

Romantiziranje psihički bolesti i poremećaja kroz društvene medije

Kalogjera, Sara

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:146000>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-21**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Sara Kalogjera

**ROMANTIZIRANJE PSIHIČKIH BOLESTI I
POREMEĆAJA KROZ
DRUŠTVENE MEDIJE**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2024.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Sara Kalogjera

**ROMANTIZIRANJE PSIHIČKIH BOLESTI
I POREMEĆAJA KROZ
DRUŠTVENE MEDIJE**

ZAVRŠNI RAD

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Ivana Greguric Knežević

Zagreb, 2024.

Sadržaj

1. UVOD.....	1
2. ROMANTIZACIJA BOLESTI: POVIJESNI PRIKAZI I POSLJEDICE.....	3
3. SUVREMENI PRIKAZI MENTALNOG ZDRAVLJA: IZMEĐU ROMANTIZACIJE I STVARNOSTI.....	6
4. ULOGA MEDIJA U OBLIKOVANJU PERCEPCIJE MENTALNIH BOLESTI..	8
5. DRUŠTVENE MREŽE KAO PLATFORME ZA IDEALIZACIJU MENTALNIH BOLESTI.....	10
6. PROBLEMATIKA ROMANTIZACIJE MENTALNIH BOLESTI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA	12
7. POVEĆANJE SAMOOZLJEĐIVANJA I ROMANTIZACIJA MENTALNIH POREMEĆAJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA	13
8. UTJECAJ ROMANTIZACIJE MENTALNIH POREMEĆAJA NA PERCEPCIJU I DIJAGNOZU	15
9. ROMANTIZACIJA MENTALNIH POREMEĆAJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA I NJEZINI UTJECAJI.....	17
10. ZAKLJUČAK.....	19
LITERATURA	20

Sažetak

Romantizacija psihičkih poremećaja putem društvenih medija postala je sve izraženiji fenomen u suvremenom društvu. Platforme poput TikToka, Instagrama i Tumblra često prikazuju mentalne bolesti na način koji ih čini privlačnima, predstavljajući ih kao znak intelekta, kreativnosti ili osobne jedinstvenosti. Takvi prikazi iskrivljuju stvarnu prirodu ovih stanja i potiču pogrešne percepcije, što može dovesti do trivijalizacije stvarnih iskustava osoba s mentalnim poremećajima. Mladi koji konzumiraju ovakav sadržaj često razvijaju nerealna očekivanja, što može rezultirati samodijagnostikom, neprikladnim pristupom liječenju ili oklijevanjem u traženju stručne pomoći. Ovaj rad istražuje načine na koje društveni mediji doprinose romantizaciji mentalnih bolesti, posljedice koje taj fenomen ima na percepciju mentalnog zdravlja među mladima te predlaže strategije za odgovornije prikazivanje ovih stanja s ciljem smanjenja stigme i promoviranja realističnog razumijevanja mentalnog zdravlja.

Ključne riječi: Romantizacija, psihički poremećaji, društveni mediji, mentalno zdravlje, TikTok, Instagram, trivijalizacija, mladi

Abstract

The romanticization of mental disorders through social media has become an increasingly prominent phenomenon in contemporary society. Platforms like TikTok, Instagram, and Tumblr often depict mental illnesses in a way that makes them seem appealing, portraying them as signs of intellect, creativity, or personal uniqueness. Such representations distort the true nature of these conditions and foster misconceptions, which can lead to the trivialization of the real experiences of people with mental disorders. Young people who consume this content often develop unrealistic expectations, which can result in self-diagnosis, inappropriate approaches to treatment, or hesitation in seeking professional help. This paper explores how social media contributes to the romanticization of mental illnesses, the consequences this phenomenon has on the perception of mental health among young people, and suggests strategies for more responsible portrayals of these conditions to reduce stigma and promote a realistic understanding of mental health.

Keywords: Romanticization, mental disorders, social media, mental health, TikTok, Instagram, trivialization, youth

1. UVOD

Romantiziranje psihičkih poremećaja postalo je sve izraženiji fenomen u suvremenom društvu, posebno kroz društvene medije poput TikToka, Instagrama i Tumblra. Mentalno zdravlje i način na koji ga društvo doživljava sve su češće teme razgovora u javnom prostoru, osobito s obzirom na utjecaj medija i popularne kulture. Kroz povijest, prikazi mentalnih bolesti prolazili su kroz različite faze od stigmatiziranih i zastrašujućih do sve češće idealiziranih i romantiziranih interpretacija. Suvremeni trendovi u medijima često prikazuju mentalne bolesti na način koji ih čini "modnim" ili "intrigantnim", stvarajući privlačne, ali iskrivljene slike tih stanja i prikazujući ih kao znak intelekta, kreativnosti ili osobne jedinstvenosti. Ovakvi prikazi oblikuju naše razumijevanje mentalnih bolesti, ali i stavove prema osobama koje se suočavaju s tim izazovima, što može dodatno komplicirati napore u destigmatizaciji tih stanja. Takav trend može imati ozbiljne posljedice, uključujući trivijalizaciju stvarnih iskustava osoba s mentalnim poremećajima i smanjenje spremnosti na traženje stručne pomoći. Ovaj rad istražuje kako društveni mediji pridonose romantizaciji mentalnih bolesti, kakve posljedice takvi prikazi imaju na percepciju psihičkog zdravlja, osobito među mladima, te što se može učiniti kako bi se minimizirali negativni učinci ovog fenomena.

