

Nasilje u medijima i utjecaj na publiku

MUSTAFA SEFO¹

*Univerzitet u Sarajevu, Fakultet političkih nauka, Odsjek Komunikologijal
Žurnalistika, Bosna i Hercegovina*

Sažetak: Nasilje u medijima je fenomen prisutan od samog nastanka medija. Prikazivanje nasilja nije novost koju su donijeli elektronski i novi mediji. Nasilje je bilo jedna od ključnih karakteristika štampanih medija od nastanka književnosti; starogrčke poezija i drama često su opisivale ubistva, samoubistva i povrede, mnoge Shakespeareove drame razotkrivaju nasilje, mučenje, osvetu i psihološki teror; neke od najpopularnijih knjiga 19. vijeka bile su senzacionalni romani koji su sadržavali nasilje.

Zbog složenog tumačenja i definiranja ovog fenomena, kao i različitih uglova posmatranja, u diskusije o nasilju u medijima uključeni su stručnjaci iz oblasti komunikologije i medija, psihologije, pedagogije, sociologije i antropologije. Unatoč diskusijama koje se decenijama vode, još uvijek nisu pronađeni konačni odgovori i rješenja.

Ključne riječi: mediji, televizija, nasilje, publika, djeca, agresivnost, zaštita djece, teorije utjecaja medija

Abstract: Violence in the media is a phenomenon present since the media first came into existence. Depiction of violence is not a novelty brought about by electronic and new media. Violence has been one of the key characteristics of print media since the dawn of literature; ancient Greek poetry and drama often described murder, suicide and injury; many of Shakespeare's plays exposed violence, torture, revenge and psychological terror; some of the most popular books of the 19th century were sensational novels that included violence. Due to complex interpretation and definition of this phenomenon and the different perspectives on it, discussions about violence in the media involve

¹ Email: mustafa.sefo@fpn.unsa.ba

experts from the fields of communication and media, psychology, pedagogy, sociology and anthropology. Despite decades of discussions, definitive answers and solutions have not been found yet.

Keywords: media, television, violence, audience, children, aggression, child protection, media influence theories

Različiti pogledi na nasilje u medijima

Nasilje prikazano na televiziji, radiju, u štampi i na internetu može ostaviti veliki utjecaj na publiku, posebno djecu. Vrlo brzo su izbila neslaganja između onih koji, uvjereni u štetnost medijskog nasilja, žele da ga kontroliraju kako bi zaštitili djecu i onih koji tvrde da se takvim mjerama prikrivaju pravi uzroci nasilja u društvu. S vremenom, brojne studije pokazuju da se nasilje u medijima ne samo povećalo već je postalo spektakularnije nego ikad. Važno je prikazati kako različiti utjecaji nasilnih sadržaja variraju shodno društvenom kontekstu u kojem se nalazi određena publika.

Teško je jednom zauvijek definirati učinak medijskog nasilja na potrošače i mlade ljude. Postoji nekoliko razloga za ovu poteškoću, ali glavno pitanje ostaje složenost definiranja ili klasifikacije pojmova kao što su nasilje i agresivnost. Djetetu se gotovo svaka vrsta sukoba, poput burne rasprave u radijskom *talk showu* ili između dva stručnjaka u informativnoj emisiji, može činiti agresivnom, poput svađe između dva lika iz stripa. Zapravo, još uvijek ne postoji jasna definicija nasilja i agresije, bilo da su analizirani medijski sadržaji ili istraživana agresivna ponašanja koja iz toga mogu proizaći. Pojedinačne studije različito definiraju ove pojmove. Stoga se pravila analize i tumačenja stalno mijenjaju za one koji pokušavaju vidjeti širu sliku.

Poteškoće u kvalificiranju i kvantificiranju agresije i nasilja strogo onemogućavaju davanje preciznog odgovora na pitanje da li nasilje u medijima podstiče ljude da počine djela nasilja.

Prvo, vrlo je teško definirati i mjeriti nasilje u medijima. Neki stručnjaci koji prate nasilje u televizijskim emisijama, poput Georgea Gerbnera, definirali su nasilje kao čin (ili prijetnju) povrede ili ubistva druge osobe bez obzira na metodu kojom se koristi ili okolni kontekst. Kao takav, Gerbner je u svoj skup podataka uključio i nasilje iz crtanih filmova, dok su drugi, poput Guya Paquettea i Jacquesa de Guisea, profesora na Laval

univerzitetu, isključili iz svog istraživanja animacijsko nasilje zbog njegove komične i nerealne prezentacije. Ostaje vidjeti kako oni preuzimaju sve realističnije nasilje prikazano u nekim savremenim tinejdžerskim crtanim filmovima, poput rana nanesenih likovima South Parka i Family Guya.

