

Reprezentacija psihičkih poremećaja i bolesti na televiziji: percepcija publike i oboljelih

Liber, Petra

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:051213>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2020-10-22**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - graduate works of students of political science and journalism / doctoral thesis](#)



Sveučilište Zagreb
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Petra Liber

**REPREZENTACIJA PSIHIČKIH POREMEĆAJA I BOLESTI NA
TELEVIZIJI: PERCEPCIJA PUBLIKE I OBOLJELIH**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2019.

Sveučilište Zagreb
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

**REPREZENTACIJA PSIHIČKIH POREMEĆAJA I BOLESTI NA
TELEVIZIJI: PERCEPCIJA PUBLIKE I OBOLJELIH**

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: dr. sc. Dunja Majstorović Jedovnicki

Studentica: Petra Liber

Zagreb
rujan 2019.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad, *Reprezentacija psihičkih poremećaja i bolesti na televiziji: percepcija publike i oboljelih* koji sam predala mentorici dr. sc. Dunji Majstorović Jedovnicki, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16.-19. Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Petra Liber

Ovim putem željela bih se zahvaliti svojoj mentorici dr. sc. Dunja Majstorović Jedovnicki na ukazanom povjerenju, strpljenju i pomoći tijekom pisanja diplomskog rada. Hvala Vam na savjetima koji su mi olakšali proces stvaranja ovog rada. Također se zahvaljujem svim profesorima na pruženom znanju koje sam stekla tijekom fakultetskog obrazovanja te ostalim djelatnicima koji su smireno pomagali i savjetovali me.

Najveće hvala mojoj obitelji (mami, tati, sestri, bratu i šogoru) što su mi svojom podrškom omogućili da ostvarim svoje želje. Hvala vam za riječi ohrabrenja u teškim trenucima te moralnu i financijsku potporu bez koje ne bih mogla završiti fakultet. Također hvala mojim nećacima Lovru i Roku koji su me podsjetili koliko je bitna dječja radoznalost i u odrasloj dobi.

Posebno hvala mom dečku Leonu koji je slušao glasna učenja, sa mnom proživljavao svaki dobar i loš trenutak te je bio jak u trenucima kada ja nisam bila. Hvala što si uvijek vjerovao u mene onda kada ja nisam.

Zahvaljujem se i svojim kolegama i kolegicama s fakulteta na zajedničkim seminarima, prezentacijama i položenim ispitima. Posebno hvala mojoj kolegici i prijateljici Vedrani jer je odvajala svoje vrijeme i pomagala mi prilikom učenja. Također hvala mojim najdražim prijateljicama (Nini, Petri i Samanti) što su uvijek bile tu iako smo bile kilometrima udaljene. Hvala vam za vikende bijega od obaveza i za „držanje figa“ prije svakog ispita ili prezentacije. Hvala i svima ostalima koji su bili uz mene tijekom cijelog obrazovanja.

Petra Liber

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. REPREZENTACIJA PSIHIČKIH POREMEĆAJA I BOLESTI U MEDIJIMA	3
2.1. Liječnici i pacijenti u filmovima i serijama	4
2.2. Pogreške i razlike u medijskoj reprezentaciju psihičkih bolesti i poremećaja.....	5
3. OPSESIVNO KOMPULZIVNI POREMEĆAJ (OKP).....	8
4. DEPRESIJA	12
5. ISTRAŽIVANJE.....	16
5.1. CILJ I METODA	16
5.2. ISTRAŽIVAČKA PITANJA I HIPOTEZE	17
6. REZULTATI.....	19
6.1. PERCEPCIJA PUBLIKE	19
6.2. PERCEPCIJA OBOLJELIH	31
6.2.1. Percepcija oboljelih o reprezentaciji depresije	31
6.2.2. Percepcija oboljelih o reprezentaciji opsesivno kompulzivnog poremećaja	35
7. Zaključak.....	41
8. Literatura.....	44
Sažetak	48
Summary	49

1. UVOD

Mentalno zdravlje i psihičke bolesti koje narušavaju to zdravlje česta su tema u medijima 21. stoljeća. Osim informativnih medija koji nas obrazuju i informiraju o psihičkim bolestima, zabavni mediji su u toj problematici prepoznali vrijedan i opsežan izvor ideja od kojih mogu profitirati i zabaviti publiku. Iako je zaokupljenost mentalnim zdravljem pozitivan iskorak za današnje društvo, ljudi koji boluju od psihičkih bolesti ili poremećaja još uvijek su marginalizirani. Psihičke bolesti mogu biti genetski uvjetovane, mogu biti posljedica biološkog ili kemijskog disbalansa te mogu biti uzrokovane zbog nezdrave okoline, što uključuje i društvo. Kako bi se spriječio konstantni rast razvoja psihičkih bolesti, osim napredovanja na medicinskom i farmaceutskom polju, potrebno je obrazovati i osvijestiti društvo. Takvu moralnu obvezu ima svaki pojedinac, a posebnu obvezu imaju institucije poput škola, fakulteta, raznih organizacija i zdravstvenih zavoda te mediji. Prema informacijama iz Svjetske Zdravstvene Organizacije (WHO) čak 110 milijuna ljudi u Europi pati od nekog oblika psihičke bolesti ili poremećaja, a prema informacijama iz Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo od psihičkih bolesti pati 11,7% populacije u Hrvatskoj (www.hzjz.hr, 2018). Pošto se radi o nezanemarivom broju ljudi, bitno je njihovo predstavljanje širem društvu, a tu veliku ulogu igraju mediji dostupni većini. Interes ovog rada su primarno zabavni mediji, odnosno televizijski žanrovi poput filmova, igranih serija te *reality* serijala. Kako bih omogućila detaljniju analizu, za istraživanje sam odlučila obraditi dva učestalo prikazivana televizijska psihička problema, depresiju i opsesivno kompulzivni poremećaj.

Fokus istraživanja jest reprezentacija psihičkih bolesti na televizijskom mediju u očima publike i oboljelih (kako percipiraju takvu reprezentaciju). Zanimaju me reakcije i stavovi publike o sadržaju koji oslikava depresiju i opsesivno kompulzivni poremećaj te sam za tu svrhu koristila metodu ankete. Kako bih saznala kako taj sadržaj izgleda iz perspektive oboljelih, odabrala sam metodu intervjua.

Rad započinje uspostavljanjem temeljnih pojmova te činjenica o mentalnom zdravlju, zatim slijede povijesni primjeri reprezentacija psihičkih bolesti općenito u medijima. Retrospektivno se spominju najčešće korišteni stereotipovi o psihičkim bolesnicima i njihovom liječenju te kako je to utjecalo na njihov položaj u društvu. Fokus se premješta konkretno na opsesivno kompulzivni

poremećaj te se uz osnovne informacije o poremećaju može saznati kako je on reprezentiran, kakav je utjecaj te reprezentacije i kritika. Kraj teorijskog okvira odnosi se na depresiju, predstavljene su najrelevantnije činjenice o samoj bolesti i osobama koje boluju od iste. Objasnjeno je zbog čega se pojam sve češće koristi i zašto je to štetno. Slijedi istraživački dio koji se odnosi na mišljenja publike i oboljelih o načinu reprezentacije depresije, opsesivno kompulzivnog poremećaja te psihičkih bolesti općenito.

Cilj ovog rada je ukazati na veliki učinak zabavnih medija i moć koju imaju kod kreiranja stavova o psihičkim bolestima i poremećajima te o ljudima koji pate od istih, upozoriti na greške koje zabavni mediji rade, a mogu biti potencijalno štetne za oboljele, ali i publiku.

2. REPREZENTACIJA PSIHIČKIH POREMEĆAJA I BOLESTI U MEDIJIMA

Reprezentacija psihičkih bolesti i poremećaja u zabavnim medijima najčešće koristi dvije krajnosti, apsolutnu stigmatizaciju ili apsolutnu trivijalizaciju. Stigmatizacija je način na koji se određena stvar, osoba, grupa ili bilo koja pojava sramoti i stavlja na loš glas. U slučaju medijske reprezentacije psihičkih bolesnika stigmatizacija se postiže tako da se oboljeli prikazuju kao opasni i neuračunljivi, a najčešće se ne specificira o kojoj je bolesti riječ pa se stigma proširuje na niz bolesti psihičkog tipa. Trivijalizacija se koristi kako bismo nešto učinili manje bitnim ili beznačajnim. U slučaju nekih psihičkih bolesti ili poremećaja postoji trend trivijalizacije te se oboljeli susreću s neprihvatanjem i ismijavanjem jer se njihova dijagnoza ne smatra dovoljno ozbiljnom ili se njihovo stanje uopće ne smatra bolešću.

Prema National Institute of Mental Health (2009) jedan od četiri odraslih Amerikanaca pati od nekog psihičkog poremećaja, no nažalost, invaliditet koji je uzrokovan psihičkim bolestima često nailazi na nerazumijevanje i podcjenjivanje. (Primack i dr., 2009) *The Surgeon General's Report on Mental Health* opisuje nedostatke uzrokovane depresijom kao nešto što se može usporediti sa sljepoćom, a psihoza s kvadriplegijom. (Primack i dr., 2009) Psihičke bolesti su zaslužne za više štete nacionalnom produktu u Sjedinjenim Američkim Državama nego rak, ovisnosti te respiratorne i infektivne bolesti (DHHS, 2009 u Primack i dr., 2009). Ljudi psihičke bolesti povezuju s nasiljem, riječi koje smo koristili prije 50 godina kako bismo opisali ljude sa psihičkim bolestima, riječi poput: opasan, slab, lud, beskoristan i čudan su iste one koje koristimo i danas. APA (American Psychological Association) je napravila istraživanje 1997. godine kako bi otkrila ponašanje i razmišljanje publike o davateljima zdravstvenih usluga psihičkim bolesnicima. Ljudi su generalno osjećali nelagodu kada su pričali o bolestima, a mnogi su psihičke bolesnike još uvijek nazivali ludima (Beauchman, 2010).

Iako smo postali svjesniji različitih bolesti iz psihološkog spektra još uvijek nismo potpuno i točno informirani o takvim temama, stigma je još uvijek prisutna i čini zdravu populaciju odbojnima prema oboljelima, a oboljele čini odbojnima prema traženju pomoći. Ta stigma bolesnike sprečava u ostvarivanju veza, kako bi uzdržavali sami sebe te kako bi pridonosili zajednici u kojoj žive. "Slika o psihičkim bolesnicima kao opasnim, nasilnim i nepredvidljivim dominira u zabavnim medijima. Nasilna reprezentacija postaje učestalija u

filmovima i televiziji – jedan od četiri psihički bolesnih likova ubije nekoga, a polovica ih ozljedi drugu osobu.” (Stuart, 2006, prema Beauchum, 2010). U istraživanju Lauren Beauchum čak je 70% ispitanika reklo da ne bi željeli da se osoba sa psihičkom bolešću vjenča za nekoga iz njihove obitelji, njih 60% ne želi oboljele kao kolege na radnom mjestu, a čak polovica uopće ne želi kontakt sa psihički oboljelima (Beauchum, 2010).

Stigmatizacija dopušta diskriminacijsko ponašanje prema ljudima koji bi najviše mogli profitirati od društvene podrške i prihvaćanja. Oni su često prikazivani kao inkompetentni i izolirani bez društvenog identiteta. Bolesnici su često snimani izbliza kako bi se naglasila njihova izoliranost od ostalih likova u zajednici. Takvi likovi rijetko imaju mogućnost ozdravljanja ili nadu za boljom budućnošću. Stvarne činjenice iz pravog života su dakako, puno drugačije. Čini se da je industrija zabave zanemarila utjecaj i odgovornost koju ima prema oboljelima i njihovim obiteljima, a “mnogi smatraju medijsku sliku izrazito štetnom te obitelji efekte tih slika smatraju žalosnim, obeshrabrujućim, bolnima te izazivaju bijes u njima.” (Beauchman, 2010).