Zabavni mediji često prikazuju mentalne bolesti kroz svoj sadržaj na nepravilan i negativan način, što pridonosi stvaranju zabluda i stereotipova. Takvi prikazi služe za dinamiku razvoja i napredovanja radnje, koristeći izravno i naglašeno opisivanje karakteristika likova. Ideja da određene bolesti prikazuju ludilo prisutna je u medijima već dugo vremena, stvarajući dojam da se ljudi s mentalnim bolestima ponašaju i izgledaju drukčije od drugih likova.¹

Mentalna bolest definirana je kao stanje koje uzrokuje ozbiljan poremećaj u mislima ili osjećajima, a općeprihvaćeno je da se mentalno zdravlje treba pažljivo tretirati i pratiti od strane stručnjaka.² Tijekom posljednjeg desetljeća, naponi su usmjereni na podizanje svijesti o mentalnim poremećajima, njihovoj raznolikosti, simptomima, tretmanima i načinima suočavanja, s ciljem smanjenja stigme.

¹ Schipper, H. (2022). Beautiful suffering? An analysis on young people's narratives of their experiences with mental illness on TikTok. 5. str.

² Jadayel, R., Medlej, K., Jadayel, J.J. (2017). MENTAL DISORDERS: A GLAMOROUS ATTRACTION ON SOCIAL MEDIA?. Journal of Teaching and Education. 465. str.

Ključna poruka je da se mentalne bolesti trebaju tretirati kao i svaka druga izlječiva bolest, a osobe s mentalnim poremećajima trebaju biti podržane i integrirane u društvo kako bi postale produktivne članice zajednice, bez diskriminacije i isključivanja, koje može uzrokovati dodatne komplikacije, često teže od samih poremećaja.³

Međutim, postoje određeni bihevioralni simptomi poput povlačenja iz društvenih aktivnosti, izolacije od prijatelja i emocionalnih ispada, koji se lako mogu pogrešno interpretirati kao jednostavna "neugodnost" osobe. Mentalne bolesti često su tihe u početku i tek se kasnije manifestiraju kroz drastičan pad kvalitete života. Mnogi ljudi ne govore o svojim problemima mentalnog zdravlja jer ih zapadno društvo tradicionalno doživljava kao tabu, dok su se liberalniji stavovi počeli pojavljivati tek od 1950-ih godina.⁴

Tretmani koji su nekada primjenjivani bili su često brutalni, uključujući metode poput samice, čupanja kose i drugih oblika zlostavljanja. Autorica je opisala užasne uvjete života u takvim ustanovama i istaknula da takvi tretmani nisu doveli do oporavka te da su javni dužnosnici trebali potražiti alternativne pristupe.⁵

³ Isto. (466. str.)

⁴ Dunn, E. R. (2017). Blue is the new black: How popular culture is romanticizing mental illness (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas. 8. str.

⁵ Isto.

2. ROMANTIZACIJA BOLESTI: POVIJESNI PRIKAZI I POSLJEDICE

Kroz povijest, popularna kultura često je bolesti prikazivala na idealiziran i romantičan način. Jedan od najupečatljivijih primjera je zanimanje za tuberkulozom, koja je sredinom 19. stoljeća bila obavijena tragičnom ljepotom. Iako je tuberkuloza uzrokovala ozbiljne zdravstvene probleme poput velike iscrpljenosti, kašljanja krvi, značajnog gubitka težine i, u konačnici, smrti, društvo je na nju gledalo s neobičnom mješavinom straha i divljenja. Bolest je bila prikazana kao simbol krhkosti i profinjenosti, pa su oni koji su patili od tuberkuloze viđeni kao nositelji jedne nove, mračne vrste ljepote.⁶

Iako je tuberkuloza pogađala sve slojeve društva, u popularnoj literaturi 19. stoljeća često je bila predstavljena kao bolest koja zahvaća mlade umjetnike. Unatoč tome što su trpjeli fizičku agoniju, ti su umjetnici nastavljali stvarati – pisati, slikati i baviti se drugim intelektualnim aktivnostima. Estetika "uvenulog cvijeta" postala je toliko privlačna da su mlade žene nastojale izgledati krhko i blijedo, čak i ako nisu bile bolesne. Iako nije bilo namjere da se netko predstavi kao bolestan, postojala je određena privlačnost u postizanju takvog izgleda.⁷

S napretkom medicinskog znanja, tendencija romantiziranja tuberkuloze počela je blijedjeti. Kako se saznalo više o prirodi i uzrocima bolesti, ona je izgubila mističnost i privlačnost koju je imala. Liječnici i obični ljudi postali su svjesniji važnosti boljih higijenskih i prehrambenih navika, a bolesti su se počele shvaćati ozbiljnije i pristupalo im se metodičnije, umjesto praznovjerno. Ovo objašnjava zašto je romantizacija tuberkuloze i drugih fizičkih bolesti prestala – bez tajanstvenosti, nestao je i njezin čar.⁸

Međutim, bolesti uma ostale su veća misterija nego fizičke bolesti poput tuberkuloze, jer njihovi najekstremniji i najštetniji simptomi često nisu vidljivi na prvi pogled.⁹

⁶ Dunn, E. R. (2017). Blue is the new black: How popular culture is romanticizing mental illness (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas. str. 6.

⁷ Isto. (str. 5.)

⁸ Isto. (str. 6.)

⁹ Isto.

