

# Povezanost medijskih idola i prosocijalnog ponašanja mladih

---

Kekez, Ena

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:551214>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-22**



*Repository / Repozitorij:*

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku  
Filozofski fakultet Osijek  
Preddiplomski studij Engleskog jezika i književnosti i Pedagogije

Ena Kekez

**Povezanost medijskih idola i prosocijalnog ponašanja mladih**

Završni rad

Mentor: prof. dr. sc. Goran Livazović

Osijek, 2024.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku  
Filozofski fakultet Osijek  
Odsjek za pedagogiju  
Preddiplomski studij Engleskog jezika i književnosti i Pedagogije

Ena Kekez

**Povezanost medijskih idola i prosocijalnog ponašanja mladih**

Završni rad

Znanstveno područje: društvene znanosti; znanstveno polje; pedagogija;

znanstvena grana: pedagogija adolescencije

Mentor: prof. dr. sc. Goran Livazović

Osijek, 2024.

## IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napisao/napisala te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s navođenjem izvora odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan/suglasna da Filozofski fakultet u Osijeku trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta u Osijeku, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku 18. prosinca 2024

Ena Kekez, 012239473

Ime i prezime studenta, JMBAG

## **Sažetak**

U današnjem svijetu mediji postaju važan dio života svakog pojedinca. Mediji igraju veliku ulogu u oblikovanju ponašanja, mijenjanja ili stvaranja mišljenja te u oblikovanju norma i vrijednosti. Adolescencija je ključno razdoblje za kognitivan razvoj i razvoj apstraktnog i kritičkog mišljenja. Mladi su glavna skupina ljudi koja najviše vremena provodi na raznim društvenim mrežama te možemo reći da se i najbolje snalazi u takvome okruženju. Adolescencija se može podrazumijevati kao razdoblje u kojem dolazi do traženja sebe – razvoja identiteta i pronalaženja svoje uloge u društvu dok se u isto vrijeme prisvajaju norme i vrijednosti karakteristične za okruženje u kojem se pojedinac nalazi. Mediji mogu utjecati na razne aspekte ponašanja, oni mogu utjecati na rizična ponašanja kao što su nasilje i korištenje opijata te devijantno ponašanje. Isto tako, mediji utječu i na prosocijalno ponašanje. Prosocijalno ponašanje, koje se može definirati kao ponašanje kojim se namjerava učiniti korist drugoj osobi putem volontiranja doniranja i ostalih načina, ima više čimbenika koji utječu na njih. Neki od čimbenika mogu biti obitelj, odgojno-obrazovna ustanova, prijatelji, crkva, ali često se zanemaruje i čimbenik medija te njihovih glavnih aktera – medijskih ličnosti. Adolescenti u periodu potrage za svojim identitetom posežu za identifikacijom s takvim ličnostima te stvaraju veze koje mogu prerasti u one parasocijalne, ali isto tako sebi prisvajaju osobine i ponašajne navike ličnosti za koje smatraju da su im idoli. Medijski idoli svojom prisutnošću na društvenim mrežama mogu pozitivno i negativno utjecati na adolescentski razvoj, a danas možemo vidjeti oba primjera. Oni pomoću humanitarnih akcija, donacija, razgovora o mentalnom zdravlju te širenjem važnosti empatije pozitivno utječu na razvoj mladih ljudi. Isto tako, devijantnim ponašanjem kao što je korištenje opijata i sudjelovanjem u nasilju mogu negativno utjecati na pomagajuće ponašanje. Glavni zadatak odgojitelja, pedagoga i roditelja je da mlade osvijeste o važnosti pametnog korištenja medijskog sadržaja.

**Ključne riječi:** adolescencija, prosocijalno ponašanje, mediji, medijske ličnosti, medijski idoli

## Sadržaj

i.	UVOD .....	6
ii.	TEORIJSKA POLAZIŠTA .....	7
	<b>2.1. Adolescencija kao razvojno razdoblje</b> .....	7
	<b>2.2. Uloga medija u adolescenciji</b> .....	12
	<b>2.2.1. Pozitivan utjecaj medija na adolescente</b> .....	15
	<b>2.2.2. Negativan utjecaj medija na adolescente</b> .....	18
iii.	MEDIJSKI IDOLI U ADOLESCENCIJI .....	24
	<b>3.1. Uloga medijskih idola u adolescenciji</b> .....	24
	<b>3.2. Identifikacija s medijskim idolima</b> .....	26
	<b>3.3. Stvaranje parasocijalnih veza s medijskim idolima</b> .....	28
	<b>3.4. Poticanje prosocijalnog ponašanja pomoću medijskih idola</b> .....	31
iv.	RASPRAVA.....	34
v.	ZAKLJUČAK .....	37
vi.	LITERATURA.....	39

## i. UVOD

Adolescencija je razdoblje odrastanja popraćeno brojnim problemima i izazovima kao što su promjene tijela, formiranje novih odnosa, razvoj vrijednosti i mišljenja te planiranje akademske budućnosti. Najveći izazov predstavlja oblikovanje identiteta i stavova koje je uvjetovano različitim čimbenicima u okruženju adolescenata. Zbog povećane popularnosti i korištenja, mediji danas predstavljaju jedan od najvažnijih čimbenika koji utječu na razvoj adolescenata. Adolescenti uzore putem kojih će oblikovati svoje stavove i vrijednosti traže u stvarnome okruženju, ali danas ta potražnja ima sve veću sklonost prelaska u virtualan svijet koji je pun medijskih ličnosti. O medijima i medijskim ličnostima često se raspravlja uz negativan naglasak te potaknuta ovom tvrdnjom, uvidjela sam važnost u raspravi o medijskim ličnostima koje mogu imati pozitivan utjecaj na mlade i njihovo prosocijalno ponašanje. Lacković-Grgin (2006) navodi da je prosocijalno ponašanje svako namjerno ponašanje koje ima pozitivan učinak na druge ljude. Kako mediji danas postaju sve češći sudionik u odgoju mlade osobe te čak imaju i presudnu ulogu u stvaranju društveno poželjnih modela življenja (Livazović, 2009), možemo reći da on također može poticati prosocijalno ponašanje. Mediji mogu imati pozitivan učinak na mlade tako što motiviraju ljude te ih potiču na kreativnost (Valković, 2016), ali isto tako mogu poticati nasilje, nepoželjno oblikovati ponašanje i stvoriti strah ukoliko mladi budu previše izloženi njihovoj negativnoj strani (Livazović, 2009). Medijski idoli igraju vrlo važnu ulogu u oblikovanju utjecaja medija na mlade. Oni svojim ponašanjem i prisustvom na internetu mogu mlade, koji u tom periodu traže modela željenog ponašanja, naučiti određenom ponašanju. Medijski sadržaj koji raspršuju medijske ličnosti utječe na formiranje mišljenja, stvaranje stereotipa i dojmova o drugim ljudima te utječu i na donošenje prosocijalnih odluka pomoću informacija koje pojedinac dobije na internetu (Hui i sur., 2024). Mladi koji su u adolescenciji osjetljivi na identifikaciju sa medijskim ličnostima često slijede primjer internetskih osoba koje onda utječu na oblikovanje prosocijalnog ili pomagajućeg ponašanja.

Ovaj će rad će u prvom dijelu prikazati ključne dijelove razdoblja adolescencije i razvitka prosocijalnog ponašanja te pozitivne i negativne aspekte medijskog utjecaja na adolescente. U glavnom će se dijelu rad usredotočiti na ulogu medijskih idola te sklonost mladih da se identificiraju i stvaraju parasocijalne veze s njima te će se fokusirati na mogućnost medijskih idola da promiču prosocijalno ponašanje kod mladih.

## ii. TEORIJSKA POLAZIŠTA

### **2.1. Adolescencija kao razvojno razdoblje**

„Adolescencija predstavlja važno razdoblje u životu pojedinca, ispunjeno brzim razvojnim promjenama, povećanim zahtjevima okoline, očekivanjima koje sami sebi namećemo, potrebom za zauzimanjem osobnog stava, stila ponašanja, težnji ka prepoznatljivosti tj. identitetom" (Lebedina – Manzoni, Lotar, 2011: 41). Autorica Lacković-Grgin (2006) navodi da termin adolescencija potječe od latinske riječi *adolescere* što označava rast prema zrelosti. U određivanju razdoblja trajanja adolescencije poštuju se procesi sazrijevanja i njihova personalna značenja te socijalno-kulturni standardi i očekivanja. Različito određivanje trajanja adolescencije vrlo su česte zbog trenda karakterističnog za zapadnu kulturu koja promiče najniže i najviše dobne vrijednosti (Lacković-Grgin, 2006). No, ista autorica navodi kako se danas to razdoblje smješta od jedanaeste do dvadeset i pete godine uzimajući u obzir da poneki govore i o prolongiranoj adolescenciji koja se završava u tridesetoj godini života. Car (2013) navodi kako adolescencija danas traje duže nego ikad prije te se dokaz toga može vidjeti u trendu produženog obrazovanja (sve veći porast upisivanja fakulteta) i ekonomske ovisnosti o roditeljima. No, kontrast ovoj tvrdnji može se vidjeti u ranijem stjecanju neovisnosti u seksualnosti, slobodnom vremenu i konzumerizmu. Nove generacije koje odrastaju u drukčijem svijetu isprepletenom tehnologijom i utjecajem medija dovode do promjene u iskustvima vezanim za adolescentsku dob te promjene u pogledu na svijet. Također, Arnett (2013) ukazuje na problematiku određivanja završetka adolescentskog razdoblja koje je pod utjecajem društvenih promjena kao što su univerzalnost polaska u srednju školu. Osim toga, on navodi kako je i postavljanje osamnaeste godine života kao završetak adolescencije problematično zbog nedostatka važnih životnih prekretnica kao što su potraga posla, odlazak od kuće i brak. Upravo zbog toga, Arnett uvodi termin „*emerging adulthood*” kojim pokušava naglasiti činjenicu da drastične promjene koje su karakteristične za adolescenciju ne prestaju nakon osamnaeste godine, nego se nastavljaju te uključuju ponajviše potragu za samim sobom i svojim mjestom u svijetu.

Adolescencija, osim što može biti smatrana životnim razdobljem kroz koje svaki čovjek mora proći, ona se definira i kao period koji ima svoje specifične psihološke osobitosti (Lacković-Grgin, 2006). Ona je razvojno razdoblje u kojem se osoba osamostaljuje, sazrijeva i odrasta te traži svoje mjesto u društvu (Đuranović, 2013). Adolescent više nije dijete, ali nije ni odrasla osoba što čini adolescenciju razdobljem obilježenim izmjeničnim konformizmom i ekstremizmom u ponašanju te potrebom za pronalaskom samoga sebe ili identifikacijom (Ilišin, 1999; prema Đuranović, 2013). Prema Hateru (1990; prema Lebedina-Manzoni, Lotar, 2011) razvoj identiteta u adolescenciji je složen proces i sadržava više aspekta, a oni najkarakterističniji za tu dob su porast



uloga i uspoređivanje sebe s ostalima u okolini. U adolescenciji se javlja više promjena u doživljaju samoga sebe nego u djetinjstvu te Kenny (1994; prema Lebedina-Manzoni, Lotar, 2011) opisuje promijene osobe tijekom adolescencije na sljedeći način:

- a) Mišljenje postaje sve apstraktnije
- b) adolescent postaje sve diferenciraniji
- c) razvija se idealni self – onakav kakav adolescent želi bit te se razvija hipotetsko mišljenje
- d) adolescent postaje introspektivniji
- e) javljaju se kontradikcije vezane uz sliku o sebi
- f) promjena asimetričnih u simetrične interakcije

Izgradnja identiteta je jedna od glavnih promjena kroz koje osoba prolazi u adolescenciji te na taj aspekt mnogi čimbenici, pa tako i mediji, mogu imati veliki utjecaj. Erik Erikson (1950; 1968; prema Berk, 2008) tvrdi da je izgradnja identiteta krajnji cilj u razvoju ličnosti tijekom adolescencije te ključan čimbenik u izgradnji odgovorne i produktivne odrasle osobe. Prema tome je Erikson razvio *teoriju identiteta nasuprot zbunjenosti* pomoću koje je nastojao objasniti psihološki konflikt kroz koji adolescenti prolaze tijekom odrastanja. Adolescencija predstavlja vrijeme u kojem mlada osoba uspostavlja jasan i određen smisao sebe i gdje pripadaju u ovome svijetu (Arnett, 2013) Tijekom procesa traženja samoga sebe adolescenti prolaze kroz razdoblje zbunjenosti i stresa te eksperimentiraju u potražnji za vlastitim vrijednostima i ciljevima (Berk, 2008). Oblikovanje identiteta uključuje reflektiranje na vlastite osobine, mogućnosti i interese pomoću kojih se pregledavaju životne mogućnosti dostupne u kulturi adolescenta koji onda prema tome bira životni put (Arnett, 2013). Kao negativan ishod oblikovanja identiteta, Erikson (Berk, 2008) navodi konfuziju identiteta koju karakterizira nespremnost za izazove odrasle dobi. Arnett (2013) navodi da je konfuzija identiteta neuspjeh u oblikovanju stabilnog i sigurnog identiteta. Mladi koji se nalaze u konfuziji identiteta nisu uspješno riješili sukobe adolescencije ili se nalaze na njima neprikladnom položaju zbog toga što im društvo ograničava izbore na one koji ne odgovaraju njihovim sposobnostima (Berk, 2008). Erikson (1968; prema Arnett, 2013) navodi da su ključni čimbenici u razvitku uspješnog identiteta ljubav, rad, vrijednosti i vjerovanja.

Za adolescenciju je karakterističan i kognitivni razvoj koji omogućuje novu percepciju svijeta što utječe na odnos prema društvenim autoritetima (Đuranović, 2013). Autorica Rudan (2004) navodi kako adolescenciju karakterizira pogled na svijet koji se uvelike razlikuje od onoga u djetinjstvu te da svijet postaje razumljiv na novi način. Adolescenti su orijentirani na uspješno uklapanje u svijet odraslih te zahvaljujući sposobnostima reflektivnog i apstraktnog mišljenja, oni se kritički

odnose prema svijetu u kojem žive. Adolescenti su orijentirani na uspješno uklapanje u svijet odraslih te zahvaljujući sposobnostima reflektivnog i apstraktnog mišljenja, oni se kritički odnose prema svijetu u kojem žive. Kao što im se razvija kritičko mišljenje, tako se razvija i moralno rezoniranje te oni počinju teoretizirati o boljem svijetu i nadi o istom pa u skladu s time i djeluju (Lacković-Grgin, 2006; prema Đuranović, 2013). Adolescenti počinju razmišljati o budućnosti, razvijaju hipoteze koje provjeravaju. Oni jasnije shvaćaju unutarnji i vanjski svijet te dobivaju osjećaj autonomije, a roditelje viđaju u novom svjetlu (Rudan, 2004). Kognitivni razvoj uvelike utječe i na socijalne interakcije mladih s okruženjem u kojem žive te to dovodi do podložnosti raznim utjecajima, bilo to vezano uz mišljenje ili ponašanje (Đuranović, 2013).

Arnett (2013) navodi kako se sposobnost zauzimanja i shvaćanja perspektive najviše razvija u adolescenciji. Sposobnost zauzimanja perspektive igra važnu ulogu u stvaranju odnosa s vršnjacima. Prema Lacković-Grgin (2006) adolescenti zbog razvoja socijalne perspektive bolje shvaćaju prijateljstvo, grupne odnose i odnose s roditeljima. Osim toga, sposobnosti zauzimanja perspektiva vezane su i za uspješnost stvaranja prijateljstva zbog toga što adolescenti onda postaju svjesni onoga što govore i rade i kako to utječe na ljude oko njih. Važno je navesti da ovakva sposobnost osnažuje prosocijalno ponašanje i pozitivne vrline kao dobrotu i obzirnost (Arnett, 2013).

