

# Mediji i zdrav način života - navike mladih u Hrvatskoj

---

**Cerjak, Sara**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:028262>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-27**



*Repository / Repozitorij:*

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Sara Cerjak

**MEDIJI I ZDRAV NAČIN ŽIVOTA – NAVIKE  
MLADIH U HRVATSKOJ**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2024.





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA  
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Sara Cerjak

**MEDIJI I ZDRAV NAČIN ŽIVOTA – NAVIKE  
MLADIH U HRVATSKOJ**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Lana Ciboci Perša

Zagreb, 2024.

## **Sažetak**

Cilj rada je pojasniti ulogu medija u poticanju aktivnog stila života i pravilne prehrane među mladima u Hrvatskoj u dobi od 18 do 30 godina. Rad se sastoji od teorijskog i istraživačkog dijela. Teorijski dio rada opisuje glavne pojmove koji se pojavljuju u radu - zdrav način života, pravilna i nepravilna prehrana, fizička aktivnost, fizičko i psihičko zdravlje, mediji i medijski sadržaji, društvene mreže i aktualni *gadgeti*. Osim toga, u radu je objašnjena i problematika loših životnih navika danas. U istraživačkom dijelu rada prikazani su rezultati prikupljeni *online* anketnim upitnikom, a sve u svrhu istraživanja o navikama mladih u Hrvatskoj. Izneseni su podaci o upućenosti mladih u medije te važnost sporta i pravilne prehrane. Spomenutim je istraživanjem utvrđeno da većina mladih koristi društvene mreže i *gadgets*. Od društvenih mreža najviše koriste Instagram, YouTube, Facebook i TikTok, a od *gadgets* pametni sat. Također, potvrđeno je da većina mladih smatra da medijski sadržaji utječu na razmišljanje i ponašanje ljudi koji ih prate, ali i da puno mladih zapravo ne promišlja dovoljno o važnosti tog utjecaja.

***Ključne riječi:*** mladi, mediji, fizička aktivnost, pravilna prehrana

## **Abstract**

The aim of this paper is to clarify the importance of an active lifestyle and proper nutrition, and the connection of the aforementioned with the media, among young people in Croatia between the ages of 18 and 30. The paper consists of a theoretical and a research part. The theoretical part of the paper describes the main concepts that appear in the paper - healthy lifestyle, proper and improper nutrition, physical activity, physical and mental health, media and media content, social networks and currently used gadgets. In addition, the paper also explains the problem of bad lifestyle habits today. The research part of the paper presents the results collected by an online questionnaire, all for the purpose of research on the habits of young people in Croatia. Data were presented on the awareness of young people in the media and the importance of sports and proper nutrition. The aforementioned research found that the majority of young people use social networks and gadgets. Most young people use Instagram, YouTube, Facebook and TikTok, and of the gadgets they use smart watches. It was also confirmed that the majority of young people believe that media content influences the thinking and behavior of the people who follow them, but also that many young people do not think enough about the importance of this influence.

**Keywords:** youth, media, physical activity, proper nutrition

## Sadržaj

Uvod .....	1
1. Mediji i zdravlje.....	3
1.1 Fizička aktivnost kao rješenje niza problema.....	4
2. Važnost fizičke aktivnosti i prehrane .....	11
2.1 Sarkopenija i osteopenija .....	13
2.2 Pravilna prehrana i fitness kultura .....	14
3. Digitalizacija i modernizacija .....	16
3.1 Komunikacija kao višenamjenski alat .....	19
4. Metodologija istraživanja .....	24
4.1. Metoda istraživanja .....	24
4.2. Uzorak .....	25
4.3. Rezultati.....	26
5. Rasprava .....	36
Zaključak .....	38
Literatura .....	40

## Uvod

Danas je život gotovo nezamisliv bez medija, a mediji sve više utječu na ljude u smislu izgradnje mišljenja i stavova, stvaranja obrazaca ponašanja i djelovanja u društvu. Mediji su dio svakodnevice kod većine ljudi te stoga ne čudi da imaju veliku ulogu u životu svih koji se njima koriste. Ljudi su korištenjem medija izloženi velikoj količini informacija koje ne moraju biti korisne ili istinite. Stoga je od velike važnosti da se ljudi koji koriste medije o njima informiraju i obrazuju. Pismenost je nešto što ima veliku važnost u svakom segmentu u kojem postoji pa tako i ovdje. Biti medijski pismen znači biti dovoljno educiran o svim benefitima, ali i potencijalnim opasnostima koje sa sobom donosi korištenje medija. Sami po sebi mediji nisu ni isključivo pozitivni ni negativni. Ono što ih definira je način na koji će se koristiti. Važno je promicati medije na prave načine i za prave stvari, ali i skretati pozornost na probleme u društvu do kojih je dovelo nepravilno korištenje medija. Ovdje možemo svrstati brojne fizičke i psihičke bolesti do kojih dovodi pretjerano korištenje medija i izlaganje medijskim sadržajima. Mediji utječu i na samog pojedinca, ali i na mase ljudi, a često je taj utjecaj pomno planiran i namjeran.

Da bi mladi bili sposobni snalaziti se u velikoj količini informacija koja je danas prisutna, važno je da budu dovoljno educirani o medijima, načinima na koji bi se mediji trebali koristiti i sl. Odličnu podlogu za razvijanje mladih osoba u ovom smjeru, tj. za njihovim medijskim opismenjavanjem, mogu pružiti roditelji. Djeca se još ne mogu zaštititi od negativnih utjecaja medija sami pa do njihovog sazrijevanja roditelji imaju tu veliku obavezu. Vrlo je bitno da se djeca i mladi pravovremeno usmjere na pravi put, a da bi to bilo moguće potrebno je da roditelji budu isto tako medijski pismeni i svjesni u što se upuštaju djeca i mladi kada upale mobitel ili laptop i krenu pretraživati različite sadržaje na internetu. Usvajanje zdravih životnih navika iznimno je važno za cjelokupnu kvalitetu života ljudi i najidealnije bi bilo kada bi se barem dio tih navika usvojio već u najranijoj dobi života. Dakle, iako situaciju otežava činjenica da mladi spadaju u jednu od skupina najsklonijih medijskom utjecaju, treba ih se poticati na zdrav način života jer se u tom razdoblju najviše i najlakše oblikuju.

Jedan je od najvećih izazova današnjeg društva aktivan stil života uz prakticiranje pravilne prehrane. Stil je života danas ubrzan i to ostavlja trag na prehrani svakog pojedinca. Osobe koje su stalno u žurbi i ne organiziraju si vrijeme dovoljno dobro, često će posegnuti za lancima brze prehrane. Osim toga, velik broj ljudi nakon napornog dana poseže za daljinskim upravljačem i sjeda na kauč ispred kojeg provode puno slobodnoga vremena. Razumljivo je da je čovjeku potreban odmor, kako od fizičkog rada, tako i na psihičkoj bazi. No, u tim bi se



trenutcima ljudi trebali ipak okrenuti za nečime što će zapravo pridonijeti opuštanju i oporavku tijela od stresa kojem je bilo izloženo zbog obaveza. Ulaganje u sebe zahtijeva nekada ići preko svojih granica, ali na kraju se to ipak isplati. Mladi bi trebali težiti tome da nakon npr. školskih obaveza unesu kvalitetan obrok, malo odmora, ali i odrade određenu tjelovježbu. Benefiti ovakvog načina života definitivno su veći i dugoročno isplativi. Upravo je takav, sjedilački način života, danas jedan od najvećih krivaca kada govorimo o problemima sa zdravljem prisutnim u današnjem društvu. Ovi su problemi iznimno aktualni i potrebno je osvijestiti važnost zdravog načina života.

Cilj je rada pojasniti povezanost između medija i zdravlja, osvijestiti važnosti aktivnog načina života i prakticiranja pravilne prehrane te dati uvid u situaciju među mladima u Hrvatskoj što se tiče načina života. U prvom će se dijelu rada pojasniti pojmovi mediji i zdravlje te predstaviti fizička aktivnost kao rješenje raznih problema. U drugom dijelu rada će se pobliže predstaviti važnost fizičke aktivnosti i pravilne izbalansirane prehrane. Osim toga, bit će riječ i o nekoliko bolesti koje se često pojavljuju, a do kojih dolazi zbog neadekvatnog unosa nutrijenata kroz prehranu i manjka fizičke aktivnosti. Treći se dio rada fokusira na digitalizaciju i modernizaciju zbog kojih se način provođenja slobodnog vremena uvelike promijenio. Predstavljaju se mediji kao moćan alat koji komunikaciju koriste za kontrolu mase i postizanja vlastitih ciljeva. Drugi dio rada podrazumijeva prikaz istraživanja kojim je analizirana povezanost medija sa zdravim životnim navikama među mladima u Hrvatskoj. Metodom anketnog upitnika prikupljeno je 200 odgovora ispitanika u dobi od 18 do 30 godina. Anketnom se upitniku moglo pristupiti putem poveznice podijeljene na društvenim mrežama.

## 1. Mediji i zdravlje

Mediji i zdravlje pojmovi su koji se u današnje vrijeme često pojavljuju u različitim kombinacijama i kontekstima, a upravo će oni biti pobliže objašnjeni u ovom dijelu rada. Iako se danas medijima koristi veći dio čovječanstva i mnogima je život bez medija nezamisliv, o bitnim se problematikama današnjeg društva i dalje ne priča dovoljno. Ova činjenica pomalo i zabrinjava s obzirom na to da mlade danas smatramo populacijom koja prkosi pravilima, ne ustručava se dati svoje mišljenje i ne boji se promjene. Mladi su danas oni koji su na neki način revolucionari te oni kroje nove pokrete i obrasce ponašanja koji uvelike već sada utječu na budućnost svijeta.

Dok se nekima čini da je sve crno, drugima se čini da je sve bijelo. No, istina je takva da, kao i u svemu, ima i pozitivnih i negativnih strana korištenja medija i digitalizacije u današnjem svijetu. Ritam života je postao takav da nam mediji uvelike olakšavaju svakodnevne radnje. Na primjer, bit će nam praktičnije u javnom prijevozu uzeti mobilni telefon i otvoriti *online* verziju novina, nego li otvarati prave novine u klasičnom obliku koje su nekada dosta velikih dimenzija. Negativna strana u ovom primjeru bi bila to da ako imamo klasičan oblik novina, možemo ga čitati u bilo kojem trenutku, dok *online* verziju možemo koristiti samo ako imamo pristup internetu. Naravno, ovo je samo jedan kratki i banalni primjer pozitivne i negativne strane klasičnih i *online* medija. Priča ide puno dublje te se ne može lako odrediti što je „bolje“. Izbor je u potpunosti individualan, ali kada se sve zbroji i oduzme, većini ljudi danas digitalizacija i *online* oblici medija bit će prvi izbor. Internet je većini dostupan, kao i mobilni uređaji, pa je njegovo korištenje većini ljudi dio svakodnevice.

Kada se govori o zdravlju, najjednostavnije bi ga bilo raščlaniti u dvije kategorije – psihičko i fizičko zdravlje. Psihičkom zdravlju zadnjih se nekoliko godina počinje pridavati veća pozornost. Ova činjenica je, naravno, samo jedan od dokaza da se promjena odvija u pozitivnom smjeru jer mentalno zdravlje je nešto o čemu se dugo nije govorilo. Ljudi koji imaju problema s mentalnim zdravljem često se zatvaraju u sebe i ne žele tražiti pomoć. Oni koji se ipak odluče potražiti pomoć, najčešće se obraćaju prijateljima, partneru ili internetu. Iako su savjeti koji se mogu dobiti od bliskih ljudi nekada od velike koristi i pomoći, ipak bi bilo korisnije potražiti pomoć kod nekog tko je stručan za takve stvari. Autori Suzanne van den Toren, Amy van Grieken, Marjolein Lugtenberg, Mirte Boelens i Hein Raat proveli su istraživanje o pogledima adolescenata na traženje pomoći za emocionalne probleme i probleme u ponašanju. Spomenutim su istraživanjem utvrdili da se mladi češće okreću neformalnim

izvorima pomoći, nego formalnima, ali i da su adolescenti „kao prvi izbor izvora pomoći spominjali prijatelje i internet“ kada se radi o manjim problemima, a kada se radi o većim problemima, onda bi „odabrani izvor pomoći često (...) bila osoba od povjerenja, poput mentora u školi ili roditelja“ (van den Toren i sur., 2020: 7). Korištenje medija gotovo sigurno sa sobom nosi razne rizike povezane s mentalnim zdravljem. Autori John A. Naslund, Ameya Bondre, John Torous i Kelly A. Aschbrenner pišu o tri glavne kategorije rizika povezanih s mentalnim zdravljem – utjecaj na simptome, suočavanje s neprijateljskim interakcijama i posljedice za svakodnevni život. Naslund i sur. (2020: 251) ističu da „bi rizike trebalo pažljivo razmotriti u raspravama koje se odnose na upotrebu društvenih medija i širu upotrebu digitalnih tehnologija mentalnog zdravlja, kao načine za promicanje mentalnog zdravlja ili za podupiranje pristupa programima utemeljenima na dokazima ili uslugama mentalnog zdravlja“. Dakle, danas kada je rizik utjecaja medija na mentalno zdravlje iznimno velik, od presudne je važnosti edukacija o medijima i savjesno korištenje istih. Pojava i jačanje interneta uvelike je pridonijelo razvijanju medija pa se tako internet s vremenom i nametnuo kao glavni prijenosnik informacija. Internet se danas kod mladih koristi kao primarno sredstvo komunikacije i iako on pruža najbrži pristup informacijama, to ne znači da se ne treba odvojiti malo dodatnog vremena na provjeru istih. Velika je količina sadržaja na internetu lažna i neprovjerena pa valja obratiti pažnju na vjerodostojnost sadržaja koje osoba prati.

### ***1.1 Fizička aktivnost kao rješenje niza problema***

Internet je danas uzrok, ali u isto vrijeme i lijek za brojne bolesti. S jedne strane, uzrokom se smatra upravo zbog velike količine objavljenih neistinitih informacija do čega dolazi zbog činjenice da danas svatko može objavljivati na internetu. S druge strane, može se smatrati lijekom jer se na njemu mogu pronaći i brojni kvalitetni sadržaji na različite teme. Na početku rada spomenuto je da se zdravlje može najjednostavnije podijeliti na psihičko i fizičko pa se tako i bolesti uzrokovane korištenjem medija i interneta mogu podijeliti na dva dijela, tj. u dvije skupine – psihičke i fizičke. Danas je sve ubrzano što rezultira svakodnevnim stresom i potrebom za psihičkim odmorom u istoj mjeri kao i za fizičkim odmorom. O tome se često može čuti u svakodnevnim razgovorima s npr. prijateljima, kolegama ili roditeljima. Izreka „moram psihički odmoriti“ kada osoba dođe s posla i više je nego česta pojava u svakodnevnom žargonu. Ovo je samo dokaz da nešto ili netko utječe na čovjekov um čak i na svakodnevnoj bazi te da je briga o mentalnom zdravlju itekako potrebna.

Kao što Ilkka Vuori u svom radu *Tjelesna neaktivnost je uzrok, a tjelesna aktivnost lijek za glavne javnozdravstvene probleme* (2004: 123) kaže, postoje i jaki dokazi koji pokazuju češću pojavu bolesti kod ljudi koji se tjelesnom aktivnošću bave rijetko ili nikada. Npr. kardiovaskularne bolesti jedna su od mnogih skupina bolesti do kojih dovodi neaktivan stil života. Doktorica medicine Verica Kralj (2023) na internetskoj stranici Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo ističe da je moguće „očekivati sve veće opterećenje kardiovaskularnim bolestima ako se ne poduzmu sveobuhvatne mjere prevencije“ te da bi svatko za sebe trebao „nastojati čuvati svoje zdravlje kroz zdrave životne navike“. Iako se na prvu možda čini da je glavni uzrok ovog problema jasan, stvari nisu tako jednostavne kako se čine. Uzroci i posljedice neaktivnog stila života se isprepliću te ih se ne može lako raščlaniti i u potpunosti odvojiti jedne od drugih. Jedno od pitanja koje se može postaviti je upravo to uzročno-posljedično – jesu li mediji uzrok manjka fizičke aktivnosti u današnjem društvu ili je društvo postalo takvo spletom okolnosti pa sada korištenjem medija samo popunjavaju vrijeme koje ionako ne bi proveli u nekoj fizičkoj aktivnosti?