2.1. Liječnici i pacijenti u filmovima i serijama

Kinematografska industrija i psihologija koketiraju od samih početaka filma na prijelazu u 20. stoljeća. U to vrijeme začeta je i moderna psihologija u Europi s Freudovim idejama koje se fokusiraju na percepciju i interpretaciju, individualna i subjektivna iskustva te na ljudsko ponašanje i njegovu motivaciju. Te teme su često zastupljene u filmovima i interes ne slabi s vremenom. Razlog zbog kojeg su psihičke bolesti prenaplašene u filmovima bi mogao biti taj što filmovi prikazuju samo najzanimljivije dijelove, koncentriraju se na naglašavanje trenutaka koji su presudni, a to postižu pažljivim dizajniranjem scena i montažom. Svaka minuta je bogata osjetom i emocionalnim stimulansima, a svaka scena je pažljivo odabrana kako bi iskustvo gledanja i povezivanje s likovima bilo što moćnije. Pirks je naveo dva stereotipa psihički oboljelih likova koji se javljaju u filmovima; Glupan koji je smiješan i iracionalan te neuspješan koji je nepopravljivo inkompetentan te nema nikakve nade za oporavkom (Pirks et al., 2006). Osim pacijenata, često su stereotipizirani i psihijatri, psihoterapeuti te psiholozi zbog čega postoji vidljiva distance i strah koji ljudi osjećaju prema stručnjacima. Iako su u novijim filmovima prikazani kao idealisti koji brzo poprave svačije zdravlje, u starijim klasicima su demonizirani te iz vlastite zabave podvržu pacijente neugodnim i bolnim tretmanima poput lobotomije. Lijekove ne daju pacijentima kako bi im pomogli već kako bi ih sedirali i sebi

olakšali posao. Često su prikazani kao izrazito inteligentni, ali hladni ljudi koji razumiju ljudske emocije, ali ih ne smatraju bitnima, najpoznatiji primjer je Hanibal Lecter iz filma “Kad jaganjci utihnu” iz 1991.

Liječnice ili terapeutkinje su često prikazane kao nesposobne za profesionalni odnos i često se zaljubljuju u svoje pacijente. I same su često izgubljene i nesretne dok god se ne pojavi njihov “princ na bijelom konju” u obliku nesretnog, duboko depresivnog pacijenta kojeg one uspješno izliječe, ali ne svojom stručnošću već svojom seksualnošću i razumijevanjem. Jedan od novijih primjera je dr. Linda iz Netflixove serije “Lucifer” u kojoj doktorica osjeća veliku seksualnu privlačnost prema svom pacijentu s kojim se na taj način zbližava. S vremenom joj on otkriva svoju skrivenu tajnu i pokazuje da zapravo nije bolestan čovjek, već je on stvarno Lucifer iz pakla i njezin život dobiva novi smisao. Osim degradiranja i omalovažavanja svih žena koje su svoje vrijeme i znanje posvetile pomaganju i liječenju oboljelima, takve priče publici usađuju ideju da je sve što trebate ljubav. Lucifer i Linda su također dobar primjer stereotipa doktora kao “racionalne folije” kojeg Beaucman spominje u svom istraživanju (2006). U tim situacijama pacijent doktoru povjerava svoja nadnaravna iskustva za što doktor nudi racionalne, ovozemaljske odgovore, no na kraju se ipak ispostavi da je doktor bio u krivu, a pacijent stvarno ima super moći. Također je poznat filmski stereotip da izvor svih svojih nevolja nosimo u svojoj podsvijesti pa stručnjaci ni ne trebaju biti stručni, već samo trebaju znati razgovarati s pacijentima i dovesti ih do katarze u kojoj se sjećaju zbog čega su nesretni i nakon toga će doći do čudesnog samoizlječenja. Nije potrebno naglašavati da takve metode nisu djelotvorne kod pravih oboljenja, ali na žalost još se uvijek smatraju točnima među ljudima koji vrijeme provode konzumirajući zabavne medije i smatraju ih realnim izvorom informacija.

2.2. Pogreške i razlike u medijskoj reprezentaciji psihičkih bolesti i poremećaja

Heather Stuart (2006) smatra da su mediji stvorili neke od najosjetljivijih i najobrazovanijih materijala o psihičkim bolestima, ali su također zaslužni za kreiranje negativne slike s nekim od najzloćudnijih prikaza “ludosti” i strašnih prikaza psihijatrijskih tretmana. Studija Ulrike Cress je otkrila da što češće ljudi gledaju televiziju, njihovo znanje o opsesivno kompulzivnom poremećaju i šizofreniji je slabije. Studija je također pokazala da ljudi koji gledaju dokumentarne filmove znaju više o šizofreniji nego ljudi koji gledaju fikciju bez obzira na identične informacije

u oba žanra. Ljudi koji su gledali fikciju imaju negativnije stavove prema šizofreničarima. Kao što je već dokazano, ljudi koji češće gledaju televiziju, pogotovo kriminalističke serije i filmove, češće su u strahu da će postati žrtva nasilja, pošto su na televiziji psihičke bolesti prenaplašene u svojoj nasilnosti, razumljiva je reakcija publike koja se boji šizofreničara (APPC, 2014).

Šizofrenija se u medijima često krivo prezentira kao poremećaj ličnosti koji izaziva nasilno ponašanje kod oboljelog, iako bi publika trebala biti sposobna kvalitetnije se informirati, za takvu negativnu sliku su primarno zaslužni mediji koji bi trebali biti oprezniji i kritičniji prema materijalu koji plasiraju publici premda i u fiktivnoj formi koja može djelovati vrlo realno. Najbolji i najpopularniji primjer takve slike je film “Ja, ja Irena” koji je izašao 2000. godine, a glavnu ulogu ima Jim Carry koji u isto vrijeme glumi simpatičnog Charlieja i njegov “alter ego” Hanka. Charlie i Hank su dvije osobe koje žive u istom tijelu i imaju različite karaktere, to je jedna od karakteristika disocijativnog poremećaja identiteta. Iako su kritičari bili izrazito glasni kod objašnjavanja da je u filmu stvorena kriva slika o šizofreniji, publika je ostala uvjerena da šizofreničari osobe s dva ili više identiteta te jedan od tih može biti izrazito nasilan i vulgaran poput Hanka (www.theguardian.com, 2000.) Krivi prikaz je i u biografskom filmu “Genijalni um” u kojem se prikazuju epizode vizualne halucinacije koje glavni lik doživljava, u ovom slučaju publika nema razloga za strah, ali je opet stvorena kriva percepcija jer u realnosti jako mali dio šizofreničara doživljava vizualne halucinacije (www.addiction.com, 2012)

Stout i dr. su zaključili kako se reprezentacija psihičkih bolesti promijenila u zadnjih nekoliko godina. Otkrili su da su novine koje su pisale o psihičkim bolestima često o njima govorile u negativnom tonu, no smanjile su izvještaje o opasnim i agresivnim ljudima koji boluju od istih. Jasno je da su mediji s rastom društvene osjetljivosti postali obzirniji prema psihičkim bolesnicima i generalno pažljiviji kod stvaranja slika o bolestima općenito, no još uvijek postoji razlika u izvještavanju o pojedincima ovisno o njihovoj starosti i rodu. (Stout et al., 2004, u Zexin Ma, 2017.)

Studija Stout, P.A., Villegas, J i Jennings, N. A. (Zexin Ma, 2017) je pokazala da postoji razlika kada se izvještava o psihičkim bolestima među djecom i odraslima, kada se govori o djeci koristi se manje stigmatizirajuća terminologija te takve priče imaju točnije informacije o pojedinim bolestima. Whitley i dr. su istraživali rodne reprezentacije te su zaključili da su psihičke bolesti više stigmatizirane u slučaju izvještavanja o muškarcima nego kad su izvještaji o ženama

(Whitley et al. 2015 u Zexin Ma, 2017). “Postoji rodno i starosno nepodudaranja u vijestima u kojima je izvještavanje o dječjim/ženskim psihičkim bolestima objektivnije i uravnoteženije nego izvještavanje o odraslim/muškim psihičkim bolestima.” Zexin Ma (2017) također primjećuje kako je reprezentacija specifičnih tipova psihičkih zdravstvenih problema, poput opsesivno kompulzivnog poremećaja, manje negativna i stigmatizirajuća nego medijska reprezentacija psihičkih bolesti općenito.

3. OPSESIVNO KOMPULZIVNI POREMEĆAJ (OKP)

Prema Plivinom medicinskom rječniku “opsesivno-kompulzivni poremećaj (OKP) spada u skupinu anksioznih poremećaja, a karakteriziran je pojavom opsesivnih misli i kompulzivnih radnji.” (plivazdravlje.hr, 2018) Pritom se opsesije javljaju u obliku nametljivih misli, a kompulzije se odnose na ponašanje koje se ne može kontrolirati. Kompulzije su lako primjetljive te se često odnose na ponavljanje određenih radnji poput provjeravanja ili brojanja. Osoba koja pati od tog poremećaja može patiti od kompulzija ili opsesija, a može istodobno imati obje komponente bolesti. Zanimljivo je da ljudi koji imaju OKP shvaćaju što rade te da je to nepotrebno i iracionalno, često radi toga osjećaju neugodu, ali ne mogu sami sebe spriječiti u tome. Radi toga su im ograničene mnoge aktivnosti i uspješnost na raznim područjima poput obrazovanja, rada ili osobnih veza. Najčešće opsesije koje se javljaju oboljelima su: a) strah od zaraze – misle da će dodiranjem pokupiti neku zaraznu bolest pa često peru ruke, b) sumnja – skloni su provjeriti sve nekoliko puta jer su u strahu da su nešto propustili te će slijediti katastrofa, npr. zaključavanje ulaznih vrata ili provjeravanje štednjaka, c) sklonost simetriji – teže perfekcionizmu te žele da sve bude organizirano i posloženo prema određenom načinu, zbog toga se često javljaju kompulzije pa im neke jednostavne radnje mogu trajati duže vrijeme, d) nametljive misli – najčešće se odnose na neke neugodne ideje koje su povezane s agresijom, seksualnošću ili nekim tabuom, ovo je manje poznata komponenta ovog poremećaja jer ne izaziva kompulzije i nije vidljiva promatračima, no ovo je također dio poremećaja koji najteže pada oboljelima jer misle da će nekoga ozlijediti ili napraviti nešto društveno neprihvatljivo. (plivazdravlje.hr, 2018)

Iako je trend stigmatizacije psihičkih bolesti još uvijek vrlo vidljiv u medijskom sadržaj, čini se da se opsesivno kompulzivni poremećaj susreće s novom zaprekom – trivijalizacijom. Trivijalizacija OKP-a se realizira kao pojednostavljenje, smanjenje ozbiljnosti poremećaja i ruganje. Rachele Pavelko (2015) se u svom istraživanju ovog fenomena posvetila istraživanju društvenih medija i hashtagova #OCD (okp). Primijetila je da korisnici često svoja benigna ponašanja poput slaganja ladica ili organiziranja radnog prostora nazivaju opsesivno kompulzivnim poremećajem te u tu svrhu koriste #OCD. Naravno oni se referiraju na često viđen prikaz OKP-a u zabavnim medijima te svoje ponašanje uspoređuju s medijskim slikama ne znajući ili ignorirajući činjenicu da je to puno kompleksniji poremećaj. Nitko ne doživljava OKP

na isti način te je moguće imati samo opsesivne ili samo kompulzivne simptome, misli i rituali se također javljaju u raznim oblicima kod pojedinaca. OKP je često netočno prikazan i trivijaliziran od strane publike jer je lakše razumjeti primjetljiva kompulzivna ponašanja nego neopipljive opsesivne misli. Često se OKP u medijima prezentira kao naglašeno i učestalo pozitivno ponašanje poput detaljnog čišćenja. Poznata je serija “Opsesivno kompulzivni čistači” koja prikazuje ljude s opsesivno kompulzivnim poremećajem koji se suočavaju sa svojim strahom od nečistoće i čiste izrazito prljave domove. U tom slučaju oni rade nešto pozitivno, čiste i uče neuredne ljude kako da održavaju higijenu te pritom promijene svoj životni stil. Izrazito su detaljni u svom čišćenju i ne odustaju do kad nisu sve napravili savršeno.

