

Jerko Valković

## UTJECAJ MEDIJA NA SOCIJALIZACIJU

Izv. prof. Jerko Valković  
KBF, Zagreb – Teologija u Rijeci

Izvorni znanstveni rad

UDK: 37.014[316.774+070.1/.9][316.614.2/.6+316.758+32  
6.9+366.636/.4]

[172+179.1][0.000.028]

Primljeno 5. travnja 2016.

Procesi socijalizacije, osobito kod djece i mladih, danas se u prvom redu više ne odvijaju putem „tradicionalnih institucija“ (obitelj, škola i Crkva) već su tu funkciju preuzeli mediji. U takvom kontekstu proces socijalizacije je sve manje institucionaliziran, tj. ne poštuje logiku stupnjevitosti koja nastoji biti prilagođena određenom uzrastu, odnosno imati u vidu mogućnosti razumijevanja određene dobi. Osim toga, pred velikom slobodom odabira između brojnih mogućnosti osoba je sama prepuštena slobodnom odabiru. Svi oni koji su uključeni u odgoj, te osobito odgojne institucije, trebaju poznavati promjene, odnosno nove naglaske u procesima socijalizacije kao i edukativne mogućnosti koje posjeduju (osobito novi) mediji. Usvajanje medijskih kompetencija pomoći će u razvijanju pravilna odnosa prema svijetu medija kao i kvalitetnijih procesa socijalizacije unutar medijskoga okruženja.

**Ključne riječi:** medijska socijalizacija, masovni mediji, znanje, učitelj, medijska kompetentnost.

\* \* \*

### Uvod

Nije potrebno posebno isticati koliko je danas život društva, ali i pojedinca, prožet medijima. Nema područja društvenog života na kojem se ne osjeća snažan utjecaj medija. Njihova je „inkorporiranost“ u svakodnevni život posebno vidljiva kod djece i mladih, dakle kod generacija koje sužive sa svijetom medija već od samoga početka. Uloga medija posebno dolazi do izražaja u procesima socijalizacije i zato ne čudi da među literaturom s pedagoškog po-

dručja često nailazimo na tekstove koji se bave „medijskom socijalizacijom“, poddisciplinom medijske pedagogije. Pod tim pojmom mislimo na socijalizaciju koja se odvija preko sredstava društvenih komunikacija, odnosno novih medija, pri čemu se osobito pozornost posvećuje pitanju do koje mjere i kako inovativni mediji utječu kod pojedinca na razvoj procesa socijalizacije.<sup>1</sup> Thomas govori o različitim područjima, odnosno ukazuje na pitanja kojima se bavi medijska socijalizacija: kako mladi uče o vrijednostima različitih kultura u okruženju medija; kako mediji preoblikuju cjelokupni socijalizacijski proces različitim predstavljanjem, odnosno govorom o vrijednostima; jesu li mediji upitni za razvoj i/ili krizu kulturnog identiteta mladih; koje su posljedice toga procesa?<sup>2</sup> Promjenama koje se događaju trebalo bi posvećivati veću pozornost budući da se radi o vrlo važnim kategorijama koje utječu na formiranje osobnog i kolektivnog identiteta. Naime, djelovanje medija u socijalnom oblikovanju stvarnosti ne ograničava se samo na oblikovanje socijalne percepcije sadašnjosti već u mnogo širem opsegu utječe na shvaćanje prošlosti kao i na oblikovanje zajedničke memorije.<sup>3</sup>

## 1. Edukacija i socijalizacija

Kako bismo pobliže ukazali na ulogu (novih) medija unutar procesa socijalizacije, treba istaknuti razliku između socijalizacije i edukacije. Edukaciju karakterizira intencionalnost budući da se ona odvija prema zacrtanom projektu, slijedi određeni plan i metodologiju. Proces edukacije usmjeren je prema odgoju, odnosno usvajanju određenih vrijednosti. Takav proces (neki govore o „formalnom“ modelu) možemo označiti kao teleološki, a on je i normativno utemeljen. Poznati su društveni akteri, tj. nositelji takvoga djelovanja – u prvom redu obitelj, škola i Crkva. Edukativni je proces, barem do sada, bio usko povezan s organizacijom društva i njegovom nor-

1 Usp. D. SÜSS, *Mediensozialisation und Heranwachsenden. Dimensionen-Konstanten-Wandel*, Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2004., str. 295.

2 Citirano prema: Z. MILIŠA – M. TOLIĆ, Moralni relativizam i medijska socijalizacija u razvoju interkulture komunikacije, u: *Medianali*, 3 (2009) 5, str. 6.

