

Intervju sa školskom psihologinjom prof. Ljiljanom Matošević

Intervju je proveden u sklopu projekta Moć reklama kako bismo dobili mišljenje struke o problematici oglašavanja i utjecaja reklama na mlade.

MAR 28, 2023 06:47PM UTC

Upoznati ste s činjenicom da ove školske godine učenici opće gimnazije provode međupredmetni projekt pod nazivom *Moć reklama*. Naime, u tjednu obilježavanja Svjetskog dana štednje u našoj školi, od 24. do 28. listopada, učenici su na nastavi Informatike ispunjavali anketu kojom smo željeli prikupiti informacije o utjecaju reklama u medijima i društvenim mrežama na potrošnju mladih.

Svjesni smo da smo dio konzumerističkog društva i da je vrlo teško odoljeti reklamama koje nam se nude kroz različite medije. Kako bismo dobili povratne informacije o navikama mladih kao potencijalnih potrošača, ponudili smo im anketu i razgovarali o navikama kupovanja, potrebama i reklamama koje nas „napadaju“ i dosaduju, ali i motiviraju na kupovinu. Osobito smo se usmjerili na reklame preko blogera, influencera i društvenih mreža koje mladi prate i slijepo im vjeruju. Anketa nas je usmjerila na pokretanje školskog međupredmetnog projekta *Moć reklama*.

U našem istraživanju i prikupljanju informacija važno nam je mišljenje struke pa smo odlučili provesti s Vama intervju s nekoliko pitanja. S obzirom na Vaše kompetencije, želimo saznati neke pojedinosti iz područja reklama i utjecaja reklama na mlade.

1. Što Vi mislite, je li važno poučavati mlade o reklamama u medijima, utjecaju reklama na mlade i o toj problematici razgovarati sa srednjoškolcima? Zašto?

O pojavnosti određenih problema, pa tako i o utjecaju reklama u medijima važno je razgovarati s mladima. Zašto? Reklame su zanimljive, odvlače nam pozornost, ali i pružaju informacije o mogućnostima zadovoljavanja potreba, koje nam se razlikuju, pa neki od sadržaja reklama mogu zadovoljiti upravo naše trenutne. Problem nastaje kada se osoba ne može oduprijeti utjecaju svake reklame, a to se događa češće kod osoba koje tek formiraju svoj identitet, odnosno kod adolescenata. Zato je jako važno sa srednjoškolcima razgovarati o utjecaju reklama i osvijestiti im taj problem.

2. Smatrate li da su ljudi u našoj užoj zajednici svjesni ovoga problema i da vjeruju kako je ovaj problem važan i potrebno ga je riješiti? Zašto?

U našoj su školi svjesni tog problema i zbog toga su na nastavi Informatike u okviru projekta *Moć reklama*, provedene radionice s učenicima prvih razreda s temom utjecaja reklama na njihovo ponašanje.

3. Je li javnost svjesna važnosti problema medijskog utjecaja preko reklama na djecu i mlade?

Javnost je svjesna važnosti problema medijskog utjecaja preko reklama na djecu i mlade. O ovom problemu govori i pravobraniteljica za djecu. Ipak, najvažnija je edukacija djece ali i njihovih roditelja. Budući da u školi se obrađuju i međupredmetne teme na različitim predmetima, moguće je na taj način s različitih aspekata na različitim predmetima progovoriti o utjecaju reklama. Isto tako važno je na roditeljskim sastancima progovoriti o ovoj temi.

4. Politika (vlast) trebala bi prepoznavati i rješavati društvene probleme. Pokušava li i na koje načine riješiti ovaj problem?

Mislim da je najbolji način suočavanja s ovom pojavnosti edukacija: edukacija odraslih i djece. U školama se sigurno treba govoriti o ovoj temi, ali i kroz različite obrazovne programe putem televizije i ostalih medija.

5. Radi li vlast nešto pogrešno u pokušajima rješavanja ovoga problema?

U samim školama ima dovoljno prostora da se govori o temi utjecaja medija, dakle obrazovna politika to potiče, što je jako dobro. Isto tako govori se i o poticanju razvijanja kritičkog mišljenja kod učenika, što bi pridonijelo boljoj prilagodbi na promjenjive uvjete života, pa tako i na različite utjecaje.

Ja promišljam iz pozicije obrazovnog sustava, pa tako mislim da bi u školama trebali više pažnje posvetiti općeljudskim vrijednostima na primjer razvijanja prosocijalnog ponašanja i altruizma kod učenika.

7. Što biste poručili na kraju našeg razgovora mladima s obzirom na ovu problematiku?

Medije ne možemo izbjeći, reklame isto tako, ali senzibilizacija o mogućem utjecaju reklama na nas i naše ponašanje izuzetno je važna kako bismo se adekvatno s tim problemom nosili.


