

UDK: 364.636-784-053.2:654.15(497.11)"2005/..."
342.726-053.2:316.774(497.11)"2005/..."
342.726-053.2:316.774(497.11)"2005/..."

UTICAJ MEDIJA NA DECU IZ PERSPEKTIVE NACIONALNE DEČJE LINIJE

Anita Burgund Isakov¹, Snežana Nikolić², Hristina Brđović²

¹ Fakultet političkih nauka, Beograd, Srbija

² Centar za zaštitu odojčadi dece i omladine

Apstrakt: Informacione tehnologije na pragu treće decenije XXI veka predstavljaju značajan činilac u psiho-socijalnom razvoju dece i mladih. Sadržaji koje mediji prezentuju (uz korišćenje savremenih audiovizuelnih efekata), su u rasponu od informativnih, preko edukativnih, raznovrsnih zabavnih, pa sve do senzacionalističkih i šokantnih. Medijski sadržaji privlače pažnju i na decu ostavljaju snažan utisak, a neretko, izazivaju reakcije uznemirenja. Deca pokušavajući da iznađu načine prevazilaženja tog uznemirenja koristeći razne strategije, a kao jedna od njih ističe se i potreba za razgovorom. Na dečijoj liniji, savremenoj usluzi savetodavne telefonske podrške deci i mladima zapažena je tendencija povećanog broja poziva dece za koje se pretpostavlja da mogu biti povezani sa određenim medijskim dešavanjima. U ovom radu biće prikazani nalazi istraživanja o uticaju uznemirujućih medijskih sadržaja na decu kao i zapažanja savetnika dečije linije o pozivima povezanim sa senzacionalističkim medijskim sadržajima. Nalazi će biti tumačeni u odnosu na reakcije dece i strategije prevladavanja osećanja uznemirenosti pozivima tokom razgovora sa telefonskim savetnicima na dečijoj liniji.

Ključne reči: *deca, mediji, uznemirujući medijski sadržaji, pozivi, telefonsko savetovanje, dečija linija*

Uvod

Mediji su od početka svog razvoja i delovanja zaokupljali pažnju mnogih istraživača, upravo zbog delovanja na one kojima su namenjeni, na uticaj koji imaju na njihovo mišljenje i stavove, kao i postupke i ponašanja. Deo mnogih istraživanja vezanih za medije se odnosio i na njihov uticaj na decu i njihovu odgovornost za povećanje kako pozitivnih tako i negativnih uticaja [1]. Mediji i u današnje vreme imaju veliku moć i njihov uticaj na formiranje mišljenja, stava i stila života je ogroman, posebno kod mladih ljudi. Mediji za decu i mlade kao i proboj novih tehnologija promenili su u potpunosti njihov stil života, postavili neke nove granice, a pomerili postojeće.

Mediji, kao značajan faktor sredinskog okruženja mogu imati i pozitivan i negativan uticaj na različite oblasti dečijeg razvoja. Da li će do negativnih efekata doći, zavisi od brojnih faktora i načina na koji se mediji koriste. Fenomen medija je kompleksan i njegovim razvojem i delovanjem došlo je do značajnih promena u društvu, čiji se uzrok ne može sa sigurnošću definisati. Pored porodice i društvo ima odgovornost da osigura zaštitu i bezbednost dece od nepovoljnih ili neadekvatnih uzrastu uticaja elektronskih medija.

Telefonske linije pomoći predstavljaju jednu od tih mogućnosti i često mogu biti prvo dostupno mesto na kome deca, ali i odrasli mogu dobiti savet i pomoć edukovane odrasle osobe. Osnovna namena svake linije za pomoć, a posebno one namenjene deci i mladima je podsticanje i ohrabivanje korisnika da traže pomoć i podršku kako bi se na uspešniji i konstruktivniji način suočili sa problemima, teškim i bolnim iskustvima, krizama, izazovima i dilemama koje život donosi.

Dečija linija osnovana je 2005. godine, kao vid savetodavne telefonske podrške za decu i mlade. Kao nacionalna dečija linija dostupna je za one koji je pozivaju 24 sata dnevno, 365 dana u godini, sa fiksnih telefona i svih mobilnih operatera za celu teritoriju Republike Srbije [2].