3 Usp. P. JEDŁOWSKI, Media e memoria. Costruzione sociale del passato e mezzi di comunicazione di massa, u: M. Rampazi – A. L. Tota (ur.), *Il linguaggio del passato. Memoria collettiva, mass media e discorso pubblico*, Carocci, Roma, 2005., str. 31-44.

mativno-vrijednosnom postavkom te se odvijao u koordiniranoj suradnji društvenih institucija. Procesi socijalizacije, koji se odvijaju edukativnim procesima, usmjeravaju na spoznaju i usvajanje konkretnih vrijednosti i normi. Treba spomenuti da danas, u svijetu označenom najraznovrsnijim ponudama i različitim vizijama, ovaj model zbog brojnih i složenih promjena cjelokupnoga društvenog konteksta više nema snagu djelovanja koju je imao nekada. Martelli će uzrok ovih promjena vidjeti u nestanku ili slabljenju dosadašnjih temelja ili oslonaca osobnog i kolektivnog identiteta. U tom vidu on govori o važnosti „kategorije“ povijesnosti (misleći pritom na društvenu situaciju u kojoj je napredak postao svojevrsna rutina, nešto što je gotovo neizbježno, ali se odvija bez entuzijazma i vjere u budućnost, dakle u povijesnost). Nadalje govori o gubljenju osjećaja za mjesto i vrijeme – nadilaženju prostornih i vremenskih kategorija, što je prepoznatljivo i u djelovanju medija. „Nestajanje“ stvarnosti kao referentnog oslonca također je još jedan fenomen koji obilježava današnjega čovjeka i društvo.<sup>4</sup>

Socijalizacija kao „neformalni“ model (za razliku od edukacije kao „formalnog modela“, kako je prije spomenuto) odvija se danas pod utjecajem različitih čimbenika unutar situacija koje nude vrlo različita iskustva. U dinamici današnjega društva iznimno veliko značenje imaju komunikacijski procesi preko kojih se odvija sudjelovanje, integracija, posredovanje, suočavanje raznih modela i iskustava. Spomenuti su dinamizmi za današnje procese socijalizacije od veće važnosti negoli usvajanje određenog kognitivnog stava. Konzumiranje medija tako postaje prigodom za socijalizaciju. Ovakav model socijalizacije ne pruža velike mogućnosti za autonomno produbljenje identiteta ili cjelovitije shvaćanje realnosti (iako ono u pojedinim trenucima ima i formalno-edukativne elemente, ali oni nisu toliko naglašeni već su više prisutni na indirektan način). To je zato jer se socijalizacija ne odvija prema određenom kurikulumu

4 Usp. S. MARTELLI, *Sociologia dei processi culturali. Lineamenti e prospettive*, La Scuola, Brescia, 1999., str. 204-220. Za to koliko globalni kontekst današnjeg čovjeka može utjecati na oblikovanje identiteta i nov način doživljavanja posebno je važna knjiga: C. GIACCARDI – M. MAGATTI, *L'io globale: crisi del legame sociale e nuove forme di solidarietà*, Laterza, Roma – Bari, 2003.

već spontano, budući da se danas osoba sama suočava s ponuđenim sadržajem. Treba ovdje spomenuti da su i novi mediji sve više personalizirani, tj. predviđeni za individualno konzumiranje. Vrlo često kriterij odabira postaje korisnost ili pak aktualnost određenoga sadržaja.<sup>5</sup> Nerijetko se događa da se, unatoč dostupnosti velikog broja informacija, osoba osjeća nedovoljno spremnom ili nedovoljno odlučnom za djelovanje u vidu ostvarenja društvenih ciljeva. Taj se manjak posebno zapaža onda kada je potrebno kreativno djelovati ili na smisleni način obuhvatiti i primijeniti stečeno znanje. Način slobodnog odabira koji nude mediji može se shvatiti i kao slika šireg društvenog djelovanja jer u društvu oslabljena utjecaja institucija sami su mladi subjekti, protagonisti vlastite socijalizacije.<sup>6</sup>

Usporedba edukacije i socijalizacije ukazuje na to da se ti modeli razlikuju prema načinima djelovanja i nekim karakteristikama, ponajprije načinom na koji se promoviraju vrijednosti i norme. Razlikuju se također i prema komunikacijskom kanalu preko kojega se odvija formativni proces. Ali također, različiti su ciljevi koji se žele ostvariti. „Neformalna“ socijalizacija odvija se (gotovo spontano) u svakodnevnom okružju, ona nije institucionalizirana, tj. ne doživljava se kao programirano djelovanje.<sup>7</sup> Vrijednosti se kod „formalne“ socijalizacije prenose „vertikalnim“ modelom, a kod „neformalne“ više se radi o interakciji između različitih izvora, na „horizontalnoj“ razini.<sup>8</sup>

5 Velik broj informacija mladi često doživljavaju kao nešto otežavajuće te, kako ističu neki autori, takvo stanje pokušavaju nadvladati jednostavnom redukcijom kompleksne stvarnosti i društva iskustvom pripadnosti raznim *fan grupama*. Usp. R. VOLLBRECHT, *Aufwachsen in Medienwelten*, u: K. Fritz – S. Sting – R. Vollbrecht (ur.), *Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten*, Leske Budrich, Opladen, 2003., str. 21.

6 Usp. M. MORCELLINI, *Passaggio al futuro. La socializzazione dei mass media*, Agnelli, Milano, 1992., str. 155-164.

7 Na slikovit način to je prepoznatljivo u svakodnevnim televizijskim *talk showovima* u kojima se raspravlja o temama koje su aktualne, i to jezikom koji je svakome razumljiv. Značajno je zapaziti prisutnost, posebno u *reality* formatima, „običnih“ ljudi koji potvrđuju autentičnost onoga o čemu se govori. Takvi su programi veoma važni za procese socijalizacije, odnosno izgradnju identiteta kod šire publike.

