

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

Doktorske studije kulture i medija

Otvoreni doktorski seminar

Jovana Rančić

## ULOGA MEDIJA U SOCIJALIZACIJI DECE

**Sažetak:** *Pored primarnih agenasa socijalizacije, uloga medija u formiranju stavova i percepcije pojedinca važan je faktor. Medijska kultura neizostavan je deo svakodnevice i kao takva umnogome utiče na naš identitet, razmišljanja, politička uverenja, imidž. Najmanji imunitet prema medijskom sadržaju i medijskoj komunikaciji imaju najmlađi. Sudeći prema brojnim istraživanjima pokrenutim na ovu temu, deca svoje budžete slobodnog vremena najčešće troše kroz medijske sadržaje. U nedostatku roditeljskog nadzora i često roditeljske nekompetencije u selekciji i vrednovanju istog, deca se lako povinuju sadržajima nižeg kvaliteta, onima koji obiluju nasilnim i uvredljivim scenama, ali ne treba izuzeti ni opasnost od lažnih vesti.*

*U radu je poseban osvrt dat na ulogu medija u održavanju stereotipa, kao i istraživanjima koja se bave tom korelacijom. Biće reči i o dosadašnjim studijama u domenu istraživanja medijskog uticaja, naročito eksperimentima koji potvrđuju ili negiraju vezu između nasilnih scena i dečje agresivnosti. Pored tradicionalnih medija i njihovog uticaja kao agenasa socijalizacije, poslednji deo rada biće posvećen novim medijima kao centralnim agensima u odrastanju „digital native“ generacije. Budući da je reč o medijskom odrastanju, treba poseban naglasak staviti na značaj medijskog obrazovanja kojim bi se deca na vreme činila kompetentnijim. Značaj medijske pedagogije kao interdisciplinarne oblasti značajan je u formiranju kritičkog stava prema medijskom diskursu u ranoj starosnoj dobi. Inkorporiranje ove vrste obrazovanja u obrazovne sisteme doprineće razvoju demokratskih vrednosti u društvu i borbi protiv rasnih, verskih, rodničkih, seksualnih i drugih vrsta stereotipa.*

**Ključne reči:** deca, mediji, medijska kultura, nasilje, stereotipi

## Uvodno razmatranje

Mediji i medijska kultura utiču na svakodnevni život oblikujući politička gledišta, norme ponašanja i sam identitet. Na taj način mediji određuju definiciju lepote, uspešnosti i moći. Njihovom uticaju najpodložnija su deca. S obzirom na činjenicu da od najranijeg uzrasta se koriste savremenom informaciono-komunikacionom tehnologijom, može se reći da je odrastanje digitalnih urođenika zapravo medijsko odrastanje. Svakodnevna upotreba digitalnih medija donela je brojne promene u životima dece, pre svega uzicala na budžete slobodnog vremena, a nekadašnju interakciju sa vršnjacima zamenila je nova, virtuelna zabava i komunikacija posredovana internetom.

Od sporednog agensa socijalizacije, mediji postaju dominantna sila u vaspitanju i socijalizaciji mlađih generacija, dok nekadašnji primarni agensi kao što su porodica, škola i crkva gube na značaju. U prvom delu rada biće reči o dosadašnjim istraživanjima u domenu medijskog uticaja. Biće reči o različitim tradicijama u istraživanju medijskog uticaja i njihovom smenjivanju kroz istoriju. Akcenat će biti stavljen i na istraživanja o uticaju televizije kao najzastupljenijeg tradicionalnog medija i načinu na koji je internet ušao u sve pore života i izmenio društvenu interakciju. Kada je reč o medijskom uticaju, nezaobilazna tema jesu stereotipi. Drugi deo rada se odnosi na istraživanja koja pokazuju u kojoj meri su stereotipi povezani sa medijskim sadržajem i kako doprinose njihovom održavanju. Poseban osvrt dat je i na istraživanja o stereotipima fizičke privlačnosti i njihovog uticaja na razvoj dece, naročito u tinejdžerskim godinama, kada su sklona idolopoklonstvu. S obzirom na sve veću socijalizatorsku ulogu medija, naročit značaj u radu dat je medijskoj pismenosti i njenom značaju na formiranje kritičkog razmišljanja kod dece i mladih. Implementiranje kritičke medijske pedagogije u obrazovne sisteme važna je i za učvršćivanje demokratskih tendencija u društvu i borbi protiv rasnih, etničkih, verskih i dr. stereotipa. Sledeće poglavlje odnosi se na longitudinalne studije o ispitivanju veze između nasilnih medijskih sadržaja i ispoljavanja agresivnog ponašanja kod dece. Biće navedena i neka od socijalnih i psiholoških učenja kada je reč o medijskom uticaju, ali i istraživanja koja dentuju štetan uticaj medija. U poslednjem poglavlju akcenat je stavljen na upotrebu savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija kod dece i specifičnosti medijskog odrastanja, koje su prednosti njihove upotrebe ili posledice po psiho-fizički razvoj. Naposljetku, kratak pregled biće stavljen i na rizike sa kojima se deca suočavaju primenom digitalnog oruđa.

## **Dosadašnja istraživanja o medijskom uticaju**

„Masovni mediji već dugo ne utiču na našu kulturu. Oni su naša kultura.“ (prema Radojković & Miletić, 2005:210).

Živimo u eri medijske kulture koja je važan deo naše svakodnevice. Obasipani smo mnoštvom informacija i lažnih vesti, često ne možemo da se obranimo, ispravno selektujemo i kritički reagujemo. Iz tog razloga od velike važnosti je da se učimo tome od najranijeg uzrasta kako bismo bili dovoljno medijski opismenjeni i zauzimali kritičku poziciju u odnosu na sadržaje koje mediji plasiraju. U svemu tome, najnezaštićeniji su najmlađi članovi društvene zajednice. Istraživanja koja se odnose na decu kao uživaoce medijskih sadržaja uglavnom se tiču vremena koje se provodi uz medije ili na korelaciju između između nasilnih ponašanja u medijima i njihovog uticaja na ponašanje dece. Pojava savremena informacione tehnologije i novih medija donela je pregršt olakšica u komunikaciji, odvijanju nastave, obezbedila informacije i sadržaje koje pružaju mogućnost za dodatnim znanjem, ali i nose sa sobom brojne opasnosti ukoliko se koriste suviše neoprezno.

Mediji su vremenom u potpunosti promenili koncept slobodnog vremena i danas predstavljaju značajan agens socijalizacije, naročito televizija i internet (Mandarić, 2012). Četrdesetih godina proteklog veka, tada aktuelne tekovine kulturne industrije ispunjavale su svakodnevicu ljudi, dok kasnije sa dolaskom televizije i interneta oni postaju dominantna sila u različitim aspektima društvenog života, politici, kulturi i interakciji ljudi (Kelner, 2004). Daglas Kelner u svojoj knjizi „Medijska kultura-studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma“, između ostalog govori i o uticaju medija i njihovom socijalizatorskom učinku u kreiranju identiteta, naročito dajući značaj medijskoj pismenosti (Kelner, 2004).

„Sa pojavom medijske kulture, pojedinac je prvi put izložen neprekidnom protoku slika i zvukova u sopstvenom domu i nalazi se u novom, virtuelnom svetu zabave, informacije, seksa, politike, koji menja percepciju vremena i prostora i briše razlike između stvarnog i medijskih slika“ (Kelner, 2004: 28).