U moderno doba svi težimo nekoj vrsti savršenstva pa to prezentira OKP kao nešto pozitivno i poželjno. Nije potrebno mozganje kako bismo shvatili zbog čega se ljudi, koji se informiraju iz takvih slika, žele poistovjetiti s takvim likovima. Iako takva reakcija ljudi nije namjerno zla, ljudi sa stvarnim poremećajem pate jer ne nailaze na razumijevanje “zdravih” ljudi jer je stvorena slika o OKP-u kao o minornom i pomalo simpatičnom poremećaju koji može biti pozitivan. Ni informativni mediji se ne trude dublje ući u materiju pa često vidamo dokumentarne emisije o OKP-u koje također zanemaruju opsesivni dio, već se fokusiraju na zatvaranje vrata, brojanje, organiziranje prostora i zaobilaženje pukotina na cestama. “Efekti trivijalizacije percepcije bolesti i percepcija onih koji koriste trivijalizirajući jezik su bitni jer oni mogu utjecati na to kako drugi komuniciraju s ljudima koji imaju OKP te na javnu zdravstvenu potporu. Ako neobuzdana trivijalizacija bolesti navodi korisnike društvenih mreža da vjeruju da je OKP benigna bolest koja se sastoji od isticanja i uređenja, oni bi mogli imati manje suosjećanja prema onima koji pate od bolesti.” (Pavelko i Myrick, 2015).

Akadska literature predlaže tri potencijalne komponente trivijalizacije bolesti: pojednostavljenje, smanjenje ozbiljnosti i komična reprezentacija. Pojednostavljenje je kada je komplicirana bolest pojednostavljena, a to može promovirati krivu percepciju o stvarnom stanju. Psihičke bolesti su dugo vremena imale manje pozornosti od strane medicinske zajednice i javnosti, u relativnom kratkom vremenu svi su počeli obraćati pozornost na taj tip oboljenja, taj fenomen se zove “Pepeljuga efekt”. Javnost još uvijek uvelike nije obrazovana o bitnosti psihičkog zdravlja te je indiferentna prema psihičkim oboljenjima, to može potaknuti mnoga pitanja o legitimnosti i ozbiljnosti nekih psihičkih bolesti i javlja se skepticizam o ozbiljnosti. Ruganje se odnosi na podcjenjivački humor koji ponižava i omalovažava pojedince ili grupe.

Pošto se reprezentacija OKP-a više fokusira na kompulzije, manje se ukazuje na bitnost opsesije i anksioznost, ljudi ne pokazuju preveliko razumijevanje jer im se te kompulzije čine nepotrebnima i smatraju da se oboljeli sami mogu trgnuti iz svojih rituala, no ono što ne znaju jest da su te kompulzije obično reakcija na opsesiju. Ruganje koriste pojedinci kako bi iskazali svoju superiornost nad onima za koje smatraju da su im inferiorni te se povezuje s nasilničkim ponašanjem. (Pavelko i Myrick, 2015) “#OCD na Twitteru se često odnosi na ruganje samome sebi, ali ako uključujemo hashtag koji se odnosi na bolest, s ruganjem samima sebi se zapravo rugamo onima koji pate od te bolesti.” (Pavelko i Myrick, 2015). To može značiti da autor takvog sadržaja misli da je bolji od onih koji stvarno pate od poremećaja. Iako ponavljanja i ritualna ponašanja koja se povezuju s OKP-om mogu djelovati kao nešto čemu se možemo rugati onima koji ne razumiju njegovu ozbiljnost, to reducira bolest na polu istinu koja se fokusira samo na smiješno ponašanje” (Pavelko i Myrick, 2015). Iako takav način može djelovati kao da nam približava stigmatizirane grupe poput psihičkih bolesnika, takav jezik može promovirati krivu sliku o OKP-u. Riječi koje koriste masovni mediji ima moć, a neprimjerena terminologija ima vrlo negativni učinak na one koji pate od bolesti. Korisnici s minimalnim osobnim iskustvima i izloženosti OKP-u se mogu oslanjati na trivijalizirani sadržaj prema kojem će krojiti mišljenje o OKP-u i o ljudima koji pate od njega.

Ljudi koji pate od psihičkih bolesti često se poistovjećuju s grupama sličnima njima te stvaraju grupni identitet. Iako su slike psihičkih bolesti u vijestima i zabavnim medijima ili stereotipizirane ili trivijalizirane, C. A. Joffner i E. L. Cohen (2012) su u svojem istraživanju došli do zaključka da to nije slučaj kod serije “Monk”. Monk je serija o liku detektivu Adrianu Monku koji nakon tragične smrti žene doživi živčani slom. Taj događaj je bio okidač zbog kojeg mu se javlja opsesivno kompulzivni poremećaj. Žena koja je inače bila novinarka koju je ubila bomba podmetnuta u autu. Monk je vjerovao da je to samo dio zavjere koja je nastala zbog nekih informacija koje je žena otkrila i u strahu je bio zatočen u stanu više od tri godine. Njegova spasiteljica je ujedno i medicinska sestra koja se brinula o njemu, natjerala ga je da se suoči sa stvarnim svijetom nakon čega on postaje policijski detektiv. Monk je prikazan kao genijalac s vrlo visokom stopom inteligencije, a postoje nedokazane tvrdnje da su ljudi koji pate od OKP-a često inteligentniji od prosjeka. Nije začuđujuće da se ljudi s OKP-om lako poistovjećuju s Monkom, on je simpatičan, inteligentan i smiješan te oni u njemu vide svojevrsnog heroja koji im pokazuje kako mogu biti uspješni usprkos otežavajuće situacije u kojoj se nalaze. “Specifični

medijski portreti koji se suprotstavljaju prevladavajućim stereotipovima mogu imati efekt koji reducira stavove publike” (Joffner i Cohen 2012.), a Monk je među prvim serijama koja odbacuje poznate stereotipove poput vjerovanja da su ljudi sa psihičkim bolestima nasilni, neinteligentni i nesposobni pridonijeti društvu u kojem žive. Rijetko je jasno naglašeno od koje točno bolesti likovi pate što može dovesti do generalizacije svih tipova bolesti i poremećaja, a ispitanici u istraživanju C. A. Joffner i E. L. Cohen su rekli da jasno razaznaju simptome OKP-a te smatraju da su poprilično dobro prikazani. Iako su u medijskim portretima opsesivno kompulzivnog poremećaja često izostavljene opsesivne misli, u Monku je dobro opisana anksioznost, razni strahovi, ali i kompulzije koje su proizvod takvog razmišljanja. Ako vjerujemo da mediji utječu na društvene norme, javno mnijenje ili vjerovanje o društvenim grupama, to može voditi do toga da ljudi mijenjaju svoje ponašanje kako bi se prilagodili društvenim normama ili kako bi izbjegli posljedice poput odbacivanja i ismijavanja. Ljudi koji imaju člana obitelji s OKP-om više vjeruju da je Monk smanjio društvenu stigmatizaciju. Istraživanje je dokazalo da je pozitivni utjecaj Monka na osobne stavove o OKP-u povezan s povećanom voljom ljudi da potraže zdravstvenu pomoć (Joffner i Cohen, 2012). Ovakav tip zabavnog sadržaja može imati pozitivni učinak te potaknuti ljude da potraže ili nastave s tretmanima za ozdravljenje.

4. DEPRESIJA

Depresija je najčešća psihička bolest 21. stoljeća. Radi se o bolesti koja utječe na ljudsko raspoloženje te su za nju karakteristična stanja poput bezvoljnosti, potištenosti i pomanjkanja veselja. Sama riječ depresija dolazi od latinske riječi deprimere što znači potisnuti, udubiti ili potlačiti. (plivazdravlje.hr) Osjećaji poput tuge, krivnje, umora i iscrpljenosti intenzivni su kod ljudi koji pate od depresije, a mogu trajati duže vremensko razdoblje. Često su toliko intenzivni da se samoubojstvo može činiti kao jedino rješenje, što je osim kvalitete života, najvažniji aspekt zbog kojeg stručnjaci sve više upozoravaju na ozbiljnost i fatalnost depresije. “Prema podacima o bolestima i kroničnim stanjima prikupljenima putem izjave u Europskoj zdravstvenoj anketi 2014.-2015. godine, 5,1 % muškaraca i 6,2 % žena u Hrvatskoj navodi da je u posljednjih 12 mjeseci imalo depresiju. Prema odgovorima na skali izraženosti depresivnih simptoma iz istog istraživanja, 10,3 % stanovnika Republike Hrvatske ima blage do umjerene depresivne simptome, dok 1,2 % stanovnika ima umjereno teške do teške depresivne simptome.” (www.hzjz.hr, 2017). Svjetska zdravstvena organizacija procijenila je da depresija raste i da će biti drugi vodeći uzrok invaliditeta u bliskoj budućnosti.

Potrebno je razlikovati privremeni depresivni osjećaj i bolest depresiju. U kolokvijalnom jeziku redovito naglašavamo da smo depresivni kada se taj dan ili trenutak osjećamo tužno, umorno ili bezvoljno. Negativne emocije i raspoloženja normalna su pojava kod svih, pa i zdravih ljudi i intenzivnije su nakon stresnih ili tužnih situacija, takvi osjećaji prolaze, dok bolest depresija traje konstantno i simptomi se javljaju periodično kroz duže vrijeme. Ako se dogodi da nakon neke stresne ili tužne situacije osjećaj depresije ne prolazi duže vrijeme, onda to može značiti da je taj događaj bio okidač koji je probudio bolest. Uzrok depresije jest narušena ravnoteža kemijskih tvari u mozgu te iako ona utječe na psihičko stanje bolesnika, zapravo je fizička bolest. Genetski je uvjetovana i liječi se psihoterapijom ili lijekovima, a često i kombinacijom tih metoda. (plivazdravlje.hr)

U filmovima i serijama često je prikazivano kako likovi ozdrave tek nakon što odbace lijekove i sami odluče da će od sada biti sretni. Jedan od tih filmova je i “Garden State” u kojem lik Braff boluje od depresije te nakon upoznavanja s djevojkom i iskrenog razgovora on odlučuje biti sretan, odbija liječenje i život mu postaje bolji. U tom filmu, ali i u mnogim drugima srećemo se sa stereotipom “ljubav liječi sve”. Iako je to simpatična i pozitivna priča u koju bismo svi voljeli,

činjenice govore suprotno. Opasnost takve reprezentacije leži u tome kakvu poruku šalje oboljelima, ali i kakvu poruku šalje publici. Oboljeli će možda pokušati s tom metodom “liječenja” i u najboljem slučaju će im bolest ostati u istom stadiju ili će napredovati za vrijeme “alternativnog liječenja”, a publika će povjerovati u priču da je depresija prolazni osjećaj koji se javlja kada se družimo s pogrešnim ili negativnim ljudima, pa će oboljelima savjetovati da nađu pozitivnije okruženje. Takvi savjeti i želje ne mogu škoditi, ali nerazumijevanje bolesti može te je potrebno educirati publiku o ozbiljnosti bolesti i načinima liječenja.

Mediji su u 21. stoljeću osnovni aspekt života, oni ujedno i reflektiraju i kreiraju društvenu stvarnost. Kao što je i u slučaju opsesivno kompulzivnog poremećaja, depresija je također trivijalizirana u medijima, ali i u široj javnosti. Juane Clarke i Adele Gawley (2008) su napravile studiju o medijskom prikazivanju depresije u 98 članaka namijenjenih publici u Sjedinjenim Američkim Državama i u Kanadi između 1980. i 2005. godine. Zapazile su rast članaka o depresiji, međutim, bilo ih je relativno malo u usporedbi s drugim bolestima poput raka. Došle su do zanimljivog trenda koji se javlja 90-ih godina prošlog stoljeća o depresiji kao o oblaku sa srebrnim oblogom za slavne umjetnike. U magazinima se raspravlja o raznim slavnim ličnostima i umjetnicima za koje se smatra da ne bi bili sposobni postignuti sve to bez da su bolovali od depresije. U to vrijeme depresija počinje dobivati poželjne karakteristike i polako gubi negativne stereotipove. “Takve poveznice između depresije i kreativnosti, vodstva i slavnih, u kontekstu kojem se lijekovi lako nabavljaju, mogu se reflektirati na situaciju u kojoj depresiji raste privlačnost” (Elliot, 2000, u Clarke, 2008). Iako postoje očigledne koristi za destigmatizaciju depresije (kao što je vidljivo u poveznici sa slavnima) i povećanoj konzumaciji lijekova za liječenje, takvi trendovi trebaju biti kritički sagledani.” (Clarke, 2008).