8 Usp. D. CANNIZZO – L. DEL TERRA, *Educazione, formazione e media*, Eucos, Roma, 2004., str. 107.

## 2. *Soft socijalizacija*

Iako su mediji nužan dio današnjega života i nezaobilazni u društvenim procesima, bilo bi pogrešno pripisivati im neograničen utjecaj i zanemariti prisutnost drugih (odgojnih) institucija. Cjelovitija procjena njihova djelovanja podrazumijevala bi promatranje njihove dinamike unutar šireg društvenog konteksta. Oni djeluju u „prostoru“ u kojemu su nekada dominantno djelovale neke druge institucije, a sada je taj prostor velikim dijelom ostao prazan. Prije spomenuti talijanski sociolog Martelli kaže da se – nakon gubitka oslonca u institucijama i gubitka povjerenja u autoritete – današnji čovjek nalazi u svojevrsnoj „relacijskoj anoreksiji“, u situaciji kada je izgubio oslonac koji su mu prije jamčile te institucije. Velikim dijelom tu prazninu ispunjavaju mediji. Zato je razumljivo da je dosadašnji model edukacije, u kojoj su značajnu ulogu imale spomenute institucije, danas u svojevrsnoj krizi. Martelli kaže: otklon od „prihvaćenog sustava vrijednosti postavlja premise delegitimizaciji formalnih edukativnih institucija. Nestaje ili postaje problematična povezanost između obitelji, škole i područja rada i svaka se od njih ponaša kao zaseban, autonoman sustav.“<sup>9</sup> Pritom neformalni čimbenici (poput medija) u takvoj situaciji dobivaju veću važnost. On kaže da je tragedija našega vremena u neprestanom traženju vlastite autorealizacije, što vodi prema stalnom distanciranju od institucija i tako pogoduje nestabilnosti društva.

Ako se nekad socijalizacija shvaćala kao prenošenje vrijednosti i normi koje su u najvećoj mjeri bile prihvaćene od društva, danas – gotovo kontradiktorno – trebamo govoriti o socijalizaciji koja svoj oslonac nalazi u samom pojedincu. Prijašnji „model“ više je propagirao oblik kulture čiji je nositelj bila elita, a sada se prihvaća pluralnost znanja i kulturnih modela. Dominantan oblik kulture time ne gubi svoju vrijednost, ali, budući da više nije jedini izvor oblikovanja znanja, postaje jedna između mogućih interpretacija, a sam je izbor opet prepušten pojedincu. Zato Martelli, govoreći o karakteristikama ove socijalizacije, kaže da se zapravo radi o (de)

<sup>9</sup> S. MARTELLI (ur.), *Videosocializzazione. Processi educativi e nuovi media*, Franco Agnelli, Milano, 1996., str. 41.

socijalizaciji jer umjesto da se formiraju osobe koje će biti sposobne preuzeti odgovornost za sebe, ovakvi procesi doprinose formiranju osoba koje neće biti sposobne preuzimati odgovornost za vlastito djelovanje. Treba spomenuti kako ne bi bilo ispravno promatrati takvu socijalizaciju kao rezultat „determinističkog“ djelovanja medija. To je proces koji nudi *soft*, blage sadržaje. Kako bi se (posebno kod mladih) mogao odvijati proces socijalizacije koji će jamčiti sigurnost i stabilnost, potrebno je da institucije poput obitelji, škole i Crkve nanovo zadobiju svoj kredibilitet.

Djelovanje medija u kontekstu procesa socijalizacije vidljivo je posebno u utjecaju na tri područja: oblikovanje identiteta, drugačije shvaćanje i „formiranje“ znanja te nove uloge koju ima učitelj u edukativnom procesu.

### 2.1. Mediji – oblikovanje identiteta

Djeca i mladi u najvećoj mjeri svoja iskustva i slike života pribavljaju polazeći od „medijskog iskustva“ pri čemu se ne misli samo na sadržaj koji mediji nude već i na način na koji se sadržaj prezentira. O ulozi medija, osobito televizije, u oblikovanju identiteta u procesima socijalizacije pred više je desetljeća pisao američki medilog Meyrowitz. On kaže da u središtu pozornosti ne treba biti samo medijska poruka već pozornost treba usmjeriti na procese reorganizacije socijalnog ambijenta unutar kojeg osobe komuniciraju. Mediji oslabljuju povezanost „fizičkog“ i „socijalnog“ mjesta što je od važnosti za oblikovanje identiteta budući da se struktura socijalnog ambijenta smatra vrlo važnim elementom u procesu identifikacije.<sup>10</sup>

Mediji mogu nešto prikriti ili otkriti, mogu stvarati osjećaj pripadnosti i sudjelovanja ili poticati osjećaj izoliranosti i odvojenosti. Oni to čine na način da dovode u pitanje uobičajenu podjelu na područja koja su dostupna javnosti (ono što se odvija „na sceni“)

10 U knjizi *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale* Meyrowitz predstavlja promjene koje se događaju posebno na trima područjima: na identitetskoj osnovi skupine (na razini muško-ženskih identiteta); u procesima socijalizacije (posebno važnim u djetinjstvu) te, naposljetku, u utjecaju na promijenjene uloge političkih vođa (hijerarhijska promjena).

od onoga što se odvija „iza scene“, tj. što bi trebalo biti rezervirano samo za određene kategorije ljudi. Naime, ponašanja i djelovanja koja su pripadala isključivo područjima privatnosti, sada postaju vidljiva svima jer se odvijaju pred svjetlima javnosti. Time postaju dostupna i onim kategorijama ljudi kojima je prije pristup u određene sfere bio ograničen jer su bile „zaštićene“.