Promene tradicije istraživanja medijskih efekata na različit način posmatrale su medijski učinak i uticaj poruke na publiku. Promene o istim kretali su se od teorije o maksimiziranim medijskim efektima do teorije o minimalnim medijskim efektima po kojima

mediji samo učvršćuju postojeće stavove i nisu nosioci promene (Mek Kvin, 2000; Milivojević, 2015), do studije koju su sprovedi Kac i Lazarfeld po kojoj veći uticaj od medija na stavove i ponašanje imaju društvene grupe u kojima ljudi žive i najistaknutiji članovi među njima (Milivojević, 2015). Stuart Hol (Stuart Hall) prvi uvodi pojma aktivne publike (Milivojević, 2015). Uviđa značaj publike u konstruisanju značenja koji poruka nosi i govori o sposobnosti publike da svaku poruku posmatra kroz prizmu sopstvenog iskustva, neovisno o onome kako je autor predvideo (Milivojević, 2015). On uvodi tzv. kulturne kodove, odnosno značaj socio-kulturnih faktora (Milivojević, 2015). Istraživanja rađena sa decom u Velikoj Britaniji, Kanadi i SAD-u pokazala su da su najmlađi koji nisu odgajani uz televiziju, znatno drugačije organizovali svoj budžet slobodnog vremena (Valić Nedeljković, 2011:342). Mnoga istraživanja potvrđuju i teoriju o direktnom uticaju medijskih poruka. S tim u vezi, mnogi istraživači su mišljenja da je učinak televizije „razonoda jednostranog primanja“ i da prosečni gledalac je više pasivan recepijent nego što odašilje stavove i poruke (prema Valić Nedeljković, 2011:342). Iako autori televiziju smatraju „porodičnim medijem“, mišljenja su da ona vodi ka smanjivanju socijalnih kontakata i osamljivanju. Kada je reč o deci kao uživaocima medijskih sadržaja, psihološka istraživanja su pokazala da je zavisnost od gledanja televizije u direktnoj vezi sa određenim psihološkim manifestacijama poput emotivne i socijalne nesigurnosti (prema Valić Nedeljković, 2011).

Prema rezultatima ispitivanja javnog mnjenja od strane Television 2009 Internacional Key Facts IP & RTL Group, Srbija je 2009. godine bila vodeća u Evropi po gledanosti televizije (Valić Nedeljković, 2011:342). Dve godine kasnije ovakav podatak naveo je profesore i studente Odseka za medijske studije Filozofskog fakulteta u Novom Sadu da se bave pitanjem na koji način deca na teritoriji Vojvodine provode svoje slobodno vreme. Istraživanje je pokazalo da 7% ispitanika provodi slobodno vreme uz televizijske sadržaje, a isti procenat uz računar (Valić Nedeljković, 2011:345). Autorka i rukovoditeljka ovim istraživanjem Dubravka Valić Nedeljković navodi da procenat ispitane dece koja provodi slobodno vreme uz tradicionalne i nove medije nije sporan, koliko je problematična tematika tih sadržaja (Valić Nedeljković, 2011). Deset godina kasnije novi mediji su u potpunosti preuzeli primat u odnosu na tradicionalne kada je o mlađim generacijama reč i linearna, jednosmerna komunikacija zamenjena je komunikacijom interaktivnog karaktera. Istraživanje „Korišćenje interneta i digitalne tehnologije kod dece i mladih u Srbiji“ realizovano u okviru projekta Deca Evrope na Internetu (EU Kids Online) 2018. godine, pokazalo je deca u proseku na dnevnom nivou provode tri sata uz internet i da je broj sati varira u odnosu na

starosne razlike (Kuzmanović et al., 2019). Deca najmlađeg uzrasta provode sat i po u korišćenju digitalne tehnologije, dok najstarije provode trostruko više vremena (Kuzmanović et al., 2019). S pravom možemo reći da detinjstvo i odrastanje mladih generacija itekako je obeleženo uticajem tradicionalnih i novih medija. Mnogi autori su mišljenja da je šesta godina ključna kada je reč o medijskom interesovanju i da ono zavisi od rodne pripadnosti; dečaci svoju pažnju usmeravaju ka filmovima akcionog žanra, dok devojčice svoju pažnju usmeravaju ka muzičkim sadržajima i serijama (Ljajić, 2018).

### **Stereotipi i mediji**

„Stereotipi su opšteprihvaćene mentalne slike o određenoj grupi koje se često primenjuju na njene članove“ (Dej, 2004). Mediji umnogome utiču na formiranje i održavanje stereotipa o određenoj društvenoj grupi. S obzirom na značaj novih medija kao važnih agenasa socijalizacije, pored primarnih, porodice i škole, njihov uticaj u stvaranju stereotipa datira od najmlađeg uzrasta, iako i stariji uživaoci medija nisu imuni na „etiketiranje“ koje u medijima svakodnevno zapažamo. Ovakav način predstavljanja određenih grupa u medijima vodi diskriminaciji i stvaranju predrasuda.. Etičke nedoumice se pred medije stavljaju tek nakon što stereotipi o jednoj društvenoj grupaciji postanu toliko omasovljeni da narušavaju kritičku svest pojedinca (Dej, 2004). Sveprisutnost određenih stereotipa može da dovede do ugnjetavanja, odnosno sistemske diskriminacije (UNICEF, 2019). Najteži oblik stereotipa čime se zatvara ovaj „začarani krug“ jeste da određene društvene grupe koje su predmet stereotipiziranja, sami poveruju u sliku koja se o njima šalje (UNICEF, 2019). Postavlja se pitanje kada je delovanje medija u ovom kontekstu, da li mediji sami stvaraju stereotipe ili samo reflektuju slike koje postoje u društvenim odnosima. Longitudijalna istraživanja pokazala su da je gledanje televizije u korelaciji sa učvršćivanjem stereotipa i ponašanja (prema Đerić & Studen, 2006). Broj sati provedenih uz televizijski sadržaj jeste važan, ali autori su saglasni da je naročit akcenat na sadržaju koji se posmatra. Serijski programi i drugi produkti masovne kulture, pružaju svojevrsan beg od svakodnevnih teskoba i pružaju gledaocima mogućnost identifikacije sa akterima. Takvi sadržaji često sadrže ponavljane obrasce koji vode i doprinose stigmatizaciji određenih grupacija u društvu (Đerić & Studen, 2006). Luis Alvin Dej (Louis Alvin Day) u svojoj publikaciji „Etika u medijima-primeri i kontroverze“, u poglavlju posvećenom stereotipima u medijskom okruženju, navodi da su oni najčešće upućeni rasnim i etničkim manjinama, ženama, starijim

