

# MOGUĆI UTJECAJI MASOVNIH MEDIJA NA TOKOVE I ISHODE SOCIJALIZACIJE DJETETA

Dr. Ismet DIZDAREVIĆ

**O** masovnim medijima i prirodi njihovog utjecaja se danas izriču vrlo oprečni sudovi. U jednim sudovima, i to ne samo u laičkim već i u znanstvenim, vidljiva su pretjerivanja o njihovoj moći. U drugim se, naprotiv, osjeća tendencija umanjivanja njihove moguće moći. O velikoj snazi djelovanja pisanih i elektronskih masovnih medija (posebno televizije) izriču se ne samo opći sudovi već i sudovi koji su usmjereni na određene društvene fenomene. Optužuju se i za “glavne krivce” onoga što zaista ima duboke i dalekosežne korijene, naprimjer za ratove. Neosporno je da oni mogu **pojačati ili ublažiti** tokove velikih društvenih kataklizmi, ali ih ne mogu ni **započeti niti zaustaviti**. O tome ko ima i kada ima veliku moć u krupnim, sudbonosnim društvenim promjenama, rječito govore naučne spoznaje. U njima mediji igraju onoliku ulogu koliku im dodijele oni koji imaju odlučujuću ekonomsku, vojnu ili političku moć.

Iako mediji nemaju **presudnu** društvenu moć, ipak to ne znači da se njihovo djelovanje koje je, najčešće, usmjereno i vođeno od aktera centara društvene moći može **zanemariti**. Svaki pogled, stav ili nalog mediji mogu učiniti prihvatljivijim i djelotvornijim. Značajkim oblikovanjem sadržine i umješnim prijenosom poruke mediji mogu mnogo doprinijeti ostvarivanju zadataka koji su im **zadati** ili za koje misle da odgovaraju **potrebama javnog mnijenja**. Kakav i koliki efekat je moguće

očekivati zavisi i od medijskog poznavanja prirode **stavova** gledatelja, slušatelja i čitatelja. Ista medijska poruka ne ostavlja isti trag u različitim strukturama konzumenata medija. Ako je sadržaj medijske poruke usklađen sa ranije formiranim stavovima gledatelja, slušatelja ili čitatelja realno je očekivati povećanje **ekstremnosti** njihovih stavova. U protivnom postoji mala psihološka vjerovatnoća da će ono što je izgovoreno, pokazano ili napisano biti prihvaćeno od konzumenata. Čak je, u skladu sa principom perceptualne odbrane, moguće očekivati da se medijska poruka neće “ni čuti ni vidjeti”. Ponavljanjem iste sadržine, u elektronskim ili pisanim medijima, nije moguće očekivati radikalnije promjene u ranije formiranim stavovima pojedinaca, iako oni koji često ponavljaju isti sadržaj misle da ponavljanjem ostvaruju **željenu promjenu**.

## Podložnost djece medijskim utjecajima

Za razliku od ispoljavanja rezistentnosti odraslih, a posebno inteligentnijih i kritičnijih pojedinaca, prema mogućim utjecajima medija, djeca su **manje kritična i sugestibilnija** pa su, zbog toga, i više podložna njihovim utjecajima. Djeca lakše prihvataju i spontano produžuju prezentirane poruke i događaje (posebno televizijske) u realitetu

svog svakodnevnog življenja. Ponekad je identifikacija toliko jaka da djeca, u ozbiljnim aktivnostima ili u igrama **oponašaju ponašanja ličnosti** koje su emotivno prihvatili. Djeca ih slijede i kada ispoljavaju izrazito ekstremne ili blaže varijante **odgojno pozitivnog, odnosno odgojno negativnog ponašanja**. Za njih je važno da je ono što se prezentira u medijima zanimljivo, uzbudljivo i prilagođeno njihovim uzrasnim mogućnostima. Podložni su ali i ne u jednakom omjeru. U ponašanju i izjavama djece uočavaju se individualne razlike između njih u stepenu prihvatanja medijski prezentiranih sadržaja. Jedna lahko i brzo potpadaju pod njihov utjecaj, a druga teže i sporije. Razlike su najviše uvjetovane onim što je dijete, u procesu socijalizacije, ugradilo u sebe. Osjećanje **voljenosti ili nevoljenosti**, doživljaji **uspjeha ili neuspjeha**, posebno u školi, percepcija **povoljnog ili nepovoljnog statusa** u grupi vršnjaka u kojoj žele biti mogu značajno utjecati na preferenciju medijskih prezentacija. Biraju se sadržaji koji najviše odgovaraju dječjim doživljajima i oni će, ako "opravdavaju" stanje u kojem se dijete nalazi, imati najsnažniji utjecaj na njega. Rezultati psiholoških istraživanja ukazuju na tu činjenicu. Parker i njegovi saradnici su posmatrali ispoljavanje agresivnog ponašanja kod delikventnih dječaka koji su živjeli u četiri odvojene kućice zavoda, poslije gledanja filmova sa nasiljem i bez njega, i to svaki dan u toku jedne sedmice. Rezultati pokazuju da su dječaci koji su gledali filmove nasilja ispoljili **veću agresivnost i da je agresivnost bila najveća kod dječaka koji su, prije početka opita, pokazivali visoku agresivnost**. Ovo istraživanje govore da dječaci nisu jednako podložni utjecaju nasilja na televiziji i u filmovima.

Istraživanja pokazuju da su dobro odgojena djeca više naklonjena medijskim prezentacijama u kojima se potiču socijalno poželjna ponašanja, u kojima plemenito ponašanja pobjeđuje hrđavo, u kojima se ukazuje na društvenu vrijednost ispoljavanja karakternih osobina, posebno poštenja, saosjećanja sa drugim, pouzdanosti. Dešava se, ali znatno rjeđe, da dijete iz psihološki zdrave obitelji podlegne utjecaju **asocijalnih ili antisocijalnih događaja ili ličnosti** koji se vizuelno prikazuju ili o kojima se govori ili piše u pisanim i elektronskim medijima. To se događa u grupi vršnjaka u kojoj se dijete osjeća pripadnikom a u



kojoj se više njeguje kult društveno nepoželjnih ponašanja a manje poželjnih. Takva grupa vršnjaka može, u odnosu na objektivno snažan konstruktivni utjecaj obitelji, imati **snažniji utjecaj**. Dijete se može osjećati lijepo u društvu vršnjaka, pa zbog toga misli da će ga grupa izolirati ako se ne ponaša na isti način kako se ponašaju ostali. Moguće je, zbog identifikacije djeteta sa grupom, očekivati da ono više preferira medijske sadržaje koji odgovaraju dominantnim standardima koji vladaju u grupi nego oni za koje dijete zna ili osjeća da njegovi roditelji preferiraju. Iskustvene analize psihologa pokazuju da društveno nepoželjni utjecaji grupe na karakter **interesovanja** djeteta koje živi u psihološki zdravoj obitelji, najčešće, ne teku tokovima kojima obično teku interesovanja djece koja su **istovremeno** pod utjecajima dva snažna, negativno usmjerena aktera socijalizacije: obitelj i grupa vršnjaka. Dolazi, ponekad, i do izrazitije kritičnosti prema medijskim sadržajima kojima je asocijalna grupa, u kojoj je dijete iz psihološki zdrave obitelji, bila naklonjena. Dijete više ne priča o sadržajima medijskih emisija u kojima je nasilje prisutno, u kojima se kriminalni čin podstiče i nagrađuje i u kojima se društveno nepoželjne i opasne osobe "nameću kao uzori".

Koliki i kakav utjecaj medija na dijete možemo očekivati zavisi ne samo od obiteljskih uvjeta i socijalnog statusa djeteta već i od njegovih sposobnosti i osobina ličnosti. Manje inteligentna, više sugestibilna djeca i djeca koja pate od kompleksa manje vrijednosti više su podložna medijskim utjecajima nego djeca koja su inteligentnija, kritičnija i samopouzdanija. U jednoj obuhvatnoj, vrlo sistematski radenoj metaanalizi 230 studija, Harold (1986.) nalazi konzistentne

dokaze da je nasilje na TV povezano sa dječijom agresivnošću. Pored toga, ona je zapazila i sljedeće trendove: efekti gledanja nasilja na TV pokazuju tendenciju porasta kod dječaka sa uzrastom, a kod djevojčica tendenciju opadanja; nasilje na televiziji podstiče nasilje u realnom životu, pogotovo kada je realističko i portretirano kao pravedno; i na kraju: djeca ne moraju biti ni pobudena da bi došla pod utjecaj TV nasilja.” Podaci koje su prezentirali Gerbner, Gross, Signorielli i Morgan (1986.) vrlo su zabrinjavajući. Oni su analizom sadržaja televizijskih programa (u periodu 1967.-1985.) dokazali da su televizijski programi mnogo *zasićeni sadržajima nasilja, a pogotovo crtani filmovi koje najviše gledaju mala djeca. Mala djeca, to je svima dobro poznato, najviše su podložna utjecaju televizije.*

### **Prilagodavanje programa medija potrebama i ciljevima socijalizacije**

Utjecaj pisanih i elektronskih medija, u procesu socijalizacije djece, može imati i poželjne i nepoželjne efekte. Poželjne efekte mogu očekivati oni mediji koji sadržaje programa koncipiraju na **spoznatim** mogućnostima i interesovanjima savremene djece. Na ovim saznanjima mediji oblikuju i psihološki najprikladnije forme njihovog prenosa. Dobro koncipiranim sadržajima i psihološki pogodnim načnima njihovog saopćavanja uspješni mediji nastoje i da odgovore **potrebama** djece raznih razvojnih uzrasta, i to ne samo onih koji dominiraju u sadašnjem vremenu već i onih koji će, u vremenu koje dolazi, biti respektirani. Kada su u pitanju djeca, mediji ne mogu, također, ostati samo na njihovoj, uobičajenoj, **informativnoj** ulozi, već je potrebno da se više usmjere i na **formativno** djelovanje. Djeci mediji mogu pomoći u razvijanju sposobnosti **razlikovanja** odgojno konstruktivnih od odgojno nepoželjnih medijskih sadržaja. Konstruktivno medijsko djelovanje je i jedno od važnih preduvjeta formiranja kod djece osobina od kojih uveliko zavisi kako uspješno socijalno prilagodavanje danas tako i djelotvorniji životni aktivitet sutra.

Ne treba zanemariti i činjenicu da djeca gledaju, slušaju ili čitaju sadržaje namijenjene odraslim. Djeca ih konzumiraju ili zbog **radoznalosti** ili iz želje za “prijevremenim odrastanjem”. Kada ih u

tome sprečavamo, ispoljavaju otpor i traže od nas razloge zašto oni ne mogu gledati ono što gledaju njihovi roditelji. Tamo gdje im roditelji ne zabranjuju, roditelji nerijetko bivaju iznenađeni njihovim zrelim komentarima o događajima i ličnostima koji su prezentirani u medijima. Dozvola ili zabrana - šta je poželjnije u odgoju? Kada su u pitanju mediji i dječija radoznalost zabranom se neće postići ono što roditelji misle da je moguće postići: sačuvati djecu od utjecaja onih medijskih sadržaja koje djeca, kako roditelji tvrde, ne mogu razumjeti zbog nezrelosti i nesagledavanja posljedica. Roditelji se najviše plaše posljedica od gledanja na televiziji scena nasilja, razgolićavanja i seksualnih nastranosti, prizora “maštovitih” ubijanja i sakaćenja i raznih vidova horora. Strah roditelja je razuman i opravdan, jer su djeca sklona da oponašaju u igri neke viđene scene nasilja. U dnevnoj štampi se povremeno pojavljuju tekstovi o tragičnim posljedicama dječijeg **imitiranja medijski prezentiranog nasilja**. Ali je isto tako tačno da dječije gledanje scena strave i užasa koje oni ne smiju gledati može imati pozitivni efekat ako **roditelji, u toku gledanja i nakon završetka** jednog, naprimjer, televizijskog filma u kome su prikazane surove scene nasilja ili užasa, **razgovaraju sa djecom** o sadržaju filma, o njegovoj nerealnosti ili o vrijednosti suprotnog ponašanja. Ovakvi razgovori su obično krunisani poželjnim efektima u procesima socijalizacije djece.

### **Saradnja između medija, roditelja i djece**

U Konvenciji o pravima djeteta ukazano je na dužnosti država potpisnica Konvencije i svih aktera procesa socijalizacije djeteta u zaštiti i ostvarivanju njihovih prava. U okvirima prava sadržanih u Konvenciji istaknuta su i dva dječija prava koja treba utkati u bazične ciljeve medijskog djelovanja. U jednom je naglašena sloboda izražavanja - *dijete ima pravo na slobodno izražavanje, primanja i davanja informacija i ideja* - a u drugom pravo informiranja - *dijete ima pravo na pristup sredstvima javnog informisanja i na druge materijale koji su od društvenog i kulturnog značaja za dijete*. Iz intencija ova dva člana moguće je nazrijeti i obavezu medija za njihovo realiziranje. Sadašnja praksa medija je daleko od

zahtjeva sadržanih u ovim pravima. Koji mediji konsultuju djecu u izradi programa namijenjenih njima? Ko ih pita da li im ova ili ona emisija namijenjena njima odgovara i zašto, odnosno ne odgovara? Da li u okviru medija postoje savjeti za dječiji program koji sačinjavaju predstavnici medija, psiholozi i djeca? Da li akteri programa i realizacije medijskih sadržaja znaju šta djeca danas **mogu, šta znaju i šta hoće?** Da li znaju šta djeca traže u medijskim programima namijenjenim odraslim i zašto? O važnosti odgovora na ova pitanja nisu potrebna nikakva obrazloženja. Potrebno je, a to je očigledno, pronaći kanale kojim je moguće doći do ovih spoznaja. Na pouzdanim spoznajama moguće je koncipirati dobre medijske programe i iznaći najbolje puteve njihovog prijenosa. Raznovrsnim i sadržajno bogatim medijskim programima namijenjenim djeci mediji mogu mnogo doprinijeti pravilnom **formiranju dječije ličnosti**, mogu im mnogo pomoći u ostvarivanju njihovih sadašnjih potreba i u

sagledavanju onog što će se od njih, kad odrastu, očekivati.

Osjeća se potreba za stalnom saradnjom između medija, roditelja i djece. Oblici saradnje mogu biti različiti. Od svih vidova saradnje moguće je očekivati poželjne efekte. Mediji bi se prihvatili bliskih i razumnih savjetnika, roditelji bi bili sigurniji u ocjeni korisnosti i štetnosti određenih medijskih sadržaja a djeca bi doživjela ono što očekuju od medija: **da ih odgajaju, obrazuju i zabavljaju.**

**NAPOMENA:** Šire informacije o prirodi i ulozi medija masovne komunikacije sadržane su u mojim ranije publikovanim radovima. U knjizi *Psihologija masovnih komunikacija* (Sarajevo, 1997.) i tekstovima *Psihosocijalni preduvjeti razvijanja tolerancije u multinacionalnim sredinama putem medija* ( Glasnik Rijaset, brojevi 3-4 i 5-6, 1999. ) i *Utjecaj medija komunikacije u procesima mijenjanja stavova ličnosti* ( Most, 35, 2000.)

**m**