Pripadnost skupini povezana je s mogućnošću pristupa ili raspolaganja informacijama vezanih uz tu skupinu. U društvenom životu ulazak u nova okružja ili kategorije uvijek se odvijao postupno kako bi se istaknula važnost pripadanja, čin ulaska obilježavao se raznim ritualima. Mediji danas na ovom području unose promjene jer informacije koje su tradicionalno bile rezervirane samo za određene kategorije čine dostupnima svima. Meyrowitz navodi primjer i kaže da dok se prije pojave elektroničkih medija djeci onemogućavao pristup pojedinim temama ili područjima života, sada je pristup takvim temama gotovo potpuno slobodan (jer to mediji omogućavaju). Istina je da druge institucije (konkretno škola) također omogućavaju pristup informacijama. I u školi se učenicima pružaju informacije, ali ona to čini na način koji je djeci razumljiv, poštujući mogućnosti razumijevanja određene dobi. Medijima se djeci donose i otvaraju novi svjetovi jer, kako slikovito kaže Meyrowitz, „televizija prenosi djecu preko čitavog svijeta prije negoli im je dopušteno da sami prijeđu cestu“.<sup>11</sup> Barijere koje su nekoć postojale televizija danas uklanja jer „dopušta malo djeci da prisustvuju ratovima i pogrebima, procesima i udvaranjima, kriminalnim zavjerama i primanjima. Oni možda i ne razumiju sve argumente koji se odnose na seks, smrt, kriminal i novac o kojem se govori na televiziji.“<sup>12</sup> Ipak, nije težište problema u mogućnosti pristupa informacijama već u činjenici da samo raspolaganje informacijama nije jamstvo da će ih djeca na ispravan način shvaćati i interpretirati. Naime, stavovi, držanja i uvjerenja, iskustva, odgoj, kulturna i vjerska formacija te inteligencija djeluju posrednički na shvaćanje informacija.<sup>13</sup> Problem je u tome što medij „unos“ djecu u situacije koje ona, zbog svoje dobi,

11 *Isto*, str. 395.

12 *Isto*, str. 401.

13 *Isto*, str. 397.

još ne razumiju i pred kojima ostaju zbunjena budući da ih ne mogu protumačiti polazeći od vlastitog iskustva. Zahvaljujući medijima, djeca „preskaču“ neke faze rasta i ulaze u područja koja sama još ne mogu doseći.<sup>14</sup>

Nije dakle u prvom redu problematična ovakva socijalizacija zbog pribavljanja novih informacija već zbog neprilagođenih „prijelaza“ i suočavanja sa situacijama za koje te mlade osobe još nisu sazrele. Ti su procesi važni jer se preko medija upoznaje svijet i oblikuje svoj identitet. U ovakvim situacijama oblikuju se i novi odnosi budući da roditelji i učitelji više nisu u očima djece („sveznajući“) autoriteti jer djeca nerijetko puno bolje vladaju medijima.<sup>15</sup>

## 2.2. Učenje – kumuliranje informacija!/?

U procesu socijalizacije učenje i sam koncept znanja zauzima značajnu ulogu. Znanje je usmjereno ovladavanju vještina u vidu konkretna djelovanja. Gotovo bismo mogli reći da je racionalnost u (komunikativnom) modelu ponajprije rezultat interpretativnog djelovanja i da je posljedica interakcije. Koherentnost i susljednost, kao obilježja „formalnog“ procesa učenja, ustupaju pred ambivalentnošću i diskontinuitetom. Usvajanje znanja unutar medijskog konteksta više naliči kumuliranju negoli sustavnom formativnom procesu budući da se taj proces najčešće odvija bez sustavnoga programiranja. Dok se prije socijalizacija ostvarivala prenošenjem znanja i prihvaćanjem vrijednosti koje su integrirane procesima imitacije i

14 Kada je riječ o ispravnom ophođenju s medijima, trebalo bi se držati pravila: ono što netko (polazeći od dobi te osobe) još ne uspijeva razumjeti u realnom, stvarnom životu, neće razumjeti ni ako se s time suočava u medijima. Isto tako za situacije za koje u stvarnom životu ne uspijevaju dokučiti smisao, neće to otkriti ni u medijima (ili će ih pogrešno interpretirati). Usp. H. THEUNERT, *Wie nutzen Kinder und Jugendliche die Medien? Bedeutung und Einfluss der Medien*, u: G. Anfang – F. Fiedler – B. Kammerer – K. Lutz (ur.), *Aufwachsen in Medienwelten. Perspektiven der medienpädagogischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen*, Emwe, Nürnberg, 2003., str. 57-58.

