

Motivacijski aspekti, učestalost gledanja i ovisnost o televiziji adolescenata

/ Motivational Aspects, the Viewing Frequency of Watching and Dependence on Television in Adolescents

Jadranka Pavić, Majda Rijavec¹, Marijana Braš²

Zdravstveno veleučilište, Sveučilište u Zagrebu, ¹Učiteljski fakultet, ²Medicinski fakultet, Zagreb, Hrvatska
University of Applied Health Sciences, University of Zagreb, ¹Faculty of Learning, ²School of Medicine, Zagreb, Croatia

Rezultati dosadašnjih istraživanja pokazuju da učestalost gledanja televizije i ovisnost o televiziji u određenoj mjeri u vezi s motivima zbog kojih adolescenti gledaju televiziju. Stoga je cilj ovog istraživanja bio ispitati učestalost gledanja televizije i izraženost ovisnosti o televiziji kod mladih adolescenata. Osim toga, željeli smo istražiti odnos između motiva za gledanje, učestalosti gledanja i ovisnosti o televiziji. U istraživanju je sudjelovalo 545 učenika 7. i 8. razreda osnovnih škola u gradu Zagrebu. U obradi je korištena osnovna deskriptivna statistika te faktorska analiza za provjeru faktorske strukture korištenih upitnika na uzorku adolescenata u Hrvatskoj. Za određivanje povezanosti između ispitivanih varijabli korišten je Pearsonov koeficijent korelacije, te linearne regresijske analize s motivima za gledanje televizije kao prediktorskim, a učestalost gledanja televizije i ovisnost o televiziji kao kriterijskim varijablama. Rezultati dobiveni u provedenom istraživanju o gledanju televizije na populaciji zagrebačkih adolescenata pokazuju da učenici prosječno gledaju televiziju nešto manje od tri sata/dan. Međutim, raspon gledanja televizije kreće se od 0 do čak devet sati/dan gledanja televizije dnevno. Učenici televiziju vikendom gledaju više od tri sata/dan a raspon gledanja televizije vikendom kreće se od 0 do 14 sati/dan. Nadalje, rezultati dobiveni u provedenom istraživanju o gledanju televizije pokazuju da su motivi za gledanje televizije kod adolescenata povezani s učestalošću gledanja televizije i ovisnošću o televiziji. Na temelju bivarijantnih korelacija može se zaključiti da je ritualno gledanje televizije u većoj mjeri povezano s ovisnošću o televiziji nego instrumentalno. Što se tiče pojedinačnih motiva, najviše povezanosti s ovisnošću o televiziji ima pasivno gledanje koje je karakteristika gledanja iz navike, dokolice, bijega, usamljenosti (ritualno gledanje). S učestalošću gledanja televizije i tijekom tjedna i tijekom vikenda najviše je povezan motiv gledanja zbog dokolice i navike.

/ Results of previous studies have shown that the viewing frequency of television viewing and dependence on television depend to some extent on the motives why adolescents watch television. The aim of this study was to examine the viewing frequency of television viewing and severity of addiction to television in younger adolescents. We also wanted to explore the correlation between motives for watching, viewing frequency and dependence on television. The study included 545 students in the 7th and 8th grades of primary schools in Zagreb. Basic descriptive statistics and factor analysis were used to verify the factor structure of used questionnaires used in a sample of adolescents in Croatia. For determination of the correlation between the studied variables, we used Pearson correlation coefficient and linear regression analysis with the motives for TV watching as a predictor variable, and the frequency dependence of the television viewing as a criterion variable. The results obtained in research conducted on watching television in a Zagreb population of adolescents show that students on average watch television a little less than three hours per day. However, the range of TV viewing is from 0 to nine hours of TV viewing per day. Students on weekends watch more than three hours per day and the range of watching television varies from 0 to 14 hours a day. Furthermore, the results obtained in the study show that the motives for watching TV in adolescents affect the frequency of watching television and television addiction. Based on bivariate correlations, it can

be concluded that the ritual of watching TV is more closely associated with dependence on television than instrumental. As to the individual motives, the most connection with dependence on television has a passive viewing that is characteristic of viewing habits, leisure, escape, loneliness (ritual viewing). The frequency of watching television during the week and the weekend were mostly linked with the motive of idleness and habits.

ADRESA ZA DOPISIVANJE:

Dr. sc. Jadranka Pavić
Zdravstveno veleučilište
Mlinarska 38
10 000 Zagreb, Hrvatska
E-pošta: jadranka.pavic@zg.t-com.hr

KLJUČNE RIJEČI / KEY WORDS:

Motivi / *Motives*
Gledanje televizije / *Watching TV*
Adolescenti / *Adolescents*
Ovisnost / *Dependence*

UVOD

Masovni mediji imaju značajnu ulogu u informiranju, obrazovanju, zabavi i općenito u komunikacijama na svim razinama u suvremenom društvu. Istraživanja pokazuju da je televizija najviše korišteni masovni medij čija je upotreba u porastu. Prema jednom istraživanju (1) prosječno dnevno gledanje televizije u 2007. godini u Europi bilo je 225 minuta u odnosu na 188 minuta u 1993. godini. Iako je prema nekim analitičarima (2) došlo do pada gledanosti televizije, ona je još uvijek dominantan medij i obuhvaća otprilike oko 40 % aktivnosti cjelokupnog slobodnog vremena odraslih osoba (3). Osim toga, osvrćući se na povijest djelovanja medija dio analitičara tvrdi da internet neće ukinuti ostale „klasične“ medije (poput televizije) kao što ni radio nije ugušio tisak i kao što televizija nije ugasila radioprijemnike (4). Nove generacije naraštaja koji su informatički pismeni televizijske sadržaje sve više prate i putem interneta. Sve češće je televizor spojen na internet izravno, preko računala ili digitalnog televizijskog prijamnika. Uz ponudu klasičnih televizijskih kanala, sve je veći broj televizijskih sadržaja na zahtjev (engl. *video-on-demand*).