Može se reći da je postotak ljudi koji sport smatraju bitnim iznenađujuće velik, iako ga ne prakticiraju svi koji tako razmišljaju. Da je sport važan potvrđuje istraživanje koje je proveo Ørnulf Seippel na vrlo velikom uzorku od više od 44 000 ispitanika iz 33 zemlje. Seippel (2019: 337) je utvrdio da je sport važan u mnogim nacijama širom svijeta te da „većina javnih autora također doživljava sport kao sve važniji i uključuje sportska pitanja u svoje politike“ (Seippel, 2019: 337). Osim toga, kod ovakvih politika „na njihov legitimitet i učinkovitost mogao bi utjecati način na koji ljudi percipiraju i cijene sport“ (Seippel, 2019: 337). Tematika sporta, fizičke aktivnosti i zdravlja bitna je za normalno funkcioniranje pojedinca i na kraju za sam život. Dakle, ne radi se o zainteresiranosti ljudi o temi koja će biti zanimljiva ili važna samo nekima, već se radi o onome o čemu bi svi trebali razmišljati te voditi brigu. „Tjelesna je aktivnost bila i ostaje neizostavan biološki podražaj nužan za održavanje struktura i funkcija organa i organskih sustava“ (Vuori, 2004: 123). Lista benefita fizičke aktivnosti je i više nego duga, a Vuori (2004: 123) piše da „većina, ako ne i sve adaptacijske promjene, uzrokovane umjerenom učestalošću i intenzitetom tjelesne aktivnosti, djeluju tako da poboljšavaju zdravlje, unapređujući strukturu i/ ili funkcionalnu sposobnost odgovarajućeg organa. Mnoge adaptacijske promjene također smanjuju rizik od određenih bolesti ili prekursora bolesti, npr. prekomjerne tjelesne mase ili pretilosti.“

S druge strane fizička neaktivnost je pojam koji na prvu ne zvuči kao nešto smrtonosno ili prijeteće, ali sigurno je nešto od čega bi svi trebali biti što dalje. Ona ima potpuno suprotan učinak od fizičke aktivnosti i, najkraće rečeno, sa sobom donosi čitav niz potencijalnih bolesti. Kao što Nikola Foretić, Stjepan Rodek i Dodi Mihaljević (2009: 381) kažu, „nedostatak kretanja (inaktivnost) može se smatrati značajnim patogeno - uvjetovanim faktorom koji se naziva hypokinetic diseases (hipokinetičke bolesti), a definiraju ga: česte smetnje u regulaciji krvotoka, neki oblici hipertoniije, koronarna insuficijencija, srčani infarkt, vegetativna distonija, gojaznost, česte greške i slabosti tjelesnog držanja, atrofija i dr.“

Neke navike svoj začetak imaju još u najranijoj dobi pa se tako i dobri temelji fizički aktivne i zdrave osobe mogu izgraditi još u ranom djetinjstvu. Kako je danas stil života podređen digitalnim tehnologijama, ne iznenađuje činjenica da djeca i mladi sve više posežu za virtualnim načinima zabave. U prošlosti kada bi djeci bilo dosadno, djeca bi bila aktivna – provozali bi se na biciklu, izašli bi na igralište s prijateljima, dodavali se loptom, igrali bi se skrivača i sl. Danas, potaknuti dosadom, ljudi od najranijih trenutaka života posežu za mobitelom, laptopom, tabletom i daljinskim upravljačem. Svi žive u takvom svijetu i gotovo je nemoguće izbjeći korištenje medija i digitalne tehnologije. Česta greška koju danas rade roditelji podrazumijeva ostavljanje djeteta bez nadzora tijekom korištenja uređaja i medijskih sadržaja. Uz to, problem predstavlja i činjenica da roditelji dijele informacije o svojoj djeci bez razmišljanja o mogućim negativnim posljedicama. Ovog problema se dotiče i Sheila Donovan, a komentira ga kroz pojašnjavanje pojma *sharenting*. *Sharenting* je Donovan (2020: 35) objasnila kao objavljivanje slika i podataka o djetetu na internetu. Pravo na privatnost i očuvanje privatnosti nešto je o čemu bi se trebala voditi briga. Donovan (2020: 53) smatra da „roditelji možda nisu tehnološki sposobni zaštititi privatnost svoje djece ili da se ne osjećaju uvijek obveznima djelovati u najboljem interesu svog djeteta“ pa se zbog takvog objavljivanja podataka djece od najranijih dana „krađa identiteta, internetski kriminal i lišavanje autonomije te prava na samo-aktualizaciju“ pojavljuju sve češće. Danas kada je digitalizacija na vrhuncu, internet i tehnologija zauzimaju velik prostor u životu ljudi. Potreba za digitalnim oblicima obavljanja raznih aktivnosti raste, a ne ulaže se dovoljno truda u očuvanje vlastite privatnosti, sigurnosti i mira. U svome članku Foretić, Rodek i Mihaljević (2009: 382) pišu da „kad je riječ o današnjem življenju općenito pa tako i o življenju djeteta, sve aktualnija postaje potreba mijenjanja mogućeg odnosa između tehničko-informativnog progressa i biološke potrebe za kretanjem“. Ovaj je problem zapravo i jedan od većih problema današnjeg čovječanstva. Situaciji ne doprinosi činjenica da se „u većini poslova od čovjeka (se) traži rješavanje problema

uz pomoć suvremenih pomagala na bazi kompjutera, a i većina svakodnevne zabave i opuštanja svodi se na medijske produkcije televizije, radija, interneta ili kompjutera“ (2009: 382). Mediji su danas zaista sveprisutni, koliko nam pomažu, toliko nam i odmažu. Zaposleni ljudi i npr. studenti često zbog posla i studiranja moraju koristiti medije s ciljem izvršavanja svojih poslovnih ili studentskih obaveza. U idealnom svijetu rješenje bi bilo ograničiti korištenje medija u svrhe koje nam nisu nužne kao ove dvije prethodno spomenute.

Okolina koja podržava gore opisani stil ponašanja samo dodatno pogoršava cjelokupni problem jer, uz sve, ona još i „kroz medijski prostor promovira nezdravu hranu i fizičku inaktivnost“ (Foretić i sur., 2009: 382). Kao jedan primjer ove situacije možemo navesti reklame za brzu hranu. U Zagrebu se svakih nekoliko metara može vidjeti reklama za lance brze prehrane, ali ne i za npr. neki sportski klub ili važnosti adekvatnog unosa proteina. Naravno da će veći utjecaj imati reklama koja predstavlja, u ovom slučaju, brzo rješenje za obrok ako je osoba u žurbi. Kao problem se ističe i nedovoljna edukacija ljudi o važnosti zdravog načina života. Brza rješenja nikad neće biti dugoročno korisna. Manjak kretanja i nezdrava hrana glavni su uzroci obolijevanja od različitih oblika bolesti. „Glavni 'sportovi' i izvanškolske aktivnosti djece postaju PlayStation i kompjutor, a djeca radije igraju turnir za igraćim konzolama nego na sportskom igralištu“ (Foretić i sur., 2009: 383). Suprotno tome, postoji i literatura koja potvrđuje pozitivne navike kod djece i mladih. Globalna agencija za istraživanje tržišta i javnog mnijenja Ipsos provela je istraživanje putem interneta u školama u Engleskoj tijekom jesenskog, proljetnog i ljetnog roka 2021. i 2022. godine. Margaret Blake (2022) ističe da je za istraživanje sakupljeno više od 120 000 odgovora učenika i roditelja iz više od 1500 škola. „Podaci pokazuju da 47,2% djece i mladih (...) ispunjava smjernice glavnog liječnika o bavljenju sportom i fizičkom aktivnošću barem 60 minuta dnevno“ (Pontefract, 2022), što je pozitivna činjenica.

Uzevši u obzir dostupnost medija djeci, može se zaključiti da mladi koji se bolje služe medijima mogu pristupiti još većoj količini sadržaja te tako biti u većem riziku od medijskog utjecaja. Mediji su vrlo moćan alat čije korištenje predstavlja iznimno veliku opasnost za zdravlje ljudi ako se ne koristi na ispravan način. Dok su mladi već svjesni svog ponašanja i mogu odgovarati za svoje postupke, djeca su najranjivija skupina jer još nisu dovoljno zreli za donošenje odluka koje su važne za život. Ovdje veliku ulogu imaju roditelji i ako oni ne učine sve da zaštite svoje dijete, a to uključuje i adekvatnu edukaciju, postoji mogućnost za mnoge potencijalne probleme i opasnosti u koje mediji mogu uvući djecu. Na internetskoj stranici

*American Psychological Association* može se pronaći znanstveni članak s brojnim zanimljivim podacima vezanima uz vrijeme korištenja medija od strane tinejdžera. *American Psychological Association* vodeća je znanstvena i stručna organizacija u SAD-u koja se bavi psihologijom i za cilj ima promicanje napretka, znanja i primjenu psihološke znanosti u svrhu poboljšanja života društva. Na spomenutoj stranici, u članku *Tinejdžeri provode približno 5 sati dnevno na društvenim mrežama* (2024), autorica Tori DeAngelis piše da u SAD-u tinejdžeri provode u prosjeku 4,8 sati na društvenim mrežama. „Prosječan broj sati dnevno koje tinejdžeri u SAD-u provode koristeći sedam popularnih aplikacija na društvenim mrežama, a YouTube, TikTok i Instagram čine 87% njihovog vremena na društvenim mrežama. Naime, 37% tinejdžera kaže da provodi 5 ili više sati dnevno, 14% provodi 4 do manje od 5 sati dnevno, 26% provodi 2 do manje od 4 sata dnevno, a 23% provodi manje od 2 sata dnevno na ove tri aplikacije.“ (DeAngelis, 2024) Dakle, u njihovom je slučaju to petina dana. Nešto na što se troši toliko vremena zasigurno ostavlja trag na kvalitetu života, a hoće li to biti u pozitivnom ili negativnom smislu ovisi o sadržajima koji se prate. Veliki utjecaj medija na mentalno zdravlje potvrđuje i činjenica da „41% tinejdžera s najvećom upotrebom društvenih medija ocjenjuju svoje cjelokupno mentalno zdravlje lošim ili vrlo lošim“ (DeAngelis, 2024). Mediji jesu dio svakodnevice i mogu biti uzrok raznih problema, ali opet ih se ne može gledati kao glavne krivce. Kao što je već spomenuto, najveću odgovornost kod kontroliranja korištenja medija, tijekom odgoja djece i mladih, imaju roditelji. Iako su roditelji nekada i više nego pretrpani svojim obavezama, trebali bi imati neprekidnu odgovornost prema svojem djetetu. Petra Marinčić i Danijel Labaš (2018: 28) ističu da „ako je dijete prepušteno samom sebi jer roditelji rade, roditelji bi trebali kvalitetnije osmisliti njegovo slobodno vrijeme“, uz naglasak na to da bi se to slobodno vrijeme trebalo planirati u dogovoru s djetetom „jer je važno da roditelji ne postavljaju različite uvjete i zabrane koje neće pridonijeti dječjem razvoju“ (Labaš i Marinčić, 2018: 28). Objašnjavanjem situacije djeci i poticanjem djece na pametnije odluke donijet će puno bolje rezultate nego što bi donijele striktno zabrane bez da djeca znaju o čemu se zapravo radi. Da roditelji imaju jako veliku odgovornost i ulogu u životu djece i mladih je činjenica, ali to ne znači da današnji način života ne donosi sa sobom brojne izazove kada je odgoj u pitanju. Mateja Rek i Andrej Kovačić (2018: 28) pišu da „sveprisutnost medija donosi nove izazove“, kako za djecu tako i za roditelje. Rek i Kovačić (2018: 28) pišu da „roditelji uče djecu kako koristiti medije“, da „roditelji postaju njihovi uzori i oni koji mogu njegovati kritičko razmišljanje i vrijednosne sudove“ i da „postavljanjem granica i tumačenjem medijske poruke mogu utjecati na medijske navike i iskustvo djeteta“. Ne može se dovoljno naglasiti koliko je

važno da roditelji imaju aktivnu ulogu u životu djece i mladih, a o negativnim posljedicama kada to ne rade Rek i Kovačić pišu sljedeće:

„Ako roditelji često koriste medije kao elektroničku dadilju na znatno dugo vremena i igraju samo pasivnu ulogu kao medijski edukatori, različiti se negativni učinci mogu razvijati kako dijete stari. Što više roditelji komuniciraju sa svojom djecom o medijske poruke i stavljaju ih u kontekst, što više sudjeluju u medijskim aktivnostima svog djeteta koje koriste za raspravu o temi i utječu na vrijednosne sudove, to više obrazovne vrijednosti mediji mogu imati.“ (Rek i Kovačić, 2018: 40).

Zbog svega navedenog, edukacija o medijima i medijskoj pismenosti važna je za djecu i mlade, ali i za roditelje. Iako je edukacija važna, korištenje medija od strane mladih uvelike ovisi i o njihovom karakteru. Obrasci ponašanja mladih uvelike određuju u koje će ih svrhe koristiti. Goran Livazović u svom znanstvenom članku *Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata* ispituje odnos medija i rizičnih ponašanja adolescenata. Rizična ponašanja opisuje kao „ponašanja koja nastaju kao posljedica interakcije brojnih rizičnih i zaštitnih činitelja, a mogu prerasti u ozbiljnije forme asocijalnog djelovanja“ (Livazović, 2012: 1). Napominje i činjenicu da je antisocijalno ponašanje u današnje vrijeme sve češća pojava te da se zbog toga ide za „brzim, uvjerljivim i prihvatljivim objašnjenjima u kojima se medijski sadržaji nude kao glavni, zdravom razumu blizak uzročnik“ (Livazović, 2012: 2). Preuzimanje krivnje velikom broju ljudi nije nešto što će tek tako napraviti pa je onda jednostavnije okriviti nekog ili nešto drugo. Mediji jesu jedan od uzroka brojnih problema, ali ne i jedini. Kada govorimo o mladima, govorimo o skupini ljudi koja je najzainteresiranija za prijateljstva, zabavu, seks i ljubav (Ilišin, 2006: 303). Upravo zato Livazović (2012: 2) piše da „adolescenciju većina teoretičara promatra kao intenzivno formativno razdoblje tijekom kojeg pojedinac prolazi kroz niz bio-psihosocijalnih promjena“. Također, razvijanje i sazrijevanje mlade osobe odvija se i kroz kognitivne promjene. Te kognitivne promjene Livazović (2012: 2) detaljnije objašnjava u svom članku: „razvoj formalnog mišljenja, deduktivnog zaključivanja, veća autonomija u odlučivanju i otpor prema autoritetima (roditelj, učitelj, značajni drugi), odnosno, općenito bogatija neuronska premreženost mozga koja omogućava složenije misaone funkcije, pa tako mladi počinju shvaćati satiru, ironiju, humor, analogije, ali i kritički preispitivati svijet oko sebe postavljajući i odbacujući hipoteze u odnosu prema idealističkoj slici koju o njemu imaju.“ Svaka osoba sama sebi kroji budućnost i ta je budućnost uvelike oblikovana ponašanjem i životnim stilom pojedinca. Naravno, postoje i faktori na koje osoba ne može utjecati, ali u velikoj mjeri ponašanje pojedinca određuje smjer u kojem će se njegov život razvijati. Dakle, sklonosti svake osobe već imaju veliku ulogu u životu mladih. Tijekom djetinjstva djeca još uvijek nisu dovoljno zrela za shvaćanje važnosti pojedinih odluka pa sve



do neke određene dobi te odluke donose njihovi roditelji. Granica između djeteta i mlade osobe ne može se točno definirati, ali često se uzima dob od 18 godina. Naravno, razlog je to što osoba na našim prostorima s 18 godina postaje punoljetna pa se smatra da bi već trebala biti sposobna donositi važne odluke za sebe. U ovom periodu života ljudi stvaraju dosta navika jer više nisu pod tolikim utjecajem roditelja, a nisu ni djeca bez svojih stavova i razmišljanja. Livazović (2012: 7) piše da je provedbom istraživanja došao do zaključka da „s obzirom na negativne, obrazovne i zabavne sadržaje, postoje značajne razlike“. O medijskim sklonostima ispitanika piše sljedeće:

„(...) negativni sadržaji (nasilje, akcijski sadržaji, pornografija, strava i užas) najviše privlače učenike trogodišnjih strukovnih škola, a najmanje gimnazijalce. Od negativnih sadržaja, nasilje redovito privlači 31,5%, pornografija 34,5%, a horor filmovi čak 47% mladih. Obrazovnim sadržajima najskloniji su učenici gimnazija, dok podjednako zanimaju učenike strukovnih škola. Vijesti redovito gleda 25%, obrazovni program 20%, dokumentarce 44,5% a kulturni program samo 11% mladih. Pokazalo se da postoji i značajna razlika u sklonosti zabavnim sadržajima koje najčešće gledaju učenici trogodišnjih strukovnih škola. Pritom, mlade najviše privlače zabavne emisije (83%), glazba (54%) i sport (48%). Rezultati na varijabli 'Uporaba medija' pokazuju da mladi redovito najviše koriste mobitel (91%) i računala/ internet (86%). Televiziju redovito gleda 71% ispitanika. Od omiljenih aktivnosti s medijima, mladi najčešće slušaju glazbu (89%), zatim gledaju filmove (37%), igraju igrice (34%), slušaju radio (32%), dok od čestih aktivnosti najrjeđe čitaju knjige (27,5%).“ (Livazović, 2012: 7)

Zaključno, mladi medije koriste u velikoj mjeri i ako sami nisu svjesni rizika, dovode se u potencijalno velike opasnosti. „Povezanost mladih s društvenom okolinom i 'značajnim drugima' doista predstavlja rizično-zaštitnu funkciju, jer je utvrđeno da su rizičnim ponašanjima skloniji adolescenti koji izvještavaju o manjem zadovoljstvu tim odnosima“ (Livazović, 2012: 16).