Istražujući grčke i ciparske medije, Maria Orphanidou i Irini Kadianaki su uočile dva neetična prikaza depresije; biomedicinska depresija i svakodnevna depresija koja se prikazuje kao nešto što pogađa svakoga i uobičajeno je te se liječi kroz samo-upravljanje. Smatraju da obje teme promoviraju individualističko razumijevanje depresije, pritom pojedinci vjeruju da su odgovorni za stanje za koje se smatra da je izvan njihove kontrole. (Orphanidou i Kadianaki, 2018). Svakodnevna tema sadržana je u nešto većem broju članaka u odnosu na biomedicinsku temu. Biomedicinska depresija navedena je člancima koji su se oslanjali na dijagnostički jezik, koji su sadržavali ideje o depresiji kao dijagnosticiranoj bolesti i osvjetljavali integralnu ulogu

biomedicinske domene u razumijevanju i liječenju depresije. Međutim, svakodnevna depresija sadržavala je članke koji prikazuju depresiju kao nešto normalno, a ne patološko, nešto što se može susresti u svima. Bila je usko povezana sa socio-ekonomskim, etiološkim čimbenicima i prijedlozima koji promiču samoupravljanje zdravljem. (Orphanidou, 2018). Biomedicinska depresija je prikazivana kao nekontrolirana epidemija koja proždire sve živo i opasna je po život. U člancima svakodnevne depresije je zanimljivo što je često bio apsces definicije depresije. To može značiti da se depresiju smatra poznatim pojmom i sastavnim dijelom svakodnevnog života, a definicija je suvišna. (Orphanidou, 2018). Pošto je istraživanje provedeno u vrijeme lošeg financijskog stanja tih država, često je depresija spominjana u kontekstu financijske krize i nezaposlenosti. Prikazano je da pojedinac nema kontrolu nad uzrokom depresije koji je bio povezan s ekonomskom krizom, ali istovremeno je bio predstavljen kao kontrola nad liječenjem odgovornim za pronalaženje načina za prevladavanje depresije kroz samoupravljanje. (Orphanidou, 2018). Metode nemedicinskog karaktera u svakodnevnoj depresiju su često bile opravdavane mogućnosti liječenja. Iako su obje teme stavljene u kontekst neetičnosti, na kraju su ipak zaključile da bez obzira na mane biomedicinskih članaka, zbog njihovog znanstvenog i medicinskog utemeljenja ipak je vjerodostojnije i može biti informativnije za javnost (Orphanidou, 2018).

Izražavanje stanja depresije često se temelji na metaforama, no one nisu nužno verbalne prirode. Postoje četiri dominantne metafore za depresiju; 1. Depresija je mračno čudovište, 2. Depresija je tamni prostor, 3. Depresija je zatvorena kišom, 4. Depresija je tamni prostor koji omeđuje (Fahlenbarch, 2017, u Forceville, 2018). Istraživanje animiranih filmova bez tona Charlesa Forcevillea i Sissy Paling je potvrdilo dominantne metafore. Postoje i druge metafore poput: spuštanja, ogromna divlja životinja, iznenadno ukazanje, iznenadni gubitak kontrole, ulazak u šumu, pad sunca, opterećenje i smanjivanje. (Fahlenbarch, 2017 u Forceville, 2018). Depresija je prirodni agent (munja ili oblak), depresija je zatvoreni prostor (zamka ili zatvor), depresija je tama (sijena ili vacuum), depresija je padanje prema dolje (Forceville, 2018). Depresija je još uvijek konfuzna i mračna tema u očima većine ljudi te se pomoću takvih metafora pokušava pojasniti stanje oboljelih široj publici. Pošto tamu često poistovjećujemo s nečim negativnim, a svijetlo s pozitivnim, nije čudno što su sve metafore obojene u crno. Na kraju filmova u kojima se lik "izvuče" iz depresije često vidamo neko nenadano svijetlo. Depresija je često opisana kao

neki teret te sretni završeci filmova često prikazuju, pad ili bacanje tereta, ili pak podjela tereta na više ljudi.

5. ISTRAŽIVANJE

5.1. CILJ I METODA

Kako bih mogla istražiti problematiku vezanu uz reprezentaciju psihičkih bolesti na televiziji te percepciju publike i oboljelih od depresije i opsesivno kompulzivnog poremećaja nije bilo dovoljno samo promatrati i istraživati sadržaj koji zabavni mediji nude, već je potrebno ispitati sudionike o njihovim stavovima i razmišljanju.

Za istraživanje percepcije publike je izabrana metoda ankete jer je tako najlakše doći do velikog broja ispitanika što istraživanju daje veći opseg. Anketa (lat. *inquisita*; *enquirere* = istraživati eng. *survey*; fr. *enquête*) se definira kao vrsta statističkog istraživanja koje proučava agregate jedinica, najčešće ljudi, ekonomskih ili društvenih cjelina/institucija. U širem smislu, ona se povezuje s čitavim skupom jedinica, tj. populacijom, kao, primjerice, u popisu (Žugaj, Dumčić, Dušak, 2006 u Dumčić, Žmuk, 2009).

Anketa je postupak pomoću kojeg se prikupljaju i analiziraju izjave ljudi kako bi se saznali njihovi stavovi i mišljenja o određenoj temi, u ovom slučaju su prikupljene informacije kako bi saznali kakva je percepcija publike o reprezentaciji psihičkih bolesti u zabavnim medija.

Anketa je kreirana i provedena pomoću Googleovog alata "Google forms". Pitanja za publiku se dijele u četiri glavna dijela, a to su: 1. osnovni podatci o ispitaniku, 2. generalno znanje ispitanika o psihičkim bolestima i poremećajima, 3. mišljenje ispitanika o prikazu psihičkih bolesti i poremećaja u zabavnim medijima te 4. skala koja ocjenjuje njihove emocije i mišljenja vezena uz određene stereotipove o depresiji i opsesivno kompulzivnom poremećaju. Sastoji se od 33 pitanja te 2 potpitanja, provedena je na hrvatskom jeziku te je u njoj sudjelovalo 265 ljudi iz regije (Makedonija, Slovenija i Srbija), a većinski dio ispitanika je iz Hrvatske. Anketa je postavljena *online* te je ispitanicima slana internetskim putem koristeći razne načine poput društvenih mreža (Facebook i Instagram), aplikacija za dopisivanje (WhatsUp i Viber) te putem *e-maila*. Uzorak je prigodan, a sastojao se od prijatelja i poznanika te nepoznatih ispitanika koji su bili zainteresirani za temu, a do ankete su došli putem društvenih mreža. Kako bi se istražila percepcija oboljelih o reprezentaciji psihičkih bolesti na televiziji, korištena je metoda intervjua. Intervju je oblik razgovora u kojem dvije osobe (ili više njih) sudjeluju u verbalnoj i neverbalnoj interakciji radi ostvarivanja unaprijed određenoga cilja: prikupljanja podataka o toj osobi (tzv.

faktografski intervju), procjene njezinih sposobnosti, osobina i osobnih problema (psihodijagnostički intervju), te savjetovanja ili psihoterapije (psihoterapijski intervju) (enciklopedija.hr). Korištena je polustrukturirana forma intervjuja u kojoj istraživač ispitaniku dopušta manja tematska udaljavanja od postavljenih pitanja (www.struna.ihj.hr). Dopusštena su odstupanja od pitanja ili potpitanja kako bi se moglo ući u dubinu problema i pokušati shvatiti njihove stavove što je točnije moguće. U radu su navedeni citirani ili parafrazirani odgovori sugovornika te su korištene samo one izjave koje imaju potrebne informacije koje su relevantne za istraživanje. Dio intervjuja je proveden direktnim razgovorom u četiri oka, a drugi dio je proveden korespondencijom putem *e-maila* što je bilo nezaobilazno pošto su sugovornici iz svih dijelova Hrvatske.

5.2. ISTRAŽIVAČKA PITANJA I HIPOTEZE

O ovom radu me zanima me smatra li publika zabavne medije izvorom informacija o psihičkim bolestima, smatra li da su psihičke bolesti točno prikazane u zabavnim medijima te kako publika percipira likove koji boluju od određene psihičke bolesti. Također želim doznati informacije koje pojašnjavaju interese, osjećaje, mišljenja i stavove sugovornika koji se bore s depresijom ili opsesivno kompulzivnim poremećajem.

U skladu s tim, za prvi dio istraživanja – anketu, formulirane su sljedeće hipoteze:

1. Većina ispitanika je gledala neku seriju ili film koji prikazuje osobe koje pate od depresije i opsesivno kompulzivnog poremećaja.
2. Prema mišljenju većine ispitanika zabavni mediji iskrivljuju sliku o psihičkim bolestima i poremećajima.
3. Većina ispitanika smatra da depresija i opsesivno kompulzivni poremećaj predstavljaju ozbiljnu smetnju oboljelima.

Za drugi dio istraživanja koji se odnosi na intervju s oboljelima formulirana su sljedeća istraživačka pitanja:

1. Utječe li medijska reprezentacija psihičkih poremećaja i bolesti pozitivno ili negativno na njih?
2. Smatraju li da karakter likova iz zabavnih medija koji prikazuju oboljele od psihičkih bolesti i poremećaja utječe na odnos publike prema oboljelima?

3. Smatraju li oboljeli da su depresija i OKP trivijalizirani u zabavnim medijima?

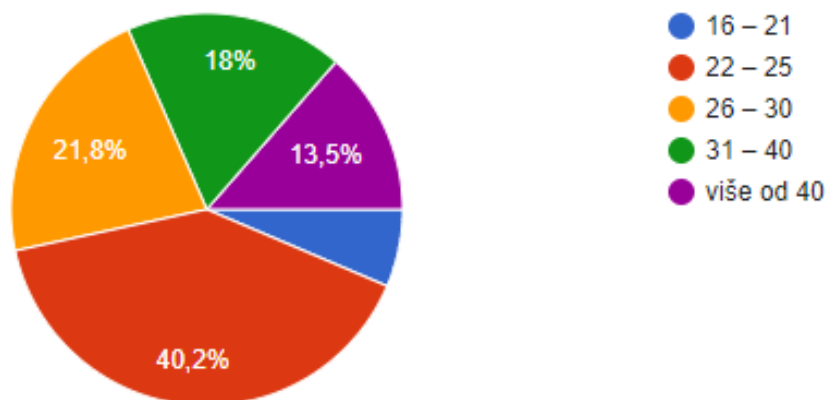
6. REZULTATI

6.1. PERCEPCIJA PUBLIKE

Kako bi se istražili stavovi i percepcija publike izrađena je *online* anketa pomoću Google alata Google forms. U anketi je sudjelovalo 265 ispitanika većinom iz Hrvatske, zatim Makedonije, Srbije i Slovenije. Ukupno 69,4% ispitanika su žene, a preostalih 30,6% ispitanika su muškarci, više od polovice ispitanika je između 22 godine i 40 godina. Najviše ispitanika je do sada završilo srednju strukovnu školu, čak 32,8%, njih 26,8% je završilo sveučilišni diplomski studij, a najmanje ih je pohađalo stručne studije.

2. Koliko imate godina?

266 odgovora



Grafikon 1. Životna dob ispitanika

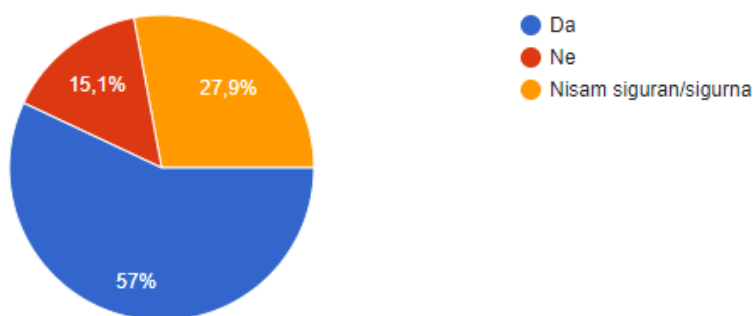
Anketa je podijeljena u četiri glavna dijela; osnovni podatci o ispitaniku, generalno znanje ispitanika o psihičkim bolestima i poremećajima, mišljenje ispitanika o prikazu psihičkih bolesti i poremećaja u zabavnim medijima te skala koja ocjenjuje njihove emocije i mišljenja vezena uz određene stereotipove o depresiji i opsesivno kompulzivnom poremećaju.