U provođenju slobodnog vremena djece mediji zauzimaju značajno mjesto (pojmom „djeca“ obuhvaćene su osobe u dobi do 18 godina). Ilišin (5) iznosi zaokupljenost medijima kao jednu od karakteristika suvremenog društva te navodi kako je potiskivanje starih na račun novih medija kratkotrajno pa se nakon nekog vremena korisnici vraćaju uobičajenoj uporabi starih medija, ali uz stjecanje navike uporabe i novih. Osim toga mladi masmedije koriste istodobno (simultano) pa je zbog toga općenito povećano korištenje medija. U istraživanju koje je provela *Kaiser Family Foundation Study* (6) na uzorku od 2000 adolescenata u Americi, 48 % djece i adolescenata od 8 do 18 godina kažu da uvijek gledaju televiziju online, a 30 % gleda televiziju na mobitelu, iPodu ili MP3 *playeru*. Istraživanje u Europi (Austrija, Belgija, Danska, Island, Nizozemska, Norveška, Portugal, Španjolska i Švedska) na uzorku od 12 538 djece u dobi od 11 godina pokazalo je da djeca gledaju televiziju više od 2 sata/dan (7). Američka djeca prosječno gledaju televiziju oko 3-5 sati na dan (8). Slične su rezultate dobili i u istraživanjima u Hrvatskoj gdje najveći dio učenika u ranoj i srednjoj adolescentnoj dobi gleda televiziju između dva i tri sata/dan (5,8,9).

Motivi, učestalost gledanja i ovisnost o televiziji

U traženju odgovora na pitanje zašto ljudi gledaju televiziju McQuil (10) navodi da je to potreba za različitim informacijama o događajima u lokalnoj zajednici, društvu i svijetu. Sljedeći razlog nalazi se u stvaranju osobnog identiteta pronalaženjem podrške u potvrđivanju vlastitih vrijednosti, traženjem modela ponašanja, samopotvrđivanje te identifikaciji s važnim osobama iz medija. Nadalje, razlog za gledanje televizije je potreba za integracijom i socijalnom interakcijom uvidom u život drugih ljudi, povezivanjem i osjećajem pripadnosti s drugima, socijalna empatija i interakcija, pomoć u obavljanju socijalnih uloga kao i povezivanja s društvom, prijateljima i obitelji. Osim toga razlog za gledanje televizije je i potreba za razlogom koja može imati nekoliko dimenzija kao što su bijeg od problema, odmor, kulturna ili estetska zadovoljstva, emocionalno opuštanje, ispunjavanje vremena i seksualno uzbuđenje. Unutar teorije „koristi i zadovoljenja“ (engl. *Uses and Gratifications Theory*), znanstvenici su istraživali glavne motive za odabir određenih medija. Greenberg (11) je u istraživanju o zadovoljstvu gledanja televizije među britanskom djecom, zatražio od sudionika da napišu svoje motive za gledanje televizije te ih je nakon toga organizirao u sedam motivacijskih klastera: dokolica, zaborav/bijeg, učenje, uzbuđenje, opuštanje, druženje i navika. Nastavno na Greenbergova istraživanja, Rubin (12) je konstruirao instrument za mjerenje motiva gledanja televizije. Njegova istraživanja pokazala su da se motivi za gledanje televizije mogu svrstati u dvije kategorije koje je nazvao *instrumentalnim* i *ritualnim* motivima. Dok su instrumentalni motivi aktivno, funkcionalno i svrhovito gledanje usmjereno na sadržaj, ritualni motivi su pasivno gledanje u svrhu popunjavanja slobodnog vremena i skretanja pažnje od aktualne situacije u kojoj se gledatelji nalaze, te

gledanje iz navike. Za takvo gledanje televizije razlozi su navika, dokolica, traženje prijateljstva, traženje uzbuđenja, relaksacija i bijeg od problema (13).

Istraživanje motiva je važno jer su dosadašnja istraživanja pokazala da su različiti motivi gledanja TV povezani s učestalošću gledanja televizije što može dovesti do „ovisnosti“ o televiziji. „Ovisnost prema televiziji redovito rezultira trošenjem previše vremena na sjedenje pred malim ekranom. Tu spada i neprirodna fiksacija na televiziju, odnosno navika da ju se gleda u uvjetima koji često nisu sasvim u redu: u tihom i nepokretnom stavu, osamljeni u nesvjesnom zapostavljanju prisutnih osoba, zanemarivanjem društvenih obaveza...“ (14). U ovom radu će se afinitet prema televiziji i ovisnost prema televiziji koristiti kao sinonimi.

Mnoga istraživanja (primjerice: 15,16) pokazala su da je ovisnost o televiziji povezana s učestalošću gledanja televizije i motivima za gledanje televizije. Pavić i Rijavec (17) navode da je ovisnost o televiziji pozitivno povezana s ritualnim motivima za gledanje televizije i s učestalošću gledanja televizije. I druga istraživanja ukazuju da je ovisnost o televiziji u pozitivnoj korelaciji s ritualnim motivima kao što su gledanje televizije iz navike (18), bijega (16) i traženja prijateljstva (19,20). U istraživanju na mlađim adolescentima Pavić (9) je utvrdila da osim ritualnih i instrumentalni motivi pridonose učestalosti gledanja televizije i ovisnosti o televiziji iako u manjoj mjeri.