Drugo, stručnjaci se ne slažu oko načina tumačenja podataka. Neki tvrde da izloženost nasilju u medijima izaziva agresiju. Drugi kažu da su ove dvije stvari povezane, ali ne postoji uzročna veza (da oboje može, naprimjer, biti uzrokovano trećim faktorom), dok treći kažu da podaci podržavaju zaključak da ne postoji povezanost između ta dva. Konačno, čak i oni koji se slažu da postoji veza između nasilja u medijima i agresije ne slažu se oko toga kako jedno utječe na drugo. Neki kažu da je to psihološki mehanizam ukorijenjen u načinu na koji učimo. Naprimjer, prema L. Rowellu Huesmannu, kada djeca oponašaju postupke junaka u medijima, razvijaju „kognitivne scenarije“ koji određuju njihovo ponašanje. Dok gledaju nasilni program, djeca usvajaju scenarije u kojima se nasilje predstavlja kao prihvatljiv način rješavanja problema. Za druge istraživače psihološki efekti medijskog nasilja korijen su agresivnog ponašanja.

Insceniranje nasilja ide ruku pod ruku s povećanim otkucajima srca, ubrzanim disanjem i povišenim krvnim pritiskom. Prema nekima, ovaj simulirani odgovor spremnosti na borbu predisponira pojedinca da se u stvarnom životu ponaša agresivnije. Drugi se fokusiraju na načine na koje medijsko nasilje izaziva već postojeće agresivne misli ili emocije. Tvrde da je želja neke osobe za borbu opravdana medijskim slikama u kojima junak i zlikovac koriste nasilje kako bi se osvetili, često bez posljedica.

U današnjem svijetu, svijetu masovnih medija, možemo zapaziti da nasilje kao medijski sadržaj predstavlja robu koja je lahko i brzo utrživa. O tome pišu autori Herman Edward i McChesney Robert (2004: 14):

Nasilje privlači više publike, pa će stoga ponuda komercijalnih medija biti njima pretrpana. Ali eksploatacija nasilja može biti i društveno štetna čineći auditorij uplašenijim, nesigurnijim i sklonijim nasilju. Drugim riječima, tržište može da ostvari profit i prikazivanjem takozvanih negativnih eksternalija.

Troškovi izvoza i prevođenja nasilnih sadržaja su minimalni, a nasilni sadržaji se bez prevelikih poteškoća percipiraju u drugim kulturama. Nasilje je jezik koji je lahko razumljiv i zahtijeva malo konteksta za prezentaciju radnje. Uključuje eksplozije, pucnjavu i borilačke vještine.

Utjecaj nasilnih sadržaja: teorijski aspekti

Deseci članaka i poglavlja u knjigama dokumentiraju ovaj problem već četrdesetak godina i ističu utjecaj medijski posredovanog nasilja na učenje i izražavanje agresije. U eksperimentalnoj socijalnoj psihologiji predlaže se nekoliko teorijskih okvira.

Prvi naglašava navodnu ulogu katarze. Ideja je da insceniranje nasilnih činova od drugih omogućava smanjenje nagona pojedinca. Rezultati su išli u ovom pravcu, međutim korišteni eksperimentalni postupak bio je predmet metodološke kritike. Katarza se danas više ne smatra mehanizmom koji bi mogao objasniti ovu vezu.

Drugi okvir odnosi se na socijalno učenje smatranim procesom koji favorizira agresiju. Prema Albertu Banduri (1965) televizijsko nasilje poslužilo bi kao model za najmlađe. Niz eksperimenata pokazuje, naprimjer, da se djeca ponašaju agresivnije nakon gledanja nasilnog filma u kojem su njihovi omiljeni likovi. Kako bi proučili kako djeca uče da budu agresivna, prikazuje im se film u kojem pojedinac napada, udara, baca u zrak i vuče lutku (bobo lutku). Ista djeca smještena nedugo zatim ispred ove lutke ponašaju se prema njoj na isti način kao i filmski lik. Tako, za Alberta Bandura djeca se uče agresivnom ponašanju posmatranjem.

