

Procesi urbanizma i globalizacije kao rizični čimbenici štetnosti masovne komunikacije

Brekalo, Nicol

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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:111:139781>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-14**



Repository / Repozitorij:

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





Sveučilište u Zagrebu
Fakultet hrvatskih studija

Nicol Brekalo

**PROCESI URBANIZMA I GLOBALIZACIJE KAO
RIZIČNI ČIMBENICI ŠTETNOSTI MASOVNE
KOMUNIKACIJE**

Diplomski rad

Zagreb, 2021.



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet hrvatskih studija
Odsjek za komunikologiju

DIPLOMSKI RAD

**PROCESI URBANIZMA I GLOBALIZACIJE KAO
RIZIČNI ČIMBENICI ŠTETNOSTI MASOVNE
KOMUNIKACIJE**

Studentica: Nicol Brekalo

Mentorica: doc. dr. sc. Jelena Jurišić

Zagreb, rujan 2021.

SAŽETAK

Urbanizam je uvelike utjecao na način življenja. Urbanizacija je novi oblik života u kojem postindustrijsko društvo doživljava svojevrsne promjene, kao i probleme koji zahvaćaju svaki aspekt svakodnevice. Moderni se pojedinac značajno razlikuje od tradicionalnoga. Kao takav “preko noći” susreće se s novim oblicima komunikacije, rada, promjenama u obitelji, susjedstvu, religiji, običajima, raspodijeli obaveza unutar obitelji i mnogo čemu drugome, upravo kroz medije i lakši prijenos informacija. Novonastale promjene mogući su uzrok povećane stope devijantnosti, kriminala i mentalnih bolesti. Spomenute društvene činjenice manje su rasprostranjene u ruralnim područjima nego u gradovima.

S ciljem otkrivanja korelacije posljedica urbanizacije te pojave devijantnosti i istovremenih promjena u medijskoj industriji, dotaći ću se važnijih dijela autora Marshalla McLuhana, Alvina Tofflera, Manuela Castellsa, Thomasa Kuhna i ostalih, te istražiti u kolikoj je mjeri masovna komunikacija doprinijela promjenama uzrokovanih inovacijama. Specifičnije, na pitanje zašto je manji postotak kriminala zabilježen u manje naprednim i tehnološki osviještenim područjima, odgovorit će se proučavanjem svih istraženih dijelova čovjekovog života koji su se značajno promijenili zahvaljujući inovacijama.

U prvom dijelu rada odgovorit će se na pitanja: što su to mediji uopće, kakva je njihova podjela te na koje sve načine utječu na okolinu i njenu svakodnevicu. U drugom dijelu dotaknut će se sama srž i kroz značajnija dijela o temi, analizirati uloga medija u postindustrijskom društvu. Zatim će se usredotočiti na potencijalno štetan medijski sadržaj i cjelokupni utjecaj medija te završiti s načinima prevencije potpadanja pod utjecaj istog, nakon čega će se donijeti zaključak.

Ključne riječi: *urbanizam, urbanizacija, tehnologije, postindustrijsko društvo, devijantnost, kriminal*

SUMMARY

Urbanism has greatly influenced the way of living. Urbanization is a new form of life in which post-industrial society is experiencing a kind of change, as well as problems that affect every aspect of everyday life. The modern individual differs significantly from the traditional one. He encounters new forms of communication, work, changes in the family, neighborhood, religion, customs, distribution of responsibilities within the family and much more, precisely through the media and easier transfer of information. The new changes are a possible cause of increased rates of deviance, crime and mental illness. The mentioned social facts are less widespread in rural areas than in cities.

In order to discover the correlation between the consequences of urbanization and the emergence of deviance and simultaneous changes in the media industry, I will touch on the most important works by Marshall McLuhan, Alvin Toffler, Manuel Castells, Thomas Kuhn and others, and explore the extent to which communication has contributed to change caused by innovation. More specifically, the question of why a lower crime rate is recorded in less advanced and technology-conscious areas will be answered by studying all the researched parts of human life that have changed significantly thanks to innovation.

The first part of the paper will answer the questions: what are the media in general, what is their division and in what ways do they affect the environment and its everyday life. In the second part, the core will be touched upon and through more significant parts on the topic, the role of the media in post-industrial society will be analyzed. They will then focus on the potentially harmful media content and the overall impact of the media, and conclude with ways to prevent falling under the influence of the same, after which I will bring a conclusion.

Keywords: *urbanism, urbanization, technologies, post-industrial society, deviance, crime*

SADRŽAJ

1. UVOD	6
1.1. Predmet rada	7
1.2. Ciljevi rada	8
1.4. Metodologija rada iznad struktura i ciljeva struktura zadnja	9
1.3. Struktura rada	9
2. DEFINIRANJE URBANIZACIJE, URBANIZMA, GLOBALIZACIJE I MEDIJA	11
2.1. Urbanizacija, urbanizam i globalizacija	11
2.2. Definicija medija, njihova podjela i utjecaj	12
3. TEORETSKI PREGLED UTJECAJA URBANIZACIJE NA MEDIJE.....	15
3.1. Marshall McLuhan	15
3.1.1. <i>Medij kao poruka i produžetak osjetila</i>	16
3.1.2. <i>Vrući i hladni mediji</i>	19
3.2. Alvin Toffler	20
3.2.1. <i>Šok budućnosti</i>	20
3.2.2. <i>Treći val</i>	24
3.3. Manuel Castells	29
3.3.1. <i>Informacijski grad</i>	30
3.3.2. <i>Uspon informacijskog društva</i>	32
3.4. Thomas Kuhn	35
3.4.1. <i>Struktura znanstvenih revolucija</i>	36
4. METAMORFOZE UZROKOVANE MASOVNIM KOMUNIKACIJAMA	38
4.1. Metamorfoza rada i kapitala	38
4.1.1. <i>Nematerijalni rad</i>	38
4.2. Metamorfoza obitelji, položaja žena i religije	41
4.2.1. <i>Položaj i uloga žene</i>	42
4.2.2. <i>Promjene u načinu objedovanja</i>	46
4.2.3. <i>Metamorfoza religije - utjecaj i religijski faktor</i>	47
5. UTJECAJ MEDIJA NA DEVIJANTNOST I PSIHOLOŠKI RAZVOJ.....	49
5.1. Definiranje devijantnosti	49
5.2. Učinci, utjecaji i posljedice medija na devijantno ponašanje	51
5.2.1. <i>Na koji način masovna komunikacija utječe na potencijalnu devijantnost</i>	51
5.2.2. <i>Razlika između medijskog prostora i stvarnosti</i>	55
5.2.3. <i>Efekt treće osobe i njegov utjecaj na razvoj</i>	56
5.2.4. <i>Oglašavanje</i>	56

5.2.5. <i>Nasilni, seksualni, seksualizirani i ostali rizični sadržaji</i>	57
5.3. Kriminal	60
5.4. Mentalna oboljenja	62
6. PREVENCIJA I ZAŠTITA; SMJERNICE I PREPORUKE U ODGOJU	64
6.1. Smjernice i preporuke za roditelje	65
6.2. Uloga nastavnika	66
6.3. Preporuka za urednike	67
5. ZAKLJUČAK.....	70
7. Popis korištene literature:	72

1. UVOD

Urbanizacija svijeta, najimpresivnija je činjenica modernog društva (Wirth, 1938). No, zbog nedovoljnog interesa za njeno istraživanje, nismo svjesni promjena i problema koje je unijela u svaku fazu života. Iako su mnoge znanosti specijalizirane za urbani život grada, od ekonomije do političkih znanosti, nitko nije obuhvatio sve posljedice koje ono ima za život pojedinca. Moderna je tehnologija uvelike utjecala na način življenja. Postindustrijsko društvo doživljava svojevrstne promjene, kao i probleme koji zahvaćaju svaki aspekt svakodnevice. Moderni se pojedinac značajno razlikuje od tradicionalnoga te se kao takav “preko noći” susreće s novim oblicima rada koji uvelike utječu na njegov život, navike i ponašanja. Iz dana u dan tehnologija sve više napreduje te se sadržaj koji možemo konzumirati online samo povećava. Bilo kada i bilo gdje u mogućnosti smo pristupiti sadržaju koji nas zanima. Okruženi smo raznim pisanim tekstovima, fotografijama, ali i video uradcima. To i nije toliko loše za medijski pismene ljude kojima to potencijalno i olakšava svakodnevnicu i rad ili za primjerice, studente komunikologije... No, što je s manje pismenim pojedincima (kojih nije malo) nesvjesnima utjecaja koje mediji ostavljaju na njih kroz principe oglašavanja? Neki se ne žele obrazovati, drugi ne mogu, a treći su premali da bi razumjeli. Scenografija prije fotografiranja i prezentacija sebe u boljem svijetlu, odvlače svakoga od stvarnosti i imaju negativne posljedice na vlastito viđenje sebe i ostalih. Masovni mediji su nas tijekom vremena “navukli” na komercijalizam i konzumerizam. Trendovi s crvenih tepiha, bilo oni u modi, izgledu, prehrani i načinu života, postali su predmet htijenja mladih generacija svih zemalja. Dokazana je i izuzetna korelacija između praćenja društvenih mreža i depresije (Leh, 2020). Influenceri, koji su do jučer bili normalni ljudi, sada kao i poznati pjevači ili glumci, promoviraju se s jednako zaglađenim licima i istreniranim tijelima na luksuznim destinacijama. Osim rizika uspoređivanja izgleda, vrlo lako se može upasti u zamku manjka vrijednosti uzrokovanu očekivanim brojem lajkova. Naše misli, fotografije, video uradci i ostali sadržaji, podložni su kritiziranju i ocjenjivanju putem lajkova i komentara. Jednima znače povratnu informaciju, dok ih drugi gledaju kao mjerilo izgleda i popularnosti (Leh, 2020). U takvoj je okolini za neke lakše, a za druge teže odgajati dijete i očuvati ih od štetnih pojava, koje više nisu ograničene vremenom i prostorom već konstantno dostupne. Spomenuto potencijalno kritiziranje ne prestaje ni kada ugasimo mobitel i

napustimo online svijet. To znači da se od njega ne može pobjeći, niti ignorirati ga. Najbolje što možemo je proučiti ga, upoznati, prihvatiti njegova pravila i iskoristiti ga najbolje što možemo.

Na dalje, osim pojave društvenih mreža i virtualnog svijeta, naglom urbanizacijom, individualci su preko noći postali jedino korisni u organizaciji. Urbano stanovništvo uvelike se razlikuje od onog tradicionalnog što utječe i na preobrazbu rada, pojavu nove vrste istog, povećanje stope devijantnosti, kriminala i mentalnih bolesti. To potvrđuju i statistički podaci za Hrvatsku, u kojoj se “u samo dvije godine, 2014. i 2015., ubilo, ili je to pokušalo, 3049 osoba. Prva županija po broju suicida je Zagrebačka” (Novi Život, 2017).

1.1. Predmet rada

I kriminal i strah od kriminala manje su rasprostranjeni u ruralnim područjima nego u urbanim područjima, gradovima u kojima se mediji i češće korišteni, kako u privatne tako i u poslovne svrhe (Johnson, 2005). Da život modernog stanovnika velikoga grada nije kao u tradicionalnim društvima, na selu ili manjim mjestima, pokazuje i susjedstvo. Današnji gradski susjed često mijenja mjesto, ne pazi na običaje i duhovno usmjeravanje (Toffler, 1975). Također, u gradovima su žene zaposlenije nego na selu, češće žive samački život, a ukoliko se i odluče na rađanje, zbog karijere, moderne su obitelji manje brojnije od onih tradicionalnih. Tehnološka revolucija zamjenjuje ljudski rad i društvene mreže koje, iako nastoje zbliziti, često odvajaju i smanjuju kontakt “oči u oči”, za kojeg znamo da je nužan i bitan za ljudsku vrstu.

Pojava medija utjecala je, svjesno ili nesvjesno, pod privolom ili bez nje, na gotovo svačiji život, a to je ostavilo i traga na preobrazbu odgoja, pojavu nove vrste istog, drugačije vrijednosti i povećanje stope mentalnih oboljenja i kod odraslih i kod djece. U povijesti su posrednici poruke bili osmjesi, geste, pokreti, crteži, nadgrobni spomenici i mnoga druga sredstva komunikacije i iskazivanja vlastitih misli koja su se nastojala podijeliti s okolinom (McLuhan, 2018:76). Nakon usmenih medija, dolazi i do pismenih, a kasnije i elektroničkih medija s vlastitim medijatorima. Planetarna povezanost uvelike je promijenila ljudski život i, ne samo među zajednicom, već i s ostatkom svijeta. Geografske granice i vremenske razlike izbrisale su se gotovo u djeliću sekunde, svijet je postao globalno selo, a sam medij poruka (McLuhan, 2018:18). Masovni mediji utjecali su na svačiji identitet. Nasilje koje se prije uočavalo u opasnim kvartovima sumnjivih ulica, sada se ekranizira i prikazuje kada god vi to zatražite, dok je društvo postalo društvo spektakla. Pojava televizijskih zvijezdi mnoge je

potaknula na motivaciju za sličnijim, idealnijim životom, po mnogo čemu drugačijim od dosadašnjeg, stvarnoga. Veliki porast gradova, doveo je i do veće stope samoubojstava, kriminala, mentalnih bolesti i nasilja. Rijetko tko se danas pita jesu li mediji utjecali na društvo. Sve nas zanima u kojoj mjeri i je li za većinu ljudi uzrokovalo više pozitivnih ili negativnih posljedica. Od online svijeta više se ne uspijeva pobjeći. Nekada smo dolazili po vijesti, a sada su one stalno prisutne. Osim već spomenutih područja, mediji su kao sredstvo konstruiranja stvarnosti utjecali i na zakon (privatnost i kršenje privatnosti), umjetnost (autorska prava i smisao iste), obrazovanje (zahtijevajući medijsku pismenost, oblikovanje medijskih industrija, adaptaciju), oglašavanje (publiku), ali i budućnost primanja poruke (konvergencija).

1.2. Ciljevi rada

Cilj rada analitički je procijeniti teorijska promišljanja o utjecajima masovne komunikacije na ustroj društvene, političke i ekonomske okoline u kojoj djeluju mediji. Ključno je pitanje koliki su utjecaj ostvarili mediji na promjenu postindustrijskog života u okviru same zajednice, njezine kulture, obitelji, vjere i rada, ali i koliko je sama urbanizacija utjecala na medije i vlasničke oblike medijske politike.

U ovom radu nastojat ću objasniti razvoj procesa urbanizma, kao načina življenja i utjecaj istog na metamorfozu načina komuniciranja koji je, na dalje, utjecao na promjene u obitelji, radu, gospodarstvu, kulturi, svakodnevnom životu pojedinca, kao i njega samoga. Nadam se kako će takva struktura doprinijeti odgovoru na ključno pitanje: zašto su problemi poput devijantnosti, nasilja i kriminala, prisutniji u većim gradovima koje je pogodila globalizacija i pojava masovnih medija? Odnosno, zašto je manji postotak tih pojava zabilježen u prošlosti i u manjim mjestima koja nisu doživljavala uspon informacijskog doba. Ovim radom nastojat ću istaknuti važnost sfere medijskog posredovanja za kulturu i ljudsku civilizaciju općenito.

Dakle, medijski utjecaj na metamorfozu svakodnevnog života pojedinca, kao i njega samoga glavna je tema ovoga rada čija će struktura, nadajmo se, doprinijeti odgovoru na ključno pitanje: koliki, urbanizmom i globalizacijom uvedeni, masovni mediji doista imaju utjecaj na promjenu čovjeka i njegove svakodnevice?

1.4. Metodologija rada iznad struktura i ciljeva struktura zadnja

S obzirom na to da je cilj prikupiti što više stručne literature i opisati istraživane pojave, koristit će se deskriptivna metoda. Metodologija će dakle obuhvaćati desk metodu istraživanja prikupljanjem sekundarnih podataka te njihovu smislenu organizaciju. Pokušat će se doći do uzročni - posljedičnih veza među fenomenima i što podrobnije ih opisati.

Kronološkim pregledom analizirat će se tekstovi značajnijih znanstvenih dijela komunikologa te onih koji su istraživali pojavu informacijskog društva i utjecaje masovne komunikacije. Počevši od Marshalla McLuhana i njegovih djela iz 1960. pa sve do 1989. godine u kojima je prvi spomenuo razliku vrućih i hladnih medija, pojam *globalno selo* i definiciju medija kao poruke. Zatim ću analizirati radove autora Alvina Tofflera ("Treći val" i "Šok budućnosti"), potom "Informacijski grad" i "Uspon informacijskog društva", Manuela Castellsa te "Strukturu znanstvenih revolucija" Thomasa Kuhna, koji govore o ili najavljuju probleme masovne komunikacije u modernom dobu.

1.3. Struktura rada

S ciljem otkrivanja korelacije urbanizacije i globalizacije s devijantnošću postindustrijskog društva, u prvom ću dijelu rada opisati što su to pojmovi poput urbanizacije, globalizacije, postindustrijskog društva te medija, njegove podijele i utjecaja.

U drugome će dijelu biti analizirana dijela značajnijih autora koji su spominjali masovnu komunikaciju u kontekstu postindustrijskog društva, urbanizacije i globalizacije (Castells, Kuhn, McLuhan, Toffler).

Zatim, nakon upoznavanja s osnovnom teorijom prikazat će se kako su procesi urbanizacije, globalizacije i iz njih izvedene, masovne komunikacije, utjecali na promjene u radu, religiji, obitelji, položajima žena unutar nje, vlastitom pogledu pojedinca na samoga sebe, itd... Odnosno, dotaknut će se važnije sfere ljudske svakodnevice koje su pod neprekidnim utjecajem medija masovne komunikacije.

Četvrti dio rada prikazat će utjecaj medija na psihološki razvoj čovjeka i pojavu potencijalne devijantnosti. Usredotočit ću se na štetan i rizični medijski sadržaj (seksualni,

seksualizirani i nasilni) i objasniti korelaciju takvog sadržaja i modernih psihičkih oboljenja i pojava.

Za kraj, istražiti ću načine prevencije ili potpadanja pod utjecaj medija, te na kraju donijeti zaključak.

2. DEFINIRANJE URBANIZACIJE, URBANIZMA, GLOBALIZACIJE I MEDIJA

Kako bi problematika rada bila u potpunosti shvaćena, u prvom će dijelu biti objašnjeni temeljni pojmovi, poput urbanizacije, urbanizma, globalizacije i medija.

2.1. Urbanizacija, urbanizam i globalizacija

Urbanizacija podrazumijeva rast gradova (Brenner, 2015). Stanovnici koji su do jučer živjeli i radili na selu, sele se u grad, rade u korporacijama i nesvjesno, u potpunosti, mijenjaju dosadašnji način življenja. Takva promjena u obitavanju, uzrokovana modernizacijom i tehnološkim unaprjeđenjem naziva se urbanizam (Wirth, 1938). U manjim je mjestima rad u zajednici određeniji. Svatko zna koja mu je funkcija i na koji joj način može doprinijeti. Uglavnom se obiteljski nasljeđuje i ne nudi previše slobode u izboru. U slobodi i mogućnostima koje je donijela urbanizacija, pojedinci teže pronalaze vlastiti put i smisao, a neuspjeh utječe na njihov društveni položaj i osjećaj izoliranosti. To su ujedno i neki od uzroka devijantnog ponašanja, koji su se u patološkim uvjetima objašnjavali životom u velikim gradovima. No, fenomen devijantnosti, bit će pobliže objašnjen u drugom dijelu rada.

Na dalje, izoliranost je veća u većim gradovima jer pruža osjećaj anonimnosti. Također, dokazano je kako su samoubojstva rjeđa na selima, doli u većim gradovima (Kozarić-Kovačić i sur., 2002). To može biti i zato što manja mjesta imaju veću kontrolu nad zajednicom i kvalitetniju komunikaciju u susjedstvu (Šakić, 2011), što navodi ljude na međusobnu kompetenciju i borbu za moći.

Urbanizam kao način života (Wirth, 1938) dovodi do gradske moći rađanja frustracija i socijalne dezorganizacije, na način da pojedinac stvara blizak-neblizak kontakt s ostalim radnicima ili kupcima, u smislu pozdravljanja sa "dobar dan", bez iskrenosti u toj želji ili postavljanja uobičajenog pitanja poput "kako ste", bez potrebe za nužnim dobivanjem odgovora. Blizak fizički kontakt spojen sa socijalnom i emocionalnom distancom, uzrokuje povećanje usamljenosti i iritaciju zbog napornog tempa, komplicirane tehnologije i ne uviđanja smisla vlastitog radu. Također, naš je posao često udaljen od doma iz kojeg

emigriramo na svakodnevnoj bazi, odvajajući faze dana na radno i slobodno vrijeme, iako su one vremenski gotovo izjednačene. I sam Karl Marx (1847.) pisao je o otuđenju pojedinca kroz rad. Moderan radnik koristi tuđi alat za proizvod kojeg često sam neće niti vidjeti niti koristiti (Marx, 1847). “Korporacije nemaju dušu” i mi iako vidimo osobu, često promatramo samo njenu uniformu i ulogu, a ne osobnost iza nje. Putujući do posla, na kojem se dugo zadržavamo, ne živimo vlastiti potencijal, kasnije se vraćamo kući pitajući koji je, između privatnog i poslovnog, pravi život, s obzirom na vremensku količinu zadržavanja na mjestima koje ne zovemo domom. Podjela i specijalizacija grada na industrijski, potrošački i poslovni dio odvojen od mjesta stanovanja, dovodi do sekularizacije života osobnom nepovezanošću, što dalje potencijalno može uzrokovati živčane slomove i znatno povećane stope zločina, korupcije i u najgorem slučaju, samoubojstva (Wirth, 1938:17). Urbanizacija je dovela da toga da se radi kako bi se živjelo, a ne obrnuto. Također, poslovni je život odvojen od onog s bliskim ljudima, dok smo primorani dane provoditi s onima s kojima nemamo emocionalnu povezanost. Današnji svijet orijentiran je na brzinu, slobodu, te pomicanje i ukidanje granica. “Global” označava ukupnost, a pojam globalizacije, najčešće se koristi u kontekstu “socijalnog procesa koji teži sveobuhvatnosti i jedinstvenosti svijeta” (Rodin, 1999 prema Lončar, 2005:92). Ona doprinosi težnji za otvaranjem i stapanjem u zajedničko tržište s međunarodnom integracijom. Nažalost, u tim se procesima gube fenomeni ljudske svrhe, kulture, jedinstvenosti i obiteljskih odnosa u smislu kakvom su prije postojali.

2.2. Definicija medija, njihova podjela i utjecaj

Izraz “medij” dolazi od latinske riječi *medium*, što u prijevodu znači posrednik (Anić, 2000:523). Mediji kao posrednici u prenošenju poruke imaju razne funkcije: društvena odgovornost, djelovanje u interesu javnosti i potreba pojedinaca te društva u cjelini - posebice manjih i slabijih skupina, kao što su to djeca, pa iz tog razloga moraju promovirati raznolikost i kvalitetu sadržaja. Izvor su zabave i opuštanja, ali i izvor informacija i edukacije. Omogućuju i kraće vrijeme obavljanja određenih poslova te uključivanje u javne rasprave i društvene procese.

Mediji se dijele na auditivne (radio), vizualne (novine, časopisi), audiovizualne (televizija, internet), ali i na tradicionalne (radio, televizija, novine) i nove medije (internetski sadržaji kojima možemo pristupiti putem računala, tableta, pametnih telefona). Također treba istaknuti i podjelu medija prema njihovoj razini i dosegu (lokalni, nacionalni i međunarodni),

obliku vlasništva (privatni, javni i društveni), kao i po programu i načinu prihoda (javni i komercijalni) (Antolčić, 2016). Danas je nezamislivo pronaći čovjeka koji se ne informira preko medija i koji ne koristi barem jednu medijsku platformu. Tomu je najviše pogodovao razvoj tehnologije, odnosno novih medija. Konvergencijom medija je većina tiskanih medija proširena i na internetske portale, što pokazuje kako su se mediji komercijalizirali. Njihova je glavna djelatnost oglašavanje, a vrlo su izražene i reklame i medijska manipulacija. Mediji kao takvi često imaju veliku moć i utjecaj na društvo, a time i na pojedinca (Jurčić, 2017: 127). Mediji su nastali s ciljem obogaćivanja stvarnosti i olakšavanja našega života u ovome ubrzanom društvu u kojem živimo (Smajić, Majdenić, 2015: 18-20). U današnje ubrzano vrijeme, s velikim protokom informacija kroz sve medije, ljudi su „bombardirani“ raznovrsnim sadržajima i informacijama sa svih strana, od kojih neki dobro utječu na nas, dok ima i puno onih koji su loši i od kojih se jako teško obraniti i ignorirati ih.

