

Mediji kao agens socijalizacije

Mediji su postali veoma moćan prenosilac društvenih poruka koji može da oblikuje način na koji pojedinac vidi sebe, druge ljude, svet oko sebe. U mnogim slučajevima, mediji prenose norme, vrednosti, obrasce ponašanja i onda kada roditelji ili nastavnici nisu prisutni.

Uloga medija u socijalizaciji dece i mladih

- Deca i adolescenti predstavljaju posebno ranjive grupe za uticaj medija s obzirom na to da se njihov identitet i društvene veštine formiraju u tom periodu. U proseku, oni provode 7 ili više sati dnevno uz razne medijske sadržaje što znači da su stalno izloženi medijskim porukama.

Kroz medije, deca saznaju i uče:

- koje vrednosti su poželjne
- kako izgledaju društvene uloge (npr. mediji imaju veoma veliki uticaj u razumevanju rodni uloga muškarca i žene)
- kako se rešavaju problemi (bilo to nasilje, pregovaranje, ignorisanje)
- koga treba voleti a koga se pribojavati (npr. kroz stereotipe o etničkim grupama)

Kratkoročni i dugoročni efekti medija

Možemo uočiti dve vrste efekata medija na ponašanje i razmišljanje:

- Kratkoročni efekti: odnose se na trenutne promene raspoloženja, misli ili reakcija. Na primer, gledanje nasilja u filmu može povećati uzbuđenje i podstaći agresivno ponašanje odmah nakon gledanja tog filma.
- Dugoročni efekti: javljaju se kada je osoba stalno izložena nekim (istim) sadržajima. Tada dolazi do formiranja trajnijih stavova, skripti ponašanja i emocionalnih reakcija. Na primer, dete koje gleda sadržaje (crtane filmove, serije) u kojima se problemi redovno rešavaju nasiljem može razviti uverenje da je agresija opravdano sredstvo za postizanje cilja.

Negativni efekti medija po ponašanje i vrednosti

- Nasilje u medijima povećava agresiju, desenzitizuje posmatrača (smanjuje saosećanje kod posmatrača) i smanjuje spremnost za pomaganje
- Rizično ponašanje poput konzumacije alkohola, pušenja, brze vožnje često se prikazuje kao uzbudljivo i poželjno (a da se pritom negativne posledice takvih akcija ne prikazuju)
- Rodni i etnički stereotipi su vrlo često zastupljeni – žene se najčešće prikazuju tako da se glorifikuje njihv fizički izgled, dok su manjine prikazane kao nasilnici ili kriminalci
- Prikazi idealizovanog izgleda mogu dovesti do problema sa telesnom slikom, nezadovoljstva sobom i poremećaja u ishrani.

Zašto su mediji naročito važan (iako ne i jedini) izvor modela rodni uloga:

- mediji nude neograničenu količinu modela – stotine – mnogo više od desetine modela koje mladi sreću u svojim porodicama i među vršnjacima; u terminima pojave, samopouzdanja, moći, likovi iz medija pretenduju da budu „atraktivniji“ od proseka, što povećava verovatnoću da će biti viđeni kao modeli na koje mladi žele da se ugledaju
- mediji oblikuju norme kako direktno kroz individualne modele, tako i indirektno, kroz njihov uticaj na vrednosti koje roditelji, vršnjaci i nastavnici prihvataju i prikazuju
- nivo korišćenja medija je veoma visok među mladima i (naročito) adolescentima
- smatra se da je sadržaj u medijima naročito pogodan za proces socijalnog učenja jer predstavlja pojednostavljene, često jednodimenzionalne modele pravila i ponašanja koja se pojavljuju regularno.

Pozitivni efekti medija na socijalizaciju

Mediji takođe mogu imati i korisne efekte, posebno kada sadržaj ima edukativnu ili prosocijalnu vrednost:

- Prosocijalni mediji (crtani filmovi, video igre, muzika) mogu povećati empatiju, spremnost na pomaganje i saradnju
- Edukativni programi mogu poboljšati jezik, čitanje, matematičke i socijalne veštine, kritičko razmišljanje
- Sadržaji koji prikazuju raznolikost (rodnu, etničku, kulturnu) mogu doprineti smanjenju predrasuda i širenju tolerancije
- Interaktivne obrazovne igre pomažu u razvijanju kognitivnih veština i motivacije za učenje.

Mediji i razvoj identiteta kod mladih

U periodu adolescencije, razvija se identitet u čijem procesu mediji imaju važnu ulogu. Kroz medije, mladi:

- traže uzore i modele
- eksperimentišu sa samoprezentacijom tj. načinima na koje sebe drugima predstavljaju (npr. preko društvenih mreža)
- upoređuju se sa drugima (što može uticati na samopouzdanje)
- traže grupnu pripadnost i smisao.

Digitalni identitet – ono kako se predstavljamo u online svetu, postaje deo stvarnog identiteta. Kod nekih mladih, mediji mogu doprineti razvoju samopouzdanja i kreativnosti, dok kod drugih mogu izazvati pritisak, anksioznost i doživljaj manje vrednosti.

Generacije i mediji – digitalni urođenici

Pojam digitalni urođenici odnosi se na generacije koje su odrasle uz internet, mobilne telefone i društvene mreže. Međutim, digitalna pismenost nije automatska – postoje velike razlike unutar generacije:

- u nivou medijske i digitalne pismenosti
- u veštinama da se prepozna manipulacija i lažne informacije
- u načinu korišćenja medija (aktivno ili pasivno)

Medijsko ponašanje oblikuju i faktori poput obrazovanja, kulture, ličnosti i pristupa tehnologiji.

Roditeljska i školska uloga u medijskoj socijalizaciji

Roditelji imaju značajnu ulogu u usmeravanju medijskog uticaja i često se govori o tri načina na koji roditelji usmeravaju upotrebu medija kod dece:

- Aktivna medijacija: razgovor sa decom o onome što gledaju – najefikasniji način da se pojačaju pozitivni i smanje negativni efekti
- Restrikcija: postavljanje pravila o vremenu i vrsti sadržaja (pokazuje se da ograničenja mogu imati negativan efekat – veća je šansa da deca razviju problematičnu formu upotrebe društvenih mreža)
- Zajedničko gledanje i igranje: može ojačati poruke ako su pozitivne, ali i povećati negativan efekat ako sadržaj nije prikladan.

Škola bi trebalo da ima ulogu u razvoju medijske pismenosti – sposobnosti da se razumeju i kritički analiziraju medijski sadržaji. Učenici bi trebalo da nauče kako da razlikuju fikciju od stvarnosti, kako da prepoznaju stereotipe i kako da odgovorno koriste medije.