Dečija linija telefonske podrške ima za cilj da jača kapacitete dece i posebno mladih, pružajući im mogućnost da učešćem u nedirektivnom savetovanju osmišljavaju sopstveni život i realnost, uvežbavaju donošenje odluka i izbora. Nudi im pomoć i podršku da se na prihvatljiv i efikasan način suoče sa okolnostima koje su uzrok problema i dilema i tokom savetodavnih razgovora dodatno razvijaju lične kompetencije.

Uticaj uznemirujućih sadržaja medija na decu u ovom radu analiziraće se kroz pozive dece i mladih koji su vremenski i sadržinski povezani sa događajima praćenim medijima, prikazom rezultata drugih istraživanja na ovu temu, a u vezi sa karakteristikama poziva i vezom poziva s medijskim dešavanjima.

Kanali komunikacije medijskog sadržaja i dečije reakcije na njih

Kako bi se razumeo uticaj koji mediji imaju na decu, potrebno je razumeti način komunikacije medija (medijskog sadržaja) sa decom, kao i mehanizam dečijeg reagovanja na medije.

Tokom vremena su se menjali oblici komunikacije u društvenom životu. Naziv *comunicare* je latinska reč i znači razmenjivati, susretati se, pričestiti se. Komuniciranje označava proces koji se dešava u vremenu i prostoru i može se predstaviti kao niz komunikacijskih činova između subjekata komuniciranja u određenoj komunikacionoj situaciji [3].

Subjekti koji učestvuju u procesu komunikacije su [3]:

1. odašiljac (komunikator) – onaj koji odabira simbole i šalje komunikaciju i
2. primalac (recipijent) – koji tumači i prima simbole.

Komuniciranje je dvosmeran proces, kada recipijent primi poruku od komunikatora, on onda može da pošalje povratnu poruku i tako i sam postane komunikator, dok onaj učesnik komunikacionog čina koji je prvi poslao poruku i bio komunikator, sada postaje primalac ili recipijent [4]. U komunikologiji se obično kaže da na ovaj način komunikator i recipijent „izmenjuju mesta“, tako da su istovremeno i jedno i drugo. Kada se ova „izmena mesta“ ne događa, onda se ne govori o komuniciranju koje podrazumeva dvosmerno kretanje poruke, već o informisanju, kao procesu kretanja poruke u jednom smeru. U okviru ovako predstavljene osnovne šeme komunikacionog čina ili procesa, zadatak komunikatora bi bio da enkodira poruku (da unese poruku u određeni kod) i da je nekim kanalom transmituje (prenese) do primaoca. Na suprotnoj strani, zadatak recipijenta je da poruku dekodira (da je izvuče iz određenog koda i protumači „dešifruje“ njeno značenje). Na taj način poruka ostavlja socio-psihološko dejstvo na primaoca. Zapravo pravi predmet razmene tokom komunikacije i nije poruka, već njeno značenje. Kada su u pitanju mediji, pridavanje značenja i uticaja na primaoca zavisi od otpornosti ranije stvorenih stavova i obrazaca ponašanja, pa se može reći da s obzirom da deca i mladi nemaju čvrsto formirane stavove, uticaj medija na njih je najjači [5].

Deca čine najmlađu i vrlo osetljivu grupu primaoca poruka masovne komunikacije. Uzroci većih uticaja masovnih medija na decu nego na odrasle su: [6]

1. **Nepostojanje selektivnih mehanizama**, jer deca za razliku od odraslih ne poseduju razvijene mehanizme selekcije dobrog od lošeg, važnog od nevažnog, korisnog od štetnog. Usled toga nekontrolisano izlaganje medijskom sadržaju može imati za posledicu usvajanje destruktivnih modela ponašanja
2. **Imitacija modela ponašanja** s obzirom da teorija socijalnog učenja A. Bandure koja je prikazana u narednom poglavlju

objašnjava da deca veliki broj veština stiču posmatranjem i imitacijom modela ponašanja koji smatraju poželjnim

3. **Neizgrađenost bazičnih stavova** kod dece, što ih čini posebno osetljivom publikom podložnoj manipulaciji
4. **Nepoznavanje svih kodova(značenja) koje koriste mediji**, što predstavlja opasnost i kod odraslih, zrelih osoba, a kod dece to može biti dodatno izraženo usled nepostojanja selektivnih mehanizama.

Od rizika da prezentuju neprihvatljive modele ponašanja masovni mediji se brane na dva načina:

- unapred najavljuju neodgovarajuće sadržaje za decu
- ti sadržaji se emituju kada se smatra da deca nisu u sastavu publike (od ponoći do 6 ujutro).