građanima, invalidima i seksualnim manjinama (Dej, 2004). Ipak, valja naglasiti da su deca i mladi često stereotipno prikazani u medijima. Prema rezultatima istraživanja iz 2010. godine deca su u medije dospevala uglavnom kao žrtve nasilja, vršnjačkog, porodičnog, institucionalnog ili kao nosioci devijantnog ponašanja (Milivojević, 2010). Korać i Vranjišević su 2001. godine vršile empirijsko istraživanje o medijskom predstavljanju dece. Ove istraživačice su došle do zaključka da je posledica nedovoljne vidljivosti deteta u Srbiji, odraz poimanja deteta u očima odraslih i njegove kulturološke pozicioniranosti (Korać & Vranjišević, 2011). Medijska kultura plasira predstave o deci i mladima u kontekstu škole, porodice, vršnjaka, retko se o njima govori kao nosiocima društvenog progresa i aktivističkog delovanja (Đerić & Studen, 2006). Veliki broj akademskih studija posvećen je utvrđivanju da li i u kojoj meri mediji menjaju stavove i percepciju kod ljudi. Jedna od teorija koju treba pomenuti je kultivaciona teorija Džordža Gerbera (George Gerbner). Ovaj američki autor gledaoce deli na „teške“ i „lake“ u zavisnosti od vremena koje posvećuju televiziji (Đerić & Studen, 2006). Ova teorija se zasniva na mišljenju da je televizija važan činioc na percepciju gledalaca i da ona predstavlja iskrivljenu sliku realnosti (Đerić & Studen, 2006:461). Šrum (Shrum) je vršio slično istraživanje i u saglasnosti je sa mišljenjem prethodno pomenutom autora, da je uticaj na percepciju gledalaca izvestan i da je u direktnoj vezi sa vremenom koje posvećujemo gledanju televizije (Đerić & Studen, 2006). Razlika je u tome što on uvodi lično iskustvo pojedinca i socio-kulturološki momenat. Iako deca sliku o rodnim ulogama sreću najpre u porodici kao primarnom agensu socijalizacije, na promenu postojeće ili utemeljenju istih, utiču i drugi agensi, počev od škole, vršnjaka, a nezaobilaznu ulogu u tome imaju i mediji. Luis Alvin Dej (Louis Alvin Day) u već pomenutoj knjizi „Etika u medijima-primeri i kontroverze“ analizira reklamnu industriju u SAD-u i pokazuje na koji način se kroz marketing predstavlja žena (Dej, 2004). Iako mnoge od reklama o kojima govori uistinu predstavljaju određen deo ženske populacije, progovara i o površnim vrednostima koje su ukorenjene u kulturi. Pomak u predstavljanju žena u reklamnoj industriji u SAD-u video se od 80-tih godina kada su žene predstavljene ne isključivo u porodičnom kontekstu, već kao karijeristkinje, ali se već 90-tih godina u reklamnu industriju vratilo tradicionalno viđenje žena (Dej, 2004). Uvodeći pojam reprezentativne intersekcionalnosti, američka pravnik Kimberli Krenšo (Kimberlé Crenshaw) navodi na koji način medijska kultura marginalizuje obojene žene i održava stereotipe o njima, dodatno doprinoseći marginalizaciji ove društvene grupe (Crenshaw, 1991). Predstavljanje određene društvene može nekad biti pokazatelj njihovog realnog položaja u društvu. Želeći da doznaju da li su mediji nosioci stereotipa ili doprinose njihovom održavanju, Smit je sa saradnicima (Smith et

al.) ispitivao učinak američkog filma na stereotipe o privlačnosti (Đerić & Studen, 2006). Analizirajući filmove snimane u periodu od 1940. do 1989. godine, pokušavali su da potvrde da li je fizička privlačnost razlog zbog kojeg se ljudima pripisuju pozitivne osobine (Đerić & Studen, 2006). Istraživanje je rezultiralo time da su istraživači utvrdili povezanost fizičke privlačnosti i pozitivnih karakteristika. Bandura (Bandura) je pokazao da se gledaoci češće poistovećuju sa televizijskim likovima koji su privlačni, uspešni i imaju visok status u društvu (Đerić & Studen, 2006). Primarna poteškoća za decu kao uživaoce medija je kako pronaći pozitivne uzore u sadržajima masovne kulture. Modeli koji se danas plasiraju kao „poželjni“ mogu biti pogubni za decu, naročito tinejdžere, budući da su mladi u tom periodu razvoja, stalno u potrazi za idolima. Mediji im često nameću vrednosti koje su njima nedostižne što ih vodi u nezadovoljstvo i emotivnu nestabilnost.

### **Značaj medijskog obrazovanja**

Danas, u vreme kada u sve većoj meri slabi socijalizatorski uticaj primarnih agenasa-porodice i škole, uticaj medija je nemerljivo veći. Pozitivne strane korišćenja novih medija ogledaju se u tome što mogu pružiti čitav spektar mogućnosti u oblasti obrazovanja i nadgradnje postojećeg znanja. Loša strana medijske kulture današnjice ogleda se u tome da često u trci za opstankom na tržištu, mediji se lako povinuju sadržajima najnižeg kvaliteta i u tom slučaju njihov socijalizatorski momenat može biti itekako negativan. Iz tog razloga je medijska pismenost od velikog značaja za tumačenje medijske komunikacije. Dve najznačajnije promene koje su rezultirale pojavom informatičkog društva, a tiču se formalnog obrazovanja jesu te da su novi mediji pružili nove izvore znanja kojima se obogaćuje znanje stečeno u školi i to da se primenjuju nove metode rada-metode zasnovane na informaciono-komunikacionoj tehnologiji (Trpovski i sar., 2013). Medijska pismenost je nužna i njena svrha je naučiti decu da samostalno koriste medije i da razviju kritičku svest prema medijskim sadržajima.

„Medijska pismenost je skup znanja i veština u korišćenju medija koje će nam pomoći razumeti granice između našeg realnog sveta i virtuelnog sveta medija te nam pomoći da u svakodnevnoj izloženosti tim medijskim porukama koje nam šalju, ne budemo samo pasivni konzumenti, nego da postanemo aktivni i kritički učesnici tog procesa“ (Mandarić, 2012:145).

Definicija medijske pismenosti na osnovu UNESCO-vog dokumenta iz 1998. glasi:

„Medijska pismenost ima ulogu u zaštiti maloletnika i ljudskog dostojanstva kroz audio-vizuelne i informacione usluge“ (Bumbić & Janjić, 2018:19).

Osoba koja vlada medijskom pismošću bi trebalo da poseduje dovoljno znanja i veština da prepozna potencijalne manipulacije posredstvom medija, analizira medijske poruke, dekodira ih i prepozna „lažne vesti“. S obzirom na značaj medijske kompetencije, mnoge države i institucije prepoznaju značaj izgradnje medijskih strategija kojim se štite prava najmlađih. Takva medijska politika podrazumeva donošenje zakonskih regulativa, finasiranje naučna istraživanja, ali i usaglašavanje unutrašnjeg zakonodavstva sa međunarodnim dokumentima o ljudskim pravima, preporukama i deklaracijama. *Konvencija o pravima deteta* Ujedinjenih nacija je jedan od dokumenata koji prepoznaje i u sebe uključuje učešće dece u medijima kroz insistiranje za emitovanje sadržaja prilagođenih deci, pravo da ona neometano plasiraju svoje ideje, ali i na zaštitu privatnosti (Đerić & Studen, 2006). U Nemačkoj je 1982. godine održan simpozijum koji je organizovao UNESCO, a na kome je promovisana Deklaracija o obrazovanju za medije (Grunwald Declaration on Media Education) (Đerić & Studen, 2006). Od te godine UNESCO radi na promovisanju medijskog obrazovanja i njegovom uvođenju u školske sisteme. Na konferenciji u Toulouseu 1990. godine, predstavnici četrdeset zemalja razgovarali su o medijskom obrazovanju i tražili način da ga implementiraju u postojeće obrazovne sisteme.<sup>1</sup>

