi do ozbiljnih psiholoških problema i u konačnici utječe na sveukupni socijalni život adolescenata.

Iz istraživanja koje su proveli Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić (2016) vidimo kako se utjecaj medija odražava na djevojke, a kako na mladiće. Istraživanje je više bilo okrenuto ispitivanju utjecaja medija s obzirom na dobne i rodne razlike, nego na vrstu medija. Zbog toga ne postoje podaci koji mediji su najviše utjecali na ispitanike, a koji najmanje, ispitivan je samo konačni rezultat svih medija. Utjecaj medija ispitivao se za tri odvojena faktora: faktor *Utjecaj medija na povećanje mišićavosti*, faktor *Utjecaj medija na dobivanje na tjelesnoj težini* te faktor *Utjecaj medija na mršavljenje*.

Rezultati pokazuju kako djevojke više nego mladići doživljavaju utjecaj medija na mršavljenje, dok mladići više nego djevojke doživljavaju utjecaj medija na povećanje tjelesne mase i mišićavosti (Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016:155). Idealna ženska i muška tijela prikazana u medijima stvaraju pritisak na adolescente da teže postizanju tog ideala pa i mediji sudjeluju u *ostvarivanju* tog ideala. Većina naslovnica ženskih časopisa sadrži naslov o kontroli tjelesne težine, savjete o mršavljenju i prehrambenim navikama te šminkanju (Malkin i Wornian, 1999; u Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016), dok su časopisi namijenjeni mladićima prepuni savjeta i ideja za preoblikovanje tijela i povećanje mišića (Andersen i Di Domenico, 1992; u Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016).

3.4. Mediji i nezadovoljstvo tijelom

Prema Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić (2016:146) slika tijela „složen je konstrukt koji predstavlja subjektivnu reprezentaciju vlastitog tjelesnog izgleda i tjelesnih iskustava“. Drugim riječima, predstavlja naš stav o našem tijelu. Kako se mi mijenjamo, fizički i psihički, pod utjecajem okoline i situacija u kojima se pronalazimo i (ne)snalazimo, tako se i naša slika tijela mijenja, pa zaključujemo kako ona nije statična (Markey, 2010; u Erceg Jugović i Kuterovac

Jagodić, 2016). Slika tijela sastoji se od dvije komponente: perceptivne i subjektivne. Perceptivna se odnosi na točnost procjene vlastitog tijela u odnosu na stvarne proporcije (Banfield i McCabe, 2002; u Erceg Jugović, 2011). Subjektivna se odnosi na doživljaj (ne)ugode i (ne)zadovoljstva vlastitim tijelom (Gardner, 2002; u Erceg Jugović, 2011).

Ulaskom u pubertet u kratkom se vremenu događaju značajne promjene tijela pa adolescentima tjelesni izgled postaje jedna od glavnih preokupacija. Nezadovoljstvo tijelom jedan je od načina percipiranja vlastitog tijela, a odnosi se na negativnu procjenu vlastitog izgleda, dijelova tijela ili tjelesnih karakteristika (Thompson, Heinberg, Altabe i Tantleff-Dunn, 1999; u Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016). „Tijekom adolescencije nezadovoljstvo tjelesnim izgledom, zabrinutost za tijelo i pokušaji držanja dijete imaju važnu ulogu kao rizični čimbenici razvoja depresije, poremećaja hranjenja i niskog samopoštovanja“ (Byely, Archibald, Graber i Brooks-Gunn, 2000; Wertheim, Koerner i Paxton, 2001; Stice i Bearman, 2001; u Erceg Jugović, 2011:42). Razmjer nezadovoljstva vlastitim tijelom ovisi o raskoraku između percipiranog i društveno uvjetovanog idealnog tijela, po principu proporcionalnosti – što je raskorak između tijela veći, veće je i nezadovoljstvo vlastitim tijelom (Gardner, Friedman, Stark i Jackson, 1999; u Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016).