Nadalje, Lacković-Grgin (2006) navodi kako Nancy Eisenberg koja je jedna od najproduktivnijih istraživača prosocijalnog ponašanja kod djece i mladih govori kako je logično da će adolescenti razviti visok stupanj moralnog rasuđivanja i prosocijalnog ponašanja upravo zbog uspješnijeg shvaćanja vlastitog položaja i položaja drugih ljudi. Crone i Achtenberg (2021) navode kako se kako se prosocijalni ponašanje razvija i mijenja tijekom adolescencije te da je ono oblikovano društvenim iskustvima. Razvijaju se vještine kao što su rješavanje problema, simpatiziranje i empatija što olakšava i razvitak prosocijalnog ponašanja koji osim što ovisi o razvitku prijašnje navedenih vještina, ovisi i o socijalnom kontekstu u kojem se odvija (Lacković-Grgin, 2006). Isto tako, Crone i Achtenberg (2021) navode da je prosocijalno ponašanje višestruki konstrukt koji ovisi o različitim ekološkim i kontekstualnim čimbenicima.

Prosocijalno ponašanje različiti autori definiraju na različite načine. Eisenberg i Mussen (1989; prema Grgić i sur., 2014) prosocijalno ponašanje definira kao ponašanje kojim se želi pomoći nekome ili mu učiniti neku korist. Crone i Achtenberg (2021) prosocijalno ponašanje definiraju kao ponašanje koje uključuje dobrobit drugih ljudi, a može i ne mora biti novčano korisno. Lacković-Grgin (2006) definira prosocijalno ponašanje kao svako namjerno ponašanje koje ima

pozitivne posljedice na druge kao što su psihološka ili fizička podrška u nevolji, pomaganje u rješavanju nekakvog radnog zadatka te u dijeljenju dobara i slično. Mares i Woodard (2007; prema Piotrowski i sur., 2015) prosocijalno ponašanje definiraju kao niz pozitivnih ponašanja koje uključuju pozitivne interakcije kao što su prijateljska igra ili mirno rješavanje sukoba, altruizam i ponašanja koja smanjuju stereotipe.

Prosocijalno ponašanje ima pozitivne posljedice na druge te ono može biti uzajamno korisno ukoliko se ne govori o altruističkom ponašanju - nesebičnom prosocijalnom ponašanju ili pomaganju bez osobne koristi (Lacković-Grgin, 2006). Nadalje, prosocijalno ponašanje može služiti kao ključan čimbenik u razvijanju recipročnih društvenih odnosa. Ta činjenica ga čini iznimno važnim tijekom djetinjstva i adolescencije kada su potreba za pripadanjem, grupna pripadnost i popularnost na najvišem nivou potreba (Crone i Achtenberg, 2021). Lacković-Grgin (2006) navodi kako adolescenti više cijene ponašanje motivirano empatijom od onoga koje se prakticiraju zato što to društvo očekuje, ali to ne znači da su više skloni pomažućem ponašanju od djece. No, to ne znači da ne postoje iznimke prethodno navedenoj tvrdnji. Prema Lacković-Grgin (2006) prosocijalno ponašanje može izostati zbog egocentrizma kod adolescenata zbog kojeg oni ne prepoznaju kada griješe te ne mogu uskladiti svoje ideale s akcijama usmjerenim prema tim idealima.

Kognitivni je razvoj jedan od važnih čimbenika koji utječu na prosocijalno ponašanje. Upravo zbog kognitivnog razvoja osobe u adolescenciji počinju bolje razumijevati nedaće drugih ljudi pa na njih i neposredno reaguju (Lacković-Grgin, 2006). Arnett (2013) ističe kako adolescenti postaju sposobni uključiti se u rasprave o politici, moralnosti i drugim teškim temama koje nisu mogli pravilno shvatiti ranije upravo zbog nedostatka sposobnosti apstraktnog mišljenja. Prosocijalno ponašanje može biti motivirano na više načina, a Hjetland i suradnici (2021) navode nagradu, priznanje drugih, ponašanje prema društvenim normama i istinsku simpatiju kao razloge motivacije. Istraživanje Carla i suradnika (2002) koje je proučavalo razlike u prosocijalnom ponašanju u kasnoj adolescenciji ističe kako adolescenti koji su zabilježili visok stupanj prosocijalnog ponašanja u emocionalnom kontekstu, nastojali su biti odgovorniji i suosjećajni te su demonstrirali visok stupanj moralnog rasuđivanja ako je netko zatražio pomoć. Ovu tvrdnju podupire i Lacković-Grgin (2006) koja navodi kako se mladi tijekom adolescencije nalaze u petom ili šestom stupnju moralnog rasuđivanja. Peti stupanj podrazumijeva orijentaciju na prihvaćanje društvenih ugovora i na individualna prava dok šesti stupanj podrazumijeva orijentaciju prema univerzalnim etičkim načelima. Takvo moralno rasuđivanje dovodi do moralnog vođenja načelima ljudi koji su doprinijeli pravednosti svijeta. Nadalje, Carlo i suradnici (2002) navode da su

adolescenti koji prosocijalno ponašanje prakticiraju zbog publike pokazali hedonistički i odobravanjem orijentirani način prosocijalnog moralnog rasuđivanja. Oni su manje simpatizirali s drugima, rjeđe preuzimali odgovornost i imali tendenciju zauzimanja perspektive. Lacković-Grgin (2006) navodi kako peti i šesti stupanj moralnog rasuđivanja uvelike olakšavaju roditeljima, ali i učiteljima promoviranje prosocijalnog ponašanja što se odražava u tome da ga promoviraju poticanjem suradnje, dijeljenja, pomaganja i rasprava mladih o stvarnim životnim situacijama i problemima. Hjetland i suradnici (2021) navode kako je prosocijalno ponašanje kod mladih povezano sa više pozitivnih ishoda kao što su bolji akademski uspjeh, veće samopouzdanje i subjektivno blagostanje te da pomaganje uzrokuje sreću i dobar osjećaj o samome sebi.

Adolescencija je životno razdoblje obilježeno potragom za identitetom. Pronalazak samog sebe često je praćen idoliziranjem drugih osoba putem kojih mladi pronalaze attribute i vrijednosti koje onda pripisuju sebi. Istraživanje Sare K. Johnson i suradnika *Adolescents' Character Role Models: Exploring Who Young People Look Up to as Examples of How to Be a Good Person* iz 2016. godine nastojali su istražiti koga mladi biraju za idole i zašto te aspekte odnosa koje mladi imaju sa svojim idolima. U istraživanju je sudjelovalo petnaest škola u Massachusettsu i Connecticutu od kojih su ispitanike činili 220 učenika. Istraživanje je provedeno anketnim upitnikom u kojem su ispitanici odgovarali na pitanja o odnosu sa svojim idolom, kvalitetom tog odnosa, ponašanju idola te praksu karakterne socijalizacije. Rezultati istraživanja su ukazali na to da mladi kao idole najviše biraju majke (n=53), zatim očeve (n=15), bake i djedove (n=10), tetke i ujake (n=8), braću i sestre (n=15), rođake (n=7), prijatelje (n=20) i neobiteljske odrasle osobe (n=13). Autori su uočili razliku između vrsta idola – roditelji su pružali najveću emocionalnu bliskost, ali i najviše sukoba dok su odrasle osobe van obitelji imale najmanje sukoba, ali i manju emocionalnu bliskost i zadovoljstvo. Nadalje, ispitanici su visoko ocijenili svoje idole na osnovu modeliranja i karakterne socijalizacije. To ukazuje na tvrdnju da se ispitanici ugledaju na osobe koje smatraju svojim idolima te ih oponašaju i žele učiti od njih. U ovom dijelu istraživanja roditelji su bili ocijenjeni najviše dok prijatelji najmanje što može ukazivati na to da vršnjaci manje utječu na moralno ponašanje. Istraživači su također došli do zaključka da rođaci ili braće i sestre mogu biti manje efektivni nego odrasle osobe u ulozi idola gledajući socijalizaciju. Ispitanici su također naveli tri primarna razloga za izbor idola: kvalitete i osobine, odnos prema adolescentima te odnos s ljudima oko sebe. Johnson i suradnici (2016) naglašavaju kako ovi rezultati trebaju biti interpretirani u kontekstu raznih ograničenja kao što su ograničeno geografsko područje te da su 80% ispitanika učenici katoličkih škola. Oni također naglašuju potrebu longitudinalnog istraživanja ove teme koja bi dala bolje rezultate.

Iako obitelj, prijatelji te osobe van obiteljskog odnosa utječu na oblikovanje dobrog, ali i lošeg ponašanja kod adolescenata, ne smiju se zanemariti mediji kao mogući utjecaj na oblikovanje vrijednosti i ponašanja mladih. Car (2013) navodi da se adolescenti 21. stoljeća uvelike razlikuju od adolescenata u povijesti upravo zbog korištenja interneta. Internet mladima omogućuje da uče, rade i stvaraju interakcije na potpuno novi način. Adolescenti putem društvenih mreža stvaraju okruženja koja imaju slične interese te na takav način vježbaju novu vrstu socijalne interakcije. Zbog ove činjenice važno je u moguć izbor uzora kod adolescenata uvrstiti sve jači utjecaj medija koji putem svojih sadržaja nude medijske ličnosti koje mogu pozitivno utjecati na adolescente što uključuje i njihovo prosocijalno ponašanje.

### ***2.2. Uloga medija u adolescenciji***

U posljednjim je godinama tehnologija postala neizostavni dio ljudskoga života. S novijim razvojem tehnologije, mediji su postali masovno rašireni po svijetu te su ušli u čovjekovu svakodnevnu upotrebu. Hrvatska enciklopedija medije definira medije kao svako sredstvo koje prenosi obavijesti, vijesti i poruke te se pod ta sredstva podrazumijevaju internet, komunikacijski sateliti, filmovi, CD i drugi mediji. Kako mediji postaju dio svakodnevnog života tako je važno njih svrstati u jedne od mogućih čimbenika koji mogu utjecati na razvoj adolescenata. Prema Kunczik i Zipfel (2006) pod utjecaje podrazumijevamo sve procese koji se u postkomunikacijskoj fazi događaju kao posljedice masovne komunikacije dok su u komunikacijskoj fazi oni svi oblici ponašanja stvoreni kao rezultat sučeljavanja ljudi s iskazima masovne komunikacije. Utjecaji se ne mogu objasniti kauzalno te zbog toga izravno promatra sadržaj čija je posljedica određeni utjecaj. Isti autori navode da se u čimbenike o kojima ovisi utjecaj medija ubrajaju sadržaj komunikacije i vjerodostojnost komunikatora, osoba recipijenta i njegovu povezanost u mreži socijalnih odnosa te situacijske uvjete recepcije.

No, da bi utjecaj mogao postojati potrebni su podaci o tome koliko adolescenti svrstavaju medije u svoj svakodnevni život. Pew Research Center koji vrlo često istražuje trendove i probleme koji oblikuju svijet provela je istraživanje o navikama adolescenata pri korištenju interneta te koje platforme oni najviše koriste. Istraživanje je provedeno 2022. godine na američkim adolescentima od 13 do 17 godina. Prema istraživanju, pristup tehnologiji (pametnim telefonima, laptopima) ima preko 90% adolescenata. Također, broj adolescenata koji tvrde da su vrlo često na internetu (46%) se udvostručio od 2014. godine (tada 24%). Istraživanje je pokazalo da je TikTok kao platforma doživjela veliku popularnost te da trenutno predstavlja najkorišteniju medijsku platformu. Čak 67% adolescenata govori da koriste TikTok, a 16% da ga koriste vrlo često. Dok TikTok dobiva na popularnosti Facebook bilježi pad u korištenju što dokazuje činjenica da samo 32% mladih

koriste ovu platformu. Istraživanje je također ukazalo na to da adolescenti najviše koriste Instagram, Snapchat, TikTok i YouTube. Pri razmišljanju o količini vremena koje provode na medijima, 55% adolescenata tvrdi da provode nezabrinjavajuće prosječno vremena na internetu dok trećina (36%) navodi da provode previše vremena, a samo 8% navodi da provodi malo vremena koristeći internet i medije. Osim toga, čak 54% adolescenata tvrdi da bi im bilo teško prestati koristiti medije dok 46% navodi kako bi im bilo lagano (Vogels i sur. 2022). Pew Research Center izvještava da danas 97% adolescenata koristi internet svakodnevno dok APA prenosi da 37% mladih u Americi koriste internet i društvene mreže pet ili više sati dnevno (DeAngelis, 2024).

Rezultati ovih istraživanja ukazuju na činjenicu da adolescenti veliki dio svog vremena provedu na internetu gdje imaju mogućnost informirati i socijalizirati. Osim toga, ova istraživanja mogu pomoći pri shvaćanju koliko su u današnjem svijetu mediji postali neizostavni dio adolescentskog života koji je karakteriziran usvajanjem norma, vrijednosti i ponašanja te pronalaska samog sebe pomoću primjera drugih. Upravo zato mediji trebaju biti shvaćeni kao neisključivi čimbenik u oblikovanju mlade osobe te se u njegov utjecaj trebaju uključivati i medijske ličnosti koje pomoću svog djelovanja na društvenim mrežama čine internet i odabrane platforme toliko popularne.

Prema Weir (2023) adolescenti predstavljaju skupinu ljudi koja je najosjetljivija od strane pozitivnih i negativnih utjecaja medija. Lee i Horsley (2017) navode da su današnji mladi aktivni i brzi učenici koji su uz to i prirodni multitaskeri koji istovremeno koriste više digitalnih platforma i uređaja kako bi samostalno nešto naučili. Zbog njihovog brzog prilagođavanja tehnologiji, mediji i internet mogu imati korisnu funkciju u obrazovanju, komunikaciji, građanskom i političkom angažmanu i u pokretanju društvenih promjena. Također, socijalna interakcija putem interneta može se pokazati učinkovitom za adolescente koji prolaze kroz stresne situacije ili su na neki način izolirani od ostatka društva. Nadalje, oni mogu biti pogodni za mlade koji pate od tjeskobe time što služe kao prvi korak pri stvaranju ugodnog osjećaja tijekom interakcije s drugim ljudima. Mediji mogu biti i pogodan način za informiranje o interkulturalnim temama, temama vezane za seksualna opredjeljenja te mogu služiti kao siguran prostor u kojem će adolescent moći razgovarati i informirati se o stvarima o kojima nevoljko priča u stvarnome svijetu (Weir, 2023).

Tijekom adolescencije osoba prijeko teži za pažnjom, potvrdom i pripadanjem te mediji, ponajviše društvene mreže mogu predstavljati savršeni alat za zadovoljavanje, ali i skraćivanje takvih potreba (Weir, 2023). Pant i suradnici (2023) navode kako upotreba medija tijekom adolescencije može imati značajan utjecaj na adolescente upravo zato što koriste afirmaciju, potvrdu i tehnike

privlačenja pažnje kao što su obavijesti, društvena povezanost, natjecanje i strah od izostajanja. Takav način privlačenja pažnje dovodi navikavanja mladih na društvene mreže i medije općenito te do stvaranja ovisnosti. Adolescenti zbog potrebe za pripadanjem mogu činiti stvari s kojima se osobno ne slažu. Primjer toga u medijima može biti viđen kroz slijepo pisanje ružnih komentara iz razloga što ostali pripadnici njihove dobne skupine rade isto. Osim toga, zadovoljenje potrebe za pripadanjem kod adolescenata može se vidjeti u sve većoj potrebi mladih da prate trendove na internetu koje postavljaju njihovi vršnjaci. Možemo pretpostaviti da je većina današnjeg adolescentskog ponašanja za koje odrasli ljudi smatraju da je problematična, npr. konzumiranje alkohola i cigareta te nepristojno oblačenje, rezultat potrebe mladih da budu u trendu s onim što osobe njihovih godina šire na društvenim mrežama koje su danas primaran način socijalizacije. U skladu s time, Livazović (2009) navodi kako mediji imaju presudnu ulogu u stvaranju društveno poželjnih modela življenja kojima s oblikuju spoznaje mladih o društvu i njenoj okolini. Pignatiello i suradnici (2020) navode da su osjećaj zavisti i pretpostavke da je ostatku svijeta bolje u životu povezan s čestim korištenjem društvenih mreža i interneta. Osim toga, oni spominju i promatračku studiju koja je pokazala da je provođenje više sati koristeći medije u negativnoj korelaciji sa osobnom srećom, zadovoljstvom sa životom i samopouzdanjem. Također navode kako je višesatno provođenje vremena na medijima povezano s visokim stopama samoubojstva i simptoma depresije.