Džejms Poter (James Potter), autor knjige „Medijska pismenost“, razlikuje dve vrste ljudi; one relativno nske medijske pismenosti i druge na višem nivou, naglašavajući da ih nema u velikom broju (Rakić, 2012). Ovaj autor uvodi termin „medijskog programiranja“ (Rakić, 2012:178) ukazujući na uticaj koji mediji imaju u formiranju stavova, stereotipa koji pothranjuju i percepcije realnosti. O medijskoj pismenosti govori kao „skupu gledišta“ kojim se lakše tumače poruke koje dobijamo. Ukoliko pojedinac poseduje znanje o različitim nivoima značenja, veća je verovatnoća za programiranjem sopstvenih kodova te to doprinosi kvalitetnijem tumačenju i razumevanju medijskih poruka (Rakić, 2012). Izuzev tumačenja i boljeg razumevanja poruka, medijsko obrazovanje bi u sebe uključivalo mogućnosti da se pronikne u mehanizme manipulacije ili deo priče koja nije ispričana (Bumbić & Janjić, 2018), ali i da se pokaže interesovanje za bolje razumevanje kakav interes ima kreator medijske poruke u plasiranju iste. Mnoga istraživanja pokazuju da je spona između kritičke promišljenosti u odnosu na medijske poruke zapravo viši stepen obrazovanja, mlađa životna dob, neregilioznost i brojni unutrašnji kriterijumi za razumevanje iste (Đerić & Studen,

---

<sup>1</sup> <http://www.unesco.org/archives/multimedia/document-4333>

2006). Medijska pismenost je interdisciplinarno polje koje objedinjuje znanja iz mnogih naučnih oblasti, naročito društveno-humanističkih nauka. Mnoge države prepoznale su značaj ovog vida obrazovanja i trude se da ga inkorporiraju u školski sistem. Kanada je prva među njima prepoznala svrsishodnost medijske pismenosti, dok su Velika Britanija i skandinavske zemlje medijsku kompetenciju implementirale u školske sisteme 80-tih godina prošlog veka (Rava, 2017). U Republici Srbiji je 2002/2003. godine uveden novi nastavni predmet građansko vaspitanje koji je sadržao nekoliko lekcija posvećenih medijskom uticaju (Rava, 2017). Pored građanskog vaspitanja, u srednjim školama učenici u okviru časova sociologije imaju prilike da čitaju o medijima kao agensu socijalizacije (Rava, 2017). Ovo je, čini se, nedovoljno, naročito ako se uzme u obzir, da je građansko vaspitanje izborni predmet te da isključuje veliki broj učenika. Kada je reč o uvođenju medijskog obrazovanja u školski sistem, dugo se polemisalo da li bi to bio samostalni nastavni predmet ili bi njegove nastavne jedinice bile samo umetnute u već postojeće nastavne predmete koji se odnose na društveno-humanističke nauke. Autorka Zndović-Vukadinović u svojoj knjizi „Medijska pismenost-teorija i praksa“ navodi tri ključna pitanja kada je reč o uvođenju medijske pismenosti u škole. Prvo pitanje se tiče statusa programa u obrazovnom sistemu, drugo se odnosi na predavače i njihovu kompetenciju u izvođenju nastave, i naposljetku, sam obim predmeta (Đerić & Studen, 2006).

Pitanje koje je predmet mnogih stručnih rasprava odnosi se i na urast u kome treba početi sa medijskim opismenjavanjem. Deca u prvim godinama života medijske sadržaje vide kao čarobni svet slika, koje sa godinama i sazrevanjem posmatraju kao privid. Poper ukazuje na značaj ukazivanja na distinkciju između realne slike i medijskog prikaza (Rakić, 2012). Mnogi autori veruju da čak i u zreлом starosnom dobu pojedinci veruju između medijskih slika i realnog života nema razlike, što je slučaj sa televizijskim sapunicama (Rakić, 2012). Daglas Kelner (Douglas Kellner) u već pomenutoj knjizi posvećenoj medijskoj kulturi, poseban značaj daje kritičkoj medijskoj pedagogiji. Ukazuje na značaj kritičkog odnosa mladih generacija prema medijskom diskursu i smatra ovaj vid obrazovanja važnim za demokratske procese, jer nekritičko upijanje medijskog sadržaja može da odmogne demokratiji i doprinese učvršćivanju rasnih, verskih, seksualnih i drugih stereotipa (Kelner, 2004). Danas, kad se govori o medijskoj pismenosti govori se o pedagogiji postmoderne, odnosno multimedijске pismenosti (Bulatović i sar., 2013), budući da je reč o generacijama koje ne odrastaju samo uz tradicionalne medije.

## Mediji i identitet dece i mladih

S obzirom na uzrast u kome se priklanjaju medijskim sadržajima, detinjstvo današnjih generacija sa pravom možemo naznati medijskim odrastanjem. Kapitalistički zahtevi tržišta su pred roditelje postavili nove izazove; usred velike usredsređenosti na posao, deca su često prepuštena tome da svoje slobodno vreme troše bez roditeljskog nadzora, naročito u mlađem uzrastu. I ukoliko ne postoji ovakva bojazan, roditelji često i sami nisu dovoljno medijski osvešćeni i ne opredeljuju se za kvalitetan medijski sadržaj. Slobodno vreme je izuzetno važno za psihofizički razvoj dece; to je „prostor“ u kome oni imaju priliku da prošire postojeće i da steknu naviku za permanentnim obrazovanjem (Valić Nedeljković, 2011). Karakteristike dečijeg slobodnog vremena prema rečima Dubravke Valić Nedeljković je da reč o vremenu van škole, da ga deca imaju u izobilju u odnosu na odrasle i da nemaju dovoljno materijalnih mogućnosti da ga provode shodno svojim interesovanjima i željama (Valić Nedeljković, 2011). Današnji tzv. digitalni urođenici (Bubonjić, 2014) odrastaju pod novim okolnostima prouzrokovanim razvojem informaciono-komunikacionih tehnologija, a sve se to odrazilo na društvo-obrazovni kontekst i budžet slobodnog vremena. U budžetima slobodnog vremena, prostor namenjen igri i zabavi u interakciji sa drugom decom, sve više poklanjaju medijima. Time oni postaju paradoksalno usamljeni, čak i u prisustvu drugih ljudi, pa i sopstvene porodice (prema Valić Nedeljković, 2011). Istraživanja pokazuju da su zavisnosti od medija sklonija deca koja su manje socijalno aktivna i emotivno nesigurnija. Na osnovu istraživanja iz 2019. godine koje je povodom Međunarodnog dana deteta sprovedla organizacija „Prijatelji dece Srbije“, došlo se do rezultata da od tradicionalnih medija deca najviše vremena provode uz televiziju 89,3%, potom radio 52,7% i štampa 42,9%.<sup>2</sup> Kada je o dominantnom tradicionalnom mediju reč, odnosno televiziji, navode zanimljive filmove, serije, kvizove i sadržaje edukativne prirode. Jedna od ključnih zamerki o medijskom uticaju kao agensu socijalizacije jeste nedostatak dečijeg obrazovnog programa (Dmitrović, 2011). Posledice prevelikog utroška vremena na medije rezultiraju često asocijalnošću i poteškoćama u ostvarivanju interakcije sa vršnjacima, ali i članovima porodice, dok se one na fizički razvoj dece uglavnom odražavaju nedostatkom fizičke aktivnosti. U prilog tome govori podatak da je lopta kao jedan od nekada omiljenih sportskih rekvizita daleko manje u upotrebi, odnosno da se deca, bez obzira da li potiču iz gradske ili seoske sredine, mnogo manje igraju i kroz igru druže (Dmitrović, 2011). Statistika pokazuje da rana upotreba medija ne samo da dovodi do porasta nasilničkog ponašanja kod dece, već vodi krizi zajedništva i