Neka istraživanja (9,21,22) potvrdila su negativnu povezanost između ovisnosti o televiziji i zadovoljstva životom. Slično je i s učestalim gledanjem televizije. Učestalo gledanje televizije utječe na smanjenje zadovoljstva životom jer velika količina gledanja televizije smanjuje komunikaciju i interakciju s drugima (23) te dovodi do izolacije, pasivnog stila života i neproduktivnosti (24) što u krajnosti

utječe na subjektivnu dobrobit. Učestalost gledanja televizije negativno je povezana i sa školskim uspjehom (25-28), iako istraživanja u tom području ne pokazuju uvijek dosljedne rezultate (9, 29, Williams prema 30; Poter prema 31; 32).

CILJ ISTRAŽIVANJA

Kako navedena istraživanja ukazuju na određene negativne posljedice učestalog gledanja televizije i ovisnosti o televiziji kod adolescenata, važno je istražiti ne samo koliko adolescenti gledaju televiziju i koliko su ovisno o njoj, nego i faktore povezane s ovim varijablama. Rezultati dosadašnjih istraživanja pokazuju da učestalost gledanja televizije i ovisnost o televiziji u određenoj mjeri ovise i o motivima zbog kojih adolescenti gledaju televiziju. Kao što je navedeno, neki motivi značajno pridonose učestalosti i ovisnosti, dok kod drugih to nije slučaj ili je izraženo u manjoj mjeri. Stoga se čini važnim istražiti ove odnose kako bi se moglo utjecati na način na koji adolescenti gledaju televiziju a da to za njih nema štetnih posljedica. Nadalje, rezultati istraživanja mogu koristiti medijskim stručnjacima i djelatnicima u odgojno-obrazovnim ustanovama u razumijevanju korištenja televizije te planiranju preventivnih aktivnosti i sadržaja u zaštiti od negativnih utjecaja medija na ponašanje i zdravlje djece kao i korištenja medija kao instrumenta koji potiče pozitivne psihofizičke i socijalne reakcije djece.

Stoga je prvi cilj ovog istraživanja bio ispitati učestalost gledanja televizije i izraženost ovisnosti o televiziji kod mlađih adolescenata. Osim toga željeli smo istražiti odnos između motiva za gledanje, učestalosti gledanja i ovisnosti o televiziji. Na temelju dosadašnjih istraživanja može se pretpostaviti da ritualni motivi više pridonose učestalosti gledanja i ovisnosti o televiziji nego instrumentalni.

METODE ISTRAŽIVANJA

Ispitanici

U istraživanju je sudjelovalo 545 učenika 7. i 8. razreda osnovnih škola u gradu Zagrebu. Za istraživanje je tražena suglasnost Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta. Ispitani su učenici čiji su roditelji dali potpisanu suglasnost za sudjelovanje njihove djece u istraživanju. Učenicima je zagwarantirana anonimnost a sudjelovanje je bilo dobrovoljno i mogli su u svakom trenutku odustati. Svi učenici prihvatili su sudjelovati u istraživanju.

Instrumenti

Upitnik o učestalosti gledanja televizije tijekom tjedna i tijekom vikenda (modificirano prema Shrumu (30))

Zbog različite dinamike provođenja slobodnog vremena tijekom tjedna i vikenda, podatci o gledanju televizije upisivali su se odvojeno za korištenje televizije tijekom tjedna i vikendom. Sudionici su upisivali prosječni broj sati gledanja televizije u tjednu i tijekom vikenda prema vlastitoj procjeni.

Ljestvica motiva za gledanje televizije (Television Viewing Motives Scale (34,35))

Ljestvica sadrži 30 tvrdnji koje mjere 9 tipova ritualnih i instrumentalnih motiva: naviku / dokolicu, usamljenost, uzbuđenje, gledanje zbog određenog specifičnog programa, opuštanje, informacije/učenje, bijeg/zaborav, zabavu/uživanje i druženje/socijalnu interakciju. Svoje razloge za gledanje televizije ispitanici procjenjuju na petostupanjskoj Likertovoj ljestvici od 1 - uopće se ne slažem do 5 - potpuno se slažem).

U svrhu provjere faktorske strukture provedena je eksploracijska faktorska analiza metodom glavnih komponenti s varimaks rotacijom. Zbog niskih opterećenja (nižih od .40), uklonjene su četiri tvrdnje te je ponovljena fak-

torska analiza na 26 čestica. Kaiser-Meyer-Olkin testom ($KMO=,846$) i Bartlettovim testom sfericiteta ($\chi^2_{df210}=4530,51$; $p=,000$) utvrđeno je da su podatci prikladni za faktorizaciju. Temeљem Kaiser-Guttmanovog kriterija (vrijednosti karakterističnog korijena veće od 1) i *scree plot* kriterija može se zaključiti da je analiza rezultirala sa 8 faktora: opuštanje, navika, usamljenost, gledanje zbog određenog programa, druženje/socijalna interakcija, informacija, učenje, bijeg/zaborav, uzbuđenje koji zajedno objašnjavaju 64,536 % varijance. Sedam faktora odgovaralo je originalnim podljestvicama (osamljenost, uzbuđenje, gledanje zbog određenog specifičnog programa, informacija/učenje, bijeg/zaborav, zabava/uživanje i druženje/socijalna interakcija). Faktor zabava/uživanje nije se pokazao posebnim faktorom. U faktore opuštanja i navike ušla je po jedna čestica koja u originalnoj ljestvici nije pripadala tim podljestvicama

Na rezultatima 8 podljestvica motiva za gledanje televizije provedena je faktorska analiza drugog reda metodom glavnih komponenti s varimaks rotacijom. Analiza je rezultirala s dva faktora s karakterističnim korijenima većim od 1 koji su objašnjavali 50,11 % ukupne varijance. Prvi faktor (instrumentalni motivi) sačinjavaju podljestvice: učenje, druženje/socijalna interakcija, uzbuđenje, opuštanje/zabava. Drugi faktor (ritualni motivi) sačinjavaju podljestvice: gledanje specifičnih programa, bijeg/zaborav, dokolica i osamljenost.