Odgovornost redakcija prema deci je velika, jer programi treba da doprinose zdravom, uravnoteženom razvoju dece, treba da im pomažu da steknu predstavu o svetu i da se prilagode društvu u kome žive. Pošto je deci dozvoljeno da prate programe prvenstveno namenjene odraslima, redakcije to treba da imaju u vidu kod prikazivanja materijala u emisijama kada deca sačinjavaju znatan segment gledališta. Opisivanje sukoba u programima namenjenim deci treba obrađivati pažljivo [7].

Uloga odraslih je da prilagode korišćenje medija uzrastu i kapacitetima dece, jer deca imaju veoma ograničen uticaj na ono što mašta medijskih stvaralaca uobličava u sliku sveta i na mnoge medijske sadržaje koji utiču na njihovu socijalizaciju i sazrevanje. Kodeks ukazuje na postojanje obaveze i odgovornosti medija da štiti interese dece kao vulnerabilne grupe. Međutim, pored svih organizovanih mera društva da spreče potencijalno loše uticaje medija na decu, sam način na koji se vrši prevencija distribucije za decu neodgovarajućih medijskih sadržaja nije prikazan, te se stiče utisak da glavni filter i preusmeravač njihovog dejstva ostaje način života deteta u porodici.

Prikazi istraživanja o uticaju medija na decu

„Televizija je prva prava demokratska kultura - dostupna je svima i potpuno prilagođena onome što ljudi žele. Najuzasnija stvar na svetu je to što ljudi žele.“
(Klajv Barns)

Svojim sadržajem mediji su najuticajniji promoteri stila života. Postoji više razloga zbog kojih je televizija privlačna deci. Televizija nudi mogućnost da se indirektno učestvuje u uzbudljivim zbivanjima, da se prate događaji iz sveta sporta, šou-biznisa, da se sazna o idolima i drugim vršnjacima. Televizija utiče na percepciju sveta [8].

Istrazivanje o uticaju medija na decu (od osam do petnaest godina)(9) pokazalo je da roditelji nemaju pravu sliku o tome koliku ulogu imaju televizija i kompjuterske igrice u životu njihovih potomaka. Mladi su prijavljivali da im roditelji uglavnom ne ograničavaju gledanje TV programa, u šta nije teško poverovati, s obzirom da polovina anketirane dece ima svoj televizor i da tri četvrtine ispitivanjem obuhvaćene dece svakodnevno upravo pred njim provodi svoje slobodno vreme.

Među decom postoje i ona koja redovno prate vesti i oni najčešće traže da im se neke stvari objasne, pošto ih plaši ono što čuju i vide. Zabrinjava ih i ono što se dešava u svetu, ali brinu i za svoju ličnu bezbednost. Kod dece predškolskog i nižeg osnovnoškolskog uzrasta se javlja i pojačana potreba da izmene svet u kome žive [10].

Danas, na pragu treće decenije XXI veka komunikacije među ljudima su pretežno posredstvom elektronskih uređaja, slobodno vreme je u velikoj meri medijsko, a svest o učinku medija na čoveka, naročito dete, je smanjena. Rezultati brojnih istraživanja o slobodnom vremenu dece da su mediji postali sastavni deo dečijeg života i da ih možemo nazvati delom kulture današnje dece [11-13].

Podaci istraživanja [14] svrstali su dečije odgovore (po razlozima zbog kojih koriste određeni medij) u nekoliko kategorija: uzbuđenje, relaksacija (odmor), dosada, učenje i usamljenost. Zatim su, u procentima, izračunali i prikazali koliko su ovi razlozi povezani sa dečijim izborom jedinog medija. Tako se došlo do sledećih zaključaka: televizija se bira skoro podjednako zbog uzbuđenja (20%), potrebe za odmorom (23%), iz dosade (25%) i usamljenosti (22%) a skoro duplo manje zbog želje za saznavanjem i učenjem (12%). Iza igranja kompjuterskih igara stoji najčešće želja za uzbuđenjem (24%) i dosada (23%), dok se ozbiljno korišćenje računara bira najčešće zbog učenja (30%).

Istraživači [14] su otkrili vezu između korišćenja različitih vrsta medija, pri čemu su ustanovili da korišćenje jednog medija ne dovodi do smanjenog korišćenja drugog već, naprotiv, korišćenje jednog medija utiče da su deca sklonija da više vremena provode i uz druge medije. Ovo ne važi u samo jednom slučaju: oni koji više vremena provode uz televizor manje čitaju knjige.