Mediji kao servisi, u cijelosti su odgovorni za društvo te bi kao takvi svojim sadržajima trebali njegovati kulturni i nacionalni identitet sa svrhom očuvanja zajedničke baštine. Današnje društvo gotovo zahtjeva sve moguće informacije o svijetu koji ih okružuje uvijek dostupne i suzbijene na jednom mjestu. Takav sadržaj trebao bi biti prilagođen i čitljiv svim uzrastima i kapacitetima. Nekad su djeca odrastala uz priče svojih djedova i baka ili slušajući radio, a danas sve više vremena provode uz televiziju i internet.

Armenska djevojčica u Nizozemskoj gleda brazilsku telenovelu na ruskom kanalu. Kurdski dječak živi u Ateni i pjeva tursku lirsku pjesmu na grčkom. U Londonu, dvije djevojčice, jedna iz Šri Lanke, druga iz Kenije, raspravljaju o popularnom indijskom filmu. Rumunjska obitelj u Italiji gleda španjolsku sapunicu, iako nitko od njih ne zna jezik. U malom švedskom gradu, dvije kosovske/albanske djevojčice sudjeluju u emisiji snimljenoj prema švedskoj verziji Big Brother. Angolski dječak sada živi u Londonu i sjeća se gledanja Disney - crtica u bivšoj kući u Portugalu. Turska djeca u Njemačkoj, Švedskoj i Grčkoj slave turskog pobjednika na Euroviziji. Kenijska djevojčica u Engleskoj održava veze s prijateljima i djedom i bakom iz Nairobija preko chat rooma i e-maila (De Block, Buckingham, 2007: 207).

Djeca mogu naučiti mnogo stvari gledajući televiziju i surfajući po internetu. Iz ovog ulomka vidi se kako su novije generacije sve povezanije upravo zahvaljujući globalizaciji, kojoj su u velikoj mjeri doprinijeli sami mediji. Česta je loša predodžba o značenju pojma “mediji” jer ljudi ne znaju da pod pojam mediji spadaju i tisak, knjige, slikovnice pa i crteži. Svi su oblici medija važni, samo što će tradicionalni mediji brzo otići u zaborav ako se elektronički mediji nastave ovako brzo razvijati (Šimala, 2017:24). Oduševljenje djece elektroničkim medijima - televizijom, internetom, radiom i filmom kontinuirano povećava se do puberteta, što ne znači da tada prestaje, već se zanimanje preusmjeruje na medije izvan

kuće, primjerice na kino. Svi smo svakodnevno izloženi utjecaju medija, svjesno ili nesvjesno pa tako i djeca, bilo kao izvor zabave, razonode, odmora, bilo obrazovanja, stoga je izrazito važno već kod njih stvoriti kritički stav prema ponuđenim i prikazanim sadržajima te ih učiti da kontroliraju korištenje medija i da shvate kako oni utječu na njihovo vrijeme, razmišljanja i osjećaje (Đuran, Koprivnjak, 2018:275). Upravo zbog sveprisutnosti medija i njihove potrebe u svakodnevnom životu, ljudi propituju strukturu odnosa s medijima i njihov utjecaj na živote suvremenih ljudi.

3. TEORETSKI PREGLED UTJECAJA URBANIZACIJE NA MEDIJE

Nakon objašnjenja ključnih definicija u prvom dijelu, a prije samog uvida u problem, u drugom će dijelu rada biti predstavljene ključne teorijske strukture. Obradit će se dijela značajnih autora koji su spominjali kontekst industrijalizacije i modernizacije tehnologije te u njima uviđali potencijalne uzroke raznih problema društva.

Za početak, analizom Marshalla McLuhana objasniti će se sintagme “medij kao poruka” te razlika vrućih i hladnih medija. Nakon njega, analizirat će se djela Alvina Tofflera “Šok budućnosti” i “Treći val”. Slijedeći autor jest Manuel Castells sa svojim djelima: “Informacijski grad” i “Uspon informacijskog društva” te na poslijetku Thomas Khun i djelo “Struktura znanstvenih revolucija”.

3.1. Marshall McLuhan

Marshall McLuhan rođen je 1911. godine u Kanadi. Diplomirao je književnost, a doktorirao iz engleske srednjovjekovne književnosti. Predavao je na raznim sveučilištima u SAD-u i Kanadi (McLuhan, 1971:8). Njegova književna teorija zasigurno je doprinijela definiranju medija kod kojeg se lako može uočiti da zahvaća bit sadržaja van njega samoga. Uočava bit tamo gdje ga mnogi prije njega nisu uočili i zadire izvan viđenog i napisanog, u otkrivanju prvotnog smisla medija. Razilaženje s dotadašnjim definicijama masovnih medija koji su dotad označavali tek poveznicu između pojedinca i grupe, kojom se prenose poruke, pretvorilo ga je u revolucionarnog teoretičara (McLuhan, 1971:9). Da masovni mediji posjeduju veliku moć, ne samo zato što imaju i velik broj potrošača, već sa sobom donose i mnoge društvene probleme, možemo slobodno reći da je uočio prvi. Sadržaj poruke u velikoj mjeri određuje ponašanje primaoca iste, no konzumiranje medija koji je sam po sebi poruka, problem je za sebe. “..od sadržaja bilo kojeg medija ne vidimo njegovo obilježje” (McLuhan, 1971:42). Analiza sadržaja u korelaciji s ponašanjem većine, dovela je do potvrđene hipoteze “sadržaj poruke... u prvom slučaju utječe na formiranje stavova, a u drugom pospješuje pojavu agresivnog i devijantnog ponašanja” (1971:9). Medijima je po McLuhanu i svojstveno da “otupljuju i omamljuju čovjekovu svijest”, a ono najznačajnije jest da niti pojedinac niti društvo toga uopće nisu svjesni (1971:12).

Marshall McLuhan vjerovao je kako presudni utjecaj na društvo i njegovu evoluciju imaju tehnološki pronalasci i to naročito oni koji se odnose na sredstva komunikacije. “Izum fonetskog pisma i tiskarskog stroja, pojava elektronskih medija (od telegrafa, preko radija, televizije, filmova, telefona do kompjutera) preoblikovali su civilizaciju i ljudsku osjećajnost, utjecali na politiku, ekonomiju, na naše sposobnosti opažanja i psihološke odlike” (McLuhan, 2018). Prije no što je postao poznat, predavao je mladim studentima na Sveučilištu u Wisconsinu koje, kako je sam naveo, nije mogao razumjeti, zbog čega je odlučio kako će dati sve od sebe ne bi li razumio njihovu popularnu kulturu, bez koje im ne može prenijeti željene poruke. Nakon izlaska knjiga Gutenbergova galaksija i Razumijevanje medija, Marshall McLuhan postao je poznat široj javnosti (McLuhan, 2018:9). S obzirom na to da je “uočavao smisao tamo gdje su drugi vidjeli podatke” (2018:11) vrlo je brzo postao poznat i kao istraživač koji predviđa tehnološku budućnost i njene posljedice na društvo. Shvatio je budućnost kao sadašnjost (2018:17), a medije kao produžetke osjetila, koje su nedugo prije označavale mehaničke stvari. Svi su mediji, od fonetskog pisma do kompjutera, čovjekovi produžetci koji u njemu prouzrokuju duboke i trajne promjene i preoblikuju njegovo cjelokupno okruženje (2018:16). Kao što je lopata produžetak šake, tako je i televizija produžetak uha ili oka do daljeg mjesta. Mediji su sve tehnologije koje omogućavaju produženje čovjekovog tijela i osjetila, od obuće do kompjutera (McLuhan, 2018:20). Mediji utječu na život neovisno o poruci koju prenosi (2018:10) jer sami i jesu poruka (2018:18). Naprimjer, mladi će Afrikanac, unutar nepismene zajednice, koji savlada elektroničku pismenost, promijeniti vlastiti pogled na istu zajednicu, cijeli svijet, ali i samoga sebe (2018:23). Otuditi će se, svjesno ili nesvjesno i proširiti vlastite vidike. Uz sve pozitivne promjene koje bi mu se mogle dogoditi, nastupa i potencijalna štetnost u obliku krize identiteta. McLuhan smatra kako je kriza identiteta pod utjecajem novih medija povezana s nasiljem i povećanjem posla kojeg psihijatri imaju (2018:35). Otudjenje i automatizacija uzrokovane su narušenim društvenim vrijednostima (poput prava na privatnost). Dok mladi širom zemlje na uličnoj pozornici traže vlastito ja od Tokija preko Pariza i Kolumbije, nemajući ne samo ciljeve već i uloge u životu, identitet im izmiče pred očima (2018:35).

3.1.1. Medij kao poruka i produžetak osjetila

Korice knjige *Razumijevanje medija* (1971.) vrlo jasno i kratko opisuju bit McLuhanovog dijela: “Poznavanje osjetila- čovjekovih produžetaka” (1971). “Produžetke koje čovjek koristi kako bi obogatio svoje sposobnosti i osjećaje najviše određuju što je on

sam. Sredstva komunikacije mijenjaju način upotrebe 5 čovjekovih osjetila, njegovu reakciju u raznim situacijama, njegovu prirodu, pa prema tome i život i društvo.” Djelo proučava psihičke i društvene posljedice koje mediji ostavljaju na sve koji ih konzumiraju. Zanimljiva anegdota i dokaz nesvjesnog učinka objekta knjige jest ponašanje urednika koji ju je pročitao. Zbunjeno je ustanovio kako je 75 % McLuhanova štiva dosad novo i neproučavano, a uspješna knjiga ne bi ga smjela imati više od 10 %. No, McLuhan je zaključio kako je to još jedan važan znak zašto je toliko bitno, neovisno o rizicima, podučiti ljude potencijalnim posljedicama (McLuhan, 2008:9).

Autor stvara novi pristup proučavanja koji nudi, ne samo sadržaj medija, već i kulturnu pozadinu u okviru u kojem djeluju određeni medij, a dokazu nesvjesnosti o psihičkim i društvenim posljedicama medija kao primjer poslužuju sve prijašnje definicije o njima (McLuhan, 1971:45). “Ništa se ne objašnjava time što jedna stvar dolazi poslije druge. Ništa ne slijedi iz sljedovanja, osim promjene” (1971:46). Sadržaj kakav medij ima, McLuhan objašnjava primjerom sočnog komada mesa kojeg lopov nosi ne bi li odvratio pažnju psa-čuvara, koji u alegoriji predstavlja um (1971:53). Na jednak je način sadržaj tiska, ustvari govor. No, čitalac tijekom konzumiranja sadržaja nije svjestan ni govora ni tiska (1971:54). Osim pragmatične funkcije, mediji imaju ulogu u svakom području čovjekova života, što nije nužno pozitivna novina. “Osobne i društvene posljedice svakog medija - to jest, svakog našeg produžetka - proistječu iz nove razmjene koju u naše poslove uvodi svaki naš produžetak, ili svaka nova tehnologija” (1971:41). Ljudi su uglavnom nesvjesni društvenih i psihičkih posljedica kakve nova tehnologija ostavlja na njih same (McLuhan, 2018:17). Doba industrijalizacije koje je tisak doveo sa sobom, stvara osjećaj anomalije i apatije (2018:17). Preobražavanje kulture, vrijednosti i stavova, gotovo preko noći izaziva bol i gubitak identiteta. Tek nakon što shvatimo revolucionarne promjene koje su novi mediji uzrokovali u gotovo svakom području života moći ćemo ih i predvidjeti i kontrolirati, no ako ih nesvjesno prihvaćamo i koristimo, postajemo njegovi robovi (2018:19). Kada društvo otkrije novo produženje, svaki se dio društva prilagodi novom obliku produženja; na jednak način, kada nova tehnologija prodre u društvo, zahvaća i svaku njegovu instituciju. Tako mediji ostvaruju vlastitu revoluciju, a ona utječe na svaki aspekt čovjekove svakodnevice (2018:20). Dakle, sva naša ljudska osjetila, čiji su produžeci mediji, pod utjecajem su istih i nesvjesno mijenjaju našu osobnost, svijest i iskustvo.

Naime, tehnološki mediji su sirovine ili prirodna bogatstva, baš kao što su to ugalj, pamuk ili nafta. Svak će priznati da će društvo čija privreda zavisi od dvije-tri glavne sirovine - poput pamuka, žita, drvne građe, ribe ili stoke - razviti uslijed toga neke očite društvene obrasce organizacije... Jer društvo koje se konfiguriralo oslanjanjem na nekolike artikle prihvaća te artikle kao društvenu obavezu u istoj mjeri u kojoj metropola prihvaća tisak kao društvenu obavezu. Pamuk i nafta, slično radiju i televiziji, postaju utvrđeni nameti na cjelokupan psihički život zajednice. A ova prožimana činjenica stvara jedinstven kulturni miris svakog društva. Preko nosa i svih svojih ostalih čula ono plaća za svaku sirovinu koja uobličuje njegov život. (McLuhan, 1971:57).

McLuhan ide toliko daleko da tvrdi kako su i nacionalizam i industrijalizam proizašli iz razvitka tiska. Naime, obje pojave direktno potječu iz eksplozije tiskovne tehnologije u 16. stoljeću. Nacionalizma nije bilo do renesanse u kojoj je tipografija omogućila pismenima analitičko promatranje materinskog jezika. Proizvodnja knjiga pretvara se u masovni medij i širi nacionalni jezik širem Europe te potiče stvaranje ekonomskog, političkog jedinstva i homogenosti jedne grupacije kao statusa. Na dalje u potrazi za identitetom, dolazi i do homogeniziranja različitih etničkih i lingvističkih skupina unutar jedne nacionalne granice te stvaranja mini država. McLuhan je prije više od 50 godina primijetio kako u Velikoj Britaniji uočavamo Velške i Škotske nacionalizme, u Belgiji Flamance koji traže odvajanje od Valonaca, u Španjolskoj Baske koji zahtijevaju potpunu autonomiju, a u Africi neke već odvojene mini države. Autor predviđa i potpuno odvajanje unutar SAD-a, jer kako piše, više društvenih organizacija na jednom mjestu nikada ne može živjeti zajedno u miru, dokle god je prisutan nedostatak gorućih i jedinstvenih razlika u identitetu. To podrazumijeva uništenje ostalih, ne bi li se jedan pokazao jedinstvenijim i samostalnijim (McLuhan, 2018:47). McLuhan na dalje, predviđa kako će to odvajanje odjednom prerasti u potpuno homogeniziranu zajednicu - jedan potpuno povezan svijet u kojem će sve države, gradovi, razlike, stavovi i vrijednosti biti prevladani.

“U industrijskom društvu čvrsto se utvrdila ogromna pasivnost. Ljudima koji se kreću pomoću mehaničkih vozila, zarađuju tako što opslužuju mašine, po cijeli dan slušaju snimljenu muziku, gledaju filmove unaprijed pakirane za zabavu i gutaju vijesti kao tablete, takvim ljudima je potreban izuzetan stupanj svijesti i nesvakidašnji napor volje da postanu bilo što osim trpeljivih potrošača fabričke robe” (2018:73). Paradoks kojeg je McLuhan primijetio jest taj da samo pismene kulture prepoznaju pojmove osobne slobode, odvajanje individue od grupe, privatnosti u prostoru i specijalizacije u radu. No, tisak za koji je potrebna ta pismenost je isti onaj namijenjen čitanju mase, homogeniziranju čovjeka i

uniformnosti velikog broja ljudi odjednom (2018:50). Množenje tiska i ponavljanje istog vizualnog identiteta predstavljaju prvu ponovljivu robu i početak masovne proizvodnje (2018:27). McLuhan smatra kako je upravo to uzrok industrijalizacije koji je utjecao i na danje obrazovanje, gradsko planiranje i mnoštvo drugih grana čovjekova života. “Svaki aspekt zapadne mehaničke kulture je oblikovan tehnologijom tiska, ali suvremeno doba je doba elektroničkih medija koji oblikuju okruženje i kulturu koji su suprotni mehaničkom potrošačkom društvu koje je proizašlo iz tiska” (2018:28). Tisak je tako odvojio čovjeka od njegove tradicije i on je postao koristan jedino u masovnom grupiranju u svrhu pokazatelja nacionalne i industrijske moći (2018:28).

Mehanički mediji poput odjeće kao produžetka kože, fokusirani su na samo jedno osjetilo. Čak je i samo pismo, služilo produženju tek jednog osjeta. U početku je fonetsko pismo predstavljalo prekid između oralno - plemenskog i vizualnog čovjeka. Vid je postao primarno osjetilo. Elektronski mediji poput radija, filma, telefona, telegrafa, kompjutera i televizije, proširili su sva naša osjetila, pojačala cijeli osjetilni sustav, što logički i mijenja naše društveno i psihološko ponašanje i postojanje (2018:28). McLuhan smatra kako televizija proširuje sva osjetila, odnosno i osjetilo vida, sluha, njuha, okusa i dodira (2018:30), a što bi tek rekao na pojavu interneta?

3.1.2. Vrući i hladni mediji

“Vruć medij isključuje, a hladan medij uključuje” (McLuhan, 2018:30). Odnosno, hladan medij uključuje publiku u dovršavanje misli ili poruke, dok vruć medij isto, ili malo, ili nimalo, ne zahtijeva. “Vruć je onaj medij koji karakterizira visoki stupanj određenosti; ono pruža obilje podataka i zato stara nizak stupanj uključenosti, sudjelovanja, kod publike” (McLuhan, 1971:11). Vruć medij proširuje tek jedno osjetilo. Npr. radio proširuje osjetilo sluha. Hladan medij jest televizija jer unatoč svim zvukovima i slikama, ipak zahtjeva publiku kao, ne samo gledaoce, već i istraživače koji popunjavaju rupe između slika, shvaćaju odnose i gledaju izvan objekta prikaza, pretvarajući ih u kamerne na mjestu događaja. Konstantno tragajući za onim što je bitno na ekranu, a istodobno slušajući, gledajući, pretpostavljajući i predviđajući sljedeću scenu. Također, telefon je hladan medij jer zahtjeva dopune od druge strane - slušatelja, tj. interpretaciju kao i kod svakog govora. No, radio koji pruža audio - informacije velike definiranosti ne ostavlja prostor individualnoj interpretaciji i koristi samo jedno osjetilo - sluh. Isto tako, školsko predavanje je vruće, no

seminarska rasprava je hladna. Knjiga je vruća, no razgovori o istoj su hladni. Dakle, još jedan razlog zašto je medij poruka, a ne njegov sadržaj jest uključenost publike kao aktivnog doprinositelja iskustvu. Vrući i hladni mediji odražavaju se i u kulturi. McLuhan navodi primjer s muškarcima koji ne koketiraju često sa ženama s naočalama. Naočale za vid, medij su koji ga pooštruje, poboljšava i “prekomjerno dopunjava”. Dok su djevojke koje nose sunčane naočale, “tajanstvenije i nedostupnije” što pruža nalik hladnom mediju koji zahtjeva komunikaciju, nadopunu, otkrivanje, suradnju i sudjelovanje (McLuhan, 2008:33).

Zaključno, kod svih medija koji zahtijevaju vlastitu uključenost pronalazimo i interpretaciju koja podilazi vlastitoj percepciji, iskustvu i već urođenim stavovima, zbog čega su sve slike dobivene od istog medija, na kod svakog različit način, neizbrisivo upisane u kožu (2018:31).

3.2. Alvin Toffler

“Ove će stranice postići svrhu kojoj su namijenjene ako barem donekle pridonese tome da se u ljudima probudi svijest da treba uspostaviti nadzor nad promjenom, da valja upravljati vlastitim razvojem. Ako se budemo koristili promjenom da usmjeravamo promjenu, ne samo da ćemo izbjeći šok budućnosti, otvorit ćemo put koji vodi dalekoj humanijoj sutrašnjici” (Toffler, 1975:393) napisao je Alvin Toffler u djelu *Šok budućnosti*. Smatrao je kako su digitalne tehnologije, čineći revoluciju društva, doprinijele brojnim promjenama, od komunikacijskih do onih kulturoloških. Njegova će nam djela pobliže objasniti zašto je ključno razumjeti promjenu ne bi li se njome okoristili i uspjeli zabraniti negativne utjecaje.

3.2.1. Šok budućnosti

“Ovo je knjiga o tome što se događa ljudima kad ih pregazi vrijeme, kad više ne mogu slijediti nagli razvoj” (Toffler, 1975:9). Uvodna je rečenica dijela *Šok budućnosti* koja prikazuje društveno reagiranje na dotad nepoznate pojave. Istražuje kako se ljudi na njih pripremaju i (ne)prilagođavaju. Autor naglašava kako je mnogo knjiga napisano o istoj temi - budućnosti, no niti jedna ne istražuje njihov utjecaj na svakodnevne, obične stvari na koju sutrašnjica utječe: o mjestima koja se napuštaju, proizvodima koji se počinju kupovati i koji su zahtijevani velikom potražnjom, iako do jučer nisu postojali, o promjeni rada i novim

vrstama odnosa, prijateljstva, veza i unutar obitelji. Istražuju se i novi životni stilovi, nove podskupine. Toffler naglašava kako je to sve povezano jednom velikom mijenom koja pred sobom ruši sve do sad važne institucije, izvrće vrijednosti i “potkopava korijene” (1975:9). Autor smatra kako je sadašnjica pokorena budućnošću i zato trebamo gledati današnje promjene ne bismo li shvatili sutra. Važno je promatrati sa strane trenutnog čovjeka koji sve promjene osjeća na svojoj koži. Ubrzanje ima psihološke i sociološke posljedice (1975:9). “Nadam se da je u knjizi uvjerljivo dokazano kako nam prijete opasnost od opće neprilagođenosti, ako hitno ne naučimo računati s brzinom mijene i u osobnom životu i općenito životu društva” (1975:10).

Pojam “šok budućnosti” prvi je put upotrijebljen 1965. godine. Alvin Toffler definirao ga je u članku za časopis Horizon kako bi opisao napetost i nesnalaženje kojima izlažemo pojedinca podvrgavajući ga prevelikim promjenama u vrlo malom odsječku vremena” (Toffler, 1975:10). Intrigiran promjenama, autor je pet godina proveo istražujući sveučilišta, istraživačke centre, laboratorije i državne agencije, čitajući bezbrojne članke i znanstvene rasprave i razgovarajući, doslovno sa stotinom stručnjaka koji s raznih stajališta pristupaju budućnosti i problemu ponašanja u vezi s mijenom” (1975:10). Shvatio je da svi, pa čak i nobelovci, psihijatri, fizičari i poslovni ljudi osjećaju tjeskobu zbog neprilagođenosti budućnosti.

Cilj knjige jest pomoći pojedincu kako bi shvatio što je budućnost i novom spoznajom je uspio ukrotiti i prilagoditi sebi. Uspješnije nošenje s osobnim i društvenim promjenama uzrokovanim budućnošću i nekontroliranim razvojem tehnologije, pospješit će se i adekvatnije reagiranje na njih. Iako su sva dotadašnja istraživanja bila usmjerena na određena područja kojima nas promjene nose, ovo je djelo usmjereno na brzinu puta. Autor smatra da je ona važnija od pravca jer sa sobom nosi promjene koje su neovisne, a utječu na društvo u trenutku. Brzina je neograničena, a ljudske su reakcije pak ograničene. U trenutku se mijenja sve oko nas, pa i naš pogled na svijet, što nas može zateći nespremne jer se ne mijenja samo naš život, već i mi sami. Iako se prije proučavala prošlost, kako bi se dokučila sadašnjost, Toffler koristi metodu proučavanja sadašnjosti kako bi predvidio budućnost. Objašnjava to činjenicom da društvene predodžbe o budućnosti mogu dati i vrijednosne podatke o viđenju sadašnjosti. Knjiga služi kako bi promijenila čitalaca i njegove stavove glede budućnosti, a ipak naglašavajući oprez kroz svjesnost uloge koju ona igra u sadašnjosti (1975:11).

Također, autor je svjestan da knjige ne mogu opisati trenutno stanje - ograničene su na protok čovjekove misli i njihov preobražaj u djelo. Dok se knjiga napiše, izda i distribuira, svijet se već promijenio. No, i to je dokaz brzine promjena. Pročitamo li činjenice unutar djela koje su već zastarjele ili one više nisu sukladne postojećima - shvatit ćemo naglost promjene i potvrditi autorovu tezu. Upravo je i to razlog zašto većina autora ne piše o trenutnom stanju, već se čitatelji zadovoljavaju općenitim temama (1975:12). "Jer ubrzanje mijene ne pogađa samo industriju i nacije. To je konkretna sila koja prodire duboko u naše osobne živote, prisiljava nas da preuzimamo nove uloge i suočava s opasnošću novog i zabrinjavajućeg duševnog poremećaja" (1975:18). Upravo se taj novi poremećaj i naziva "šokom budućnosti". Saznamo li njegove uzroke i simptome, lakše ćemo ga i savladati i racionalnije prihvatiti. Šok budućnosti sličan je pojmu "kulturni šok". On predstavlja "utisak što ga na posjetioca koji se nije pripremio, ostavlja susret sa stranom kulturom" (1975:18). Svaki put kada bismo izvukli pojedinca iz njegove poznate kulture i odveli ga u potpuno nepoznatu, bez mogućnosti povratka, uvidjet ćemo kako pati. Ne samo da je u novo vrijeme promijenjen gotovo svaki aspekt života i vrijednosti pojedinca, poput rada, religije, obitelji, vremena, prostora i ljubavi, već se nova kultura neprestano mijenja. Zbog toga je sve više ljudi koji se osjećaju nepovezano, dezorijentirano i tjeskobno. Dakle, nije riječ o izgubljenom pojedincu već cijelom jednom društvu, naciji, koja osim onih koji bi se trebali snaći, obuhvaća i sve ona najiracionalnije i najmanje sposobne članove. Rezultira se općim nesnalaženjem za koje će se pokazati da kao posljedice ima sve veće konzumiranje opijata, antidepresiva, kupovinu knjiga o samopomoći, nasilja i devijantnosti (1975:19).