REZULTATI I DISKUSIJA

Rezultati su obrađeni statističkim programom SPSS for Windows za osobna računala, verzija 21.0. U obradi je korištena osnovna deskriptivna statistika te faktorska analiza za provjeru faktorske strukture korištenih upitnika na uzorku adolescenata u Hrvatskoj. Za određivanje povezanosti između ispitivanih varijabli korišten je Pearsonov koeficijent korelacije, te

linearne regresijske analize s motivima za gledanje televizije kao prediktorskim, a učestalost gledanja televizije i ovisnost o televiziji kao kriterijskim varijablama. Ni jedna varijabla nije značajno odstupala od normalne pa su podatci mogli biti analizirani metodama parametrijske statistike

Deskriptivna statistika

U tablici 1. prikazani su osnovni deskriptivni pokazatelji za ispitivane varijable.

a. Učestalost gledanja televizije

Iz tablice je vidljivo da učenici prosječno dnevno gledaju televiziju nešto manje od tri sata/dan ($M=2,65$, $SD=1,71$). Međutim, raspon gledanja televizije kreće se od 0 do čak devet sati gledanja televizije/dan. Učenici televiziju vikendom gledaju više od tri sata ($M=3,61$, $SD=2,43$) a raspon gledanja televizije vikendom kreće se od 0 do 14 sati/dan.

Dobiveni rezultati u skladu su s brojnim istraživanjima u Europi koja su prethodno navedena u tekstu, a u kojima adolescenti prosječno gledaju televiziju između dva i tri sata tijekom dana, osim američke djece čiji je prosjek veći i iznosi od 3 do 5 sati/dan.

b. Ovisnost o televiziji

Afinitet, odnosno „ovisnost“ o televiziji kod učenika je ispodprosječna ($M=2,32$, $sd=0,98$). Ovi podatci mogu se protumačiti sve većim korištenjem novih medija kao što su smartphone, internet, Ipod i slično, koje često adolescenti koriste istovremeno i zbog toga nisu orijentirani na samo jednu vrstu elektronskih medija.

c. Motivi za gledanje televizije

Kad su u pitanju motivi za gledanje televizije, pokazalo se da učenici u prosjeku nešto više gledaju televiziju zbog instrumentalnih, nego zbog ritualnih motiva.

TABLICA 1. Deskriptivna statistika za ispitivane varijable

	Raspon	Min.	Maks.	M	SD	Asimetrič.	Spljošten.
Učestalost							
TV dnevno	0 – 24	0	9	2,65	1,71	.994	.879
TV vikend	0 – 24	0	14,0	3,61	2,43	1,176	1.643
Afinitet	1 – 5	1,00	5,00	2,32	.98	.638	-.298
Motivi							
Instrumentalni	1 – 5	1,00	5,00	2,77	.77	.098	-.237
Opuštanje/Zabava	1 – 5	1,00	5,00	3,00	1,04	-.071	-.759
Učenje	1 – 5	1,00	5,00	2,84	1,07	.101	-.837
Druženje	1 – 5	1,00	5,00	2,77	1,07	.187	-.805
Uzbuđenje	1 – 5	1,00	5,00	2,46	1,03	.304	-.628
Ritualni	1 – 5	1,17	4,60	2,61	.70	.282	-.462
Osamljenost	1 – 5	1,00	5,00	2,27	1.20	.661	-.684
Dokolica/Navika	1 – 5	1,00	5,00	3,07	1,03	-.178	-.760
Bijeg	1 – 5	1,00	5,00	2,40	1,09	.434	-.628
Spec.programi	1 – 5	1,00	5,00	2,70	.75	.429	.567

Ipak, najizraženiji motiv za gledanje televizije je ritualni dokolica/navika, iako je izraženost motiva samo nešto malo viša od prosječne ($M=3,07$, $SD=1,03$). Primjeri tvrdnji u upitniku za ovaj motiv su: *zato što tako nečim ispunjavam vrijeme, zato što mi tako prolazi vrijeme, posebice kada mi je dosadno, zato što nije bilo ničeg zanimljivijeg čime bih se bavio/bavila, iz navike, to je nešto što radim svaki dan, samo zato što je uključena, zato što to jednostavno volim*. Nakon toga slijedi motiv opuštanja i zabave ($M=3,00$, $SD=1,04$) čija izraženost je prosječna i uključuje tvrdnje poput: *zato što me opušta; zato što me oslobađa napetosti zato što mi predstavlja ugodan odmor*.

Procjene ostalih motiva su ispodprosječne. Tako slijede motiv gledanja televizije zbog učenja ($M=2,84$, $SD=1,07$; *da naučim kako učiniti nešto što prije nisam znao/la, zato da doznam što bi mi se moglo dogoditi, jer mi pomaže naučiti nešto o sebi i drugima*); motiv druženja/socijalne interakcije ($M=2,77$; $SD=1,07$; *zato što*

to radim s prijateljima koji navrate, jer tako mogu biti sa članovima obitelji ili prijateljima koji gledaju, zato da mogu s prijateljima pričati o onome što gledam) te motiv gledanja zbog specifičnih programa ($M=2,70$, $SD=0,75$; *jer volim gledati određene emisije, kad želim gledati moje omiljene programe, kada je na programu nešto što želim vidjeti*).

Najmanje su izraženi motivi gledanja zbog osamljenosti ($M=2,27$, $SD=1,20$; *zato da ne budem sam/a zato što se osjećam manje usamljeno zato što nije bilo nikog za razgovor ili društvo*) te motiv gledanja zbog bijega ($M=2,40$, $SD=1,08$; *kako bih zaboravio/la školu, posao ili nešto drugo, kako bih pobjegao/la od onog što radim, kako bih pobjegao/la od obitelji ili drugih ljudi*).