Za simptome depresije 78,1% ispitanika tvrdi da zna koji su, njih 19,6% nije sigurno dok ih samo 2,3% nije upoznato sa simptomima depresije. Za opsesivno kompulzivni poremećaj malo

su podjeljenija mišljenja pa tako 61,9% ispitanika tvrdi da zna simptome, 26,4% nisu sigurna, a 11,7% uopće ne zna simptome iz čega zaključujem da je depresija češća tema od opsesivno kompulzivnog poremećaja u medijima i svakodnevnom životu, što nije začuđujuće pošto je trend osvještavanja o opasnostima depresije u porastu. Za postupak i način izlječenja depresije zna 57% dok ih 15,1% tvrdi da ne znaju. Najpodjeljenija mišljenja su oko pitanja načina i postupka izlječenja opsesivno kompulzivnog poremećaja gdje se samo 29,8% ispitanika izjasnilo da znaju kako se liječi. (Graf 2)

6. Znete li kako se liječi depresija?

265 odgovora

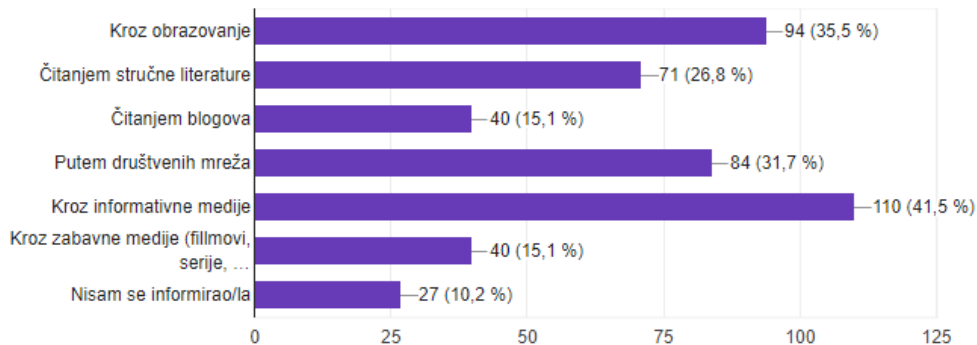


Grafikon 2. Informiranost publike o tretiranju depresije

Kako bi saznali koliki utjecaj zabavni mediji imaju na generalno znanje o depresiji i opsesivno kompulzivnom poremećaju, ispitanicima je postavljeno pitanje gdje su nalazili informacije o navedenima stanjima. Kako bi mogli biti iskreniji, ponuđeno im je pitanje s mogućnošću biranja više odgovora. Najviše ispitanika se o psihičkim bolestima i poremećajima informiralo putem obrazovnih institucija i kroz informativne medije, najmanje čitanjem stručne literature i blogova, a zabavni mediji su uz društvene mreže u sredini. Kada izuzmemo sve koji tvrde da se nisu informirali, ostaje nam 24,9% ispitanika kojima su jedan od izvora informiranja bili zabavni mediji poput filmova i serija. Slični rezultati su i u slučaju informiranja o depresiji, samo što je veći broj onih koji su čitali stručnu literaturu, manji broj onih koji su o tome učili kroz obrazovanje, a samo malo više od 15% ispitanika se informiralo iz zabavnih medija. (Graf 3)

9. Gdje ste dobili najviše informacija o depresiji? (Moguće je više odgovora)

265 odgovora

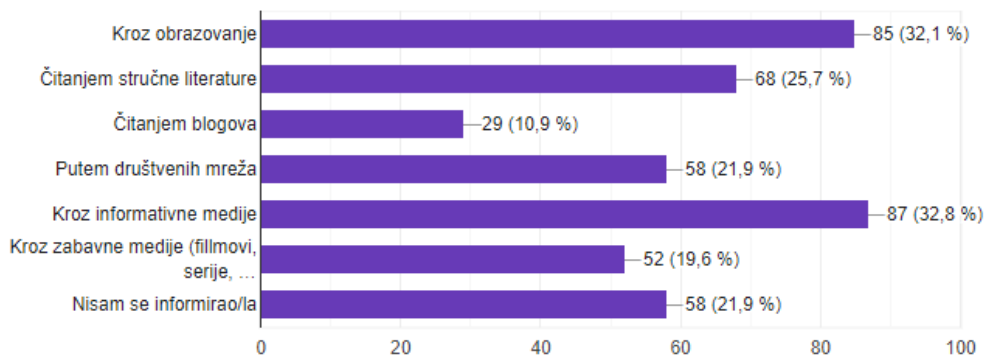


Grafikon 3. Načini informiranja ispitanika o depresiji

U slučaju opsesivno kompulzivnog poremećaja informativni mediji i obrazovanje najčešći su izvor informiranja, ali postoji razlika u odnosu na depresiju. Više od 19% ispitanika se informiralo putem zabavnih medija, a čak više od 21% se uopće nije informiralo. (Graf 4).

10. Gdje ste dobili najviše informacija o opsesivno kompulzivnom poremećaju? (Moguće je više odgovora)

265 odgovora



Grafikon 4. Način informiranja publike o OKP-u

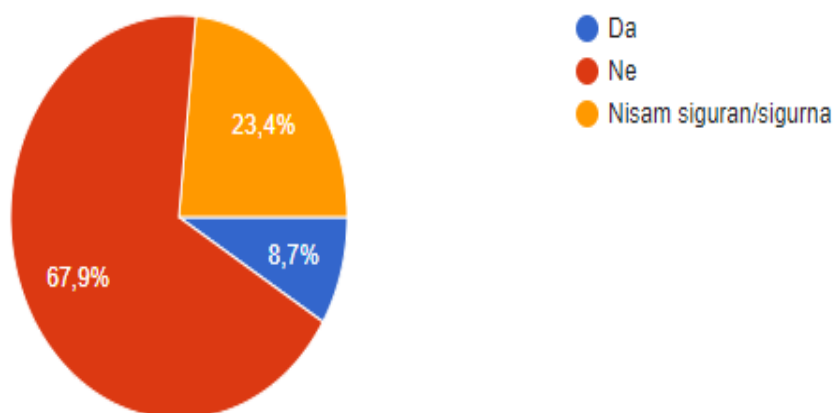
Podatci iz generalnog znanja o depresiji i informiranju o depresiji se manje više slažu, no kod podataka o opsesivno kompulzivnom poremećaju dolazi do odstupanja. Samo nešto više od 11% ispitanika se izjasnilo da ne znaju simptome opsesivno kompulzivnog poremećaja, no njih 21,9%

tvrdi da se o istom nisu informirali. Iz toga se može zaključiti da ispitanici neke forme informiranja ne smatraju informiranjem ili pak ne znaju iz kojeg su se izvora informirali.

Čak više od 67% ispitanika smatra da zabavni mediji krivo prikazuju psihičke bolesti, dok ih 23,4% nije sigurno, a više od 8% ih smatra da su prikazi tih bolesti istiniti i isti kao i bolest u realnosti (Graf 5). Takvi podaci potvrđuju drugu hipotezu istraživanja. U ovim rezultatima možemo iščitati sumnju publike prema prikazu psihičkih bolesti te mogu zaključiti kako je publika svjesna da je realnost psihičkih bolesti iskrivljena u medijskom formatu kako bi bila privlačnija širokim masama.

12. Smatrate li da mediji i zabavni mediji prikazuju psihičke bolesti onakvima kakve one stvarno jesu?

265 odgovora

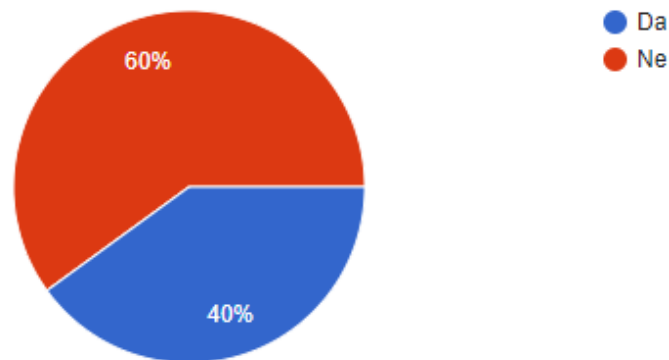


Grafikon 5. Mišljenje publike o načinu prikaza psihičkih bolesti u medijima

Iako velik broj ispitanika smatra da su prikazi krivi, skoro jednak broj ispitanika smatra da zabavni mediji nemaju informativnu ulogu kada prikazuju likove sa psihičkim bolestima/poremećajima, 40% ih smatra da imaju (Graf 6).

13. Smatrate li da zabavni mediji imaju informativnu ulogu kada prikazuju likove sa psihičkim bolestima/poremećajima?

265 odgovora

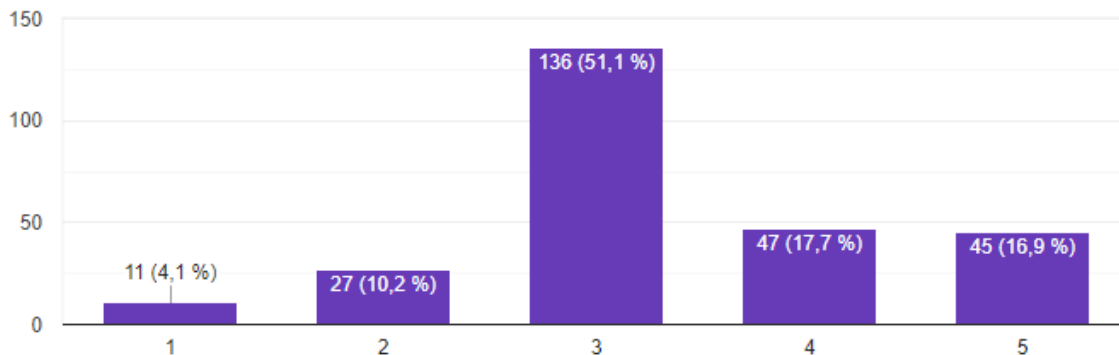


Grafikon 6. Imaju li mediji informativnu ulogu u prikazivanju psihičkih bolesti i poremećaja?

Dio ankete koji se proveo pomoću skale odnosi se na konkretne izjave na koje ispitanici odgovaraju tako da ocjene svoje mišljenje brojkama od 1 do 5, pritom 1 označava “u potpunosti se slažem”, a 5 “uopće se ne slažem”. Tvrdnje koje su ispitanici ocjenjivali odnose se na generalne stereotipove o psihičkim bolesnicima izvučene iz raznih filmova i serija. Prve tri izjave ocjenjivane putem skale odnose se na negativne stereotipove vezane uz psihičke bolesnike. Često prikazivani stereotipovi su agresija, nasilnost i abnormalno ponašanje pa su skale osmišljene kao afirmativne izjave vezane uz tu problematiku; “Psihički bolesnici su agresivni”, “psihički bolesnici su nasilni” i “psihički bolesnici su čudni” iako je skala prikazala različit spektar razmišljanja, većina ispitanika je u tim dijelovima odgovorila “niti se slažem, niti se ne slažem”.