Određene varijable mogu olakšati učenje o agresiji putem medija; identifikacija s televizijskim likom i posjedovanje agresivnih fantazija. Što više dijete mentalno proživljava opaženo nasilje ili mentalno ponavlja ono što je vidjelo ima više pristupa agresivnim strategijama u pamćenju. Količina nasilja koju vidi dijete od oko osam godina u korelaciji je s delinkventnim ponašanjem u devetnaestoj godini te uvjerenjem da nasilje u medijima daje pravu sliku stvarnosti.

Prema Rowellu Huesmannu (1986) učenje omogućava izradu agresivnih scenarija. Najčešće se scenariji stječu u djetinjstvu, bilo direktnim ili indirektnim iskustvima (učestvovanje u tuči) bilo posmatranjem i oponašanjem ponašanja (gledanje nasilnih filmova). Odnosi se na niz događaja fiksiranih u memoriji. To je memoriran kognitivni plan koji vodi ponašanje i osigurava da se radnja odvija bez razmišljanja. Također omogućava neposredne zaključke i utječe na to kako primamo i obrađujemo informacije. Često prikazivanje agresivnih činova čini ih pristupačnijim, čime se povećava vjerovatnoća njihove upotrebe. Rowell Huesmann predlaže intervenciju u vjerovanja o nasilju kako bi ga učinio nespojivim sa stjecanjem i izvlačenjem agresivnih scenarija iz sjećanja. Stacy Smith i

Edward Donnerstein (1998), zatim Nasrédine Goutas, Fabien Girandola i Jean-Pierre Minary (2002) predlažu, kao dio prevencije agresije, da se intervenira na djeci i predadolescentima čiji agresivni scenariji još nisu dobro konsolidirani. Efikasna intervencija uključuje kritičko viđenje medijskog nasilja. Generalno, dovoljna su dva treninga kod djece i adolescenata. Četiri mjeseca kasnije pokazuju niže ocjene agresivnosti od onih izmjerenih prije početka ove intervencije.

Prema Bradu Bushmanu (2001) mediji modificiraju pet struktura znanja: uvjerenja, stavove, obrasce percepcije, očekivanja i scenarije. Zapravo, medijsko nasilje snažno doprinosi formiranju svjetonazora u kojem se agresija često doživljava kao normalna, čak i prihvatljiva, tokom sukoba. Naprimjer, najagresivnija djeca bi također bila ona koja misle da je nasilje reprezentacija stvarnog života.

Treći teorijski okvir tiče se prajminga. Uklapa se u neoasocijacijsku perspektivu Leonarda Berkowitza (1990) prema kojoj emocionalna stanja proizlaze iz aktiviranja asocijativne mreže koju čine osjećaji, misli, sjećanja, motoričke i fiziološke reakcije. Izloženost znakovima vezanim za nasilje aktivira semantički povezane misli koje utječu na procjenu neposredne situacije. Prema Leonardu Berkowitzu medijsko nasilje bi kroz ove mreže izazvalo agresivne misli i, iznad toga, agresivna ponašanja. Prema neoasocijacijskom modelu sjećanje na scene nasilja i njihov utjecaj na ponašanje može se reaktivirati ako se daju odgovarajući znakovi. Walter Josephson (1987) pokazao je kako oni utječu na ponašanje. Ovaj eksperiment odvijao se na djeci osnovnih škola u dvije faze.

Polovina ovih učenika prvo je pogledala nasilni video, s mogućnošću povezivanja nasilnih slika s likom koji je često koristio par voki-tokija. Potom su sva djeca odvedena na utakmicu hokeja na ledu i intervjuirana od takozvanog televizijskog novinara koji je radio reportažu o školi. Ovaj reporter se predstavio polovini djece s istim voki-tokijima kao na filmu, a drugoj polovini bez ovih predmeta. Očekivano, djeca koju je novinar intervjuirao putem voki-tokija pokazala su više znakova agresije prema svojim vršnjacima tokom hokejaške utakmice nego ostala djeca. Stoga će prisustvo znakova povezanih s nasiljem u neposrednom okruženju pojedinca vjerovatno ponovo aktivirati agresivne misli i ponašanja.

Četvrti teorijski okvir odnosi se na efekte fiziološkog uzbuđenja (povećan rad srca i krvnog pritiska, znojenje). Za Dorfa Zillmana (1991) ovo uzbuđenje nakon gledanja filma ili nasilne situacije povećava vjerovatnoću agresivne reakcije. Tri procesa objašnjavaju ovo: uzbuđenje povećava nivo

opće aktivnosti pojedinca i, stoga, pojačava agresivne reakcije; uzbuđenje je posebno averzivno ili neprijatno i stimulira agresivne reakcije; može olakšati agresiju kada je pojedinac tumači kao znak ljutnje.