Mediji, osim što utječu na ponašanje, učenje i mentalno zdravlje, pokazuju se kao važan čimbenik u donošenju odluka. Elwadh (2024) u istraživanju utjecaja medija na donošenje odluka kod mladih navodi kako je 40% ispitanika navelo da društvene mreže utječu na biranje karijere i obrazovanja, 75% ispitanika navelo je da društvene mreže utječu na njihove potrošačke odluke te je 60% ispitanika navelo da društvene mreže, zajedno s trendovima na internetu, uvelike utječu na njihove socijalne interakcije. Autor također navodi kako velika količina informacija koju mediji plasiraju na svojim platformama može otežati mladima procesuiranje i efektivno donošenje odluka što onda rezultira u umoru i otežanom odlučivanju. Uz to, dezinformacije koje su česta pojava na internetu također mogu otežati odlučivanje i dovesti do pogrešnih uvjerenja i postupaka.

Utjecaj medija u današnjem svijetu je sve veći, a prema postojećim istraživanjima možemo zaključiti da najviše zahvaća adolescente koji su u ključnom trenutku njihova razvoja. Kako adolescenti čine možda najveći udio korisnika interneta i medija, ne smije se zanemariti njihov značajan utjecaj na kognitivan razvoj i socijalizaciju. Mediji osim što mogu imati pozitivan utisak na obrazovanje, interkulturalan aspekt socijalizacije i komunikaciju, oni mogu negativno utjecati na adolescente putem širenja dezorijentiranih prikaza vrijednosti i ideala. Oni se također mogu

negativno odraziti na mentalno zdravlje i uvelike utjecati na donošenje odluka što čini jedno od glavnih aspekata adolescencije. Prema Elwadhi (2024) odgojitelji bi trebali usmjeriti i obrazovati mlade o odgovornom korištenju društvenih mreža te bi trebali poticati medijsku pismenost i vještine kritičkog mišljenja za lakše snalaženje u medijima. Osim toga, trebali bi poticati i otvorene rasprave o potencijalnim zamkama interneta i balansiranom korištenju interneta kako bi se smanjio njihov negativan učinak na mlade.

### ***2.2.1. Pozitivan utjecaj medija na adolescente***

Arnett (2013) navodi kako su rasprave o utjecaju medija na ljude često polarizirane, pri čemu su s jedne strane mediji brzopleto okrivljeni za sve što se smatra društveno neprihvatljivim dok su s druge strane učinci medija gledani kao nepovjerljivi. Rasprave o učincima medija većinom ističu negativni odraz medija na djecu, adolescente i odrasle ljude te se zanemaruje pozitivna strana medija te kakvu korist ljudi zapravo imaju od njih.

Prema Reid i Weigle (2014) izgradnja sigurnog i odgovornog identiteta i seksualnosti su jedni od najvažnijih zadataka adolescencije koji se postižu samootkrivanjem. Društvene se mreže mogu predstaviti kao koristan način za adolescente da uče i vježbaju vještine koje će im pomoć u izgradnji identiteta. Mediji adolescentima pružaju informacije često nedostupne u stvarnome svijetu koje im mogu pomoći u konstrukciji identiteta. Putem medija, adolescenti mogu izabrati svoju buduću karijeru, naučiti novi hobi te komunikacijom s ostatkom svijeta upoznati nove kulture (Arnett, 2013). Nadalje, mediji potiču interakciju mladih ljudi unutar i izvan njihove generacije što pomaže u izgradnji samoeфикаsnosti i samopoštovanja. Kim i suradnici (2020) su u svome istraživanju nastojali ispitati povezanost između društvenih medija i samoeфикаsnosti kod studenata. Putem anketnog upitnika kojim su ispitali 580 studenata došli su do zaključka da je korištenje društvenih mreža u pozitivnoj korelaciji sa samoeфикаsnošću. Studenti koji su često u interakciji s drugim ljudima putem društvenih mreža bilježe povećani osjećaj samoeфикаsnosti. Povećana samoeфикаsnost također je utjecala na veće zadovoljstvo sa studentskim životom. Mediji također imaju važnu ulogu u omogućavanju sudjelovanja mladih u važnih društvenim i političkim pitanjima (Lee i sur., 2017).

Arnett (2013) navodi da mediji omogućuju adolescentima osjećaj povezanosti s drugim vršnjacima ukoliko oni tu potrebu ne mogu zadovoljiti u stvarnome životu. Mladi se putem medija mogu povezivati s ljudima koji prolaze kroz slične probleme te time pronaći utjehu u njima. U kvalitativnom istraživanju Radovic i suradnika (2017) koje je nastojalo putem intervjua istražiti pozitivne i negativne učinke korištenja medija kod mladih koji se bore s depresijom saznalo je da



mediji mogu imati pozitivan učinak na adolescente koji su dio LGBTQ+ zajednice. Adolescenti koji su u konfliktu zbog toga što njihovi roditelji ne prihvaćaju njihovo seksualno opredjeljenje, utjehu pronalaze na društvenim mrežama putem kojih se povezuju s ljudima koji imaju ista iskustva te ih razumiju. Istraživanje također saznaje da adolescenti medije koriste na načine koji se mogu svrstati u strategije suočavanja. Adolescenti koriste medija kako bi podijelili citate ili napisali svoje misli i osjećaje što im omogućuje da bolje reguliraju i analiziraju svoje osjećaje. Meta-analiza Zhou i Cheng (2022) navodi kako društvena podrška na internetu može biti korisna za mentalno zdravlje adolescenata te da može biti povezana s boljim ishodima mentalnog zdravlja kao što su zadovoljstvo životom i s smanjenim negativnim ishodima kao što su samoća i socijalna tjeskoba. No, autori navode kako društvena podrška na internetu nije ekvivalentna onoj uživo te da će adolescenti i dalje više beneficirati od podrške prijatelja u stvarnome životu. Arnett (2013) također navodi

Mediji služe i kao slobodan način informiranja. Djeca, kao i odrasli, imaju potrebu za saznavanjem novih informacija te mediji mogu biti sredstvo pomoću kojeg će oni doći do željenih informacija (Ciboci i sur., 2018). Internet može služiti kao glavno sredstvo u informiranju o stvarima na koje odrasli često gledaju kao tabu teme – adolescenti se putem interneta mogu informirati o zdravstvenim temama kao što su seksualno prenosive bolesti i njihovo sprječavanje, depresija te ostale mentalne bolesti (Reid, Weigle, 2014). Prema istraživanju Rideout i Fox (2018) provedenom na 1300 američkih adolescenata starosti od 14 do 22 godine 87% ispitanika navodi da putem interneta istražuju informacije o zdravlju, a najčešće teme su fitness, prehrana, stres, tjeskoba, depresija, korištenje kontracepcijskih pilula, spolno prenosive bolesti i trudnoća. Ispitanici navode da istražuju zdravstvene informacije na internetu zbog svojih osobnih problema, ali i zbog problema s kojim se suočavaju njihovi bližnji. 94% ispitanika navodi da su im dobivene informacije o zdravlju bile korisne.

Mediji, pogotovo društvene mreže, inicijalno nisu bile smišljene u obrazovne svrhe, no kako su danas oni popularni među djecom i adolescentima, često može vidjeti razne platforme i aplikacije koje se koriste za učenje i nastavu. Profesori sve više koriste društvene mreže kao alat pomoću kojeg će stvoriti odnos sa svojim studentima, podijeliti informacije i nastavne materijale te pomoću kojeg će inovirati nastavu i pružiti različite mogućnosti učenja (Lee i sur., 2017).

Osim toga, mediji mogu imati opuštajuću ulogu zbog količine zabavnog sadržaja kao što su dokumentarni filmovi, zabavne emisije ili komedije koje su prisutni na internetu. Pozitivan utjecaj medija može se očitati u obliku edukativnih igara kroz koje djeca mogu naučiti nešto novo na

zabavan način (Ciboci i sur., 2018) te one također mogu koristiti djetetovu razvoju (Grosbeck, 2009; prema Lee i sur., 2017). Markotić (2016) navodi i film kao vrstu medija koja može imati pozitivan utjecaj na djecu. Film omogućuje pogled u svijet odraslih i razne neproživljene situacije pomoću kojih dijete može dobiti uvid u kako reagirati i riješiti problem. Putem filma, djeca mogu upoznati nove kulture, ideje i teorije te više saznati o povijesnim događajima. Ista autorica navodi kako je film važan i za razvoj empatije jer djeca učinkovitije uče putem slikovnog prikaza. Gledanjem filmova osobi može pomoći u razvitku kritičkog mišljenja, poboljšanju koncentracije i vizualne memorije te putem njih mogu bolje razumjeti postupke drugih ljudi.

Ciboci i suradnici (2018) navode kako mediji mogu poticati na prosocijalno ponašanje. Mediji su jedni od glavnih sredstava za širenje poruka za pomoć u humanitarnim akcijama te da oni ne postoje brojne humanitarne akcije ne bi mogle doći do izričaja te ne bi uspješno došle do svoga cilja. Uz to, mediji imaju funkciju oglašavanja te se ta pozitivna funkcija najviše ističe promicanju društvenog morala. Mnoge dobrotvorne udruge koriste oglašavanje kako bi proširile svoje poruke koje su najčešće vezane za toleranciju, altruizam, empatiju, odgoj, korisnost i konstruktivizam (Ciboci i sur., 2018). Iako mediji pružaju alate za aktivizam, Pew Research Centar navodi da vrlo malo mladih navodi da su građanski aktivni na društvenim mrežama te samo jedan u deset adolescenata navodi da potiču druge na politički ili društveni diskurs o važnim problemima u svijetu. Istraživanje također navodi da samo jedan u deset adolescenata navodi da su im društvene mreže važne u smislu upoznavanja s novim stajalištima, uključivanja u pitanja koja se smatraju važnima te traženja ljudi s istim gledištima (Anderson i sur., 2022). Rezultati ovog istraživanja mogu ukazati na to da većina mladih ili nije zainteresirana za važne probleme u svijetu ili se ne znaju pravilno koristiti medijima kako bi došli do novih spoznaja te da većinski koriste u svrhe zabave.

Prema istraživanjima pozitivnih utjecaja medija u ovome završnom radu, možemo zaključiti da se pozitivan učinak najviše očituje u mogućnosti podizanja samopouzdanja i samoefikasnosti adolescenata. Važan pozitivan učinak također je i sposobnost medija da povezuje mlade s vršnjacima širom svijeta koji prolaze kroz slične probleme čime smanjuju osjećaj samoće te dijele slične interese. Mediji omogućuju samostalno informiranje o zdravstvenim temama i temama za koje društvo smatra da su tabu. Oni se mogu koristiti i u obrazovne svrhe i time učenje učiniti zabavnim a obrazovni proces efikasnijim. Njihov pozitivan utjecaj također je moguć i u promicanju prosocijalnog ponašanja čija se svrha prema navedenih istraživanjima često zanemaruje u adolescentskoj dobi. Mediji se danas u glavnom svode na mogućnost zabave te se pred pedagoge, profesore i roditelje stavlja teška zadaća čiji je cilj osvijestiti mlade o važnosti

informiranja o svjetskim pitanjima i problemima te kako internet, ukoliko je pravilno korišten, može biti koristan alat u učenju novih spoznaja i obogaćivanju znanja.

### **2.2.2. Negativan utjecaj medija na adolescente**

Iako mediji imaju razne pozitivne efekte na razvoj djece i adolescenata, njihova negativna strana često je glavna tema rasprave o prirodi utjecaja medija na novije generacije. Mediji se navode kao glavni krivac za poticanje konzumiranja alkohola, agresivnog ponašanja i nasilja, prakticiranja neodgovornog spolnog odnosa, nerealnog fizičkog izgleda i standarda i ostalih ishoda (Arnett, 2013). Livazović (2009) navodi tri primarna učinka izloženosti negativnim medijskim sadržajem:

- 1) učenje nepoželjnih oblika ponašanja i stavova
- 2) neosjetljivost na nasilje i nepoželjne oblike ponašanja
- 3) stvaranje straha od okoline i postajanja žrtvom nasilja

Za negativnu stranu medija često se veže i *teorija socijalnog učenja* Alberta Bandure. Ona pretpostavlja da će ljudi vjerojatnije oponašati ponašanja koja često vide od strane modela koji su nagrađeni ili nekažnjeni (Arnett, 2013). Teorija se temelji na ideji da ljudi uče pomoću interakcije s drugima u socijalnom kontekstu te da promatranjem, asimilacijom i imitacijom osoba usvaja ponašanja drugih (Nabavi, Bijandi, 2012). Mladi tijekom adolescencije usvajaju ponašanja, vrijednosti i norme pomoću promatranja vršnjaka, roditelja, profesora te ostalih ljudi u njihovom okruženju, ali također putem višesatnog provođenja vremena na medijima, svjesno ili nesvjesno, prisvoje ponašanja, vrijednosti i norme likova i ličnosti koje upoznaju gledajući televiziju, filmove i serije te listanjem kroz društvene mreže. Glavni fokus se stavlja na sam sadržaj koji ima moć odlučivanja hoće li učinak na adolescente biti negativan ili pozitivan. Prema teoriji socijalnog učenja češće izlaganje seksualnom sadržaju na televiziji je povezano s ranijim stupanjem u spolni odnos što se objašnjava tvrdnjom da adolescenti modeliraju svoje seksualno ponašanje prema likovima iz serija i filmova. Ovom se teorijom također pokušava objasniti povezanost između pojačane agresivnosti i utjecaja televizije (Arnett, 2013).

Autori također navode kako mediji potiču rizična ponašanja te vrlo često navode nasilje kao glavni rezultat negativnog aspekta medija. Nasilje se često svodi na definiciju upotrebe fizičke sile i tjelesnih posljedica, no u sam pojam nasilja važno je uzimati u obzir socijalne kontekste u kojima se ono događa, posljedice nasilja i mogućnost da ono nije namjerno (Ray, 2018; prema Bojčić, 2023). Iako postoji velik broj definicija nasilja, u današnje vrijeme se najčešće koristi Potterova definicija medijskog nasilja koja smatra da ono podrazumijeva povredu nečije fizičke i emocionalne dobrobiti (Potter, 1999; prema Ciboci, Kanižaj, 2011). Dok se sveukupno nasilje

može definirati kao radnje koje nanose, prijete nanošenjem ili uzrokuju ozljede, a radnje mogu biti tjelesne, materijalne ili socijalne te pismene ili verbalne (Jackman, 2002; Bojčić, 2023).

Potter (1999; prema Ciboci, Kanižaj, 2011) navodi da mediji mogu imati tjelesne, emocionalne i kognitivne efekte na osobe te da oni mogu uzrokovati promjene u ponašanju. Određen medijski sadržaj može utjecati na razne tjelesne procese kao što su otkucaj srca, ritam disanja, znojenje i krvni tlak. Nasilje koje je prouzrokovano izloženosti medijima najčešće se veže uz efekt video igr. Istraživanja koja su se temeljila na učinku video igr, posebice onih nasilnih, većinom su donijela zaključak da nasilne video igre povećavaju agresivne misli, osjećaj ljutnje, nasilno ponašanje i smanjeno prosocijalno ponašanje (Anderson i sur., 2017). Guo (2022) navodi kako je vjerojatnije da će muškarci igrati nasilne video igrice nego žene što se može obrazložiti time da su muškarci manje empatični od žena te da će prije opravdati fizičko nasilje moralnim razlozima i imati veću potrebu za agresiju u igrama. Nadalje, česta izloženost nasilnim sadržajima kao što su video igre može uzrokovati desenzibilizaciju adolescenata. Video igrice omogućuju vježbanje agresivnog razmišljanja što može imati posljedice na međuljudske interakcije u stvarnome životu. Mladi također mogu razviti razmišljanje da je sve napravljeno s agresivnom namjerom što znači da postoji mogućnost da jednostavne zamke u interakciji s drugim ljudima, kao što su slučajno podmetanje noge, razume kao pokušaj da im netko učini nešto nažao (Furlow, 2017).