15. Psihički bolesnici su agresivni.

266 odgovora



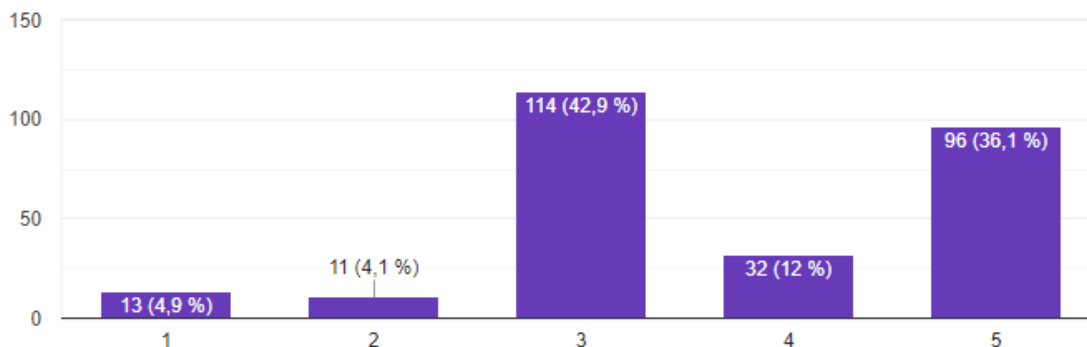
Grafikon 7. Slaganja s negativnim stereotipom

Iz ovoga se može zaključiti da većina ispitanika ne percipira bolesnike kao nešto misteriozno i opasno, već kao svakodnevne pojedince na čije ponašanje utječu razni faktori poput osobnosti i okoline. Prateći tu logiku, može se zaključiti da negativni stereotipovi iz zabavnih medija nisu uzrokovali strah ili odbojnost psihički zdravih pojedinaca prema psihički bolesnim ljudima u globalu te da se na njih gleda iz više kuteva, a ne samo onog zdravstvenog. Sljedeće tri izjave u skali odnose se na afirmativne izjave vezane uz pozitivne karakteristike prikazivane u zabavnim medijima. Simpatičnost, povećana empatija i generalna pretpostavka da su psihički bolesnici bolji od zdravih ljudi glavne su pozitivne karakteristike koje su stereotipizirane u filmovima. “Psihički bolesnici su simpatičniji od ostalih ljudi”, “psihički bolesnici imaju više empatije prema ostalima nego zdravi ljudi” i “psihički bolesnici su generalno bolji od zdravih ljudi” izjave su koje su ispitanici ocjenjivali.

Rezultati su slični negativnim izjavama jer je većina sve izjave ocijenila sa “niti se slažem, niti se ne slažem”, no zanimljivo je da je vidljiv porast ispitanika koji su na te izjave odgovorili “uopće se ne slažem”, razlika u broju ocjena “uopće se ne slažem” u odnosu na pozitivne karakteristike je velika.

20. Psihički bolesnici su generalno bolji od zdravih ljudi.

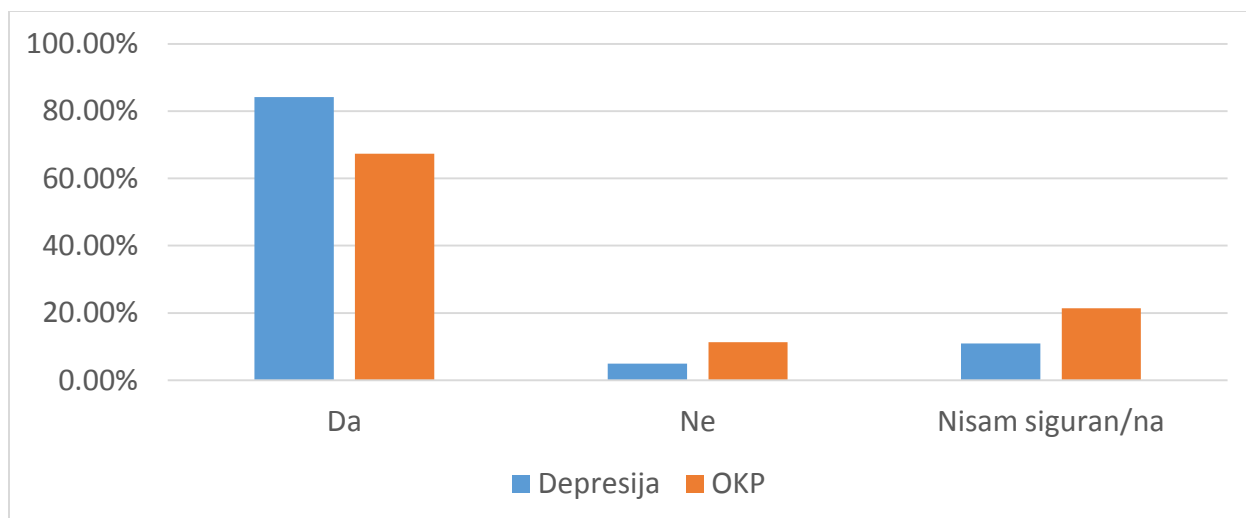
266 odgovora



Grafikon 8. Slaganja s pozitivnim stereotipom

Najviše odstupanja se primjećuje u izjavi da su psihički bolesnici generalno bolji ljudi od ostalih. Iz ovih rezultata se mogu izvući dva zaključka, a to je moguće zasićenje s medijskim, ali i obrazovnim pokušajima da se psihičke bolesti i poremećaji prikažu kao nešto svakodnevno, ali pozitivno te mogućnost da su pojedini ispitanici imali susrete sa psihičkim bolesnicima koji nisu bili ugodni te su svoje odgovore oblikovali u tom smjeru.

Zadnji dio ankete se odnosi na mišljenje ispitanika o prikazu psihičkih bolesti i poremećaja u zabavnim medijima. Skala se odnosi na osobna i emocionalna iskustva i mišljenja vezana uz osobe sa psihičkim bolestima ili poremećajima, dok je ovaj dio vezan uz poznavanje medijskog sadržaja koji se bavi psihičkim poremećajima i bolestima, te mišljenjima o takvom sadržaju. Čak 84,2% ispitanika su pogledala film ili seriju u kojem neki od likova pate od depresije dok ih samo nešto manje od 11% nije sigurno. U slučaju opsesivno kompulzivnog poremećaja malo je veća razlika, 64,5 % ispitanika je gledala sadržaj koji prikazuje likove s opsesivno kompulzivnim poremećajem, 10,9% nije dok 21,5% ispitanika nije sigurno. Što potvrđuje prvu hipotezu istraživanja da je većina ispitanika pogledala neku seriju ili film koji prikazuje osobe koje pate od depresije i opsesivno kompulzivnog poremećaja.



Grafikon 9. Broj ispitanika koji su pogledali film/seriju s likovima koji pate od depresije ili OKP-a

Neki od glavnih navedenih likova koji pate od depresije su dr. House iz istoimene serije, magarac iz animiranog filma “Winnie the Pooh” te Hannah Baker iz serije “13 reasons why”. Navođenjem likova za koje ispitanici smatraju depresivnima saznajemo što točno oni misle da je depresija, njihovo znanje o depresiji i način na koji čitaju medijski sadržaj koji prikazuje depresiju. Navedeni su neki odlični primjeri poput dr. Housa koji je prikazan kao depresivan lik kroz nekoliko sezona te Jimmy iz serije “You are the worst” koji detaljno objašnjava kako se ljudi s depresijom osjećaju. Ipak, bilo je lošijih primjera poput Sadness iz animiranog filma “Inside out”, lik koji utjelovljuje žalost kao emociju i ponaša se u skladu s time pa se ne može direktno povezati s bolešću. Trevor iz filma “The Machanist” je također naveden kao lik koji ima depresiju, no u tom slučaju to nije moguće iščitati iz filma pošto je film kompleksan i u njemu je prikazana mješavina više psihičkih bolesti te poremećaj spavanja zbog kojeg nije jasno utječe li nenaspavanost na razvoj bolesti ili obrnuto, u svakom slučaju, depresija nije prikazana kao posebna bolest koja se može prepoznati kao takva. Može se pretpostaviti da sve više ljudi prepoznaje simptome depresije u medijskom sadržaju što može imati pozitivan obrazovni učinak na širu publiku, no u dosta slučajeva, medijski kreatori sliku depresiju nadopunjuju simptomima koji su vezani uz druge psihičke bolesti kako bi publici bilo zanimljivije gledati određeni sadržaj. Zbog toga se stvara određena zbunjenost kod publike koja nije od prije informirana o depresiji te na temelju takvog sadržaja kreiraju krivo mišljenje o depresiji.

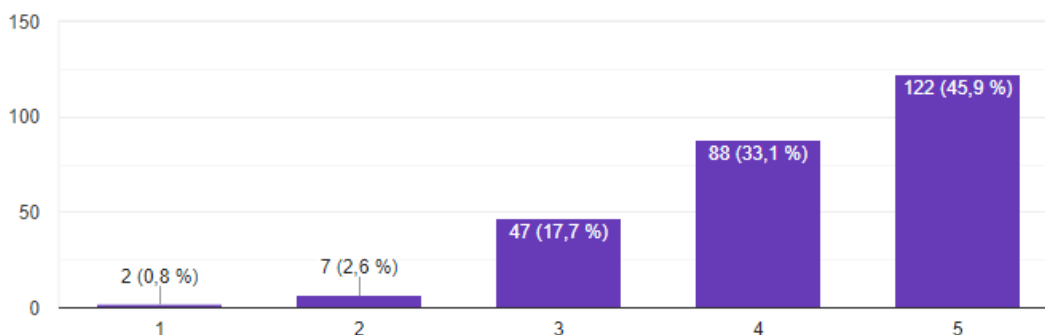
U slučaju opsesivno kompulzivnog poremećaja ispitanici su bili konkretniji te su navodili slične primjere. Najviše ispitanika navelo je Adriana Monka iz istoimene serije kao lika s OKP-om, zatim Sheldona Coopera iz Teorije velikog praska, Sherlocka Holmesa iz nove serije te su se sjetili reality showa “Obsessive compulsive cleaners”. Zbog izrazito sličnih odgovora i samo nekoliko likova koji su navedeni i ponavljaju se, vidljivo je bolje poznavanje simptoma opsesivno kompulzivnog poremećaja, nego depresije. Očekivano je da će ljudi više znati o depresiji pošto je to češća bolest s kojom se srećemo svakodnevno, no rezultati pokazuju drugačije zbog načina na koji su depresija i opsesivno kompulzivni poremećaj prikazani u medijima. Depresija je često prikazana kao nešto apstraktno i izrazito osobno te emocionalno, dok je opsesivno kompulzivni poremećaj često prikazan kao problem koji se vidi izvana i nema prevelikog utjecaja na psihu i emocije osobe koja pati od poremećaja. Takav prikaz pojednostavljuje bolest, ali ga filmski i televizijski kreatori često koriste kako bi bilo jednostavnije predočiti problem, a i likovi su publici simpatičniji zbog svojeg neobičnog, ali bezopasnog ponašanja. Zbog takvog jednostavnog prikaza publici je lakše čitati taj jezik pa tako i prepoznati poremećaj koji ima nešto posebno zbog čega se razlikuje od ostalih. Naravno, to ne osigurava točno čitanje sadržaja pošto se također kombinira s raznim psihičkim bolestima i karakteristikama određenih likova. Drugi po redu najčešće navedeni lik u anketi je Sheldon Cooper iz serije „Teorija velikog praska“ koji ima neke od kompulzija koje se često vezuju uz opsesivno kompulzivni poremećaj poput kucanja na vrata tri puta, straha od bakterija, strah od promjene rutine, no on također utjelovljuje simptome iz Aspergerovog spektra poremećaja poput nezainteresiranosti za društvenu interakciju, manjak vanjskih emocija i iznadprosječnu matematičku inteligenciju. U njegovom slučaju se može iščitati nekoliko izrazito poznatih poremećaja. Publika ga percipira kao osobu koja pati od nekog poremećaja iako je on nekoliko puta ponovio da ga je “majka dala testirati” te da je zdrav. Prikazan je na taj način iz potrebe da se kreira ekscentrično genijalan lik koji će biti zanimljiv i simpatičan publici pa su u tu svrhu korišteni neki od laganijih i simpatičnijih simptoma određenih poremećaja. Takav prikaz ima pozitivnih, ali i negativnih posljedica. Pozitivno je što se tako osobe koje pate od poremećaja prikazuju kao manje neugodne i strašne, ali je negativno što se poremećaj umanjuje i trivijalizira pojednostavljenjem na nekoliko simpatičnih ispada. Naravno taj se trend uočava i u svim ostalim primjerima koji su navedeni u anketi što znači da su ekscentrični likovi pun pogodak za kreatore takvog sadržaja pa se može pretpostaviti da su pojedini poremećaji, a pogotovo opsesivno

kompulzivni poremećaj osuđeni na trivijalizaciju i nepotpuno razumijevanje. Navođenje likova za koje ispitanici smatraju da imaju depresiju ili OKP je također potvrđuje drugu hipotezu istraživanja da zabavni mediji iskrivljuju sliku o psihičkim bolestima i poremećajima budući da ti likovi imaju više različitih simptoma koji odgovaraju većem broju različitih poremećaja i bolesti.

Kod ocjenjivanja ozbiljnosti depresije i opsesivno kompulzivnog poremećaja, ispitanici su većinom odgovorili da oboje smatraju izrazito ozbiljnima, no opet se vidi razlika između onih koji to smatraju izrazito ozbiljnim problemom i samo ozbiljnim problemom. Depresiju većina smatra izrazito ozbiljnom bolešću, dok su za opsesivno kompulzivni poremećaj podijeljena mišljenja, 46% ispitanika smatra da je OKP izrazito ozbiljan poremećaj, 32,8% misli da je ozbiljan poremećaj, a 17,7% ih smatra ni da je ozbiljan ni da je neozbiljan problem.

26. Ocijenite svoje mišljenje o ozbiljnosti koju opsesivno kompulzivni poremećaj predstavlja oboljelima?

266 odgovora

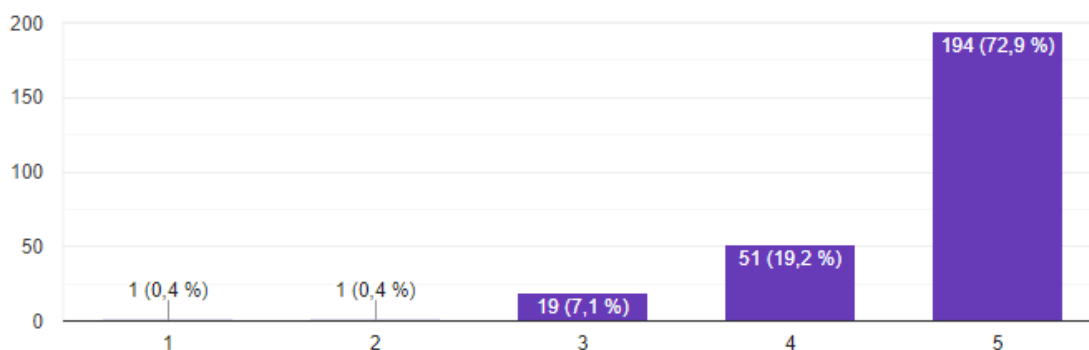


Grafikon 10. Ocjena publike o ozbiljnosti opsesivno kompulzivnog poremećaja

Kod depresije je malo drugačija statistika pa tako 72,8% ispitanika smatra da je to izrazito ozbiljna bolest, 19,2% smatra da je ozbiljna, a samo 7,2% misli da nije ni ozbiljna ni neozbiljna.

25. Ocijenite svoje mišljenje o ozbiljnosti koja depresija predstavlja oboljelima?

266 odgovora

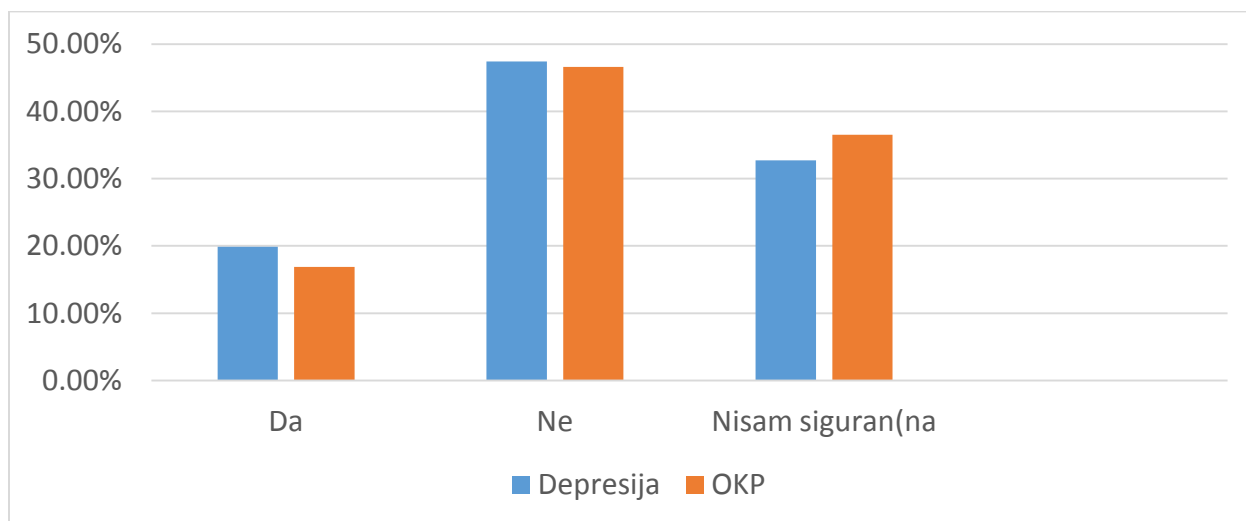


Grafikon 11. Ocjena publike o ozbiljnosti depresije

Ova razlika se može pripisati činjenici da je depresija karakterizirana kao bolest, a opsesivno kompulzivni poremećaj ne spada u bolesti već u poremećaje. Semantika u ovom slučaju može biti od velike važnosti pošto riječ “bolest” zvuči ozbiljnije i opasnije od riječi “poremećaj”, no također se može razmatrati kao rezultat višegodišnjeg praćenja zabavnog sadržaja koji opsesivno kompulzivni poremećaj karakterizira kao nešto vanjsko i jednostavno, dok se depresija u takvom sadržaju opisuje kao nešto unutrašnje i kompleksno. Ipak, većina ispitanika je i depresiju i OKP ocijenila kao ozbiljan problem za oboljele što je potvrdilo treću hipotezu.

Kako bi saznali kako ispitanici reagiraju na prikaz depresije i opsesivno kompulzivnog poremećaja u zabavnim medijima, postavljena su pitanja vezana uz mišljenje jesu li bolesnici ocrnjeni ili glorificirani u medijima. 46,4 % ispitanika smatra da osobe sa OKP-om nisu glorificirane u medijima dok ih 17% smatra da jesu. Kod pitanja ocrnjivanju, mišljenja su podijeljena u 3 slična dijela pa je tako sličan broj glasova i u kategoriji jesu, nisu i nisam siguran/na. Kod depresije, najveći dio zauzimaju ispitanici koji smatraju da su osobe s depresijom ocrnjene u zabavnim medijima, njih čak 40,8% te njih 47,5% smatra da osobe s depresijom nisu glorificirane. Samo 36% ispitanika misli da likovi s depresijom imaju pozitivne karakteristike te su naveli dosta primjera, neki od tih primjera su povećana empatija, snaga,

borbenost, mudrost, privrženost, sarkastičan humor, iskrenost i inteligencija, neki od ispitanika su sve te karakteristike stavili pod zajednički nazivnik te su spomenuli kako smatraju da su likovi s depresijom “romantizirani do mjere karakterne crte koja može biti privlačna”. U slučaju opsesivnog kompulzivnog poremećaja 35,1% ispitanika smatra da imaju privlačnih karakteristika i u tom slučaju su ispitanici ponovno konkretniji te kao pozitivne karakteristike najčešće navode analitičnost, dosljednost, visoku inteligenciju i pedantnost.



Grafikon 12. Koliko se publika slaže da su osobe s depresijom i OKP-om glorificirane u medijima

Ovakva konkretnost u slučaju OKP-a i raznovrsnost u slučaju depresije kod ispitanika opet se može pripisati medijskom načinu reprezentacije depresije kao nečeg kompleksnog i nerazumljivog te različitog kod oboljelih pojedinaca i OKP-a kao nečeg površnog i vanjskog što na ist način utječe na sve koji pate od tog poremećaja.

6.2. PERCEPCIJA OBOLJELIH

Poznata je činjenica da mediji svojim izborom riječi, slika i zvukova kreiraju određene stavove i mišljenja njihovih konzumenata. To nije slučaj samo informativnih medija već svih oblika medija pa tako i filmova, serija te ostalih televizijskih žanrova koji su stvoreni kako bi zabavili publiku. Kako bismo saznali kako te slike utječu na oboljele od depresije i opsesivno kompulzivnog poremećaja, provedeno je šest intervjua s oboljelima u kojima su ispitani općenito o njihovoj bolesti, kako ih je okolina prihvatila, što misle o reprezentaciji njihove bolesti u zabavnim medijima te misle li da to utječe na njihov život i kako. Intervjuirane su tri osobe s dijagnosticiranom depresijom te tri osobe s dijagnosticiranim opsesivno kompulzivnim poremećajem. Svi ispitanici su iz Hrvatske te su stari između 25 i 45 godina.

6.2.1. Percepcija oboljelih o reprezentaciji depresije

Jednoj ispitanici dijagnosticirani su depresija i anksiozni poremećaj prije 7 godina nakon 30 uzastopnih napada panike. „Osjećaj je kao da se svijet ruši, kao da stojiš na rubu ponora i u njega ćeš upasti svaki trenutak. Fizički simptomi uključuju hiperventiliranje, znojenje, vrtoglavicu, potrebu da se fizički makneš iz situacije u kojoj se nalaziš, osjećaj depersonalizacije, stezanje u prsima, palpitacije...”, tim riječima je ispitanica opisala napade koji joj nisu pravilno liječeni u javnoj bolnici već je nakon uzastopnih napada i pogoršanja situacije zatražila pomoć privatnog doktora psihijatrije koji ju je opisao kao klasični slučaj kliničke depresije i generalnog anksioznog poremećaja. Prije dijagnoze nije bila u potpunosti upoznata sa simptomima depresije te nije poznavala nikoga tko boluje od iste. Kako bi se što više informirala o depresiji pretražila je forume i blogove na tu temu gdje su ljudi s istim problemom pisali svoja iskustva te napominje kako putem formalnog obrazovanja nije imala prilike učiti o bolesti. Sjeća se kako je prije dijagnosticiranja pogledala film “American beauty” te je nakon dijagnoze pogledala seriju “13 reasons why”, u kojima su prikazani likovi s depresijom, no smatra da ni jedan od tih likova ne uprizoruje realnost života s depresijom te ne može navesti ni jednog lika s pravim prikazom bolesti jer on ne postoji. Na pitanja smatra li da ti likovi dobro reprezentiraju depresiju, odlučila je svoje mišljenje iskazati na primjeru serije; “Što se tiče simptoma, mislim da nisu dobro prikazani. Ona je prikazana kao funkcionalna osoba koja ide u školu, ide na partyje, ima ljetni posao. Ljudi koji pate od depresije ne ponašaju se tako. Da, istina je da većina ljudi skriva svoju dijagnozu zbog osude okoline (jer je depresija i dalje sramotno stigmatizirana) ali, ljudi s