Važno je naglasiti da mediji retko, gotovo nikada, direktno i samostalno ne utiču na ponašanja i usvajanje obrazaca ponašanja. Efekat koji televizija i ostali mediji proizvode je veći ukoliko se slaže sa sistemom vrednosti koji već okružuje osobu, već je usađen u njegov identitet ili ukoliko je takav sistem vrednosti dominantan u porodičnom, školskom ili drugom okruženju mladih. Poseban uticaj na decu imaju stavovi njihove porodice koje oni još u ranom detinjstvu obično nesvesno „upijaju”. Što su stariji sve više prihvataju vrednosne orijentacije i stavove koji su posredovani, filmovima, štampom, televizijom, kroz druženja sa vršnjacima i sl. Otpornost

prema ovom uticaju je manja ukoliko se podaci slažu sa ranije prihvaćenim stavovima i ako su u skladu sa normama koje su već prihvaćene u njihovom okruženju. Značajno je da primetimo da aktivnosti koje podrazumevaju veće angažovanje roditelja, sa povećanjem uzrasta deteta, bivaju zamenjene medijima. Ovakva i slična istraživanja podsticala su nova istraživanja u traženju odgovora na pitanje koliko je komunikacija roditelj-dete (i sve što ona donosi sobom) narušena vremenski dužom upotrebom medija u porodici.

Pregledom istraživanja o uticaju medija na decu, nameće se zaključak da pored toga što mediji predstavljaju važnog činioca socijalizacije i utiču na učenje i oblikovanje dece i mladih, takođe izazivaju različite reakcije kod dece. U nastavku sledi teorijski prikaz reakcija dece na medije i način na koji se deca i mladi suočavaju i prevladavaju te reakcije.

Uznemirujući medijski sadržaji iz perspektive dečje linije

Savetodavni razgovor sa decom i mladima je u osnovi vrlo sličan savetodavnom razgovoru sa odraslima. Struktura, osnovno značenje i pravila savetovanja ostaju isti. Razlike se nalaze u potrebi za prilagođavanjem razgovora detetovom uzrastu, njegovim sposobnostima razumevanja i izražavanja, ali i mogućnostima odlučivanja o sebi, a koje su najčešće manje nego kod odrasle osobe.

Uspostavljanje poverenja, posebno kada su u pitanju razgovori sa decom, predstavlja jedan od ključnih elementa za započinjanje i razvoj savetodavnog telefonskog razgovora. Izrazito je važan prvi utisak koji savetnik ostavi, jer time utiče na dalji tok razgovora, tj. razvijanje savetodavnog razgovora ili prekid, tj. odustajanje druge strane. Ukoliko dete ne oseti emocionalnu podršku (empatiju), zainteresovanost za njegov problem od strane savetnika, ili oseti rizik u poverljivosti, ili anonimnosti (često deca pitaju na samom početku razgovora da li postoji identifikacija poziva) vrlo teško će se osetiti slobodno da pričaju o stvarima koje ih brinu i muče, a ne mogu to da podele ni sa kim bliskim iz svog neposrednog životnog okruženja.

Interesovanje za istraživanje o pozivima dečjoj liniji nakon uznemirujućih medijskih sadržaja proisteklo je iz tendencije opažene od strane telefonskih savetnika, da se broj poziva na dečjoj liniji povećava nakon pojedinih medijskih, posebno senzacionalistički predstavljenih sadržaja. Analizom protokola u okviru grupne supervizije zapaženo je da jedan broj protokola (obavljenih i zabeleženih savetodavnih razgovora sa decom) ima karakteristiku da sadržaj teme o kojoj se razgovaralo ima sličnosti sa određenim aktuelnim medijskim sadržajima. Nakon razmatranja ove tendencije u protokolima, tokom perioda 2010 i 2011, sprovedeno je mini istraživanje sa 17 telefonskih savetnika o broju i kvalitetu poziva u vreme određenih medijskih sadržaja koji su prepoznati kao uznemirujući za decu.

U periodu 2009. i 2010, kada su identifikovani medijski sadržaji koji prema utisku telefonskih savetnika izazivaju reakcije uznemirenja, zabeležen

je: 2010 ukupno 15130, od čega je razvijeno 2077 razgovora i 2009 ukupno 11115, od čega je razvijeno 1277.