Tehnološke inovacije nisu tek kombinacija tehnika i strojeva. Oni nude samo promjene prethodnih strojeva, a ne nova rješenja za probleme društva, filozofije i osobnih teškoća. To mijenja svu društvenu okolinu, intelekt i način pogleda na svijet (1975:31). "...svaka intelektualna disciplina, od političkih znanosti do obiteljske psihologije, ponesena je na vrhu vala imaginativnih hipoteza potaknutog pronalaskom i difuzijom elektroničkog računala čiji se potpuni utjecaj još nije ostvario" (1975:32). Određeni dio ljudi duboko su potresni bržim životnim tempom pa se osjećaju tjeskobno, zabrinuto ili neprilagođeno. Kada i dođu u sporiji tempo, očajno žele biti na mjestu svakog događaja, informirani o svakoj vijesti, doživljavajući "*FOMO*"- strah od propuštenih prilika. Ljudi se istovremeno pokušavaju oduprijeti vrtuljku života i sići s njega, a i biti angažirani u superindustrijskom društvu. Oni se neprestano kreću, a da ni ne znaju kuda. Bez putanje sa prividnom besciljnosti, pokazuju

mehanizme kompenzacije prilagodbe na novi način života (1975:38). Oni koji ipak ne osjećaju potrebu prilagodbe, bivaju odsječeni od društva, trendova, modernog načina života, zbog čega “ispadaju iz igre” i vegetiraju do smrti. Rješavanje problema vremena njegovog tempa, psihološki je problem poglavito starije generacije (1975:39).

Na dalje, sve je više najamnih stanova. Istraživanja pokazuju kako je izdano više građevinskih dozvola za izgradnju najamnih zgrada nego privatnih kuća. Ljudi nastoje brže otići s mjesta, a susjedski odnosi više nisu bitni jer se susjedi češće mijenjaju. Oni prestaju biti dugotrajni jer je stupanj geografske pokretljivosti vrlo visok. Susjedski odnosi postoje dok se ostaje na nekom mjestu. Međutim, sve je češće promjena stanovanja u obiteljima. Djeca odlaze od kuće, parovi se samostalno useljavaju, mijenjaju boravak zbog posla, ali i dok žive u kući, rijetko su u njoj jer je posao udaljeniji, a aktivan život se odvija na drugom dijelu grada.

Zatim, mogućnosti poput odabira spola djeteta, njegovog fizičkog izgleda već su realna činjenica koja ostavlja pritisak pojedincu. Zašto ne bismo unaprijedili dijete? Zašto bi sebično zadržali naše, nedovoljno dobre gene, kada bismo mogli izbrisati sve bolesti, genetsku problematiku ili anomalije koje bi potencijalno mogli poprimiti. U današnjem svijetu “brak je privremena, a ne trajna institucija” (Toffler, 1975:206). Homoseksualci postaju prihvatljivi roditelji, a umirovljenici počinju podizati djecu. Sve je više rastave, dok ih se u prošlosti nije moglo tako lako dobiti. To postaju zahtjevi slobode pojedinca koji se otuđuje od svega - obitelji, supružnika, susjeda i institucija. Uz prekomjerne mogućnosti izbora zapravo su “kljukane masovnom kulturom i prisiljene da prihvate takav način života” pod prividom da je to njihova odluka (1975:213).

Poglavlje pod nazivom “Mustang po vlastitom izboru” ne opisuje samo mogućnost odabira između mnogo vrsta različitih automobila, već i personaliziranje odabranog. Svatko želi biti, i vjeruje, da je poseban i drugačiji, zbog čega nastoji individualizirati svako moguće iskustvo (Toffler, 1975:214). U prilog tome ide i UNESCO-vo istraživanje o tiskanju knjiga u svijetu. “Jedan od najpouzdanijih znakova razlike u kulturi stanovitog društva je i odnos između broja različitih tiskanih knjiga i broja stanovništva” (1975:219). Ukus čitalaca utječe na tiskanje različitih knjiga, a što je on jednoličniji, manje će biti i izbora. Autor vjeruje kako povećanje toga broja najbolje govori o promjeni unutar kulture društva. Istraživanje je pokazalo kako se u najrazvijenijim zemljama (Americi, Kanadi i Švedskoj) tiskalo 50 % više

različitih knjiga u vrijeme globalizacije, dok se u zemljama nižeg razvoja (Indiji, Meksiku, Argentini, itd..) to nije događalo (1975:219).

Sve je više mladih podskupina. Ne samo zbog osjećaja izgubljenosti i traganja za vlastitim identitetom, već i zbog razlika u godinama. Uz brzi razvoj dolaze i nove promjene svake godine zbog čega prošlogodišnji trendovi nisu interesantni onima koji su se rodili poslije njih (1975:234). Nastaju “tvornice stilova života” u kojima se prodaje identitet podskupine (1975:249). Autor objašnjava da masovne skupine poput Crkve ili države zastaraju i popularnost im opada. Nove podskupine, uzimaju njihove ključne ideje, ubace više slobode i poput pravih trgovaca prodaju svoje ideje novim potrošačima. Tako se stvaraju sekte s novim načinima odijevanja, izražavanja, mišljenja i vrijednostima. Autor zaključuje kako nova kriza ili novi “šok”, sa sobom nosi i “zastrašujuće simptome poput sve veće upotrebe droga, širenje misticizma, eksplozije vandalizma i besciljnog nasilja, društveni nihilizam i nostalgiju te bolesnu apatiju većine ljudi” (1975:277). Naziva ih društvenim poremećajima do kojih dolazi zbog slabijeg procesa individualnog odlučivanja uzrokovanim prejakim podražajima okoline. Prividno nam se čini kako odlučujemo, no granice su izbrisane, a previše izbora, daje i veću šansu odabiru onog krivog. Uz izmijenjenu okolinu i nemogućnost prilagodbe, čovjek doživljava bombardiranje osjetila koje ostavlja razne posljedice.

Dakle, šok budućnosti jest bolest promjene. Njegov nadilazak zahtijeva temeljnu društvenu akciju kojom se ubrzanje mora prilagoditi nama, a ne obrnuto. Granice su nužne, kao i čovjekova uključenost, a ne pasivnost i kasnija prilagodba. “Pretpostavka na kojoj počiva djelotvorna metoda kojom možemo predusresti masovni šok budućnosti je svjesno usmjeravanje tehnološkog napretka” (1975:345). Za kraj, autor naglašava kako je nužan “pokret za odgovorno korištenje tehnologije” jer bi se njime trebale kontrolirati moći tehnologije i njen razvoj (1975:347).

3.2.2. Treći val

Alvin Toffler započinje djelo zamišljanjem scene u kojoj se istovremeno “teroristi igraju smrtonosnih igara s taocima, šire glasine o trećem svjetskom ratu, ambasade gore, mi s grozom piljimo u novinske naslove, inflacija divlja, banke podrhtavaju, vlade nemaju moć koju su imale, a prosječni čovjek pomišlja kako je svijet pomahnitao i da se sudnji dan bliži”

(Toffler, 1983:19). Treći val je, ističe autor, namijenjen svakom tko ne vidi kraj čovječanstva, već vjeruje kako je pred njegovim vratima novi početak. Upozorava kako se “sistemi vrijednosti raspadaju i propadaju, dok se čamci za spašavanje u obliku obitelji, crkve i države silovite vrte u krug” (1983:19), no ipak smatra kako promjenu možemo ukrotiti i preusmjeriti u kojem god smjeru želimo, kako bi išla nama u korist.

Autor naglašava kako su sve današnje promijene zavisne jedna od druge. Ne zbivaju se slučajno, već svaka ima uzrok u urbanizaciji i tehnološkoj razvijenosti. Raspad uže obitelji i širenje kultova, nisu promjene neovisne jedna o drugoj već imaju isti uzrok i kreću se u istom smjeru. Kablovska televizija i pojava fleksibilnog radnog vremena također su, iako naoko suprotne i nepovezane, pojave s istim uzrokom i smjerom kretanja. “Ovi i mnogi drugi, na izgled nepovezani događaji ili trendovi, uzajamno su povezani. Oni su u stvari dijelovi mnogo krupnijeg fenomena: smrti industrijalizma i uspona jedne nove civilizacije” (1983:20). Naglašava kako je nova civilizacija toliko revolucionarna da u njoj više ne vrijede stare pretpostavke i obrasci, iako su prije bile vrlo cijenjene i korisne. Novi svijet u kojem vladaju i nove vrijednosti i tehnologija, novi načini života i komuniciranja, zahtijevaju i potpuno nove ideje i istraživanja.

Za razliku od djela “Šok budućnosti”, “Treći val” nudi nam šire razdoblje - i prošlost i budućnost. U prvom je djelu autor opisivao preuranjen dolazak budućnosti i naglost promjena koje ono donosi, no u ovoj, tvrdi, fokusirao se na cilj tog kretanja, odnosno određite ubrzanja kojem nas promjene nose (1983:22). Autor je podijelio društvo na tri dijela: poljoprivrednu fazu prvog vala, industrijsku fazu drugog vala i na fazu trećeg vala koje upravo započinje. Iako bi se čovječanstvo moglo podijeliti na mnogo više faza, čak i preko njih sto, glavni smisao bi se izgubio, a i one značajnije podjele, te bi nam bila potrebna čitava knjižnica, a ne samo jedna knjiga. Autor smatra kako je za njegovu svrhu, važnija jednostavnija podjela kako bismo u njoj i uvidjeli pravu bit (1983:22). Industrijska sfera u knjizi je opisana pojmovima tehno - sfera, socio -sfera, info - sfera i sfera vlasti. One se zatim objašnjavaju kroz revolucionarne promjene svake u današnjem svijetu, poglavito kroz odnose s bio - sferom i psiho – sferom, preko kojih vanjske promjene najviše utječu na naš unutarnji svijet i živote. Treći val također stvara svoju nad - ideologiju za objašnjenje stvarnosti i svrhe. Autor smatra kako uvid u odnose dijelova i načela, pomaže shvaćanju preobrazbe putem moćne struje promjene što olakšava prilagođavanje novoj struji života kojom se kreće - novi val (1983:23).

Uz rušenje postojećeg društva za vrijeme eksplozivnih promjena, većina nas je i nesvjesno uključena ili u pružanje otpora novinama ili u stvaranje nove civilizacije. Autor se nada kako će “Treći val” pomoći u izboru (Toffler, 1983:24). Društvo je prošlo dva vala koja su izbrisala dotadašnju tradiciju i stvorila novu kulturu. Prvi je val - poljoprivredna revolucija, to učinio za nekoliko tisuća godina, drugi- industrijska revolucija - za tri stotine godina, a treći val, kako je predvidio autor, to čini za par desetaka godina i obećava svakom tko trenutno živi - novi poredak i shvaćanja koja prošli život čine nezamislivim (1983: 28). Podsjećam da je djelo napisano prije skoro četrdeset godina.

Također, novi val ne samo da je prepun promjena na koje se teško priviknuti, već su one očite na svakom koraku i neprestano ponavljane. “Za to vrijeme sredstva javnog informiranja obavještavaju o naizgled beskonačnom nizu pronalazaka, preokreta, čudnih zbivanja, atentata, otimanja, lansiranja u svemir, nemira u državama” (1983:34). Ljudi se najčešće osjećaju sigurno unutar svog doma, zajedno sa svojom obitelji. Međutim, i ona doživljava svojevrstu promjenu. Obitelj se unutar poljoprivredne revolucije, sačinjavala od velikog domaćinstva, s više koljena pod jednim krovom. Svi bi radili zajedno i bili nepokretni - vezani za zemlju. Današnja obitelj uglavnom je podrazumijevana kao ona uža - orijentirana na dva roditelja i dijete. Takav oblik ima tendenciju seljenja, migracijski i imigracijski (unutar mjesta - za vrijeme odlaska na posao i unutar države). S obzirom da se rad prebacuje na tvornice, djeca su prepuštena školama, a stariji staračkim domovima. Novo društvo zahtjeva veću mobilnost i lišenje onih koji su joj na teretu, što uzrokuje promjene u obiteljskoj strukturi (1983:47).

Autor objašnjava nastanak i potrebu za komunikacijom. Poštanska služba uspjela je prenijeti pisma, no nije mogla milijunima prenijeti istu poruku velikom brzinom. Telefoni jesu brži oblik, no poruka i dalje ne dolazi do milijuna u isti mah. Praznina i potreba koje su nastale uzrokovala su sredstva javnog informiranja (1983:54). Ljudi teže brzini informacije, novim znanjima i novim ponudama. Društva su učena da budu poslušna, kroz masovna obrazovanja te da se formiraju u dobre i marljive radnike. Ipak, ponude ih pretvaraju u potrošače koji teže hedonizmu i lagodnosti te teže individualističkom zadovoljstvu. Reklame su svuda oko nas, a unutar nas samih i borba osobnosti. Mame nas natpisi “kupi sad, plati poslije” koji doprinose da se nova kultura i dalje provodi i tvori od nas njene sluge koji moraju raditi ne bi li priuštiti uživanje usluga koje se prodaju (1983:62). Zaključuje kako takav pritisak dovodi do krize osobnosti (1983:149).

Jedna od zanimljivih metafora djela jest opis tajnih agenta kao današnjih idola. Agent 007 je špijun koji je postao poznatiji od bilo kojeg kauboja, policajca ili pustolova. Dok oni tragaju za materijalnim, bilo novcem, djevojkom ili zemljom, špijunova djelatnost su informacije, a one, kao takve, imaju najbrži rast te zahtijevaju znanje, a ne pištolje ili nasilje. Takav se lik cijeni i postaje simbol revolucije info - sfere (1983:183).

Promjenu u našoj percepciji uzrokuje i ubrzanje u nama samima. Nove informacije zahtijevaju brže revidiranje slika, a ako to ne učinimo odvajamo se od stvarnosti i izbacujemo iz toka. Količina slika koja pristiže utječe i na memoriju i pohranu, pa one postaju sve privremenije i počinju iščezavati (1983:185). Zbog toga novine gube svoje čitaoce. Čak je i McLuhan primijetio kako "članci sada izgledaju blijedo i anemično..." (McLuhan, 2008:201). Ne samo da novine opadaju zbog televizije, već im prijete i dnevni listovi koji su namijenjeni užem krugu čitatelja, s individualiziranim reklama za potrošače. Veća raznolikost ponude i specijalizacije pokazuju definiraniju publiku koju ne zadovoljava masovna objava.. To dovodi do velike razlike ljudi, ne samo po godinama, već i trendovima unutar svake generacije. Neki mladi slušaju rock, a drugi klasiku. Ipak, iako slojevi opterećuju društvo, oni i obogaćuju poruke koje se odašilju (1983:193). Ljudi teže individualizaciji, pa i manipuliranju prijemnika, a ne dozvoljavanju da on manipulira nama. Ovdje autor predviđa interaktivne medije (1983:191).

Zanimljivo je i opažanje unutar razlike spolova. Nekada su se žene borile za pravo rada ne bi li otišle od doma i ostvarile karijere van njih. Danas je sve više radnika koji rade od doma. Unašanje podataka u računala, bez intimnih kontakata sa suradnicima - moderna je vrsta posla, koja se nekada ne bi ni činila jednim (1983:228). Uz promjene u radu, promjene u vezama su također očite. Broj rastavljenih parova sve je veći, samci su na svakom koraku, a lokalni barovi se iz dana u dan množe. "Već je 1970. godine u SAD-u samo jedna od tri osobe živjela u domu s djecom mlađom od 18 godina" (1983:246). Velik broj ljudi otvoreno odbacuju roditeljstvo i grade karijere, a drugi žive u proširenim obiteljima s novim supružnikom, okupljajući djecu iz prošlih brakova. Za vrijeme pisanja djela, autor je iznio istraživanje o čak 25 % američke djece koja žive unutar takve obitelji (1983:248). Potrebe postaju sve veće, ne samo za slobodom već i proizvodima. Oni gube svoju kvalitetu i dugotrajnost radi masovne proizvodnje te obvezuju kupca na stalni *upgrade* i informiranje o novostima. Lažne potrebe bazirane su na trivijalnim mogućnostima izbora, a više usluga i diferencijalne robe pokazuje i veću raznolikost potreba i načina života. Harvardsko

istraživanje iz 1977. godine pokazalo je kako je tri petine ispitanih smatralo nove proizvode pogoršanim u odnosu na prošlo desetljeće (1983:269).

Zaključno, u trećem valu “mijenja se struktura našeg društvenog života - od obiteljskih veza i prijateljstva do naših škola i korporacija. Uz tehno - sferu i info - sferu trećeg vala, spremamo se stvoriti i socio - sferu trećeg vala” (1983:239). Danas se pojavljuje jedan protuzakonik - nova temeljna pravila za novi život koji izgrađujemo na masovnoj proizvodnji, razmasovljenim sredstvima informiranja, novoj obiteljskoj i korporacijskoj strukturi. Autor smatra kako moderni sukobi između mladih i starih, nisu ništa drugo doli sukoba između mišljenja kojeg zakona treba primjenjivati. Oni koji su prestali s radom od devet do pet i počeli noćne smjene ili honorarne poslove s fleksibilnim radnim vremenom koje označava posao tokom cijeloga dana, prilagodili su se ili barem pristali na nove uvjete (1983:22). Moderan je čovjek obrazovaniji i upoznatiji s informacijama, prema tome želi biti odvojen od omasovljavanja publike. Teži raznolikosti standardizacije života i promjenama u svim idejama - “političkim, seksualnim sklonostima, obrazovnim metodama, navikama u jelu, vjerskim gledištima, etničkim stavovima, ukusima u glazbi, modi i u obiteljskim oblicima” (1983:31). Dakle, “...pojava novog vala donosi i nov način gledanja na svijet” (1983:77), ali i nove probleme, novu strukturu komunikacija, nove vlasti. Uloga države se smanjuje jer ljudi teže nadnacionalnim organizacijama. Stvaraju se međunarodne i svjetske organizacije poput NATO-a, UNICEF-a, itd... što bi ljudima moglo dati veću sigurnost. Ipak, globalizam je iznad svake institucije i ideologije koje služe određenoj skupini. Nacionalizam je tvrdio da govori u ime cijele nacije, no globalizam govori u ime cijeloga svijeta (1983:104). Nova sirovina modernog društva jest informacija. Ona ovisi o sredstvima komunikacije, a one najnovije će, kada tisak i ostala ograničena komunikacijska sredstva izgube bitku, personalizirati prikazane slike svakoj osobi, koja će ih istovremeno moći mijenjati (1983:133). Istovremeno se boreći sa promjenama i njihovom brzinom, uviđamo potrebu za istraživanjima budućnosti osobnosti i politikom budućnosti. Novi slom ne odvija se samo u raspadu tehno - sfere, info - sfere i socio - sfere, već i u psiho - sferi (1983:145). Autor navodi veći postotak “luđaka i čudaka sa antidrušvenim ponašanjem... koji izbezumljeno tragaju za svojim identitetom ili za nekakvom čarobnom terapijom koja bi im reintegrirala osobnost, pružila trenutnu bliskost ili ekstazu, ili ih dovela do viših stanja svjesnosti” (1983:146). Sve je manje onih koji se osjećaju dijelom neke zajednice, a sve više usamljenih koji tragaju za sobom, smislom i ciljem. Sve je veća društvena raznolikost.

Uzrokovana je “razmasovljavanjem društva s naglaskom na razlike, a ne sličnosti” (1983:149). Raspad masovnog društva, omogućava ono čemu svatko teži - individualnosti, ali i doprinosi većem osjećaju izoliranosti. Autor ističe kako je jedini lijek obnova zajedništva (1983:150). Slom ustanova dakle slama i smisao života, jer ono bez granica i usmjerenja, daje slobodu i izbor u kakvom se teško skoncentrirati i snaći. Iznenađujuće promjene u obitelji, društvenim pravilima, poredcima autoriteta i kulturi treptaja, mijenja sliku svijeta kakvu smo do jučer nosili.

Zaključuje kako je utjecaj velik i na psihološki razvoj svakog pojedinca. To zahtjeva promjene u odgoju djece, njihovom školovanju, adolescenciji, radu i vlastitoj osobnosti. “Revolucija sredstva javnog informiranja mora značiti i revoluciju u psihi” (1983:172).

3.3. Manuel Castells

Manuel Castells rođen je u Španjolskoj, 1942. godine. Po zanimanju je sociolog i profesor emeritus na Kalifornijskom sveučilištu u Berkeleyju, gdje predaje komunikologiju i sociologiju. U Ameriku je došao 1979. zbog revolucije u informacijskoj tehnologiji koja ga se dojmila (Castells, 2000:13). Već dvadesetak godina bavi se proučavanjem društvenih posljedica informatizacije utjecaja informacijske tehnologije na društvene revolucije. Svojim djelima nastoji objasniti važnost utjecaja moderne tehnologije na društvo. “Tehnologija jest društvo, a društvo se ne može prikazati bez svojih tehnoloških alata” (2000:41). “Tehnološka revolucija temeljena na informacijskim tehnologijama sve brže mijenja materijalnu osnovu društva” (2000:37). Pojave poput veće fleksibilnosti upravljanja, decentralizacije, umreženosti poduzeća, kolektivna mobilizacije i uključenosti žena u plaćenu radnu snagu (uz diskriminacijske uvjete) sve su nove i zahtijevaju jednaku analizu. Autor naglašava kako kroz svoja djela proučava pojavljivanje nove društvene strukture koja je primarno povezana s pojavom novog načina razvoja i informatizacijom (2000:50).

Kao i uvijek, društvo je podložno moći. Moć je odnos koji označava primjenjivanje volje jednih na druge, fizički ili simbolički nasilno. Svaka društvena institucija i je izgrađena kako bi prenijela moć i svoju volju. Tako se i tehnologija koja potječe od dominantnijih sfera društva, širi kroz sve društvene odnose i sfere, djelujući na moć i iskustvo, koje uvelike mijenja. Cijena kojom se plaća poruka na televizija nije samo posjedovanje novca, već i moći. Njome se prihvaća umiješanost na utjecanje tuđeg iskustva (2000:365). Castells se slaže s Marshallom McLuhanom kod činjenice da je važnije ovladati medijem nego

sadržajem poruke (2000:28). Također, Castells smatra kako je McLuhan “revolucionirao razmišljanje o komunikacijama” te još šezdesetih godina previdio smjer globalizacije i decentralizacije masovnih medija (2000:358).

Informatizacijska je tehnologija fleksibilnija i prilagodljivija što daje privid individualizacije kojom svako može pronaći dio sebe u velikoj *Mreži*, pa ipak ograničava čovjekova iskustva i, velikom ih brzinom, mijenja. Castells se uvelike slaže s tvrdnjom Melvina Kranzebrgera koji je smatrao kako tehnologija nije niti dobra niti loša, ali nipošto ni neutralna (2000:97).

Iz djela “Informacijski grad” (1989.) i “Umreženo društvo” (2000.), izvući će se njihovi najbitniji elementi kako bi smo dobili teorijsku osnovu analize problema urbanizacije u društvu. Informacijski grad, njegovo je prvo djelo kojim je postao poznat među širom znanstvenom zajednicom kao istraživač utjecaja modernih tehnologija i informatizacije na ljude. Knjiga daje prvotni okvir njegove misli i objašnjava teorije koje se u kasnijim djelima razgrađuju i dopunjuju. Tako, “Informacijsko doba” postaje najupotpunjanije djelo o spomenutim temama. Analiziranjem modernog društva, autor zaključuje kako nove tehnologije uvelike utječu na njegov razvoj koje i funkcionira zahvaljujući, i pod utjecajem novih tehnologija. Informacijsko društvo postalo je ovisno o elektronici i modernoj vrsti komunikacije.

3.3.1. *Informacijski grad*

Korice knjige sažimaju glavnu bit dijela: “Gradovi i regije svijeta mijenjaju se pod utjecajem tehnološke revolucije i novog kapitalističkog sustava” (Castells, 1989). Autor nastoji objasniti interakciju između informacijske tehnologije, ekonomskih promjena, kao i onih društveno - prostornih promjena “kroz empirijsko promatranje suvremenih nacionalnih, urbanih i regionalnih procesa u kapitalističkom svijetu, urbanom i regionalnom razvoju.” Pojava nove tehnologije mijenjala je ljudski život na čak tri razine komunikacije: one na daljinu, intraregionalnu i lokalnu (Castells, 1989).