15 Ako imamo u vidu komunikaciju putem interneta, trebamo spomenuti i još jednu važnu činjenicu. Kako bi komunikacija bila autentična, pretpostavlja se poznavanje (identiteta) sugovornika. Komunikacija putem interneta pruža mogućnost da se sugovorniku ili sugovornicima predstavljamo pod različitim, odnosno lažnim identitetima (npr. različiti ili lažni podatci o podrijetlu, spolu, socijalnom statusu, imenu...). U takvoj komunikaciji kao da autentičnost sugovornikova identiteta uopće nije važan. Time se događa nešto što je prije bilo nezamislivo, a to je razdvajanje identiteta od autentičnosti. Usp. S. TURKLE, *Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet*, Rowohlt, Reinbek, 1995., str. 349.



identifikacije, socijalizacija putem medija doživljava se prvenstveno kao ponuda.

Možda upravo neologizam *edutainment*, sastavljen od riječi *education* i *entertainment*, može naznačiti o kakvom se shvaćanju učenja, odnosno znanja radi. Zahvaljujući interaktivnosti, proces komunikacije i učenja se personalizira, tako sama osoba postaje protagonistom toga procesa. Od učenja kao kognitivnog iskustva prelazi se na učenje koje se odvija u jednom drugom kontekstu, kontekstu slobodnog vremena, odnosno zabave. Dobiva se dojam da je u takvim procesima pozornost više usredotočena ne toliko na rezultate koji se žele ostvariti već na samo poticanje i aktivno uključivanje sudionika u proces edukacije.<sup>16</sup> Uz to svakako treba istaknuti i rastući trend individualizacije kao kontekst unutar kojega se odvijaju ovi procesi. U isto vrijeme na takve procese potiče i način komunikacije koji promiču novi mediji. Naime, način na koji je organizirana internetska mreža kao i traženje i obrađivanje informacija favorizira individualno djelovanje jer korisnik nije nužno upućen na pomoć sa strane već se sam može kretati unutar toga prostora.<sup>17</sup>

### 2.3. Učitelj – posrednik

Tapscott kaže da smo u vremenima označenim „medijskom socijalizacijom“ nužno usmjereni na promjene koje se trebaju dogoditi unutar školskog sustava. Djeca „net generacije“, kako ih naziva, koriste i obrađuju informacije na različit način od njihovih roditelja.<sup>18</sup> On smatra da je od temeljne važnosti djecu naučiti „kretati“ se internetom kako bi znali sami ispravno birati. To je potrebno jer se taj prostor u mnogočemu razlikuje od tradicionalnog okruženja. Riječ je, kako on kaže, o prijelazu: od linearnog prema hipermedi-

16 Kao konkretne primjere ovakvog načina učenja navodimo videoigre koje mogu obrađivati različite teme ili pak multimedijalni materijal s tečajevima jezika. Sadržaj obrađen i prikazan na ovakav način složen je tako da omogućava korisnicima da sami mogu koristiti didaktička sredstva. Usp. D. CANNIZZO – L. D. TERRA, *Educazione, formazione e media...*, str. 115-116.

17 Posebno su mladi u susretu s novim medijima prepušteni vlastitoj „samosocijalizaciji“. Süß kaže da „oni koji se socijaliziraju sami izabiru medij i medijski sadržaj, na određeni način autonomno odlučuju o vremenu i mjestu konzumiranja medija i samostalno oblikuju značenje medijskih sadržaja u procesu shvaćanja.“ D. SÜSS, *Mediensozialisation und Heranwachsen...*, str. 67.

18 Usp. D. TAPSCOTT, Critici, smaliziati, sicuri di sé vogliono imparare divertendosi, u: *Telèma*, (2001.) 24, u: <http://www.fub.it/telema/TELEMA24/Tapsco24.html>, 1 (7. rujna 2009.).

jalnom; od poučavanja prema otkrivanju i sastavljanju; od učenja (usredotočenog na učitelja) prema učenju u kojem protagonist postaje sam učenik; od prihvaćanja pojmova prema učenju kretanja po internetu; od školskog obrazovanja prema cjeloživotnom učenju; od učenja koje se često doživljava kao muka prema učenju kao zabavi; od učitelja na koga se gledalo kao na prenositelja znanja prema učitelju koji se doživljava kao pomoćnik u procesu obrazovanja.<sup>19</sup>

Danas učenje nije linearan proces usmjeren na primanje informacija već – kako smo istaknuli – proces socijalizacije u kojem je sam učenik protagonist. Ovakvo shvaćanje podrazumijeva i promjene u odnosima između samih aktera (učitelj – učenik). Jer, kako kaže Scurati, „radi se o oblikovanju cjelokupne interpersonalne dinamike u odnosu učitelja i učenika i također između ovih i strukturiranja formativnog iskustva u svojoj cjelini“.<sup>20</sup> Možda upravo riječ „posredništvo“ vrlo dobro ocrtava ulogu učitelja.