Iz navedenog je vidljivo da učenici najviše televiziju gledaju zbog dokolice i navike. Dokolica je slobodno vrijeme, ono vrijeme koje je izvan rada koji je vezan uz egzistenciju, učenje ili druge oblike obveza. Postoje različiti pristupi dokolici, dok je jedni uspoređuju s besposli-

čarenjem drugi joj daju konotaciju slobodnog vremena za stvaralaštvo. Ljudi često gledaju televiziju kako bi ispunili nestrukturirano slobodno vrijeme i kako bi im vrijeme brže prošlo (12,15,36,37). Nadalje, Vorderer, Klimmt i Ritterfeld (38) navode da korisnici tradicionalnog načina zabave obično traže ugodan doživljaj bez ulaganja energije i napora.

S druge strane, kod navike postoji sklonost određenom obliku ponašanja u određenoj situaciji pa tako Selberg (39) navodi da je gledanje televizije oblik modernog rituala. Istraživanja koja su provedena u fokus grupama o gledanju televizije među školskom djecom (Kennedy i sur., 2002), pokazala su da je ritualna dnevna rutina djece povezana s gledanjem televizije.

Iz prije navedenog otvara se pitanje strukture slobodnog vremena učenika koje je u velikom opsegu obuhvaćeno upravo gledanjem televizije. S druge strane, učestalo ponavljanje određenih aktivnosti utječe na navike, pa se stvara krug u kojem je uključeno gledanje televizije zbog dokolice a na osnovi čega se stvara navika. Nadalje, motivi opuštanja /zabave, učenja, druženja i socijalne interakcije, gledanje zbog specifičnih programa pozicionirali su se u našem istraživanju po prioritetu ispod motiva dokolice i navike ali ispred motiva gledanja televizije zbog usamljenosti i bijega.

Ljudi vole gledati televiziju jer je to zabavno i opuštajuće. Veliki broj istraživanja dokazao je da je upravo zabava vodeći motiv za gledanje televizije (15,36,41,42). Osim toga, doživljaj gledanja televizije djeluje opuštajuće (37). Istraživanja studentske populacije (17) ukazuju na to da kada su pod stresom studenti gledaju TV jer im to nudi trenutačno olakšavanje negativnih stanja i emocija. Slične rezultate dala su i prethodna istraživanja (43,44) u kojima se potvrđuje da studenti gledaju televiziju kao način skretanja misli od negativnih situacija, odnosno kao strategiju suočavanja s negativnim iskustvima. Kod adolescenata u ovom uzorku na trećem mje-

stu je motiv gledanja televizije zbog učenja i traženja informacija. Traženje informacija mnogim je gledateljima razlog za gledanje televizije (12,15,45,46) Nadalje, u populaciji mladih, osim zabave, televizijski sadržaji izvor su informacija i tema za razgovore s vršnjacima kao i zajedničkog druženja gledanjem televizijskih programa (sportski programi, glazbene emisije i sl.). Gledanje televizije je socijalna djelatnost u kojoj medijske poruke često pružaju zajedničku podlogu za interakciju i druženje s drugima (47).

Iako se u našem istraživanju motiv gledanja televizije zbog usamljenosti i bijega od svakodnevnih nepovoljnih situacija pozicionirao na posljednjem mjestu, istraživanja potvrđuju da je gledanje televizije zbog ovih motiva zastupljeno u svim dobnim skupinama. Istraživanja u populaciji mladih pokazuju da je korištenje televizija način da se osobni problemi preusmjere u laganu i pasivnu zabavu (48). Osim toga određene sadržaje korisnici gledaju jer se osjećaju osamljeno te zbog odvlačenja pozornosti od opterećujućih misli (49-52). Neke su studije pokazale da učenici učestalo gledaju televiziju jer se osjećaju tjeskobno i odbačeno od svojih vršnjaka (53,54).

POVEZANOST IZMEĐU MOTIVA, UČESTALOSTI GLEDANJA I OVISNOSTI O TELEVIZIJI

Korelacije između ispitivanih varijabli

U tablici 2. prikazani su Pearsonovi koeficijenti korelacije između ispitivanih varijabli.

Kako je jedan od ciljeva rada bio ispitati povezanost između motiva za gledanje televizije, učestalosti gledanja i ovisnosti o televiziji analizirali smo bivarijantne korelacije između navedenih varijabli. Posebno smo obratili pozornost na korelacije iznad .30 jer korelacije niže od te vrijednosti ukazuju na nisku povezanost između varijabli.

TABLICA 2. Korelacije između ispitivanih varijabli

	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
Instrumentalni motivi	.50**	.74**	.71**	.73**	.75**	.36**	.35**	.42**	.19**	.41**	.21**	.30**
Ritualni motivi	-	.43**	.31**	.33**	.39**	.74**	.70**	.74**	.49**	.50**	.27**	.33**
Opuštanje/zabava		.33**	.35**	.48**	.24**	.33**	.41**	.17**	.41**	.19**	.24**	
Učenje		-	.39**	.33**	.32**	.19**	.23**	.07	.16**	.10*	.18**	
Druženje			-	.38**	.21**	.25**	.25**	.18**	.27**	.12*	.26**	
Uzbuđenje				-	.29**	.26**	.35**	.14**	.37**	.20**	.22**	
Osamljenost					-	.33**	.34**	.20**	.23**	.17**	.19**	
Dokolica/navika						-	.39**	.14*	.50**	.32**	.39**	
Bijeg							-	.20**	.44**	.16**	.19**	
Spec.programi								-	.18**	.04	.10*	
Afinitet									-	.36**	.46**	
TV dnev.										-	.46**	
TV vikend											-	

** p<.01; * p<.05

Korelacije između instrumentalnih i ritualnih motiva i ovisnosti o televiziji su pozitivne i umjereno visoke ($r=.50$ za ritualne i $.41$ za instrumentalne motive). Razlika između ta dva koeficijenta je značajna ($z=1,86$, $p<.05$). Dakle, učenici koji televiziju gledaju zbog ritualnih motiva više su ovisni o televiziji nego učenici koji televiziju gledaju zbog instrumentalnih motiva.