Autori Kanižaj i Ciboci (2011) također navode kako često gledanje nasilnog sadržaja također može dovesti i do imitacije i učenja takvog ponašanja. Mladi, zbog učestalog gledanja nasilnog sadržaja u medijima, mogu početi oponašati ono što vide putem interneta ili u filmovima te mijenjati ili formirati svoje stavove o pravilnom rješavanju problema. Važno je istaknuti da, iako nasilan sadržaj uvelike utječe na ponašanje pojedinca, ne smije se zanemariti osobnost i sama narav pojedinca te karakteristike sadržaja kojeg on gleda. Ulogu u formiranju daljnjeg ponašanja ima i obiteljski odgoj, djetetovo okruženje, iskustvo, ali i socio-ekonomski status putem kojeg je ukazano da djeca slabijeg imovinskog statusa češće gleda televiziju te su time češće izloženi utjecaju medijskog sadržaja (Kanižaj, Ciboci, 2011). Isti autori navode kako i identifikacija mladih s nasilnim likovima može imati važnu ulogu u formiranju ličnosti. Ukoliko je nasilna osoba prikazana na privlačan način, adolescenti se mogu lakše identificirati s njom što onda, potiče nasilno ponašanje.

Istraživanje Jih-Hsuan Tammy Lin iz 2013. godine pod nazivom *Identification Matters: A Moderated Mediation Model of Media Interactivity, Character Identification, and Video Game Violence on Aggression* ispitalo je kakav učinak interaktivnost u nasilnim igrama ima na agresiju

kod mladih muškaraca te je testirala identifikaciju kao moderirani medijacijski mehanizam. Bandura (2007; prema Fischer i sur., 2010; prema Lin, 2013) navodi kako je identifikacija jedan od prethodnika agresivnih osjećaja u kojem viši stupanj identifikacije s agresivnim likovima dovodi do više slučajeva agresivnih odgovora. Identitet igrača se spaja s identitetom lika u igrici te to utječe na igračeve osjećaje i spoznaje te u emocionalnom aspektu, igrač ostvari emocionalnu privrženost s likovima budući da oni utjelove likove u igrama. Istraživanje tvrdi da identifikacija posreduje učinke medijske interaktivnosti na agresivne ishode kada je nasilje prisutno. Nasuprot tome, kada nasilja nema, identifikacija nema učinak medijske interaktivnosti na agresivne ishode. Istraživanje je provedeno na 169 muškaraca kod kojih su se promatrale reakcije ispitanika tijekom igranja i promatranja igrice Grand Theft Auto 4 koja je poznata po svojoj realističnosti te je mnogi smatraju nasilnom igricom. Barlett i Rodeheffer (2009; prema Lin, 2013) navode da igranje realistične nasilne video igrice rezultira u većoj pojavi agresivnih osjećaja za razliku od igranja nerealistične video igre. Rezultati istraživanja su pokazali da igranje igrice ima jači učinak na osobu od pukog promatranja. Ispitanici koji su igrali igricu sebe su percipirali kao agresivniju osobu od onih koji su samo promatrali nasilnu igricu. S druge strane, oni koji su igrali nenasilnu igricu, sebe su asociirali s mirnijim i pristojnijim osjećajima i osobinama. Ovi rezultati sugeriraju sudjelovanje u video igrici ili nekakvom obliku medijski prikazanog nasilnog sadržaja ili ponašanja izaziva jaču automatski asocijaciju raznih osobina – agresivnih ili neagresivnih sa samim sobom. Istraživanje je također pokazalo da sudjelovanje u medijskom sadržaju pojačava mogućnost identifikacije te se prema tome može zaključiti da će u igranju nasilnih video igrica doći do određene identifikacije igrača s nasilnim likom i njegovim ponašanjem. Ispitanici su indicirali da su upravo oni ti koji su se ponašali agresivno i nasilno u igrici.

Kao savjet i moguće rješenje ovakvom negativnom učinku medija, Lin (2013) navodi da bi roditelji trebali biti uključeni u izbor video igrica kod njihove djece te bi trebali izbjegavati kupovinu igrica koje imaju mogućnost interakcije s nasilnim likovima. Odgojitelji bi mogli doprijeti do djece putem organiziranja učinkovitih prevencija nasilja i programa medijskog opismenjavanja. Uključenost i zanimanje roditelja i odgojitelja bi trebalo glavno sredstvo smanjenja ovakvog negativnog učinka medija. Osim što bi pedagozi profesori te drugi članovi odgojno-obrazovnih ustanova trebali osvijestiti učenike o opasnostima nasilnih video igrica, važno je i da osvijeste roditelje o njihovoj obvezi da preveniraju negativne učinke koje video igrice mogu imati na djecu. Često roditelji upravo tu prevenciju rade putem jednostavne zabrane, no važno je i razgovarati s djetetom o nasilnom sadržaju kojeg video igrice, ali i ostali nasilan medijski sadržaj posjeduju.

Negativan utjecaj medija može se vidjeti i u činjenici da oni postaju prostor za nasilničko izražavanje i ponašanje ili "cyber-bullying". Kowalski i suradnici (2014) cyber-bullying definiraju kao agresivno ponašanje protiv osobe koja se ne može obraniti koje se namjerno i opetovano izvodi na elektroničkim sredstvima kao što su e-pošta, blogovi, SMS poruke, a danas ga sve češće možemo uočiti i na društvenim mrežama. Delgado (2019) i suradnici navode kako su brojna istraživanja navela ljutnju i neprijateljsku nastrojenost kao relevantne prediktore cyber-nasilja tijekom adolescencije. Agresivni adolescenti često pokušavaju demonstrirati svoju moć nad drugima putem sile ili zastrašivanja što mogu raditi uživo, ali i na internetu. Takvi adolescenti mogu započeti i biti uključeni u cyber-bullying na razne načine, a Willard (2007; prema Kowalski i sur., 2014) ovu pojavu dijeli na više vrsta: online svađu, uznemiravanje (ponavljajuće i uznemirujuće poruke poslane meti), dijeljenje tuđih osobnih informacija na internetu, isključivanje (blokiranje osoba s društvenih mreža), lažno predstavljanje, uhođenje na internetu te slanje neprimjerenih sadržaja kao što su gole slike. Žrtve ovakve vrste nasilja mogu doživjeti tjeskobu, depresiju, stres, strah, loše samopouzdanje te osjećaje ljutnje, frustracije, bespomoćnosti i nervoze te često mogu razmišljati o samoubojstvu te se zlostavljanje može odraziti i na njihov uspjeh u školi. S druge strane, činitelji cyber-nasilja će vjerojatnije imati moralnu nepovezanost i nedostatak empatije sa žrtvama te probleme uzrokovane njihovim agresivnim i kriminalnim ponašanjem, konzumacijom alkohola i droga, ovisnošću o tehnologiji i izostajanjem iz škole (Delgado, 2019). Meta-analiza Kowalskog i suradnika (2014) koja je proučavala zlostavljanje putem interneta pomoću 131 studija navodi depresiju, nezadovoljstvo sa životom te korištenje droge i alkohola kao varijable koje utječu na pojavu cyber-nasilja. Također, autori ukazuju na usku povezanost nasilja na internetu s onim uživo što implicira da pojedinci koji internetski zlostavljaju druge imaju tendenciju replicirati isto ponašanje licem u lice. No, oni navode kako to ne mora uvijek biti slučaj te navodi kako su prethodna istraživanja ukazala na to da samo 10% pojedinaca koji zlostavljaju putem interneta isto rade i uživo. Nadalje, Kowalski i suradnici (2014) navode zlostavljanje u stvarnome životu, ljutnju, moralnu neangažiranost, riskantno ponašanje na internetu te učestalost korištenja interneta kao riskantne čimbenike koji mogu uzrokovati sudjelovanje u cyber-nasilju. Oni također navode školsku sigurnost i njezinu klimu, podršku i roditeljski nadzor kao čimbenike koji mogu prevenirati zlostavljanje na internetu. Osim toga, empatija se pokazala kao osobna karakteristika koja smanjuje mogućnost pojave cyber-nasilja. Sukladno s time, istraživanje Delgado i suradnika (2019) pod nazivom *Cyberbullying, Aggressiveness, and Emotional Intelligence in Adolescence* analiziralo je indikatorski kapacitet agresivnosti i emocionalne inteligencije s obzirom je li osoba žrtva, počinitelj internetskog nasilja tijekom adolescencije ili oboje. Ispitanike su činili 1120 učenika španjolskih škola dobi od 12 do

18 godina. Rezultati koji su prikupljeni putem ankete i skale za procjenu meta-raspoloženja ukazali su na to da viši stupanj razumijevanja i emocionalne regulacije smanjuje vjerojatnost sudjelovanja u cyber-nasilju. Učenici s visokom sposobnošću razumijevanja i reguliranja svojih emocija manje sudjeluju u internetskom zlostavljanju zbog toga što osjećaju empatiju prema žrtvama takvog nasilja. Također, učenici s razvijenom empatijom, razumijevanjem i emocionalnom regulacijom imaju potrebne resurse da pravilno postupaju u različitim i potencijalno konfliktnim situacijama sa svojim vršnjacima, čime se smanjuje njihova vjerojatnost da postanu žrtva ili počinitelj internetskog nasilja. Takvi učenici će u slučaju napada na njih koristiti vještine koje imaju kako bi se uspješno nosili s takvom situacijom ili ju riješili.

Vjerojatno je da većina adolescenata, ali i djece nije svjesna o stvarnosti interneta i njegovih korisnika te se oslanja na internet kao mjesto na kojem mogu širiti mržnju bez posljedica. Zadatak roditelja i osoblja odgojno-obrazovnih ustanova je da razgovaraju s adolescentima te da ih osvijeste o važnosti dobrog ponašanja na internetu, o postojanju svakog korisnika na internetu te o tome kako svako ponašanje može imati posljedice na njih, ali i na ljude oko njih. Također, korisno bi bilo prikazati stvarne slučajeve internetskog zlostavljanja kako bi adolescenti prikupili znanja o ovoj temi putem postojanih slučajeva.

Jedan od prisutnijih negativnih učinaka medija jest njihov odraz na percepciju izgleda adolescenata. Percepcija osobnog izgleda je višeslojni konstrukt koji obuhvaća percepcije, misli i osjećaje pojedinca o njihovom tijelu. Na percepciju izgleda utječu ispreplitani biološki, psihološki i društveni čimbenici koji uvelike utječu na mentalno i fizičko zdravlje (Carballo i sur., 2024). Pema Bubalo i Jelić (2015) medijske poruke o rodnim ulogama su i dalje visoko stereotipizirane te se žene često prikazuju kao udane majke i kućanice dok su muškarci prikazani nizom različitih zanimanja. Giles (2003) navodi da mediji pomoću postavljanja nedostižnih ideala ljepote potiču ljude, ponajviše žene, da započnu dijete štetne zdravlju. Xie (2024) navodi da popularna kultura održava i promovira lažne standardne ljepote kojima utječu na osobnu percepciju mladih i percepciju ljudi oko njih. Stereotipni prikaz, osim što se odvija putem promoviranja idealnih osobina i ponašanja, odvija se i kroz prikaz tijela u kojem se žena najčešće prikazuje kao visoka, mršava i plavokosa čime se stvara nerealističan i opasan standard koji uvelike šteti novim naraštajima (Bubalo, Jelić, 2015). Mediji predstavljaju ljepotu kao krucijalnu kvalitetu koja je usko vezana uz uspješnost, atraktivnost i poželjnost. Slavne osobe koji su glavni promotori takvih standarda stvaraju internetske osobnosti koje predstavljaju idealiziranu sliku o sebi. Zbog tendencije ljudi za uspoređivanjem, izmišljene internetske osobnosti slavnih osoba uvelike utječu na percepciju ljepote. Poticanje takve vrste rizičnog ponašanja najviše šteti adolescentima koji se

nalaze u psihičkom i fizičkom razvoju te se nestvarni ideali ljepote loše odražavaju na njihov identitet koji je najkrhkijem razdoblju razvoja. Carballo i suradnici (2024) navode kako se samopoštovanje i percepcija izgleda isprepliću tijekom adolescencije te da samopoštovanje igra važnu ulogu u velikom dijelu života. Visoko samopoštovanje se veže uz optimizam, otpornost i bolje upravljanje stresom, a osobe s visokim samopoštovanjem će vjerojatnije slijediti svoje ciljeve, nositi se sa neuspjesima i održavati zdrave međuljudske odnose. S druge strane, nisko samopoštovanje se veže uz problematično mentalno zdravlje koje čini depresije, tjeskoba i poremećaji u prehrani te ono može utjecati i na akademska i profesionalna postignuća te probleme u društvenim odnosima. Ideali tjelesne ljepote koja se promovira u medijima najčešće podrazumijeva ekscesivnu mršavost i nerealne omjere tijela. Giles (2003) navodi kako je želja za mršavosti najproblematičnija tijekom adolescencije kada dolazi do promjene tijela na koju oni ne mogu utjecati. Autor navodi kako mediji, koje adolescenti često koriste, promoviranjem nezdravih načina mršavljenja i ostalih taktika promjene izgleda utječu na ponašanje i razmišljanje adolescenata koje može dovesti do opasnih odluka o promjeni izgleda. Za adolescenciju je također karakteristično uspoređivanje koje utječe na percepciju osobnog izgleda. Adolescenti svoj izgled uspoređuju s aktualnim i popularnim zvijezdama čiji su fanovi što zbog potrebe za identifikacijom i pripadanjem tijekom tog razdoblja života može dovesti do upuštanja u načine pomoću kojih će izgled promijeniti. Mladi koji najviše odstupaju od idealnog izgleda se smatraju kao onima koji će najviše posezati za istim (Wood, 1989; prema Giles, 2003).

Kako bi se mogao izbjeći negativan učinak medija na percepciju izgleda, Xie (2024) navodi važnost medijskog opismenjavanja mladih ljudi. Nadalje, ona navodi kako medijska pismenost može biti alat osnaživanja putem kojeg se može podići svijet o utjecaju medija. Mladi opremljeni takvim znanjem će kritički evaluirati medijski sadržaj te će moći prepoznati manipulaciju fotografijama, poslovne motive koji stoje iza reklamiranja te sociokulturne postavke koje utječu na medijski sadržaj. Medijsko opismenjavanje bi trebao biti glavni alat pri prilaženju problema negativnog utjecaja medija. Adolescenti, ali i mlađa djeca ne bi trebala biti slijepo uronjena u medijski sadržaj bez pomoći odgojitelja, nego bi trebala naučiti o potencijalnim opasnostima i lažnim prikazima koji se nalaze u medijima kako bi im mogli kritički pristupati. No, kako bi se mladi mogli medijski opismenjivati važno je i da roditelji steknu znanje o medijskom sadržaju koji može negativno utjecati na razvoj njihovog djeteta. Adolescenti najviše uče od odraslih u njihovom okruženju te je zato važno da odrasli steknu znanja o stvarima koje zaokupljaju većinu vremena adolescenata, a uvelike utječu na njih.



### iii. MEDIJSKI IDOLI U ADOLESCENCIJI

#### **3.1. Uloga medijskih idola u adolescenciji**

Prema Pleiss i Feldhusen (1995; prema Hurd, Zimmerman, 2011) idol je osoba percipirana kao vrijedna imitacije te može, ali i ne mora biti bliska osobi koja ju gleda kao idola. Idoli variraju u bliskosti onome koji ih određuje kao idol te prema Price-Mitchell (2017) mogu biti učitelji, vođe, roditelji, vršnjaci te poznate osobe. Najvažnija funkcija idola jest da utjelovljuju model ponašanja, vrijednosti i stavova koje će mladi inkorporirati u izgradnji vlastitih stavova, vrijednosti i ponašanja (Hurd, Zimmerman, 2011).