Podaci su pokazali da su svi ispitivani savetnici primetili povećan broj poziva za vreme pojedinih dešavanja koja su u medijima prikazana na senzacionalistički način te se stoga mogu označiti kao uzmeniravajući medijski sadržaji. Povećan broj poziva savetnici su tumačili nedostatkom iskustva i kapaciteta dece potrebnim za obradu i prihvatanje ovih sadržaja.

Savetnici su izvestili da ovi sadržaji stvaraju pritisak, izazivaju kod dece nesigurnost i nemoć što je veoma često praćeno psovka ili drugim agresivnim verbalnim izlivima. Prema proceni savetnika, deca najviše reaguju na medijske sadržaje povezane sa nasiljem, kontroverzna shvatanja o društvenim tabu temama i vestima o agresivnom ponašanju i životnoj ugroženosti uopšte.

U istraživanju [5] koje je prikazano savetnici su se opredelili za šest medijskih sadržaja, koji su vezani za događaje/dešavanja koja su u najvećoj meri uticala na pozive dečje linije tokom 2009. i 2010. godine. To su: neodržana parada ponosa 2009. godine, parada ponosa održana 2010. godine, epizoda emisije „Trenutak istine“ sa temom incesta i silovanja, epidemija gripa H1N1, povrede keruše Mile i ubistvo i samoubistvo ljubavnog para Kapisoda – Pajčin.

Zapažanje telefonskih savetnika dobijena istim upitnikom je da su izdvojeni sadržaji bili intenzivno medijski praćeni u velikom broju emisija, na nacionalnim televizijama i u velikom broju termina. Iako se radi o medijskim sadržajima za koje je opšte poznato da su emitovani u više različitih emisija i na više televizija, podaci o kvantitetu njihovog emitovanja i gledanosti nisu relevantni u kontekstu istraživanja, ali je relevantno da su se dešavali kao i da su izazivali određene reakcije kod dece.

Izdvojeni medijski sadržaji zapravo predstavljaju medijsku prezentaciju događaja u kojima je prikazano nasilje nad ljudima ili životinjama (fizičko, seksualno i emocionalno zlostavljanje) i neki sadržaji koji su deci potpuno ili nedovoljno poznati, zato što su u društvu predstavljeni kao tabui i/ili kao preteći po život i zdravlje (kako što su gej parada i grip H1N1). Ono što je karakteristično za sve odabrane medijske sadržaje je da su prema utisku savetnika u periodu dešavanja bili „udarna vest“, u različitim medijima (TV, štampa, radio, internet) i da su emitovani u svim terminima (jutarnjim, dnevnim, večernjim) te da su emitovani u dužem vremenskom periodu.

Vršena je analiza razgovora na dečjoj liniji tokom redovnih supervizijskih sastanaka, analiza protokola kao i upitnika posebno dizajniranog za potrebe istraživanja i ustanovljeno je da se određeni broj poziva dece odnosi na medijska dešavanja koja su od strane telefonskih savetnika procenjena kao uznemirujuća. Prilikom obrade rezultata upitnika kod savetnika je zapažena tendencija veoma visoke saglasnosti u proceni

karakteristika odgovora pri čemu je alfa koeficijent pouzdanosti za procenjivače (savetnike) 0.88. U tabeli 1. je prikazan koeficijent pouzdanosti procene kod savetnika koji nam ukazuje na stepen saglasnosti savetnika u proceni karakteristika poziva koji se tiču medijskih sadržaja. Ovako visoka saglasnost kod savetnika je značajan indikator pouzdanosti o procenama reakcija dece na uzorkom obuhvaćene medijske sadržaje.

Tabela 1. Koeficijenti pouzdanosti procene savetnika u zavisnosti od oblasti procenjivanja

Oblast procene	α koeficijent pouzdanosti
Grip H1N1 2009.godine	.85
Neodržana Parada ponosa 2009. godine	.86
Održana Parada ponosa 2010. godine	.84
Povrede keruše Mile	.93
Emisija „Trenutak istine“ o incestu i zlostavljanju ženu	.86
Ubistvo i samoubistvo Kapisoda-Pajčin 2010. godine	.88

U Tabeli 2 je prikazana procena savetnika o prosečnom intenzitetu reakcija tokom telefonskih poziva dece u vezi sa svih šest, istraživanjem obuhvaćenih, medijskih sadržaja. Rezultati pokazuju da je tokom poziva dečijoj liniji kod dece bila najjače izražena reakcija uznemirenosti, a najslabije izražena reakcija panike. Izračunavanje intenziteta reakcija je značajno kako bi se, (kada se govori o procenama savetnika o tome kako deca reaguju na uznemirujuće sadržaje) imalo u vidu, ne samo na koji sadržaj deca reaguju intenzivnije, nego i koliko intenzivnom je procenjena sama reakcija.

