



TABU TEMA

## Influenceri i njihov utjecaj na mentalno zdravlje

Otkad je svijeta i vijeka postoje influenceri ili, ako to prevedemo, kreatori javnog mišljenja. Ako gledamo kroz povijesti, influencerima možemo smatrati, primjerice, članove kraljevskih obitelji, politički moćne osobe, sportaše, glumce, pjevače...

### Koliko su poznate osobe svjesne kakav sadržaj kreiraju i kakav to utjecaj ima na mlađu populaciju?

Sama riječ **influencer** u engleskome jeziku označuje općenito osobu ili skupinu osoba koja ima nekakav utjecaj. Pojava i porast popularnosti korištenja društvenih mreža pridonijeli su stvaranju novih **kreatora javnog mišljenja**, odnosno **utjecajnih osoba**, koje su svoju popularnost i utjecaj stekle prije svega zahvaljujući razvoju novih tehnologija, a koje stavove publike oblikuju 'putem blogova, objava, video sadržaja, *tweetova* i korištenjem drugih kanala društvenih medija' (Freberg i sur., 2010).

Međutim, koliko su poznate osobe svjesne kakav sadržaj kreiraju i kakav to utjecaj ima na, prvenstveno, mlađu populaciju? Onu za koju kažemo da su još uvijek u formativnim godinama.

### Težina 'slave'

Imam tri zanimljiva sugovornika. Doista su različiti. Svaki iz svoga kuta progovara.

Razmišljajući o ovoj temi i zahvaljujući nedavnom susretu s njim, upitala sam **Damira Kedžu** kako je to bilo postati **poznato lice** sa samo šesnaest godina. Kako je to utjecalo na njegovo [mentalno zdravlje](#)? Kako je bilo nositi se s popularnošću?

Istina, postao sam poznat jako rano, u tinejdžerskim danima, i ne mogu reći da to nije utjecalo na mene, a zapravo ni na sve nas koji smo sudjelovali u *showu*. Takva dinamika te tjera da **brže odrasteš**, posebno uz medijsku pažnju i interes medija. Nošenje s popularnošću je uvijek izazovno u bilo kojoj dobi, jer se s takvom pojavom susrećeš po prvi put. Bitno je **okružiti se pravim ljudima** i imati njihovu podršku. Postoji doza pritiska s kojom smo bili suočeni. Na kraju, i dalje se bavim istim poslom, no vjerujem da čovjek treba naučiti **upravljati vlastitim emocijama** i umom.

Sadržaj na društvenim mrežama fokusiram na nastupe i posao, nešto svakodnevice i hobije. Ne želim da je moj **privatni život** na javnim platformama ni u medijima, nikad me nije zanimao takav senzacionalizam. Suradnje koje prihvaćam moraju meni osobno imati smisla i biti povezane s mojim interesima ili trebam privatno koristiti brendove s kojima surađujem. Mislim da ljudi to sve više osjete i znaju prepoznati iskrenu komunikaciju.

Dalje, mladima bih poručio da se **educiraju po pitanju mentalnog zdravlja** i online prisutnosti. Također, sve je više i **nasilja na društvenim mrežama** koje ima svoje posljedice u stvarnom svijetu te mislim da svi moramo biti pažljiviji što i kako komuniciramo na društvenim mrežama.

[Dario Marčac](#) ima 27 godina i **TikTok je senzacija** s pola milijuna pratitelja. Osnivač je najveće zajednice TikTok kreatora u regiji pod nazivom **Crew** i organizator je prvog TikTok meet-upa u Hrvatskoj.

Kao dijete nisam imao neku osobu koju bih mogao nazvati 'idol'. Ne znam jesam li u tome jako rijetka vrsta, ali stvarno ne mogu ni za koga reći da sam ga obožavao, lijepio njegove postere ili tražio autogram, tako da mi je s jedne strane teško razumjeti zašto netko mene zaustavlja na ulici i traži sliku, ali s druge strane mi je jasno jer mladi traže **inspiraciju i motivaciju** u nekome. Problem nastaje kada se idealizira neku osobu na osnovu nekoliko fotografija ili videa, a ne uzima se u obzir šira slika. Isto tako, postoje influenceri koji su do svog utjecaja nažalost došli zbog različitih drama i prozivki koje rade. Mladima to može biti krivi pokazatelj, ako želiš biti popularan, moraš maltretirati i prozivati druge. Često se ne gledaju namjere i osobine neke osobe već površno sadržaj koji se objavljuje i mislim da je to najveći izazov za mlade, pronaći osobu koja je zaista dobronamjerna i pratiti njen rad i razvoj.