## 2. Važnost fizičke aktivnosti i prehrane

U ovom dijelu rada objasniti će se važnost pravilne prehrane i fizičke aktivnosti za psihičko i fizičko zdravlje osobe. Može se reći da se u današnje vrijeme pojavljuje sve više *fitness influencera* pa se na prvu čini da se stil života u prosjeku popravlja. No, istraživanja i dalje nažalost pokazuju da tome nije tako. Antonija Đuran, Diana Koprivnjak i Nataša Maček u svom stručnom radu *Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi* (2019) pišu da mediji postavljaju temelje za razvoj djece i mladih osoba te stvaraju priliku za učenje i razumijevanje različitih tema. U to uključujemo i one teme vezane uz brigu o zdravlju, a briga o zdravlju trebala bi biti sastavni dio života svakog čovjeka.

Dakle, zdravlje možemo podijeliti na mentalno i fizičko. Mentalno zdravlje možemo pojasniti kao neko stanje uma koje se usko veže uz ono što osoba radi. Iako je ono teško mjerljivo okom, itekako utječe na osobu. Fizička aktivnost i pravilna prehrana uvelike doprinose i jednoj i drugoj vrsti zdravlja. Osobe koje su mentalno zdrave, sposobne su baviti se aktivnostima koje im pomažu u razvijanju samih sebe. Primjere ponašanja mentalno zdrave osobe daju Perišić i Tomiša (2018):

„Mentalno zdravlje podrazumijeva sposobnost da se mijenjamo, prilagođavamo i nosimo s teškoćama i stresom. Recimo, da pripremamo večeru za prijatelje i shvatimo u zadnji tren da smo zaboravili kupiti salatu. Kad smo dobrog mentalnog zdravlja možemo razmišljati o drugim mogućnostima: možemo trknuti u dućan, možemo odustati od salate, možemo zamoliti nekoga od gostiju da kupi salatu pri dolasku, možemo pogledati u hladnjaku imamo li kakvu alternativu... Zadržavamo fleksibilnost i možemo rješavati probleme. Kada nam je mentalno zdravlje narušeno, počinjemo gubiti tu fleksibilnost i koristimo uvijek iste strategije za suočavanje s problemima bez obzira jesu li prikladne situaciji ili ne. Ili izbjegavamo suočavanje s teškoćama općenito, u gore navedenoj situaciji to bi značilo npr. otkazivanje večere.“ (Perišić i Tomiša, 2018)

Mediji mogu biti alat za poticanje mladih na promišljanje, na istraživanje o raznim temama, na ponašanja koja će ostaviti pozitivan utjecaj na druge. Kao što je već spomenuto, prednosti korištenja medija, interneta i *gadgeta* su brojne te bi svatko trebao težiti tome da ih iskoristi na najbolji mogući način. Informiranjem o zdravlju, na primjer, barem bi dio ljudi postao svjestan problema koje može donijeti manjak fizičke aktivnosti. Jedan od problema koji se u spomenutoj situaciji javlja je da to informiranje ipak iziskuje malo više truda jer je zasićenost medija raznim neistinitim informacijama danas iznimno velika pa bi se sve trebalo provjeravati iz više izvora, a za to većina ljudi jednostavno ne želi odvojiti vrijeme. Lakše će biti samo slijediti upute i savjete nekoga tko nam se pojavio na društvenim mrežama, nego li još te informacije provjeravati dodatno i utvrditi jesu li one zaista istinite. Nezainteresiranost za provjeru

medijskih sadržaja rezultira širenjem krivih informacija i stvara temelj za daljnji razvitak toksične *fitness* kulture i uvjerenja koja samo dodatno narušavaju zdravlje čovječanstva.

Lista potencijalnih prijetnji zdravlju uzrokovanih manjkom fizičke aktivnosti nije ništa kraća, nego li ona lista benefita uzrokovana dovoljnom količinom tjelesne aktivnosti kod ljudi. Vuori (2004: 123) piše da je jedan od razloga zbog kojeg tjelesna neaktivnost tako loše utječe na ljude sama činjenica da su ljudi doslovce stvoreni da bi se kretali. Priča s ovom činjenicom seže još u davnu prošlost i poznato je da su ljudi od pamtivijeka bili aktivni – ako su željeli preživjeti, morali su se kretati. Potreba za pronalaskom hrane je, može se reći, jedan od primarnih i temeljnih primjera koji padnu na pamet. Nije se uvijek moglo jednim pozivom naručiti hranu koja će biti dostavljena na kućna vrata, bez ikakvog napora i u vrlo malo vremena. Ljudi su u početku morali biti u pokretu da bi opstali pa onda ne čudi činjenica da su tada bili i fizički zdraviji.

Tjelesnu aktivnost Vuori (2004: 124) je definirao i kao „nedostatak dovoljno jakih kontrakcija mišića za poticanje njegove ponovne izgradnje, nedostatak dovoljno pojačanog metabolizma za poticanje razne metaboličke i druge regulacije, nedostatak dovoljne količina pokreta koji zahtijevaju vještinu za održavanjem motoričke kontrole pokreta i tako dalje“. U svom radu Vuori (2004) se bavi najučestalijim bolestima koje nastaju kao posljedica manjka fizičke aktivnosti, tj. nezdravog načina života. Kao glavne prijetnje Vuori (2004) ističe atrofiju mišića, gubitak snage, bolove u leđima, bolove u vratu, pretilost, dijabetes, srčane bolesti, rak, u težim slučajevima čak i smrt te mnoge druge. Vuori (2004) zaključuje da je do sada itekako utvrđeno da fizička neaktivnost utječe na kvalitetu života te predstavlja veliku prijetnju čovjeku.

Fizička se neaktivnost, kao ni mnogo drugih pojmova vezanih uz ovu tematiku, ne može definirati lako i na jedan način. Jedno od objašnjenja ovog pojma dao je Vuori (2004: 124) koji kaže da je tjelesna neaktivnost nešto što se razlikuje od osobe do osobe i da ne uključuje jednak broj mišića koji su aktivni tijekom te neaktivnosti, tj. onih koji su neaktivni. Dakle, on tvrdi da i tijekom neaktivnosti određene skupine mišića ipak rade. Za primjer daje mladu osobu dobre sportske spreme i stariju osobu lošijeg zdravlja. Za mladu osobu kaže da „fizička neaktivnost može uključivati više aktivnosti, nego za staru osobu“ (2004: 124). Ovo se može protumačiti kao još jedan dokaz da je osoba koja je generalno dobre fizičke spreme u prednosti čak i onda kada nije aktivna. Aktivnost tu, dakle, pruža svoje benefite zapravo dugoročno i onda kada se osoba ne kreće. Nadalje, Vuori (2004: 124) ukratko pojašnjava i posljedice fizičke neaktivnosti: „Do dobi od 50 godina većina ljudi će izgubiti oko 10% svoje mišićne mase, a do 70. godine

će izgubiti oko 40 posto. Gubi se i snaga mišića u približno istim omjerima ili čak i većim. Većina atrofije se vidi u brzotrzajućim vlaknima, i stoga je snaga mišića uvelike smanjena.“ (Vuori, 2004: 124)

## **2.1. Sarkopenija i osteopenija**

Vuori (2004) u spominjanom radu piše o još dva pojma vezana uz probleme fizičke neaktivnosti - sarkopeniji i osteopeniji. Radi boljeg razumijevanja rada, ali i približavanja važnosti ove tematike čitatelju rada, u ovom će se dijelu rada ukratko objasniti ova dva pojma kao i njihovi uzroci, simptomi te načini prevencije i liječenja.

Sarkopenija je „sindrom koji označava gubitak mišićne mase uz gubitak snage i funkcije. Posljedično dolazi do otežanog svakodnevnog funkcioniranja, lošije kvalitete života, a može dovesti i do smrtnog ishoda“ (Stoilkovski, 2022). Do sarkopenije dolazi kada se tijelu uskrati jedan od tri makro nutrijenta – proteini. U rječniku *Cambridge Dictionary* proteini su definirani kao „jedna od mnogih tvari koje se nalaze u hrani“, ali i „velika grupa supstanci koja je nužan dio stanica svih živih bića“. Izreka „ono si što jedeš“ ovako poprima samo još realnije značenje. Stanice se zaista, između ostaloga, sastoje od proteina. Stoga, ne čudi činjenica da u slučaju manjka istog i možda najvažnijeg makro nutrijenta, tijelo trpi loše posljedice. „Zbog fiziološkog procesa starenja već nakon tridesete godine počinjemo gubiti mišićnu masu pa je sarkopenija vrlo česta pojava kod starijih bolesnika“ (Stoilkovski, 2022). U istom tekstu može se pronaći podatak da je gubitak mišićne mase teže nadoknaditi kod starih osoba zbog „neadekvatnog unosa hrane, smanjene apsorpcije proteina te povećane potrošnje izazvane bolešću“ (Stoilkovski, 2022), ali i da neka istraživanja pokazuju kako se ova bolest najviše javlja u starijoj dobi (Stoilkovski, 2022). Iako se najčešće javlja u starijoj dobi, postoji i kod mlađih osoba. Pojašnjeno je da je glavni uzrok ove bolesti nedostatak fizičke aktivnosti (Stoilkovski, 2022). Dakle, prevencija bi bila jednostavno povećanje te aktivnosti. Uvođenjem određenog tipa tjelovježbe i, naravno, pravilne prehrane uz dovoljan unos proteina, šansa za obolijevanje bi se mogla uvelike smanjiti (Stoilkovski, 2022). Ako osoba oboli od sarkopenije, Stoilkovski (2022) piše da postoji nekoliko metoda za tretiranje, tj. liječenje ili ublažavanje bolesti:

„liječenje testosteronom: kod pacijenata s niskom razinom testosterona u krvi, ovaj tretman se koristi jer je testosteron povezan s prisutnošću mišićne mase i snage u nogama; liječenje hormonom rasta: ova

metoda može povećati mišićnu masu i snagu kod osoba s hipopituitarizmom; prehrambeni tretman: prehrana bogata proteinima i drugim specifičnim nutrijentima daje snagu i smanjuje rizik od napredovanja sarkopenije; tjelesne vježbe: trening i tjelesne vježbe ključni su za suzbijanje sarkopenije, poboljšanje snage, izdržljivosti i ravnoteže. Potrebno je da pacijent provodi višetjednu rutinu treninga koja je vrlo učinkovita u povećanju mišićne mase i samostalnosti.“ (Stoilkovski, 2022)

Druga spomenuta bolest je osteopenija. Dok se sarkopenija tiče mišića, osteopenija je vezana uz kosti. Jedna od definicija ove bolesti je da je to „gubitak mineralne gustoće kostiju (BMD) koji slabi kosti“ (Stoilkovski, 2023). Jednako kao i sarkopenija, ova bolest je češća kod starijih osoba. Međutim, ova bolest nema nekih očitih znakova ili simptoma, ali se „bezbolnim testom probira može (...) izmjeriti čvrstoća kostiju“ (Stoilkovski, 2023). Kao i kod prethodno pojašnjene bolesti, ali i mnogih drugih o kojima nema riječi u ovome radu, promjene u načinu života mogu biti rješenje problema, pod uvjetom da ih se uvede na vrijeme. Uzroci osteopenije su brojni, postoje neki na koje ne možemo utjecati, ali i dosta njih koji se mogu tretirati. Na primjer, starost, tj. promjene koje se prirodno događaju u tijelu kako osoba stari, hormonalne promjene, medicinska stanja na koja se ne može utjecati, lijekovi koji se moraju uzimati i slično, su uzroci na koje ne možemo previše utjecati promjenom životnih navika. Naravno, uvijek postoji neki način da se simptomi zbog navedenog ublaže, ali u globalu se ne može puno.

Pravilna prehrana je izrazito važna jer ako se ne unose nutritivno bogate namirnice, teško da će tijelo u punom potencijalu popratiti fizičku aktivnost. Isto tako, ako se tijelo ne kreće, pravilna prehrana ne može učiniti čuda za snagu, izdržljivost i fleksibilnost. Ako do osteopenije dođe, Stoilkovski (2023) ističe da je važno da osobe počnu uzimati preporučenu količinu kalcija i vitamina D, prestanu pušiti, ne konzumiraju alkohol, vježbaju svaki dan i slijede nutritivno bogatu dijetu.

## **2.2. Pravilna prehrana i fitness kultura**

Mediji stvaraju sliku te oblikuju obrasce ponašanja shodno toj slici. Isto kao što je tržište zasićeno velikom količinom informacija, tako je i *fitness* kultura danas poprilično zasićena različitim oblicima informacija. Zbog razvijenosti *fitness* kulture, „ne samo da se objekti moraju natjecati jedni s drugima, potrošači imaju i druge opcije uključujući DVD-ove za *fitness*, televizijske kanale, osobne trenere, satove *fitnessa* na otvorenom i online *fitness* kanale“, navodi Rebecca M. Achen (2020: 47). Achen (2020) je provela istraživanje kojim je nastojala bolje razumjeti percepciju vrijednosti sadržaja i njen utjecaj na interakciju i dvosmjernu komunikaciju *online*. Kada se govori o kvaliteti i vrijednosti sadržaja, Achen (2020: 63) ističe

da se na Instagramu „dijeli sadržaj koji se smatra važnim (...), dovodi do lajkova, a kvalitetan i važan sadržaj dovodi do komentara“. Upravo to rezultira sve većim brojem korisnika na društvenoj mreži Instagram. Sadržaji se objavljuju ciljano, a „ovisno o ponašanju koje *fitness* menadžer želi potaknuti, može se usredotočiti na stvaranje sadržaja“ (Achen, 2020: 63) koji će korisnike poticati na ta ponašanja, odnosno na fizičku aktivnost. Dakle, mediji opet imaju veliku ulogu u kreiranju obrazaca ponašanja kod medijskih korisnika. Ako se sadržaji filtriraju od strane korisnika i ako se provjerava njihova vjerodostojnost, potencijalni benefiti korištenja medija u ove svrhe su i više nego brojni. No, na internetu objavljivati može bilo tko i to rezultira mnogim lažnim informacijama i podacima. Jedna od velikih zabluda danas, a do koje je dovelo objavljivanje lažnih sadržaja, je da zdrava prehrana podrazumijeva konzumaciju samo „čistih“ namirnica, tj. da primjerice slatkiši moraju biti u potpunosti izbačeni iz prehrane. Činjenica je da bi se oni koji paze na svoje zdravlje trebali hraniti većinski nutritivno bogatim namirnicama, ali to ne znači isključivo njima. Najvažnije je pronaći tip prehrane koji odgovara svakoj osobi jer svi su ljudi različiti i ne postoji jedna stroga definicija pravilne prehrane. O tome autori Che Ibrahim Azhani, Yusof Yusmarwati i Poh Keong Pua (2015: 114) pišu sljedeće: „stil života s uravnoteženom prehranom važan je element u održavanju zdravlja i vitalnosti ljudskog kapitala“ i da je „na tjelesni i mentalni razvoj čovjeka (...) utjecao način prehrane“ (Azhani i sur., 2015: 114). „Uravnotežena prehrana je praksa koja je važna za dugotrajno očuvanje mentalnog i tjelesnog zdravlja“ (Azhani i sur., 2015: 114). Samo je nešto što je dugoročno održivo ispravan odabir pa bi tako balansirana prehrana trebala biti odabir svakog čovjeka, no čak i kada osoba donese ovu odluku, probleme i dalje stvaraju sve češći *fitness* mitovi.