---

<sup>2</sup> <https://decaimediji.com/>

nedostatku poverenja u ljude oko sebe (Dmitrović, 2011). Kelner u svojoj knjizi o medijskoj kulturi govori o uticaju savremenih tekovina na identitet, o njegovoj višestrukosti i fleksibilnosti (Kelner, 2004). Promene koje su proizišle iz potrošačkog društva u kome živimo, ogledaju se u površnim vrednostima koje sugerišu značaj istih. Kelner kroz dva poglavlja u knjizi ukazuje i na načine na koje javne ličnosti utiču na određene kategorije u društvu i formiranju identiteta. Ovaj segment je od izuzetnog značaja kad su deca i mladi u pitanju, u njihovoj konstrukciji sistema vrednosti i normi ponašanja. S tim u vezi možemo navesti primer stereotipa o fizičkoj privlačnosti; odnosno što je ova predstava prisutnija, veća je verovatnoća da će gledaoci da ga uvreže kao poželjnu. Anderson je sa saradnicima je pokazao kroz istraživanja na koji način televizijski akteri utiču na pojavu osećaja zadovoljstva ili nezadovoljstva kod mladih kada je reč o fizičkom izgledu (Đerić & Studen, 2006). Ustanovili su vezu između dužeg gledanja televizijskih sadržaja i nezadovoljstva fizičkim izgledom među ispitanicima (Đerić & Studen, 2006). Ova korelacija se može naročito učiniti opasnom među tinejdžerima, budući da imedijska kultura nudi uzore koji im se mogu činiti nedostižnim i time doprineti pojavi nezadovoljstva sobom i niskom stepenu samopouzdanja, pa i pojavi depresije. Za formiranje identiteta kod dece značajan faktor je i na koji način su oni predstavljeni u medijima. Pomenuto istraživanje „Priatelji dece Srbije“ pokazuje nezadovoljstvo dece ne samo kvalitetom sadržaja, već i njihovom reprezentacijom u medijima.<sup>3</sup> Naime, oni su mišljenja da se ne poklanja dovoljno pažnje u medijima, odnosno njihovim uspesima i postignućima te da su najčešće prisutni kao žrtve ili nasilnici.<sup>4</sup> U istraživanju UNICEF-a u Srbiji pod nazivom „Deca u medijskom ogledalu“ autorka Snježana Milivojević ističe da deca nisu odsutna iz medija i da je pristup deci uglavnom senzacionalistički i komercijalnog karaktera (Milivojević, 2010). Medijska slika reprezentuje paternalistički odnos u kome su deca predmet izveštavanja u kome se očekuje njihova zaštita od strane odraslih i da su u 2009. godini najzastupljeniji tekstovi o nasilju među decom i nad decom (Milivojević, 2010). Ukoliko posmatramo ova dva istraživanja vršena u vremenskom intervalu od jedne decenije, možemo uvideti da se situacijao izveštavanju i medijskom predstavljanju nije naročito menjala. Mediji su i dalje nedovoljno glasni kada je reč o dečijem uspesima, naučnim ili sportskim postignućima, njihovom aktivističkom duhu i njihovom pravu da plasiraju sopstvene ideje kroz medije.

---

<sup>3</sup> <https://decaimedijski.com/>

<sup>4</sup> <https://decaimedijski.com/>

## Deca i medijsko nasilje

Najviše naučnih rasprava na temu medijskog uticaja na decu odnosi se na dilemu da li pojava nasilnog sadržaja u medijima rezultira agresivnim ponašanjem dece. Nasilne scene danas su svakodnevna pojava kada je reč o masovnim medijima, neizostavan su deo svega što nam medijska kultura nudi, a nisu retkost ni u filmovima namenjenih dečijem uzrastu. Podaci od pre dvadesetak godina pokazuju da dete u SAD-u u proseku pre svoje 18. godine na televiziji vidi oko 200.000 scena nasilja, uključujući 40.000 ubistava (prema Popadić, 2009). Autor Smit sa saradnicima (Smith et al.) u svojoj trogodišnjoj studiji ističe da je problem u načinu na koje se nasilje predstavlja kao privlačno i neproblematično (Popadić, 2009). Nasilne scene su često prožete humorom, nasilnici se prezentuju neretko kao privlačni, a naročito zabrinjava odsustvo kazne, štetnih posledica i odsustvo kajanja.

Jedan od najcitiranijih eksperimenata iz oblasti psihologije koji ukazuje na štetni efekat nasilja sa filmskog platna jeste Bandurin, sproveden 60-tih godina prošlog veka (Mek Kvin, 2000). Eksperiment je uključivao decu predškolskog uzrasta i zasnivao se na tome da su deca gledala insert iz filma u kome akter udara klovna pod nazivom Bobo. Klovna je udaran uz propratne komentare, a učesnici eksperimenta su uvođeni u prostoriju u kojoj je posmatrano njihovo ponašanje. Na putu do prostorije bile su postavljene igračke kojima su ispitanici mogli samo da se dive budući da im je rečeno da ih ne smeju dirati, kako bi se kod njih izazvala frustracija. Ovo ispitivanje je pokazalo da su deca koja su bila izložena nasilnom sadržaju pokazivala sličan oblik ponašanja u odnosu na kontrolnu grupu (Mek Kvin, 2000). Postoje brojne kritike upućene ovoj teoriji, jedna od njih je da napad usmeren ka lutki, a ne na čoveka i da u tom slučaju deca ne bi primenjivala isti model ponašanja, jer su svesna razlike (Bandura et al., 1961). Jedno od socioloških i psiholoških učenja kada je reč o medijskom uticaju je učenje modeliranjem.

„Sociološki aspekt učenja modeliranjem temelji se na procesima identifikacije, imitacije i učenja uloga modeliranjem, a zavisi o individualnim i situacijskim činiocima koji će model učiniti više ili manje privlačnim-zanimljivo je da bez obzira na predznak ponašanja, uvek modeliramo osobe koje za nas predstavljaju uspešan model“ (Livazović, 2011:3).