Tabela 2. Prikaz procene(savetnika) prosečnog intenziteta reakcija

Vrsta reakcije	M	SD
Reakcija uznemirenost	2.88	0.62
Reakcija zabrinutosti	2.77	0.56
Reakcija agresije	2.53	0.65
Reakcija straha	2.37	0.58
Reakcija smeha	2.31	0.64
Reakcija panike	1.89	0.66

U Tabeli 2, prikazana je procena savetnika o intenzitetu reakcija dece na svih šest medijskih sadržaja. Savetnici su procenili da je kod dece najizraženija reakcija uznemirenosti (M 2.88, SD 0.62), a najslabije izražena reakcija panike (M 1.89, SD 0.66), pri čemu je za svaki medijski sadržaj karakteristično da je prisustvo i intenzitet reakcija različit. Ovo istraživanje je

pokazalo da su deca iskazala potrebu za kontaktom i svojevrsnom reakcijom na odabrane medijske sadržaje i da su u povećanom broju pozivala dečiju liniju u toku i nakon njih kao da su reakcije uznemirenja veće sa povećanim nasilnim aspektima medijskih sadržaja. [5]

Prema dostupnim podacima iz dečije linije vidimo da je broj poziva na dečijoj liniji znatno porastao od prethodnog istraživanja i da je u 2018 odgovoreno na 80500 poziva, a razvijeno je 7773 razgovore, dok je taj broj u 2019 (Podaci su prikupljeni tokom novembra 2019, pa izostaju podaci za novembar i decembar 2019) odgovoreno na 77565 poziva a razvijeno je 6776 razgovora. Danas se na dečijoj liniji beleži značajno veći broj tematskih celina nego što je to bio slučaj pre gotovo deset godina kada je sprovedeno ovo istraživanje. Prepoznata je tema *digitalnog nasilja* kao posledica zloupotrebe medija, pored: psihosocijalnih tema, mentalnog zdravlja, seksulanosti, traženja informacija, vršnjačkih odnosa, zlostavljanja i nasilja.

Vidimo da sa porastom broja poziva, dolazi i do većeg broja tema koje su prepoznate kao aktuelne na dečijoj liniji. Iako nije ponovljeno istraživanje o uticaju medija iz perspektive dečije linije teme vezane za on line nasilje i digitalno nasilje su stalno obrađivane. U okviru ovih tematskih celina savetnici dečije linije su beležili aktuelna medijska dešavanja i u okviru tematske celine digitalnog nasilja prepoznali su tokom poslednje dve godine veliki broj poziva. Savetnici na dečijoj liniji prepoznali su povezanost tema koja se dešavaju u medijskom prostoru sa vršnjačkim nasiljem. Kao primere, savetnici navode: u junu 2018. je javnost prenela prijavu i optužbu za silovanje kao i snimak vršnjačkog nasilja, da bi u septembru dečija linija zabeležila reakcije na silovanje devojčice, vršnjačko zlostavljanje u nekoliko situacija i prebacivanje deteta u drugu školu usled zlostavljanja.

Nakon širenja snimaka o vršnjačkom zlostavljanju u medijima i tokom 2019. je zabeležena reakcija ponavljanja nasilnog ponašanja. U januaru 2019. godine je pušten snimak vršnjačkog zlostavljanja, a u februaru i martu zabeleženo je vršnjačko zlostavljanje u nekoliko gradova širom Srbije.

Prepoznat je i veliki broj pokušja i izvršavanja suicida kod dece i mladih. Tokom 2018. i 2019. od februara do novembra, svakog meseca se dešavao pokušaj suicida ili suicid. Savetnici dečije linije iskazuju bojazan da je medijko prenošenje ovih informacija moglo imati uticaj na broj poziva koji su se odnosili na usamljenost, dosadu, anksioznost i razgovore na temu suicidalnosti. Poseban uticaj pripisan je video igricama koje prema gledištima savetnika imaju destruktivne i autodestruktivne radnje jer u pozivima deca govore o ovim igricama i izražavaju svoje strahove zbog mogućih ishoda, jer igrice pozivaju na samoubistvo („Momo“, „Plavi kit“, Rule of Rose“)

Izgleda kao da pojedini događaji nasilja u medijskom prostoru pokreću veoma snažne reakcije kod dece i mladih koje svoju manifestaciju dobijaju u ponovljenom nasilju kao rezultatu ispoljavanja neobrađene traume. Ovo predstavlja ozbiljan društveni problem, jer se deca ne samo uče

nasilju, već i postaju redovno traumatizovana uznemirujućim temama bez mogućnosti da se na njihovoj traumi radi.