Zbog ove tvrdnje vrlo je važna već spomenuta *teorija socijalnog učenja* Alberta Bandure koja tvrdi da ljudi uče nova ponašanja promatranjem i imitacijom drugih ljudi. Ona naglašava važnost promatranja, modeliranja i imitiranja obrazaca ponašanja, stavova i emocionalnih reakcija drugih ljudi. Teorija socijalnog učenja se oslanja na odnos okolišnih i kognitivnih čimbenika te kako oni onda mogu utjecati na ljudsko ponašanje i učenje. Albert Bandura se oslanja na dvije ideje u ovoj teoriji. Prva naglašava da se procesi javljaju između podražaja i odgovora dok druga navodi da pojedinac uči ponašanja iz okoline putem procesa promatranja. Teorija obuhvaća procese pažnje, zadržavanja, reprodukcije i motivacije. Proces pažnje navodi da ukoliko će ponašanje biti imitirano, ono mora dobiti pozornost pojedinca. Proces zadržavanja se odnosi na to koliko se ponašanje pamti te da ukoliko ono nije zapamćeno, neće biti imitirano. Proces reprodukcije odnosi se na mogućnost oponašanja ponašanja kojeg je model pokazao s obzirom da postoji moguća fizička ograničenost u izvođenju toga ponašanja. Proces motivacije naglašava važnost volje u izvođenju određenog ponašanja te da će pojedinac promisliti o nagradama ili kaznama koje slijede to ponašanje. Djeca promatraju pojedince ili modele te promatranjem njih, kodiraju njihov obrazac ponašanja. Nakon toga, oni imitiraju modela te pri tome promatraju posljedice toga ponašanja. Za ovu je teoriju vrlo važna sličnost modelu koja tvrdi da postoji veća vjerojatnost usvajanja ponašanja onih modela koji su sličniji nama jer se lakše možemo identificirati s njima te je njihovo ponašanja više relevantno i dostižno. Također je važna i identifikacija koja uključuje usvajanje brojnih ponašanja, stavova i vrijednosti modela za koje osoba smatra da posjeduje vrline koje bi oni voljeli posjedovati (McLeod, 2024).

Idoli kao takvi mogu imati pozitivan i negativan utjecaj na adolescente i djecu. Peck i suradnici (2022) navode kako idol može imati pozitivan utjecaj koji može uključivati povećano samopouzdanje, bolji uspjeh u školi te ustrajnost dok negativan utjecaj najčešće uključuje uključivanje u visoko rizično ponašanje kao što su nasilje, rani spolni odnos te zlouporaba droge i alkohola. Idoli utjelovljuju osobe vrijedne imitaciji te ukoliko oni participiraju u ilegalnim

događajima te ukoliko se ponašaju društveno neprihvatljivo, to se može odraziti negativno na mlade i djecu (Peck i sur., 2022). Isti autori navode da kod osoba čiji roditelji predstavljaju njihove idole češće imaju bolji uspjeh u školi te su manje skloniji devijantnom ponašanju. No, to ne isključuje činjenicu da idoli van obiteljskog okruženja mogu imati pozitivan učinak na adolescente i djecu. Danas sve češće idole izvan obitelji uključuju i medijske ličnosti za čiji utjecaj Peck i suradnici (2022) navode kako je vrlo malo istraživano, ali dobiva sve više na važnosti upravo zbog povećanja uloge medija u razvoju adolescenata i djece.

Livazović (2010; prema Stuhli, 2022) mediji za provođenje slobodnog vremena rezultat su (ne)školskih sredina koji danas postaju socijalizacijski čimbenici zbog svoje raširenosti i uključenosti u životu djece koja danas sve više vremena provode koristeći telefon, tablet i slično. Mediji postaju učestali dio života mlade osobe te kao takvi počinju zamjenjivati glavne sudionike u socijalizaciji (obitelj, školu, crkvu, prijatelje) te pomoću svog sadržaja kojeg proširuju influenceri, blogeri i ostale medijske ličnosti utjelovljuju značajan čimbenik u odgoju i razvoju djece i mladih (Miliša, Zloković, 2008; prema Stuhli, 2022).

Medijski idoli na važnosti dobivaju najviše u adolescenciji kada dolazi do postupnog emocionalnog odvajanja mladih od obiteljske sigurnosti i samostalnog razvijanja odrednica zrelog postignutog identiteta (Livazović, 2013). Medijski idoli i slavne osobe predstavljaju oblik autonomije adolescenata nad roditeljima u procesu ekonomske i emocionalne separacije kada roditelji gube herojsku percepciju od strane svoje djece. Adolescenti svoj identitet počinju izražavati pomoću stila odijevanja, tehnologije, postera, fotografija, likovnih djela i omiljenih igračaka. Upravo te odrednice zajedno s posterima medijskih idola postaju izraz jedinstvenosti, identiteta i traganja za samim sobom (Livazović, 2013). Nadalje, adolescenti najčešće svoje idole biraju iz područja glazbe čiji tekstovi često govore o temama s kojima adolescenti suosjećaju. Greene i Adams-Price (1990; prema Livazović, 2013) veze adolescenata s medijskim ličnostima dijeli u dvije skupine: romantične veze koje predstavljaju vježbu romantičnih odnosa sa stvarnim osobama i identifikacijske veze koje predstavljaju oponašanje ili imitaciju koja služi kao projekcija buduće odrasle uloge.

U današnjem svijetu uzori prestaju biti osobe koje pojedinac može vidjeti u stvarnome životu te se takva vrsta idoliziranja pomiče u virtualan svijet. Mladi su sve više izloženi medijskim ličnostima kao što su Baka Prase, Taylor Swift, Hailey Bieber koji šire svoje stavove, mišljenja i vrijednosti putem društvenih mreža te oni ostaju na internetu za mlade koji ih mogu usvajati i oponašati. Tada se razvija mogući problem ukoliko stavovi, mišljenja i vrijednosti odabrane medijske ličnosti

moгу štetno utjecati na mlade koji ju prate. Upravo zbog toga je važno osvijestiti mlade da kritički sagledavaju sadržaj objavljen na društvenim mrežama. No, da bi mladi mogli biti kritički obrazovani za pristup medijima, roditelji, pedagozi, profesori te drugi stručni radnici u odgojno-obrazovnim ustanovama bi trebali biti informirani ne samo o opasnostima virtualnoga svijeta nego i o aktualnim zvijezdama, serijama i filmovima koje njihova djeca prate.

### ***3.2. Identifikacija s medijskim idolima***

Cohen (2001; prema Cohen, Hershman-Shitrit, 2017) identifikaciju definira kao proces u kojem osoba zamjenjuje vlastite osobnosti osobnostima promatranog i voljenog lika ili ličnosti, prisvaja njegovu perspektivu, suosjeća s njime te ga podržava. Moyer-Guse (2008; prema Bui, 2017) tvrdi da je identifikacija emocionalan i kognitivan proces u kojem obožavatelj praktički preuzima ulogu lika kojeg obožavana medijska ličnost predstavlja. Nadalje, Bui (2017) navodi kako razni autori u svoja istraživanja uključuju i pojam "željene identifikacije" koja osim emocionalnog i kognitivnog procesa podrazumijeva i želju obožavatelja da i izgledom bude sličan medijskoj ličnosti.

Sekundarne veze ili veze osoba s medijskim idolima mogu se podijeliti na identifikacijske i romantične. Cohen i Hershman-Shitrit (2017) navode kako se konzumenti medijskog sadržaja najviše poistovjećuju i suosjećaju s likovima ili slavnim osobama koje su vrlo slične njima. Ta činjenica vrlo je važna i u oblikovanju likova u serijama i filmovima te biranju predstavnika kampanja i kompanija jer ukoliko se gledatelji i čitatelji identificiraju sa onima sličnijim njima, medijske ličnosti bi trebale nositi osobine sličnim ciljanoj publici. Sličnosti između obožavatelja i medijskih ličnosti pojačava identifikaciju zbog toga što je lakše razumjeti nekoga sličnog sebi i koji prolazi kroz slična iskustva i probleme. Kao primjer toga autorica Bui (2017) navodi kako su mnoga istraživanja pokazala da glasači na izborima biraju političare koje percipiraju najbližijima svojim karakternim osobinama. Nadalje, ona navodi kako se mladi najčešće identificiraju s medijskim ličnostima i likovima koji su njima slični po karakteru, spolu, etničkoj i rasnoj pripadnosti.

S druge strane, razna su istraživanja pokazala da povezanost između sličnosti i identifikacije ne mora postojati pa tako De Graaf (2014; prema Cohen, Hershman-Shitrit, 2017) u svom istraživanju otkriva da sličan način života čitatelja i lika u knjizi ima utjecaj do razine na kojoj sadržaj knjige podsjeća pojedinca na same sebe, ali ne i na identifikaciju s protagonistom.

Mediji danas postavljaju ideale ljepote koje šire medijske ličnosti kroz društvene mreže, serije, filmove i slično. Upravo zbog toga adolescenti se mogu nastojati identificirati sa svojim najdražim medijskim ličnostima putem dostizanja postavljenih ideala ljepote i izgleda. Istraživanje autora

Livazovića (2012) navodi da su djevojke sklonije nezadovoljstvu vlastitim izgledom i češćim poremećajima u prehrani od mladića. Sukladno s time, Brown i Tiggemann (2021) navode da istraživanja pokazuju da mlade djevojke često uspoređuju svoj izgled sa izgledom slavni osoba te da je uspoređivanje izgleda povezano s brigom o izgledu tijela i poremećajima u prehrani. Istraživanje Fardouly i suradnika (2018) provedeno na 276 djevojaka iz Australija i Sjedinjenih Američkih Država starosti od 18 do 25 godina otkriva da korištenje Instagrama kao popularnog medija koji se fokusira na tjelesni izgled može biti asociiran s višom osobnom objektivizacijom to jest, poistovjećivanje vlastitog tijela s objektom koji treba biti promatran.

Kendall Jenner se u današnje vrijeme može smatrati jednom od glavnih slavni osoba koje promoviraju nerealistične proporcije tijela i ideala ljepote putem uređivanja slika svoga tijela kojeg objavljuje na društvenim mrežama što onda rezultira u nesigurnosti kod mladih (Weiss, 2023). Mladi, ponajviše djevojke, imaju potrebu uspoređivati i poistovjećivati se sa slavni osobama koje su trenutno u trendu na društvenim mrežama. Mlade djevojke su često tjerane da slijede trendove ljepote koji zahtijevaju mršavost te da uvijek izgledaju u najboljem svjetlu što može biti katastrofično za njihovo samopoštovanje i samopouzdanje (Burns, Earlywine, 2017). Identifikacija mladih s medijskim ličnostima je također prisutna i u kupovini produkata koje slavne osobe promoviraju. Primjer ove pojave je TikTok influencerica Alix Earle koja na svome profilu broji 7,1 milijuna pratitelja. Njen učinak na ovoj društvenoj mreži vidljiv je u poznatom trendu "Alix Earle Effect" koji navodi da njeni pratitelji slijepo kupuju proizvode koje ona promovira (Reis, 2023). Mlade djevojke imaju tendenciju da imitiraju trendove koje vide na društvenim mrežama te da zbog slavni osoba koje prate, mijenjaju kompletan izgled (Busch, 2024). Utjecaj kao što ima Alix Earle, može biti štetan za percepciju osobnog izgleda jer su influenceri plaćeni da promoviraju proizvode koji se često tiču taštine što onda navodi mlade da kupuju nepotrebne proizvode kako bi se uklopili u trendove ljepote (Reis, 2023).

Kao jednu od balkanskih slavni osoba koje mladi ljudi često gledaju možemo navesti Bogdana Ilića poznatijeg pod imenom Baka Prase koji je česta tema raznih portala zbog svojih postupaka. Može se reći da Bogdan Ilić javno promovira kockanje koje je jedno od rizičnih ponašanja u koje mlada osoba može upasti. Jedan od njegovih skandala upravo je i vezan uz ovaj problem pa je tako medijski portal Blic u 2024. objavio članak u kojem izvješta da je ova slavna osoba prokockala 160 000 eura. Ovakvi postupci mogu biti problematični za adolescente koji se žele identificirati s medijskim ličnostima koje idoliziraju pa se tako upuštaju u kockanje koje ima vrlo ozbiljne posljedice dalje u životu. Nadalje, on iako je izgubio ogromnu svotu novaca, promovira kockanje kao vrstu zabave: „*Takođe, od kocke nikada dugoročno nećete zaraditi, niti treba da se kockate da*

*zaradite, već da se zabavite"* (BradANJI, 2024). Osim toga, on promovira rastrošnu i, za većinu ljudi, nerealnu životnu naviku time što često iznosi koliko troši u danu ili tjedno. Primjer njegovog poticanja materijalnog života kod njegovih većinski mladih pratitelja jest i razlog prekida s dugogodišnjom partnericom. Naime, kao razlog prekida on navodi želju za više novca te u ostvarenju tog cilja njegova partnerica stoji kao prepreka (teen385, 2024).

Iako postoji mnogo negativnih aspekata identifikacije adolescenata sa medijskim ličnostima Embark Behavioral Health (2021) navodi i neke pozitivne. Medijske ličnosti svojim djelima mogu mlade potaknuti na trud u školi i u poslu, mogu ih poticati na prosocijalno ponašanje pomoću dijeljenja humanitarnih akcija i razgovaranja o mnogim problemima. Uz to, oni mogu mladima osvijestiti važnost razgovora o mentalnom zdravlju i problemima te mogu služiti kao model pozitivnog nošenja sa pogreškama. Primjer prijašnjih tvrdnji može biti hrvatski influencer Marko Vuletić. U diplomskom radu Antonija Stuhlija *Medijski idoli u slobodnom vremenu adolescenata* cilj je bio istražiti medijske sklonosti adolescenata na društvenim mrežama u slobodnom vremenu te se nastojalo usmjeriti na učestalost korištenja određenih vrsta medija i sklonost mladih pojedinim medijskim idolima. Istraživanje je provedeno na uzorku od 155 učenika u Osijeku putem anketnog upitnika. Njime je uočeno kako adolescenti najviše biraju medijske idole poput Luke Modrića, Toma Hollanda, ali i Marka Vuletića kao one koje najviše prate i koji im se najviše sviđaju (Stuhli, 2022). Marko Vuletić javna je osoba koja svoj svakodnevni život dijeli na raznim društvenim mrežama. Ono što je pozitivno, ali i zanimljivo oko njega jest da svoju prisutnost na društvenim mrežama održava vrlo realno. Osim što se bavi društvenim mrežama, bavi se i digitalnim marketingom te često svojim pratiteljima govori koliko je važno napredovati (Gubić, 2023). On može biti primjer pozitivnog aspekta identifikacije adolescenata s medijskim idolima upravo zato što na svome podcastu, ali i putem ostalih društvenih mreža priča o važnim temama kao što su mentalno zdravlje, osamostaljivanje nakon završetka školovanja, ulazak u romantične veze i seksualnost (Pavličić, 2022). Osim toga, Marko Vuletić često putem TikToka dijeli i recepte za kuhanje pomoću kojih mladi mogu naučiti nešto novo ukoliko takvo znanje ne mogu dobiti u svojoj stvarnoj okolini. Ovakav prisutnost medijskih ličnosti pozitivno može utjecati na mlade koji shvaćaju da se ne moraju sami suočavati sa svojim problemima te da su mnogi prije njih prošli kroz slična iskustva.

### ***3.3. Stvaranje parasocijalnih veza s medijskim idolima***

Horton i Wohl (1956; prema Cohen, Hershman-Shitrit, 2017) parasocijalne veze definiraju kao jednostrane veze nalik prijateljstvu koje osobe s vremenom razvijaju prema medijskim ličnostima. Prema Hartmann (2016) parasocijalna se interakcija bavi se pojedinčevim neposrednom iluzijom

da je u stvarnoj socijalnoj interakciji s medijskom ličnosti iako je svjestan da to nije istina. Adolescencija je vrijeme u kojem pojedinac najviše pažnje daje medijskim ličnostima te je za to vrijeme najkarakterističnija parasocijalna interakcija (Gleason i sur., 2017). Autor Livazović (2013) navodi da parasocijalne veze imaju dvije temeljne funkcije u životu adolescenata. Prva se funkcija odnosi na alternativno prijateljstvo te ono najčešće nastaje zbog nedostatka prijatelja u stvarnom životu zbog čega adolescent osjeća usamljenost. Druga se funkcija odnosi na osobni identitet u kojoj nas privlače medijske karakteristike stvarnih osoba. U parasocijalnoj vezi recipijent stvarnu ili fiktivnu medijsku ličnost doživljava kao stvarnu te osjeća zaljubljenost, simpatiju ili opsesiju prema njoj (Horton, Wohl, 1956; prema Livazović, 2013). Prema Hartmann (2016) parasocijalne se veze stvaraju zbog stereotipnog i pouzdanog izgleda medijske ličnosti. Adolescenti često stvaraju takvu povezanost zbog nesigurnih i višeslojnih prijateljstava u stvarnom životu koji se razlikuju od njihovih najdražih voditelja ili glumaca koji nemaju kontraste u komunikaciji. Parasocijalni odnosi utječu na mišljenja, interese, emocije i raspoloženje adolescenata te oni usmjeravaju njihove aktivnosti u medijima i u stvarnome životu (Yuksel, Labreque, 2016; prema Mijatović, 2023). Gleason i suradnici (2017) navode kako parasocijalni odnosi u adolescenciji mogu imati i pozitivan učinak na razvoj mladih jer beneficiraju formaciji identiteta i autonomije od roditelja.