Pojavio se u 19. stoljeću val samoubojstava među mladima nakon čitanja "Patnji mladog Werthera".¹⁰ Ovo književno djelo spominje se zbog velikog utjecaja koji je imalo na društvo toga vremena. Prema autoru, ubrzo nakon objave romana, mnogi su počeli oponašati Werthera, čineći samoubojstva na sličan način, što je postalo poznato kao Wertherov efekt ili fenomen suicidalne zaraze.¹¹

Taj se fenomen veže uz književni pokret Sturm und Drang, preteču romantizma u Njemačkoj. Taj pokret često je koristio motive mladih, neshvaćenih i melankoličnih intelektualaca, koji su bili beznadno zaljubljeni te su zbog neuzvraćene ljubavi često činili samoubojstva. U to je vrijeme u društvu zaživio pojam *Weltschmerz*, koji se u rječniku Merriam-Webster definira kao osjećaj tuge i bespomoćnosti među mladim umjetnicima i intelektualcima. Jedno od najpoznatijih djela tog razdoblja, Goetheov roman "Patnje mladog Werthera", prikazuje Werthera, mladića koji sve doživljava intenzivno – kada je sretan, preplavljen je snažnim pozitivnim osjećajima, dok je u trenucima tuge potpuno neutješan. Beznadno zaljubljen u Lottu, a svjestan da je nikada neće osvojiti, Werther odlučuje prekinuti svoje patnje samoubojstvom.

Ovo djelo spominje se zbog velikih posljedica koje je imalo na tadašnje društvo. Ubrzo nakon objavljivanja romana, dogodio se niz imitacijskih samoubojstava inspiriranih Wertherovim likom, poznat kao Wertherov efekt. Mladići su se odijevali poput Werthera, koristili slične pištolje te često ostavljali primjerak romana na mjestu gdje bi počinili samoubojstvo.¹²

U 2000-ima, tretman mentalnog zdravlja prešao je na pristup zajednice. Sada se koriste lijekovi, savjetovanje i psihoterapija umjesto izolacije i fizičkog zlostavljanja. Međutim, sustav još uvijek nije savršen. U nekim državama postoje zakoni koji nalažu prisilno uzimanje psihotropnih lijekova, čak i protiv volje pacijenata. Iako mentalno bolesni i njihovi zagovornici još uvijek bore za veću autonomiju, situacija je svakako bolja nego prije nekoliko desetljeća. Iako je teško predvidjeti budućnost tretmana mentalnog zdravlja, jasno je da su reforme započete u 1800-ima stvorile zdraviji okvir za pitanja mentalnog zdravlja. Kada su

¹⁰ Ivanović, D. (2020). Romantiziranje psihičkih poremećaja u medijima. *Psychē*, 3 (1), 105-111.

¹¹ Isto.

¹² Isto.

pacijenti prestali biti tretirani kao životinje, društvo ih je počelo gledati s više suosjećanja i poštovanja, prepoznajući ih kao pojedince koji zaslužuju pravilnu medicinsku njegu.¹³

Liječenje ljudi postalo je povezano s principima kao što su poštivanje pacijentovih prava, autonomija, pristanak, i humanitarno postupanje. Čovjek je postavljen u središte kako društvene tako i moralne brige, pa je samim time humaniji pristup utjecao na stvaranje društava koja su se sve više fokusirala na prava pojedinca, slobodu, i jednakost. To je iznimno važan korak u ljudskom razvoju, koji je ne samo unaprijedio medicinsku praksu, nego je također oblikovao etičke, pravne, i kulturne norme koje i dalje definiraju moderna društva.

U današnjem stoljeću, društvene reforme nastoje promijeniti stavove prema mentalnim bolestima. Trendovi u filmu često odražavaju stvarnost, slično kao što je bilo s pitanjima prava žena i građanskih prava. Čak je i Američke psihijatrijske udruge komentirala da stigmatizacija mentalnih bolesti nije toliko različita od seksizma i rasizma, ističući potrebu za nacionalnom destigmatizacijom mentalnih bolesti i označavajući negativne osjećaje prema mentalnim bolestima kao "u istoj kategoriji kao seksizam i rasizam".¹⁴

Unatoč tome, društvo još uvijek ne potiče nužno poboljšane stavove prema mentalnim bolestima. Na primjer, nedavna anketa Američke psihijatrijske udruge iz travnja ove godine pokazala je da je 31% ispitanika (od 1.000 ljudi) snažno izrazilo stav da ne bi izabrali javnog službenika koji je bio liječeni zbog mentalne bolesti.

Iako ovaj podatak ne sugerira potpuno prihvaćanje mentalnih bolesti, predstavlja značajan napredak u odnosu na prethodna desetljeća.¹⁵

Najveći razlog za ove napore je strah od stigmatizacije koji mnoge ljude odvraća od traženja potrebnog liječenja. Ovaj strah može dovesti do ozbiljnih oblika mentalnih bolesti koje ostaju neobrađene, stvarajući destruktivni ciklus. Stigma, u ovom slučaju, može postati samoispunjujuće proročanstvo, jer prezir ili ignoriranje problema ne čini da on nestane.¹⁶

¹³ Dunn, E. R. (2017). Blue is the new black: How popular culture is romanticizing mental illness (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas. 9. str.

¹⁴ Isto. (str. 10.)

¹⁵ Dunn, E. R. (2017). Blue is the new black: How popular culture is romanticizing mental illness (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas. str. 15.

¹⁶ Isto. (str. 16.)

3. SUVREMENI PRIKAZI MENTALNOG ZDRAVLJA: IZMEĐU ROMANTIZACIJE I STVARNOSTI

Danas, TV serije sve češće predstavljaju likove s kojima se gledatelji mogu povezati i otvaraju pitanje mentalnih bolesti na autentičniji način. Ističe se da kroz humanizaciju određenih mentalnih bolesti nastoji smanjiti stigma u društvu, što često dovodi do romantičnijeg prikaza iz drugačije perspektive.¹⁷

Primjerice, serija „Euforija“ dobila je pohvale zbog svog iskrenog i emotivnog prikaza mentalnih bolesti. Iako se stigmatizacija mentalnih bolesti u masovnim medijima i popularnoj kulturi postupno smanjuje, ona i dalje postoji u različitim oblicima. Drugim riječima, iako se promjena percepcije mentalnih bolesti napreduje, stigma i dalje može biti prisutna u medijima i kulturi.¹⁸