Preporuke

Dobijeni rezultati istraživanja jasno ukazuju na potrebu jednog broja dece da nakon uznemirujućih medijskih sadržaja pozovu dečiju liniju. Medijski sadržaji utiču na decu izazivanjem intenzivnih reakcija, koje prema mišljenju telefonskih savetnika variraju od zabrinutosti do reakcija panike.

Proširenje polja istraživanja uticaja medija na dečije reakcije može da uključi i roditelje kako bi se istražili načini na koje roditelji prepoznaju i tumače dečiju uznemirenost, način na koji o tome razgovaraju sa decom kao i njihovo tumačenje posledica izlaganja dece uznemirujućim medijskim sadržajima. Izazovno bi bilo porediti roditeljsku percepciju dečijih reakcija na uznemirujuće medijske sadržaje sa drugim osobama i sistemima koji su prisutni u životu dece, kao što su vršnjaci, nastavnici, spoljni autoriteti (policija, sudstvo, zdravstvo), ali i mediji. Jedna od hipoteza bi mogla da se temelji na stavu roditelja u odnosu na uticaj medija u životu njihove dece, poredenu sa njihovim stavom iz neke druge njihove životne uloge.

Pored istraživanja dečijih reakcija na medijske sadržaje, značajno je istraživati i mehanizme zaštite dece od štetnih uticaja medija. Zaštita od uznemirujućih uticaja medija bi trebalo da uključi roditelje dece, druge značajne osobe u životu deteta kao što su nastavnici i državu koja bi sprovodila jedinstvene mere zaštite i kontrole negativnih uticaja

Zaključak

Mnoga dosadašnja istraživanja su pokazala da omladina ne gleda programe (sadržaje) namenjene njima, već da gledaju programe namenjene široj publici.

Ovaj rad je ukazao da se tokom i nakon emitovanja uznemirujućih medijskih sadržaja broj poziva na dečijoj liniji povećava, što ukazuje na dečiju pojačanu potrebu da razgovaraju o sadržajima koji ih je uznemirio. Analizom sadržaja poziva vremenski i sadržinski povezanih sa uzorkom odabranim medijskim sadržajima dobijene su karakteristike poziva koje se odnose na dužinu razgovora, razlike u broju ponovljenih poziva u odnosu na vrstu medijskog sadržaja, kao i intenzitet i priroda reakcija koje se javljaju u pozivima. Istraživanje reakcija dece na uznemirujuće medijske sadržaje u sveobuhvatnijem uzorku je svakako moguća tema za buduća istraživanja.

Sve veća moć koju mediji imaju u modernom dobu se može (i treba) iskoristiti u najboljem interesu dece. Poštovanje različitih potreba dece i odgovoran pristup u stvaranju edukativnog, zabavnog i informativnog medijskog sadržaja za decu može stvoriti podržavajuće i bezbedno okruženje koje omogućava njihov nesmetan razvoj. Deca imaju pravo da izraze svoje stavove i pravo da se njihovo mišljenje čuje.

Da bi se medijima moglo pomoći da dobiju pozitivnu ulogu, za početak povoljno bi bilo kada bi oni pristupili sopstvenom preispitivanju, kako temama, tako i novinarima koji ih obrađuju. Korisne su i edukativne obuke za novinare o pravima deteta i uticaju medijskih sadržaja na njihovo ponašanje i razvoj. Za unapređenje odnosa medija prema deci neophodna je zajednička aktivnost više značajnih faktora: od porodice, lokalne samouprave, nevladinih organizacija koje se bave pitanjima dece, institucija koje se zalažu za zaštitu dece i njihova prava, političkih organizacija i mas medija.

Prikazom rezultata, evidentno je da je postojanje dečje linije značajna vrsta pomoći i podrške deci u prevazilaženju osećanja uznemirenosti.