Ranije je spomenuto da je *fitness* kultura puna mitova. Na primjer, pripreme za ljeto predstavljaju se kao neophodne, a načini za postizanje željenog izgleda su i više nego zastrašujući. Nicholas Tiller (2020) piše o problemu prisutnosti mitova u *fitnessu* i on smatra da je znanost o vježbanju još nova te da su iz tog razloga teorije i načela vezani uz ovo područje još uvijek slabo uspostavljeni. Nadalje, osobe koje već nemaju potrebna znanja, a iz određenih razloga imaju želju za promjenom u aspektu fizičkog izgleda, često posežu za brzim metodama koje će potencijalno dati samo kratkotrajne rezultate. Takva brza rješenja kratkotrajnih rezultata utječu u velikoj mjeri na psihičko zdravlje, a usvajajući loše navike osoba svoje stanje će samo pogoršati. Sjedilački način života koji vodi sve veći broj ljudi znači da se broj ljudi koji nisu dovoljno fizički aktivni povećava, a to onda postaje sve veći problem današnjeg društva.

### 3. Digitalizacija i modernizacija

Svijet je digitaliziran i tempo života se ubrzava, a briga o zdravlju sve je manja. Slobodno se vrijeme provodi sve više uz računala i različite uređaje kojima se omogućava pristup internetu. Ali da bi se mediji koristili na pravilan način, važno je biti medijski pismen. Pišući o medijskoj pismenosti Marina Ivanović (2014: 439) naglašava da „stjecanje medijskog opismenjavanja može biti istinski uspješno samo ako se uzme u obzir odnos između specifičnosti medija i načina na koji te specifičnosti shvaćaju oni koji se obrazuju“. Svakodnevna izloženost velikoj količini informacija putem interneta jedan je od brojnih razloga zbog kojeg bi ljudi trebali težiti razumijevanju i promišljanju o sadržajima koji se gledaju, slušaju ili čitaju. Upravo je medijska pismenost ono što odvaja ljude koji medije i digitalne uređaje mogu koristiti u svoju korist od onih koji se prepuste i završe s lošim posljedicama nepromišljenog korištenja interneta. Edukacija je uvijek ključna za uspjeh i potrebno se educirati uvijek i u što većoj mjeri, a Ivanović (2014: 440) spominje da „postoji mnogo televizijskih programa i računalnih tečajeva za djecu najranije dobi, tako da medijska pismenost počinje čak i u predškolsko vrijeme“. Svaka osoba s ambicijom za razvijanje same sebe u nekom području i želju za bavljenjem određenim stvarima, imat će volju za educiranje o istom. Mediji se mogu itekako iskoristiti u edukativne svrhe, a danas im je to i jedna od najvažnijih, ako ne i najvažnija svrha.

Ranije je u radu spomenuta toksičnost *fitness* kulture koja u digitalizaciji itekako pušta svoje korijene. Često se sportaše predstavlja s fokusom na njihov fizički izgled umjesto s fokusom na rezultate koje su postigli. Dakle, u medijima se isprepliću razne teme današnjice pa sadržaji nisu uvijek direktno usmjereni na ono na što bi možda trebali biti. Rismondo (2011: 163) piše da „sport, umjetničko stvaralaštvo i mediji masovne komunikacije prolaze kroz neobično slične procese preobrazbe te više nego mjestimične fuzije“. Sport mnogi vide kao nešto što spaja ljude i otvara prilike za nova poznanstva. Međutim, kada se govori o poveznici između sporta i medija, postoje i negativne pojave. Autori Raymond Boyle i Richard Haynes (2009: 220) smatraju da se sport „isprepleo s medijima u većoj mjeri nego u bilo kojem drugom trenutku tijekom dugog odnosa koji je oduvijek postojao između ova dva kulturna oblika“. Boyle i Haynes (2009: 220) ističu da „nogomet posebno ostaje mostobran koji će omogućiti novim digitalnim sustavima isporuke da uspostave obrasce tržišne dominacije potrebne da bi bili profitabilni“. Dakle, mediji mogu biti odlična platforma za podizanje svijesti o sportu,

poticanje na fizičku aktivnost, brigu o zdravlju i slično, ali i savršeno mjesto za iznošenje komentara koji su često neprimjereni i nepotrebni te ih se komentatori ne usude reći u lice.

Medijske sadržaje komentiraju i muške i ženske osobe, a u kojoj mjeri ovisi o tome koji se izvor uzima za informiranje. Dakle, osobe muškog i ženskog spola internet koriste na različite načine i nekakva razlika se može napraviti npr. na temelju spola. Postoje brojna istraživanja na ovu temu, ali rezultati dosta variraju. Dok jedno od istraživanja potvrđuje da su oni koji češće zlostavljaju u virtualnom svijetu osobe muškog spola, drugo pokazuje da češće djevojke zlostavljaju, a treće pak tvrdi da je postotak podjednak. O spolnim razlikama kada je elektroničko nasilje u pitanju pišu Davorka Martinjak, Matea Korda i Ivan Ovčar (2019) u radu *Prevalencija i spolne razlike u iskustvu vršnjačkog nasilja u virtualnom svijetu*. Autori smatraju da se „neki ljudi internetom koriste kao sredstvom za nanošenje štete drugima, a jedan je primjer takvog ponašanja vršnjačko nasilje u virtualnom svijetu“ te da je sve veća izloženost nasilju rezultat razvoja tehnologije i da bi se spomenuto trebalo istražiti u svrhu prevencije elektroničkog nasilja (Martinjak, Korda i Ovčar, 2019: 222). Neki smatraju da je razlog zbog kojeg žene češće vršenja nasilja od strane ženskog spola to što žene u globalu razvijaju svoje komunikacijske vještine prije nego osobe muškog spola. Ovisno o vrsti nasilja i definiciji koja će se uzimati u obzir, češći počinitelji nasilja će biti djevojke ili mladići. Nasilje na internetu je sve češća pojava i mladi su skupina koja je najčešće uključena u to. Bilo da su oni počinitelji ili da drugi nasilje vrše nad njima. Jedan od razloga za to je to što od svih uzrasta, nekako su mladi najčešće aktivni na internetu. Naravno da ova brojka nije fiksna, ali ova činjenica je nekako i logična. S jedne strane djeca koja su premlena još ne znaju, nemaju potrebu ili jednostavno ne smiju koristiti internet. S druge strane današnje starije generacije i dalje su tzv. starog kova te su naučeni živjeti bez medija i modernih uređaja. Iako, neki će se naravno koristiti određenim tehnologijama i medijima, ali u vrlo maloj mjeri u usporedbi s mladima. Utjecaj medija na ponašanje pojedinca nije upitan, ali „procjena utjecaja digitalizacije na društvo je komplicirana jer ne postoje univerzalni pokazatelji koji bi služili kao barometar društvenog napretka“ pišu Karim Sabbagh, Roman Friedrich, Bahjat el-Darwiche, Milind Singh, Sandeep Ganediwalla i Raul Katz (2012: 127).

Digitalizacija i modernizacija sa sobom, uključujući i medije i internet te sve dostupne uređaje, donose potencijal za brojne probleme i bolesti, ali svakako i nude mnogo toga. Na primjer, danas se često na nekome može vidjeti pametni sat. Pametni sat jedan je od najčešće korištenih *gadgeta* današnjice. Dok ga neki nose zbog mjerenja koraka, drugi ga nose zbog



raznih mjerenja fizičkog stanja osobe. Osim osobne i privatne upotrebe, *gadgets* koriste i zaposlenici različitih kompanija u svrhu praćenja pa tako podaci iz 2016. godine pokazuju da 15% zaposlenika firmi s više od 250 zaposlenika koristi *gadgets* (Statista, 2016). Praktičnost ovakvog uređaja, ako gledamo kako može unaprijediti kvalitetu života, uvelike nadmašuje klasičan sat. Izgledom nisu jednaki, ali i estetski su također već dostupne verzije koje su vrlo slične tradicionalnom ručnom satu.

Pojavom interneta i društvenih mreža komunikacija se itekako promijenila, a shodno tome i načini na koji ljudi funkcioniraju. Do promjena dolazi „jer online komunikacija smanjuje količinu vremena u stvarnom životu provedenog s važnim drugima“ tvrde Regina J. J. M. van den Eijnden, Gert-Jan Meerkerk, Ad A Vermulst, Renske Spijkerman i Rutger C. M. E. Engels (2008: 656). Modernizacija i digitalizacija rezultiraju novim načinima kontrole medija i objavljanog sadržaja. Komunikacija se danas u velikoj mjeri odvija putem medija pa je od iznimne važnosti da oni koji medije koriste budu svjesni u što se upuštaju. Iako vrlo koristan alat, mediji su alat kojim se na jednostavne načine može utjecati na pažnju korisnika pa kasnije i na njihovo ponašanje. „Ne treba pretpostaviti da je društvena kontrola jedina funkcija koju ima masovna komunikacija, već da svi komunikacijski procesi unutar sebe imaju kontrolnu funkciju“ (Donohue, Tichenor, Olien, 1973: 653). Mediji funkcioniraju tako da će se fokusirati na ono što ostvaruje veću gledanost ili slušanost, ali i na ono od čega će oni sami imati najveću korist. Velik dio medija je kontroliran od strane nekog tko ima još veću moć nego mediji sami pa su oni zapravo na neki način i glasnici mišljenja onih koji medijima upravljaju. Iz ovog razloga javnost ne može steći cijelu sliku o temama koje prati. Informacije se filtriraju, a to onda znači da je informiranje danas često, ako ne i uvijek, način manipuliranja ljudima.

Jedan od primjera manipulacije ljudima može se vidjeti u dokumentarnom filmu *Djeca potrošači – komercijalizacija djetinjstva*. Film prikazuje kako velike kompanije utječu na društvo tako da putem reklama djeci predstavljaju razne igračke, mjesta za zabavu i slično. To rade samo iz jednog razloga – financijskog prihoda. Takve kompanije funkcioniraju na način da će reklamu osmisliti tako da u djeci izazovu veliku žudnju za određenim proizvodom ili posjećivanjem nekog mjesta. Promocijom nezdrave hrane, igračaka te animiranih filmova i likova navodi se djecu da od roditelja traže ono što su vidjeli. Zdravlje pada u drugi plan, a bitnija od svega je zarada. Na ovome mjestu ponovno treba istaknuti veliku odgovornost roditelja, prije svega za kontroliranje sadržaja koje će omogućiti djeci da gledaju. Naravno, nitko ne može djecu u potpunosti sačuvati od utjecaja medija jer će npr. na putu do škole moći

vidjeti reklame za lance brze prehrane, najnoviju igricu ili mobitel. Ovdje je pritisak na roditeljima u punoj snazi, ali i odgovornost za regulaciju popuštanja djeci oko zahtijevanja određenih stvari. U filmu se spominje i fenomen zanovijetanja koji se svodi na to da će roditelji prije nešto kupiti ako to djeca budu često tražila. Ovakav način manipulacije jedan je od najlošijih jer se žrtvuje dobrobit djece koja nisu još svjesna potencijalnih opasnosti do kojih može doći nesavjesnom konzumacijom medijskih sadržaja, a sve to samo u svrhu zarade.

Edukativni film *The Great Hack* također prikazuje manipulaciju i utjecaj na javnost. Točnije, film prikazuje skandal s predsjedničkim izborima 2016. godine na koje je utjecala tvrtka Cambridge Analytica. Propust s izborima dogodio se jer je Cambridge Analytica putem *Facebooka* prikupljala podatke korisnika pa ih kasnije prodavala političkim strankama i utjecala na izbor vijesti koje će se prikazati javnosti da bi utjecali na izbore. Od iznimne je važnosti biti medijski pismen što potvrđuje i ovaj skandal. Naravno, uz današnje tehnologije nikada se ne može u potpunosti zaštititi od svih prijetnji, ali medijska pismenost rizik od tih prijetnji smanjuje na minimum. U današnje vrijeme digitalizacije naši su osobni korisnički podaci nešto najvrijednije te bi se itekako trebalo paziti na ono što će se objaviti. Neki podaci služe za bolje snalaženje u određenom poslu, ali oni najintimniji ili samo nevažni za to što se radi na internetu, ne bi se trebali objavljivati. Svi komentari koji se ostavljaju na internetu služe za stvaranje slike o željama i interesima publike pa i to djelomično utječe na filtriranje sadržaja koji će se prikazati od onih koji se neće. Ovo je samo još jedan načina na koji se uvelike utječe na publiku i njihovo mišljenje ili postupke.