Istraživanja pokazuju da postoji pozitivna korelacija u pogledu romantizacije mentalnih bolesti na društvenim mrežama. Istraživanje provedeno među mladima od 15 do 22 godine otkriva da se mladi ljudi osjećaju povezani s prikazima mentalnih bolesti, gledajući ih kao nešto s čime se mogu poistovjetiti i što često djeluje kao normalno i poželjno. Ovaj fenomen može stvoriti dojam da su mentalne bolesti uobičajena stvar za one koji su ih doživjeli. Ukazuju na problem da romantični prikazi potiču trend samodijagnostike.¹⁹

S pojavom društvenih medija, korisnici su dobili priliku za otvorene rasprave, edukaciju i dijeljenje iskustava, čime se potiče razgovor o mentalnom zdravlju i smanjenje stigme. No, zabrinjavajući trend je romantizacija mentalnih bolesti. Prikazivanje mentalnih bolesti kao glamuroznih i poželjnih, često s isticanjem njihovih "modnih" aspekata, dovodi do iskrivljanja stvarnosti tih bolesti i potiče ideju da su one alternativni oblik samoizražavanja.²⁰

¹⁷ Schipper, H. (2022). Beautiful suffering? An analysis on young people's narratives of their experiences with mental illness on TikTok. str. 5.

¹⁸ Isto. (str. 6.)

¹⁹ Isto. (str. 10.)

²⁰ Issaka, B., Aidoo, E.A.K., Wood, S.F. *et al.* (2024). "Anxiety is not cute" analysis of twitter users' discourses on romanticizing mental illness. *BMC Psychiatry* 24, 22. (str. 1.)

Trivijalizacija mentalnih bolesti često se očituje kroz umanjivanje njihovih simptoma, što dovodi do zanemarivanja stvarne težine tih simptoma i percepcije mentalnih bolesti kao običnog iskustva. Takva trivijalizacija može se vidjeti u društvenim stavovima i medijskim prikazima koji mentalne bolesti prikazuju na humorističan način.

Ovo može rezultirati smanjenjem empatije i razumijevanja za one koji se suočavaju s izazovima mentalnog zdravlja. Istraživanja pokazuju da trivijalizacija može štetno utjecati na traženje pomoći i pridržavanje liječenja, jer pojedinci mogu osjećati da njihovi simptomi nisu shvaćeni ozbiljno i mogu se oklijevati tražiti stručnu pomoć.²¹

²¹ Issaka, B., Aidoo, E.A.K., Wood, S.F. *et al.* (2024). "Anxiety is not cute" analysis of twitter users' discourses on romanticizing mental illness. *BMC Psychiatry* 24, 22. (str. 2.)

4. ULOGA MEDIJA U OBLIKOVANJU PERCEPCIJE MENTALNIH BOLESTI

Mediji su ključni izvor informacija o mentalnom zdravlju i mentalnim bolestima, kako za širu javnost, tako i za pojedince koji se suočavaju s mentalnim poteškoćama.²² Prema istraživanju Emily Tanner objavljenom u časopisu „Dissenting Voices“, društveni mediji igraju značajnu ulogu u glamurizaciji mentalnih poremećaja.²³

Autori objašnjavaju koncept „filter bubble“ kao fenomen u kojem ljudi imaju tendenciju dijeliti sadržaj s prijateljima koji imaju slična politička uvjerenja. Zbog toga, ako većinu svojih vijesti primamo preko Facebook feeda, možemo steći dojam da se svi oko nas slažu s našim stavovima. On također naglašava da dijeljenje postova koji su u skladu s uvjerenjima našeg „filter bubble“-a pruža potvrdu kroz lajkove. Ova potreba za dijeljenjem samo određenih stavova stvara povratnu spregu koja može dodatno potaknuti polarizaciju stavova.²⁴

Međutim, mediji ne uvijek šalju ispravnu poruku. Već u 50-im godinama, mediji su igrali ključnu ulogu u glamurizaciji pušenja, prikazujući pušače kao simbol elegancije i intelekta ili snage. Djeca su često izložena ciljanom online marketingu putem digitalnih platformi. Iako su pokreti za podizanje svijesti o mentalnom zdravlju postigli određene uspjehe, čini se da nisu u potpunosti prepoznali ulogu društvenih medija kao važnog čimbenika u tim kampanjama.

Brzi razvoj društvenih medija utječe na sve generacije, ali roditelji i odgajatelji često nemaju iskustva s stalnim utjecajem društvenih mreža koje bi mogli prenijeti na mlađe generacije. Starija generacija, uključujući mnoge stručnjake za mentalno zdravlje, ima ograničeno razumijevanje prijetnji koje donose društvene mreže. Svijest o ovom problemu trebala bi se usmjeriti na suočavanje s promjenama i izazovima koje društvene mreže donose. Mnogi tinejdžeri i mladi odrasli sada vide mentalne poremećaje kao povezane, normalne i čak poželjne, dok osobe s stvarnim dijagnozama mogu pogrešno misliti da je njihovo iskustvo uobičajeno i normalno.²⁵

²² Schipper, H. (2022). Beautiful suffering? An analysis on young people's narratives of their experiences with mental illness on TikTok. str. 6.

²³ Jadayel, R., Medlej, K., Jadayel, J.J. (2017). MENTAL DISORDERS: A GLAMOROUS ATTRACTION ON SOCIAL MEDIA?. Journal of Teaching and Education. 465. str.

²⁴ Isto. (str. 466.)

²⁵ Isto.