Konačno, uzbuđenje može dovesti do intenzivne agresije kada subjekt pripisuje njen uzrok provokaciji koju je pretrpio i kada je njegov dominantni odgovor na ovu provokaciju agresija. Na isti način, ponovljeno izlaganje nasilju može emocionalno desenzibilizirati pojedince, smanjiti njihovu anksioznost kroz progresivno smanjenje fiziološkog uzbuđenja. Scene nasilja tada postaju podnošljivije i pojedinac lakše prihvata vlastito agresivno ponašanje. Prema hipotezi dezinhibicije ponavljano nasilje može legitimirati njegovu upotrebu u svakodnevnom životu potcjenjivanjem društvenih sankcija.

Uloga filmskog konteksta

Utjecaj nasilja također je moduliran filmskim kontekstom, odnosno svim karakteristikama i varijablama specifičnim za naraciju. Ovdje su izdvojene varijable koje su generirale najviše pretraživanja.

Prva se tiče privlačnosti: nasilan lik s posebno atraktivnom tjelesnom građom ima više utjecaja nego neprivačan lik. Isto važi i za spol i godine: pojedinac lakše oponaša karakter svoje dobi ili spola. Opravdana agresija proizvodi agresivnije ponašanje od neopravdane agresije.

Druga varijabla tiče se stepena realizma slika, za razliku od fikcije ili fantazije. Realizam povećava vjerovatnoću pojave agresivnog ponašanja, posebno kod djece. Drugi imaju mogućnost da se lakše identificiraju s agresorom, da povuku paralelu između onoga što doživljavaju i prikazane stvarnosti.

Treća, posljednja varijabla, specifična za filmski i društveni kontekst, tiče se „efekta oružja“. Leonard Berkowitz (1974) pokazao je da prisustvo oružja povećava vjerovatnoću zapažanja agresivnog ponašanja kod prethodno frustriranog pojedinca: „Prst može povući okidač, ali okidač također može povući prst.“ Prisustvo oružja bilo je također predmetom brojnih debata.

Teorije utjecaja medija

O teorijama utjecaja medija govori autorica Zorica Tomić u knjizi *Komunikologija*.

1. Teorija katarze (ritualnog pročišćenja)

Polazi od aristotelovskog koncepta katarze, smatrajući da ljudi svoju agresiju, bijes, ili stres oslobađaju direktno učestvujući u nasilju koje se prikazuje na televiziji. Katarzička funkcija televizije pokazuje se u činjenici da nasilje prikazano na televizijskom ekranu smanjuje mogućnost stvarnog nasilja.

2. Teorija agresivnih znakova ili stimulativnih utjecaja

Tvrđi sasvim suprotno – da izloženost agresivnim sadržajima povećava nivo napetosti i provocira agresivne tendencije gledalaca, tj. televizija predstavlja stimulans za agresivno ponašanje.

3. Teorija učenja posmatranjem

U još većoj mjeri potvrđuje prethodnu teoriju, ali s tom razlikom što ukazuje na okolnost da televizijski prikazano nasilje na svojevrsan način educira publiku kako da se agresivno ili destruktivno ponaša, naročito zato što se u mnogim programima agresivci prikazuju u pozitivnom svjetlu. Svaka vrsta ponašanja, govora ili stila života koja se afirmira na TV-programu predstavlja specifičan model koji publika može slijediti.

4. Gerbnerova teorija kultivacije

Ukazuje na utjecaj televizije u smislu odgoja i obrazovanja najšire publike. Velika prisutnost televizije u američkim domovima, prema ovom istraživanju, doprinosi stvaranju simboličke stvarnosti u kojoj djeca odrastaju i omogućava neprimjetno induciranje određenog sistema vrijednosti.

Uprkos impresivnoj količini istraživanja, debata o utjecaju medijskog nasilja na agresivno ponašanje danas je kontradiktorna i otvorena. Kod djece se uočava pozitivna korelacija, ali trenutno stanje istraživanja ne dozvoljava da se sa sigurnošću utvrdi uzročna veza.