### **3.1 Komunikacija kao višenamjenski alat**

Kontrola koju imaju mediji nemjerljiva je i nadmašuje moć kontrole bilo koga drugoga. Medijska kontrola prisutna je već dugi niz godina i s vremenom samo jača, a „tehnologije društvenih medija sposobne su doprijeti do publike diljem svijeta“ (Baruaq, 2012: 9). Digitalizacija i modernizacija sa sobom donose razne nove načine komuniciranja. Komunikacija je predmet proučavanja komunikologije, a komunikologija je jedna od novijih znanosti pa ne čudi činjenica da je mnogima, koje zanimaju područja koja uključuju komuniciranje u bilo kojem obliku, ona zanimljiva. Komunikologija se može definirati kao „komunikacijska znanost (komunikologija), interdisciplinarna znanost koja istražuje najraznovrsnije oblike komuniciranja između živih bića, a obuhvaća proučavanje sadržaja,

oblika i tehnika priopćavanja, istraživanje smisla poruka i načina njihova prihvaćanja, te učinka poruka što protječu između pošiljatelja i primatelja“ (Hrvatska enciklopedija, 2024). Na stranici Hrvatske enciklopedije (2024) komunikacija i komunikologija su objašnjene na sljedeći način:

„Budući da se proces komunikacije zamišlja kao elementaran proces već na najnižim razinama života, to se način odvijanja toga procesa kod pojedinih organizama ili skupina i zajednica života smatra sve određujućim čimbenikom njihova razvoja. Prema tomu, komunikacija već kao instinktivni proces prilagodbe na okolinu prethodi svakoj drugoj biološkoj aktivnosti, pa ona postaje fundamentalna disciplina koja bi trebala biti u stanju s pomoću jedinstvenih principa objasniti podjednako uspješno razvoj ljudskoga društva i razvoj primitivnih organizama. (...) Kao teorija o razvoju društva, komunikacijska znanost povezuje smjene pojedinih društvenih razdoblja s medijem komunikacije što ga pronalaze pojedine kulture. (...) Tako se područje komunikologije mahom usmjeruje na istraživanje industrije masovnih komunikacija, upotrebe i razvoja komunikacijske tehnologije, različitih oblika reklame i propagande, te na istraživanje međusobnih dodira i dinamike verbalnog i neverbalnog saobraćaja između ljudi.“ (Hrvatska enciklopedija, 2024)

Kao što je spomenuto ranije, mediji su moćan alat za komunikaciju. Zadnjih se nekoliko desetaka godina provode brojna istraživanja vezana za komunikaciju i o njoj je dostupno sve više literature. Mijenjaju se načini komunikacije, stil života te navike i kultura mladih. U preglednom radu *Navike i stavovi mladih potrošača u korištenju društvenih mreža za razmjenu slikovnih sadržaja* autori Iva Lovrić, Dragan Benazić i Erik Ružić pišu o promjenama u svijetu poslovanja do kojih je dovela pojava novih medija te digitalizacija i modernizacija svijeta. Lovrić, Benazić i Ružić (2022: 101) tvrde da su „društvene mreže u značajnoj (su) mjeri promijenile način poslovanja poslovnih organizacija. Potrošači su zahvaljujući razvoju tehnologije u mogućnosti putem društvenih mreža razmjenjivati informacije o proizvodima i uslugama, davati preporuke, širiti brojne sadržaje velikom broju korisnika i to vrlo brzo. S druge strane poslovne organizacije putem društvenih mreža, za razliku od klasičnih medija, mogu svoje ciljane skupine potrošača doseći puno kvalitetnije svojim sadržajima i uz niže troškove.“ Dakle, od velike je važnosti promišljati o sadržajima koji se prate. Mediji se često koriste kao alat za promoviranje različitih proizvoda i usluga, a u današnje vrijeme ljudi su i više nego skloni tome da kupuju nešto što im ne treba samo zato jer je npr. na popustu ili to isto posjeduje netko slavan kojeg određena osoba voli pratiti. Nadalje, „neophodno je da u svojim marketinškim strategijama poslovne organizacije posebnu pažnju posvete planiranju strategija društvenih medija“ jer je upravo to ono što prodaje proizvod, uslugu ili bilo što drugo (Lovrić, Benazić, Ružić, 2022: 101).

Influenceri su jedna od skupina ljudi koji također mogu itekako utjecati na one koji ih prate. U idealnom svijetu svatko bi svoje pratitelje trebao poticati na neke pametne i odgovorne životne odluke koje bi doprinosile kvaliteti života svakom pojedincu. No, situacija naravno danas nije idealna i poprilično je daleko od toga. Razlog je taj što društvene mreže može koristiti

bilo tko i govoriti može svatko o kojoj god temi želi. Dakle, netko tko će se znati dobro predstaviti može dijeliti sadržaje o kojima nije pravilno obrazovan, a ako ima dobar nastup, za sobom može povući veliku masu ljudi. Naravno, ne navode svi namjerno svoje pratitelje na kriva razmišljanja, ali isto tako često nisu svjesni problema koji stvaraju. Lovrić, Benazić i Ružić (2022) provedli su istraživanje kojim su htjeli utvrditi navike korištenja društvene mreže *Instagram*. Rezultati koje su dobili potvrđuju da je *Instagram* vrlo popularan među djecom i mladima.

„Prema rezultatima istraživanja 37,1% ispitanika provodi na Instagramu od 1-2 sata dnevno. Nešto manje ispitanika dnevno na Instagramu provede dva do tri sata (23,7%) i manje od jednog sata (21%). Više od tri sata dnevno na Instagramu provede 14,2% ispitanika, a svega 3,9% ispitanika Instagram ne koristi svakodnevno. U tom smislu društvena mreža Instagram može predstavljati važan medij i sredstvo za postizanje komunikacijskih ciljeva poduzeća. Pored toga najmlađi ispitanici u dobi od 14-18 godina (58,1%) više su koristili Instagram na dnevnoj bazi od dva i više sati u odnosu na ostale dobne skupine.“

Ranije je već spomenuto da su djeci od malih nogu potrebni roditelji za pravilno razvijanje u svakom pogledu. Bez nekoga tko će skrbiti o njima, nadgledati njihove radnje, korigirati nepoželjne obrasce ponašanja i sl., djeca mogu vrlo lako krenuti krivim putem i to je s vremenom sve teže ispravljati. Što su ljudi stariji, to su sposobniji razmišljati sami za sebe i teže ih se nekada može usmjeriti, ako oni to zaista ne žele. Slavica Blaženka Kokorić u svom preglednom radu piše upravo o tom utjecaju novih tehnologija na obiteljski život. Kokorić (2020) se bavi konkretno informacijsko-komunikacijskim tehnologijama i promjenama koje je donijela pojava pametnih telefona, računala i ostalih uređaja. Ako uzmemo u obzir da mobilne uređaje koristi više od 69,4% ukupne populacije ljudi (Kemp, 2024), logično je zaključiti da je u ovoj brojci i velik udio djece i mladih. Na internetskoj stranici *DataReportal*, Kemp (2024) navodi i činjenicu da više od 66% ljudi danas koristi internet. Kemp (2024) piše da danas „tipični korisnik društvenih mreža potroši dnevno 2 sata i 23 minute koristeći društvene mreže“. Nadalje, na stranici može se pronaći i podatak o vremenu koje na internetu provodi „tipični korisnik interneta“, a ta brojka iznosi 6 sati i 40 minuta. Dakle, u prosjeku više od četvrtine dana će se provesti na internetu (Kemp, 2024). Ako pretpostavimo da u tih skoro sedam sati provedenih na internetu ne ulazi posao, osobi će za objedovanje, tjelesnu aktivnost, posao i spavanje, od 24 sata dana ostati malo više od 17 sati. Od tih 17, ako se oduzme 8 sati koliko najveći broj ljudi radi, ostaje 9 sati. Dakle, 9 sati opisanoj osobi bi ostalo za fizičku aktivnost, objedovanje i spavanje. Ovakav stil života ne zvuči i nije zdrav te nema nikakve dobrobiti za čovjeka. Također, ako se prisjetimo da sličan tempo života imaju već pojedina djeca i mladi već u toj ranoj dobi jasno je da je promjena i više nego potrebna. Uz sve, opisani nezdrav način života nije ni održiv. Za djecu i mlade nikako ne može biti zdravo da provode više od 6 sati

dnevno uz razne ekrane te bi to definitivno trebali izbjegavati, osim naravno kada se medije koristi u edukativne svrhe pa je to vrijeme uz ekran zaista potrebno.

Kokorić (2020: 82) piše da je „razvoj novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija olakšao (...) članovima obitelji brže dijeljenje znanja i ideja, lakše povezivanje i proširivanje socijalne mreže (bilo da se radi o izgradnji novih socijalnih odnosa ili njegovanju postojećih odnosa u virtualnom okruženju) te kreiranje novih načina i prilika za zadovoljenje različitih potreba (materijalnih, psiholoških, socijalnih, pa i duhovnih)“. „Uz brojne prednosti koje sa sobom donosi upotreba novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija“ (Kokorić, 2020: 82) postoje i one manje poželjne pojave koje su nastale pojavom novih medija. Kokorić (2020: 82) smatra da se „suvremene obitelji suočavaju (...) i s novim socijalnim rizicima povezanim s različitim oblicima (zlo)upotrebe novih tehnologija, a koji mogu otežati funkcioniranje obitelji, pridonijeti narušavanju obiteljskih odnosa, pa i većoj nestabilnosti suvremenih obitelji“.

U svom preglednom radu Kokorić (2020) komentira najprije prvu obiteljsku fazu – romantičnu vezu i/ili bračni odnos. Točnije, Kokorić (2020) piše o utjecaju interneta na osobe koje tek započinju svoj dublji odnos i ulaze u obiteljsku sferu. To što se internet integrirao u svakodnevni život ljudi ne znači da su situacije koje se odvijaju uživo i u virtualnom svijetu jednake. Danas veliki broj ljudi koristi stranice i aplikacije za upoznavanje novih osoba, traženje seksualnog ili ljubavnog partnera/ice. Najveća razlika je u tome što se u *online* odnosima ljudi mogu lakše opustiti prilikom komunikacije putem npr. poruka, za razliku od one komunikacije koja bi se odvijala licem u lice. Mnogo toga može se saznati o osobi samo preko neverbalne komunikacije, a pogotovo putem verbalne. Upravo zato upoznavanje nekoga u virtualnom svijetu nema istu težinu kao upoznavanje uživo. Bez obzira na sve, činjenica je da se sve veći broj ljudi okreće virtualnom u svakom smislu pa tako i u upoznavanju novih osoba. Kokorić (2020: 83) piše da postoje brojna istraživanja koja se bave ovim temama i „pokušavaju produbiti spoznaje i dati detaljnije odgovore na pitanja kako internet i nove informacijsko-komunikacijske tehnologije utječu na prirodu povezivanja te kasniju kvalitetu bračnih i izvanbračnih partnerskih odnosa“ (Kokorić, 2020: 83). Povjerenje i bliskost samo su neke od vrijednosti koje treba imati svaka ozbiljna veza. Ove, ali i ostale, vrijednosti puno se teže razvijaju, cijene i primjenjuju u virtualnom svijetu jer tamo jednostavno nema ljudske fizičke prisutnosti. Kokorić (2020: 85) ističe da „je očekivano da će se kod romantičnih odnosa koji se razvijaju u virtualnom okruženju (...) pojaviti i (...) rizici od neekonomičnog ulaganja resursa (vremena, emocija, a nerijetko i financija) u fiktivne partnerske odnose koji se mogu pokazati lažnima te završiti i prije nego su započeli u fizičkom okruženju“. Naravno, internet i digitalni

svijet pružaju i brojne benefite te „mogu biti pogodni i za međusobno iskazivanje privrženosti i izgradnju bliskosti među partnerima koji ostvaruju kontakte uživo ili žive zajednički u izvanbračnoj ili bračnoj zajednici“ (Kokorić, 2020: 87). Sve spomenuto ne iznenađuje kada se uzme u obzir da se digitalni sadržaji i kreiraju tako da imaju što više elemenata stvarnog života i stvarnih odnosa. Oni doprinose razvijanju međuljudskih odnosa u velikoj mjeri, ali važno je ipak odvojiti virtualno od stvarnog i realno od nerealnog.

Kada se govori o roditeljstvu, djeci i mladima te korištenju medija važno je napomenuti da su uvijek roditelji ti koji imaju veliki utjecaj, ali i važnu zadaću. Da bi djeca i mladi bili medijski pismeni, potrebno je da i roditelji budu, barem u nekoj mjeri. Zbog toga, „digitalnu medijsku pismenost moramo smatrati valjanim, korisnim i nužnim obrazovnim ključem za budućnost obrazovanja u školama i obiteljima, ne samo za djecu i mlade, već i za učitelje i roditelje“ (Ciboci i Labaš, 2019: 87). U današnje vrijeme roditelji često koriste nove medije i tehnologije „kao pomoć u roditeljstvu djece već od njihove rane razvojne dobi te im nerijetko dopuštaju da provode puno vremena pred zaslonima mobilnih telefona i sl.“ (Kokorić, 2020: 90). Zato što su „pritisnuti svakodnevnim obavezama i stresom, nerijetko koriste nove digitalne tehnologije“ (Kokorić, 2020: 90). Kokorić (2020: 97) smatra da:

„svijest o utjecaju novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija na različite aspekte života suvremenih obitelji, u proteklih godinu dana dodatno je intenzivirana zbog povećane upotrebe interneta i digitalnih alata u obiteljskom okruženju u vrijeme COVID-19 pandemije. (...) Zbog sve izraženijih potreba razvoja digitalne pismenosti, nužno je provoditi sustavne edukacije u tome području te razvijati preventivne i tretmanske programe usmjerene na pružanje podrške obiteljima u rješavanju problema koji su povezani s novim informacijskim i komunikacijskim tehnologijama.“ (Kokorić, 2020: 97)

O stanju u Hrvatskoj, obrazovnom sustavu i medijskoj pismenosti, Ciboci i Labaš (2019: 93) pišu da je situacija takva da „većina roditelja vjeruje da djeca koriste internet bolje od njih pa im je potrebno pomoći na način da im se pruže informacije i savjeti o tome kako će zaštititi svoju djecu na internetu“. Ciboci i Labaš (2019: 98) smatraju da je pružanje pomoći roditeljima ostvarivo kroz rad na digitalnoj pismenosti od strane svih – obrazovnih ustanova, medija, svih članova obitelji. Dakle, „važno je raditi na medijskoj pismenosti svih korisnika medija kako bi se zaštitila djeca na internetu i da bi se osiguralo mirno i kvalitetno djetinjstvo s medijima (Ciboci i Labaš, 2019: 98).

## 4. Metodologija istraživanja

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je povezanost medija i zdravog načina života mladih u Hrvatskoj. Naime, pojava i jačanje medija dovode do velikih promjena u načinu života i samim navikama ljudi. Cilj rada je istražiti na koje sve načine mladi u Hrvatskoj koriste medije i kako to utječe na stvaranje njihovih navika. Mediji se mogu koristiti na različite načine pa tako mogu biti i od velike koristi, ali i uzrok brojnih problema. Sve je više dostupne literature na temelju koje se može zaključiti da mladi medije i društvene mreže koriste sve više iz dana u dan. Prema podacima iz travnja 2024. godine, u Hrvatskoj čak 70,6% stanovništva aktivno koristi društvene mreže (Statista, 2024). „Svjetska prosječna stopa aktivnog korištenja društvenih medija iznosila je 62,6% početkom 2024., što znači da više od šest od svakih deset ljudi diljem svijeta koristi platforme društvenih mreža.“ (Statista, 2024) Jačanjem medija i digitalizacijom svijeta, život bez interneta, mobilnih uređaja i društvenih mreža postaje sve manje zamisliv. Iako su mediji i internet svojom pojavom uvelike olakšali komunikaciju, oni predstavljaju veliku potencijalnu opasnost za sve koji o njihovom korištenju nisu dovoljno informirani. Digitaliziran način života rezultira time da mladi medije najviše koriste u *online* obliku, a to i potvrđuju podaci *Ofcoma* - „devet od 10 mlađih ljudi u dobi od 16 do 24 godine (89%) prati vijesti na internetu, u usporedbi s manje od dvije trećine (61%) koji dobivaju vijesti s TV-a“ (Ofcom, 2021).

Na temelju postavljenih ciljeva proizašle su sljedeće hipoteze:

H1: Većina mladih u Hrvatskoj vodi brigu o fizičkoj aktivnosti.

H2: Većina mladih u Hrvatskoj vodi brigu o pravilnoj prehrani.

H3: Većina mladih u Hrvatskoj koristi internet i društvene mreže u sklopu praćenja prehrane i/ili treninga.

H4: Većina mladih u Hrvatskoj koristi *gadжете* u sklopu praćenja prehrane i/ili treninga.

### 4.1. Metoda istraživanja

Za istraživanje u sklopu ovog rada korištena je metoda *online* ankete. Spomenuta metoda odabrana je kao najadekvatnija s obzirom na temu istraživanja i ciljanu dobnu skupinu ispitanika. *Online* anketni upitnik podijeljen je putem elektroničke pošte i društvenih mreža, a sastojao se od 30-ak pitanja podijeljenih u nekoliko cjelina – opće informacije, fizička

aktivnost, prehrambene navike, korištenje medija i *gadgeta*. Anketni se upitnik sastojao od pitanja različitih tipova, a istraživanje se dotaklo same fizičke aktivnosti, prakticiranja pravilne prehrane, korištenja medija i *gadgeta*, ali i povezanosti između ove tri stavke. Uzorak na kojem je provedeno istraživanje su mladi u Hrvatskoj u dobi od 18 do 30 godina, a upitnik je ispunilo 200 ljudi.

#### **4.2. Uzorak**

Od ukupno 200 ispitanika, većina su osobe ženskog spola, čak 68% njih, dok je 32% ispitanika bilo muškog spola. Istraživanje je provedeno, kao što je već spomenuto, na uzorku kojeg čine mladi u dobi od 18 do 30 godina. Pritom je u istraživanju sudjelovalo 36% mladih u dobi od 18 do 21 godine, 36% ispitanika u dobi od 22 do 25 godina te 28% ispitanika u dobi od 26 do 30 godina.