Kako društveni mediji postaju sve prisutniji u popularnoj kulturi, primjećuje se sličan trend: glamurizacija mentalnih poremećaja. Društveni mediji postaju primarni izvor informacija za većinu ljudi, osobito mlađu generaciju, koja ih koristi za praćenje globalnih događaja, tračeva o slavnim osobama, te za razumijevanje društvenih promjena i popularnih trendova. U posljednjem desetljeću pojavile su se grupe na platformama poput Tumblra i Facebooka koje podržavaju, a ponekad i glorificiraju depresiju i anksioznost, često prikazujući mentalne bolesti kao modne dodatke i pateće likove.²⁶

²⁶ Dunn, E. R. (2017). Blue is the new black: How popular culture is romanticizing mental illness (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas. str. 7.

5. DRUŠTVENE MREŽE KAO PLATFORME ZA IDEALIZACIJU MENTALNIH BOLESTI

Prema Animi Shrestha, kada ljudi na društvenim mrežama prikazuju stvari na vrlo privlačan način, to se naziva romantizacija. Ovo može postati opasno kada se radi o ozbiljnim temama poput samoubojstava. Na primjer, ljudi mogu glorificirati samoubojstva dijeljenjem slika ili priča o tome na platformama poput Tumblra. Društvene mreže poput Tumblra zapravo funkcioniraju kao "*echo chambers*" u kojima se negativne ideje o mentalnim bolestima stalno ponavljaju i pojačavaju. Istraživanje pokazuje da mladi ljudi sve više stvaraju sadržaj na internetu, što znači da društveni mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju stavova o mentalnim bolestima kroz romantizaciju. Romantizacija mentalnih bolesti može dodatno povećati stigmatu jer iskrivljuje stvarnu prirodu tih poremećaja i koristi ih na način koji može štetiti zajednici. Algoritmi na TikToku i drugim društvenim mrežama brzo šire specifične prikaze mentalnih bolesti među mladima. Kada određeni prikazi mentalnih bolesti postanu popularni, postoji rizik da se one prikažu kao estetski privlačne ili idealizirane, što može dovesti do pogrešnog dojma da su te bolesti nešto lijepo ili uzvišeno, a ne ozbiljno stanje.

Mladi danas sve više koriste online platforme za izražavanje svojih osobnih iskustava s mentalnim bolestima. Analizom TikToka, kao nove platforme, istraživači su otkrili kako mladi vide mentalne bolesti. Važno je razumjeti da njihovo sudjelovanje u online zajednicama nije izolirano, već je povezano s kompleksnim sustavom društvenih i medijskih utjecaja. Način na koji mladi predstavljaju svoja iskustva na internetu rezultat je njihove interakcije s društvom i medijima, a ne samo osobnih izbora.

Istraživanja TikTok videa pokazala su da mladi često prikazuju mentalne bolesti na humorističan ili emotivan način, umjesto da ih tretiraju kao ozbiljan problem. Popularna kultura ima velik utjecaj na to kako mladi kreiraju sadržaj i povezuju svoja iskustva s mentalnim bolestima s kulturnim narativima. Korištenjem istih zvukova i trendova, mladi stvaraju osjećaj pripadnosti grupi i kolektivne relevantnosti. Kada se sadržaj dijeli unutar zajednice i mnogi ga smatraju važnim, to postaje zajedničko iskustvo i može se smatrati reprezentativnim glasom te zajednice.²⁷

²⁷ Schipper, H. (2022). Beautiful suffering? An analysis on young people's narratives of their experiences with mental illness on TikTok. str. 33.

Međutim, duljina videa i nedostatak informacija mogu dovesti do ponavljanja istih obrazaca u "echo chambers", što može rezultirati banalizacijom mentalnih bolesti i iskrivljenjem što je normalno (33). Analiza videa pokazuje da mladi teže stvaranju osjećaja povezanosti i "normalizacije" mentalnih bolesti. Kroz šaljive i emotivne prikaze, patnja s kojom se suočavaju može se lako pretvoriti u narativ "lijepih patnji", što mentalne bolesti čini normalnim i čak poželjnim, umjesto da se naglasi njihova stvarna težina.²⁸

²⁸ Schipper, H. (2022). Beautiful suffering? An analysis on young people's narratives of their experiences with mental illness on TikTok. str. 33.

6. PROBLEMATIKA ROMANTIZACIJE MENTALNIH BOLESTI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Yu i njegovi suradnici su otkrili da postoji nedostatak znanja o depresiji na društvenim mrežama. Dezinformacije i nedostatak općih informacija o kvaliteti života, pristupu dobrom zaposlenju i zdravstvenoj skrbi dodatno pojačavaju stigmatu i diskriminaciju prema osobama koje se bore s mentalnim bolestima. Romantizacija ovih stanja dovodi do opasnih posljedica poput samoozljeđivanja, pogrešnih dijagnoza i čak smrti.

Autori su izrazili zabrinutost zbog romantiziranja i pojednostavljivanja mentalnih problema na društvenim mrežama kao što su TikTok i druge platforme. Primijetili su da mladi često idealiziraju mentalne poremećaje na mrežama, što postavlja pitanje etičke odgovornosti medijskih platformi.

Naglašava se važnost medijske pismenosti i kritičkog razmišljanja o medijskom sadržaju kako bi se zaštitili ljudi od širenja netočnih informacija i posljedica romantiziranja mentalnog zdravlja. To potiče korisnike na analizu i promišljanje o informacijama koje konzumiraju.²⁹

Ističe se da mladi provode sve više vremena na društvenim mrežama, u prosjeku oko 7 sati dnevno, što potvrđuje istraživanje o povezanosti između povećane upotrebe medijskih platformi i mentalnih bolesti. Iako su društveni mediji zamišljeni da poboljšaju kvalitetu života i povežu ljude, njihova uloga može biti dvosjekli mač.

Posebno je važno kako mladi koriste svoje vrijeme, uključujući virtualnu zajednicu, jer razvoj samopouzdanja i samopoštovanja ovisi o povratnim informacijama iz okoline. Društvene mreže često promoviraju jednolične standarde života, dijete, zabrane i pritiske na vježbanje, što može imati negativan utjecaj na mlade.