Hartmann i Goldhoorn (2011; prema Bui, 2017) navode kako osobe razvijaju parasocijalne veze s medijskim ličnostima koje rangiraju visoko na skali fizičke privlačnosti te one medijske ličnosti za koje smatraju da dobro odrađuju nekakav zadatak – pjevanje, gluma, plesanje, pisanje (Ruby, McHugh, 1987; prema Bui, 2017). Cohen i Hershman-Shitrit (2017) sugeriraju da sličnost može imati moć intenziviranja parasocijalnih odnosa – sličan stav, pozadina i izgled mogu utjecati na stvaranja parasocijalnih veza. Nadalje, parasocijalne veze mogu nastati zbog zadovoljavanja potrebe za pripadanjem. Baumeister i Leary (1995; prema Hartmann, 2016) navode kako je potreba za pripadanjem fundamentalna i najsnažnija ljudska potreba te da ju čovjek zadovoljava ugodnim društvenim interakcijama bez konflikata i negativnih utjecaja. Nezadovoljenje potrebe za pripadanjem može dovesti do patnje, usamljenosti, depresije te osjećaja isključenosti iz društva. Potreba za pripadanjem može biti zadovoljena pomoću medija. Medijski prikaz stvarnih ili izmišljenih ličnosti su sveprisutni i lako dostupni te mogu zadovoljiti potrebu za interakcijom zbog toga što pojedinac isto reagira na interakciju s medijskom ličnosti kao i na interakciju licem u lice (Hartmann, 2016).

Parasocijalni odnosi često mogu biti viđeni u K-Pop industriji koja potiče svoje umjetnike ili tako zvane "idole" da stvore blizak odnos sa fanovima kako bi postali uspješniji i slavni. K-Pop

industrija svoje idole lansira na glazbenu scenu pomoću pažljivog upravljanja i biranja vanjskih i unutarnjih karakteristika izabranog idola čime želi postići dosljednost između fanova ili potrošača proizvoda kojeg predstavljaju K-Pop idoli. Njihova prisutnost u medijima je temeljito i pažljivo izgrađena kako bi oni bili što privlačniji i predstavljani kao savršeni stanovnici Južne Koreje. Osim toga, tvrtke koje upravljaju K-Pop idolima organiziraju stvarna i virtualna upoznavanja s fanovima kako bi dodatno hranili parasocijalne odnose fanova. Fanovi putem sadržaja na raznim društvenim mrežama dobivaju pogled u svakidašnji život voljenih idola čime tvrtke koje upravljaju njima nastoje stvoriti iluziju normalnoga života i sličnosti onima koji ih prate. Nadalje, parasocijalni odnosi nastoje se očuvati zabranom romantičnih veza kako bi K-Pop idoli izgledali što privlačniji svojim pratiteljima kako bi očuvali romantične fantazije koje mladi koji ih prate imaju (Elfvig-Hwang, 2018). Idoli, ukoliko se sazna da su u romantičnim vezama, često moraju objaviti ispriku za svoje ponašanje. Jedan od najpoznatijih primjera ovakve situacije jest slučaj iz 2014. godine kada se članica grupe Girl's Generation, tada jedne od najslavnijih grupa u K-Pop industriji, Taeyeon javno ispričala pratiteljima koji su se osjećali povrijeđeno i izdano zbog njene novoobjavljene veze s članom K-Pop grupe EXO (Ock, 2014). S druge strane, Tan (2023) smatra da parasocijalan odnos može biti zdrav i pozitivan jer pratitelji dobivaju osjećaj pripadanja zbog zajedničkog planiranja ciljeva za sljedeću novu pjesmu ili album njihovih najdražih K-Pop idola. Pratitelji putem aplikacija namijenjenih interakciji s K-Pop idolima dobivaju osjećaj pripadanja i utjehe zbog čestih poruka od strane idola koji ponekad dijele svoje osobne probleme koji ih čine sličnijim pratiteljima. Poruke su također nekad afirmacijske i podsjetnici na čuvanje mentalnog zdravlja (Tan, 2023).

Iako parasocijalni odnosi mogu pozitivno utjecati na usamljenost i potrebu za pripadanjem, oni mogu dovesti do nečuvenog ponašanja koje uključuje uznemiravanje drugih u ime obožavane medijske ličnosti. Često dolazi do slučajeva u kojima obožavatelji prelaze granicu u odnosu sa svojim idolima u kojima šalju prijetnje smrću i zlostavljaju osobe za koje smatraju da su uvrijedili njihovog idola. Kao primjer takvog ponašanja možemo uzeti slučaj Hailey Bieber i Selene Gomez u kojem je zlostavljanje i uznemiravanje postalo toliko prekomjerno da su obje medijske ličnosti više puta morale moliti obožavatelje da prestanu slati uvredljive poruke i prijetnje smrću (Rice, 2023). Mnogi sugeriraju da je razlog takvog ponašanja dob obožavatelja koji su često adolescenti i nisu naučeni boljem ponašanju (Haupt, 2023). Nadalje, slavne osobe mogu koristiti parasocijalnu prirodu njihovog odnosa s obožavateljima stvarajući lažnu predodžbu prijateljstava kako bi lakše lansirali svoje proizvode, ideje i utjecali na ponašanje obožavatelja (Mijatović, 2023).

### ***3.4. Poticanje prosocijalnog ponašanja pomoću medijskih idola***

Medijski sadržaj utječe na formiranje mišljenja, stereotipa i dojava o drugim ljudima te time utječu na donošenje prosocijalnih odluka. Ljudi koriste društvene mreže kako bi dobili informacije, napravili ili podijelili sadržaj, sudjelovali u raspravama te se tim akcijama oblikuju mišljenja i stavovi koji onda utječu na njihove odluke vezane uz doniranje, volontiranje i ostale vrste prosocijalnog ponašanja (Hui i sur., 2024). Kao što je definirano na početku ovoga rada, prosocijalno ponašanje podrazumijeva širok raspon dobrovoljnih radnji namijenjenih dobrobiti drugih ili cjelokupnom društvu. Prosocijalno ponašanje podrazumijeva radnje kao što su donacije, volontiranje, zaustavljanje uznemiravanja, pružanje emocionalne podrške i kooperacija s drugima (Hui i sur., 2024). Lacković-Grgin (2006) navodi kako je kognitivni razvoj jedan od važnih čimbenika koji utječe na prosocijalno ponašanje, a u adolescenciji dolazi do razvitka apstraktnog i kritičkog mišljenja te zbog svega toga mladi počinju bolje razumjeti nedaće drugih ljudi i odlučuju kako će na njih reagirati. Također je rečeno da mediji postaju važan aspekt života adolescenata koji su njihovi najčešći korisnici, a sama adolescencija karakterizirana je traganjem za vlastitim identitetom, vrijednostima i ponašanjima. Medijski idoli postaju najvažniji u tom periodu jer svojim sadržajem u medijima pomažu u razvitku identiteta mladih te tako negativno ili pozitivno utječu na njega (Livazović, 2013).

Istraživanje Sare Prot i suradnika iz 2013. pod nazivom *Long-Term Relations Among Prosocial Media Use, Empathy, and Prosocial Behavior* podijeljeno je u dvije studije u kojima se prva studija bazirala na povezanosti između prosocijalnog korištenja medija, empatije i pomaganju prema uzorcima iz sedam zemalja. Autori su pretpostavili da bi veće prosocijalno korištenje medija bilo povezano s češćim pomaganjem i da bi učinak toga bio barem djelomično posredovan empatijom. Osim toga, autori su istraživali i spol, godine i kulturu kao moguće moderatore u istraživanju. Uzorci su prikupljeni u sedam zemalja: Njemačka, Hrvatska, Rumunjska, Japan, Kina, Australija i Sjedinjene Američke Države. Istraživanje se sastojalo od 2 202 ispitanika adolescenata od kojih je 40 posto bilo muškog spola, a 59.6 posto ženskog. Autori su istraživanje proveli putem intervjua koji je mogao biti uživo ili putem interneta. Korištenje medija je mjereno pomoću *General Media Habits Questionnaire* u kojem su ispitanici morali navesti tri najdraže serije, filmove i video igre te ocijeniti učestalost korištenja pomoću ljestve od pet točaka. Uz to su svaku od serija, filmova ili video igrica morali ocijeniti pomoću ljestvice od sedam točaka za njihov prosocijalan ili nasilan sadržaj. Empatija je mjerena pomoću Indeksa Interpersonalne Reaktivnosti, a prosocijalno ponašanje putem *Brief Prosocial Scale*. Rezultati su ukazali na to da je unutar svake skupine veće korištenje prosocijalnih medija bilo je povezano s višim razinama prosocijalnog ponašanja te da



je sve posredovano empatijom te da ne postoji iznimna razlika između učinaka prosocijalnog korištenja medija za žene i muškarce. Studija je došla do zaključka da je prosocijalno korištenje medija povezano s prosocijalnim ponašanjem u stvarnome životu te da je glavni medijator takvog ponašanja empatija.

Iako se uglavnom spominje negativan utjecaj medijskih ličnosti na djecu i mlade, slavne osobe i influenceri također mogu ostaviti pozitivan utjecaj na njih. Jedan od takvih primjera je glavna glumica treće sezone serije *Bridgerton*, Nicola Coughlan koja je prikupila preko 1.9 milijuna američkih dolara za potporu inicijativama za pomoć u Gazi. Osim toga, ona koristi svoju platformu kako bi educirala pratitelje o situaciji u Gazi te ih poziva na doniranje humanitarnim organizacijama (The Daily Star, 2024). Glumica Amandla Stenberg koristi svoju platformu kako bi zagovarala ljudska prava i prava žena. Emma Watson, koja je također i UN ambasadorica, je vrlo poznata po svojem aktivnom zagovaranju jednakosti spolova te često odvaja vrijeme kako bi osvijestila ljude o nejednakosti žena u poslovnom svijetu (Gillett, 2021). Taylor Swift koja se trenutno smatra jednom od najpoznatijih pjevačica na svijetu je putem Instagrama potaknula svoje obožavatelje da se registriraju za glasanje te je ubrzo oko 35 tisuću ljudi to i napravilo (Sullivan, 2023). Važno je spomenuti i glumicu i pjevačicu Selenu Gomez koja potiče svoje obožavatelje na razgovor o mentalnom zdravlju te zagovara neograničen pristup resursima potrebnim za podršku svog mentalnog zdravlja (Rare Impact Fund).

Možemo reći da influenceri i slavne osobe koje koriste svoju platformu kako bi donirali humanitarnim organizacijama, poticali ljude na donacije, prestanak širenja mržnje i otvoreni razgovor o mentalnim problemima i ovisnostima, potiču mlade na razvijanje prosocijalnog ponašanja. Iako se na identifikaciju i parasocijalni odnos s medijskim ličnostima, ponajviše u adolescenciji, uglavnom gleda na negativan način, ovakav primjer utjecaja medijskih idola može biti njegova pozitivna strana jer pozitivno pomaže u razvoju identiteta i oblikovanja društveno poželjnih vrijednosti. Tendencija mladih da za uzore odabiru medijske ličnosti u današnjem svijetu može biti vrlo problematična. Današnje medijske ličnosti često objavljuju problematične sadržaje s ciljem dobivanja što više pregleda i dijeljenja što se može vidjeti u primjeru prijašnje spomenutog Bogdana Ilića. Zbog takvog problematičnog sadržaja poticanje prosocijalnog ponašanja može biti zanemareno. Odgojitelji tu nailaze na tešku situaciju u kojoj na adekvatan način moraju razgovarati s mladima o biranju uzora te njihovim postupcima. Važno je spomenuti i nedostatak istraživanja o pozitivnom učinku djelovanja medijskih ličnosti na mlade. Teme koje proučavaju utjecaj medijskih ličnosti imaju negativan naglasak te se uglavnom fokusiraju na rizična ili devijantna ponašanja te na nesigurnost u izgledu i poremećaje u ponašanju. Iako su negativni učinci sve

prisutniji, istraživanje pozitivnog djelovanja medijskih ličnosti kao što je promicanje prosocijalnog ponašanja može imati i pozitivan učinak na proučavanje utjecaja medija. Istraživanjima bi se moglo uvidjeti u skupine zvijezda koje mladi najviše prate, koje pozitivne vrste ponašanja oni potiču i te što mladi misle o tome i usvajaju li takva ponašanja. Time bi odgojitelji mogli uvidjeti u važnost medijskih ličnosti u poticanju pozitivnih ponašanja te bi ih mogli koristiti za bolje usvajanje prosocijalnih vrijednosti.

Prema osobnom zapažanju, današnji mladi najviše idoliziraju trendove ponašanja, izgleda i potrošačkih navika za koje su odgovorne medijske ličnosti. Dokaz toga se može vidjeti u prijašnje spomenutom efektu Alix Earle. Prema tome, roditelji, profesori, pedagozi te svi oni uključeni u proces odgajanja bi trebali veliku pozornost obratiti na što određene slavne osobe promiču kako bi uvidjeli potencijalni utjecaj koji ono može imati na mlade. S mladima treba često razgovarati o temi takvih trendova kako bi spoznali njihovo mišljenje koje daje širu sliku za daljnje postupanje u razgovoru o medijima i njihovom učinku.

#### iv. RASPRAVA

Nakon istraživanja pozitivnih i negativnih utjecaja medija, identifikacije adolescenata s medijskim ličnostima, parasocijalnih veza i utjecaja medijskih ličnosti na prosocijalno ponašanje možemo zaključiti da su medijski odgoj i opismenjavanje potrebni više nego ikad za mlade, ali i za sve sudionike u odgoju. Njemački pedagozi navode da se medijsko-pedagoški koncepti i ciljevi trebaju uključiti u kurikulum kako bi se mogli osmisliti medijsko-pedagoški projekti koji imaju funkciju kritičkog mišljenja, doživljaja, funkciju stjecanja znanja s medijskim odgojem te razvoj medijskog obrazovanja što vodi razvoju medijskih kompetencija (Tolić, 2009). Bedenković Lež i Šušnjara Raić (2021) navode da se medijskim opismenjavanjem stvara produktivan odnos prema medijskom sadržaju što znači da pojedinac kritičkim razmišljanjem i problematiziranjem prikazanog sadržaja osvješćuje mogući utjecaj medija. Medijski odgoj podrazumijeva mišljenje i djelovanje na kritički način te kao neke od ciljeva podrazumijeva izgradnju medijskih kompetencija većeg broja nastavnika predmeta, prepoznavanje medijskog djelovanja, funkcije medijskog sadržaja te autonomno i samokritično djelovanje učenika ili studenta. Srž medijskog odgoja je u svladavanju principa istraživanja kako živjeti s medijima što se postiže medijskim opismenjavanjem i obrazovanjem te stvaranjem medijskih kompetencija (Tolić, 2009).