Korelacije između instrumentalnih i ritualnih motiva i učestalosti gledanja televizije tijekom tjedna su pozitivne, ali niske ($r=.27$ za ritualne i $.21$ za instrumentalne motive). Razlika između ta dva koeficijenta nije značajna ($z=1,04$, $p>.05$).

Korelacije između instrumentalnih i ritualnih motiva i učestalosti gledanja televizije su pozitivne i na granici između niskih i umjerenih ($r=.33$ za ritualne i $.30$ za instrumentalne motive). Razlika između ta dva koeficijenta nije značajna ($z=0,54$, $p>.05$).

Dakle, na temelju bivarijatnih korelacija može se zaključiti da je ritualno gledanje televizije u većoj mjeri povezano s ovisnošću o televiziji nego instrumentalno. Što se tiče pojedinačnih

motiva, s ovisnošću o televiziji najviše su povezani ritualni motivi dokolice/navike i bijega, te instrumentalni motivi opuštanja/zabave i uzbuđenja. Sa učestalošću gledanja televizije i preko tjedna i vikendom veću korelaciju od $.30$ imao je jedino ritualni motiv dokolice/navike.

Motivi kao prediktori učestalosti gledanja televizije i ovisnosti o televiziji

U tablici 3. prikazani su rezultati linearne regresijske analize s motivima za gledanje televizije kao prediktorima i učestalosti gledanja televizije tijekom tjedna. Dobiveni rezultati pokazuju da motivima za gledanje TV možemo predvidjeti ukupno 12,1 % varijance učestalosti za gledanje TV tijekom tjedna. Značajnim prediktorima učestalosti gledanja TV tijekom tjedna pokazali su se samo motivi dokolice/navike i uzbuđenja. Učenici koji češće gledaju televiziju zbog motiva dokolice i uzbuđenja, učestalije gledaju televiziju tijekom tjedna. Pritom je jedan motiv instrumentalni, a jedan ritualni pri čemu ritualni motiv (dokolica) ima veću prediktivnu vrijednost.

TABLICA 3. Motivi za gledanje televizije kao prediktori učestalosti gledanja televizije tijekom tjedna

	Prom. R ²	β	t	p
1- Motivi	.121			
Opuštanje/zabava		.051	1.017	.309
Učenje		-.016	-.331	.741
Druženje		-.005	-.104	.917
Uzbuđenje		.105	2.116	.035
Osamljenost		.054	1.156	.248
Dokolica		.270	5.783	.000
Bijeg		-.011	-.219	.827
Spec.program		-.025	-.584	.559

R=0,348; R²=0,121; Prilagođeni R²=0,108; F_(8/538)=9,091; p<0,001

U tablici 4. prikazani su rezultati linearne regresijske analize s motivima za gledanje televizije kao prediktorima i učestalosti gledanja televizije vikendom. Dobiveni rezultati pokazuju da motivima za gledanje televizije možemo predvidjeti ukupno 18,8 % varijance učestalosti za gledanje TV tijekom vikenda. Značajnim prediktorima učestalosti gledanja TV tijekom vikenda pokazali su se motivi dokolice/navike i gledanja zbog druženja/socijalne interakcije. Pritom je jedan motiv instrumentalni a jedan ritualni pri čemu ritualni motiv (dokolica/navika) ima veću prediktivnu vrijednost.

U tablici 5. prikazani su rezultati linearne regresijske analize s motivima za gledanje televizije kao prediktorima i ovisnosti o televiziji. Dobiveni rezultati pokazuju da motivima za gledanje TV možemo predvidjeti ukupno 37,2 % varijance afiniteta za gledanje TV. Značajnim prediktorima afiniteta za gledanje TV pokazali su se motivi opuštanje/zabava, dokolica, bijeg i uzbuđenje pri čemu je najizraženiji prediktor dokolica/navika, nakon koje slijedi bijeg. Učenici koji u većoj mjeri gledaju televiziju zbog navedenih motiva imaju i veći afinitet prema TV. Pritom su dva motiva in-

TABLICA 4. Motivi za gledanje televizije kao prediktori učestalosti gledanja televizije vikendom

	Prom. R ²	β	t	p
1- Motivi	,372		,444	,657
Opuštanje/zabava		.152	3,562	.000
Učenje		-.054	-1,352	.177
Druženje		.050	1,238	.216
Uzbuđenje		.143	3,412	.001
Osamljenost		-.029	-.738	.461
Dokolica/Navika		.337	8,553	.000
Bijeg		.191	4,635	.000
Spec.program		.043	1,208	.228

R=0,610; R²=0,372; Prilagođeni R²=0,362; F_(8/538)=39,091; p<0,001

TABLICA 5. Motivi za gledanje televizije kao prediktori ovisnosti o televiziji

	Prom.R ²	β	t	p
1 - Motivi	.188			
Opuštanje/zabava		.050	1.024	.306
Učenje		.027	.596	.551
Druženje		.136	2,979	.003
Uzbuđenje		.045	.947	.344
Osamljenost		.028	.619	.536
Dokolica/Navika		.319	7,103.	.000
Bijeg		-.025	-.524	.600
Spec.program		.019	.474	.636

R=0,434; R²=0,188; Prilagođeni R²=0,176; F_(8/526)= 15.249; p<0,001

strumentalna, a dva ritualna, ali ritualni imaju veću prediktivnu vrijednost.