Hesman (Huesmann) i Tomkins (Tomkins) su utemeljivači tzv. teorije skripti. Oni skripte vide kao programe i „mentalne rutine“ na koje se pojedinac oslanja onda kada se nađe u situaciji kada se traži rešenje ili donosi odluka (Livazović, 2011). Teorija se zasniva na

mišljenju da deca i mladi iz medija crpe načine rešavanja problema koje kasnije primenjuju (Livazović, 2011). Hesman (Huesmann) je sa saradnicima radio petnaest godina na longitudinalnoj studiji koja se bavila korelacijom medijskog nasilja i pojave agresije kao posledice. Istraživanje je uključivalo grupu od 329 mladih i pokazalo da „televizijske navike nisu samo u korelaciji sa agresijom već su predviđale porast ili smanjenje agresivnog ponašanja“ (Huesmann et al., 2013:215). Dokazi iz longitudinalnih studija pokazuju da nasilne igre za posledicu imaju pojavu agresivnog ponašanja kod dece (Huesmann, 2007). Hesman (Huesmann) je između ostalog došao do zaključka da posmatranje medijskog sadržaja izaziva agresiju pre nego što bi agresivno ponašanje podstaklo gledanje nasilja na televiziji (Huesmann et al., 2003). Prema njegovoj studiji, agresivno ponašanje će se kao posledica pomenutog televizijskog sadržaja pojaviti bez obzira na pol ispitanika i da će se javiti neovisno od agresivnih tendencija u detinjstvu, intelektualnih sposobnosti, obrazovanja roditelja, roditeljske brige i kažnjavanja (Huesmann et al., 2003). Zapažanje koje su izveli na osnovu 15-godišnjeg istraživanja jeste da ne bi trebalo da postoji naročita bojazan zbog izloženosti tinejdžera i odraslih scenama nasilja, jer je njihov efekat na ovu ciljnu grupu kratkoročne prirode. Sugerisu da je najveća opasnost za uzrast od dve do dvanaest godina (Huesmann et al., 2003). Saglasni su i da neće medijsko nasilje pretvoriti dete u kriminalca, navodeći primer sklonosti ka cigaretama kao jednom od potencijalnih uzročnika tumora na plućima, gde nasilni sadržaj samo povećava verovatnoću da će dete ispoljiti agresiju u nekom periodu života (Huesmann et al., 2003). Hesman sa saradnicima zaključuje da nasilne scene nisu same po sebi rizik koliko je to stavljanje nasilnika u pozitivan kontekst uz nagrađivanje, umesto kažnjavanje za nedela (Huesmann et al., 2003). Pored teorije modeliranja i teorije skripte valja spomenuti i teoriju priminga.

„Teorija priminga tvrdi da u našem mozgu interakcijom sa okolinom nastaju semantički međusobno povezane kognicije, osećaji i tendencije ponašanja-mreža asocijativnih neuronskih veza. Kada medijski sadržaj (podražaj) potakne neuronsku mrežu, u njoj stvara novi specifični niz kognicija. Ponavljanim podražajima nastaje automatski i spontani proces koji tiče na interpretaciju novih podražaja i kratkoročno povećava verovatnost pojavljivanja agresivnog ili drugog medijski potaknutog ponašanja, stoga internalizacijom ovi procesi poprimaju obeležja hronične aktivacije“ (Livazović, 2011:3).

Leonard Berkovic (Leonard Berkovitz), tvorac ove teorije, je 60-tih godina ispitivao korelaciju između medijskog nasilja i agresivnog ponašanja, sugerisao je da posmatranje

ovakvih scena na televiziji dovodi do agresivnih emocija, razmišljanja i delanja (Mek Kvin, 401).

Sa druge strane, mnoga istraživanja demantuju štetan uticaj televizije. U svojoj knjizi „Televizija“, autor Mek Kvin (McQueen) navodi primere istraživanja u Holandiji, Australiji, Izraelu, Poljskoj u kojima nije ustanovljena korelacija između televizijskog nasilja i kasnije agresije (Mek Kvin, 2000). Navodeći primer istraživanja u SAD-u kazuje da je veza utvrđena samo kod devojčica, dok su istraživanja u Finskoj pokazala da deca koja su češće izložena medijskom nasilju pokazala manju agresivnost u poznijem periodu života.

Činjenica je da mediji u trci za rejtingom i profitom na medijskom tržištu emituju nasilje u svim formama jer je ononezaobilazni izvor profita. Izuzev potencijalnih imitiranja nasilja koje im se plasira, naročito kod najmlađih konzumenata medijske kulture, postoji opasnost da se nasilje relativizuje i postane društvena pojava na koju se ljudi navikavaju. Usred toga, može se jačati imunitet i ravnodušnost prema istom, u toj meri da će se postepeno gušiti empatija i saosećanje prema onima nad kojima je počinjeno.

### **Deca i upotreba informaciono-komunikacione tehnologije**

Umreženo društvo je napravilo čitavu revoluciju u komunikaciji (Kastels, 2009). Jan van Dijk (Jan van Dijk), autor knjige *Network Society* o umreženosti nastaloj posredstvom interneta govori kao o „nervnom sistemu našeg društva, a za očekivati je da će ovaj oblik infrastrukture imati više uticaja na naš društveni i lični život nego što su to imale kontrukcije puteva za prevoz robe i ljudi u prošlom veku“ (Vuković, 2012:125). Pojava interneta u potpunosti je promenila našu percepciju vremena i prostora. Današnje generacije koje autori zovu digitalnim urođenicima, od najranijeg uzrasta koriste informaciono-komunikacionu tehnologiju koja im neretko zamenjuje igračke. Pojam digitalni urođenici (digital natives) skovao je Mark Prenski (Marc Prensky) objavivši rad „Digital Natives, Digital Immigrants“ u kome je govorio o odrastanju pod okriljem interneta kroz socijalnu prizmu (Bubonjić, 2014). Iako nudi mnogo olakšica u učenju, potraži za dodatnim znanjem, nedavna istraživanja pokazuju da deca primarno koriste internet zarad zabave i komunikacije sa vršnjacima (prema Rančić, 2018). Da se situacija nije menjala pokazuje istraživanje iz 2018. godine „Korišćenje interneta i tehnologije kod dece i mladih u Srbiji“. Ovim istraživanjem

došlo se do podatka da tek svaki peti učenik koristi internet da bi proširio školsko znanje, dok je njegova primarna funkcija raznoda i komunikacija, prevashodno korišćenje društvenih mreža (Kuzmanović i sar., 2019). S obzirom na učestalost korišćenja društvenih mreža, izvesno je da virtuelni identitet koji grade na istim je značajan deo njihovog odrastanja i predstavlja vid javne afirmacije. Čini se da je zavisnost od interneta među digitalnim urođenicima opšteprihvaćena i ne posmatra se kao naročit društveni problem koji može imati posledice po psihofizički razvoj dece. Kada je o identitetu reč, njegova jedinstvenost je u umreženom društvu krajne upitna. Kelner u pomenutoj studiji, medijsku kulturu današnjice vidi kao dominantnu na polju socijalizacije, ističući da u procesu odrastanja na značaju gube nekada primarni agensi porodica, škola i crkva (Kelner, 2004). U razvojnem periodu, naročito tinejdžerskim godinama, meidjska kultura nudi, gotovo nameće modele identifikacije i sugerise sistem vrednosti i norme ponašanja. Korišćenje digitalne tehnologije i društvenih mreža i činjenica da im pristupaju nezavisno od propisane starosne granice, dovodi ih u brojne opasnosti koje ih u internet okruženju vrebaju. Na društvenim mrežama identitet predstavlja konstrukt, reprezentativne je prirode i neka vrsta je personalnog medija (Vuković, 2012) i pruža vrivid vlasništva na istim. Posledice preterane konzumacije interneta mogu se odraziti na psihičko stanje i najčešće su gubitak samokontrole, zanemarivanje obaveza i viši stepen netolerancije, dok se fizičke posledice najčešće vezuju za probleme sa kičmom (Carević i sar., ). Učestalo korišćenje interneta kod dece najčešće rezultuje negodovanjem školskih obaveza i izbegavanjem socijalne interakcije što može dovesti do socijalne izolovanosti (Carević i sar., ;Petrović, 2013). Druge potencijalne opasnosti po decu odnose se na bezbedonosne pretnje, prisutnost eksplicitnih i nasilnih sadržaja neprimerenih dečijem uzrastu, kršenje privatnosti i drugo. Sonia Livingston (Sonia Livingstone) smatra da je broj sati provedenih na internetu u direktnoj vezi sa potencijalnim opasnostima po bezbednost dece (Lepojević Kovačević i sar., 2014). Bezbedonosne pretnje po decu odnose se najčešće na trgovinu decom, sekting, razne vrste krađa i sajber buling. Sajber buling ili digitalno nasilje može biti definisano kao „verbalno vršnjačko nasilje distribuirano kroz savremene konumikacione kanale koji mu daju određene osobenosti“ (Rančić, 2018:100). Pretpostavlja se da je ono samo puka manifestacija nasilja sa kojim se dete suočava u relanom, školskom okruženju. Dodatnu notu opasnosti ovom obliku nasilja je da je ono sve zastupljniji fenomen koji objedinjuje dve forme nasilja; fizičko i digitalnokroz snimanje fizičkih obračuna dece i njihovog distribuiranja u virtuelni svet. Ovakvi vidovi nasilnog sadržaja često se plasiraju u medije i najčešća su tema izveštavanja medija o deci poslednjih godina.