Pasivno korištenje društvenih medija povezano je s mentalnim bolestima i poremećajima, dok alati za angažman na mrežama često sadrže subliminalne poruke. Na primjer, objava na Tumblru koja glasi "Nisam dobar s ljudima" sadrži skrivenu poruku socijalne anksioznosti.

Ova objava je prikupila gotovo pet tisuća interakcija, što dodatno glamurizira poremećaj i šalje pozitivnu povratnu informaciju osobi koja ju je objavila.³⁰

²⁹ Issaka, B., Aidoo, E.A.K., Wood, S.F. *et al.* (2024). "Anxiety is not cute" analysis of twitter users' discourses on romanticizing mental illness. *BMC Psychiatry* 24, 22. str. 12.

7. POVEĆANJE SAMOOZLJEĐIVANJA I ROMANTIZACIJA MENTALNIH POREMEĆAJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Statistike pokazuju da je u posljednjem desetljeću došlo do značajnog porasta samoozljeđivanja među djecom u dobi od 10 do 14 godina, s povećanjem od 70% u razdoblju od dvije godine. Također, broj tinejdžera koji su prijavili Veliku Depresivnu Epizodu povećao se za 37%, dok se broj djevojaka hospitaliziranih zbog samoozljeđivanja povećao za 285%. Ove brojke ukazuju na potrebu za ozbiljnom procjenom i razvojem akademski utemeljenog rješenja za problem glamurizacije mentalnih poremećaja na društvenim mrežama. Savjetovalište (UOB) odlučilo je istražiti ovaj problem iz perspektive mladih kako bi razvilo regionalnu, studentsku i učinkovitiju kampanju za podizanje svijesti o ovom pitanju.

Savjetovalište na Sveučilištu u Balamandu pruža podršku studentskoj zajednici, zadovoljavanjem njihovih socijalnih, obrazovnih i emocionalnih potreba. Započeli su dijalog s studentima različitih dobnih skupina (15-22 godine) i disciplina kako bi bolje razumjeli problem glamurizacije mentalnih poremećaja na društvenim mrežama. Cilj je bio dobiti raznovrsne i dinamične uvide u iskustva studenata s društvenim medijima i utvrditi jesu li oni ili netko koga poznaju bili pod utjecajem ovog fenomena.

Diskusije u fokus grupama pokazale su hitnu potrebu za podizanjem svijesti kako bi se promijenila slika mentalnih poremećaja koja se promovira na društvenim mrežama. Također je istaknuto da starija generacija možda nije svjesna prijetnji i zabluda povezanih s mentalnim zdravljem prikazanim na društvenim mrežama.

Autori su nas upoznali da su studenti pokazali da su dobro upoznati s temom mentalnog zdravlja kroz neformalne izvore medija. Naglasili su da društveni mediji romantiziraju određene mentalne poremećaje dok drugi prolaze nezapaženo. Neki od citata uključuju: "Društveni mediji romantiziraju depresiju; prestaješ je doživljavati kao mentalnu bolest, već kao način života." i "Uvijek vidiš slike privlačnih ljudi s depresivnim citatima koji privlače pažnju."

³⁰Jadayel, R., Medlej, K., Jadayel, J.J. (2017). MENTAL DISORDERS: A GLAMOROUS ATTRACTION ON SOCIAL MEDIA?. *Journal of Teaching and Education*. str. 471.

Osim toga, spomenuli su da se anoreksija glamurizira te da anksioznost često prikazuju kao šalu ili nešto simpatično.³¹

Dva sudionika su podijelila svoja osobna iskustva. Jedna osoba je opisala kako je kao mlađa gledala slike praznina između bedara i željela ih imitirati, plakala zbog svog tijela i mislila da je anoreksija lijepa. Druga osoba je priznala da joj je depresija izgledala privlačno, da je pretjerala na Tumblru, spremala slike i crtala depresivne crteže prije nego što je potražila pomoć i bila dijagnosticirana i liječena zbog depresije.

Sudionicima su prikazane dvije serije slika. Kategorija A sadržavala je umjetničke prikaze mentalnih poremećaja, dok je Kategorija B prikazivala realistične prikaze mentalnih bolesti. Reakcije sudionika bile su različite za svaku kategoriju. Smatrali su da su slike iz Kategorije A privlačne i poetične, što potvrđuje glamurizaciju mentalnih poremećaja. Nasuprot tome, slike iz Kategorije B izazvale su osjećaj straha i rezerviranosti.³²

³¹ Jadayel, R., Medlej, K., Jadayel, J.J. (2017). MENTAL DISORDERS: A GLAMOROUS ATTRACTION ON SOCIAL MEDIA?. *Journal of Teaching and Education.*, 470-472.

³² Isto.

8. UTJECAJ ROMANTIZACIJE MENTALNIH POREMEĆAJA NA PERCEPCIJU I DIJAGNOZU

U manjoj mjeri, mentalni poremećaji poput depresije ili anksioznosti ponekad se koriste kao dodatak koji čini nečiju osobnost zanimljivijom. Međutim, u ozbiljnijim slučajevima, to može dovesti do odbijanja traženja pomoći zbog nepovjerljivosti starijih generacija koje sumnjaju u to da netko lažira simptome radi pažnje.

Mlađa generacija odnosi se na osobe u dobi od 13 do 22 godine. Iako starija generacija također može biti pod utjecajem popularne kulture, fokusiram se na dob od 13 do 22 godine jer su to glavni demografski segmenti u pregledima literature za ovu tezu. Ova skupina je posebno osjetljiva na uklapanje i još uvijek oblikuje svoje ideale o sebi i svijetu. Film i društveni mediji značajno oblikuju ovaj proces, jer su ključni izvori informacija i zabave za mlađe. Ova dobna skupina je i osobito zanimljiva jer uključuje većinu mojih odnosa i promatranja unutar sveučilišnog okruženja.