“Tehnološka revolucija kroz povijest je transformirala fundamentalne dimenzije čovjekovog života: vrijeme i prostor” (1989:1). Ta uvodna rečenica Castellsova djela *Informacijsko društvo* odgurnula nas je u samu njegovu bit. Sav život određen je segmentima vremena i prostora, a ukoliko su oni promijenjeni, promijenjena je i cijela naša svakodnevnica. Industrijske i tehnološke inovacije utjecale su na svaki aspekt života, a kroz ovo djelo

upoznajemo utjecaj na rad, radno vrijeme, ekonomiju, kulturu i distancu među ljudima u svim društvenim aktivnostima (1989:1). “Informacijska tehnologija otvorila je nelimitiranu mogućnost kreativnosti i komunikacije, pozivajući nas da istražujemo nove domene iskustva, iznutra prema otvorenom svemiru, izazivajući naše društvo na sudjelovanje u procesu strukturalne promjene” (1989:1). Castells tvrdi kako nam je rečeno da telekomunikacije dopuštaju rad od doma zbog prividno privlačne fleksibilnosti informacija. “Ljudi imaju mogućnost ostati doma, a istovremeno i biti otvoreni cijelome svijetu slika, zvukova i komunikacija, i to često interaktivno. Nove informacijske tehnologije imaju fundamentalni utjecaj na društvo, pa tako i na gradove i regije, no njihovi efekti variraju ovisno o interakciji s ekonomijom, društvom, politikom i kulturnim procesima koji dalje oblikuju produkciju i uporabu novih tehnologija medija” (Castells, 1989:2).

Djelo analizira odnos između novih informativnih tehnologija i urbanih regionalnih procesa u kontekstu povijesnih promjena i transformacija. Hipoteza jest da se stvorio novi model društva: “socio - tehnološki” koji je utjecao na društvo općenito, no ponajviše na institucionalizaciju i ekonomsku organizaciju svakog društva (1989:2). U samom uvodu knjige *Informacijski grad*, Castells tvrdi: “Tehnološke revolucije uvijek su dio većeg procesa promjena” (1989:2). U trenutku su se odvijale: socijalna, ekonomska i tehnološka promjena, a “socio - ekonomsko - tehnološke promjene transformirale su društvo, gradove i regije” (1989:3).

Iako Castells tvrdi kako je vrlo malo empirijskih istraživanja na koje bismo se mogli osloniti na temu utjecaja komunikacijske tehnologije na urbani društveni život pojedinca bazirajući se na ideologiju, zbog čega je vrlo teško donijeti ozbiljnije zaključke trenutne preobrazbe povezane s tehnološkim transformacijama (1989:5), samouvjerenost tvrdi kako “...određeni sociološki efekti jesu povezani s novim tehnologijama ili informacijskim modelom razvoja” (1989:3). Čak smatra kako “tehnološke promjene jedino mogu biti razumljive u kontekstu socijalne strukture u kojoj su se i izgradile, odnosno zauzele svoj položaj” (1989:7). Utjecaj novih tehnologija na zapošljavanje, kvalitetu rada i njegovo stanje, socijalna je debata zahvaljujući tehnološkoj revoluciji. “Budući da su gradovi sačinjeni od ljudi, a ljudi su radnici, veza između tehnologije i rada odlučujuća je u kreiranju urbane dinamike” (1989:172).

“Dominantnije organizacije ne samo da su promijenile već i ugrozile dotadašnji kulturni identitet i lokalne vrijednosti preko medija informativne tehnologije” (1989:6).

Pojava nove tehnologije mijenjala je ljudski život na čak tri razine komunikacije: one na daljinu, intraregionalnu i lokalnu (1989:148), a mobilnost utječe na zaštitu vlastitog identiteta jer ako sami možemo doći do bilo kojeg mjesta, i ne odsjedajući fizički na njemu, može i bilo tko drugi na ono naše. Castells to naziva socijalnom shizofrenijom (1989:347) jer se paranoidno i, često nesvjesno, nastojimo nanovo povezati, postajući plemenima, kako bi se istaknuli i našli svoje mjesto u informacijskoj ekonomiji nanovo tražeći vlastiti identitet (1989:350). Castells tvrdi kako je jedino rješenje za ne gubljenje identiteta u modernom društvu: ne jurenje za novcem, već očuvanje kulture, hranjenje povijesnih vrijednosti, simbola i ostalih znakova ujedinjenja (1989:351).

3.3.2. Uspon informacijskog društva

“Informacijsko doba” trilogija je koju predvodi prva knjiga, “Uspon umreženog društva”. “Informacijsko doba: ekonomija, društvo i kultura” novi je sociološki klasik društvene znanosti (Castells, 2000:11). Castells uzima veliki obujam tema, te spaja veze između razvoja i suvremenih oblika tehnologije, društvenog identiteta i kolektivnog djelovanja medija, religije, obitelji, itd.. U djelu korelacijski povezuje informacijsku revoluciju i probleme u društvu. Djelo se poglavito bazira na utjecaj nove informacijske tehnologije, posljedice informatizacije i pojavu virtualnog svijeta. Nudi novu teoriju informacijskog društva koje stvara nove razvojne tendencije u cijelome svijetu. Istovremeno pregledava već uobličene promjene današnjeg svijeta koje kontrira novim spoznajnim primjenama unutar današnjeg društva. Metodologija jest proučavanje istraživanja kombinirajući razna područja, od komunikologije, povijesti, sociologije, pa sve do politike, kulture i ekonomije, odnosno uključivši sva područja unutar kojih je nova tehnologija ušla. Koristi i novi informacijski “ocean riječi” koji je dobro poznat mlađim generacijama (linkovi, virtualne šetnje, itd..) nastojeći objasniti promjene u svim sferama društva (2000:14). Njegovo glavno pitanje jest na koje se sve načine mijenja društvo i koliko je to povezano s tehnologijom i informacijskog revolucijom. Kapitalizam sada svuda prodire putem nove, informatičke tehnologije i tako nanovo određuje strukturu i razvojni smjer društva, a time i životne šanse gotovo svih ljudi (2000:10). Autor zaključuje da primjena novih tehnologija većinski služi samo manjini društva, a ozbiljno prijeti njegovoj većini, zbog čega je razvoj društva putem tehnologije vrlo kompleksan problem (2000:12). Informacijsko društvo smatra se onim koje donosi mnoge promjene. Uz sve svoje prednosti i nedostatke ova knjiga služi njihovom osvješćivanju, te je namijenjena društvenim znanostima novoga svijeta (2000:12).

“Djelo za novu epohu”, pita se ima li novi tip društva išta zajedničko s prošlim. Autor smatra kako vrijeme nije razlog takvih značajnih promjena, već pojava i razvoj modernih tehnologija (2000:9). Današnje tehnološko znanje zamjenjuje ono što je nekada bio fizički rad, a to je odlučujuće za daljnji ekonomski razvoj (2000:10). Autor naglašava kako kapitalizam danas zahvaća mjesto u svijetu putem sve brže i rastuće tehnologije informacija i “određuje strukturu i razvojni smjer društva, a time i životne šanse gotovo svih ljudi” (2000:10). Autor smatra da je zadatak suvremenih znanstvenika otkriti uzroke i posljedice novonastalih promjena, a ne mučiti se pitanjima je li današnje društvo bolje ili gore (2000:11). Castells je među prvima uvidio značajnu poveznicu između tehnologije, društva i povijesnih promjena. Smatrao je kako informacionalizam i industrijalizam uvelike utječu na načine razvoja društva putem revolucija informacijskih tehnologija. U ovome je dijelu obuhvatio dinamiku tehnoloških promjena unutar društvenog konteksta i prvi objasnio kulturu stvarne virtualnosti koja integrira elektroničke komunikacije i označava kraj masovne publike te uspon interaktivnih mreža (2000:356).

Tijekom industrijske revolucije, učilo se kroz primjenu, npr. aparat koji kupimo, uključimo u struju i provjerimo radi li. No, informacijska se tehnologija razvija tako da se aktivno iskušavaju njeni učinci. Oni su neprestano podložni novim promjenama koje poboljšavaju i osvježavaju njezine kvalitete i mogućnosti. To neprestano povećava moć i upotrebu informacijske tehnologije (2000:17). Od biotehnologije kojom se manipulira genima i gotovo momentalnim razvojem i načinima naoružavanja ljudi, do nove vrste komunikacije, prosječan se čovjek gotovo boji i shvatiti upravljanja od strane onih koji posjeduju “Mrežu” i služe se jezikom koji prosječan čovjek niti ne razumije. Time se razvija ovisnost o porukama, za informacije putem prijenosa vijesti od strane medija ili za urbano planiranje. Umreženo društvo donosi činjenicu kako pojedinac više nije osnovna jedinica organizacije, niti su to obitelj ili država, već mreža koja ima najveći globalni obuhvat ikad pojmljiv. Ona nije centralizirana organizacija i nudi novu kulturu: kulturu stvarne virtualnosti koja je uz medije svuda oko nas. Mijenja našu stvarnost koja se zbiva van naših osjetila, pogleda i pristupa, jer putem nje, i kada ugasimo svoje mobitele ili kompjutere, ono što je daleko - zamišljamo upravo onako kako su mediji servirali vijesti o tome. Time virtualna stvarnost postaje i stvarna virtualnost.

Suvremeno društvo dijeli se na one koji pripadaju mreži, rade na njoj i one koji nisu njen dio. Jaz moći sve je veći jer jedni profitiraju globalnim razvojem, a druge on potpuno

isključuje (2000:14). Prostorno-vremenski odnos potpuno je promijenjen te informacija u trenutku napravi krug oko zemlje. Iz prolaznog se bježi u neprolazno, iz smrtnog života u beskonačnost i besmrtnost, a iz zbiljskog u nezbiljsko. Stanovnici svijeta koji su globalno uključeni u mrežu nemaju međusobnog doticaja s onim isključenima (2000:20). Iako stvarna virtualnost ne pripada nijednoj kulturi pojedinačno, opet uzima od svih kako bi omogućila “bezvremeno vrijeme” (2000:20). Porast broja samačkih kućanstava, brakova i obitelji bez djece, i drugih kategorija u patrijarhalnom društvu sve je veći. Promjene seksualne prakse, poput porasta broja homoseksualnih brakova i pojave devijantnih ponašanja poput ukidanja zabrana i veće slobode unutar veze danas su normalna pojava. Mreža ne podnosi patrijarhalnu organizaciju već slobodu i autonomiju, pa i u pogledu obiteljskog i bračnog života te seksualne prakse. Iz autorovih analiza posvećenih vlasti i politici u informacijsko doba, proizlazi da se državi “ne piše dobro” (2000:21). Autor smatra kako pitanje moći nije riješeno već se pomiče prema kulturnoj sferi, odnosno mjestu na kojem se informacije vežu s uvjerenjima i obrascima ponašanja ljudi - mijenjajući njihovo iskustvo, kao i spremnost na akciju (2000:26). Tehnologija dobrim dijelom izražava sposobnost društva da se uzdigne do tehnološkog umijeća posredovanjem društvenih institucija, uključujući i državu. Povijesni proces kroz koji se zbiva takav razvoj proizvodnih snaga, označava obilježje tehnologije i njezino uplitanje u društvene odnose (2000:48).

Individualna moć tajkuna također je sve manja. Medijski tajkuni su moćniji od svih političkih vođa dok su im mediji naklonjeni i dok poštuju konkurentske medijske kuće. Da pluralizam posjeduje moć, pokazuje i slučaj Berlusconi koji je bio vlasnik više od polovine medija, putem kojih je nastojao osvojiti političku vlast, no srušili su ga ostali mediji. Kriminalne aktivnosti i organizacije poput mafije isto su postale globalne i informacijske, a time i dostupnije i umreženje. Novi sustav komunikacije sa sve univerzalnijim jezikom nudi lakši prijenos tajni do onih kojima bi bilo od koristi pročitati ih. Istovremeno, moć političkih sustava među zajednicom slabi jer je također ključno ovisna o medijima, a time i sve udaljenija od građanstva (2000:38).

“Izvanredno je velik jaz između naše tehnološke prerazvijenosti i naše društvene podrazvijenosti” (2000:29). Komunikacijski sustavi ostvaruju snažan utjecaj putem društvenih interesa što prethodi stvaranju nove kulture: kulture stvarne virtualnosti (2000:358). Stvarna virtualnost je dakle, iskustvo u kojem je realna stvarnost (materijalno ljudsko postojanje) posve obuhvaćena i uronjena u virtualnu postavu slika, odnosno

izmišljeni svijet koji lažno prikazuje npr. udobnost doma, sliku bara itd., kopirajući stvarni svijet i situacije. Time pojave ne postoje samo na ekranu pomoću kojeg se komuniciraju, već same postaju novo iskustvo (2000:400).

"Smatraš li se učenim načitanim čovjekom?"

"Svakako.", odgovorio je Zi-Gog, "Zar ti nisi?"

"Nikako.", rekao je Konfucije. "Samo sam dosegao nit koja povezuje sve ostale"

(Castells, 2000:37)

Zaključno, Castells smatra kako "uključivanje većeg dijela kulturnih izraza u integrirani komunikacijski sustav temeljen na digitaliziranoj elektroničkoj proizvodnji, distribuciji i razmjeni signala ostavlja velike posljedice na društvene oblike i procese" (2000:402). Na dalje, smatra kako to uvelike smanjuje i značajno oslabljuje moć tradicionalnih pošiljatelja van sustava (poput religije, morala, autoriteta i tradicionalnih vrijednosti). Naglašava da oni neće nužno nestati samo ako se kodiraju u novi sustav koji nudi njihovo umnožavanje elektroničkim putem. Primjerice, tijekom karantene uzrokovane novim Corona virusom, Crkve nisu mogle širiti svoju riječ uživo, već su bile primorane uključiti se u društvene mreže putem kojih će obavještavati zajednicu. Autorovo istraživanje novonastalih društvenih struktura završava mišlju kako dominantne funkcije i procesi u novom, modernom i informatičkom dobu, organiziraju se oko mreža. Mreža tako stvara novi oblik društva, a umrežavanje značajno mijenja iskustva, moć i kulturu zajednice (2000:493).

3.4. Thomas Kuhn

Thomas Samuel Kuhn rođen je 1922. godine u Cincinnatiju, u Americi. Umro je 1996. godine u Cambridgeu. Bio je američki povjesničar znanosti te autor važnih dijela. Struktura znanstvenih revolucija njegovo je najvažnije djelo i najutjecajnije djelo povijesti i filozofije 20. stoljeća. Iako je diplomirao i magistrirao fiziku na Harvardskom sveučilištu, doktorirao je povijest znanosti. Predavao je povijest i filozofiju na Harvardu, Princetonu, Berkeleyu ins MIT-u (Kuhn, 2002:219).

Smatrao je kako "tehnologija značajno igra važnu ulogu u nastajanju novih znanosti" (2002:28), a otkriće počinje s pitanjem o nepravilnosti, odnosno uviđanjem da je priroda u nekakvom otklonu od onih očekivanja koja postavlja paradigma koja vlada normalnom znanosti. Ona se istražuje sve dok se potpuno ne prilagodi i ne postane ono očekivano. Autor

naglašava da je otkriće kisika značajno promijenilo znanost i zadužilo je na mnogobrojna nova i neočekivana istraživanja i prepravke. Možemo samo zamisliti koliko je nova vrsta komunikacije, utjecala na znanost (2002:68).

3.4.1. Struktura znanstvenih revolucija

Struktura znanstvenih revolucija djelo je koje, za razliku od prošlih spomenutih, ne traži korelacije urbanizacije i društva, već urbanizacije i znanosti. Autor proučava na koji su način znanstvene revolucije utjecale na tradicionalnu znanost. Ističe kako svaka nova revolucija stvara nove znanosti, prakse i načine proučavanja. Ovo nam djelo daje širu sliku revolucija i prikazuje koliko one utječu na znanost. Autor smatra kako prije proučavanja svake društvene promjene, moramo istražiti onu znanstvenu. Sve što se ponaša na očekivan način, raste do tada nepoznatom brzinom, iskazuje nepravilnost koja će zasigurno utjecati na promjenu ljudskog života. Takva se nepravilnost “usprkos naporima, ne uspijeva uklopiti u stručna očekivanja” (Kuhn, 2002:19). Dakle, kada struka nije u stanju izbjeći nepravilnost, normalna znanost zastrani i nova znanost potkopa postojeću tradiciju prakse. To zahtjeva i nova istraživanja i proučavanja znanstvene revolucije jer se dosadašnji stavovi preokreću i temeljna zadaća, po novome postaje istraživanje njihovog utjecaja na društvo i znanost. Nove paradigme zahtijevaju nove instrumente i istraživanje, dotad neistraženih novih područja. Tako znanstvenici drugačije vide čak i one stvari i mjesta koja su i ranije promatrali. Predmeti postaju viđeni u drugom svijetlu, a pridružuju im se oni koji su dotad bili nepoznati. Iako nema zemljopisnog premještanja, svijest se širi, a nova se tehnologije kreće primjenjivati. Znanstvenici i ljudi, nakon revolucije, svijet vide na drugačiji način (2002:121).

Na primjer, prijašnji narodi koji su komunicirali pismima to su vidjeli kao revolucionaran način komunikacije. Da su ovdje s nama, možemo samo pomisliti što bi jim prolazilo kroz glavu vidjevši koliko brzo moderan svijet komunicira s ljudima širom planeta? “Ono što su u znanstvenikovom svijetu prije revolucije bile guske, poslije revolucije su zečevi. Čovjek koji je prvo vidio gornji dio kutije izvana, kasnije vidi njezinu unutrašnjost” (2002:121).

Kao što dijete počinje shvaćati da nisu svi odgovorni za reagiranje na njegove zahtjeve, već postoji osoba koja mu je posebno privržena, na isti način trebamo shvatiti kako svaka promjena u znanosti utječe i na društvene spoznaje, primjene, iskustva i cijeli opazajni

svijet. Kuhn koristi primjer djeteta koji uči značenje riječi “majka”. Ne samo da tada savladava novu riječ, već je i prenosi na žene, a potom iz njih izdvaja svoju majku (2002:137). Osim što uči značenje riječi i tko je njegova majka, istodobno shvaća i razliku između muškog i ženskog spola i načina ponašanja majke i ostalih ljudi prema njemu. Njegova će daljnja očekivanja i vjerovanja biti uvjetovana novim činjenicama i mijenjati njegov dotad ustaljen način vjerovanja (2002:137). Svako rješavanje problema, nužno donosi napredak, a svaki je napredak univerzalna popratna pojava znanstvene revolucije (2002:175).

Nova promjena pokazuje i kako je ona posljedica nečega što prije “nije krenulo kako treba” ili je imalo nedostatke. Te posljedice otvaraju stanje nepravilnosti koje se prilagođavaju sve dok ono prvobitno, nepravilno, ne postane anticipirano. Tada proces završava i nova znanost postaje akumulirana (2002:76).

Zaključno svaka paradigma prethodi znanosti, ta primarna znanost postaje ona normalna. Kasnije se pojave anomalije koje uzrokuju krizu, kriza uzrokuje revoluciju, a revolucija novu paradigmu iz koje nastaje poboljšana, nova znanost. Paradigme su načini za promatranje svijeta, odnosno uvidi u fenomene područja znanosti kojima su oni objašnjeni i viđeni (2002:232). Odnosno, znanost je još jedan od društvenih pohvatati posljedica.

4. METAMORFOZE UZROKOVANE MASOVNIM KOMUNIKACIJAMA

Nakon što smo objasnili definicije i teorijski okvir rada, slijedi povezivanje procesa urbanizacije, urbanizma i globalizacije sa promjenama u raznim društvenim strukturama. Započet će se sa preobrazbom rada, zatim obitelji i ulozi žena, zatim u načinu objedovanja te na posljertku religiji. Iako se sve sastavnice čine običnima i svakidašnjima, njihovo je mijenjanje kroz godine očigledno. U ovom će se dijelu rada pokušati uspostaviti uzročno - posljedična veza spomenutih promjena i urbanizacije.

4.1. Metamorfoza rada i kapitala

U manjim naseljima, živi se gdje se i radi, a jede se što se uzgojilo. Život se čini jednostavnijim i potpuno suprotnim onom u velikom gradu u kojem je kapitalistički način proizvodnje doveo do sve oštrije proizvodne distinkcije između kuće i posla (Giddens, 2007). Uz svakojake mogućnosti koje su došle s urbanizacijom, razvila su se i nova zanimanja, a njime i novi kapital. U velikom gradu, stanovnici koji žele ugodno živjeti, moraju biti i više od radnika i postati stručnjaci, koje ni strojevi ne mogu zamijeniti. Prateći trendove, javlja se i pritisak. Iako je primarna svrha elektronike olakšati rad, ona uvelike utječe na komunikaciju i međuljudske odnose. O tome je pisao, i već spomenuti, Manuel Castells, tvrdeći kako je nova struktura zanimanja vrlo važna promjena. Sve je manje obrtnika, a više menadžera i stručnjaka (Castells, 2020:54). Revolucije mikročipova, mikroinžinjerina, tvrtka Apple i Sicilijske dolina, promijenile su pojam rada i zahtijevale mnogo više od prosječnog čovjeka koji se jedva uspio prilagoditi modernoj tehnološkoj revoluciji. Globalizacijom je sve postalo dostupnije, brže i jednostavnije. Ipak, elektronska međuzavisnost uvelike utječe na stvarni kontakt dvoje ljudi i njegovo poimanje svijeta u kojem živi, što dovodi do implozije komunikacije.

4.1.1. Nematerijalni rad

André Gorz u djelu *Nematerijalni rad* (2003), izražava zalaganje za stvaranje nove ekonomije temeljene na istinskom znanju. Zaključuje kako rad sada leži u ljudskom umu, a

ne u ljudskoj ruci, zbog čega živimo u svijetu u kojem materijalni proizvodi sve više postaju nositelji nematerijalnih simboličkih i estetskih poruka. Prava ekonomija znanja, po njemu bi predstavljala ekonomiju s razmjenom od nula troškova i ujedinjenim resursima, u kojoj bi se znanje tretiralo kao zajedničko vlasništvo i dobro čovječanstva.

Ekonomija znanja proizvodi društvene aktivnosti, koje dalje, tvore i samu spoznaju, a kako bi ju poduzeća iskoristila, tj. pretvorila u kapital, privatiziraju je, na način potraživanja vlasništva kroz privatne licence i autorska prava. Autor ističe kako je novi oblik stvaranja bogatstva gotovo nemoguće izmjeriti u novcu, zbog čega se, kao posljedica, tradicionalni temelji kapitalističke ekonomije počinju rušiti, što rezultira krizom kapitalizma. Moderno doba prolazi metamorfozu načina proizvodnje. Moderni se kapitalizam bazirao na količini postojanog materijalnog kapitala, a postmoderan je usredotočen na nematerijalni rad; inteligentni kapital; spoznajni kapital ili pak, ljudski kapital. Prije se jednostavan fizički rad smatrao i izvorom vrijednosti, a produkt rada materijalne proizvodnje bilo je više jedinica proizvoda čija se distribucija mjerila jedinicama vremena. Nematerijalni se rad pak, ne može mjeriti klasičnim mjerilima. Sve manje poslova ovisiti će o radnom vremenu i količini upotrijebljenog rada, jer će poduzeća sve više ovisiti o općoj razini znanosti i tehnološkog napretka (Gorz, 2003). Slobodno vrijeme za puni razvitak pojedinca Gorz (2003) promatra kao proizvod postojanog kapitala te dodaje kako se ideja "ljudskog kapitala" nalazi već u Marxovim tekstovima iz 1857. godine. Vrijednost danas svoje izvorište nalazi u inteligenciji i imaginaciji. Znanje pojedinca vrijednije je od stroja, a noseći vlastiti kapital, čovjek nosi i kapital poduzeća. Nije riječ o znanosti ili spoznaji već inteligenciji, imaginaciji i znanju koji zajedno čine ljudski kapital. Spoznaje su "objektivizirani sadržaji koji nikome ne pripadaju" te je njih, za razliku od općeg društvenog rada, nemoguće prevesti i mjeriti jednostavnim apstraktnim jedinicama (2003:16). Nije ih moguće svesti na količinu apstraktnog rada kojemu bi bile ekvivalent rezultati ili proizvodi. Gorz (2003:17) naglašava kako one nisu isto što i znanje i inteligencija. Znanje se sastoji od iskustva i postupaka koji su postali intuitivnim i naviknutim, dok inteligencija, obuhvaća mnoštvo sposobnosti koje uključuju prosudbe, razlučivanja i sklonosti usvajanja novih spoznaja koje se kombiniraju sa znanjima. Autor navodi primjer učenja jezika gdje odvajaju spoznaju gramatičkih pravila i znanje govorenja nekog jezika jer, da bi se znalo govoriti valja prestati sa spoznajnim odnosom prema jeziku. Znanje je naučeno kad ga je osoba usvojila do te mjere da zaboravlja da ga je morala naučiti. Lakše je prvo naučiti razgovarati, a potom gramatička pravila koja uređuju funkcioniranje samog jezika jer je takav pristup mnogo kraći i lakši od obratnog puta. Ako se nauči jezik

učeći gramatička pravila neće se znati govoriti, no ako se prvo okušamo u govornom znanju, bez muke ćemo naučiti i gramatička pravila (2003).