Uticaj medija kao važnog činioca socijalizacije može biti kako pozitivan, tako i negativan i uznemirujući, pa je odgovornost za korišćenje medija na odraslima. Način na koji odrasli konzumiraju medije i na koji nude objašnjenja sveta u kome se nalaze je početak formiranja stabilnog odnosa koji doprinosi kanalisanju medijskih uticaja na decu. Ne smemo zaboraviti da deca nisu samo publika i konzumenti medija, nego da su i mediji činioci njihovog odrastanja i formiranja. Ulagati u decu predstavlja najbolju investiciju, te je važno posvetiti veću pažnju na sadržaj i način pružanja informacija jer.

*„Deci svih uzrasta zajedničko je ovo: uši zatvaraju savetu,
a oči otvaraju primeru” A. Bandura [15]*

INFLUENCE OF MEDIA ON CHILDREN, FROM THE PERSPECTIVE OF NATIONAL CHILD LINE

Anita Burgund Isakov¹, Snezana Nikolic², Hristina Brdjovic²

¹Faculty of Political Sciences University of Belgrade

²National child line, Center for protection of infant, children and youth

Abstract: Information technologies at the threshold of the third decade of the 21st century represent a significant factor in the psychosocial development of children and youth. The content presented by the media (using contemporary audio-visual effects) ranges from informative, through educational, entertainment, to sensational and shocking. Media content draws attention and leaves a strong impression on children, and often, provokes reactions of agitation. Children are trying to find ways to overcome this anxiety using a variety of strategies, and one of them is the need to talk about it. On the national child's line, a modern telephone and counseling support service for children and young people, there is a tendency for an increased number of calls from children that are presumed to be related to certain media events. This paper will present findings of research on the impact of disturbing media content on children as well as observations by children's counselors on calls related to sensationalist media content. The findings will be interpreted in relation to children's reactions and strategies for overcoming feelings of distress with calls during discussions with telephone counselors on the child's line.

Key words: *children, media, harassing media, calls, telephone counseling, children's line*

Literature:

1. Korać NA, Vranješević JE. Nevidljivo dete – slika deteta u medijima Srbije. Beograd: Jugoslovenski centar za prava deteta, 2001.
2. Nacionalna dečja linija Srbije, NADL, posećeno novembar 2019. <http://nadel-decijalinija.org/>
3. Radojković MI, Miletić MA. Komuniciranje, mediji i društvo. Beograd: Styloss DOO.2005.
4. Riley JW, Riley MW. Mass communications and The Social Sistem. New York: Basic Books, Inc. Publishers. 1962.
5. Burgund AN. Pozivi SOS dečjoj liniji nakon uznemiravajućih medijskih sadržaja (master rad) Fakultet političkih nauka: Univerzitet u Beogradu.2011.
6. Vreg FN. Društveno komuniciranje, Zagreb: CIP. 1975.
7. Kodeks „Deca i mediji“ prijatelji dece Srbije i odbor za zaštitu prava deteta, (internet) (2006), posećeno 25.11.2019. <http://www.taboomagazine.org/upload/documents/ntv/ntv42/Deca%20i%20mediji%20-%20OK.pdf>,
8. Zindović-Vukadinović GR. Mediji i vaspitanje. Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja. 2000;32:118-31.
9. Anđelković NA. Uticaj medija. Beograd: Prosvetni pregled. 2005.
10. Roberts DF, Foehr UG, Rideout VP, Brodie MA. Kids and media@the new milenium. Menio Park, CA: The Henry J. Kaiser Family Fondation.1999.
11. Livingstone SO. Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment. London: SAGE Publications Ins.2002.
12. Kline S. Learners, Spectactors of Gamers? An Investigation of the Impact of Digital Media in the Media Saturated Household. 2004. Posećeno Novebar 2019, http://www.sfu.ca/medialab/cmns320_06/readings/kline_learners_spectators_gamers.pdf
13. Fromme JO. Computer Games as a Part of Children's Culture. (internet). 2003. posećeno Novembar 2019, <http://www.gamestudies.org/0301/fromme/>>.
14. Feilitzen CE, Bucht CA. Outlooks on Children and Media: Child Rights, Media Trends, Media Research, Media Literacy, Child Participation, Declarations. Children and Media Violence Yearbook, 2001.
15. Bandura, AL. Uloga procesa učenja po modelu u razvoju ličnosti. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, 1986. str. 37.

Doc. dr Anita BURGUND ISAKOV, Fakultet političkih nauka, Beograd, Srbija

Assoc. Prof. Anita BURGUND ISAKOV, Faculty of Political Sciences Universtity of Belgrade

E-mail: anita.burgund@gmail.com