Posredništvo se doživljava kao pomoć u interpretaciji ili pak pomoć u upoznavanju različitih mogućnosti analize.<sup>21</sup> Slikovito rečeno, putovanje prema novim spoznajama trebao bi biti zajednički hod i učitelja i učenika. U središtu je neprestana razmjena iskustava i upoznavanje s raznim mogućnostima tumačenja. Sve to treba poslužiti kao pomoć u oblikovanju određene strukture ili okvira koji će poslužiti kao pomoć za analizu sadržaja. Na taj će se način izbjeći opasnost razilaženja između svijeta medija s jedne te školskog obrazovnog sustava s druge strane. Učiteljska uloga danas se mijenja i njega se sve više doživljava kao „kulturalnog posrednika“, a ne kao „prenositelja“ znanja. Samo posredništvo, u ovom kontekstu, trebalo bi biti od pomoći u vrednovanju pojmova, poznavanja i iskustava do kojih ponajčešće i učenici sami dolaze, ali im nedostaje interpretativni okvir.

19 Usp. Isto, str. 2-5.

20 C. SCURATI, *Pedagogia della scuola*, La scuola, Brescia, 1997., str. 132.

21 E. RISSE, *Neue Medien und Lernkultur*, u: R. Keil Slawik – M. Kerres (ur.), *Wirkungen und Wirksamkeit...*, str. 241-258.

### 3. Tehnologije i procesi razumijevanja

Kako je već rečeno, današnja (pod utjecajem medija oblikovana) kultura, kao i procesi socijalizacije u mnogočemu se razlikuju od kulture koja je stoljećima oblikovana i “tradicionalnom školom“. Postavlja se pitanje je li takva razlika dovoljan razlog nepovjerenosti i nenadvladivoj različitosti ili se pak trebaju tražiti novi oblici suživota? Jedan od sociologa koji je već pred više desetljeća nepomirljivo suprotstavljao (televizijski) ambijent i školski kontekst jest medijski kritičar Neil Postman. On kaže: „Televizija i škola ne samo da imaju svoj kurikulum već su oni sami kurikulum; radi se o dva potpuno oprečna shvaćanja. Svaki ima vlastiti način organiziranja vremena i prostora; njihove su poruke kodificirane u posebne kodekse i odaslane različitom brzinom; svaki ima svoj način definiranja znanja, svoja uvjerenja o edukaciji, svoje zahtjeve o tome kako podržavati ono što se događa. I, naravno, koliko su god njihovi učinci različiti, svaki od njih ima za cilj kontrolirati mlade.“<sup>22</sup>

Nasuprot ovom shvaćanju, u medijima drugi vide velike mogućnosti za pozitivno oblikovanje i ističu njihov doprinos obrazovnom procesu. Tako De Kerckhove polazi upravo od činjenice da se pod utjecajem medija na nov način vrednuju sva čovjekova osjetila. Različite tehnologije djeluju do te mjere da snažno utječu na formiranje načina čovjekova razmišljanja. On kaže da mediji djeluju na sam mozak ostavljajući tragove na fiziološkom i psihološkom planu u vidu nove kognitivne (re)organizacije.<sup>23</sup> Naš mozak neprestano komunicira, prilagođava se načinu djelovanja tehnike i kulture, a modeli koji se pritom oblikuju određuju kontekst i okvir za njegovo djelovanje. Tako npr. čitanje usmjerava naš mozak na kombiniranje informacija točno onako kako to radimo s alfabetom. Televizija utječe na formiranje i obrađivanje informacija na drugačiji način jer (televizijska) informacija nije u prvom redu namijenjena razumskoj

22 N. POSTMAN, *Ecologia dei media. La scuola come contropotere*, Armando Editore, Roma, 1981., str. 45.

23 O utjecaju medija na kognitivne procese nalazimo danas više tekstova. Spominjemo npr. knjigu: N. CARR, *Plitko. Što Internet čini našem mozgu*, Jesenski i Turk, Zagreb, 2011.

analizi već je usmjerena na zabavu i razonodu.<sup>24</sup> Djelovanje medija može se gotovo usporediti s oblikovanjem novog mentaliteta jer ostaje duboko urezano u našoj svijesti. On konkretno navodi da se djelovanjem medija oblikuju različiti načini pristupa informacijama, odnosno znanju, a pritom sami mediji sugeriraju i kriterije za interpretaciju. Ipak, treba izbjegavati opasnost determinističkog shvaćanja prema kojemu mediji „potpuno“ određuju načine interpretiranja. Ono na što De Kerckhove želi ukazati (kao plod djelovanja medija) jest mogućnost različitog pristupa kako informaciji tako i znanju, što je od velike važnosti u didaktičkom pristupu. Npr. kada je riječ o kompjutoru, nabrajat će se konkretne mogućnosti: pojačavanje motivacije, prijelaz na znanje koje se stječe u socijalnom okruženju (važna uloga konteksta), shvaćanje da se ne radi samo o „otkrivanju“ nego konstruiranju znanja.<sup>25</sup>

Pontecorvo, gotovo potpuno suprotno od Postmana, govori o pozitivnim mogućnostima upotrebe modernih tehnologija i ukazuje na njihov doprinos posebno u buđenju motivacije. On polazi od činjenice da je dosadašnji način obrazovanja previše apstraktan i usmjeren prema osobnom učenju te da ima u vidu samo učenike, a zanemarena je interakcija s okolinom. Učenje u kontekstu medijske kulture više je okrenuto prema svakodnevnom životu i snažnije je povezano s ambijentom. Na taj način obrazovanje postaje oblikom (kulturalne) socijalizacije s ciljem pribavljanja znanja koja će osposobljavati za „realizaciju“ i „ostvarenje“. Upotreba novih sredstava mogla bi imati važno didaktičko značenje „kako bi se ostvario 'prijelaz' od uobičajenih načina, koji su individualni, mentalni i isključivo simbolični, prema socijalnim koji su popraćeni upotrebom sredstava i tehnologija i odgovarajućim formama kontekstualiziranog promišljanja“.<sup>26</sup> Upotrebom medija naglašen je moment kreativnosti jer potiče na zalaganje i inventivnost učenika, a nove su tehnologi-

24 Usp. D. DE KERCKHOVE, *Brainframes. Mente, tecnologia, mercato. Come le tecnologie della comunicazione trasformano la mente umana*, Baskerville, Bologna, 1993., str. 10-11.