Raznolikost heterogenih sposobnosti, prosudbi, intuicija, kao i estetski ukus, obrazovanost i informiranosti, mogućnost prilagodbe nepredviđenim situacijama, tvore nematerijalni kapital. Također, svojstva ponašanja, izražajne i imaginativne vrline, osobna uključenost u zadaću koju valja obaviti, postaju osobne usluge koje je nemoguće kvantificirati. Zaposlenici kroz njih predstavljaju i svoje ponašanje i emocionalnu kompetenciju, što je vrlo važno u ocjenjivanju njihova rada, za razliku od prijašnjih vremena, u kojima se ocjenjivao broj sati prisutnosti. Današnji je dakle, fokus upravo na postignutim ciljevima i rezultatima, kao i zadovoljstvu klijenata. "Raditi znači proizvoditi se" (Gorz, 2003:18). objašnjava se informatizacijom industrije koja rad nastoji pretvoriti u upravljanje stalnim kolanjem informacija. Pružatelj usluga mora neprestano biti predan i posvećen tom upravljanju kolanja, dok se istovremeno proizvodi kao subjekt kako bi ga usvojio. Komunikacija, suradnja te općeniti odnosi među pružateljima usluga, sastavni su dio prirode rada, o čemu ovisi i sama uspješnost. U modernom kapitalizmu, ono što vrijedi nije ukupnost rada pojedinaca, već kvaliteta i prikladnost komunikacija isprepletenih oko proizvodnog sustava. To je nova definicija uspješnosti, budući da se zadaće više ne mogu definirati na objektivan i mjerljiv način. Novo mjerilo se odnosi na osobe i njihovu subjektivnu uključenost, tj. motivaciju.

Na dalje, ideja vremena kao mjerilo vrijednosti više ne funkcionira, a jedno od važnijih mjerila postmodernizma jesu koordinacija i motivacija. Nematerijalni rad je ustvari žarište stvaranja vrijednosti. Radnik koji ne postavlja pitanja nego sluša naredbe koje mu prenosi industrijska mašinerija te valja imati brzinu i ritam, bio je nekada tražen. Danas je zamijenjen visokom tehnologijom. Netko tko se samoproizvodi i nastavlja se samoproizvoditi je ipak nezamjenjiv. Za moderna poduzeća, takvi radnici posjeduju ljudski kapital koji je besplatan resurs. Ističe kako tvrtka Microsoft trećinu svojih poslovnih iznosa upravo iz tog razloga, ulaže u reklamu i marketing. Sama marka danas predstavlja unovčenu simboličku vrijednost, a ugled kompanije u stvari ne proizlazi samo iz unutarnjih svojstava njezinih proizvoda. Materijalni proizvodi u konačnici postaju prijenosnicima usluga i poruka koje klijentima nastoje dati identitet svoje marke koji se ne može imitirati. Gorz (2003) objašnjava kako proizvodnja marke i proces brendiranja kroz reklame, *stylinge*, dizajn itd.. koji ju podupiru, obavljaju međutim dvojaku funkciju: izrazito ekonomsku i komercijalnu funkciju, s jedne, i političku i kulturnu funkciju, s druge strane. Marka ima zadaću obdarivanja

proizvoda umjetničkom, estetskom i društvenom vrijednošću u usporedbi s proizvodima s istom upotrebom. Ona služi kako bi proizvela želje, zavist, osobne slike i životne stilove koje će pojedinci prilagoditi i preobraziti. Reklame pak sadrže i prenose poruku koja čak i najtrivijalnije proizvode pretvara u prijenosnike simboličnog smisla.

Zaključno, zbog svega što se od modernog gradskog radnika očekuje, ni ne čudi činjenica da su obrazovaniji stanovnici skloniji samoubojstvu, od onih manje obrazovanih. Znanje može dovesti do konfuzije smisla i zapostavljanje intuicije ili suživota s prirodom. Tome svjedoči činjenica kako je niža stopa samoubojstva prisutnija tokom ratnim zbivanja (Šakić, 2011). Možemo zaključiti da takva razdoblja daju trenutni smisao, nakon kojeg se on gubi i stopa samoubojstava naglo raste. Samoubojstvo se mijenja obrnuto proporcionalno stupnju integriranosti društvenih grupa kojima pripada pojedinac, a stanovnici gradova manje su povezani sa susjedstvom, češće imigriraju, zbog čega se i javljaju osjećaji anonimnosti i usamljenosti.

4.2. Metamorfoza obitelji, položaja žena i religije

Tijekom 20. stoljeća, udio tradicionalnih nukleusnih obitelji u većim se gradovima i industrijskim središtima smanjuje. Trenutačno je prisutna sve veća raznolikost obiteljskih oblika (Giddens, 2007). Oni se proučavaju pomoću više teorijskih pristupa. Funkcionalizam ističe obitelj kao osnovnu društvenu instituciju čija je jedna od uloga i socijalizacija djece. Feministi pak proučavaju nejednakosti u obiteljskom životu (kućna podjela rada i neravnopravni odnosi moći). Funkcionalisti vide obitelj kao “skup društvenih institucija koje obavljaju specifične funkcije kako bi omogućile kontinuitet i konsenzus” (2007:174). Nukleusna obitelj ispunjava specijalizirane uloge u društvima čime naglašava njenu važnost kroz obavljanje brojnih zadataka važnih za osnovne potrebe društva čime se i održava društveni poredak. Ona je skupina izravno, srodničkim vezama, povezanih ljudi, pri čemu odrasli pripadnici preuzimaju odgovornost za brigu o djeci (2007:170). njena primarna svrha jest predstavljati “suradničku jedinicu utemeljenu na zajedničkim interesima i međusobnoj potpori” (2007:174). Dvije osnovne funkcije obitelji jesu primarna socijalizacija i stabilizacija ličnosti (Parson i Bales, 1956. prema Giddens, 2007). U primarnoj socijalizaciji djeca uče norme ponašanja društva u kojem su rođena (2007). Obitelj je stoga i najvažnije mjesto za razvoj ličnosti jer se ono odvija u ranom djetinjstvu (2007). Unatoč prisustvu stigme koju manje zajednice upućuju devijantnim obiteljima, mnogi smatraju kako je upravo

liberalizam, koji je daleko prisutniji u gradovima od sela i manjih mjesta, kriv za sve veći odmak od tradicionalne obitelji. Sve veća stopa razvoda rezultira samohranim kućanstvima i odsutnim roditeljima, a postotak homoseksualnih parova i onih koji se odluče za brak bez djece, i negativnom prirodnom kretanju stanovništva odnosno, prirodnom padu. Tako je samoubojstvo najčešće kod samaca, manje kod oženjenih, rjeđi u brakovima s djecom, a najrjeđi u obiteljima s puno djece. Što se egzistencijalistički može objasniti kroz smisao života za drugoga, odnosno najbližu obitelj, koja rođenjem postaju smisao. Samci su bezbrižniji i neodgovorniji, zbog nedostatka odgovornosti i dužnosti prema ostalima. Šakić smatra kako to dovodi do većeg egoizma i time, veće stope samoubojstava (Šakić, 2011).

4.2.1. Položaj i uloga žene

I dok su se feminizam prvoga i drugoga vala u kojem su glavnu riječ vodili John Stuart Mill, Mary Wollstonecraft, Virginia Woolf i Simone de Beauvoir, zalagali za borbu žena za pravo glasa, rodnu ravnopravnost, edukaciju žena i problematiku muškog nasilja i slično, Treći val feminizma pokušava negirati rod i nadići rodne razlike. On započinje krajem 80-ih godina prošlog stoljeća i razvija se i danas, blizak je queer teoriji, transnacionalizmu te ostalim novim feminističkim teorijama (Mihaljević, 2016). Danas je u mnogim zemljama protuzakonito pretpostaviti rod, diljem Amerike na sjednicama se nude bedževima na kojima ga sam odabereš, a u sociološkim istraživanjima uz muški i ženski, mora se po etičkom povjerenstvu pisati i “neki drugi” ili “ne želim se izjasniti”. Hoće li za 10 godina biti neetično, ne samo pretpostaviti rod, već i nuditi njegov izbor, ili ćemo svi postati “to” i svako će ga individualno moći odabrati? Ukoliko je svakome rod na izbor, nije li onda i rodova koliko i ljudi? Sva ta sloboda koju moderan gradski čovjek ima na “meniju” stvara konfuzije identiteta i nepotrebnu tjeskobu.

U manjim mjestima, položaj žene i žensko iskustvo u većini slučajeva razlikuje se od muškarčeva. Postoje brojna biosocijalna, institucionalna i socio - psihološka objašnjenja. No smatra se da on nije samo različit, već i manje povoljan. Ako se proučava takva nejednakost, razlike u plaćama i sama percepcija žene (npr. u vožnji) sa strane žene koja ne napravi razliku, ona biva sve depresivnijom shvaćenim stanjem. Dok žene rade, muškarci posjeduju vlasništvo. Žene trebaju biti hraniteljice, vezane uz kuću, a ukoliko postanu “preslične” muškarcima, teoretičari tvrde kako će kompetencija među njima razoriti obitelj.

Brak odraslih muškaraca i žena je aranžman u kojem si odrasli pomažu i održavaju se zdravima (Giddens, 2007). Ono je ključno za stabiliziranje odraslih ličnosti. Nukleusna obitelj tako se smatra jedinicom koja je najbolje osposobljena rješavati zahtjeve industrijskog društva (2007) Dok jedan supružnik radi, drugi se može brinuti za djecu i kuću. “Specijalizacija uloga unutar nukleusne obitelji uključuje muža koji prihvaća instrumentalnu ulogu skrbnika, dok žena preuzima afektivnu, emocionalnu ulogu u kući” (2007:173).

Obitelji koje se nisu uklapale u idealan model tipične “bjelačke obitelji srednje klase koja živi u predgrađu, smatrane su devijantnima. U modernim odnosima, potrebno je žonglirati s dvije poslovne biografije, umjesto s jednom” (2007:178). Razvodi su, u industrijskim gradovima sve češći, a stopa ponovnog stupanja u brak sve viša. Porast stope razvoda braka vodi i do sve više samohranih kućanstava. Za razliku od tradicionalnih obitelji u kojima je čest život u kućanstvu u proširenoj obitelji, s bliskim rođacima, djedovima, bakama, braćom i njihovim ženama i sestrama te njihovim muževima, tetama i nećacima, udovice u modernim obiteljima često ostaju same. Prisutnije su dakle neudane majke, samohrana kućanstva, no i odsutni očevi. U tradicionalnim društvima u kojima su u mnogim obiteljima žene bile “nezaposlene” i ostajale kod kuće te se brinule za djecu, pojam odsutnog oca označavao je to da je on bio glavni hranitelj i odlazio na posao, zbog čega i izbivao od kuće. U urbanim gradovima taj pojam označava razdvojen život i neredovito kontaktiranje oca s djecom ili potpuni prestanak te veze (2007:185). Zbog zanemarivanja žene u manjim mjestima, one se nerijetko nakon razvoda ili neslaganja sa zajednicom često odluču na samački život u gradu. Same, slobodne i nezaštićene, lakša su meta kriminalcima, ali i mentalnim oboljenjima.

Primarna socijalizacija u manjim mjestima, koja se odvija u obitelji, nematerijalni je i neplaćeni rad kojeg obavlja uglavnom žena i majka - kućanica. Učeci dijete generičkoj intelektualnoj kulturi i stvarajući temelje osobne svijesti, istovremeno ostavlja prostor ocu za njegovo slobodno vrijeme i rad (Gorz, 2003). Za mnoge ljude, obitelj je “vitalni izvor utjehe i ugone, ljubavi i suradnje”, ipak ona može biti i mjesto nejednakosti, diskriminacije i usamljenosti. “Zarobljena žena” (Gavron, 1966. prema Giddens, 2007:193), pojam je koji označava ženu koja osjeća da joj je dodijeljen beskonačan niz zadaća u odgoju djece i održavanju kuće. Kućna podjela rada definira se načinom na koji su podijeljene zadaće među pripadnicima kućanstva. Neravnotežan odnos moći može rezultirati nasiljem, silovanjem, itd.. Dok skrbnička aktivnost, briga žene za emocije supruga i djece, predstavlja neplaćeni kućni rad koji doprinosi sveopćoj ekonomiji kućanstva (Oakley, 1974 prema Giddens, 2007).

U slučaju da se žena ne brine za djecu, ne kuha ručak i ne čisti posjed, muškarac nema vremena otići na svoj plaćeni rad. Od brige za bolesnog člana obitelji do skrbi za starijeg rođaka, žena je primorana držati obitelj pod kontrolom, “briga ponekad znači i jednostavno doprinijeti tuđem psihičkom blagostanju” što predstavlja emocionalni neplaćeni rad u vezama kojim se doprinosi održavanju osobnih odnosa (2007:176).

Nakon početne socijalizacije, na pojedincima je da usvoje tu zajedničku kulturu i nastoje je subjektivirati. Nijedna institucija ne može, umjesto pojedinca, obavljati posao poučavanja prisvajanja subjektivizacije. Gorz (2003) posebno naglašava kako subjekt nije društveno dat već je dat samome sebi i od sebe mora stvoriti ono što jest. “Sama osoba mora postati poduzećem, ona, kao radna snaga, sama mora postati postojanim kapitalom koji zahtijeva da ga se stalno reproducira, širi, oplođuje” (Gorz, 2003:17). Dakle, stvaranje samopoduzetnika započinje ženinim nematerijalnim radom. Sfera stvaranja vrijednosti u ekonomskom smislu omogućava širenje aktivnosti koje ne stvaraju ništa što se može kupiti, prodati, razmijeniti za drugu stvar, ništa, dakle, što bi imalo vrijednost u ekonomskom smislu već samo neunovčiva dobra koja imaju unutarnju vrijednost.

U slučaju da se žena ipak odluči na vlastitu karijeru, i u urbanim područjima, podložna je diskriminaciji. Primjer su predsjednički izbori u SAD, 2008. godine koji su bili povijesni iz više razloga. Birači su izabrali svog prvog afroameričkog predsjednika koji je pobijedio žensku kandidatkinju u utrci demokrata. Republikanci su tada prvi put nominirali ženu za potpredsjednika. Hillary Clinton i Sarah Palin su pravi pokazatelji kako žene jesu daleko dogurale u politici, no i onaj kako i dalje imaju podosta problema zbog medijskog zataškavanja seksizma prema ženskim kandidatkinjama (Carlin i Winfrey, 2009).

Mediji svrstavaju žene u politici ili drugim vodećim profesijama, u dvije osnovne skupine, ženstvene i neženstvene, odnosno muškobanjaste. Prve prati stereotip nekompetentnih, a druge nedovoljno prilagođene dobivenom spolu, odnosno rodu. U pokušaju osvješćivanja seksizma, Clintonini su se glasači javno požalili na njega, što je njoj samoj donijelo više štete nego simpatija ili empatija. Spolni stereotipi žena u profesijama, definirani su u četiri osnovne skupine: *sex object*, *mother*, *pet* i *Iron Maiden* (Kanter, 1977 prema Carlin i Winfrey, 2009). “Sex object” je stereotip koji dotiče žensku seksualnost i spolnu ulogu, obuhvaća sve, od njenog izgleda i odjeće, ponašanja i govora kao *feminine* osobe, do pogleda na nju kao poželjnu ili nepoželjnu, odnosno seksualni objekt. “Mother” stereotip je viđenje žene kroz majčinsku ulogu. Ona se percipira kao osoba koja ima težnju i

urođeni nagon brinuti se i razumjeti. Iako se čini kao prednost (kad glasači žele promjenu, žena im predstavlja tu promjenu i ono više, intimnije od onoga što politika može pružiti) te ih vide kao strastvene i iskrenije, glasači preispituju njenu sposobnost vođe i prihvaćanja ozbiljne uloge, zbog primarnih i majčinskih obaveza. “Iako majka u politici možda uopće nije emotivna i rijetko kada zaplače, povezana je s emocijama i percipira ju se vrlo emotivnom” (Carlin i Winfrey, 2009:328). U slučaju da pokaže imalo emocija, može se činiti nestabilnom. Ta se emocionalna strana također nesvjesno povezuje s kažnjavanjem djece, željom za (pre)odgojem, ispravljanjem. “Pet or child” stereotip manifestira se svaki put kada se žena pojavi na nekakvoj manifestaciji i simbolički rečeno postane njezina maskota. Kada je u većoj grupi i odluči navijati za nešto, na nju se gleda kao preslabu i naivnu da sama prevlada težak zadatak bez muške pomoći i potpore pa ima dječji tretman, odnosno smatra se da žene ne mogu u potpunosti samostalno svladati vodeću poziciju. “Iron Maiden”, u ovom slučaju slika je rezultata neprilika žena koje su odlučile pokazati svoju, ne samo ženstvenu stranu, odnosno osobine koje se mogu percipirati kao muškobanjaste. Time gube povjerenje jer idu protiv svojih urođenih uloga u stereotip muškog političkog vođe, kojeg glasači odbacuju. Sva su četiri stereotipa zastupljena u medijima koji govore o Clinton i Palin. U ovom izvješću kod *media framinga*, fokus je na to kako su razni problemi i ostale teme interesa predstavljene u medijima, odnosno što je i kako istaknuto o temi. Opisivanje žena kroz termine spola potiče na njihovo ne gledanje kao cjelokupnu osobu, već na manje od nje ili tek jedan njen dio. Velik problem je i često opisivanje žena terminima životinja, npr. mlada žena čiji se medijski ističu izgled i ženstvenost, bit će zamijenjena izrazom “foxy”, dok će starija žena koju mediji prikazuju agresivnom i manje ženstvenom biti definirana terminom “old bat”. Clare Booth Luce se 1940. godine, za vrijeme svoje veleposlaničke dužnosti žalila na to kako se njeno neslaganje s par žena, u medijima opisuje pojmom “catfights” (Carlin i Winfrey, 2009:328). Možemo zaključiti usporedbom opisa muških članova u političkim profesijama ili općenito socijalno prepoznatima članova društva za koje smo kulturno razvili profesionalne jezične termine poput *sir*, *mister*, *senator*, *doctor* i opisa žena, koje se u medijima, komentarima pa i od potpunih stranaca, često oslovljavaju tek prvim imenom, da se žene gleda iz pojedinačnih aspekata, s naglaskom na izgled, osobnost i obiteljsku ulogu, a muškarce kroz profesijske uspjehe i titule, odnosno posao za koji su se aplicirali.

Dobiva se osjećaj da žene imaju izbor ostati u tradicionalnim društvima i prihvatiti određene spolne uloge, no dobiti i određenu vrstu sigurnosti od ostatka zajednice, ili odseliti

u veći grad i pokušati ju samostalno ostvariti uz rizik diskriminacije, mentalnog oboljenja i raznih nepravdi.

4.2.2. Promjene u načinu objedovanja

U tradicionalnim društvima postoji navika zajedničkog ručka. Žena je od malih nogu učena kako da vodi kućanstvo. Dok se dječaci igraju autićima i pištoljima, djevojčicama su u ranoj dobi dane igračke lutaka beba kojima se indirektno uči ponašati se kao majka te plastična hrana i kuhinje kojima se navikava na proizvode koje bi u starijem dobu trebala koristiti. Škole kuhanja bile su obavezne za svu žensku djecu. Usmenom predajom su se razmjenjivali recepti i čuvali generacijama. Danas, i uz sve kuharice i moderne tehnologije, kuhanja je sve manje. Jednostavne radnje poput pravljenja hrane i zajedničkog objedovanja, uvelike povećavaju osjećaje intimnosti i obiteljskog funkcioniranja, sve su rjeđe u modernim društvima, a konzumiranje brze hrane sve je češće.

Nukleusna obitelj sastaje se za vrijeme ručka. “Objed je ujedinjujuća sila u mnogim kulturama i vrstama obitelji” (Giddens, 2007:175). Kuhanje kod kuće, suprotno profesionalnom kulinarstvu, oduvijek je bilo ženski posao (Menell, 1985 prema Menell 1998). Smatralo se kako je žena zaslužna za organizaciju domaćinstva, a to se pokazalo izazovnom temom tek nedavno. Majke su od pamtivijeka svoje kćerke podučavale kuhanju. Uz paradoks sve modernije kuhinje, strojeva i kuharica koje prije nisu bile dostupne masi, već su se recepti prenosili usmenom predajom, a kulinarske knjige proučavale u prestižnim školama za domaćinstvo, danas je sve manje pripreme jela u modernom kućanstvu (Menell, Murcott i Otterloo, 1985). Hranjivi i fini obroci predstavljali su i manje muškarčeva izbivanja i opijanja u birtijama. Odnosno, za loše odnose u obitelji krivilo se ženu i njenu (ne)sposobnost kuhanja. “Neznanje i nesnalaženje žena u kuhinji smatralo se krivim za siromaštvo, prljavštinu i loše zdravlje” (Menell i sur., 1985:501).

Sredstva masovnog komuniciranja, poput magazina, danas sadrže i brojne recepte koje bi svaka žena mogla kopirati, no moderna se obitelj u gradovima nerijetko odluči na brzo gotovu, zamrznutu hranu kojoj nije potrebna priprema obroka. Konzumiranjem takve hrane, sociolozi su ustanovili da se žene sve manje pripremaju za ulogu domaćice, a time postaju i manje vještije u kuhinji, što se dalje proteže na buduće naraštaje koje nema tko naučiti pripremanju objeda (Mennell i sur., 1985). Individualizacije se u svemu pojačala, kao

i u objedovanju. Iako je to bila jedna od stvari koje su držale obitelj na okupu, danas se hrani u autu, na putu prema poslu, na poslu, u hodu, itd. Žene u gradu češće su osuđivane zbog izgleda i u prehrani moraju koristiti one proizvode koje im omogućuju mršavost i seksualno privlačan izgled.

Menell (1985) navodi kako je Ellis 1983. tumačio postojanje jake korelacije raspodjele odnosa u kući između muškarca, koji privređuje hranu i žene koja kuha i pruža hranu, sa snažnim posljedicama tog nepoštivanja za moderne obitelji koje odbacuju tradicionalno. Ženino kuhanje pokazuje siguran dom, brigu za zdravlje muža i djece, njihov međusobni odnos i utočište u kojemu je uvijek dobrodošao (Menell i sur., 1985). Konzerviranje i zamrzavanje hrane, dovelo je do toga da se jesti može bilo gdje u kojoj god situaciji, u školi, na poslu, itd.. A navikavanje djece na takvu prehranu utječe i na njihov pojam objedovanja i (ne)pripreme hrane. I dok je u većini seoskih kućanstava obiteljski ručak ostavio svoju važnost, modernom društvu polako se briše uloga žene - kuharice i majke grade karijeru zbog koje nemaju vremena za rad po kući.

Zaključno, urbanizacija je uvelike utjecala na svakodnevni život ljudi. Promjene u radu, obitelji i vrijednostima, utjecale su na međuljudske odnose i vlastito shvaćanje smisla života. Moderni čovjek više vjeruje znanosti nego zajednici i religiji, a povećanje društvene kontrole obrnuto je proporcionalno zastupljenosti diskriminacije. Iako je takav slučaj očekivaniji u gradskim profesionalnim odnosima, nego u obitelji, veliko mjesto i nove mogućnosti pružaju čovjeku i više slobode koja može utjecati na neprilagođenost i pojavu devijantnosti.

4.2.3. Metamorfoza religije - utjecaj i religijski faktor

Za Webera, kapitalizam određuje kulturu društva koja upravlja svim egzistencijalnim odnosima (Weber, 1989). Smatra kako je religijski proces racionalizacije započeo sa Židovstvom koje se prvo odmaknulo od magije. No, završetak takvoga cilja postala je protestantska etika. Više slobode nudi i više vremena za donošenje vlastitih odluka. Ona se odvaja od univerzalne ljubavi i duhovnog, te kreće na zemaljsko, unutarsvjetojnu moć ekonomije, politike i znanosti (Gottfried, 2005). Činjenica da Židovi imaju najmanju stopu samoubojstva, protestanti značajnu, a ateisti najveću i sama stopa samoubojstava koja je značajno viša u pretežito protestantskim nego u katoličkim zemljama (Šakić, 2011) ukazuje na važnost povezanosti kolektiva i mogućí lakši uviđaj vlastitog smisla unutar grupe nego izvan nje. Naime, Kršćani u većoj mjeri potiču integriranje, slavljenje obreda i zajedništvo u religijskoj

zajednici, koju se kontrolira zapovijedima i blagdanima (2011) te određivanjem životne svrhe i na neki način ograničavanje lelujanja misli i slobode odluke. Protestanti potiču svoje pristaše na stvaranje jedinstvene perspektive vjere (Šakić, 2011). Jednako kao što je kod Protestanata, zemaljska orijentacija i traženje cilja koji nije nametnut, potencijalni razlog veće stope samoubojstava, tako je i samački život, bez partnera s kojim dijelimo smisao potencijalno rizičan.