Teorija kultivacije nastala je i počela se razvijati i istraživati u Sjedinjenim Američkim Državama u zlatnom dobu televizije, krajem šezdesetih te tokom sedamdesetih i osamdesetih godina 20. vijeka. U to vrijeme u Americi su postojale tri velike televizijske mreže koje su u cjelokupnom

gledalištu imale udio veći od 90%. Drugim riječima, televizija je u to vrijeme bila najveći i najvažniji izvor informacija, zabave i društvenog života uopće. Iako je od prvih istraživanja na temu kulture prošlo nešto više od pola vijeka, prisustvo televizije i dalje je snažno i utjecajno, a prema istraživanjima o korištenju medija veće je od svih ostalih brojnih medija i izvora zajedno. George Gerbner i drugi teoretičari kulture televiziju smatraju najvećim zajedničkim izvorom slika i informacija u historiji društvenog komuniciranja. Oni također smatraju da je za specifičan utjecaj televizije posebno važno što većina programa, uključujući i vijesti, dijeli iste osobine pripovijedanja i oblikovanja sadržaja. Prema njima na oblikovanje, tj. kulturu društvene stvarnosti putem televizije najviše utječe taj opći obrazac koji je zajednički svim sadržajima i žanrovima na televiziji kome su gledaoci izloženi tokom niza godina.

Većina ljudi se rađa i odgaja u svijetu televizije i ne može izbjeći spomenute obrasce kojim su izloženi svakodnevno, više puta na dan. Stoga se u teoriji kulture sam pojam kulture koristi da se opiše kako gledanje televizije, kome su gledaoci izloženi godinama, najviše utječe na oblikovanje društvene stvarnosti. Naime, glavna pretpostavka u analizi kulture je da osobe koje provode mnogo vremena gledajući televiziju vide društvenu stvarnost kao slike, prikaze, vrijednosti i ideologiju koje sadrže televizijski programi, odnosno koje oblikuje televizijski objekt.

Zaključak

Potrebno je provesti ili nastaviti daljnja istraživanja kako bi se poboljšalo naše razumijevanje mehanizama utjecaja nasilja prikazanog u medijima. Neki putevi izgledaju posebno zanimljivi i obećavajući. Ovo uključuje testiranje efekata individualnih razlika u izloženosti nasilju, utjecaj signalizacije na ponašanje, osmišljavanje i praćenje utjecaja određenih obrazovnih programa protiv nasilja. U budućim istraživanjima treba uzeti u obzir i psihosocijalnu perspektivu.

S obzirom na prisustvo i sve brži razvoj novih medija, istraživanja poprimaju novu formu i potrebno ih je provoditi češće i brže nego kada je riječ o tradicionalnim medijima. To iziskuje dodatne napore, ali je prijeka potreba jer skoro svakodnevno svjedočimo nemilim posljedicama izloženosti publike nasilju, čak i fatalnim. Iz ovih istraživanja mogu proizaći nove teorije i novi prijedlozi za rješavanje problema nasilja u medijima i utjecaja na publiku.

Literatura

- Bandura, A. (1965). Influence of model's reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, str. 589-595.
- Berkowitz L. (1974). Some determinants of impulsive aggression: the role of mediated associations with reinforcements for aggression. *Psychological Review*, 81, str. 165-176.
- Berkowitz L. (1990). On the formation and regulation of anger and aggression: a cognitive neoassociationistic analysis. *American Psychologist*, 45, str. 494-503.
- Bushman B. J., Anderson C. A. (2001). Media violence and the American public: scientific facts versus media misinformation. *American Psychologist*, 56, str. 477-489.
- Herman, E., McChesney, R. (2004). *Globalni mediji – Novi misionari korporativnog kapitalizma*. Siljanović-Donati, N., prev. Beograd: Clio.
- Huesmann, L. R. (1986). Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behavior by the viewer. *Journal of Social Issues*, 42, str. 125-140.
- Josephson, W. L. (1987). Television violence and children's aggression: testing the priming, social script, and disinhibition predictions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, str. 882-890.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Sefo, M. (2022). *Uvod u komunikologiju*. Sarajevo: DTP Perfecta.
- Smith S. L., Donnerstein E. (1998). Harmful effects of exposure to media violence: learning of aggression, emotional desensitization, and fear; u: Geen, R. G., Donnerstein, E., dirs, *Human aggression: theories, research, and implications for social policy*, New York: Academic Press.
- Tomić, Z. (2003). *Komunikologija*. Beograd: Čigoja.
- Vreg, F. (1991). *Demokratsko komuniciranje: prilog pluralističkoj paradigmi u komunikacijskoj nauci*. Sarajevo: NUB i FPN.
- Zillmann, D. (1991). Television viewing and physiological arousal; u: Bryant, J., Zillmann, D., eds., *Responding to the screen: Reception and reaction processes*, str. 103-133.