Treba pomenuti i video igre, s obzirom da one često zaokupljuju pažnju dece u ranom uzrasnom dobu, a povezuju se i sa ispoljavanjem agresije. Autorka Dubravka Valić Nedeljković sa saradnicima u tekstu „Deca u virtuelnom svetu kompjuterskih igara“ ukazuje ne samo na opasnost usred pojave nasilja, već i promovisanje društvenih vrednosti koje su nepoželjne (Valić Nedeljković i sar., 2013). Kao i kod filma, o čemu je već bilo reči, problem leži u tome što se agresija opravdava i nagrađuje, a dijalog kao potencijalno rešenje problema je isključen. Zavisnost od video igrica vodi povlačenju u sebe i težem ostvarivanju socijalnih kontakata. Pomenuta autorka u svom radu ukazuje na povezanost prekomerne upotrebe računara sa postizanjem nižih ocena u školi (prema Valić Nedeljković, 2013). Iako mnoga istraživanja ukazuju na to da igranje nasilnih igara vodi ka agresivnom ponašanju, to može biti jedan od činilaca, ne primarni uzrok. Deca koja odrastaju uz ovakvu vrstu zabave ne postaju nužno nasilna (Valić Nedeljković i sar., 2013). Istraživanja sprovedena u Srbiji ukazuju na to da praćenje nasilnih sadržaja na televiziji i video igara sa istom tematikom dovodi do smanjenja osetljivosti na nasilje i daje „zastrašujuću percepciju sveta“ (prema Valić Nedeljković i sar., 2013:244).

## **Zaključna razmatranja**

Socijalizatorski uticaj tradicionalnih medija oduvek je bio predmet akademskih razmatranja. Čini se da je pojava digitalnih medija i uopšte razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija ojačao socijalizatorsku ulogu medija u životima dece i mladih naspram nekada primarnih agenasa socijalizacije. Iako je nemerljiv značaj savremen tehnologije u pogledu nadogradnje školskog znanja i odvijanju nastave, rezultati poslednjih istraživanja na tu temu ukazuju da deca retko koriste nove medije za obrazovne potrebe, najčešće su u upotrebi zarad razonode i komunikacije sa vršnjacima. Njihova pojava umnogome je izmenila budžete slobodnog vremena digitalnih urođenika. Prekomerna upotreba može izazvati zavisnost, posledice po psihofizički razvoj su negde slične kada je reč o tradicionalnim i novim medijima. Povećan broj sati koji se provodi uz njih može dovesti do emotivne nesigurnosti, smanjenju socijalne interakcije, izolovanosti, zanemarivanju školskih obaveza, kao i posledica po fizički razvoj najčešće prouzrokovanim nedostatkom fizičke aktivnosti. Veliki medijski uticaj se odražava i na formiranje identiteta dece i mladih, a ogleda se i u njihovoj konstrukciji percepcije okruženja i sistema vrednosti.

Pozivajući se na Kelnerovu studiju o medijskoj kulturi možemo zaključiti da su promene do kojih je došlo razvojem potrošačkog društva predstavljenje u površnim vrednostima koje mediji promovišu, sugerišući njihov značaj. U borbi za opstankom na tržištu, mediji se povinuju plasiranju sadržaja najnižeg kvaliteta, što isključuje obrazovnu funkciju medija i programa namenjenog deci. U nedostatku roditeljskog nadzora ili često roditeljske nekompetencije pri selekciji medijskog sadržaja, deca svoje budžete slobodnog vremena troše uz sadržaj neprimeren njihovom uzrastu. Iz tog razloga treba naglasiti značaj medijske pismenosti koji bi potpomogao izgradnju kritičkog odnosa prema medijskom diskursu. Implementiranje kritičke medijske pedagogije u školske sisteme, doprinela bi da najmlađi uživaoci medija bolje razumeju medijski tekst, razvola analitičke sposobnosti i pomogla lakšem prepoznavanju potencijalnih medijskih manipulacija i lažnih vesti. Šire posmatranje medijske pismenosti važno je za očuvanje demokratskih tendencija u društvu i sprečavanju širenja raznih stereotipa. Najčešća istraživanja kada je reč o medijskom uticaju i deci, odnose se na potencijalnu povezanost nasilja u medijima i agresivnog ponašanja. Određena stanovišta koja svojim eksperimentima potkrepljuju Bandura (Bandura), Huesman (Huesmann), Berkovic (Berkovitz) i drugi, ukazuje na povezanost nasilja u medijima i

ispoljavanja agresije. Druga, pak, demantuju takvu vrstu korelacije. Najveća opasnost po decu i mlade po pitanju nasilnog sadržaja nije u samom prikazivanju nasilja, već načina na koji su agresori predstavljeni kao i izostanku kazne za počinjena ponašanja. Opasnost u prikazivanju ovakvih scena ogleda se i u vidu smanjenja osetljivosti na nasilje i na percepciju okruženja kao zastrašujuće opasnog. Ne treba zanemariti ni opasnosti koju sa sobom nosi upotreba novih medija u vidu bezbedosnosnih pretnji, kao i na prisustvo neprimerenih, eksplicitnih sadržaja neprimerenih dečijem uzrastu. Istraživanja su pokazala da su deca nezadovoljna slikom koja ih reprezentuje u medijima, ističući da im nedostaje prostora u kome mediji govore o njihovim uspesima i postignućima, a najzastupljeniji su medijski tekstovi koji ih prikazuju kao žrtve ili nasilnike. Iz tog razloga neophodno je kreiranje medijskih politika koje prepoznaju značaj medija u odgoju dece što je od velike važnosti za razvoj mladih generacija, njihovo emancipaciju i socijalizaciju, ali i uvođenje medijskog obrazovanja kako bi deca naučila da zauzmu kritičku poziciju u odnosu na medijski diskurs.