Dakle, naizgled jednostavni aspekti svakodnevice poput pravljenja ručka i zajedničkog objedovanja, u strukturi poput obitelji sa svim njenim zastupljenim ulogama te zajednicom s istom ideologijom, poput Crkve, gube se u modernom društvu i nepovoljno utječu na psihički i društveni razvoj.

5. UTJECAJ MEDIJA NA DEVIJANTNOST I PSIHOLOŠKI RAZVOJ

U prvom dijelu rada objasnila sam što je urbanizam, a što urbanizacija i globalizacije, te kako su utjecali na promjenu rada, kapitala, religije i položaja žene u obitelji. Sada će se analizirati pojam devijantnosti i kako se on mijenjao s obzirom na mjesto boravka. Ustanovili smo kakve je promjene urbanizacija imala na grad i društvo koje se u njemu nalazi, no sada će se pokušati provesti i paralela s devijantnošću, koja će se podijeliti na kriminal i mentalne bolesti.

5.1. Definiranje devijantnosti

Za početak, ključno je definirati pojam devijantnosti. Devijantnost je jedan od onih pojmova koji je unatoč tome što ga se može često čuti u svakodnevnom govoru i predmet je brojnih rasprava, podosta kompleksan. Put do njegove definicije zahtjeva opredjeljenje za jedno od brojnih načina definiranja. Jedini ispravan put bio bi ekvalizirati je otklonom od mase. Na taj se način najmanje ljudi može naći uvrijeđenima jer dajemo li pravo svakoj skupini na pronalazak i objavu svojih devijantnosti, njih će biti puno i na svakih sat vremena sljedeće vremenske zone njihovo će se značenje razlikovati. Iako se čini da najšturije objašnjava definiciju i daje širok spektar devijantnosti, smatra se da najbolje odgovara tom pojmu. Naime, apsolutnim se pristupom smatra da je devijantnost neprihvatanje moralnog kodeksa cijeloga društva, odnosno njihovih vrijednosti, a poznata su nam društva u kojima je ubojstvo za njegov navodni boljitak, put u pravom smjeru (Matić, 2003). Svjesni smo kako su vrijednosti dobar pokazatelj ispravnog puta za većinu društava, no prihvatiti ovu definiciju značilo bi prihvatiti sve pojedinačne vrijednosti raznih odvojenih skupina i prema njima određivati što je to normalno, a što nije. U arapskim zemljama je ne samo devijantno, već i zakonski kažnjivo biti homoseksualac, što iako nikome ne čini ništa nažao niti ugrožava tuđe vrijednosti, šerijatom je strogo zabranjeno. Apsolutni pristup podrazumijeva moralni kodeks prihvaćen od društva kao normalan način ponašanja, prihvaćajući tradiciju i uobičajeno. Samim time, ako činimo obične stvari u svome društvu normalni smo, a ako ne, devijantni, odnosno nenormalni. Što ako cijela društvena skupina oko nas nije moralna u odnosu na

svijet? S reakcijskim se pristupom najmanje možemo složiti budući da podrazumijeva društveni odgovor kao kriterij normalnog s tim da zanemaruje činjenicu da postoje društva koja u pogledu cijeloga svijeta odstupaju svojim normama, primjerice plemena kanibala (Matić, 2003). Što su to norme i možemo li njima odgovoriti na pojam normalnog, teško je reći. U američkom će razredu punom nasilnika, onaj jedan na kome se iskaljuju zbog x razloga, time i po statistici, i po apsolutu i razrednoj reakciji biti onaj devijantan, možda zbog svoje slabosti i nemogućnosti oduprijeti se, a time možda zbog prihvaćanja situacije ili povlačenja. No, znači li to da je on manje normalan od ostatka zbog nemogućnosti ili nehtijenja prilagođavanja u društvo u koje je zapeo, zasigurno ne. Da je statistički pristup baziran na svjetskoj statistici i taj broj od dvadesetero djece u razredu se ne uspoređuje međusobno, niti odnosi na njihov kolektiv, ne uspoređuje niti s razredima te škole, niti toga grada već sa svim razredima svijeta, što zahtjeva vjerovanje u primarno dobro čovjeka i frazu da je svaka osoba u suštini dobra, taj bi pristup vrijedio. Ukoliko smo prosječni i ako ne izazivamo tuđe reakcije, smatrat ćemo se normalnima. No ako to nismo, pa ipak radimo nešto moralno, možemo govoriti o pozitivnoj devijantnosti. Npr. normalno je prati ruke prije jela i primijetimo li da netko to nije učinio smatrat ćemo ga čudnim jer se ne brine o svojoj higijeni i unatoč tome što nije protuzakonito, njegovo ćemo ponašanje smatrati devijantnim. Ipak, odlučimo li ih mi oprati 3 puta prije ili za vrijeme jela, uočit ćemo da nas nitko ne gleda pozitivnije nego što jest prije no što smo to odlučili učiniti. To je zato što ne znamo koliki je prosjek pranja ruku za vrijeme jela u našoj kulturi. U arapskim zemljama koje cijene čistoću, nakon svakog slijeda jela dobi se i vrući ručnik koji služi uništavanju bakterije prije unosa hrane u usta. Normativni je pristup vođen normama propisanim od neke društvene skupine. One su obično njen manji dio, elita, vlada ili mediji, kojoj je ostatak poklonjen ili njime upravljaju i čiji se postupci, ili ne smiju, ili se smatra da se ne isplati analizirati. Također podrazumijeva dvije solucije, poštuješ norme i ne poštuješ, ako da, normalan si, ako ne nisi. Nisi super normalan ukoliko ih poštuješ više no drugi (Matić, 2003).

S obzirom na to, vrlo lako zaključujemo da je statistički jedino moguće doći do pozitivne devijacije jer nam je za nju prijeko potreban prosjek. Gaussovom krivuljom znamo da većina ljudi ima IQ od 90 do 110 (IQ tester, 2010), bez tog prosjeka ne bismo znali da je onaj s brojkom većom od 120 natprosječno inteligentan kao i onaj sa 60, ispod prosjeka te mu društvo treba osigurati adekvatnu pomoć. Smatra se da bi se normalnima trebale vrednovati kreposti i vrline u njihovom najopćenitijem sadržaju, odnosno načela i norme, ne društva nego prirodnog moralnog zakona. Njega vidimo u nedužnoj igri male djece u parku, raznih

rasa, nacionalnosti i položaja u društvu. Spoznaja drugih istina polazi od prvih i povezana je s njima, a početna je dobra za većinu ljudi.

Mehanizmom internalizacije normi društveno nedozvoljeni impulsi i težnje povezuju se već u ranom djetinjstvu s nelagodnošću, strahom, osjećajem stida i krivice čak i kad je čovjek sam. Tako poželjno ponašanje postaje automatizirani rezultat samokontrole, a pojedincu se ukazuje kao njegova slobodna volja prije nego li kao nešto nametnuto (Elias, 2001). Za njega tek kada ovaj proces civiliziranja uznapreduje može se reći da nastaje super ego. Za autora se cijela društvena građevina temelji na figuraciji tj. na obrascima međuzavisnosti. U ovom smislu to znači da promatranje svakodnevice, znači onoga što ljudi rade kada su u društvu ili sami, čini neophodnu sastavnicu analize društva. Ta svakodnevica nije individualistička, znači nije sačinjena od jedinki, već ljudi zapravo postoje jedino u figuracijama, jedino kao pluralnost – od samog početka života ljudi su upleteni u lance međuzavisnosti, te društvo treba shvatiti kao mrežu međuzavisnosti. Tako se u svakodnevici preko neplaniranih mehanizama mikropovezanosti među ljudima stvara društvena cjelina. Iz te međuzavisnosti ljudi nastaje poredak *suigeneris* koji je neodjeljiv i snažniji od volje pojedinačnih ljudi koji ga sačinjavaju.

5.2. Učinci, utjecaji i posljedice medija na devijantno ponašanje

Postoje brojne podjele učinaka, utjecaja i posljedica izloženosti nasilja u mediju. Pa tako William James Potter dijeli učinke u medijima na fiziološke, emocionalne, kognitivne te na promjene u stavovima i ponašanjima (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2011:20). Fiziološki učinci odnose se na tjelesne procese kojih nismo svjesni poput otkucaja srca, krvnog tlaka, ritma disanja i znojenja. Na njima se temelje emocionalni učinci kojih smo svjesni te ih osoba pozitivno (npr. ljubav) ili negativno (strah, mržnja, ljutnja) iskazuje. Nadalje, kognitivni ili intelektualni učinci svjedoče o učenju novih oblika ponašanja na temelju primljenih informacija što može rezultirati promjenom stavova i oponašanja promatranog modela. Vodeći se tim promjenama stalna izloženost nasilnom sadržaju povećava našu toleranciju, bilo tjelesnu ili emocionalnu, te tako može rezultirati smanjenjem empatije, zaključivanjem da je nasilje ponekad opravdano te u konačnici i njegovim primjenjivanjem.

5.2.1. Na koji način masovna komunikacija utječe na potencijalnu devijantnost

Socijalizacija je vrlo bitna za devijantnost, kako pozitivnu, tako i negativnu. Brojna su istraživanja pokazatelji kako su pojedine mentalne bolesti poput Aspergerova sindroma sa simptomom asocijalnosti i nemogućnosti povezivanja sa drugima, uzrok drugačijeg ponašanja i sagledavanja stvari kod pojedinaca (Neihart, 2000), npr. Grete Thunberg, Billa Gatesa i Nikole Tesle. Oni su zbog svoje opsjednutosti idejama i različitih stavova bili neshvaćeni i odvojeni, što im je davalo vremena za razvoj nečega inovativnog, na što ostatak nije imao utjecaja. Biti prilagodljiv i u mogućnosti uspješno uklopiti se u svako društvo, stvar je prakse i dobrog poznavanja sebe, pa onda i drugoga. Dijete te stvari uči kao pojmove *play* i *game*. Odnosno, u prvom spoznaje sebe, a drugom svoj odnos sa drugim, od kojeg uči očekivati i predvidjeti društvenu reakciju, ako to nije u mogućnosti ili se ne trudi promišljati, odnosno ne zna hoće li većina na njegovo ponašanje reagirati negativno, on je devijantan, i često izopćen (Miliša i Tolić, 2009). Što ne mora nužno biti njegova krivnja, već društva u kojem se našao, no ne mora ni imati loše posljedice, jer sve je stvar osobnih stavova.

Simbolički je interakcionizam uvelike pridonio devijantnosti i teoriji etiketiranja. Istakli su se autori Erving Goffman i Howard Becker koji su opisali njihove posljedice na pojedinca i cjelokupno društvo koje ga okružuje. Po njima je devijanta osoba ona kome je etiketa uspješno primijenjena (Becker, 1999). Devijantna etiketa uvjetuje društvenu ulogu, nakon njenog primijenjena, te socijalni status osobe. Naglasak je na razvoju devijantnog *self concepta* i devijantne karijere, kada se osobi odredi karijera i ona doživljava stigmatu, zbog frustracije usmjerene ka društvu ona nesvjesno prihvaća tu ulogu i često se odvaja ili čini ono jedino što može, a to uglavnom nije po normama. Etiketiranje ima mnogo negativnih posljedica (Becker, 1999). Već u osnovnim i srednjim školama, profesori opomenama u imeniku, nesvjesno etiketiraju maloljetnike delikventima i devijantima, određujući njihov daljnji put. Odnosno izopćavajući ih od uzornih, guraju ih u loše društvo u kojem nastavljaju odrastati. Jedan od aktualnih primjera je i onaj Srđana Mlađana (Latinović, 2019). On je željan pažnje, konstantno zanemarivan od roditelja i institucija, činio brojna kriminalna djela kao apel za pomoć, no budući da je bio maloljetan smatrali su ga delikventom i tek intervenirali kada je počinio ubojstvo. Prije toga su ga ignorirali, puštali da bježi iz domova i ustanova, a on je doselio na kvart Borongaj i nastavio zastrašivati susjede, svjestan svoje Baba Roga reputacije i nastavljajući se ponašati u skladu s njome. Pitanje koje se nameće jest, bi li on to i dalje radio kada bi na vrijeme bio uočen i tretiran kao "poseban", odnosno dobio adekvatnu pažnju i ljude za formiranje njegove ličnosti? I, je li točno da etiketiranje pretvara dotadašnje stavove, i možemo reći život, u otpor sistemu, koji nas je na to osudio?

Društvene su uloge vrlo bitne za adekvatno komuniciranje s okolinom, a tijekom života stvaramo ih u velikom broju, za koje nam prije svega treba okolina, društvo u kojem ćemo naučiti određeni vid ponašanja (Becker, 1999). Što više iskustava kroz život sakupimo, bolje ćemo se asimilirati u novonastalim ili neočekivanim situacijama. Mi znamo da se ne ponašamo jednako kod kuće, s prijateljima i na fakultetu, pa ipak volimo reći da smo uvijek svoji i držimo do vlastitih stavova. Tko smo mi zapravo, a što je naša dobra gluma teško je odrediti. Jesu li društvene uloge, ni manje, ni više, već dijelovi koji upotpunjavaju našu podvojenju ličnost, no na svjestan način, i je li dobra socijalizacija samo dobro pretvaranje u većem broju situacija?

Iako nas, nužno, ne zanima ono što se obično smatra devijantnošću (kriminalne radnje) već ono što se ne kriminalizira, a devijantno je, i dalje valja proučiti korelaciju ponovljenih kriminalnih dijela i uspješnosti (u očima počinitelja) određene radnje. Pojedinci čine zločine kada im korist od kriminala premašuje potencijalne troškove. Prednost kriminala, vjerojatnost uhićenja i vjerojatnost suočavanja s društvenim prigovaranjem također su prednosti urbanih lokacija (Becker, 1968). G. Homans (1958) ustanovio je kako procjena troškova usmjerava daljnji razvoj devijantnosti. Pretpostavka o agresiji javlja se kada dolazi do izostanka uobičajene kazne, čime se u počiniteljevoj svijesti javlja odobravanje. Ona potiče veću devijantnost jer u slučaju da društvo ne odgovori, devijantna će osoba takvu (ne)reakciju shvatiti kao poticaj na daljnju, zbog čega će ju radi, ili nekog interesa, ili nedostatka pažnje, opet ponoviti. Grad pruža veću anonimnost i manju šansu za odgovaranjem zbog svojih zločina. Također, pruža potencijalno veće nagrade zbog većeg postotka imućnijih ljudi. Na dalje, veći je postotak ljudi (poglavito žena) koji žive samostalno i predstavljaju laku žrtvu. U poglavlju koje slijedi, navest ću istraživanja koja idu u prilog činjenici većeg broja devijantnog (u ovom slučaju kriminalnog) ponašanja u gradu, nego na selu. U današnje vrijeme, procesi socijalizacije djece i mladih sve su slabije institucionalizirani, to jest, nisu nužno orijentirani samo na obitelj, školu i Crkvu, kako je to bilo prije, već je dio te funkcije prebačeno na medije. Time se smanjilo i poštivanje određene logike stupnjevitosti prilagođene određenom uzrastu. Sve te promjene odvijaju se sve brže i brže zahvaljujući tehnološkom napretku, stoga bi svi oni koji su uključeni u odgoj trebali biti upoznati s tim promjenama, novim naglascima u procesima socijalizacije, kao i edukativnim mogućnostima koje novi mediji posjeduju (Valković, 2016: 104). Upravo zbog bogatog i raznolikog sadržaja koji je dostupan svima, novi mediji često su deklarirani kontroverznima te su prozivani zbog negativnog utjecaja. Kada govorimo o djeci, pored fizičkog utjecaja na

njihov razvoj ne smije se zanemariti utjecaj medija na djetetov psihički razvoj. Naime, dijete dok je malo promatra odrasle oko sebe i uči oponašajući njihovo ponašanje.

Stoga, također može oponašati ponašanje likova u crtićima i serijama. Treba imati na umu da to znači da utjecaj televizije kao medija može biti pozitivan ili negativan - ovisno o tome kako ga gledaju, koliko, s kime i što (Marincel, 2013). Isto se odnosi i na ostale medije. Pozitivna strana koju možemo naglasiti kod medija je to što se njima razni događaji približavaju širokoj, disperzivnoj publici te vrlo brza informiranost. Kao što je spomenuto, mediji imaju pretežito zabavni i informativni karakter. Pod zabavom se podrazumijevaju određeni sadržaji koje nam pruža internet, kao što su gledanje filmova, igranje igrice, korištenje društvenih mreža, itd. Nadalje, pomoću medija u vrlo kratkom vremenu možemo saznati sve što nas zanima (Kolucki i Lemish, 2013).

Kad se govori o negativnom utjecaju, spominje se sve aktualnija potreba mijenjanja mogućeg odnosa između tehničko - informativnog progressa i biološke potrebe za kretanjem. Ipak, današnji način života, pod utjecajem novih i masovnih medija, postaje sve virtualniji. U većini poslova, od čovjeka se traži rješavanje određenih zadataka i problema uz pomoć suvremenih pomagala kao što su kompjutori, a i većina svakodnevne zabave i opuštanja svodi se na televiziju, radio, internet ili kompjutor (Foretić, Rodek, Mihaljević, 2009:382). Medijska pismenost, odnosno, biti medijski pismen bitna je stavka kod korištenja medija, kako bismo na što bolji i kvalitetniji način znali i mogli iskoristiti njihovu moć, razlučiti dobre od loših stvari, znati odrediti kvalitetu, važnost i točnost informacija. Djeca su ta koja su ovdje najviše izložena utjecaju medija te ih je potrebno educirati. Potreban je medijski odgoj djece, ukazati im i pokazati kako, na koji način te u koje svrhe se mogu koristiti mediji. Ovdje je izrazito bitan faktor odgojitelja, jer iako mi možemo govoriti djetetu što i kako treba, ukoliko mu to svojim vlastitim primjerom i ne pokazujemo, teško ćemo ga nečemu naučiti (Rudan, 2020:28).

Mediji utječu na živote djece i mladih u svim područjima njihova razvoja, pa tako i na sam način na koji sklapaju prijateljstva, na kognitivne sposobnosti i odnos prema vlastitome tijelu. Taj utjecaj može biti pozitivan, ali i negativan. Knjige, novine, časopisi, televizija, radio, kino, računalna tehnologija, internet, mobilni telefoni postali su jedni od ključnih sredstava socijalizacije te utječu na ponašanje, stavove i svjetonazore (Kolucki i Lemish, 2017). Djeca i mladi u najvećoj mjeri svoja iskustva i slike života stječu polazeći upravo od

“medijskog iskustva“ pri čemu se ne misli samo na sadržaj koji mediji nude već i na način na koji se isti prezentira” (Valković, 2016:104).

5.2.2. Razlika između medijskog prostora i stvarnosti

Medijski prostor nerijetko se spaja sa stvarnošću. U modernom svijetu ima toliki utjecaj da je postao i sastavni dio svakodnevne rutine velikog broja ljudi. Mediji također služe i kao pretvarači. Uočeno je kako neurotična djeca za vrijeme telefoniranja gube svoje neurotične osobine. Takvu pojavu psihijatri ne znaju objasniti. Također, osobe koje mucaju katkada prestanu mucati čim počnu govoriti na stranom jeziku (McLuhan, 2008). Te su situacije pokazatelji da mediji, u ovom slučaju telefon i novi jezik, kao produžetak naučene vrste komuniciranja, katkada pretvaraju i mijenjaju našu ličnost. Ako čovjek nije u stanju doseći dalje od onoga što može, odnosno od svoje ruke, ni ostale metafore ne bi imale smisla. Dakle, svaki je medij vrsta metafore koji pretvara iskustvo u nov oblik (McLuhan, 2008:55). No, valja biti pažljiv i razmisliti u kojoj je mjeri pretvaranje naše osobnosti prihvatljivo. Telefonom možemo promijeniti naš glas i način govora, no na društvenoj mreži poprimamo, ne samo drugačiji, namješten i neprirodan vanjski izgled, uokviren u određeni format koji ne prikazuje dalje od objektivna i skriva stvarnu pozadinu i naše stanje, već i različit (online) karakter. Pojava virtualnog života kojeg negujemo koliko i onaj stvaran pomalo je zastrašujuća. Ljudi objavljuju fotografije s osobama s kojima žele, limitirajući krug prijatelja. Također, javno objavljuju s kim su u ljubavnom odnosu, a njegov prekid najčešće se prikazuje isto tako virtualno - brisanjem zajedničkih fotografija (modernih uspomena). Moderna su pojava i postmortalne grupe na društvenim mrežama kojima se odaje počast pokojniku ili se saučešće objavljuje na njihovom “zidu”. Kroz prirodan proces stvaranja vlastitog identiteta, djeca se nerijetko poistovjećuju s poznatim osobama, likovima iz filmova serija i/ ili animiranih filmova kojima su izloženi. U navedenima, muški likovi su stereotipno prikazani kao junaci i vođe s inteligentnim predispozicijama. S druge strane, junakinje animiranih serija su opsjednute modom, dečkima ili su tipične princeze koje nikada ne stvaraju vlastiti svijet već se trude uklopiti u onaj muškoga lika (Lamb i Brown, 2009).

Posljedično, sigurno je da medijski prostor postaje dječja stvarnost. Stvaranjem vlastitog identiteta, budući da su djeca okružena medijima, mediji izravno utječu na oblikovanje dječje stvarnosti i razvijanje identiteta. Kroz izloženost stereotipima, posebno putem videoigrica, animiranih filmova i oglašavanja, djeci se od samog rođenja nameću

ideali – dječacima primarno snage i nepokazivanja emocija, a djevojčicama ljepote i nesigurnosti.

5.2.3. *Efekt treće osobe i njegov utjecaj na razvoj*

Različita istraživanja utjecaja medija na pojedince pokazala su kako ljudi zapravo ne vjeruju da mediji utječu na njih u istoj mjeri u kojoj utječu na ostale ljude oko njih. Prema američkom znanstveniku W.P. Davisonu (1983:3), pojedinci suočeni s bilo kakvim oblikom medijskog utjecaja često će procijeniti da će isti efekt puno više utjecati na ljude oko njih nego na njih same. U tom slučaju, pojedinci postaju prva osoba. Također, isti pojedinci vjeruju da medijski utjecaj neće značajno utjecati niti na ljude s kojima se taj trenutak nalaze – navedeni ljudi tada postaju druga osoba. Zaključno, prema fenomenu *efekta treće osobe*, pojedinci vjeruju da će medijski utjecaj imati značajne posljedice tek na ljude koji se ne nalaze posredno pored njih, odnosno s kojima nisu u izravnom kontaktu. Oni tada postaju treća osoba.

Kroz opisani fenomen *efekta treće osobe*, mediji tako na rani razvoj budućih naraštaja, utječu na način da uzrokuju tri glavne posljedice:

1. Budući da su neiskusna, djeca ne razumiju medije i njihov utjecaj
2. Mediji djeci posredno omogućuju upoznavanje svijeta
3. Mediji prikriveno oblikuju identitet kroz medijske sadržaje i oglašavanje na neprilagođenost i pojavu devijantnosti (Burušić, 1999).

5.2.4. *Oglašavanje*

Najjednostavnije rečeno oglašavanje je vrsta komunikacije kojoj je cilj informiranje potencijalnih kupaca o proizvodima ili uslugama (Antolović i Haramija, 2015). Budući da većina oglasa apelira na kupovinu proizvoda ili usluge možemo reći da je jedan od ciljeva i prodaja. Svakodnevno se sve više govori o širokoj prisutnosti, velikoj moći i utjecaju koje oglašivačka industrija ima te vrši na potrošače. No, postavlja se pitanje ima li oglašavanje utjecaja na djecu, budući da oni još nemaju razvijenu kupovnu moć te ako ima, je li utjecaj štetniji nego u drugim slučajevima?

Proces izrade reklame orijentiran je na želje publike. Što je publika u većem odnosu s reklamom, time je proporcionalno i smanjena vrijednost proizvoda koji se nastoji reklamirati. Reklama sadrži i potrošačevo iskustvo, njegove motive i osjećaje. Svaki reklamirani proizvod

u reklami se ponaša kao dio društvenog procesa. Sjetimo se reklama o pivama, parfemima, automobilima, ili bilo čemu drugom (McLuhan, 2008:201). U izradi reklame sudjeluju talentirani pojedinci koji su i visoko osposobljeni za prenošenje osjećaja zajednice na male ekrane. Sociolozi i znanstvenici ne mogu se mjeriti s tom skupinom jer ona od popularnih proizvođača dobiva i više milijardi kuna namijenjenih istraživanju potrošačevih želja i iskustava zbog čega se istražuje i obrađuje velika količina podataka koja im je omogućena na temelju naših prošlih potrošnja i preferencija, kojih katkada sami nismo ni svjesni (McLuhan, 2008:205).