Povezivanje psihopatije sa superiornom inteligencijom nije samo netočno, već je suprotno od onoga što su studije pokazale. Iako postoje pojedinci s iznadprosječnom inteligencijom i psihopatskim osobinama, najčešće je da osobe s tri ili više psihopatskih karakteristika (imaju nižu verbalnu inteligenciju od prosjeka. Iako ideja sofisticiranog, šarmantnog serijskog ubojice može biti zanimljiva za filmove, ona nije odražena stvarnost.

Problem je što mentalne bolesti poput poremećaja ličnosti ili depresije često nemaju nikakvu povezanost s višom inteligencijom ili emocionalnom inteligencijom. Dr. Abramovitch s Texas State University-a opovrgnuo je 115 godina staru teoriju Freuda koja tvrdi da je opsesivno-kompulzivni poremećaj povezan s superiornom inteligencijom. Prema meta-analizi koju je proveo, većina slučajeva OKP-a imala je prosječan ili niži IQ u odnosu na ostatak populacije.

U popularnoj kulturi postoji trend prikazivanja mentalnih bolesti kao nečeg simpatičnog, a ne kao ozbiljnih osobnih borbi, što mladi počinju primjećivati i komentirati. U članku "Mentalne bolesti nisu dodaci" iz 2014. godine, Kayla Goldstein ističe da su mlade djevojke postale žrtve onoga što Janet Street Porter naziva "pokretom patnje". Ovaj trend pokazuje kako su mentalne bolesti poput depresije i anksioznosti postale "trendy" i dodaju intrigantnost inače prosječnoj osobnosti.

Goldstein kritizira romantizaciju mentalnih bolesti, navodeći primjere kao što su izjave poput “uf, želim čistu sobu, toliko sam OCD!” i “moj dečko je prekinuo sa mnom. Depresivna sam”.

Ovaj način izražavanja ne samo da promovira romantizaciju, već potiče i samodijagnozu u humorističnom tonu. Ovaj trend nije samo štetan jer stvara dojam da su mentalne bolesti poželjne, već je također uvredljiv za one koji stvarno pate. Oni koji se bore s mentalnim bolestima vjerojatno ne žele svoju bolest koristiti kao oznaku individualnosti.

Trend divljenja mentalnim bolestima također doprinosi pretjeranoj dijagnozi. Cheung, u članku o romantičnim prikazima mentalnih bolesti na društvenim mrežama, citira zabrinjavajuću statistiku: od 2013. godine, 34% tinejdžera u Velikoj Britaniji priznalo je da se pretvaraju da imaju mentalnu bolest. Ova činjenica pokazuje da nešto ozbiljno nije u redu s načinom na koji se mentalne bolesti predstavljaju u popularnoj kulturi.³³

³³ Dunn, E. R. (2017). Blue is the new black: How popular culture is romanticizing mental illness (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas., 4-24.

9. ROMANTIZACIJA MENTALNIH POREMEĆAJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA I NJEZINI UTJECAJI

Na Instagramu postoji uznemirujuća subkultura u kojoj mladi ljudi dijele poruke koje promiču opasna, pa čak i smrtonosna ponašanja. Istraživači su otkrili da su neki od tih pojedinaca dijelili slike koje idealiziraju samoubojstvo i depresiju zbog romantizacije mentalnih poremećaja (Tanner, 2015). Drugi trend uključuje prikazivanje ekstremno mršavih tijela pod nazivom "thinspo", skraćenicom za internet sleng "thinspiration". Ovaj trend potiče ljude da se upuste u ekstremne i opasne planove prehrane, uključujući izglednjivanje i povraćanje.

Sada se anoreksija smatra znakom kontrole, anksioznost se prikazuje kao simpatična, a depresija se doživljava kao znak intelekta i dubine. Ove ideje postaju problematične jer postoji malo kontrole nad onim što se objavljuje, što dovodi do stvaranja zajednica koje šire i promoviraju lažnu sliku o ozbiljnim i osjetljivim mentalnim zdravstvenim problemima. Pojedine poznate osobe također doprinose ovom neplaniranom pokretu. Iako su ljudi oduvijek bili inspirirani svojim idolima, današnji doseg je nevjerojatno širi. Selena Gomez, pjevačica i glumica s više od sto milijuna pratitelja na Instagramu, izvršna je producentica popularne serije "13 razloga zašto". Ova serija je kritizirana zbog opasnog i neodgovornog pristupa temi samoubojstva. "13 razloga zašto" također se smatra izuzetno opasnom za tinejdžere jer glamurizira depresiju i potiče suicidalne čine.³⁴

Korporacije koje komercijaliziraju mentalno zdravlje također su istaknute kao izvor frustracije korisnika Twittera jer promoviraju romantizaciju mentalnih bolesti kroz svoje oglase, brendove, logotipe, slogane i proizvode. Neki influenceri i poznate osobe koriste ovu priliku za povećanje broja pratitelja, lajkova i prodaje proizvoda.

Mentalne bolesti postaju trendovi i modne izjave koje tvrtke koriste za ostvarivanje profita. Istraživanja su pokazala da ljudi najviše reagiraju na influencere i poznate osobe, što se koristi za prodaju fraza i simbola u promociji proizvoda, čime se umanjuju stvarni problemi. Autori istraživanja Twitter korisnika upozorili su na ove primjere.³⁵

³⁴ Jadayel, R., Medlej, K., Jadayel, J.J. (2017). MENTAL DISORDERS: A GLAMOROUS ATTRACTION ON SOCIAL MEDIA?. *Journal of Teaching and Education.*, 465-469.