## Literatura:

- Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. A. (1961). Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 575-582.
- Bubonjić, M. (2014). Slobodno vreme digital natives generacije. In D. Todorović, D. Petrović & D. Prlja (eds.), *Internet i društvo* (pp. 473–488). Niš i Beograd: Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofski fakultet, Institut za uporedno pravo Beograd.
- Bulatović Lj., Bulatović G., Arsenijević O. (2013). Indikatori multimedijske pismenosti kao osnova medijskog obrazovanja. In D. Valić Nedeljković D. & D. Pralica (eds.) (149-158). *Digitalno medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 3*. Novi Sad: Odsek za medijske studije Filozofskog fakulteta.
- Bumbić T., Janjić S. (2018). *Digitalni pogon u školskoj klupi*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.
- Carević N., Mihalić M., Sklepić M. (2014). Ovisnost o internetu među srednjoškolcima. *Socijalna politika i socijalni rad*, Vol. 2, No 1, 64-81.
- Communication and Media*, 13(43), 95-124.
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color. *Stanford Law Review* 43(6): 1241–1299.
- Dej A. L. (2004). *Etika u medijima-primeri i kontroverze*. Beograd: Čigoja.
- Dmitrović M. (2001). Uticaj televizije, crtanih filmova i kompjuterskih igrica na porast nasilja kod dece. *Socijalna misao*, br.3, 45-64.
- Đerić, I., & Studen, R. (2006). Stereotipi u medijima i medijsko opismenjavanje mladih. *Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja*, 38(2), 456–471.
- Huesmann R.L. (2007). The Impact of Electronic Media Violence: Scientific Theory and Research. *Journal of Adolescent Health*, 41, S6–S13.
- Huesmann R.L., Moise-Titus J., Podolski C.L., Eron D.L. (2003). Longitudal Relation Between Children's Exposure to TV Violence and Their Aggressive and Violent Behavior in Young Adulthood: 1977-1992. *Developmental Psychology*, Vol. 39, No. 2, 201–221.
- Istraživanje „Deca i mediji” (2019). Posećeno: 12.06.2020. Dostupno: <https://decaimediji.com/>

- Kastels M. (2009). *Moć komunikacija*. Beograd: RTS Izdavaštvo, Clio.
- Kelner D. (2004). *Medijska kultura—studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*. Beograd: Clio.
- Korać N., Vranjišević J. (2001). *Nevidljivo dete-slika deteta u medijima*. Beograd: Jugoslovenski centar za prava deteta.
- Kuzmanović D., Pavlović Z., Popadić D., Milošević T. (2019). *Korišćenje interneta i digitalne tehnologije kod dece i mladih u Srbiji*. Beograd: Institut za psihologiju Filozofskog fakulteta.
- Lepojević Kovačević, M., Pavlović Žunić, V., & Kovačević, M. (2014). Roditeljski nadzor dece i adolescenata na Internetu. In D. Todorović, D. Petrović & D. Prlja (eds.), *Internet i društvo* (pp. 459–472). Niš i Beograd: Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofski fakultet, Institut za uporedno pravo Beograd.
- Livazović G. (2011). Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. *Kriminologija i socijalna integracija*. Vol. 20 (2012) Br. 1, 1-132
- Ljajić S. (2018). Uloga i tradicionalnih medija u životima dece i mladih. *Sinteze*, br. 13, 67-76.
- Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82, 131–149.
- McQueen, D. (1998). *Television: A Media Student's Guide*. London: Arnold.
- Milivojević S. (2010). *Deca u medijskom ogledalu*. Beograd: UNICEF
- Milivojević S. (2015). *Mediji, ideologija i kultura*. Beograd: Edicija reč.
- Petrović D. (2013). *Društvenost u doba interneta*. Novi Sad: Akademski knjiga.
- Popadić, D. (2009). *Nasilje u školama*. Beograd: Institut za psihologiju, UNICEF.
- Radojković M., Miletić M. (2005). *Komuniciranje mediji i društvo*. Novi Sad: Stylos izdavaštvo.
- Rakić Z. (2012). Opstati u svetu zasićenom porukama. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranje*, br. 23, 177-182.
- Rančić, J. (2018). Violence on social networking sites in the Republic of Serbia. *CM:*
- Rava P. (2017). Obrazovanje i mediji: uloga medijske pismenosti u procesu socijalizacije. *Kultura polisa*, br. 35, 407-422.
- Trpovski Ž., Grubić-Nešić L., Duđak Lj., Jakovljević N. (2013). Stavovi studenata o ulozi

digitalnih tehnologija u nastavnom procesu. In D. Valić Nedeljković D. & D. Pralica (eds.) (229-240). *Digitalno medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 3*. Novi Sad: Odsek za medijske studije Filozofskog fakulteta.

UNESCO. Posećeno: 12.06.2020. Dostupno:

<http://www.unesco.org/archives/multimedia/document-4333>

UNICEF (2019). *Promoting Equity, Inclusion and Respect for Diversity*. Beograd: UNICEF

Posećeno: 12. 06.2020. URL: [https://www.unicef.org/serbia/sites/unicef.org.serbia/files/2019-09/modul\\_11.pdf](https://www.unicef.org/serbia/sites/unicef.org.serbia/files/2019-09/modul_11.pdf)

Valić Nedeljković D. (2011). Deca, mediji i „trošenje budžeta“ slobodnog vremena. *Medijski dijalozi-časopis za istraživanje medija i društva*, br. 10, 339-354.

Valić Nedeljković D., Bala K., Geler Z. (2013). Deca u virtuelnom svetu kompjuterskih igara. In D. Valić Nedeljković D. & D. Pralica (eds.) (241-254). *Digitalno medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 3*. Novi Sad: Odsek za medijske studije Filozofskog fakulteta.

Vuković V. (2012). Društveni mediji kao dominantna sila socijalizacije. *Medijski dijalozi*, No 11, Vol. 5, 313-324.

## THE ROLE OF MEDIA ON CHILDREN'S SOCIALIZATION

**Summary:** *Besides the primary agents of socialization, the role of media in formation of attitudes and perception of an individual is a very important factor. Media culture is an inevitable part of everyday life, and as such it has a great influence on our identity, thoughts, political beliefs, image. The least immune to a media content and media communication are the youngest members of society. According to numerous surveys on this theme, children most often spend a lot of their free time on media contents. Because of the lack of parental supervision and frequent parents' incompetence in selection and valuing the content, children easily succumb to the contents of lower value, especially to the ones full of violent and offensive scenes, but a danger of fake news is also present.*

*In this study the role of media in preserving stereotypes and researches which study this correlation are reviewed. What will be discussed are the existent in domain of research of media influence, especially the experiments which confirm or negate the relation between violent scenes and children's aggression. Besides traditional media and their influence as an agent of socialization, the last part of this study will be dedicated to new media as central agents in growing up of 'digital native' generation. As we speak of growing up strongly influenced by media, what should be emphasized is the importance of media education which would make children more competent. Media literacy as an interdisciplinary domain is significant in formation of critical attitude towards media discourse in an early age. Incorporation of this kind of education in educational systems will contribute to the development of democratic values in a society and to the battle against racial, religious, gender, sexual and other kinds of stereotypes.*

**Key words:** *children, media, media culture, violence, stereotypes*