Iako djeca nemaju veliku kupovnu moć oni su savršena javnost za oglašivače i proizvođače jer predstavljaju tri potrošača u jednom: primarni koji raspolažu svojim džeparcem, sekundarni jer svojim nagovaranjem utječu na potrošnju roditelja te u konačnici jer predstavljaju buduće potrošače koji će kao samostalni potrošači kupovati prema pozitivnim osjećajima iz najranije dobi (Kuterovac Jagodić, Štulhofer, Lebedina Manzoni, 2016:51).

Djeca su, za razliku od odraslih, ranjiviji u pogledu utjecaja i moći oglašavanja jer su podložniji persuazivnim porukama, nisu sposobni razlikovati reklame od programa, razlučiti stvarnost od efekata i trikova te ne razumiju samu svrhu i namjeru oglašavanja. Upravo zbog štetne podložnosti pretjerana izloženost djece oglašivačkom sadržaju može dovesti do razvijanja stereotipa, stvaranja materijalističke vrijednosti, nezadovoljstva izgledom, poremećaja hranjenja i ostalog (Zenko, 2018:11-12).

Ne samo da nas film katkada nesvjesno odvaja od življenja vlastitog života i primorava na gledanje drugih ljudi kako doživljavaju situacije, on je i “čudovišna reklama za potrošačka dobra” (McLuhan, 2008:260). Subliminalne poruke i prikazi koji se velikom brzinom mijenjaju na ekranu, utječu na naša osjetila i stavove više nego što bismo voljeli.

5.2.5. Nasilni, seksualni, seksualizirani i ostali rizični sadržaji

Danas je, nažalost, nasilan sadržaj široko prisutan u svim, a osobito u novim medijima, no ovdje ćemo se kratko zaustaviti na televiziji i videoigrama. Istraživanje koje je proveo Eurispes 2000. godine na uzorku od 2.000 djece u dobi između 3. i 10. godine pokazuje da čak 45,6 % djece provodi 2-3 sata ispred televizije (Laniado, Pietra, 2004/2005: 34). Na televiziji gotovo da nema više žanra bez nasilja: filmovi, reklame, športski događaji,

videospotovi, ali i crtani filmovi. Djeca i mladi svakodnevno su bombardirani scenama nasilja, i fizičkog i verbalnog (Mandarić, 2012:135). Upravo prvi susret djece s nasiljem je kroz crtane filmove. Provedeno istraživanje (Ciboci, Kanižaj, Labaš, 2011:29) pokazuje da je učestalost nasilja u crtićima veća nego u akcijskim dramama ili komedijama čineći tako nasilje sastavnim dijelom crtanog sadržaja. U nipošto povoljnijem položaju nisu ni videoigre. Znanstvenici Kimberly Thompson i Kevin Haninger (Sveučilište u Harvardu) proveli su istraživanje na 55 igara koje su deklarirane kao primjerene svim uzrastima te su otkrili da trećina vremena otpada na svjesne nasilne prizore pri čemu su u 60 % slučajeva djeca nagrađena kada bi ranili ili uništili protivnike. Također, izračunato je da su akcijskim igrama prisutne dvije, tri mrtve osobe u minuti dok se u »pucačinama« prosjek penje na 23,8 mrtvih u minuti (Laniado, Pietra, 2004/2005:52).

Brojna istraživanja upućuju na povezanost sadržaja koji prikazuje nasilje te povećanje vjerojatnosti pojave agresivnog ponašanja. Prije svega potrebno je definirati što je to agresivno ponašanje. Najjednostavnije rečeno agresivno ponašanje je ono ponašanje koje je počinjeno s ciljem da nanese povredu ili štetu osobi prema kojoj je usmjereno (Kuterovac Jagodić, Štulhofer, Lebedina Manzoni, 2016:28). S obzirom na način iskazivanja razlikujemo tjelesno agresivno ponašanje koje izaziva tjelesnu ugrozu ili bol i netjelesno agresivno ponašanje koje se odnosi na psovanje, vrijeđanje, ogovaranje i sl. Predškolska djeca i djeca srednjeg djetinjstva posebno su osjetljiva na nasilje u medijima zbog slabije razvijenog logičkog mišljenja, nemogućnosti razumijevanja tuđe perspektive te nerazvijenih mehanizama suočavanja sa stresom (Kuterovac Jagodić, Štulhofer, Lebedina Manzoni, 2016: 31). Također, tome pridonosi i neprepoznavanje razlike između imaginarnih i realnih sadržaja.

Također, posljednjih desetak godina povećava se prisutnost seksualno eksplicitnog sadržaja u medijima. Taj porast osobito je zabilježen na internetu budući da uporaba pametnih telefona i drugih sličnih uređaja predstavlja novo normalno za današnje generacije. Istraživanje koje je provedeno u 10 gradova Republike Hrvatske na 4000 učenika iz 19 osnovnih i 2 srednje škole (Laniado i Pietra, 2004/2005:97-99) pokazuje da: od 90 % djece koja se koriste kompjutorom, njih 66 % ga koristi za surfanje internetom. Od toga 27 % djece je bilo izloženo porukama sa seksualnim sadržajem te je četvrtina djece koja je bila izložena navedenim porukama izjavila da je imala uznemirujuću seksualnu reakciju. Također, 56 % djece izjasnilo se da koriste ili su koristili chat sesije, te ih je čak 28 % tijekom tih sesija

bilo pitano o intimnim detaljima pri čemu je najčešći emocionalni odgovor opet bio uznemirenost (54 %). Spolni razvoj djeteta odvija se postupno i u skladu s njegovim tjelesnim spolnim razvojem stoga izlaganje djece seksualnom sadržaju koji nije primjeren za njihovu dob može izazvati štetne posljedice. Nerazumijevanje ili uznemirenost te pretjerana pobuđenost uzrokovana seksualnim sadržajem može dovesti do razvoja neadekvatnih stavova i vrijednosti, rane seksualnosti, seksualno agresivnog ponašanja, seksističkih stavova, povećanja rizika da se postane žrtvom (Kuterovac Jagodić, Štulhofer, Lebedina Manzoni, 2016:35) i dr.

Naravno, nije sav sadržaj štetan. Kada govorimo o seksualnom sadržaju i njegovoj štetnosti pritom mislimo na sadržaj prikazan u seksualiziranom kontekstu odnosno sadržaju koji je erotiziran ili sugerira neku seksualnu aktivnost. Nisu svi seksualni sadržaji generalno neprimjereni. Viđanje golog tijela i povremeno suočavanje s nagošću odraslih u neseksualiziranom kontekstu, poput presvlačenja, ne sadrži rizik poticanja razvojno neprimjerenih interesa te može čak imati ulogu u razvoju dječjih spoznaja o spolnim razlikama (Kuterovac Jagodić, Štulhofer, Lebedina Manzoni, 2016:36). No, u tom kontekstu važno je obratiti pozornost na dob djece jer određeni sadržaj djetetu jedne dobi može biti razvojno neprimjeren dok djetetu druge dobi može biti neproblematičan te čak i informativan.

Također, seksualizacija medijskih poruka može rezultirati seksualnom objektivizacijom i samoobjektivizacijom, tj. procjenjivanju nečije vrijednosti isključivo na temelju fizičke atraktivnosti i seksualiziranom ponašanju (Kuterovac Jagodić, Štulhofer, Lebedina Manzoni, 2016:37). U tom kontekstu možemo govoriti i o promicanju kulta ljepote. Mediji nam često prikazuju idealno oblikovane te estetski ili računalno obrađena tijela mladih te na taj način idealiziraju nerealan izgled što može uzrokovati stvaranje negativnog mišljenja o sebi i negativne slike tijela kod čega osjećaji, misli i percepcija tijela postaju iskrivljeni (stereotipi i medijski prikazi ljepote), i dovesti do raznih poremećaja u prehrani (izgladnjivanje, prejedanje, povraćanje), estetskih operacija ili neprimjerenih tjelesnih aktivnosti (Kuterovac Jagodić, Štulhofer, Lebedina Manzoni, 2016:46). Stoga se preporučuje da se sadržaji koji promiču kult ljepote i tijela ne bi smjeli prikazivati unutar ili neposredno prije i nakon dječjeg programa jer mogu nepovoljno utjecati na razvoj.

5.3. Kriminal

Jedno od značajnijih istraživanja koje je potvrdilo tezu o brojnijem kriminalu u urbanim gradovima jest i ono "The University of Chicago Press"-a (1999). Korištenjem podataka o žrtvama, dokazima o kriminalnom ponašanju i jedinstvenim izvještajima o kriminalu, dokazano je kako su stope kriminala mnogo veće u velikim gradovima nego u malim gradovima ili ruralnim područjima. Veza između gradova i nemoralnog ponašanja pokušava se objasniti i većom novčanom koristi za kriminal u velikim gradovima, zatim niža vjerojatnost uhićenja i manja vjerojatnost kao odlike urbanog života, ali činjenica brojnijih kućanstava s vodstvom žena u gradovima (Glaeser, 1999). Povezanost kriminala i veličine grada nije nova činjenica. Prema statističkom sažetku Sjedinjenih Država iz 1994. godine, gradska područja imaju 79 % više nasilnih zločina od ostalih američkih gradova i 300 posto više nasilja od ruralnih područja (1999). New York i Los Angeles imaju stope kriminala koja su otprilike četiri puta više od stope kriminala u gradskim područjima u cjelini. Dakle, postoji povezanost između veličine grada i stope kriminala po stanovniku i ubojstava po glavi stanovnika (1999). Rezultati viktimizacije iz 1989. pokazuju da je vjerojatnost da je pojedinac postane žrtva, odnosno da se protiv njega ili nje počini zločin, 21,7 % veći ako taj pojedinac živi u gradu s više od milijun ljudi (1999). Počinjenje zločina u gradovima, također će manje vjerojatno dovesti do uhićenja. Jedno je objašnjenje ove pojave da za bilo koji zločin, gusta gradska područja imaju puno veći broj osumnjičenih. Preostali učinak urbanog kriminala može se objasniti drugim izostavljenim socijalnim varijablama poput, slabosti socijalnih sankcija u gustim urbanim područjima, češćim korištenju marihuane, tendencijom prema ne - kriminalnom nasilju u tradicionalnim društvima i većoj posjećenosti crkvi, što se smatra varijablom koja povećava strpljenje i moral (1999). Urbana gustoća trebala bi sniziti troškove prijevoza, povećati prinose po kriminalu i povećati ukupnu razinu kriminala. Gustoća može igrati naročitu ulogu u uličnom kriminalu, gdje je metoda uličnih kriminalaca u osnovi sjediti i čekati da potencijalne žrtve dođu u vidokrug (1999). Prinosi po zločinu povećavaju se s gustoćom, jer zločinci biraju samo one obećavajuće žrtve ili će zločinci odabrati više žrtava, a prinosi po satu zločinačkih aktivnosti rasti će gustoćom. Urbana područja stvaraju ekonomiju razmjera koja olakšava preprodaju ukradene robe ili kupnju kriminalnih oruđa (npr. oružja). Ironično je da iste gradske prednosti, niži troškovi prijevoza, brži protok informacija u gradu i ista gospodarstva koja pomažu da se gradovi učine produktivnijim povećavaju i razinu kriminala u gradu (1999).

Na temelju službene statistike kriminala, čini se da ruralna područja i u Engleskoj i Walesu imaju niži stupanj kriminala od urbanih. Ono što je također važno, kriminala nije samo manje u ruralnim područjima jer je manje ljudi – stope su također niže i po osobi ili po domaćinstvu (Johnson, 2005). Da su prosječne stope kriminala niže u ruralnim područjima nego u gradskim područjima, pokazuje i istraživanje ONS publikacije iz 2019. godine. U 2018./19. stopa nasilja nad osobom iznosila je 20,2 na 1.000 stanovnika u pretežno ruralnim područjima u usporedbi s 29,5 na 1.000 stanovnika urbanih područja. Stopa seksualnih kaznenih djela u pretežno ruralnim područjima iznosila je 2,2 na 1.000 stanovnika u 2018./19., u usporedbi s 2,8 na 1.000 stanovnika u pretežno urbanim područjima. Stopa zabilježenog kriminala također je niža u ruralnim područjima od urbanih područja za zločine poput pljačke, provale u kuću i kaznenih djela vozila (krađe ili ometanja vozila). Na primjer, bilo je 4,3 prekršaja s vozilima na 1000 stanovnika u pretežno ruralnim područjima i 9,5 na 1.000 stanovnika u pretežno urbanim područjima u 2018./19. Način na koji policija bilježi zločine i vjerojatnost da će žrtve prijaviti zločine s vremenom se mogu promijeniti (Elkin, 2019). Ova analiza uspoređuje broj kriminala u ruralnim i urbanim područjima kao stope po glavi stanovništva samo za najnoviju dostupnu godinu (2019).

Van Dijkova analiza unutar Međunarodnog istraživanja žrtava kriminala (ICVS) zaključuje da je, u 55 različitih zemalja, urbanizacija najjači faktor koji objašnjava rizik od viktimizacije, barem za teže zločine (Dijk i sur., 2007). U novije vrijeme Tseloni, Wittegrood, Farrell i Pease (2004) usporedili su viktimizaciju provale u Engleskoj i Walesu, SAD-u i Nizozemskoj te otkrili da je urbanizacija značajno povezana s provalama u svim istraživanjima.

Zaključno, ljudi koji žive u ruralnim područjima imaju manji rizik od kriminala od ljudi koji žive u urbanim i gradskim područjima za sve glavne kategorije imovinskih zločina (Marshall, 2005). Za većinu imovinskih zločina rizik od viktimizacije iznosi gotovo dvostruko veći broj, za one koji žive u ne - ruralnim područjima u odnosu na one koji žive u ruralnim područjima (2005). Otkriveno je i da, kao i kod imovinskog kriminala, urbana područja imaju veću zabilježenu stopu nasilnog kriminala od ruralnih područja, posebno u pogledu pljačke (2005). Također, oni koji žive u ruralnim područjima imaju niži stupanj antisocijalnog ponašanja nego stanovnici neseoskih mjesta (2005). Rasno nasilje je također devet puta češće u gradu, no to nije iznenađujuće s obzirom na relativno manje populacije i etničkih manjina u ruralnim područjima u usporedbi s urbanim područjima (Denham &

White, 1998 prema Marshall, 2005). Rizik od imovinskog kriminala u prosjeku je 70 % veći u urbanim područjima od ruralnih. Sličan omjer utvrđen je i za nasilna kaznena djela te su ti omjeri zločina u ruralnim i urbanim područjima nevjerojatno slični onima prijavljenim u anketama o viktimizaciji u Velikoj Britaniji (Marshall, 2005.).

5.4. Mentalna oboljenja

Kanadski su znanstvenici John. F Helliwell, Hugh Shiplett i Christopher P. Barrington - Leigh, 2018. godine, na temelju reprezentativnog uzorka od 400.000 ispitanika, istražili razinu sreće i ustanovili snažne razlike u zadovoljstvu i kvaliteti života između gradskih i ruralnih zajednica. Stanovnici sela pokazali su se optimističnijima i sretnijima u odnosu na ljude iz urbanih sredina. Manja stopa kriminala, anonimnosti i veća povezanost sa susjedima, pokazale su se kao značajne varijable za manju razinu stresa i veće zadovoljstvo kvalitetom života. Otkriveno je i kako su ljudi u gradu skloniji depresivnom ponašanju, anksioznom poremećaju i općenitim nezadovoljstvom kvalitete života. Dok je na selima prisutan fenomen nedostatka anonimnosti, u urbanim mjestima problem je socijalna izolacija. U velikim se gradovima ljudi češće osjećaju anonimnije, lakše pronađu drogu ili počinje zločin, koji je češći u takvim područjima. Na selima se potencijalno boje identifikacije, ogovaranja i javne sramote. Globalni interes za subjektivni osjećaj blagostanja naglo raste u posljednjih dvadeset i pet godina (Helliwell, Shiplett, Barrington, 2018). Nastoje se uskladiti službeno prikupljeni relevantni podatci o sreći kako bi saznali gdje su ljudi zadovoljniji, na lokalnoj, nacionalnoj pa sve do globalne razine. OECD (2013) preporučio je listu mjera subjektivnog blagostanja s ključnim pitanjem o razini zadovoljstva vlastitim životom u cjelini, na skali od 0 do 10. Podaci ilustriraju velike razlike između gradskog i ruralnog zadovoljstva životom, kao i širok raspon rezultata zadovoljstva životom u četvrtima unutar gradova i među ruralnim područjima (Helliwell, 2018). Visoka geografska razlučivost stupnja sreće proučava se zbog dovoljno empirijskih i praktičnih razloga. Snažni lokalni komponenti smatraju se ključnima u dimenzijama društvenog konteksta kao snažnih prediktora zadovoljstva životom: socijalna potpora, povjerenje u susjede, osjećaj sigurnosti i pripadnosti lokalnoj zajednici (Helliwell, 2018). Uspostavljanje socijalnih normi u tradicionalnim društvima, na manjim geografskim razmjerima, u manjoj je mjeri zastupljeno u gradovima koji se okreću Zapadu, urbanizaciji i liberalizmu, također ono utječe na ponašanje i osjećaje pripadnosti. Život u urbanim područjima znatno je manje sretniji. Konkretno, u najsretnijim gradskim četvrtima, vjerska

identifikacija je viša, udjeli rođenih u inozemstvu su niži, vremenska putovanja su kraća, a gustoća stanovništva manja (Helliwell, 2018).

Zaključno su Helliwell i suradnici (2018) u svom istraživanju i potvrdili hipotezu pri kojoj su stanovnici sela značajno sretniji od onih koji žive u gradovima, i to usprkos većim primanjima, nižim stopama nezaposlenosti i visokom obrazovanju urbanih područja.

6. PREVENCIJA I ZAŠTITA; SMJERNICE I PREPORUKE U ODGOJU

“Očekivati da će dijete modernog doba reagirati na stare obrazovne metode je isto što i očekivati da će orao plivati, to nije njegovo okruženje i stoga je nerazumljivo” (McLuhan, 2018:36). Djetetovi roditelji stavljaju ga već s dvije godine pred televizor ne bi li ga umirili što mu do vremena školskog učenja daje već 4.000 sati provedenih ispred TV-a. Uz mnoštvo informacija koje svakodnevno, često nesvjesno, sakuplja i putem radija, telefona, filma te ostalih snimaka, teško mu je suzbiti vlastite nagone i motivirati se na čitanje tiska. Njegov naučen nagon, zbog televizije, i sada interneta, podrazumijeva potpuno sudjelovanje u procesu učenja, a ne korištenje tek jednog čula koje knjiga zahtjeva (2018:37). Tradicionalne analitičke metode prosječnom djetetu predstavljaju zatvor, a kako bi djeca prestala gledati na školu kao mučionicu, a proces učenja mučenjem - potrebno ih je potpuno promijeniti i uvrstiti nove tehnologije i vrijednosti, koje su do sada uglavnom kritizirane, izbjegavane, a negdje i potpuno ignorirane (2018:38). Mediji su sastavni dio života. Digitalno doba i masovni mediji posljedično donose brojne prednosti, olakšavaju svakodnevni život, povezuju korisnike, nude edukativan sadržaj i zabavu. Međutim, mediji mogu i negativno utjecati na korisnike, bilo da je riječ o zloporabi podataka, krađi identiteta ili namjernim kreiranjem, te distribucijom neprimjerenog sadržaja. “Proizvodi moderne znanosti nisu po sebi ni dobri ni loši; način njihove upotrebe određuje im vrijednost” (McLuhan, 1971:45).

U razvoju djece posebna je pažnja usmjerena na zaštitu prilikom korištenja medija. Kako izreka kaže, “bolje spriječiti, nego liječiti”, tako i djecu treba educirati o medijima. Edukacija kreće od najbliže okoline, obitelji, a nastavlja se kroz formalno obrazovanje. Upravo stoga, brojni autori ističu važnost medijske pismenosti. Medijska pismenost može se definirati kao “sposobnost korištenja, razumijevanja, kritičkog evaluiranja i stvaranja medijskog sadržaja” (Direktiva 2007/65/EZ). Prema Dornaletche - Ruiz, Buitrago - Alonso, Moreno - Cardenal, (2015) medijsko obrazovanje karakterizira se kao proces, dok je medijska pismenost rezultat (medijskog obrazovanja). To su znanja i vještine koje korisnici stječu medijskim obrazovanjem. Iako mediji utječu na svakoga, ipak su djeca najranjivija skupina jer se njima određuje njihov danji razvoj i tvore navike novih generacija. Odrastajući u svijetu u kojem je, po novom, pogled na sve i svugdje dostupan na dohvata ruke, bitno ih je

zaštiti. U ovom poglavlju predstaviti će se smjernice i preporuke za roditelje, nastavnike i urednike u svrhu zaštite novih generacija.

6.1. Smjernice i preporuke za roditelje

Prema Zgrabljic Rotar (2015), medijska pismenost potrebna je roditeljima i učiteljima kako bi razumijeli najmlađe i pravilno ih odgojili. Kako je navedeno ranije, odgoj kreće od obitelji. Naime, prvi korak koji roditelji trebaju učiniti je prepoznati vlastite medijske navike kako bi uspjeli djetetu objasniti medijske sadržaje. Roditelj bi trebao biti upućen u medije koje koristi dijete, te koliko, na koji način i s kojim ciljem ga dijete koristi (Ilišin, 2003). Istraživanja pokazuju da djeca koriste medije, poput televizije u prosjeku tri do četiri sata dnevno, bez kritičkog promišljanja. Stoga su, smatra Ilišin (2001) podložna štetnom utjecaju medijskih sadržaja. Komunikacija između roditelja i djeteta mora postojati. Prema Zgrabljic Rotar (2015) koja se poziva na Feilitzen i Bucht (2001) objašnjava se kako je razgovor s djetetom temelj razvoja odgovornog ponašanja u medijskom okruženju, koje bi se trebalo temeljiti na međusobnom povjerenju. Uloga roditelja je djeci približiti medije, ali i upozoriti na razlike stvarnog i virtualnog svijeta. Prema St Peters i sur., (1991:1409-1423) definiraju se četiri tipa roditelja s obzirom na regulaciju korištenja medijskih sadržaja - restriktivni, nerestriktivni, promotivni i selektivni:

- Restriktivni roditelji strogo ograničavaju medijske sadržaje i ne potiču dijete na korištenje medijskog sadržaja. Kod restriktivnih roditelja, djeca su manje izložena konzumaciji neprimjerenih sadržaja, kao i edukativnih, te više konzumiraju medij bez prisutnosti roditelja.
- Nerestriktivni roditelji: nedovoljno potiču djecu na konzumaciju sadržaja, ali ne ograničavaju sadržaje koje dijete gleda. Djeca manje konzumiraju edukativne sadržaje, a najviše zabavne te često konzumiraju medije bez pristunosti roditelja uz moguću izloženost neprimjerenom sadržaju.
- Promotivni roditelji: konzumiraju medije u društvu djece, imaju nadzor nad sadržajem, potiču djecu na konzumaciju sadržaja ali manje ga reguliraju te njihova djeca najčešće prate obrazovni i dječji informativni program.

- Selektivni roditelji: ohrabruju i potiču dijete na konzumaciju sadržaja, više kontroliraju i ograničavaju sadržaje te njihovo dijete konzumira manje zabavnog, a više obrazovnog sadržaja.

Buijzen, van der Molen i Sondij (2007:212), u preporukama za roditelje izdvajaju načine za primjereno ograničavanje pristupa i konzumacije medija. Smatra kako valja ograničiti vrijeme konzumacije i izloženosti medijima, te ne dopustiti isto primjerice u kasnim večernjim satima. Ne preporučuje se korištenje medija kao supstitut za smirivanje djeteta, a djeca do dvije godine ne bi trebala uopće biti izložena medijima. Predškolska djeca mogu biti izložena medijima do sat vremena, školska djeca do dva sata. Smatra važnim izbjegavati držati primjerice, televizor u dječjoj sobi te unaprijed odlučiti, u dogovoru s djetetom, koji će se sadržaj smjeti gledati. Na poslijetku, nužno je upoznati se, kao roditelj, s mogućnošću korištenja tehničke zaštite djece od štetnih sadržaja putem pinova ili električnih filtera.