Ritualni motivi više doprinose ovisnosti o televiziji od instrumentalnih motiva jer je karakteristika ritualnog gledanja televizije odvratanje pažnje i skretanje misli od stresnih stanja i aktualne nepovoljne životne situacije (12,17,22). Brojne studije otkrile su da učenici učestalo gledaju televiziju jer su osamljeni i osjećaju se odbačeno od svoje okoline (53,54). Iz toga razloga oni se fokusiraju na gledanje televizije koje je uglavnom pasivno i učestalo što doprinosi stvaranju ovisnosti o televiziji.

PRAKTIČNE IMPLIKACIJE PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA

Rezultati dobiveni u provedenom istraživanju o gledanju televizije na populaciji zagrebačkih adolescenata pokazuju da su motivi za gledanje televizije povezani s učestalošću gledanja televizije i ovisnošću o televiziji. Najviše povezanosti s ovisnošću o televiziji ima pasivno gledanje koje je karakteristika gledanja iz navike, dokolice, bijega, osamljenosti (ritualno gledanje). S učestalošću gledanja televizije

i tijekom tjedna i tijekom vikenda najviše je povezan motiv gledanja zbog dokolice i navike. Navedeno istraživanje ukazuje na neophodnost praćenja provođenja slobodnog vremena adolescenata te osmišljavanja programa koji bi doprinijeli učinkovitom provođenju slobodnog vremena što bi značilo i odmak od učestalog gledanja televizije kao i ovisnosti o televiziji. U ovom području posebnu ulogu imaju odgojno obrazovne ustanove kao i lokalna zajednica s ponudom atraktivnih i besplatnih programa koji bi mlade ljude potaknuli na svrsishodno korištenje slobodnog vremena te ih odmaknuli od ovisnosti o televiziji i drugih medija.

S druge strane, uključivanjem adolescenata u aktivno gledanje televizije s ciljanim zadacima doprinijelo bi se korisnosti ovog medija kako u postizanju veće razine znanja i informiranosti tako i u poticanju kritičkog promišljanja o gledanim sadržajima. U cilju poticanja aktivnog i kritičkog gledanja televizije potreban je sustavni odgoj za medije od najranije dobi kao i edukacija roditelja, odgajatelja i učitelja. U tu svrhu neophodna je multidisciplinska suradnja svih stručnjaka na području pedagogije, psihologije, komunikologije i medija.

OGRANIČENJA I PRAVCI BUDUĆIH ISTRAŽIVANJA

Ovo istraživanje provedeno je na adolescentima grada Zagreba pa rezultate nije moguće generalizirati i na adolescente iz drugih područja, pogotovo seoskih.

Istraživanje je provedeno metodom samoprocjene, ali bi vjerodostojnije podatke dobili kad bi se koristile i procjene roditelje ili drugih članova obitelji.

Sudionici su procjenjivali prosječnu učestalost svog gledanja televizije radnim danom i vikendom. Kako ovakve procjene mogu biti pod utjecajem različitih pogrešaka procjenjivanja i trenutnog stanja bilo bi dobro dopuniti podatke korištenjem dnevnika kad je u pitanju učestalost gledanja, ali i motivi gledanja televizije. Također, buduća istraživanja trebala bi uključiti i socio-ekonomske karakteristike obitelji, te dostupnost slobodnih aktivnosti kako u obitelji, tako i u školi i lokalnoj zajednici.

85

LITERATURA

1. Gui M, Stanca L. Television Viewing, Satisfaction and Happiness: Facts and Fiction. Working Paper: Bicocca, No. 167, 2009. Milan, Italy: Department of Sociology, University of Milan. Preuzeto 10. siječnja 2013 iz: <http://dipeco.economia.unimib.it/repec/pdf/mibwpaper167.pdf>
2. Jankowski FG, Fuchs CD. Television today and tomorrow, Oxford: Oxford University Press, 1995.
3. Kubey R, Csikszentmihalyi M. Television addiction is no mere metaphor. *Scientific American* 2002; 286: 74-80.
4. Husejnefendić Š. Sutton tradicionalnih medija. *Medianali* 2011; 5: 49-64.
5. Ilišin V, Marinović Bobinac A, Radin F. Uloga medija u svakodnevnom životu djece. Zagreb: DZOMM/IDIZ, 2001.
6. Rideout VJ, Ulla MA, Foehr G, Roberts DF. Generation M2: Media in the lives of 8-18 year olds. A Kaiser Family Foundation Study. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED527859.pdf>. Preuzeto 10. veljače 2014.
7. Te Velde SJ, De Bourdeaudhuij I, Rasmussen M, Hagstromer M, Klepp KI, Brug J. Patterns in sedentary and exercise behaviors and associations with overweight in 9-14-year-old boys and girls – a cross-sectional study, *BMC Public Health* 2007; 7: 1-9.
8. Strasburger VC. Children, adolescents and the media: Five crucial issues. *Adolesc Med* 1993; 4: 479-93.
9. Pavić J. Prediktori subjektivne dobrobiti i školskog uspjeha zagrebačkih adolescenata povezani s gledanjem televizije. Doktorska disertacija. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet, 2015..
10. McQuail D. Mass Communication Theory: An Introduction. 2nd ed. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1987.
11. Greenberg BS. Gratifications of television viewing and their correlates for British children. U: Blumler JG, Katz E, ur. *The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research* Beverly Hills, CA: Sage, 1974, 35-47.
12. Rubin AM. Ritualized and instrumental television viewing, *J Communication* 1984; 34: 67-77.
13. Rubin AM. Media uses and effects: A uses-and-gratifications perspective. U: Bryant J, Zillmann D, ur. *Media effects: advances in theory and research*. Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1994, 417-36.
14. Trstenjak T. Ovisnost o televiziji. *Obnovljeni život: časopis za religioznu kulturu* 2006; 61: 79-88.
15. Conway JC, Rubin AM. Psychological predictors of television viewing motivation. *Communication Res* 1991; 18: 443-63.
16. Rubin A. Television use by children and adolescents. *Human Communication Res* 1979; 5: 109-20.
17. Pavić J, Rijavec M. Stress and television viewing in female college students: Mediating role of TV viewing motives. *Suvremena psihologija* 2013; 16: 33-47.
18. Rubin AM. The uses and gratifications perspective of media effects. U: Bryant J, Zillmann D, ur. *Media effects: Advances in theory and research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2002, 417-36.
19. Auter PJ, Palmgreen P. Development and validation of a new parasocial interaction measure: the audience-persons interaction scale. *Communication Res Rep* 2000; 17: 79-89.
20. Perse EM. Audience selectivity and involvement in the newer media environment. *Communication Res* 1990; 17: 675-97.
21. Rubin AM, Rubin RB. Contextual age and television use. *Human Communication Res* 1982; 8: 228-34.
22. Vas L. Stress, coping & your TV viewing habits explored: A cross-cultural study about psychological motives for TV-viewing related to stress, coping strategies & well being. Doctoral dissertation. Budapest: University of Eotvos Lorand, 2009.
23. Bruni L, Stance L. Watching alone: relational goods, television and happiness. *J Economic Behav Organization* 2008; 65: 506-28.
24. Moskalenko S, Heine SJ. Watching yopur troubles away: Television viewing as a stimulus for subjective self-awareness. *J Person Soc Psychol* 2006; 29: 76-85.
25. Childers PR, Ross J. The relationship between television and student achievement. *J Educ Res* 1973; 66: 317-19.
26. Misra N, Misra P, Khaltri PK. Effects of television viewing on academic performance of children. *Psycho-Lingua* 1985; 15: 1-6.
27. Potter WJ. Does television hinder academic achievement among adolescents? *Human Communication Res* 1987; 14: 27-46.