Ako pričamo o broju pregleda, lajkova i reakcija, vjerujem da su influenceri svjesni svog utjecaja. Ako pričamo o **negativnom utjecaju** koji se može napraviti, vjerujem da većina ne razmišlja tako. To je jedan od većih okidača koje sam imao kad sam došao do, otprilike, 300.000 pratitelja, da zapravo ja puno više utječem na ljude nego što mislim, pogotovo na mlade. Oni postepeno počinju razmišljati kako ja razmišljam, ponašati se kako se ja ponašam, pa čak i pričati kako ja pričam. To je bio jedan od velikih zaokreta koje sam osobno napravio tako da već duže vrijeme kreiram sadržaj koji ponekad i nije toliko zanimljiv mladima, ali vjerujem da **pozitivno utječe** na njih.

Mladima bih poručio da budu strpljivi i osluškuju prvenstveno sebe i svoje snove. Dosta često mladi misle da nisu dovoljno uspješni ili da nemaju ambicije postići neke velike rezultate samo zato što gledaju sadržaj na društvenim mrežama osoba koje su ili njihovo godište ili još mlađi, a u većini slučajeva prikazuju **nerealne stvari**. Sve što radimo je proces i svatko od nas ima svoj put. Najbolje što možemo napraviti je **fokusirati se na svoj razvoj**, biti ustrajni i strpljivi.

Roditeljima želim poručiti da se, koliko god mogu s obzirom na današnje brzo vrijeme i stotinu obaveza koje imaju kroz dan, pokušaju maksimalno **educirati oko društvenih mreža**. To pogotovo vrijedi za one koji imaju maloljetnu djecu. Roditelji imaju fantastičnu priliku dodatno upoznati svoje [dijete](#) tako da na društvene mreže gledaju kao na projekt. Nekada su se s djecom radile kućice na drvetu, slagale puzzle, a danas djeca žele biti kreatori na TikToku. Upoznajte se s platformom, saznajte što vaše dijete želi kreirati, pomognite mu u tome, tako će vam se i dodatno otvoriti, pričati o različitim kreatorima koje prati i videima koje često gleda. Ne samo da ćete dobiti više vremena koje ćete provoditi sa svojim djetetom, već ćete saznati mnoštvo stvari o njemu kojih možda niste niti bili svjesni. A uz to ćete biti i **cool roditelj** koji se kuži u TikTok.

Nekada je bilo puno manje TV kanala, radio stanica, a samim time i idola, i bili su puno manje dostupni. I zbog toga smo idole najčešće 'nasljeđivali' od roditelja sve do tinejdžerstva kada smo si ih dijelom i zbog bunta prema odraslima - počeli stvarati sami. Ja sam recimo bio 'zaljubljen' u Roka Petrovića, Baku Sliškovića i Roberta Prosinečkog od sportaša, i Branimira Štulića od glazbenika, ali nisam znao apsolutno ništa o njihovom privatnom životu jer me nije zanimao, niti je bilo **žutog novinarstva**. Danas je lako postati slavan jer ima puno više medija, a kako gotovo pa uopće više **nema opće kulture, kućnog odgoja** niti ikakve selekcije, lako se identificirati s nekim tko ne radi nužno kvalitetne stvari za zajednicu.

Imam svoj krug ljudi koji transparentno rade svoj posao, kakav god on bio, i trudim se da su to osobe koje paze na **mentalno zdravlje** sebe i okoline. Na žalost, kriteriji su svedeni na minimum, i sve se manje gleda na kvalitetu teksta, kreativnost i inteligenciju, a sve više na masovnost, sirovost, probitačnost u potrazi za što bržom zaradom. Svijet ne ide u dobrom smjeru i svakojaki influenceri ga vuku prema skorij propasti. Mislim da je poštenih i hrabrih ljudi te onih koji ne krađu ostalo svega nekih 10 posto, pa se tu ništa ne može promijeniti nego samo slijediti struju.

Onako nam je kako zaslužujemo, a takvi su nam i influenceri.

Zovem se Domagoj Jakopović i diplomirani sam profesor geografije. Od svoje osamnaeste sam prisutan u novinarstvu i već petnaest godina pišem blog Ribafish.com. Smatram se kritičarem javnosti, samozatajnim hedonistom i volim ovaj naš jedini Planet. Ako se influencerstvom smatra to što volim ljude uputiti gdje da putuju, što da jedu, piju i nauče, onda jesam influencer, ali ne bih se želio svrstati u isti koš s ljudima koji misle isključivo na sebe i svoj profit i lažno se predstavljaju **trujući klince** kako bi se obogatili.

Fali selekcije, fali kvalitete, fali dobrih, duhovitih i kvalitetnih ljudi koji bi trebali biti pravi influenceri za pokretanje pravih stvari.

### Operacije, pretjerana seksualiziranost... Što nam se to događa!?

- Pretjerano seksualizirani sadržaji i **nerealni pojmovi ljepote** postoje oduvijek samo su sada dostupniji nego ikada i granice su znatno snižene. Međutim, dostupniji su i odgovori na njih. Nerijetko naletim na influencere koji objavljuju kako izgledaju s filterima i bez njih. Postoje i objave vezane uz pretjerano seksualizirane sadržaje koji se itekako koriste zdravim smislom za humor - kaže mi Ivana Šešo, magistra socijalne pedagogije, koja se osvrnula na moje pitanje o sadržaju i ovisnosti o društvenim mrežama.

- Influenceri i poznate osobe danas imaju jako veliki utjecaj na mentalno zdravlje posebno najranjivije skupine djece i mladih. Izbjegavala bih stavljati ih sve u isti koš. Svi ljudi su različiti pa tako i oni koji se bave ovim poslom. Koliko promišljaju i koliko su svjesni svojih mogućnosti, a time i odgovornosti kada su sadržaji koje kreiraju u pitanju, ovisi od svakog od njih pojedinačno. Ustvari, ovdje je važno prepoznati da oni taj utjecaj doista imaju i orijentirati se na to da ih se senzibilizira, dodatno educira i pozove da budu partneri u kreiranju sadržaja kojima će doprinijeti građenju otpornosti mladih na [stres](#), frustraciju, nasilje, *shaming* svake vrste. Influenceri su nam posebno važni u razotkrivanju mita i iskrivljene slike o savršenom životu i potpunog sreći.

Zagovaranje nedostižnoga brojne mlade čini tjeskobnim jer se osjećaju neuspješnima.

Influenceri imaju veliki i potencijal biti promotori socijalne osjetljivosti i toga da empatija u društvu postane ponovo „in“. Oni po meni imaju veliki potencijal biti dio priče o povratku čovjeka, čovjeku - završava Šešo.

S druge strane, njena 'partnerica u zločinu', suautorica brojnih knjiga, **Emina Pršić** nastavlja:

- Pojavom **virtualnog svijeta** biti poznat je postalo jednostavno, bez puno truda i ulaganja. Kako je sve više onih koje nazivamo utjecajnicima ili influencerima, tako je sve veća i odgovornost. Osobno mi je žao da kategorizacija prihvatljivog ili neprihvatljivog sadržaja na društvenim mrežama nije dobro postavljena jer, recimo, naša knjiga 'Ljubav beba blagostanje i sranje' zbog riječi *sranje* je neprihvatljiva za objavu na društvenim mrežama, a s druge strane pornografski sadržaji vrište iz svake druge objave. Osobe koje sebe nazivaju poznatima trebale bi biti svjesne svoje odgovornosti prilikom objavljivanja sadržaja te ih iskoristiti da pozitivno utječu na promjene u društvu koje bi htjeli. Svojim primjerom, likom i djelom trebale bi slati poruke koje motiviraju mlade ljude na dobre izbore u životu. Biti poznat je privilegija mogućnosti pozitivnog utjecaja na veći broj ljudi i zato bi bilo dobro tako iskoristiti svoju popularnost - kaže Emina.

Točno. Evo, osobno bih se složila s Ivanom i Eminom, ali moje mišljenje trenutno nije važno. Baš zato sam se obratila i Supermami **Sonji Švajhler**, i mami i influencerici, koja je posebno senzibilizirana za teme mentalnog zdravlja.

- Ne znam koliko su poznate osobe toga svjesne, odnosno žele li sebi osvijestiti tko sve stoji iza velikih brojeva na društvenim mrežama. Mogu ti govoriti iz osobnog iskustva, ne kao poznata osoba, već kao mama koja je okupila određeni broj žena koje konzumiraju moj sadržaj. Dakle, iz te perspektive mogu reći da jako pazim što objavljujem i kako će moj sadržaj krajnji korisnik protumačiti. Vodim se time da pokušam biti tolerantna. Glede mlađe populacije, utjecaj na njih je ogroman i nisam sigurna koliko je to dobro, prvenstveno jer još nisu formirane ličnosti, podložni su utjecaju, a taj je utjecaj vrlo često površan i isprazan - kaže Sonja.

- Naravno, postoje influenceri koji su na svojim kanalima postavili pitanje ovisnosti koju stvara prekomjerno korištenje digitalnih uređaja pa s time i raznih servisa i medija te s time skrenuli pozornost na opasnost koja vreba iza ekrana mobitela. No ovdje je pitanje - tko nas savjetuje o mentalnom zdravlju i kako to čini? Poticanje dijaloga o problemima s **depresijom, anksioznošću, ADHD-om** su dobre stvari i dobro je da netko tko je influencer govori o tim 'tabu temama' - naglašava **Lea Brezar** poduzetnica i praktičarka pozitivne [psihologije](#), suvlasnica privatne osnovne i srednje škole Epoha.

- Nije dobro kada se savjetovanjem o tome kako se nositi s poteškoćama koje nose mentalni poremećaji, bave oni koji za to nisu obrazovani. To je opasno. U savjetovanju morate umjeti prepoznati traumu, depresiju, anksioznost - bez predrasuda te s velikom dozom razumijevanja i empatije za onoga tko sjedi pred vama. Bez odgovarajućeg obrazovanja poremećaje i poteškoće ne možete razaznati u moru onoga što osoba govori tijekom savjetovanja, ako za to ne posjedujete određeno teorijsko, a kasnije i iskustveno znanje - zaključuje Lea.

**Ana Miletić**, [psiholog](#) i gestalt psihoterapeut, Centar za osobni razvoj Apsiha, samo je dodatno potvrdila ova promišljanja:

- Ono što pojačava utjecaj je činjenica da se nastoji stvoriti povezanost s influencerom tako da njihovu preporuku doživimo kao da nam je prijatelj preporučio. Pretjerano i **nekritično konzumiranje** takvih sadržaja može dovesti do suženog i potencijalno iskrivljenog pogleda na svijet. Smatra se 'normalnim' nešto što je samo dio raspona i zanemaruje se ostatak. Primjerice, postaje 'normalno' da žena ima uzak struk i široke bokove i zanemaruju se ostali tipovi građe tijela. Problem nastaje kada, češće mlada osoba, sebe krene uspoređivati s tom 'normalom', postaje nezadovoljna i počinje sebe mijenjati kako bi joj se približila. To može dovesti do **narušenog samopouzdanja** i osjećaja vlastite vrijednosti, anksioznosti, depresivnosti, nezdravog odnosa prema sebi, usamljenosti i izoliranosti. Važno je poticati kritični stav prema porukama koje dobivamo od influencera, ponuditi i istražiti dodatne perspektive na istu temu i preispitivati izvore i iskustva na temelju kojih influencer iznosi stav ili preporuku.

## Gdje su mediji?

Da. O ovome sam prilično dugo promišljala, osobito kada sam pohađala UNICEF-ovu CSR akademiju.

Mediji su ti koji **kreiraju stvarnost** i koji promiču određene trendove, bilo da se radi o modi, ljepoti, zdravlju ili tehnologijama, pa i o influencerima. Međutim, ono što se prezentira nije uvijek odraz realnosti. 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 se nudi već i na način na koji se sadržaj prezentira. Primjer tome je **pretjerana seksualnost** u reklamama, glazbenim spotovima i slično. Djeca su posebno ranjiva skupina jer zbog svog psihofizičkog razvoja nisu u stanju prepoznati **manipulativne sadržaje**. Umjesto kreativnog provođenja slobodnog vremena, internet, mediji, društvene mreže nude dokoličarenje, prosječnost i banalnost. Škola, posao i obaveze tretiraju se kao prepreke koje treba nadići.

Koristeći različite medije, djeca vrlo rano dolaze u kontakt s oglašivačima. U oglašavanju nije bit samo plasiranje određenih robnih marki, radi se i o utiskivanju određenih vrijednosti i životnih stilova te se djecu, u konačnici, 'odgaja' za buduće **pretjerano potrošačko društvo**.

***Izradu i objavljivanje serijala tekstova pod naslovom 'Mentalno zdravlje suvremenog društva – zašto je još uvijek tabu?', autorice Ljubice Jurič, financijski je podržala Agencija za elektroničke medije kroz projekt Poticanja novinarske izvrsnosti za 2022. godinu.***

*\*U tekstu su izneseni osobni stavovi i savjeti autora koji se ne mogu ni pod kojim uvjetima smatrati službenim stavovima Savjeti.hr-a. Savjeti.hr ne preuzima odgovornost za sadržaj ovog teksta.*

*Radi zaštite autorskog angažmana, drugi mediji/portali mogu preuzeti **najviše 50 posto** teksta objavljenog na Savjeti.hr stranicama uz navođenje **poveznice** na originalni tekst, u prvome odlomku prenesenog teksta. Pročitajte više o [uvjetima korištenja i autorskom pravima](#).*

Ako želite još zanimljivih poslovnih i životnih savjeta, **prijavite se** na naš dvomjesečni [newsletter](#).