Prema Thompsonu (1992; u Erceg Jugović, 2011), razlikujemo četiri pristupa u objašnjavanju razvoja nezadovoljstva vlastitim tijelom:

1. Socijalna usporedba – prema ovom pristupu, rizik za razvoj nezadovoljstva tijelom veći je kod onih osoba koje se češće uspoređuju s izgledom drugih, za razliku od onih koji to rjeđe čine.
2. Sociokulturalni pritisak – prema ovom pristupu, najveći utjecaj imaju sociokulturalni utjecaji, posebno oni koji uključuju tisak i vizualne medije, jer su oni izvor snažnih poruka o tome koje su tjelesne karakteristike prihvatljive, a koje nisu.
3. Razvojni pristup – u središtu ovog pristupa promatra se pojedinac u okviru vremena pubertetskog sazrijevanja i odnosa pojedinca i vršnjaka u tome razdoblju
4. Negativni verbalni komentar – ovaj pristup zastupa teoriju kako je rana izloženost zadirkivanju vezanom za tjelesni izgled povezana s razvojem nezadovoljstva tijelom.

Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić (2016) ističu kako je raskorak između percipiranog i idealnog tijela, prezentiranog u medijima, u razdoblju adolescencije najveći pa to razdoblje čini

vrlo osjetljivim na razvijanje nezadovoljstva tijelom. Stoga ne čudi što sve više istraživanja potvrđuje da adolescenti sve češće imaju problema s depresijom, poremećajima hranjenja te s niskim samopoštovanjem.

Prema sociokulturnom pristupu sociokulturni utjecaji, kao što su mediji i moda, šalju snažne poruke o tome koje su tjelesne karakteristike poželjne, a koje nepoželjne i na taj način stvaraju pritisak na mlade djevojke i mladiće u adolescenciji da teže predloženom idealu. U tu se svrhu kreiraju publikacije namijenjene djevojkama ili mladićima – časopisi za žene puni su savjeta za mršavljenje i primjera dijeta, dok su časopisi za muškarce ispunjeni savjetima za preoblikovanje tijela i povećanje tjelesne mase (Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016).

Osim toga, isti takav utjecaj na adolescente ima i gledanje video spotova. Istraživanje je pokazalo kako postoji povezanost vremena provedenog u gledanju video spotova s nezadovoljstvom tijelom – mršave djevojke u spotovima utjecale su na nezadovoljstvo tijelom kod djevojaka, a mišićavi muškarci izazivali su iste posljedice kod mladića. Uz to, Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić (2016) ističu kako je zanimljivo da su mršave djevojke u spotovima utjecale i na muškarce, u smislu standarda, tj. izgleda ženskoga tijela koje preferiraju i u stvarnosti.

Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić (2016) navode jedno istraživanje koje je uspoređivalo utjecaj fotografija modela na djevojke u adolescenciji. Jedna je skupina bila izložena fotografijama na kojima je bilo upozorenje da su fotografije digitalno obrađene, dok je druga skupina bila izložena istim fotografijama bez upozorenja o obradi. Rezultati su pokazali kako su fotografije bez upozorenja o digitalnoj obradi fotografija imale veći utjecaj na djevojke, odnosno te su djevojke pokazivale višu razinu nezadovoljstva tijelom od onih koje su bile izložene fotografijama s upozorenjem (Slater, Tiggemann, Firth i Hawkins, 2012; u Erceg Jugović, 2016)).

„Nalaz ovog istraživanja bi svakako trebao imati praktičnu implikaciju o kojoj bi mediji prilikom prikazivanja fotografija i snimki modela morali voditi računa s ciljem prevencije povećanja nezadovoljstva tijelom kod osoba izloženih njihovom utjecaju“ (Erceg Jugović i Kuterovac Jagodić, 2016:148).

Godine 2017. u svrhu diplomskog rada provedeno je istraživanje koje je pokušalo utvrditi povezanost medija sa slikom o sebi kod adolescenata te koje medije adolescenti najčešće koriste i koliko im vjeruju. Rezultati su pokazali kako je najčešće upotrebljavani medij internet, a smatraju ga i najpouzdanijim. Međutim, više od polovice ispitanika ne vjeruje uvijek u istinitost

informacija s kojima se susreće u medijima, a većina ispitanika smatra kako mediji u pretjeranoj mjeri nameću idealnu sliku tijela. Osim toga, istraživanje je pokazalo kako je medijski utjecaj veći na djevojke u odnosu na mladiće, a utvrđena je i povezanost medijskog utjecaja i općeg uspjeha. Naime, oni učenici koji su imali veći prosjek ocjena i koji su više sumnjali u istinitost informacija u medijima bili su zadovoljniji svojim tijelom (Štragelj, 2017).

4. Prevencija

Ljudi uče na svakom koraku jer se tehnologija toliko brzo razvija da je jako teško organizirati edukacije prije nego što se nova tehnologija pojavi. Zbog toga je društvo puno pojedinaca koji nisu medijski pismeni, a svakodnevno se koriste medijima. Na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine pojam medijske pismenosti definiran je kao „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ (Aufderheide, 1992; u Zgrabljic Rotar, 2005:1). Glavna svrha medijske pismenosti je omogućavanje pojedincima veći nadzor nad medijima kao i veće znanje o načelima prema kojima mediji djeluju (Zgrabljic Rotar, 2005).

Kada se govori o suvremenom konceptu medijske pismenosti, Zgrabljic Rotar (2005) navodi sljedeća načela medijske pismenosti:

- U proces učenja nije dovoljno uključiti samo najnovije medije – medijska pismenost znači učiti o svim medijima, od tiska i radija preko televizije do novih medija. Medijska pismenost obuhvaća povijest medija, produkcijska i ekonomska načela, razumijevanje simboličkih jezika svakog pojedinog medija kao i učenje o umjetnosti medija te učenje o govoru i retorici kao sastavnim dijelovima medijskih sadržaja
- Mediji nisu ni štetni ni korisni, a postoji mogućnost da budu i jedno i drugo. Mediji utječu na društvenu socijalizaciju i oblikovanje identiteta
- Roditeljima i nastavnicima potrebno je znanje o medijskoj pismenosti kako bi mogli razumjeti djecu i pravilno ih odgojiti
- Medijska pismenost potiče reflektivnu i produktivnu razinu
- Države su u medijskim politikama dužne poštivati Konvenciju UN-a o pravima djece

Prema Mandarić (2012), danas se odgovorne osobe kao što su roditelji ili učitelji, kada govorimo o obrazovanju za medije, više okreću zaštiti od negativnih utjecaja umjesto „odgoju za kritičko promišljanje i zrelo filtriranje medijskih mogućnosti i sadržajnih ponuda“ (Mandarić, 2012:143). Prema Miliša (2006; u Petani Tolić, 2008:19) „takav način korištenja medija sprječava manipulaciju putem inovativnih medija koja prerasta u nasilje“.

Kao nešto što prethodi medijskoj kompetenciji, Baacke (2007; u Petani i Tolić, 2008:20) je uveo pojam komunikativne kompetencije, koju uvjetuju:

- Individualna i demokratska orijentacija primatelja
- Dekodiranje medijskih simbola
- Aktivno korištenje medija: informacijska funkcija
- Krićka refleksija
- Razvitak krićkog medijskog okruženja
- Emancipiranost i motiviranost medijskog korisnika
- Svjesnost pojedinca

Medijska pismenost je nužna za razvitak današnjeg društva, ali i novih generacija jer tehnologija samo ide naprijed, a „što je jaća svijest o medijskom djelovanju, to je manja šansa za njegovo negativno djelovanje“ (Petani, Tolić, 2008:19).

Zaključak

Adolescenti današnjeg vremena izloženi su velikom utjecaju medija koji u manjoj ili većoj mjeri diktira njihov odgoj, obrazovanje, ponašanje i samovrednovanje. S obzirom na ubrzani razvoj društva, a tako i tehnologije, tradicionalni način obrazovanja, suvremenim adolescentima ne odgovara pa se sve više okreću medijima i kada je riječ o učenju. Iako mediji predstavljaju neograničen izvor informacija i nude mnoge pozitivne činitelje za poboljšanje društva i olakšavanje komunikacije, imaju i negativne posljedice.

Negativne posljedice medija očituju se u mijenjaju sustava vrijednosti kod adolescenata, jer su oni u tom razdoblju vrlo povodljivi i pod velikim utjecajem medijskih sadržaja, kao i u povećanom izražavanju agresije pod utjecajem nasilnih sadržaja koji im se prezentiraju putem medija.

Osim toga, mediji promoviraju sliku idealnog tijela koja je u većini slučajeva nerealna što kod adolescenata negativno utječe na poimanje sebe, samovrijednost i samopoštovanje. Zbog toga, sve više istraživanja potvrđuje činjenicu da sve više adolescenata pati od depresije i poremećaja hranjenja te da je sve više adolescenata nezadovoljno svojim tijelom.

Kako bi se negativni utjecaji koje medijski sadržaji prouzrokuju smanjili, potrebno je medijski obrazovati cjelokupnu populaciju, a posebno djecu i adolescente jer se kod njih negativni utjecaji najviše osjete. Budući da se zastupljenost medija progresivno povećava potrebna je edukacija i edukatora te roditelja kako bi se štetni efekti korištenja medija smanjili na najmanju moguću razinu.

Literatura

1. Berk, L. E. (2008) *Psihologija cjeloživotnog razvoja*. 3.izd. Jastrebarsko: Naklada Slap
2. Dulčić, D. (2014) Masovni mediji i postmoderni društvo. *Media, culture and public relations*, 5 (br.1), str. 87-97
3. Erceg Jugović, I. (2011) Nezasadovoljstvo tijelom u adolescenciji. *Klinička psihologija*, 4 (br. 1-2), str. 41-58.
4. Erceg Jugović, I., Kuterovac Jagodić, G. (2016) Percepcija utjecaja medija na sliku tijela kod djevojaka i mladića u adolescenciji. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, vol 22 (br.1), str.145-162.
5. Car, S. (2013) Adolescencija 21. stoljeća: društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazovi. *Pedagogijska istraživanja*, 10 (br.2), str. 285-294.
6. Radin, F. (2001) Vrijednosti i neprihvatljiva ponašanja. U: Ilišin, V., ur., *Djeca i mediji*. Zagreb: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži
7. Jurčić, D. (2017) Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 21 (br.1), str. 127-136.
8. Livazović, G. (2011) *Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata*. Izvorni znanstveni članak. Osijek: Sveučilište J. J. Strossmayera
9. Maksimović, J.; Stanisavljević Petrović, Z. (2014) Teorijsko-metodološka zasnovanost istraživanja utjecaja medija na adolescente. *In medias res*, vol 3, (br.4), str. 472-486.
10. Mandarić, V. (2012) Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82 (br.1.), str. 131-149.
11. Miliša, Z. (2006) *Manipuliranje potrebama mladih*. Zagreb: MarkoM usluge
12. Miljković, D., Rijavec, M. (2014) *Razgovori sa zrcalom: psihologija samopouzdanja*. 8.izd. Zagreb: IEP, d.o.o.
13. Peruško, Z. (2011) *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk. Hrvatsko sociološko društvo (u slučaju poglavlja: Što su mediji 15-40, mali medijski rječnik 333-353)
14. Petani, R., Tolić, M. (2008) Utjecaj medijskog nasilja na adolescente i obitelj. *Acta Iadertina*, 5, str. 15-26
15. Šegregur, D.; Kuhar, V.; Paradžik, P. (2012) Utjecaj masmedija na život adolescenata. *Media, culture and public relations*, vol 5, (br.1.), str. 81-86.
16. Štragelj, M. (2017) *Povezanost medija i slike o sebi kod adolescenata*. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu Učiteljski fakultet

17. Vizek Vidović, V. et al. (2014) *Psihologija obrazovanja*. 2.izd. Zagreb: IEP-Vern'
18. Zgrabljic Rotar, N. (2005) *MEDIJI – Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji*. U: Zgrabljic Rotar, N., ur., *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: MediaCentar