28. Sharif I, James D, Sargent JD. Association between television, movie and video game exposure and school performance. *Pediatrics* 2006; 118: 1061-70.
29. Beentjes JWJ, Van der Voort THA. Television's impact of children's reading skills: a review of research. *Reading Res Quart* 1988; 23: 389-413.
30. Kirkorian HL, Wartella EA, Anderson DR. Media and young children. *Spring* 2008; 18: 39-61.
31. Schmidt ME, Vandewater EA. Media and attention, cognition and school achievement. *Spring* 2008; 18: 63-85.
32. Zimmerman FJ, Christakis DA. Children's television viewing and cognitive outcomes: a longitudinal analysis of national data. *Arch Pediatrics Adolesc Med* 2005; 159: 619-25.
33. Shrum LJ. Psychological processes underlying cultivation effects: further tests of construct accessibility. *Hum Communication Res* 1996; 22: 482-509.
34. Perse EM. Television affinity scale. U: Rubin RB, Palmgreen P, Sypher HE, ur. *Communication research measures: a sourcebook*. New York: Guilford Press, 1994, 367-70.
35. Rubin AM. An examination of television viewing motivations. *Communication Res* 1981; 6: 141-65.
36. Kim J, Rubin AM. The variable influence of audience activity on media effects. *Communication Res* 1997; 24: 135.
37. Kubey R, Csikszentmihalyi M. Television addiction in no mere metaphor. *Sci American* 2002; 286: 74-80.
38. Vorderer P, Klimmt C, Ritterfeld U. Enjoyment: at the heart of media entertainment. *Communication Theory* 2004; 14: 388-408.
39. Selberg T. Television and ritualization of everyday life. *J Popular Culture* 1993; 26: 3-11.
40. Kennedy CM, Strzempko F, Danford C, Kools S. Children's perceptions of TV and health behavior effects. *J Nursing Scholarship* 2002; 34: 289-94.
41. Lin CA. Modeling the gratification-seeking process of television viewing. *Human Communication Res* 1993; 20: 224-44.
42. Perse EM. Media involvement and local news effects. *J Broadcasting Electronic Media* 1990; 34: 17-36.
43. Kurdek L. Gender differences in the psychological symptomatology and coping strategies of young adolescents. *J Early Adolesc* 1987; 7: 395-410.
44. Larson R. Secrets in the bedroom: Adolescents private use of media. *J Youth Adolesc* 1995; 24: 535-50.
45. Perse EM, Rubin AM. Audience activity and satisfaction with favorite television soap opera. *Journalism Quart* 1988; 65: 368-75.
46. Rubin AM, Perse EM. Audience activity and television news gratifications. *Communication Res* 1987; 14: 58-84.
47. Chandler D. Why do people watch TV? – Uses and Gratifications. 1994.
48. [online] Preuzeto 17. siječnja 2014. s: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/usegrat.html>
49. Arnett J J. Adolescents' Uses of Media for Self-Socialization. *J Youth Adolesc* 1995; 24: 519-33.
50. Knobloch S. Mood adjustment via mass communication. *J Communication* 2003; 53: 233-50.
51. Kubey R. Television use in everyday life: Coping with unstructured time. *J Communication* 1986; 36: 108-23.
52. Nabi RL, Finnerty K, Domschke T, Hull S. Does misery love company? Exploring the therapeutic effects of TV-viewing on regretted experiences. *J Communication* 2006; 56: 689-706.
53. Zillmann D, Bryant J. Affect, mood and emotion. U: Zillmann D, Bryant J, ur. *Selective exposure to communication*. Hillsdale, NY: Lawrence Erlbaum Associates, 1985, 157-90.
54. Dorr A. Television and children: A special medium for a special audience. Newbury Park, CA: Sage, 1986.
55. Myrtek M, Scharff C, Brügger G, Müller W. Physiological, behavioral, and psychological effects associated with television viewing in schoolboys: An exploratory study. *J Early Adolesc* 1996; 16: 301-23.