25 Za produbljenje teme vidi: J. BRUNER, *La mente a più dimensioni*, Laterza, Roma – Bari, 1988.

26 C. PONTECORVO, *Dinamiche dell'innovazione a scuola*, u: A. Talamo (ur.), *Apprendere con le nuove tecnologie*, La Nuova Italia, Firenze, 1998., str. 32.

je pogodno sredstvo za pobuđivanje motivacije budući da radikalno mijenjaju karakteristike učenja i načina shvaćanja.

Očito je da u današnjem edukativno-formativnom procesu treba upućivati na veću suradnju sa svijetom medija. Posebno bi škola trebala pokazati otvorenost prema drugim oblicima i izvorima u procesu učenja. Otvorenost prema novom životnom ambijentu, novim procesima i dinamizmima na koje mediji utječu mora računati na spomenute procese i nove promjene. Kako bi susret s medijskim svijetom, pogotovo u procesima socijalizacije i edukacije, bio što uspješniji, potrebno je razvijati medijsku kompetentnost.

#### 4. Medijska kompetentnost

Mediji mogu pružiti izvrsnu potporu: programima i sadržajima koji se uče u školi (npr. produbljenje za određene teme); vježbanju i produbljivanju znanja; kao sredstva koja olakšavaju prikupljanje podataka (npr. enciklopedije); u uvođenju u igre i materijale koji olakšavaju snalaženje i djelovanje unutar novih prostora; prezentiranju postojećih sadržaja na nov način (velike mogućnosti u izradi tablica, obradi tekstova, glazbenom aranžiranju...); kao sredstva za simulaciju situacija u kojima se pokušavaju prikazati mogući utjecaji; način za ostvarenje novih oblika komunikacije i izmjene mišljenja te zajedničko obrađivanje podataka (npr. forumi).<sup>27</sup> Ne samo za učenike već i za samog učitelja mediji mogu biti pomoć, i to kao sredstva koja omogućavaju da učenik ono što u školi čuje nastavlja osobnim radom. Mediji isto tako nude mogućnosti i za zajedničko djelovanje. Nadalje, od učenika se mogu, zahvaljujući upotrebi medija, zahtijevati i novi načini prezentiranja kao i nove kompetencije (npr. putem medija prezentira se određeni sadržaj).<sup>28</sup>

Činjenica da je medijsko okruženje životni ambijent današnjeg čovjeka potiče na razvijanje snažne povezanosti pedagoško-medij-

27 Detaljnije o ovim mogućnostima vidu u: Landesinstitut für Schule und Weiterbildung, Lernen mit Neuen Medien. Grundlagen und Verfahren der Prüfung Neuer Medien, 1999. (citirano u: R. Keil Slawik – M. Kerres (ur.), *Wirkungen und Wirksamkeit. Neuer Medien in der Bildung*, Waxmann, Münster – NewYork – München – Berlin, 2002., str. 259-260).

28 Usp. G. TULODZIECKI, Digitale Medien – veränderte Schule?, u: R. Keil Slawik – M. Kerres (ur.), *Wirkungen und Wirksamkeit...*, str. 261-264.

skoga djelovanja (unutar školskih procesa) i razvijanja medijske kompetentnosti koja bi trebala obuhvaćati pet osnovnih dimenzija:<sup>29</sup>

- kognitivna dimenzija (znanje, analiza i razumijevanje sadržaja u medijima);
- etička dimenzija – treba biti svjestan značenja i odgovornosti medija u etičkoj dimenziji;
- socijalna dimenzija – odnosi se na ljudska prava, medijsku politiku i socijalno djelovanje;
- estetska dimenzija – mediji su veoma važni u razvijanju estetske dimenzije (npr. važnost upotrebe slika, boja, tonova...);
- mediji ne samo informiraju već se putem njih i izražavamo. Zbog toga nije dovoljno znati kako medije koristiti već treba nastojati oko aktivnoga osposobljavanja za interpretaciju sadržaja putem medija.<sup>30</sup>

Medijska kompetentnost, kako smo spomenuli, obuhvaća različite dimenzije, a cilj koji se želi ostvariti jest formiranje kritičkog stava i poticanje na promišljanje kako bi osoba mogla samostalno i odgovorno djelovati. To nije moguće ostvariti bez osposobljavanja za selekciju ponuđenih medijskih sadržaja kao i razumijevanja logike i strukture medijskog djelovanja. Dohmen kaže da pred stvarnošću medija doživljavamo nužnost odgoja kako bi se osposobili ne samo za razumijevanje medija već za njihovo integriranje u vlastito razumijevanje i doživljavanje svijeta.<sup>31</sup> Taj proces nije uvijek jednostavno ostvariv jer usvajanje medijskih kompetencija, upravo zbog interaktivnosti novih medija, pretpostavlja razvijanje vlastite kontrole pred konzumiranjem medija.