Kada govorimo o mjestu stanovanja, Grad Zagreb predvladava s postotkom od 62%, što znači da 124 od ukupno 200 ispitanika stanuje u Gradu Zagrebu. U istraživanju je sudjelovalo i 10% ispitanika iz Zagrebačke županije, 3,5% ispitanika iz Međimurske županije, 3% ispitanika iz Istarske i Dubrovačko-neretvanske županije. Županije u kojima stanuje ukupno po 2% ispitanika su Krapinsko-zagorska, Osječko-baranjska i Splitsko-dalmatinska. Postotak od 1,5% dijele Karlovačka, Koprivničko-križevačka, Virovitičko-podravska i Zadarska županija; Sisačko-moslavačka, Bjelovarsko-bilogorska, Primorsko-goranska, Brodsko-posavska, Šibensko-kninska i Vukovarsko-srijemska 1%. Iz Varaždinske je županije sudjelovalo 0,5% ispitanika.

Najviši postignuti stupanj obrazovanja je kod većine ispitanika srednja škola (52,5%). Gotovo svaki četvrti ispitanik, njih 22,5%, kao najviši postignuti stupanj obrazovanja ima diplomski studij, a njih 21,5% preddiplomski studij. Osnovnu školu kao najviši do sada postignuti stupanj obrazovanja ima 3,5% ispitanika. U istraživanju je sudjelovalo 64,3% studenata i 35,7% učenika. Najveći postotak ispitanika studira na području društvenih znanosti, njih 34,8%. Tehničke znanosti (18,6%), biomedicina i zdravstvo (14,9%), prirodoslovne znanosti (7,5%) i humanističke znanosti (8,1%) su također dosta zastupljena područja studiranja među ispitanicima.

Rezultati istraživanja pokazali su i da 28,9% ispitanika radi u području društvenih znanosti. Nešto manji broj ispitanika radi u području tehničkih znanosti (22%), biomedicine i zdravstva (11,3%), prirodoslovnih (4,4%) i humanističkih znanosti (3,8%). Što se tiče prihoda,

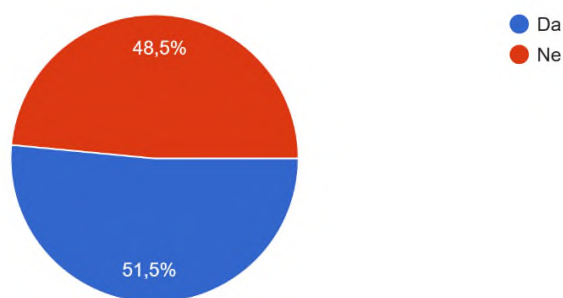


najveći broj ispitanika zarađuje 1000+ eura mjesečno, njih 35,5%. Zanimljivo je da idući najveći postotak iznosi nešto manje, 33,5%, a toliko ispitanika zarađuje manje od 200 eura na mjesec. Između 200 i 599 eura zarađuje 16,5% ispitanika, dok 14,5% ispitanika zarađuje mjesečno od 600 do 999 eura.

### 4.3. Rezultati

U ovom dijelu rada analizirat će se rezultati prikupljeni metodom anketnog upitnika koji se dotiču treninga, prehrane te medija i *gadgeta*. Od ukupno 200 ispitanika, njih 51,5% je na pitanje „Pratite li koliko se krećete u danu (broj prijeđenih kilometara, korake...)?“ odgovorilo potvrdno, dok je njih 48,5% odgovorilo da ne prate.

Pratite li koliko se krećete u danu (broj pređenih kilometara, korake...)?  
200 odgovora

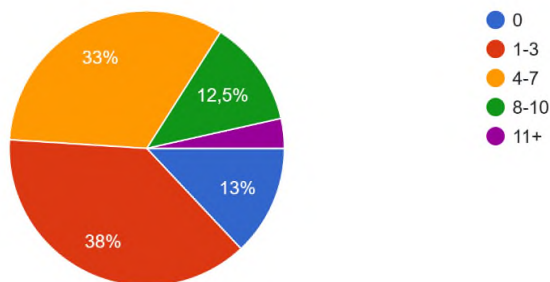


Grafikon 1. Praćenje dnevnog kretanja (N=200)

Istraživanje je pokazalo i da 13% ispitanika ne trenira, dok je onih koji treniraju više od 11 sati tjedno 3,5%. Od 1 do 3 sata tjedno trenirajući provede 38% osoba, od 4 do 7 sati 33%, a od 8 do 10 sati 12,5% osoba.

Koliko sati tjedno trenirate?

200 odgovora



Grafikon 2. Sati treninga (N=200)

Od 183 osobe koje treniraju, 48,6% je kao glavni razlog izdvojilo zdravlje, njih 27,3% fizički izgled, a 16,9% snagu/fleksibilnost/kondiciju. Neki su odgovorili da zbog kombinacije svih navedenih razloga ili samo zbog užitka (grafikon 3).

Koji je primarni razlog zbog kojeg trenirate?

183 odgovora



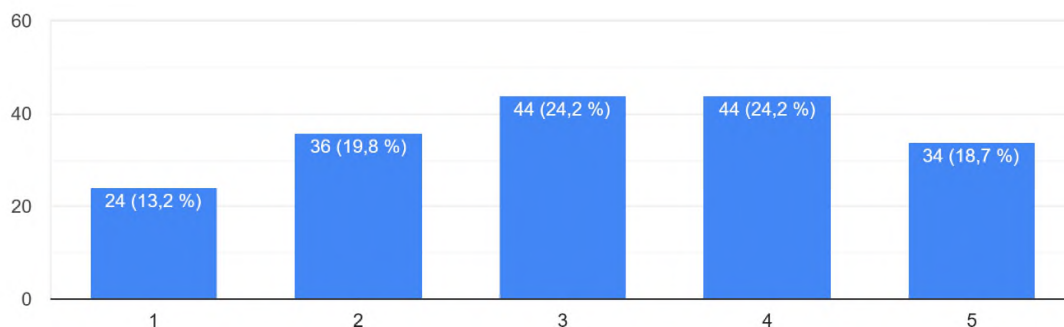
Grafikon 3. Primarni razlog treniranja (N=183)

Za stjecanje znanja o fizičkoj aktivnosti 73,5% mladih koristi medije, dok ih njih 26,5% ne koristi. Pritom gotovo jedna trećina ispitanika, njih 30,8%, koristi *gadgets* u sklopu treninga (npr. za mjerenje trajanja treninga i pulsa), dok ih 69,2% ne koristi.

Da dovoljno trenira u potpunosti ili djelomično smatra ukupno 42,9% mladih. Njih 24,2% nema oblikovano mišljenje o tome, a ukupno 33% ispitanika smatra da ne treniraju dovoljno.

#### Treniram dovoljno.

182 odgovora

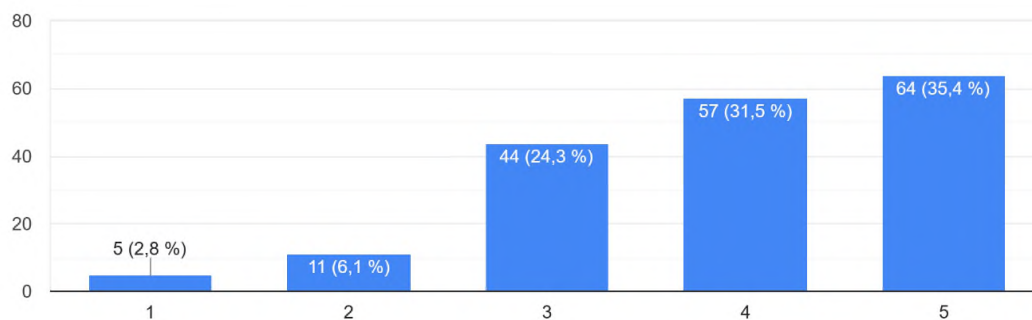


Grafikon 4. Slaganje s tvrdnjom – Treniram dovoljno (N=182)

Više od polovice mladih smatra da mediji doprinose kvaliteti treninga, njih 66,9%. Neutralnog mišljenja je 24,3% ispitanika. Ostali ispitanici, njih 8,9%, smatra da mediji ipak ne doprinose kvaliteti treninga.

#### Mediji mogu doprinijeti kvaliteti treninga.

181 odgovor

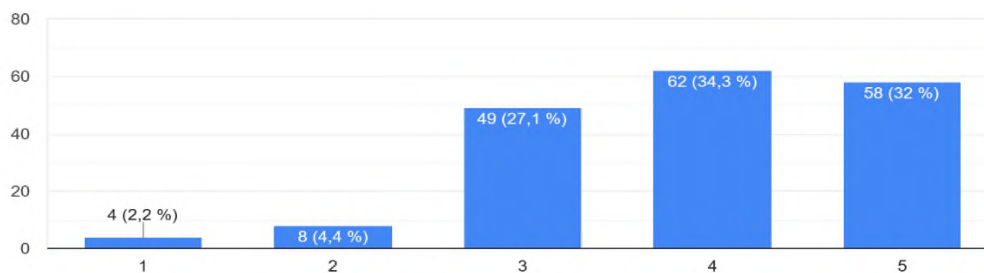


Grafikon 5. Slaganje s tvrdnjom – Mediji mogu doprinijeti kvaliteti treninga (N=181)

Da *gadgeti* doprinose kvaliteti treninga smatra ukupno 66,3% ispitanih mladih osoba, dok se s druge strane njih 6,6% s ovom tvrdnjom ne slaže.

#### Gadjeti mogu doprinijeti kvaliteti treninga.

181 odgovor



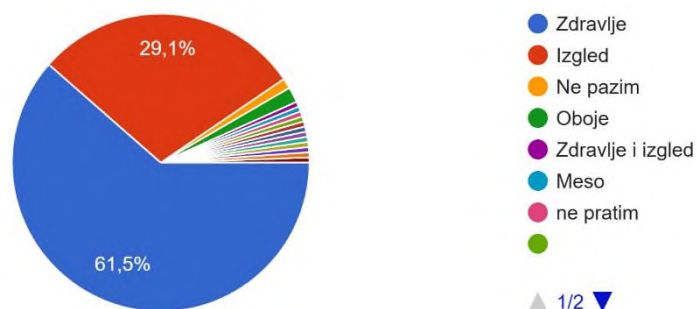
Grafikon 6. Doprinos gadgeta kvaliteti treninga (N=181)

Idući dio pitanja odnosio se na prehrambene navike mladih u Hrvatskoj. Od 200 ispitanika, njih 165 (82,5%) prati dnevni unos kalorija, dok njih 35 (17,5%) to ne čini. Također, sličan omjer odgovora je sakupljen i na pitanju o dnevnom unosu proteina. Naime, petina ispitanika, njih 19,5%, odgovorilo je da prate dnevni unos proteina, dok njih 80,5% to ne čini. Dokazano je da mladi nešto veću brigu vode o dnevnom unosu vode. Naime, više od pola ispitanika izjavilo je da ne vodi računa o unosu vode, njih 62%. To čini tek 38% ispitanika.

Kada se govori o razlozima praćenja prehrane, najviše osoba je odgovorilo da je glavni razlog zdravlje (61,5%). Kao glavni razlog 29,1% ispitanika izdvojilo je izgled, a ostalih 9,4% je odgovorilo da podjednako zbog izgleda i zdravlja, kondicije, *clean bulka* ili da ne prate. *Clean bulka* podrazumijeva fazu prehrane u kojoj osoba konzumira više kalorija nego li ih troši, s naglaskom na to da pretežito ili u cijelosti konzumira namirnice koje su nutritivno bogate hranjivim tvarima i koje su minimalno prerađene.

Koji je primarni razlog zbog kojeg pazite na prehranu?

179 odgovora

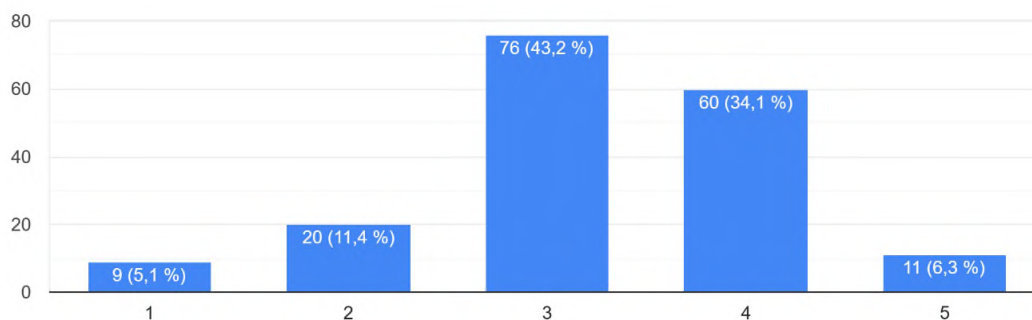


Grafikon 7. Primarni razlog prakticanja pravilne prehrane (N=179)

Za educiranje o važnosti pravilne prehrane medije koristi 59% ispitanika. Na pitanje „Koristite li gadžete za praćenje prehrane (npr. obavijesti za unošenje vode kroz dan)?“, potvrdno je odgovorilo svega 11,8% ispitanika, a velika većina osoba *gadžete* ne koristi, njih 88,2%. S tvrdnjom „Hranim se zdravo“, djelomično ili u potpunosti se slaže 40,4% ispitanika. Gotovo isti postotak mladih odgovorio je da nemaju strogo definirano mišljenje, a njih je 16,5% izjavilo da se s ovom tvrdnjom ne slaže.

Hranim se zdravo.

176 odgovora

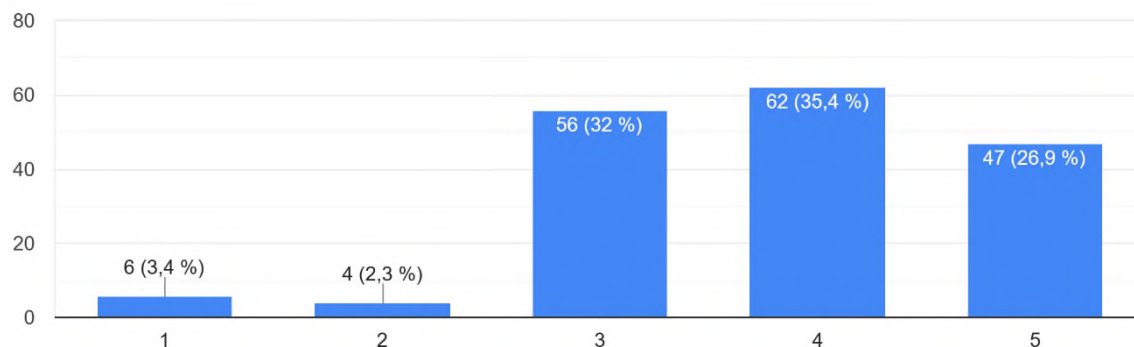


Grafikon 8. Pravilna prehrana (N=176)

Da mediji mogu doprinijeti kvaliteti prehrane smatra 62,3% ispitanika, dok se njih 5,74% s tom tvrdnjom ne slaže. Gotovo trećina ispitanika, njih 32%, se niti slaže niti ne slaže da mediji doprinose kvaliteti prehrane.

Mediji mogu doprinijeti kvaliteti prehrane.

175 odgovora

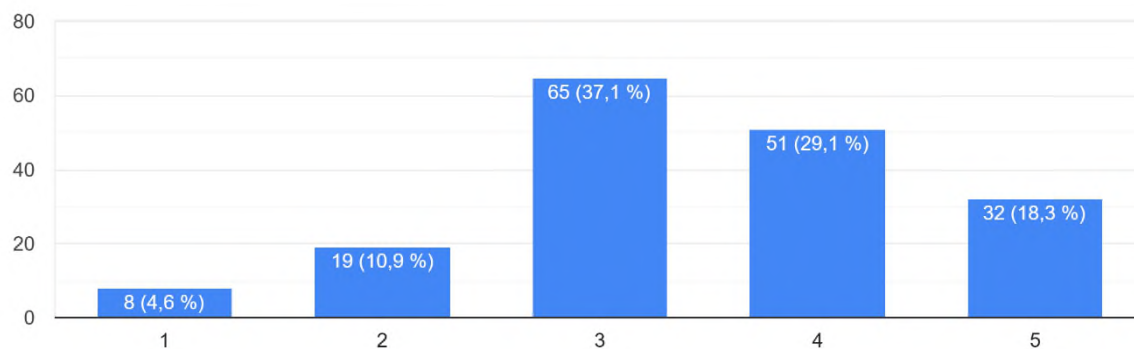


*Grafikon 9. Doprinos medija kvaliteti prehrane (N=175)*

Da *gadeti* mogu doprinijeti kvaliteti prehrane smatra 47,4% ispitanika, dok se 15,5% ispitanika s tom tvrdnjom ne slaže. Čak 37,1% ispitanika nema strogo definirani odgovor na ovo pitanje.

Gadeti mogu doprinijeti kvaliteti prehrane.

175 odgovora

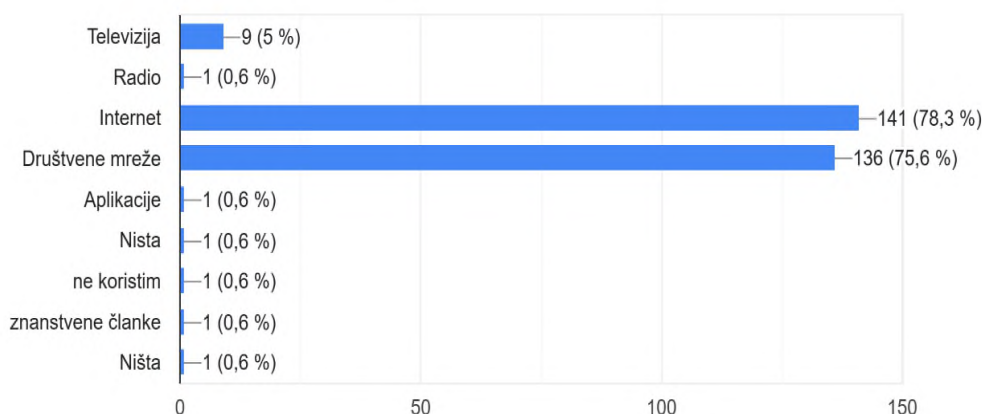


*Grafikon 10. Doprinos gadeta kvaliteti prehrane (N=175)*

Idući i posljednji dio pitanja u anketnom upitniku imao je fokus na ispitivanje korištenja medija i *gadgeta* od strane mladih. S obzirom na to da je u današnje vrijeme svijet digitaliziran i da se živi užurbanim, a opet sjedilačkim načinom života, ne čudi činjenica da je najveći broj ispitanika odgovorio s ciljem praćenja prehrane i/ili treninga najviše koriste internet (78,3%) i društvene mreže (75,6%). Tek manji broj ispitanika, njih 5%, koristi televiziju, dok su svi ostali odgovori sakupili manje od 1% glasova (grafikon 11).

Koje medije koristite u sklopu praćenja prehrane i/ili treninga?

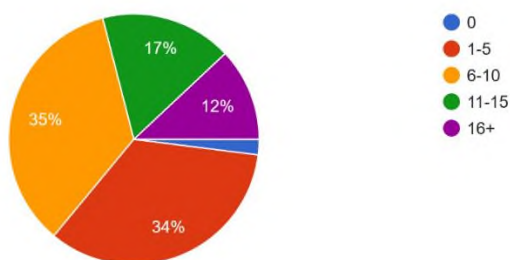
180 odgovora



Grafikon 11. Mediji za praćenje prehrane i/ili treninga (N=180)

Od ukupno 200 ispitanika gotovo svi su potvrdno odgovorili da koriste društvene mreže, njih čak 98%, što je u skladu s ranije u radu navedenim istraživanjima koja pokazuju veliku medijsku izloženost kod prosječne mlade osobe. S jedne strane 2% ispitanika društvene mreže ne koristi uopće. S druge strane, 12% ispitanika društvene mreže koristi više od 16 sati tjedno. Između 1 i 5 sati tjedno na društvene mreže potroši 34% ispitanika, njih 17% između 11 i 15 sati tjedno. Najveći broj ispitanika, njih 70 (35%), na tjednoj bazi provede od 6 do 10 sati na društvenim mrežama.

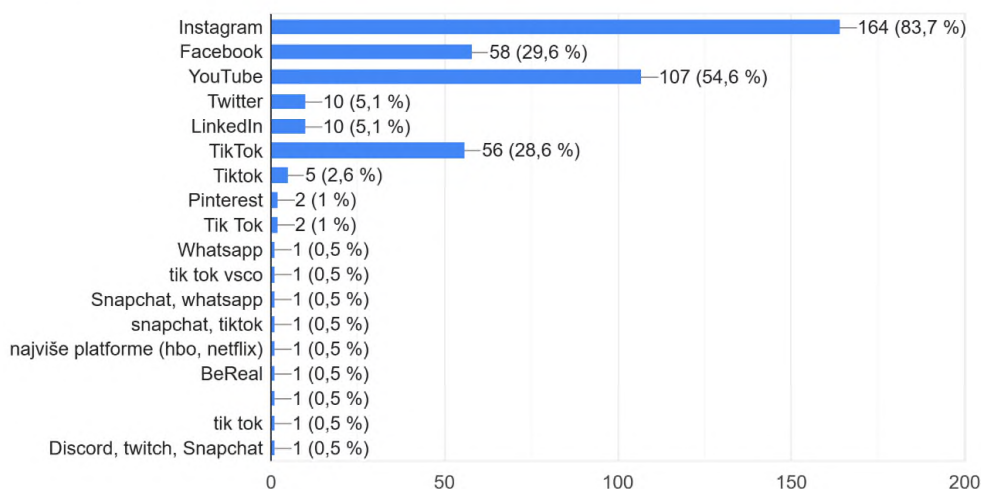
Koliko sati tjedno provodite na društvenim mrežama?  
200 odgovora



Grafikon 12. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama (N=200)

Od društvenih mreža kao najkorištenije se ističu *Instagram* (83,7%), *YouTube* (54,6%), *Facebook* (29,6%), *TikTok* (33,7%) te *Twitter* (5,1%) i *LinkedIn* (5,1%). I ovim je rezultatima, dakle, potvrđeno da je *Instagram* definitivno vodeća društvena mreža.

Koje društvene mreže najviše koristite?  
196 odgovora

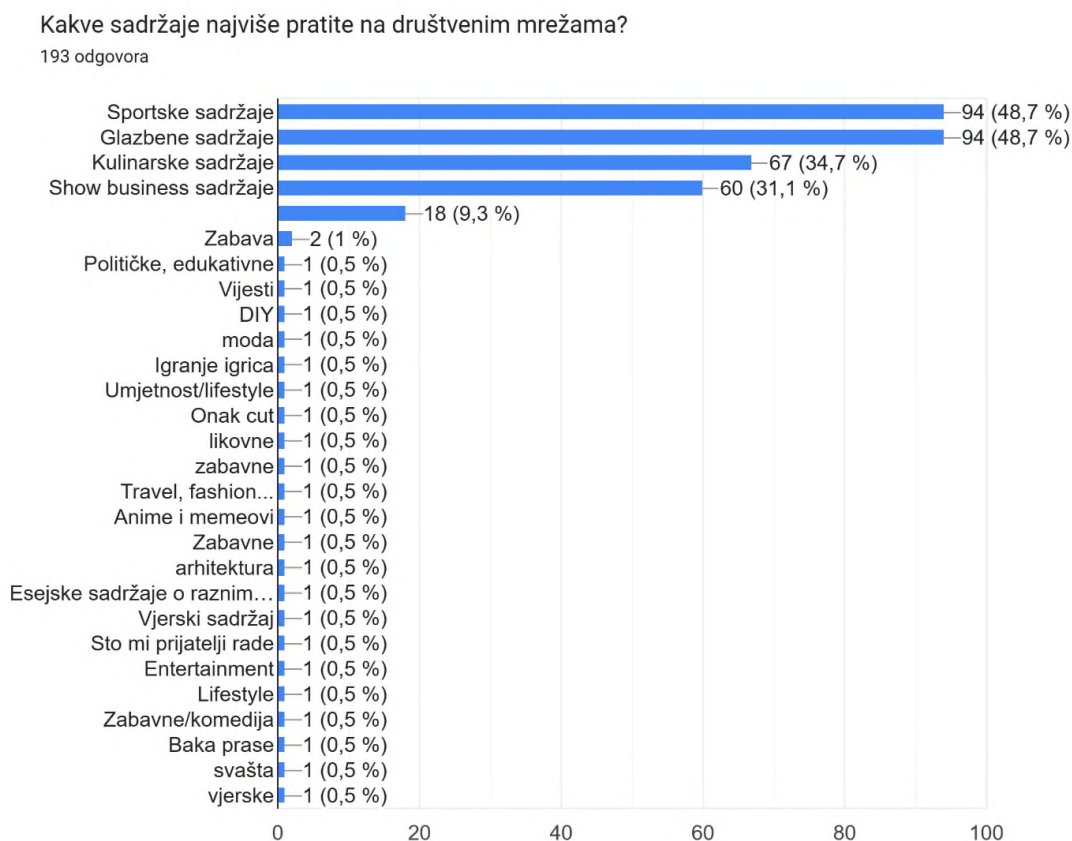


Grafikon 13. Društvene mreže (N=196)

Od sadržaja koji ispitanici prate najviše se ističu sportski (48,7%) i glazbeni sadržaji (48,7%). S obzirom na uzorak na kojem se provodi istraživanje, ovako visoki postotci za spomenute dvije kategorije sadržaja ne čude, već se takav rezultat mogao i pretpostaviti. Mlade osobe u dobi od 18 do 30 godina u Hrvatskoj najviše zanimaju sadržaji koji su povezani s nekim



oblikom zabave. Upravo zato je idući najveći postotak skupila kategorija kulinarskih sadržaja (34,7%), zatim *show business* sadržaja (31,1%) pa onda sve ostale u znatno manjim postotcima.



Grafikon 14. Sadržaji na društvenim mrežama (N=193)

Istraživanje je pokazalo i da većina mladih koristi *gadžete*, njih 70,5%, dok ih 29,5% ne koristi. Najčešće se koristi pametni sat.

Posljednje pitanje sastojalo se od šest tvrdnji, a ispitanici su na njih mogli odgovoriti s pet odgovora – ne slažem se, djelomično se ne slažem, niti se slažem niti se ne slažem, djelomično se slažem i slažem se. Prva tvrdnja s kojom su ispitanici trebali izraziti svoje slaganje ili neslaganje je glasila „u medijima su dobro zastupljene bitne tematike za današnje društvo“. S ovom tvrdnjom slaže se 25,5% ispitanih osoba. Ukupno 38,5% ispitanih s tvrdnjom se slaže barem u nekoj mjeri, a njih 36% neutralnog je mišljenja. Ovi su rezultati još jedan dokaz da se mediji ne koriste na najbolji mogući način, bez obzira na veliki potencijal. Sljedeća tvrdnja imala je za cilj utvrditi koliki postotak ljudi smatra da „medijski sadržaji utječu na

razmišljanje i ponašanje ljudi koji ih prate“. Visokih se 81% ispitanih slaže s ovom tvrdnjom, dok se vrlo mali postotak ljudi s njom ne slaže, svega 9%. Neutralni stav oko ove teme ima 10% mladih. Postotci dobiveni na ovom pitanju jasan su pokazatelj da su današnji mladi ipak svjesni snage medija i jačine utjecaja medijskih sadržaja na osobe koje ih prate.

Treća tvrdnja glasi „mediji mi pomažu da osvijestim navike koje bih trebao/la promijeniti“ i s njom se slaže 43,5% ispitanika. S istom se tvrdnjom ne slaže 25% mladih, a njih čak 31,5% nema oblikovano mišljenje. Četvrta tvrdnja s kojom su ispitanici trebali izraziti svoje slaganje ili neslaganje vezana je za *influencere*, a glasi „*influenceri* često promoviraju zdrav način života“. Kod ovog je pitanja najviše mladih imalo neutralno mišljenje, 40% ispitanih. S tvrdnjom se složilo 34,5% ispitanih mladih, dok se njih 25,5% nije složilo. Ovo je pokazatelj da iako *influenceri* sve češće objavljuju sadržaje vezane uz *fitness*, ipak ti sadržaji nisu dovoljno relevantni i kvalitetni da bi ih mladi percipirali na najbolji način. Da je „mnogo medijskih sadržaja koji pozivaju na zdrav način života“ smatra 55,5% ispitanika, a njih 14% se s time ne slaže. Neutralnih mladih po ovom pitanju ima 30,5%. Posljednja tvrdnja ispituje utjecaj medija na motivaciju za zdrav život, tj. smatraju li mladi da ih „medijski sadržaji motiviraju da prakticiraju zdrave životne navike“. S ovom se tvrdnjom slaže nešto više od trećine ispitanika, njih 35,5%. Neutralnog stava je opet otprilike trećina ispitanika, njih 33,5%. Preostalih je 31% ispitanika izjasnilo svoje neslaganje s ovom tvrdnjom barem u nekoj mjeri. Dakle, ispitanici su kod zadnje tvrdnje bili podijeljeni na tri gotovo jednaka dijela. Rezultat je i ovog pitanja potvrdio da se u medijima ne zastupaju važne teme na prave načine jer da je tome tako, onda bi postotak mladih koji su motivirani za zdrav način života bio puno veći.

## 5. Rasprava

Ovim se istraživanjem analiziralo vode li mladi u Hrvatskoj u dobi od 18 do 30 godina brigu o fizičkoj aktivnosti i pravilnoj prehrani te na koje sve načine koriste medije. Željela se utvrditi povezanost medija sa zdravim načinom života mladih u Hrvatskoj pri čemu su postavljene četiri hipoteze koje su se istraživanjem htjele potvrditi ili odbaciti.

Utvrđeno je da je broj mladih koji prate fizičku aktivnost tijekom dana otprilike jednak broju mladih koji ju ne prati. Iako je situacija u Hrvatskoj, u vezi fizičke aktivnosti, na prvi pogled dosta loša. Ovi rezultati potvrđuju da je nekim ljudima i dalje stalo do zdravlja i budućnosti. Više od pola ispitanika prati fizičku aktivnost tijekom dana, ali i velika većina se bavi nekim sportom, tj. trenira. Dakle, to je još jedan pokazatelj da određena briga o fizičkoj aktivnosti postoji. Iako su razlozi treniranja različiti, ipak kao primarni prevladava zdravlje, bilo da se misli na fizičko ili na psihičko. Mediji se od strane mladih koriste za stjecanje znanja u poprilično velikom postotku, iako bi se neke teme mogle i trebale bolje promovirati i o njima više pričati. Također, većina mladih u sklopu treninga koristi *gadgets* za lakše snalaženje i što bolje rezultate. Iako veliki broj ispitanika smatra da ne trenira dovoljno, više je onih koji su po njihovom mišljenju dovoljno fizički aktivni. Potvrđeno je i da mladi uviđaju korisnost medija i *gadgets* u doprinosu kvaliteti treninga. Time je hipoteza *H1 - Mladi u Hrvatskoj vode brigu o fizičkoj aktivnosti* - potvrđena.

Kada se govori o vođenju brige o pravilnoj prehrani, rezultati pokazuju malo drugačije rezultate. Iako je većina ispitanika odgovorila da ne prati unos kalorija i/ili proteina, dio ispitanika vodi brigu o kvaliteti unesene hrane. Veću važnost pridaju praćenju unosa vode, međutim, i dalje dosta nizak postotak ispitanika. Od onih koji prehranu ipak na neki način prate, velika većina to radi zbog zdravlja. Kao i za stjecanje znanja o važnosti fizičke aktivnosti, većina mladih medije koristi za stjecanje znanja o važnosti pravilne prehrane. *Gadgets* u ovom slučaju koristi vrlo mali broj ispitanika. Također, vrlo malo ispitanika smatra da se hrani zdravo, ali ipak još manje njih da se ne hrani zdravo. Problematika ovdje leži u tome što je najviše ispitanika odgovorilo neutralno, a to se može protumačiti kao nedovoljna informiranost ili nezainteresiranost o važnosti pravilne prehrane. Bez obzira na to, većina mladih ipak uviđa koristi koje mediji i *gadgets* nude kvalitetnoj prehrani. Time je hipoteza *H2 - Mladi u Hrvatskoj vode brigu o pravilnoj prehrani* - odbačena.

Zadnji dio pitanja u anketnom upitniku odnosio se na medije i *gadжете*. Utvrđeno je da se mladi danas itekako koriste medijima i društvenim mrežama. Više od tri četvrtine ispitanika koristi se internetom i društvenim mrežama u sklopu praćenja prehrane i/ili treninga. Mali broj ispitanika koristi televiziju, a ostali su mediji poprilično slabo zastupljeni među ispitanicima. Društvene mreže koriste gotovo svi ispitanici, a vrijeme provedeno na njima je pomalo zabrinjavajuće. Najveći broj mladih na tjednoj bazi provede između 6 i 10 sati na društvenim mrežama. Iako će nekima ova brojka djelovati malo, ona je poprilično velika. Uzimajući u obzir da su mladi dužni dio ovog vremena provoditi *online* zbog npr. školskih ili fakultativnih obaveza, i dalje je broj sati koji provode uz medije zabrinjavajući.

Od društvenih se mreža najviše koriste Instagram, YouTube, Facebook, TikTok, Twitter i LinkedIn, a najviše se prate sportski, glazbeni, kulinarski i *show business* sadržaji. Ranije je u radu navedeno da je većini osoba u dobi od 18 do 30 godina jedna od najzanimljivijih stvari zabava pa onda ovakvi rezultati ne čude. Time je hipoteza *H3 - Većina mladih u Hrvatskoj koristi internet i društvene mreže u sklopu praćenja prehrane i/ili treninga* - potvrđena.

Nadalje, utvrđeno je i da je postotak osoba koje koriste *gadжете* puno manji od postotka osoba koje ne koriste *gadжете* u ove svrhe. *Gadжете* se generalno većinski ne koriste među populacijom mladih u Hrvatskoj pa je tako hipoteza *H4 - Većina mladih u Hrvatskoj koristi gadжете u sklopu praćenja prehrane i/ili treninga* - odbačena.

Mladi u velikoj mjeri nemaju jasno definirane stavove o tome jesu li u medijima dobro zastupljene bitne tematike za današnje društvo, pomažu li mediji u osvještavanju navika koje bi se trebale usvojiti, promoviraju li *influenceri* često zdrav način života, pozivaju li medijski sadržaji na zdrav način života i o tome motiviraju li medijski sadržaji da se prakticiraju zdrave životne navike. Iako su odgovori na ova pitanja, u smislu slaganja ili neslaganja s tvrdnjom, vrlo različiti, u jednoj tvrdnji složnost ispitanika uvelike odskače. Radi se o tvrdnji „medijski sadržaji utječu na razmišljanje i ponašanje ljudi koji ih prate“. Velika većina ispitanika odgovorila je potvrdno i iz toga je jasno vidljivo da su gotovo svi svjesni utjecaja i moći koju mediji imaju nad onima koji prate njihove sadržaje.

## **Zaključak**

S obzirom na to da je danas korištenje medija nešto bez čega se gotovo ne može normalno živjeti, jasno je koliko je važno poznavanje i pametno korištenje medija. Današnji sjedilački stil života rezultira brojnim lošim posljedicama za ljudsko tijelo, a jedan od najlakših načina sprečavanja toga je fizička aktivnost. U ovom se radu pojasnila važnost fizičke aktivnosti s ciljem boljeg poznavanja iste te motiviranja čitatelja na zdraviji način života. Dovoljna razina fizičke aktivnosti postala je rijetkost, a trebala bi biti sastavnim dijelom života svih ljudi. Aktivan stil života pruža brojne benefite za ljudsko zdravlje, fizičko i psihičko i svi bi trebali težiti tome da barem nekoliko puta tjedno prakticiraju neki oblik fizičke aktivnosti. Za djecu i mlade fizička je aktivnost posebno važna jer su ljudi tada u najosjetljivijoj fazi života u kojoj se još oblikuju i stječu navike koje će nositi sa sobom u daljnjem životu. Formirani mladi ljudi koji prakticiraju zdrave životne navike prerast će u zrele ljude koji vode brigu o sebi i svome zdravlju, a to je ono čemu bi svi trebali težiti.

Uz fizičku aktivnost, pravilna je prehrana također od velike važnosti za razvitak osobe. Ona je u kombinaciji s dovoljnom razinom fizičke aktivnosti neophodna za kvalitetan život. Iako je mnogima danas teško isplanirati vrijeme zbog užurbanog stila života i stići uklopiti kvalitetne i nutritivno bogate obroke u prehranu, to nije nemoguće. Društvo bi trebalo osvijestiti da se sat vremena koje bi inače možda potrošili na gledanje televizije, može uložiti u pripremu kvalitetnog obroka koji će doprinijeti kvaliteti prehrane, a time direktno i kvaliteti života. Isto tako, ključno je uvoditi male održive promjene u svrhu poboljšanja kvalitete života, a ne neke nagle i pretjerane. Naravno da nije uvijek sve savršeno i ne posloži se sve idealno, ali bi ljudi tome trebali barem težiti i pravilno se hraniti kad god je to moguće. To ne znači da se treba hraniti isključivo nekom određenom grupom namirnica, ali znači da bi se trebalo hraniti nutritivno što bogatijom hranom uz povremene obroke koje osoba voli i bez obzira na to jesu li oni nutritivno kvalitetni.

Iako je zdrav način života u današnje vrijeme poprilično velik izazov, uz pravilnu se organizaciju gotovo sve može dobro isplanirati. Osobe koje djeluju same za sebe trebaju se educirati o važnim stvarima koje se tiču njih samih, ali i društva. Tu dolazimo i do medija koji u svemu gore spomenutom imaju itekako veliku ulogu. Djeca i mladi kao potporu bi trebali imati roditelje koji će ih izvesti na pravi put. Da bi to bilo moguće, od velike je važnosti medijska pismenost. Poznavanje medija i načina na koji mediji funkcioniraju pomaže tome da se potencijalne opasnosti koje sa sobom donosi korištenje medija svedu na minimum. Mladima

i djeci ne treba braniti korištenje medija ili ih pokušati u potpunosti odvojiti od svega, ali treba biti uz njih i na ispravne načine kontrolirati vrstu medija i načine na koje će ih koristiti, kao i vrijeme koje provode uz njih. Mediji su snažan alat kojim se itekako može utjecati na ljude. Oni serviraju publici ono što žele oni koji određeni medij imaju u vlasništvu pa je vrlo bitno biti sposoban razlučivati istinite od neistinitih sadržaja. Dobro je sve što se istražuje provjeriti iz više izvora i uvijek informacije uzimati s dozom sumnje.

Cilj je ovog rada bio predstaviti važnosti pravilne prehrane i fizičke aktivnosti, ali i istaknuti sve probleme do kojih potencijalno može dovesti nepracticiranje istog. Zdrav način života zahtjeva određenu razinu predanosti, ustrajnosti i žrtve. Važno je održavati zdrav način života kroz practiciranje dovoljno aktivnosti i primjenjivanje pravilne prehrane. Povezanost medija i zdravlja vrlo je velika i iznimno je bitno aktivno promišljati o načinima na koje se mediji koriste. Istraživanjem je dokazano da veliki broj mladih ipak ne vodi dovoljno brige o pravilnoj prehrani, fizičkoj aktivnosti i zdravom načinu života. Utvrđeno je i da mladi koriste medije i nove tehnologije u velikoj većini, ali da ih ne koriste na toliko dobre načine, tj. da ne iskorištavaju njihov puni potencijal.

U današnje je vrijeme uz užurbani, ali i u isto vrijeme sjedilački, način života od iznimne važnosti voditi brigu o sebi, o svom mentalnom i fizičkom zdravlju. Da bi to bilo moguće i provodilo se na najbolji mogući način, važno je poznavati medije i kontrolirano i odgovorno ih koristiti. Mediji su dio ljudske svakodnevice i potrebno je toga biti svjestan da bi ih se moglo uklopiti u život dozirano i u onoj mjeri u kojoj neće narušavati kvalitetu života.

## Literatura

- Achen, R. M. (2020). Use of Social Media Networks and Perceptions of Firm-Generated Content in the Fitness Industry. *The Journal of Social Media in Society*, 9 (2): 47-68.
- Azhani, C. I., Yusmarwati, Y., Pua, P. K. (2015). The Importance of Balanced Diet for the Human Capital Formation on Physical and Mental Fitness. *International Journal of Humanities, Arts and Social Sciences*, 1 (3): 114-118.
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2 (5): 1-10.
- Boyle, R., Haynes, R. (2009). *Power play – sport, the media and popula culture*. Edinburgh University Press.
- Cambridge Dictionary (n.p.). Protein. Dostupno na: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/protein> (posjećeno: 4.4.2024.).
- Ciboci, L., Labaš, D. (2019). Digital Media Literacy, School and Contemporary Parenting. *Medijske studije*, 10 (19): 83 – 101.
- DeAngelis, T. (2024). Teens are spending nearly 5 hours daily on social media. Here are the mental health outcomes. *American Psychological Association*, 55 (3): 80.
- Donohue, G. A., Tichenor, P. J., Olien, C. N. (1973). Mass Media Functions, Knowledge and Social Control. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 50 (4): 652-653.
- Donovan, S. (2020). Sharenting: The Forgotten Children of the GDPR. *Peace Human Rights Governance*, 4 (1): 35-59.
- Đuran, A., Koprivnjak, D., Maček, N. (2019). Utjecaj medija i uloga odraslih na odgoj i obrazovanje djece predškolske i rane školske dobi. *Communication Management Review*, 4 (1): 270 – 283.
- Foretić, N., Rodek, S., Mihaljević, D. (2009). Utjecaj medija na fizičku inaktivnost djece. *Školski vjesnik*, 58 (4): 381 – 397.
- Hrvatska enciklopedija (n.p.). Komunikacijska znanost. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/komunikacijska-znanost#:~:text=komunikacijska%20znanost%20%28komunikologija%29%2C%20interdisciplinarna%20znanost%20koja%20istra%C5%BEuje%20najraznovrsnije,u%C4%8Dinka%20poruka%20%C5%A1to%20protje%C4%8Du%20izme%C4%91u%20po%C5%A1iljatelja%20i%20primatelja> (posjećeno: 23.3.2024.).

- Ilišin, V. (2006). *Mladi između želja i mogućnosti: položaj, problemi i potrebe mladih Zagrebačke županije*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja.
- Ipsos (2022). Active Lives Children and Young People Survey 2021-22”, Ipsos. Dostupno na: <https://www.ipsos.com/en-uk/active-lives-children-and-young-people-survey-2021-22> (posjećeno: 2.5.2024.).
- Ivanović, M. (2014). Development of Media Literacy – An Important Aspect of Modern Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 149 (1): 438-442.
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Global Overview Report. *Datareportal*. Dostupno na: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> (posjećeno: 20.4.2024.).
- Kokorić, B. S. (2020). Utjecaj novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija na obiteljski život. *Medijske studije*, 11 (22): 81 – 101.
- Kralj, V. (2023). Epidemiološki podaci o kardiovaskularnim bolestima. *Hrvatski zavod za javno zdravstvo*. Dostupno na: <https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-prevencija-nezaraznih-bolesti/epidemioloski-podaci-o-kardiovaskularnim-bolestima/> (posjećeno: 2.5.2024.).
- Labaš, D., Marinčić, P. (2018). Mediji kao sredstvo zabave u očima djece. *MediAnali*, 12 (15): 1 – 32.
- Livazović, G. (2012). Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. *Kriminologija & socijalna integracija*, 20 (1): 1 – 22.
- Lovrić, I., Benezić, D., Ružić, E. (2022). Navike i stavovi mladih potrošača u korištenju društvenih mreža za razmjenu slikovnih sadržaja. *CroDiM: International Journal of Marketing Science*, 5 (1): 101 – 110.
- Martinjak, D., Korda, M., Ovčar, I. (2019). Prevalencija i spolne razlike u iskustvu vršnjačkog nasilja u virtualnom svijetu. *Napredak*, 160 (3-4): 221 – 240.
- Naslund, J. A., Bondre, A., Torous, J., Aschbrenner, K. A. (2020). Social Media and Mental Health: Benefits, Risks, and Opportunities for Research and Practice. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5 (1): 245–257.
- Ofcom (2021). Young people turn away from TV news to keep up to date online. *Ofcom*. Dostupno na: <https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2021/young-people-turn-away-from-tv-news> (posjećeno: 12.5.2024.).
- Perišić, K., Tomiša, T. (2018). Mentalno zdravlje. *Zagrebačko psihološko društvo*. Dostupno na: <https://zgpd.hr/2018/10/09/mentalno-zdravlje/> (posjećeno: 23.3.2024.).



- Pontefract, N. (2022). *Active Lives Children and Young People Survey – Academic year 2021-22*. SportEngland.
- Rek, M., Kovačić, A. (2018). Mediji i djeca predškolske dobi: uloga roditelja kao uzora i učitelja. *Medijske studije*, 9 (18): 27 – 43.
- Rismondo, V. (2011). Vizualni identitet sporta i sportaša u suvremenim hrvatskim medijima masovne komunikacije - prilozi za ikonološku interpretaciju. *Kroatologija*, 2 (1): 151 – 164.
- Sabbagh, K., Friedrich, R., el-Darwiche, B., Singh, M., Ganediwalla, S., Katz, R. (2012). *Maximizing the Impact of Digitalization. The Global Information Technology Report*. Dostupno na: <https://www.strategyand.pwc.com/m1/en/reports/maximizing-the-impact-of-digitization.pdf> (posjećeno 1. svibnja 2024.).
- Seippel, Ø. (2019). Do sports matter to people? A cross-national multilevel study. *Sport in Society*, 22 (3): 327–341.
- Statista (2016). Has your company been using virtual technologies or made plans to utilize them (in short, medium or long term)? *Statista*. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/671789/virtual-reality-technology-usage-in-companies-in-europe-by-company-size/> (posjećeno: 12.05.2024.).
- Statista (2024). Active social network penetration in selected countries and territories as of April 2024. *Statista*. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/282846/regular-social-networking-usage-penetration-worldwide-by-country/> (posjećeno: 12.05.2024.).
- Stoilkovski, B. (2022). Sarkopenija (gubitak mišićne mase) - uzrok, simptomi i liječenje. *Hipokrat*. Dostupno na: <https://hipokrat.com.hr/sarkopenija-gubitak-misicne-mase-uzrok-simptomi-i-lijecenje/> (posjećeno: 7.4.2024.).
- Stoilkovski, B. (2023). Osteopenija - uzrok, simptomi i liječenje. *Hipokrat*. Dostupno na: <https://hipokrat.com.hr/osteopenija-uzrok-simptomi-i-lijecenje/> (posjećeno: 7.4.2024.).
- Tiller, N. (2020). *The Skeptic's Guide to Sports Science*. New York: Routledge.
- Van den Eijnden, R. J. J. M., Meerkerk, G. J., Vermulst, A. A., Spijkerman, R., Engels, R. C. M. E. (2008). Online communication, compulsive Internet use, and psychosocial well-being among adolescents: a longitudinal study. *Developmental Psychology*, 44 (3): 655-665.
- Van den Toren, S.J., van Grieken, A., Lugtenberg, M., Boelens, M., Raat, H. (2020). Adolescents' Views on Seeking Help for Emotional and Behavioral Problems: A Focus Group Study. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17 (1): 191.

- Vuori, I. (2004). Tjelesna neaktivnost je uzrok, a tjelesna aktivnost lijek za glavne javnozdravstvene probleme. *Kinesiology*, 36 (2): 123 – 153.