Roditelj ima primarnu funkciju u odgoju djeteta imaju najveću mogućnost utjecati na način na koji će djeca upijati medijski sadržaj. U intervju s UNICEF-om Ana Dokler, urednicom portala Medijskapismenost.hr, navodi da roditelji imaju ključnu ulogu u najranijem medijskom opismenjavanju djece i biranju sadržaja kojeg će dijete gledati. Djecu bi trebalo medijski opismenjivati od trenutka kada oni prvi puta dođu u dodir s medijima. Kao što djeca uče hodati, voziti bicikl tako bi i medije trebali učiti koristiti uz pomoć odraslih osoba. Roditelji bi s djecom trebali razgovarati o medijskom sadržaju, zašto neke medijske sadržaje gledamo, a zašto neke ne te o postupcima likova iz crtića, serija i filmova čime se djecu može učiti kritički analizirati sadržaje. Stranica Medijskapismenost.hr (2022) navodi načine na koje roditelji mogu pomoći u medijskom opismenjavanju djece. Stranica naglašava razgovor kao najvažniju komponentu opismenjavanja te da bi roditelji s djecom trebali razgovarati o sadržajima koji su njima zanimljivi, kako tumače događaje i postupke likova te što misle o nekim temama. Također, roditelji bi s djecom trebali podijeliti svoje mišljenje te im ukazati na neprimjerenost nekih scena ili postupaka likova iz sadržaja koji je gledan. Vrlo je važno da se roditelji upoznaju s programima i aplikacijama koje vole njihova djeca kako bi što više upućeni bili u sadržaj koji može utjecati na djecu. Ukoliko dijete vidi neke potencijalno štetne ili neprimjerene sadržaje, važno je objasniti potencijalnu štetnost takvog sadržaja i zašto takva vrsta ponašanja nije dobra. Roditelji bi također trebali razgovarati i o fiktivnosti i idealnosti medijskog sadržaja to jest o činjenici da je velik broj stvari

objavljen na internetu uljepšan i idealiziran te da bi o istinitosti takvih sadržaja trebali kritički promisliti. Roditelji trebaju biti upućeni u medijske ličnosti koje su popularne među djecom i mladima. Ukoliko medijska ličnost koju njihovo dijete pomno prati napravi nešto upitno, važno je razgovarati s djetetom o njihovim postupcima te čuti mišljenje djeteta o tome.

No, često se događaju situacije u kojima ni sam roditelj nije medijski pismen te tu glavnu ulogu, osim profesora, nosi pedagog. Medijska je pismenost danas zastupljena u kurikulumima obaveznih predmeta, ali u potražnji za literaturom o ulozi pedagoga u promicanju istog može se uočiti nedostatak adekvatnih istraživanja te zastarjelosti literature. Istu problematiku navodi i Lach u svom istraživanju provedenom 2020. godine. Istraživanje Andree Lach u sklopu diplomskog rada *Uloga školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti* navodi razmišljanja 35 studenata diplomskog studija Pedagogije na Filozofskom fakultetu u Rijeci. Iako 65,71% studenata smatra da škola ima veliku ulogu u promicanju medijske pismenosti, čak 34,29% navodi kako dosad nisu razmišljali o ulozi školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti što može biti povezano s malim brojem radova koji se bave ulogom pedagoga u medijskoj pismenosti te time što se tek nedavno počela istraživati uloga ostalog stručnog kadra škole u promicanju medijske pismenosti (Ciboci i sur., 2018: prema Lach, 2020). Nadalje, 74,29% studenata odgovara da školski pedagog u velikoj mjeri može utjecati na promicanje medijske pismenosti te je više od 70% ispitanika izrazilo da je u područja rada školskog pedagoga potrebno uvesti područje rada koje će se baviti medijima i medijskom pismenosti. Kao načine na koje bi obrađivali temu medija s djecom navode radionice, projekte, preventivne programe i planove kulture i javne djelatnosti škole dok bi s roditeljima obavljali edukacije i roditeljske sastanke. Iako je istraživanje provedeno na malom uzorku ispitanika, njegova relevantnost može se vidjeti i u činjenici da na studiju Pedagogije na Filozofskom fakultetu u Osijeku postoji samo jedan predmet vezan za medijsko osposobljavanje (Plan i program sveučilišnog prijediplomskog dvopredmetnog studija Pedagogije).

Druga osnovna škola u Varaždinu i njihova učiteljica razredne nastave Dubravka Kalinić Lebinec promiču medijsku pismenost putem izvannastavne aktivnosti *Medijska kultura – Dođi, vidi, viči*. U jednom satu kroz plakat ili prezentaciju upoznaju novi medij te nakon toga rade nešto vezano uz taj medij (npr. ukoliko uče o televiziji, sljedeći sat gledaju emisiju za djecu) i raspravljaju o tome. Osim što uče o medijima, uče i kritički promišljati o njihovom sadržaju kroz gledanje filmova, slušanje radijskih emisija i upoznavanje medijskih gledatelja čime prepoznaju pozitivne strane medija, opasnosti koji dolaze putim njih te razvijaju sposobnost uočavanja estetskih i etičkih vrijednosti u medijima (Dokler, 2016). Primjer medijskog opismenjavanja može biti viđen i u novinarskoj i filmskoj skupini u Osnovnoj školi Sveti Petar Orehovec čiji članovi osim o

dogadajima u školi, istražuju i o medijskoj manipulaciji, utjecajima o kojima onda pišu u školskom listu Klinček koji postoji i u 2024. godini.(Dokler, 2016).

Cilj medijskog odgoja jest stvoriti medijski obrazovnu osobu koja je dobro informirana o temama koje su česte u medijima, svjesna vremena koje provodi okružena medijima te shvaća njihov utjecaj na određene aspekte života. Medijski obrazovana osoba interpretira poruke iz medija te razvija osjećaj za trendove, posreduje znanja o različitim vrstama medija te naučena je graditi osnove kritičkog mišljenja prema temama iz medija (Tolić, 2009). Pedagog kroz razne radionice, ali i satove razgovora s učenicima može razgovarati o potencijalnim opasnostima medija, zašto je važno promišljati kritički o sadržaju na internetu te postupcima medijskih ličnosti.. Dobro bi bilo ukoliko se razgovor može potkrijepiti primjerima iz stvarnog života o rizičnim i devijantnim ponašanjima koji se u medijima prikazuju. Važno je i vrijeme posvetiti idealima ljepote koji su postavljeni od strane medijskih ličnosti upravo zbog utjecaja koji oni imaju na mlade kao što je spomenuto u završnom radu. Djecu je također važno informirati o postojanju aplikacija putem kojih se može lažirati izgled, ali i o tendenciji medijskih ličnosti da svoj život prikažu na savršen način što također može utjecati na njihovu percepciju sebe. Pedagog bi trebao razgovarati o utjecaju medijskih ličnosti te kako je važno kritički promisliti o njihovim postupcima prije nego što ih pokušaju replicirati. Bubalo i Jelić (2015) navode da bi se kroz obrazovne modele mlade trebalo usmjeravati na razvoj kritičke osviještenosti spram medijskih sadržaja kako bi se proširio njihov vidokrug sagledavanja svijeta te bi razvitak kritičkog mišljenja trebao biti sastavni dio obrazovnog sustava kako bi se razvili mladi koji će promovirati toleranciju, nenasilje i razumijevanje. Profesori i pedagozi bi trebali putem roditeljskih sastanaka razgovarati o utjecajima medija te ih informirati o potencijalnim opasnostima i važnosti informiranosti o popularnim društvenim mrežama i slavnim osobama te o važnosti razgovora s mladima o sadržaju kojeg oni upijaju na internetu.

## v. ZAKLJUČAK

Danas su mediji važan dio svakodnevnog života većine ljudi oko svijeta pa tako i adolescenata. Zbog njihove raširenosti mediji imaju istaknutu ulogu u životu adolescenata koji se nalaze u najranjivijem razdoblju psihološkog razvitka. Adolescenciju opisuje proces pronalaska autonomije od roditelja s istodobnom potragom za vlastitim identitetom, vrijednostima i stavovima. Upravo zbog toga medijski utjecaj na adolescente postaje sve češća tema raznih pedagoških istraživanja. Mediji svojim utjecajem mogu poticati devijantno ponašanje kao što su nasilje, zlostavljanje na internetu te nesigurnost vezanu za fizički izgled, ali isto tako mogu poticati i razne vrste pozitivnih ponašanja. Iako obitelj, prijatelji, crkva i odgojno-obrazovne ustanove igraju veliku ulogu u oblikovanju prosocijalnog ponašanja kod mladih, treba se razmotriti mogućnosti medija kao istaknutog čimbenika u tom procesu. Medijske ličnosti imaju glavnu ulogu u proširenju medijskog sadržaja te putem njih mlade osobe često pronalaze utjehu i potporu te se te medijske ličnosti preoblikuju u idole ili uzore. U odnosu adolescenata s medijskim ličnostima važnu ulogu igra i teorija socijalnog učenja Alberta Bandure koja navodi da će mladi češće promatrati i oponašati ponašanja drugih te ih onda usvajati kao vlastita. Ta teorija ukazuje na iznimnu važnost medijskih ličnosti koje postaju osobe s kojima se mladi sve češće povezuju i identificiraju. Identifikacija označava uspoređivanje i usvajanje stavova i vrijednosti omiljenih slavni osoba te ona, iako bilježi pozitivne učinke, češće naglašava negativne zbog tendencije mladih da se identificiraju s ličnostima za koje se smatra da su standardi fizičke ljepote što se negativno odražava na samopouzdanje te stvara poremećaje u prehrani (Brown, Tiggemann, 2021). Odnos medijskih ličnosti i adolescenata karakterizira i stvaranje parasocijalnih veza koje često nastupaju zbog potrebe za pripadanjem i nedostatka prijateljstava u životu mlade osobe. Takav odnos može pozitivno utjecati na mlade ukoliko oni njime dobivaju samopouzdanje za stvarnu socijalizaciju, ali njihov negativan učinak vidljiv je u čestom širenju mržnje putem interneta u ime omiljene slavne osobe. Idoli kao takvi mogu negativno utjecati na mlade bezbrižnim poticanjem nasilja ovisnosti i internetskog zlostavljanja, ali također mogu poticati i pozitivne aspekte ponašanja kao što je prosocijalno ponašanje. Primjer toga može se vidjeti u Seleni Gomez koja koristi društvene mreže kako bi obožavatelje poticala na širenje ljubavi, smanjenje internetskog zlostavljanja i razgovor o mentalnim problemima čime sudjeluje u smanjenju stigme razgovora o takvim temama. Medijske ličnosti koje svoju platformu koriste za širenje svijesti o svjetskim problemima, razgovor o medijskom zdravlju te za doniranje i poticanje pristojnosti i širenja dobrote mogu utjecati na adolescente koji onda po uzoru svojih idola čine isto. Ovdje je vrlo važna uloga roditelja, pedagoga i profesora koji se nalaze u teškom položaju jer moraju biti informirani o popularnim zvijezdama

među mladima, njihovim utjecajem i samim utjecajem medija koji su danas svuda oko nas. Iako pedagog ima važnu ulogu u medijskom opismenjavanju djece i roditelja, aktualna literatura, ali i fakulteti često zanemaruju njihov moguć utjecaja te se budući pedagozi osjećaju nesigurno oko njihove uloge. Stručno osoblje odgojno-obrazovnih ustanova na medijsko opismenjavanje mladih mogu utjecati putem radionica, projekata, preventivnih programa, ali i razgovora. Mlade bi trebalo osvijestiti o potrebi biranja uzora iz bliže okoline dok bi medijske ličnosti trebale biti primjer u određenim situacijama. Razlog tomu je mogućnost razgovor s pojedincima iz bližnje okoline i poznanstva jer medijske ličnosti su pojedinci stvoreni u svrhu interneta za koje ne možemo istinski znati jer se vjerodostojno predstavljaju na društvenim mrežama te što se zapravo događa kada izvan njihovih profila.

vi. LITERATURA

- Anderson, C. A., Bushman, B. J., Bartholow, B. D., Cantor, J., Christakis, D., Coyne, S. M., Donnerstein, E., Brockmyer, J. F., Gentile, D. A., Green, C. S., Huesmann, R., Hummer, T., Krahe, B., Strasburger, V. C., Warburton, W., Wilson, B. J., & Ybarra, M. (2017). Screen Violence and Youth Behavior. *Pediatrics*, 140(Suppl 2), S142–S147. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758T>
- Anderson, M., Vogels, E. A., Perrin, A., & Rainie, L. (2022) Connection, Creativity and Drama: Teen Life on Social Media in 2022. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/internet/2022/11/16/connection-creativity-and-drama-teen-life-on-social-media-in-2022/>
- Are celebrities good role models for teens?* (2021). Embark Behavioral Health. Preuzeto 5.7.2024. s <https://www.embarkbh.com/blog/parenting/are-celebrities-good-role-models-for-teens/>
- Arnett, J. J. (2013). *Adolescence and Emerging Adulthood - 5th Ed.* Pearson Education Inc.
- Arts & Entertainment Desk. (2024). “*Bridgerton*” actress Nicola Coughlan raises \$1.9m for Gaza aid. *The Daily Star*. Preuzeto 10.7.2024. s <https://www.thedailystar.net/entertainment/tv-film/news/bridgerton-actress-nicola-coughlan-raises-19m-gaza-aid-3650286>
- Bedeniković Lež, M., & Šušnjara Raić, S. (2021). Mediji u razvoju kritičkog mišljenja djece. *Bjelovarski Učitelj: Časopis za Odgoj i Obrazovanje*, 26(1-3), 127–139. <https://hrcak.srce.hr/clanak/395117>
- Berk, L. E. (2008). *Psihologija cjeloživotnog razvoja*. Jastrebarsko: Naklada Slap
- Bojčić, K. (2023). *Rizični i zaštitni čimbenici u razvoju fizički agresivnog ponašanja djece predškolske i mlađe školske dobi* (Disertacija). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:672320>
- Bradanj, I. (2024). “*NEMAM ODAKLE DA STVORIM LOVU*” Baka Prase u ogromnim dugovima zbog kocke, a sada se oglasila i Anja Bla, devojka jutjubera u drugom stanu. *Blic.rs*. Preuzeto 19.8.2024. s <https://www.blic.rs/zabava/baka-prase-u-ogromnim-dugovima-zbog-kocke-a-sada-se-oglasila-anja-bla/vxrr6cl>
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2021). Celebrity influence on body image and eating disorders: A review. *Journal of Health Psychology*, 27(5), 135910532098831. <https://doi.org/10.1177/1359105320988312>
- Bubalo, I., & Jelić, M. (2015). Kritička osviještenost učenika i učenica završnih razreda srednje škole o reprezentaciji žena u medijima. *Medijska Istraživanja : Znanstveno-Stručni Časopis Za Novinarstvo I Medije*, 21(2), 107–125. <https://hrcak.srce.hr/152483?lang=hr>



- Bui, N. H. (2017). Exploring similarity characteristics, identification, and parasocial interactions in choice of celebrities. *Psychology of Popular Media Culture*, 6(1), 21–31. <https://doi.org/10.1037/ppm0000082>
- Burns, S., Earlywine, E. (2017). *A Decade of the Kardashian's Influence on Teens Today* – *Triton Times*. Triton Times. Preuzeto 6.7.2024. s <https://tritontimes.com/14182/artsentertainment/a-decade-of-the-kardashians-influence-on-teens-today/>
- Busch, J. (2024). *Influencer's Influences on Teenage Girls*. The Paw Newspaper. Preuzeto 15.8.2024. s <https://wmchspawprint.com/13722/features/influencers-influences-on-teenage-girls/>
- Car, S. (2013). Adolescencija 21. stoljeća: društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazovi. *Pedagojska Istraživanja*, 10(2), 285–292.
- Carballo, R. C., Helardez, J. M., Nasara, R. C., Canchico, F. D., & De. (2024). Influence of Social Media Use on Body Image and Self-Esteem among Senior High Students in Davao City. *European Journal of Theoretical and Applied Sciences*, 2(4), 371–384. [https://doi.org/10.59324/ejtas.2024.2\(4\).31](https://doi.org/10.59324/ejtas.2024.2(4).31)
- Carlo, G., & Randall, B. A. (2002). The Development of a Measure of Prosocial Behaviors for Late Adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 31(1), 31–44. <https://doi.org/10.1023/a:1014033032440>
- Ciboci, L., Kanižaj, I., & Labaš, D. (2018). *Pozitivan i negativan medijski sadržaj: NASTAVNI MATERIJALI ZA OSNOVNE ŠKOLE ZA UČENIKE OD 1. DO 4. RAZREDA*. Agencija za elektroničke medije i Unicef. <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/pozitivni-i-negativni-med-sadrzaj.pdf>
- Cohen, J., & Hershman-Shitrit, M. (2017). Mediated relationships with TV characters. *Scientific Study of Literature*, 7(1), 109–128. <https://doi.org/10.1075/ssol.7.1.05coh>
- Crone, E. A., & Achterberg, M. (2021). Prosocial development in adolescence. *Current Opinion in Psychology*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.09.020>
- DeAngelis, T. (2024). *Teens are spending nearly 5 hours daily on social media. Here are the mental health outcomes*. Apa.org. <https://www.apa.org/monitor/2024/04/teen-social-use-mental-health>
- Dokler, A. (2016). *Mali novinari osjetljivi na predrasude - Medijska pismenost*. Medijska Pismenost -. Preuzeto 19.8.2024. s <https://www.medijskapismenost.hr/mali-novinari-osjetljivi-predrasude/>
- Dokler, A. (2016) *Dođi, vidi, viči: originalan način učenja o medijima u osnovnoj školi - Medijska pismenost*. Medijska Pismenost -. Preuzeto 19.8.2024. s <https://www.medijskapismenost.hr/dodi-vidi-vici-originalan-nacin-ucenja-o-medijima-u-osnovnoj-skoli/>