29 Usp. D. BAACKE, *Medienpädagogik*, Max Niemeyer Verlag, Tübingen, 2004. (citirano prema: Z. Miliša – M. Tolić, *Određenje medijske pedagogije s komunikacijskog aspekta*, u: *Medianali*, 2 (2008.) 4, str. 127-128).

30 Autori Sutter i Charlton, govoreći o područjima koje obuhvaća medijska kompetencija, navode sljedeće: razumijevanje medija, odnosno medijskih ponuda; kompetentna upotreba medija; znati upotrebljavati medije za rješavanje određenih funkcija; vlastita kreacija medijskih sadržaja; sposobnost kritike, odnosno procjene; razumijevanje djelovanja medija u različitim vidovima (npr. socijalni, etički). Usp. T. SUTTER – M. CHARLTON, *Medienkompetenz – einige Anmerkungen zum Kompetenzbegriff*, u: N. Groeben – B. Hurrelmann, (ur.) *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*, Juventa, Weinheim, 2002., str. 129-147.

31 Usp. G. DOHMEN, *Öffentlichkeit und Integration. Beiträge für das Zusammenwirken von Erwachsenenbildung, Wissenschaft und Medien*, Bad Heilbrunn, 1991., str. 117.

Odgovaj za usvajanje medijskih kompetencija treba provoditi i na širem planu, a u njega treba biti uključena obitelj kao i svi ambijenti u kojima se djeca kreću. U školskim programima ovoj bi problematici trebalo posvećivati mnogo veću pozornost. Ovdje se otvara pitanje na koji se način ovi sadržaji mogu ugraditi u školski kurikulum. Iskustva pojedinih zemalja veoma su različita. Istaknut ćemo posebnu odgovornost medijskih institucija i onih koji kreiraju sadržaje i programe. Prilikom stvaranja sadržaja trebalo bi paziti na to da se izbjegava sve ono što bi moglo biti štetno za odgoj djece i mladih. Medijski odgoj može biti uspješan tek onda kada cjelokupno društvo i politika stvore pretpostavke kako bi svijet medija postajao mjesto autentičnog prikaza života.<sup>32</sup>

### **Zaključak**

Mediji nisu samo sredstva koja omogućavaju, ubrzavaju ili olakšavaju komunikaciju već se preko njih uspostavlja odnos sa svijetom, ljudi se međusobno povezuju, a nezaobilazna je njihova uloga u oblikovanju osobnog i kolektivnog identiteta.

U današnje postmodernno vrijeme u kojem se osjeća oslabljen utjecaj (odgojnih) institucija i drugih autoriteta mediji zauzimaju ta mjesta te imaju utjecaj na edukativno-formativne procese i veoma su važni u procesima socijalizacije. Njihovo djelovanje treba promatrati više u vidu „neformalne“ socijalizacije pri čemu same osobe postaju protagonisti jer moraju birati između ponuđenih mogućnosti. Promjene u takvim procesima događaju se i u načinima prenošenja znanja, ali i promijenjenim ulogama učitelja te u odnosu između učitelja i učenika. Učitelj tako postaje posrednik, onaj koji usmjerava i prati učenika.

Važno je promovirati suradnju i koordinirano djelovanje između školskih sustava i svijeta medija. Mediji pružaju nove mogućnosti, ali se ne smije zanemariti novi komunikativni model koji promoviraju. Sve to pojačava hitnost razvijanja medijske kompetencije koja će osposobiti za prepoznavanje brojnih mogućnosti koje

<sup>32</sup> Spomenut ćemo samo jedan veoma uspješan projekt Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu pod naslovom „Djeca medija“ (<http://www.djecamedija.org>).

---

mediji nude – ali i izbjegavanja mogućih zloupotreba. Medije treba promatrati u različitosti njihovih dimenzija (kognitivne, moralne, socijalne, estetske, interpretativne), što je preduvjet ne samo za njihovo ispravno korištenje već i u širem kontekstu, za razumijevanje današnje kulture. Odgoj za medije zahtijeva odgovorno djelovanje svih onih koji su neposredno uključeni u procese odgoja.



## THE INFLUENCE OF THE MASS-MEDIA ON SOCIALIZATION

### Summary

The processes of socialization, especially among the young, do not take place anymore only in traditional institutions (family, school and Church), since this function was taken by the media. The process of socialization is therefore less institutional, and does not respect the logic of gradualism adequate to the age, i.e. the capability of apprehension peculiar to an age. Faced with many choices supplied by the new media, a person is left to choose freely by himself. Everyone involved in education, especially the institutions, must get acquainted with these changes, with the new accents in the processes of socialization, as well as with the possibilities for the education which are given by the new media. The mastering of media competences will help to develop a correct relationship towards the world of media and the development of better processes of socialization in the media environment.

**Key words:** socialization through the media, mass media, knowledge, teacher, media competences.