6.2. Uloga nastavnika

Kako bi se korisnicima, u ovom slučaju djeci prenijela određena znanja, edukacija počinje s obrazovanjem medijskog pedagoga. Prema Mikić (2004), medijski pedagog ili učitelj treba zadovoljiti tri područja iz domene medija i informacijske tehnologije u odgoju, obrazovanju i nastavi. Riječ je o općoj medijskoj kompetenciji, medijsko - didaktičkoj te kompetenciji u području medijskog odgoja. Medijski pedagog bi trebao stoga, prema usmjerenju i mogućnosti podučavati o medijima, koristiti ih u nastavi, proizvoditi medijski sadržaj, poticati praktični dio s djecom kroz medijsku kulturu - od filma, dramskih ili primjerice, novinarskih radionica. Brojni autori ističu važnost medijske kulture. Naime, medijska kultura uz hrvatski jezik i književnost tek je jedna od predmetnih sastavnica hrvatskog jezika, ističe Ciboci (2015) u kojoj se najčešće obrađuju tek film i kazalište. Razina medijske pismenosti učenika, uvelike ovisi o pojedinačnom angažmanu samih edukatora, odnosno učitelja, nastavnika hrvatskog jezika, sukladno broju nastavnih sati posvećenih upravo medijskoj kulturi prema silabusu.

Ciboci i Osmančević (2015) zaključuju da je nužno uvesti poseban predmet u osnovne škole koji bi se bavio isključivo medijskim odgojem. Nadalje, smatraju da bi trebalo ujednačiti nastavne programe na visokim učilištima za izobrazbu nastavnika hrvatskog jezika te organizirati periodične edukacije za usavršavanja. Zaključno, predlažu moderniziranje sadržaja o medijskoj kulturi. Obzirom da je medijsko obrazovanje potrebno i nastavnom osoblju, autori sugeriraju sljedeće: medijska pismenost, odnosno medijaka kultura treba obuhvatiti sve vrste medija, uključujući nove tehnologije. Zatim, potrebno je raščaliti medijsku pismenost od informatičke. Poučavanje o medijima treba biti prilagođeno dječjoj dobi, a obrazovanjem učenici trebaju shvatiti uloge i funkcije medija, upoznati medijske sudionike, znati analizirati, kritički promišljati i kreirati medijski sadržaj. Naposljetku, ključno je redovno se usavršavati i pratiti trendove (2015:124).

6.3. Preporuka za urednike

Zgrabljčić Rotar (2005) ističe da “Konvencija UN- a o pravima djeteta” iz 1989. godine zahtijeva da se u medijskim politikama, kao i obrazovnim i kulturnim, posveti nužna pozornost medijskim i komunikacijskim pravima djece. Naime, u čl.13. Konvencije stoji da djeca imaju pravo na sudjelovanje u medijima, pravo da bez ograničenja izražavaju ideje posredstvom medija u različitim oblicima, kao i pravo na zaštitu privatnosti djece. Unatoč navedenom, Zgrabljčić Rotar (2005) napominje da mediji svakodnevno krše istaknuta dječja prava i u pitanje se konstantno dovodi etičnost medija, kao i deontologija medijskih profesija u medijskom obrazovanju. Odgovornost za proizvodnju i distribuciju sadržaja u medijima imaju upravo medijski djelatnici i urednici. Njihova odgovornost je da provjere i pregledaju medijski sadržaj prije emitiranja, te da ga klasificiraju u skladu sa zakonskim odredbama, poput Zakona o elektroničkim medijima i/ili pravilnika o zaštiti maloljetnika (2005).

Urednici trebaju voditi računa o sadržaju, na način da razmotre vrstu/e potencijalno štetnog medijskog sadržaja prema dobi djeteta. Neke od vrsta potencijalno štetnog sadržaja, kako ga klasificiraju neki autori su nasilje, seksualnost, rizična ponašanja, nesreće, samoubojstva. U ”Preporukama za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija” (Kuterovac i sur., 2016) navodi se razmatranje odnosa na temu koja se emitira, na njezino značenje, osjetljivost te kontekst. Naime, neki sadržaji mogu imati negativan utjecaj na djecu, poput izazivanja straha i tjeskobe, mogućnosti oponašanja nepoželjnih ponašanja i slično.

S druge strane i djeca imaju parvo na informiranje, ali i na zaštitu od preranog izlaganja neprimjerenim sadržajima. Stoga, prilikom klasifikacije sadržaja urednici trebaju promišljati o: razini osjetljivosti teme, emocionalnom tonu emitiranog sadržaja, kontekstu prikazivanja nepoželjnih, opasnih i zabranjenih ponašanja, poput konzumacije alkohola, zlostavljanja i/ili nasilja te pitanjem o količinskoj mogućnosti za oponašanjem nepoželjnog sadržaja, neprimjerenom jeziku, karakterizaciji likova i stereotipima te razini poznavanja publike (2016).

Za mlađu djecu i adolescente (12 i 15) nije prikladno pokazivanje nasilja kao dopuštenog sredstva za rješavanje problema, uživanje u zadavanju boli i maltretiranju, glorifikaciji nasilja, pozitivni heroji koji namjerno i nepotrebno nanose bol i patnju, okrutnost prema žrtvama i sl. (2016).

Najosjetljivija skupina koja se s njima mora nositi i rasti jesu oni najmlađi. Mediji su postali treća bitna stavka u djetetovom sazrijevanju. Prva socijalizacija postiže se i uči unutar obitelji, druga u školi, a već treća uči se putem skupine masovnih medija. Ukoliko dijete ne razvije ispravan odnos prema svakoj od njih, teže će se nositi i sa sobom i sa svakidašnjim problemima. Iako smo se u posljednje vrijeme uvjerali kako se preko medija može i učiti, što znači da sama škola nije ograničena na učionicu, ovim su radom prikazane i brojne štetnosti koje je dovela sama digitalizacija. Primjerice, jedno od njih je i unaprjeđivanje stereotipa. Mnoga djeca smatraju kako su lijepe djevojčice, poput Pepeljuge ili Trnoružice - dobre osobe, a one manje lijepe poput zlih maćeha - loše osobe. Vrlo je lako zaključiti do koliko potencijalnih štetnosti mogu dovesti takvi stavovi. Zamislite samo da je djevojčica fizičkim karakteristikama sličnija Pepeljuginoj - u animiranom filmu, vrlo zločestoj sestri, a manje dobroj, glavnoj glumici.

Djeca su najrizičnija skupina, i oglašavanja, i prikrivene manipulacije u medijima jer čine tri potrošača u jednom: primarni, kao onaj koji raspolaže džeparcem, sekundarni, odnosno onaj koji nagovara roditelje na kupnju i budući, koji će kasnije samostalno kupovati proizvode prema kojima je razvio pozitivnu emociju u mladosti. Ona su i većeg povjerenja u superlative poput "najbolji proizvod" te ne razlikuju promidžbeni od regularnog programa. Mediji uvelike utječu i na formiranje mišljenja u kontekstu društvenih pitanja. *Filter bubble*, pojava je kojom se objašnjava kako ono što pratimo na našim društvenim mrežama oblikuje našu percepciju svijeta, društva i aktualnih događanja (Martinović, 2020). Internet posjeduje

tendenciju lakog okupljanja ljudi istog mišljenja i lošeg utjecaja na isticanje pluralizma i drugačijih perspektiva. Serviranje samo objava za koje se procijeni da su po našoj osobnoj mjeri, psiholozi objašnjavaju ljudskom tendencijom da lakše vjeruju u ono u što i žele vjerovati. Reklame koje nam se prikazuju, usmjerene su upravo ciljanoj skupini u kojoj se nalazimo, a na našem se *feedu* pokazuje sadržaj za koji su algoritmi procijenili da će nas zanimati. Ne radi se samo o društvenim mrežama, već i o internetskim tražilicama koje različitim ljudima za istu pretragu pokazuju potpuno različite rezultate. Tako su novinari Guardiana zamolili liberalne i konzervativne glasače da zamijene račune na nekoliko dana. Rezultati su bili iznenađujući, a sudionici nisu mogli vjerovati koliko drugačiju sliku o događajima imaju ljudi drugačijeg političkog usmjerenja. Zaključili su da ako ste konzervativac, o Hillary Clinton niste mogli čuti niti jednu pozitivnu stvar, a ako ste liberal, živjet ćete u uvjerenju da je Trump marginalna figura (Lah, 2020). Već je analizirana tvrdnja kako brojna istraživanja potvrđuju da količina vremena koju djeca provode uz medije odgovara medijskim navikama roditelja i kako dijete upravo i stvara svoje medijske navike pod utjecajem navika svojih roditelja. Prema tome, ukoliko skrbnik nije medijski pismen, dijete ima rizik stvaranja iskrivljenih stavova i percepcije.

Dakle, kontrola medija jest bitna, jer je bez nje svatko, a pogotovo dijete slobodno činiti sve što mu se učini prirodnim. Ipak, elaborativan komunikacijski stil podrazumijeva tumačenje djetetu, za razliku od restriktivnog kojim mu se određene stvari brane. Uspješnije je djetetu objasniti zašto određena ideja ili stvar nisu dobre te mu dopustiti da sam odluči hoće li ju i dalje smatrati željom, nego ga kritizirati zbog znatiželje koja je normalna i očekivana. S obzirom na to da je djeci vrlo važno što o njima misle autoriteti te ih oni često nesvjesno i kopiraju, najbolja metoda je objasniti djetetu kako ono loše što želi napraviti, nije ono što bi roditelj učinio da je na njegovom mjestu i naravno, svojim primjerom i potkrijepiti takve stavove. Komunikacija u obitelji i stil odgoja također utječu na moralnu zrelost djeteta, a ako je stil komunikacije otvoren, pruža i puno različitih perspektiva moralnih uvida, što razvija društvenost i empatiju, koja će olakšati djetetovo sklapanje prijateljstva, nasuprot rigidnim i zatvorenim principima odgoja i dopustiti mu da se normalno razvije, u skladu s modernim vremenima i tehnologijom, od koje se niti ne može pobjeći...

5. ZAKLJUČAK

Urbanizacija je uvelike promijenila život ljudi. Utjecala je na sva područja društva i značajno izmijenila pojam obitelji, rada, religije, prehrane itd. Mnogi su doselili u gradove, koji svojom gustoćom, bukom i miješanjem kultura potencijalno dovode do većeg stupnja devijantnosti. U radu, navedena su brojna istraživanja koja potvrđuju veću sklonost kriminalu i mentalnom oboljenju individualaca u gradu, od onih u selu. Tome pridonosi veća socijalna izolacija, anonimnost, kućanstva sa samo jednim ili dvama člana, itd. Opće povjerenje i autohtoni običaji sve su rjeđi i gotovo nepostojeći u modernom gradskom društvu u kojem svaki pojedinac nastoji biti jedinstven. Emocionalna dinamika ličnosti djeteta odraslog u modernoj obitelji u kojoj oba roditelja teže karijeri i zajedno ne objeduju, može dovesti do većeg stupnja devijantnog ponašanja čiji se uzroci često mogu pronaći u primarnoj socijalizaciji koja se događa unutar obitelji i kasnije utječe na sekundarnu i tercijarnu socijalizaciju. Osoba koja u primarnoj socijalizaciji nije dobivala dovoljno pažnje, u kasnijoj životnoj fazi može ju poželjeti tražiti i od institucija za koje smatra da to nisu primijetile, primjerice vandalizmom. Takva osoba u sekundarnoj socijalizaciji u školi, među vršnjacima i profesorima, često zakaže i u odnosu prema autoritetima i tako u ranoj dobi potencijalno dobiva devijantnu etiketu koju nastavlja nositi ostatak života, s mogućnošću događanja samoispunjujućeg proročanstva. Kako za djecu, granice moraju postojati i za same medije. Iako oni nemaju centralizirani teritorij i narod, trebali bi više koristiti, nego štetiti i biti obzirniji prema medijski nepismenima. Naravno, svatko bi se trebao truditi prilagoditi modernom dobu, globalizaciji i urbanizmu, no promjene navedenih procesa toliko ubrzano rastu zbog čega je tek mali postotak potpuno informiran. Pismenost više ne podrazumijeva samo mogućnost čitanja i pisanja, već i elektroničku pismenost, ali i kritičko razmišljanje o medijima. Mnogi nas spomenuti autori upozoravaju na nagli utjecaj i moguće posljedice ubranog rasta tehnologije zbog čega je nužno osvijestiti ga, pokušati razumjeti i na posljetku, predvidjeti. Kontrola razvitka i potencijalnih promjena na današnju svakodnevicu zahtjeva konstantno učenje novih trendova i nužne granice. One ne smanjuju prava, već negativnu pojavu uzrokovanu viškom slobode. Kada bi smo ukinuli sve granice i utažili sve želje, čini mi se kako dosadašnje strukture poput naroda, države, crkve i obitelji, više ne bi ni postojale. Mnogo je zemalja kojima ne prednjači jedna vjera, jezik, kultura i narod, već ih nekoliko kola istovremeno. Roda više nije dva niti im itko zna stvaran broj, a danas ih je

diskriminirajuće i pretpostaviti. Slobodno se možemo pitati hoće li ih u skoroj budućnosti biti koliko i samih ljudi, a u malo više danjoj – samo jedan, *nonbinary* u kojem će svatko moći biti sve što želi, ili možda ipak ništa. Čovjek ne postoji bez društva koje ga okružuje i na jedan dio određuje. Pojedinač radi za ljude, sa ljudima i zbog ljudi, a pripadnost određenoj kulturi sa zajedničkim značajkama - nudi mu sigurnost, zaštitu, ljubav i poštovanje koje se smatraju temeljnim Marslovljevim potrebama (Puljić, 1980), bez kojih se osoba ne može samoostvariti. Ne zadovoljavanje tih potreba, stvara nelagodu, strah, tugu i bol koji potenciraju devijantnosti. Budući da živimo u jednom, devijantnost se nužno objašnjava i unutar društva, a njegova veća prisutnost u modernim gradovima, nužan je poziv na uvid u probleme urbanizma kao načina življenja i njegovih sastavnica.

Dakle, kontrola je potrebna jer su bez nje ljudi slobodni činiti sve što im se učini prirodnim. Dati egu upravljanje nad nama, razvija sebičnost i potencijalni rad na štetu društva. Ipak, ljudi su razumne životinje i mogu zatomiti svoje nagone i promišljeno reagirati, za veće dobro zajednice, dokle god to ne oštećuje vlastiti sustav i uvjerenja. Masovni su mediji uvelike promijenili život ljudi. Utjecali su na sva područja društva i značajno izmijenili navike ponašanja. Naš nam *feed* sada omogućuje da pratimo što rade naši prijatelji, što se događa na političkoj sceni, da naučimo kuhati ili pravilno vježbati i sve ostalo čega se možemo sjetiti. Trendovi udaljeni kilometrima i prisutni na kontinentima koje možda nikada nećemo posjetiti, dostupni su nam sada i odmah. Nema potrebe da posjećujemo informacijske pultove, knjižnice, niti pretražujemo telefonske brojeve, jer sve što nam treba možemo naći na jednom mjestu - internetu. Nakon što je završilo razdoblje pojave i razvoja masovnih medija pojavilo se digitalno doba i internet kao medij svih medija. Danas, stalno "uronjeni" u online svijet, pogotovo svijet društvenih mreža, postajemo njegov integralni dio konzumirajući, ali i stvarajući sadržaje. Takva prerazvijena tehnologija, utječe na premalo razvijen narod i za sobom ostavlja brojne posljedice koje su premalo istražene. Uvukla se u svaki dio društva i potpuno ga promijenila. Uz brojne pozitivne posljedice, zbog onih negativnih, nužno je informirati narod o utjecaju kakav mediji ostavljaju na životne navike. Nužno je baviti se njegovim učinkom, a ne definiranjem, jer učinak podrazumijeva situaciju, a definiranje, kretanje informacija (McLuhan, 1971:28) kojima su ljudi ionako pretrpani.

7. Popis korištene literature:

1. Anić V. (2000) Rječnik stranih riječi, Zagreb, str. 523;
2. Antolčić, M. (2016) Uloga medija u slobodnom vremenu djece i mladih, Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet;
3. Antolović, K. i Haramija, P. (2015) Odgovorno oglašavanje, Pravo i etika u tržišnom komuniciranju, K&K Promocija i HURA, Zagreb;
4. Becker, H. (1991) Outsiders: Studies In The Sociology Of Deviance, The Free Press, New York, str. 177-212;
5. Brenner, N. (2015) Doba urbanizacije, University of Chicago;
6. Brown, L. M., Lamb, S., & Tappan, M. B. (2009) Packaging boyhood: saving our sons from superheroes, slackers, and other media stereotypes, New York;
7. Buijzen, M., van der Molen, J. H. W., & Sondij, P. (2007) Parental mediation of children's emotional responses to a violent news event. *Communication Research*, 34(2), str. 212-230;
8. Burušić, J. (1999) Efekt treće osobe, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb
9. Carlin, D. i Winfrey, K. (2009) Have You Come a Long Way, Baby? Hillary Clinton, Sarah Palin, and Sexism in 2008 Campaign Coverage, *Communication Studies*, str. 326-343
10. Castells, M. (1989) The informational city, Basil Blackwill, Oxford
11. Castells, M. (2000) Informacijsko doba: Ekonomija, društvo i kultura - sv.1., Uspon umreženog društva; Golden marketing, Zagreb
12. Ciboci L., Kanižaj I., Labaš D. (ur.) (2011) Djeca medija: Od marginalizacije do senzacije, Zagreb: Matica Hrvatska
13. Ciboci, L. i Osmančević, L. (2015) Kompetentnost nastavnika hrvatskoga jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama, *Medijska pismenost: preduvjet za odgovorne medije*, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, str. 121-139
14. De Block L., Buckingham D. (2007), *Global Children, Global Media. Migration, Media and Childhood*, New York, 207
15. Dijk, J., Kesteren, J., Smit, P. (2007) Criminal Victimization in International Perspective - Key findings from the 2004-2005 ICVS and EU ICS
16. Đuran A., Koprivnjak D., Maček N. (2018) Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi, str. 275
17. Elias, N. (2001.) *Proces civilizacije*, Knjižarnica Zorana Stojanovića, Novi Sad
18. Elkin, E. (2019) *Crime in England and Wales*, Ured za nacionalnu statistiku, dostupno na: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/crimeandjustice/bulletins/crimeinenglandandwales/yearendingmarch2019> (datum posjete: 15 srpnja, 2021.)
19. Foretić N., Rodek S., Mihaljević D. (2009.), *Utjecaj medija na fizičku inaktivnost djece*, Split

20. Glaeser, E. I Sacerdote, B. (1999) Why Is There More Crime in Cities? Journal of Political Economy, Vol. 107, No. S6, The University of Chicago Press
21. Giddens, A. (2007) Obitelj, U: Sociologija: Zagreb, Nakladni zavod Globus
22. Goffman, E. (2000) Kako se predstavljamo u svakodnevnom životu, Geopoetika, Beograd
23. Helliwell, J., Shiplett, H. i Barrington-Leigh, C. (2018) How Happy are Your Neighbours? Variation in Life Satisfaction among 1200 Canadian Neighbourhoods and Communities, NBER Working Paper No. 24592, Cambridge
24. Homans, G. (1958) Social Behavior as Exchange, American Journal of Sociology, Vol. 63, No. 6, The University of Chicago Press, str. 597-606
25. IQ tester, (2010) Razine vrijednosti IQ, dostupno na: <https://www.hr.iqtester.eu/clanci-o-iq/razine-vrijednosti-iq.html> (datum posjete: 20. srpnja, 2021)
26. Jurčić D. (2017) Teorijske postavke o medijima - definicije, funkcije i utjecaj, str. 127
27. Kolucki, B. i Lemish, D. (2013) Kako komunicirati s djecom: Načela i prakse za podršku, nadahnuće, poticaj, obrazovanje i iscjeljenje Fond Ujedinjenih naroda za djecu (UNICEF), Ured za Hrvatsku, Zagreb
28. Kuhn, T. (2002) Struktura znanstvenih revolucija, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb
29. Kuterovac Jagodić, G., Štulhofer A., Lebedina Manzoni M. (2016) Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, Zagreb: Agencija za elektroničke medije, dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2016/09/medijska-pismenost-preporuke-dokument.pdf> (datum posjete: 15. srpnja, 2021.)
30. Lah, I. (2020) Utjecaj društvenih mreža na percepciju svijeta i društvenih odnosa. Diplomski rad, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet
31. Laniado N., Pietra G. (2004-2005) Naše dijete, videoigre, Internet i televizija, prev. N. Modrić Tićak, Rijeka: Studio TiM
32. Latinović, A. (2019) Srđan Mladan, Roditelji najmonstruoznijeg hrvatskog ubojice plaćali ženama koje su ga poslijedivale u zatvoru?, dostupno na: <https://direktno.hr/direkt/srdan-mladan-roditelji-najmonstruoznijeg-hrvatskog-ubojice-placali-zenama-koje-su-ga-posjecivale-u-zatvoru-170958/>
33. Lončar J. (2005) Globalizacija, pojam, nastanak i trendovi razvoja, Geografski odsjek PMF, Zadar
34. Mandarić V. (2012) Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladi, Bogoslovska smotra, sv. 82 (1), str. 131-149
35. Marincel, D. Dječja psihologija, dostupno na: <http://www.istrazime.com/djecja-psihologija/djeca-i-televizija/> (datum posjete: 14. srpnja, 2021.)
36. Martinović, I. (2020) Načini filtriranja informacija na društvenim mrežama, Završni rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku
37. Marshall, B. i Johnson, S. (2005) Crime in rural areas: A Review of the Literature for the Rural Evidence Research Centre

38. Matić, R. (2003) Društvena promocija bezakonja : uvod u sociologiju devijantnosti, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb
39. McLuhan, M. (1971) Poznavanje opštila-čovjekovih produžetaka, Prosveta, Beograd
40. McLuhan, M. (2008) Razumijevanje medija, mediji kao čovjekovi produžeci, Golden marketing, Zagreb
41. McLuhan, M. (2018) Elektronski mediji i kraj kulture pismenost, Karpos, Loznica
42. Medijska pismenost - preduvjet za odgovorne medije (2015), zbornik radova sa 5. Regionalne znanstvene konferencije Vjerodostojnost medija, Sarajevo, str. 122-136
43. Menell, S. Murcott. A i Otterloo, A. (1998) Prehrana i kultura: sociologija hrane, Naklada Jesenski i Turk i Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb
44. Mihaljević, D. (2016) Feminizam - Što je ostvario?, Filozofski fakultet, Sveučilište u Mostaru
45. Mikić K. (2004) Odgoj za medije ili medijska pedagogija, bilten Hrvatskog filmskog saveza (1331-8128), 45; str. 52-57
46. Miliša, Z. i Tolić, M. (2009) Uloga simboličkog interakcionizma u analizama medijske manipulacije, Odjel za pedagogiju, Sveučilište u Zadru
47. Neihart, M. (2000) Gifted Children With Asperger's Syndrome, Gifted Child Quarterly 44(4), str. 222-230
48. Novi život, (2017) Strelovit porast suicida u Hrvatskoj, dostupno na: <https://www.novizivot.net/sve-veci-broj-ljudi-u-hrvatskoj-si-oduzima-zivot/> (datum posjete: 15. lipnja, 2021.)
49. Puljić, Ž. (1980) Samoostvarene osobe u psihologiji A. H. Maslowa, Crkva u svijetu, Vol. 15 No. 3, str. 268-276
50. Rudan S., (2020) Utjecaj medija na djecu (Završni rad), dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:003970> (datum posjete: 25 lipnja, 2021.)
51. Smajić Dubravka, Majdenić Valentina (ur.) (2015) Dijete i jezik danas: dijete i mediji, Osijek, 18-20, dostupno na: <https://chila.eu/dijete-i-mediji-2015-children-and-the-media-2015/>
52. Stereotipi i medijski prikazi ljepote: Kako mediji oblikuju naš pojam lijepoga? [Brošura] (bez dat.). Društvo za komunikaciju i medijsku kulturu, dostupno na: <http://dkmk.hr/wp-content/uploads/2016/01/Stereotipi-i-medijski-prikazi-ljepote.pdf> (datum posjete: 20. Lipnja, 2021.)
53. St. Peters, M., Fitch, M., Huston, A. C., & Wright, J. C. (1991) Television and families: What do young children watch with their parents? Child Development, 51, str. 1409-1423
54. Šakić, M. (2011) Samoubojstvo kao društveni problem: Rasprava iz sociološke perspektive, Završni rad, Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska
55. Šimala T. (2017), Utjecaj medija na djecu predškolske dobi, dostupno na: <https://repozitorij.ufzg.unizg.hr/islandora/object/ufzg%3A347/datastream/PDF/view>
56. Toffler, A. (1975) Šok budućnosti, Otokar Keršovani, Rijeka
57. Toffler, A. (1983) Treći talas 1-2, Izdavački zavod, Beograd
58. Valković J. (2016), Utjecaj medija na socijalizaciju, Zagreb, str. 99-111
59. Wirth, L. (1938) Urbanism as a way of life, The American Journal of Sociology, Vol. 44, No. 1, The University of Chicago Press, 1-24

60. Zgrabljic Rotar N. (Ur.) (2005) *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: MediaCentar.) str. 3-8;
61. Zgrabljic Rotar, N. (2015) *Medijska istraživanja*, 21 (1), 0-0, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/142068> (datum posjete: 30 lipnja, 2021.);
62. Zenko, V. (2018) *Utjecaj oglašavanja u medijima na djecu*, završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb