



Progma*



Ovisnosti i mladi – utjecaj društvenih mreža i online platformi na problem konzumiranja alkohola

U današnje vrijeme gotovo je nemoguće normalno funkcionirati u društvu bez korištenja tehnologije, interneta pa čak i društvenih mreža. Društvene mreže su postale jedan od glavnih kanala komunikacije i svakodnevne stvarnosti velikog dijela populacije, a osobito mladih. Dok digitalni prostor zasigurno pruža prednosti koje imaju pozitivan učinak, poput brzog povezivanja, većeg broja informacija te zabave, istovremeno stvara velike rizike. **Društvene mreže i mediji ostavljaju veliki utjecaj na mlade i njihove stavove, uključujući i konzumaciju alkohola.**

Društvene mreže ne pružaju značajnu razinu sigurnosti. Na većini platformi je određena dobna granica s kojom se može pristupiti mreži, ali je lako zaobići to pravilo. Tako mladi na društvenim mrežama nerijetko nailaze na fotografije i videozapise slavni osoba, influencera i drugih mladih ljudi koji promoviraju svoju ili tuđu liniju alkohola, snimaju se na zabavama pod utjecajem alkohola i drugih supstanci itd. Ovime se normalizira ovakav način života i sama konzumacija alkohola te potiče mlade na rano eksperimentiranje s alkoholom, čime ih se stavlja u brojne rizike.



Istraživanje Europskog školskog istraživanja o alkoholu i drugim drogama iz 2019. godine ukazuje da se u mnogim europskim zemljama, uključujući i Hrvatsku, bilježi pomak prema ranoj konzumaciji alkohola. Mladi već u dobi od 15 - 16 godina iskazuju da su eksperimentirali s ili redovito konzumiraju alkohol.

Rana konzumacija alkohola negativno utječe na cjelokupni razvoj mlade osobe, ometajući njezino tjelesno, mentalno i emocionalno sazrijevanje. Mladi koji konzumiraju alkohol često pokazuju promjene u ponašanju, uključujući prkos, nestrpljivost i razdražljivost. Istovremeno dolazi do udaljavanja od obitelji i slabljenja emotivnih odnosa. Školske i druge obveze postaju zanemarene, što može rezultirati lošim akademskim uspjehom i otežanim profesionalnim razvojem u budućnosti. Osim toga, rani kontakt s alkoholom povećava rizik od konzumacije drugih psihoaktivnih supstanci, čime se dodatno ugrožava njihovo zdravlje i sigurnost. Mladi pod utjecajem alkohola češće se upuštaju u neodgovorne seksualne odnose, što može dovesti do neželjenih posljedica poput spolno prenosivih bolesti i neplaniranih trudnoća. Također, skloniji su nasilničkom ponašanju i sudjelovanju u kaznenim djelima, čime ugrožavaju ne samo sebe, već i svoju okolinu.



U današnje vrijeme prisutan je i fenomen FOMO – *fear of missing out*. Ovaj fenomen označava strah od propuštanja društvenih događanja i potrebu održavanja *online* veza. Povezan je s



Progma*



negativnim posljedicama na mentalno zdravlje, socijalnu funkcionalnost, san, akademsku i radnu učinkovitost te fizičko zdravlje. Mladi žele što više biti uključeni u aktualne događaje i slijepo slijede trendove na društvenim mrežama. Pojavljuju se trendovi poput: „tko će više biti pijan”, „ja prije i poslije alkohola” i sl. Mladi se lako upuštaju u takve trendove, ne razmišljajući o posljedicama jer im sudjelovanje u takvim trendovima daje trenutnu slavu („going viral“). Uz FOMO se može vezati i fenomen vršnjačkog pritiska koji je prije više bio istaknut u izravnoj međusobnoj interakciji, a sada djeluje prikriveno u digitalnom svijetu. **Mladi ako vide kako njihovi vršnjaci objavljuju slike s alkoholnim pićima u ruci te ih u komentarima veličaju njima značajni vršnjaci, osjećat će se natjerano da se i oni tako ponašaju kako bi im se svidjeli.**

Već smo zaključili da će društvene mreže uvijek biti dio svakodnevice mladih te će izoliranje od društvenih mreža donijeti više štete nego koristi. Zbog toga, veliku odgovornost nose sami kreatori društvenih mreža i njihove politike, uz njih i država koja bi trebala biti osviještena o načinu na koji utječu društvene mreže na njihove mlade generacije, te roditelji i školstvo koji trebaju imati preventivne programe. Možemo staviti dodatnu odgovornost i na *influencere*. Influenceri su u mojim očima ljudi kojima je objavljivanje sadržaja vjerojatno jedan od primarnih izvora zarade, te kada dobiju dobro plaćeno sponzoriranje, teško ga je odbiti; nekima je to preživljavanje, no to otvara brojna etička/moralna pitanja.