- Delgado, B., Martínez-Monteağudo, M. C., García-Fernández, J. M., & Rubio, E. (2019). Cyberbullying, Aggressiveness, and Emotional Intelligence in Adolescence. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 5079. <https://doi.org/10.3390/ijerph16245079>
- Đuranović, M. (2013). Obitelj i vršnjaci u životu adolescenata. *Napredak: Časopis Za Interdisciplinarna Istraživanja U Odgoju I Obrazovanju*, 154.(1-2), 31–46. <https://hrcak.srce.hr/138555>
- Elvfing-Hwang, J. (2018). K-pop idols, artificial beauty and affective fan relationships in South Korea. In A. Elliott (Ed.), *Routledge Handbook of Celebrity Studies* (pp. 190–201). Routledge.
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram Use and Young Women's Body Image Concerns and self-objectification: Testing Mediational Pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Furlow, B. (2017). Media violence and youth aggression. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 1(2), 91–92. [https://doi.org/10.1016/s2352-4642\(17\)30033-0](https://doi.org/10.1016/s2352-4642(17)30033-0)
- Elwadhi, S. (2024). The Impact of Social Media on the Decision Making of Youth: A Survey-Based Analysis. *Innovative Research Thoughts*, 10(2), 57–69. <https://doi.org/10.36676/irt.v10.i2.08>
- Giles, D. (2003). *Media Psychology*. Routledge.
- Gillett, K. (2021). *24 celebrity activists, from Jane Fonda to Angelina Jolie and Natalie Portman*. The National. Preuzeto 11.7.2024. s <https://www.thenationalnews.com/arts-culture/pop-culture/2022/11/08/24-celebrity-activists-from-jane-fonda-to-angelina-jolie-and-natalie-portman/>
- Gleason, T. R., Theran, S. A., & Newberg, E. M. (2017). Parasocial Interactions and Relationships in Early Adolescence. *Frontiers in Psychology*, 8(255). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00255>
- Grgić, N., Babić Čikeš, Ana, & Ručević, S. (2014). Emocionalna inteligencija, agresivno i prosocijalno ponašanje učenika rane adolescentske dobi. *Život I Škola : Časopis za Teoriju i Praksu Odgoja i Obrazovanja*, LX(32), 43–58. <https://hrcak.srce.hr/131206>
- Gubić, D. (2023). *Marko Vuletić: "Jednom kad kreneš glumiti, ljudi skuže, pa to ni ne radim."* Journal.hr. Preuzeto 19.8.2024. s <https://www.journal.hr/journal-man/marko-vuletic-intervju/>
- Guo, X. (2022). Research on the Influence of Media Violence on Youth. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 631, 1170–1173. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220105.215>
- Hartmann, T. (2016). Parasocial Interaction, Parasocial Relationships, and Well-Being. In L. Reinecke & M.-B. Oliver (Eds.), *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being* (pp.

131–144).

Routledge.

[https://www.researchgate.net/publication/321586609\\_Parasocial\\_Interaction\\_Parasocial\\_Relationships\\_and\\_Well-Being](https://www.researchgate.net/publication/321586609_Parasocial_Interaction_Parasocial_Relationships_and_Well-Being)

Haupt, A. (2023). *In Defense of Parasocial Relationships*. Time.

<https://time.com/6294226/parasocial-relationships-benefits/>

Hjetland, G. J., Lysenstøen, C., Bøe, T. & Skogen, J. C. (2021). A Review of the Relationship Between Social Media Use and Online Prosocial Behavior Among Adolescents. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.579347>

Hui, E., Singh, S., Patrick, & Dillon, D. (2024). Social Media Influence on Emerging Adults' Prosocial Behavior: A Systematic Review. *Basic and Applied Social Psychology*, 1–27.

<https://doi.org/10.1080/01973533.2024.2342396>

Hurd, N. M., Zimmerman, M. A., & Reischl, T. M. (2011). Role Model Behavior and Youth Violence: A Study of Positive and Negative Effects. *The Journal of Early Adolescence*, 31(2), 323–354. <https://doi.org/10.1177/0272431610363160>

Johnson, S. K., Buckingham, M. H., Morris, S. L., Suzuki, S., Weiner, M. B., Hershberg, R. M., Fremont, E. R., Batanova, M., Aymong, C. C., Hunter, C. J., Bowers, E. P., Lerner, J. V., & Lerner, R. M. (2016). Adolescents' Character Role Models: Exploring Who Young People Look Up to as Examples of How to Be a Good Person. *Research in Human Development*, 13(2), 126–141.

<https://doi.org/10.1080/15427609.2016.1164552>

Kanižaj, I. & Ciboci, L. (2011). *Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove - utjecaj učinci i posljedice nasilja u medijima na djecu i mlade*. 11–34.

Kim, Y., Kim, B., Hwang, H.-S., & Lee, D. (2019). Social media and life satisfaction among college students: A moderated mediation model of SNS communication network heterogeneity and social self-efficacy on satisfaction with campus life. *The Social Science Journal*.

<https://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.12.001>

Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073–1137. <https://doi.org/10.1037/a0035618>

Kunczik, M., & Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zaklada Friedrich Ebert.

- Lach, A. (2020). *Uloga školskog pedagoga u promicanju medijske pismenosti* (Diplomski rad). Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:764924>
- Lacković-Grgin, K. (2006). *Psihologija adolescencije*. Jastrebarsko: Naklada Slap
- Lang, C. (2023). *Even the Kardashians Can't Keep Up With Their Beauty Ideals*. Time. <https://time.com/6298911/kardashians-kylie-jenner-boob-job-beauty-standards/>
- Lebedina-Manzoni, M. i Lotar, M. (2011). PERCEPCIJA SEBE KOD ADOLESCENATA U HRVATSKOJ. *Kriminologija & socijalna integracija*, 19 (1), 39-50. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/67788>
- Lee, A. R., & Suzanne Horsley, J. (2017). The role of social media on positive youth development: An analysis of 4-H Facebook page and 4-H'ers' positive development. *Children and Youth Services Review*, 77, 127–138. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2017.04.014>
- Lin, J.-H. (2013). Identification Matters: A Moderated Mediation Model of Media Interactivity, Character Identification, and Video Game Violence on Aggression. *Journal of Communication*, 63(4), 682–702. <https://doi.org/10.1111/jcom.12044>
- Livazović, G. (2009). Teorijsko – metodološke značajke utjecaja medija na adolescente. *Život I Škola : Časopis Za Teoriju I Praksu Odgoja I Obrazovanja*, 108–115.
- Livazović, G. (2012). Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. *Kriminologija & Socijalna Integracija : Časopis Za Kriminologiju, Penologiju I Poremećaje U Ponašanju*, 20(1), 1–22. <https://hrcak.srce.hr/84999>
- Livazović, G. (2013). *Sigurnost djece u virtualnom okruženju*. Sarajevo: Udruženje „Društvo ujedinjenih građanskih akcija“
- Markotić, A. (2016, June 6). *Što sve djeca uče gledajući filmove*. medijskapismenost.hr. Preuzeto 4.7.2024. s <https://www.medijskapismenost.hr/sto-sve-djeca-uce-gledajuci-filmove/>
- McLeod, S. (2024). *Albert bandura's social learning theory*. Simply Psychology. 13.8.2024. s <https://www.simplypsychology.org/bandura.html>
- Medijska pismenost. (2022). *Kako roditelji mogu smanjiti negativan utjecaj medija na djecu - Medijska pismenost*. Medijska Pismenost -. Preuzeto 19.8.2024 s <https://www.medijskapismenost.hr/kako-roditelji-mogu-smanjiti-negativan-utjecaj-medija-na-djecu/>

- Mijatović, L. (2023). *Utjecaj parasocijalnih veza u psihologiji potrošača* (Diplomski rad). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:982806>
- Nabavi, R., & Bijandi, M. (2012). *Bandura's Social Learning Theory & Social Cognitive Learning Theory*. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/267750204\\_Bandura](https://www.researchgate.net/publication/267750204_Bandura)
- Ovaj put za ozbiljno! Anja Blagojević i Baka Prase su prekinuli – evo zašto ju je Baka ostavio* (2024). Teen385. Preuzeto 19.8.2024. s <https://teen385.dnevnik.hr/clanak/showbiz/celebrity/ovaj-put-za-ozbiljno-anja-blagojevic-i-baka-prase-su-prekinuli-evo-zasto-ju-je-baka-ostavio---856770.html>
- Ock, H. (2014) SNSD Taeyeon apologizes to fans - *The Korea Herald*. The Korea Herald. Preuzeto 19.8.2024. s <https://m.koreaherald.com/view.php?ud=20140620000582>
- Pant, S., Nataraj, B. M., & Reddy, K. J. (2023). Youth and Media Literacy in the Age of Social Media. In S. Deb & S. Deb (Eds.), *Handbook of Youth Development* (pp. 255-268). Springer. [https://www.researchgate.net/publication/375237965\\_Youth\\_and\\_Media\\_Literacy\\_in\\_the\\_Age\\_of\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/375237965_Youth_and_Media_Literacy_in_the_Age_of_Social_Media)
- Pavličić, K. (2022). *Journal Man: Marko Vuletić pokrenuo je vlastiti podcast*. Journal.hr. Preuzeto 17.8.2024. s <https://www.journal.hr/journal-man/journal-man-marko-vuletic-podcast/>
- Peck, L., Atif, H., Connolly, M., Endres, K., Musser, L., Shalaby, M., Lehman, M., & Olympia, R. P. (2022). The Impact of Role Models, Mentors, and Heroes on Academic and Social Outcomes in Adolescents. *Cureus, 14*(7). <https://doi.org/10.7759/cureus.27349>
- Pignatiello, A., Abi-Jaoude, E., & Naylor, K. T. (2020). Smartphones, Social Media Use and Youth Mental Health. *Canadian Medical Association Journal, 192*(6). National Library of Medicine. <https://doi.org/10.1503/cmaj.190434>
- Piotrowski, J. T., Vossen, H. G. M., & Valkenburg, P. M. (2015). Media and Child Development. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 1–10*. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-097086-8.92145-7>
- Price-Mitchell, M. (2019). *What is a Role Model? Five Qualities that Matter to Youth | Roots of Action*. Roots of Action. <https://www.rootsofaction.com/role-model/>
- Prot, S., Gentile, D. A., Anderson, C. A., Suzuki, K., Swing, E., Lim, K. M., Horiuchi, Y., Jelic, M., Krahé, B., Liuqing, W., Liao, A. K., Khoo, A., Petrescu, P. D., Sakamoto, A., Tajima, S., Toma, R. A., Warburton, W., Zhang, X., & Lam, B. C. P. (2013). Long-Term Relations Among Prosocial-Media Use, Empathy, and Prosocial Behavior. *Psychological Science, 25*(2), 358–368. <https://doi.org/10.1177/0956797613503854>

- Radovic, A., Gmelin, T., Stein, B. D., & Miller, E. (2017). Depressed adolescents' positive and negative use of social media. *Journal of Adolescence*, 55(55), 5–15. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.002>
- Rare Impact Fund. (2023). *Rare Impact Fund*. Rare Impact Fund. <https://rareimpactfund.org/>
- Reid, D., & Weigle, P. (2014). Social Media Use among Adolescents: Benefits and Risks. *Adolescent Psychiatry*, 4(2), 73–80. <https://doi.org/10.2174/221067660402140709115810>
- Reis, S. (2023). *The "Alix Earle Effect" has real-life consequences - The Temple News*. Temple-News.com. Preuzeto 12.8.2024. s <https://temple-news.com/the-alix-earle-effect-has-real-life-consequences/>
- Rideout, V., & Fox, S. (2018). *Digital Health Practices, Social Media Use, and Mental Well-Being among Teens and Young Adults in the U.S.* Preuzeto s <https://actforyouth.net/adolescence/demographics/internet.cfm>
- Rice, N. (2023). *Selena Gomez Says Hailey Bieber "Reached Out" to Her About "Death Threats," Asks Fans to Stop "Hate" People*. Preuzeto 12.8.2024. s <https://people.com/music/selena-gomez-says-hailey-bieber-got-death-threats-asks-fans-stop-hate/>
- Rudan, V. (2004). Normalni adolescentni razvoj. *Medix: Specijalizirani Medicinski Dvomjesečnik*, 10(52), 36–39.
- Stuhli, A. (2022). *Medijski idoli u slobodnom vremenu adolescenata* (Diplomski rad). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:418903>
- Sullivan, B. (2023). *A Taylor Swift Instagram post helped drive a surge in voter registration*. NPR. Preuzeto 10.7.2024. s <https://www.npr.org/2023/09/22/1201183160/taylor-swift-instagram-voter-registration>
- Tan, A. (2023). *In defence of the parasocial relationship in K-pop fan culture*. Vogue Singapore. Preuzeto 18.8.2024. s <https://vogue.sg/parasocial-relationship-kpop-fans/>
- Tolić, M. (2009). TEMELJNI POJMOVI SUVREMENE MEDIJSKE PEDAGOGIJE. *Život I Škola: Časopis za Teoriju i Praksu Odgoja i Obrazovanja*, LV(22), 97–103. <https://hrcak.srce.hr/47431>
- UNICEF (2018). *Roditelji imaju ključnu ulogu u najranijem medijskom opismenjavanju djece i izboru sadržaja*. UNICEF u Bosni I Hercegovini. Preuzeto 15.8.2024 s <https://www.unicef.org/bih/pri%C4%8De/%E2%80%9Eroditelji-imaju-klju%C4%8Dnu-ulogu-u-najranijem-medijskom-opismenjavanju-djece-i-izboru-sadr%C5%BEaja>
- Valković, J. (2016). Utjecaj medija na socijalizaciju. *Riječki Teološki Časopis*, 47(1), 99–116.

- Vogels, E. A., Gelles-Watnick, R., & Massarat, N. (2022, August 10). *Teens, Social Media and Technology 2022*. Pew Research Center. Preuzeto 2.8.2024. s <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>
- Weiss, G. (2023,). *Kendall Jenner accused of photoshop, with an elongated right hand*. Business Insider. Preuzeto 18.8.2024. s <https://www.businessinsider.com/kendall-jenner-accused-photoshopping-right-hand-slenderman-freddy-krueger-2023-2>
- Weir, K. (2023). *Social media Brings Benefits and Risks to teens. Here's how Psychology can help identify a path forward*. American Psychological Association. Preuzeto 3.8.2024. s <https://www.apa.org/monitor/2023/09/protecting-teens-on-social-media>
- Xie, Z. (2024). The Influence of Social Media on Perception of Body Image and Beauty Standards on Young People. *Transactions on Social Science, Education and Humanities Research*, 5, 143–148. <https://doi.org/10.62051/67rvhh97>
- Zhou, Z., Cheng, Q. (2022). Relationship between online social support and adolescents' mental health: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Adolescence*, 94(3), 281–292. <https://doi.org/10.1002/jad.12031>