³⁵ Issaka, B., Aidoo, E.A.K., Wood, S.F. *et al.* (2024). "Anxiety is not cute" analysis of twitter users' discourses on romanticizing mental illness. *BMC Psychiatry* 24, 22. str. 12.

Važno je riješiti problem romantizacije mentalnih bolesti na društvenim mrežama. Korisnici izražavaju brigu, kritiku i zahtjeve za realnijim prikazima bolesti. Ovo istraživanje pokazuje da se nakon stigmatizacije mentalnih bolesti pojavljuje i njihovo romantiziranje, što postaje sve veći problem.

Tradicionalni i društveni mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju percepcije mentalnog zdravlja. Prema istraživanjima, Twitter može poslužiti kao platforma za korisnike koji aktivno raspravljaju i angažiraju se na ovu temu. Pružanje točnih informacija i stručne podrške doprinosi stvaranju informiranije i empatične internetske zajednice.

Ovaj rad istražuje korisnike Twittera (sada poznatog kao X) i njihove komunikacije u vezi s romantizacijom mentalnog zdravlja). Autori su otkrili konstruktivne i pozitivne rasprave o mentalnom zdravlju na društvenim mrežama. Na primjer, tweetovi s inspirativnim porukama primaju više retweetova (u prosjeku 4,17) u usporedbi s stigmatizirajućim sadržajem (s prosjekom od 3,66), što naglašava prisutnost uzdizajućih poruka u digitalnoj sferi. Depresija i anksioznost imaju snažnu podršku i ohrabrenje na platformama kao što su Facebook i Twitter, gdje se osjeća solidarnost i pruža utočište od vanjskih pritisaka.

Romantizacija mentalnih bolesti također je prisutna kroz memove i sadržaj koji potiče stanja poput anksioznosti. Chen je primijetio da su prikazi depresije i anksioznosti postali moderni na društvenim mrežama, posebno na platformama poput Tumblra, gdje su se pojavili melanholični sadržaji, crno-bijele slike i priče o niskom samopouzdanju.³⁶

³⁶ Issaka, B., Aidoo, E.A.K., Wood, S.F. *et al.* (2024). "Anxiety is not cute" analysis of twitter users' discourses on romanticizing mental illness. *BMC Psychiatry* 24, 22. 3-13.

10. ZAKLJUČAK

Romantizacija psihičkih poremećaja kroz društvene medije predstavlja složen problem koji zahtijeva ozbiljnu pažnju i djelovanje. Iako ovakvi prikazi mogu privući pozornost i potaknuti razgovor o mentalnom zdravlju, oni često iskrivljuju stvarnu prirodu ovih stanja i potiču pogrešne percepcije. S jedne strane, humanizacija mentalnih bolesti može doprinijeti boljem razumijevanju i smanjenju stigme, no s druge strane, romantizacija često dovodi do trivijaliziranja mentalnih bolesti, stvarajući dojam da su one nešto poželjno ili "cool". Kao rezultat toga, mladi koji konzumiraju ovakav sadržaj mogu razviti nerealna očekivanja o mentalnim bolestima, što može dovesti do samodijagnostike, neprikladnog pristupa liječenju ili čak do oklijevanja u traženju stručne pomoći. Takav pristup može imati ozbiljne posljedice za one koji se suočavaju sa stvarnim problemima mentalnog zdravlja, jer umanjuje njihovu patnju i obeshrabruje traženje pomoći. Ključno je razviti medijsku pismenost i kritički pristup informacijama koje dolaze s društvenih platformi, te poticati autentične i odgovorne prikaze mentalnog zdravlja koji neće romantizirati, već realistično predstavljati izazove s kojima se osobe s mentalnim poremećajima suočavaju. Mediji i popularna kultura trebali bi usmjeriti svoje napore na uravnoteženije i odgovornije prikazivanje mentalnog zdravlja, kako bi se potaknuo otvoren i podržavajući dijalog u društvu te kako bi se smanjile predrasude i stigma koja okružuje ove teme. Time bi se omogućilo bolje razumijevanje i podrška, uz istovremeno smanjenje stigmatizacije psihičkih poremećaja.

LITERATURA

1. Biglbauer, S. i Korajlija, A.L. (2020). Social Networks, Depression and Anxiety. *Socijalna psihijatrija*, 48 (4), 404-425. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/file/371892>
2. Dunn, E. R. (2017). Blue is the new black: How popular culture is romanticizing mental illness (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas. Preuzeto s: <https://digital.library.txst.edu/server/api/core/bitstreams/1e1f0399-0320-40e8-8557-9efb06759414/content>
3. Galant, M. (2020). Utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje. *Psychē*, 3 (1), 131-145. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/clanak/395949>
4. Issaka, B., Aidoo, E.A.K., Wood, S.F. *et al.* (2024). “Anxiety is not cute” analysis of twitter users’ discourses on romanticizing mental illness. *BMC Psychiatry* 24, 22. Preuzeto s: <https://bmcp psychiatry.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12888-024-05663-w>
5. Ivanović, D. (2020). Romantiziranje psihičkih poremećaja u medijima. *Psychē*, 3 (1), 105-111. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/273226>
6. Jadayel, R., Medlej, K., Jadayel, J.J. (2017). MENTAL DISORDERS: A GLAMOROUS ATTRACTION ON SOCIAL MEDIA?. *Journal of Teaching and Education*. Preuzeto s: <https://www.universitypublications.net/jte/0701/pdf/V7NA374.pdf>
7. Schipper, H. (2022). Beautiful suffering? An analysis on young people’s narratives of their experiences with mental illness on TikTok. Preuzeto s: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/54871/Schipper_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
8. Simić, A. (2022). Poremećaji hranjenja kao nova pandemija mladih. *Psychē*, 5 (1), 156-163. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/303848>