Kao što sam rekla, prvo su odgovorni kreatori koji sami određuju kako će njihove platforme funkcionirati. Neke od platformi imaju čak razvijene filtere kojima se uklanja nepoželjan sadržaj, no ponekad, zbog velike količine sadržaja, algoritmi često ne uspijevaju učinkovito ukloniti rizične objave. Također, zbog pretjerane regulacije, popularni pojedinci i drugi promotori pronalaze kreativne načine za zaobilazanje takvih ograničenja. Time bi država trebala prepoznati koje određene društvene platforme imaju značajan rizični utjecaj na mlade te ih izbaciti. No, i ovdje mladi pronalaze načine poput VPN-a i sl. Na kraju, najveću ulogu imaju roditelji i obitelj te školstvo.



Roditelji bi trebali redovito razgovarati s mladima o tome što gledaju *online*. Razmjena mišljenja, iskustava i informacija može pomoći djetetu da prepozna manipulativni ili neprimjeren sadržaj. Uz poštovanje privatnosti mlađih adolescenata, važno je imati uvid u njihove virtualne aktivnosti. Kroz postavljanje jasnih granica vremena provedenog *online* te razgovore o tome koje su stranice i kakvi sadržaji prihvatljivi, roditelji mogu smanjiti izloženost djece problematičnim utjecajima. Mlade treba usmjeriti da propituju motive koji stoje iza određenih objava ili marketinških kampanja. Primjerice, „Zašto netko promovira određenu vrstu pića?“ ili „Je li ovo stvarno prikaz realnosti ili iskrivljena slika?“. Djeca često oponašaju roditelje. Ako roditelji odgovorno postupaju s alkoholom, šalju poruku o nužnosti umjerenosti i svjesnosti o posljedicama.

Sam digitalni prostor nije po sebi ni dobar ni loš, sve ovisi o tome kakvim sadržajima je mlada osoba izložena i u kakvom kontekstu ih promatra. Ako se na vrijeme podigne svijest i razvije kritički odnos prema *online* sadržajima te provode konkretne preventivne mjere, moguće je umanjiti negativne posljedice i osnažiti mlade za donošenje zrelih odluka o konzumiranju alkohola.

Ivana Bačić



Pragma*



Programske aktivnosti programa „**Pomak**” udruge Pragma provode se uz financijsku potporu Ministarstva zdravstva. Sadržaj dokumenta u isključivoj je odgovornosti Udruge i ni pod kojim uvjetima ne može se smatrati kao odraz stajališta Ministarstva zdravstva.

* Rad je nastao unutar vježbi/prakse iz kolegija „Socijalni rad i mladi društveno neprihvatljivog ponašanja“ Studijskog centra socijalnog rada Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Citiranje:

Bačić, I. (2025). *Ovisnosti i mladi – utjecaj društvenih mreža i online platformi na problem konzumiranja alkohola*. Pragma: Zagreb.

Literatura:

1. ESPAD – European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs. (2019). *ESPAD Report 2019: Results from the European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs*. Lisabon: EMCDDA.
https://www.espad.org/sites/default/files/2020.3878_EN_04.pdf Preuzeto 26. veljače 2025.
2. Livingstone, S., & Helsper, E. (2010). *Balancing opportunities and risks in teenagers' new media use: the role of digital skills in emerging strategies of parental mediation*. *Policy & Internet*, 2(4), 1-28.
https://www.researchgate.net/publication/312007497_Maximizing_Opportunities_and_Minimizing_Risks_for_Children_Online_The_Role_of_Digital_Skills_in_Emerging_Strategies_of_Parental_Mediation Preuzeto 26. veljače 2025.
3. Ministarstvo zdravstva RH. (2019). *Nacionalni program prevencije i smanjenja štetne uporabe alkohola*. Zagreb: Ministarstvo zdravstva
4. Ministarstvo zdravstva, <https://zdravlje.gov.hr/zajednicka-akcija-za-smanjenje-stete-povezane-s-alkoholom-5407/5407> Preuzeto 26. veljače 2025.
5. Nastavni zavod za javno zdravstvo „Dr. Andrija Štampar“. (2024). *Alkohol i mladi*.
<https://stampar.hr/hr/novosti/alkohol-i-mladi> Preuzeto 26. veljače 2025.
6. World Health Organization. (2018). *Global status report on alcohol and health*. Geneva: World Health Organization
<https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/274603/9789241565639-eng.pdf?sequence=1> Preuzeto 26. veljače 2025.