depresijom nisu toliko funkcionalni u društvu. Serija je privukla mnogo pozornosti zbog teme koju obrađuje, ali mislim da je otišla u potpuno krivom smjeru. Uopće me nije začudilo kad sam pročitala informaciju da je upravo zbog te serije porastao broj samoubojstava - taj se čin u samoj seriji glorificira kao ultimativan dokaz, srednji prst okolini i čin pobune protiv ljudi koji nisu bili od pomoći. Lako je optuživati druge ljude, teško je potražiti pomoć. Umjesto da se serija posvetila tome da približi simptome i patnju depresivnih ljudi široj publici, učinila je baš suprotno. Stigmatizirala nas je još više.“ Kaže da je ljudi ne poistovjećuju s likovima iz zabavnih medija jer se iznenade i šokiraju kada izbliza vide kako to stvarno izgleda, a to još uvijek nije tako prikazano u medijima. Unatoč bolesti, na poslovnom planu je postigla zavidne uspjehe, no ne uživa ista prava poput ostalih ljudi. Nema pravo na bolovanje poput fizički bolesnih zaposlenika “iako bismo trebali imati jer je depresija BOLEST. Baš kao dijabetes. Nažalost, percepcija javnosti još nije na razini na kojoj bi trebala biti, pogotovo kad se u obzir uzme činjenica da trenutno u svijetu od depresije pati preko 300 milijuna ljudi. Pretpostavljam da je pravi broj mnogo veći.” Proces liječenja u realnosti i u zabavnim medijima je sličan, ali je u svrhu zabave prikazan na zanimljiviji način. “U filmovima se uglavnom prikazuje neka vrsta terapije - bila to grupna terapija ili razgovor sa stručnom osobom jedan na jedan. U praksi je mnogo češći razgovor nasamo sa psihijatrom ili psihologom i kognitivno-bihevioralna terapija koja se prepisuje uz antidepresive. Ali za nju ćete morati izdvojiti 250 kuna na sat. Često je u filmovima prikazano kako glavnu ulogu u izlječenju ima podrška bližnjih ili iznenada ljubav, a u realnosti, no prema iskustvu ispitanice to nije tako: “Ovo je kao da pitate dijabetičara isto pitanje. Rekao bi vam da nije, da njemu treba inzulin. Podrška bližnjih je svakako jedna od ključnih stavki u olakšavanju simptoma i poboljšanju kvalitete života ali definitivno nije jedina stvar. Ovo pitanje također pretpostavlja da se depresiju može izliječiti - da, postoje ljudi koji su svoje simptome sveli na minimum (dugogodišnje terapije i antidepresivi) ali ja nikada nisam upoznala nikoga tko je pobijedio depresiju. A znam jako, jako puno ljudi koji od nje pate. Tako da, prema mom mišljenju, izlječenja od depresije trenutno nema.“ Smatra kako je depresija u zabavnim medijima ridikulizirana te da bi umjesto toga trebala biti prikazna ona strana depresije koja se čini kao “pakao na zemlji”. Misli da medijska reprezentacija depresije šteti oboljelima “jer je to tema smijeha i zabave. Ništa vezano uz depresiju nije smiješno.” Nikada nije osjetila diskriminaciju radi svoje bolesti, no napominje da od poznanika koji također boluju od depresije često čuje da dobivaju otkaze jer se za njih smatra da se poslodavac ne može na njih osloniti. Za

kraj je na pitanje smatra li da medijska reprezentacije depresije direktno ili indirektno utječe na njezin život odgovorila “Jako me to ljuti. To olako shvaćanje tuđe patnje. Utječe i direktno i indirektno i u meni stvara golemu želju da ustanem i počnem pričati. Opisivati ljudima kako je to kad si toliko tužan da ne možeš ustati iz kreveta. Kad se želiš ubiti i opsesivno razmišljaš o najboljim načinima kako to napraviti.” Ispitanica je jasna u svojoj kritici društva, ali i medija koji imaju i daju krivu percepciju depresije kao bolesti. U nekoliko navrata izražava svoje negodovanje zbog načina na koji je ozbiljna bolest poput depresije nepotrebno romantizirana u zabavnim medijima te smatra kako bi taj medijski prostor mogao biti puno bolje iskorišten kad bi se umjesto na čistu zabavu i krive informacije, iskoristio u svrhu zabave i obrazovanja. Medijski kreatori bi trebali imati više obzira prema oboljelima te publici ponuditi točne informacije koje mogu biti jednako zanimljive kao i već pomalo izlizana priča o romantičnoj i misterioznoj psihičkoj bolesti.

Sljedeća ispitanica također misli kako depresija nije dobro prikazana u zabavnim filmovima, no krivnju ne svaljuje na neodgovornost medija, već smatra da “se ne može dobro prikazati depresija jer je svačija depresija različita”. Kao i prijašnja ispitanica, ističe da depresija nigdje nije dobro prikazana te se ona premalo spominje. Kaže da je podrška bližnjih potrebna, no ne u tolikoj mjeri kao što je to prikazano u filmovima, a “najbitnije je da ti netko pogodi terapiju i da ne piješ preteške tablete koje od tebe naprave biljku, ali treba i raditi na sebi”. Ona ne razumije zašto je depresija kao bolest uopće jedna od tema u zabavnim medijima jer u tome nema ništa zabavno. Depresija u medijima bi prema njoj mogla biti pozitivna jedino u slučaju da se mediji koriste kao alat da se publici približi ta bolest te da im se objasni da je to nešto normalno s čime se bori puno ljudi. Smatra da reprezentacija bolesti može biti dobra jedino ako se temi pristupa s dozom ozbiljnosti, no kao što je slučaj u većini zabavnih medija, ako se bolest umanjuje, to može biti izuzetno štetno za oboljele, ali i za publiku koja to smatra točnim informacijama. Misli da mediji ne podcjenjuju depresiju, ali joj daju premalo pozornosti te da bi “pravilna reprezentacija svima, a pogotovo mladim ljudima mogla pojasniti kako je to realna bolest koja se događa na psihičkoj bazi, ali je fizičke prirode jer do bolesti dolazi zbog disbalansa kemije u mozgu te je na istoj razini kao problemi u, recimo, krvi.” Iako je imala nekih malih zamjerki prema medijima, ipak zaključuje kako reprezentacija depresije u medijima ne utječe na nju.

Zadnji ispitanik od depresije boluje već 20 godina. O depresiji se informirao isključivo iz podataka koje mu je dalo medicinsko osoblje jer “to se u ono doba još nije toliko spominjalo”. Primjećuje rast interesa za depresiju, ali i ostale psihičke bolesti u zadnjih nekoliko godina, no smatra da u Hrvatskoj to još uvijek nije kao na svjetskoj razini. “U Hrvatskoj se depresiji ne posvećuju ni informativni, a kamoli zabavni mediji. Kod nas je još uvijek sramota uopće priznati da imaš depresiju, a kad dođemo na razinu snimanja filmova i serija na tu temu, već će depresija biti odavno zaboravljena kao interesantna tema za zabavu.” Smatra kako depresija nije dobro reprezentirana u svjetskim zabavni medijima, no to ne zamjera samo medijskim kreatorima, već do toga dolazi zbog opće kompleksnosti i nerazumijevanja bolesti. “U svakom filmu je dobro prikazan mali segment bolesti i izlječenja, ali nisam još naišao na neki u kojem su baš pogodili kako to stvarno izgleda. Dosta je teško to uopće prikazati u filmskom ili televizijskom obliku jer se film oslanja na sliku i zvuk, a depresija pogađa sva osjetila i svaki dio tijela.” Kritizira način na koji se depresija prikazuje kao privlačna i bezopasna bolest koja ima pozitivne strane. “Malo me živeira što filmovi krivo prikazuju neke simptome i način liječenja. Često se depresijom naziva obična tuga što je normalan osjećaj u svačijem životu, razumijem ja da je to najlakše tako opisati, ali ako žele obrađivati depresiju, ili bilo koju drugu psihičku bolest, mediji trebaju preuzeti odgovornost za to kako ljudi koji prate njihov sadržaj reagiraju na teme koje obrađuju. Baš me iritira kad mi ljudi govore da budem pozitivan ili pitaju zašto se jednostavno ne pokrenem. Ne znam dali je to do medija ili su samo glupi, ali svaki drugi danas za sebe misli da je psiholog.” “Naravno da filmovi liječenje ne prikazuju dobro, svi oni prikazuju neke grupne terapije i brižne psihoterapeute koji su svojim pacijentima dostupni u svako doba dana. Realnost je takva da dođeš kod psihijatra koji te ne sluša, on ti da tablete koje ti piješ i nakon par mjeseci shvatiš da od toga nema pomoći jer ti tableta više odmaže nego pomaže. Psihoterapeuti su dosta skupi i terapija traje dugo pa si većina to ne može priuštiti, a i ako si priušte, ti terapeuti im nisu dostupni u kriznim situacijama, već samo u dogovorenom terminu”. Okolina ga nikad ne uspoređuje s likovima iz zabavnih medija što on pripisuje vjerojatnosti da kod likova ne prepoznaju depresiju kao zasebnu bolest te napominje da ni on nije siguran da zna za kojeg liko koji pati samo od depresije. Smatra kako mediji u nekim slikama podcjenjuju depresiju, ali također misli kako u nekim situacijama pretjeruju. Kaže kako mediji na njega imaju utjecaja: “svi koji prate medije su pod utjecajem medija, bilo to informativni ili zabavni mediji. Na mene imaju i pozitivan i negativan utjecaj. Pozitivan utjecaj se više tiče mog unutarnjeg stanja, mislim

da su mi zabavni, ali i informativni mediji olakšali jer su pokazali da ima i ostalih ljudi koji se, poput mene, svakodnevno bore s depresijom. Definitivno imam više samopouzdanja nego prije 20 godina kada su mi dijagnosticirali depresiju i kada o tome nitko nije javno govorio. Negativan učinak imaju jer pretjeruju u nekim prikazima bolesti pa ljudi koji se ne bore s depresijom krivo razumiju realnu situaciju.”

Svi intervjuisti su se složili da mediji nepotpuno prikazuju simptome depresije te misle kako bi zabavni mediji trebali iskoristiti svoju platformu ne samo kako bi zabavili publiku, već i kako bi je obrazovali. Smatraju da je krivo prikazan način liječenja koji nije ni malo zanimljiv ni ugodan kao što je prikazano u filmovima i serijama. Iako se depresiji posvećuje više pažnje nego ikada, ispitanici smatraju da je još uvijek stigmatizirana te nerado govore o svojoj dijagnozi ostalim ljudima. Suprotno tome, također misle da je depresija umanjena u medijima pa se može zaključiti kako se depresija u medijima susreće s novom zaprekom – trivijalizacijom. Misle da medijska reprezentacija psihičkih bolesti i poremećaja utječe i pozitivno i negativno na njih ovisno o kutu gledanja, iako kritiziraju površan i romantiziran prikaz, smatraju da depresija u zabavnim medijima ima svoje pozitivne karakteristike. Smeta im privlačnost kojom su depresivni likovi opisani, no nisu su se našli u situaciji u kojoj ih netko poistovjeđuje s tim likovima pa misle da karakter tih likova ne utječe na odnos publike prema oboljelima. Depresija u medijima ne odudara od ostalih psihičkih bolesti, iako se o njoj svakodnevno sve više zna te se u svjetskim medijima često spominje, depresija se susreće s dva trenda istodobno, stigmatizacijom i trivijalizacijom. Zabavni mediji bi svakako trebali obratiti pažnju na opasnosti takvog svrstavanja i razmisliti o načinima kako, ako već ne mogu točno prikazati depresiju, barem naći zlatnu sredinu između dvije krajnosti.

6.2.2. Percepcija oboljelih o reprezentaciji opsesivno kompulzivnog poremećaja

Prvi intervjuist smatra kako od opsesivno kompulzivnog poremećaja (OKP-a) pati od kada zna za sebe, no intenzivna faza opsesivnog dijela je počela prije tri godine. Pomoć je odlučio potražiti kada je OKP bio toliko jak da više nije mogao izdržati. Oduvijek je znao da ima neki problem, no nije znao za OKP prije nego mu je djevojka ukazala na mogućnost da pati od poremećaja. Najviše se o bolesti informirao čitajući forume na kojima su ljudi koji pate od OKP-a pisali vlastita iskustva. Obitelj je teško prihvatila dijagnozu, no pomirili su se s činjenicom.

Prije dijagnoze nije gledao filmove ni serije koji prikazuju likove s opsesivno kompulzivnim poremećajem, no kaže kako je nakon dijagnosticiranja počeo nenamjerno gledati sadržaj koji prikazuje OKP te više primjećuje određene simptome. Smatra da lik Howard Huges dobro utjelovljuje poremećaj “mada se zapostavljen dio s opsesijama, a i vjerujem da je taj dio najteže prikazati, ali kompulzije koje su mu uvelike onemogućavale normalno funkcioniranje su odlično prikazane.“ U globalu misli da zabavni mediji OKP ne prikazuju u pravom svjetlu jer zapostavljaju velik dio poremećaja, a to su opsesije. „Uglavnom se serije i filmovi baziraju na kompulzivnom djelu te sve ispada pomalo nezgrapno i simpatično, a to svakako nije.“ Kaže kako ga ljudi često uspoređuju sa Sheldonom Cooperom iz serije Teorija velikog praska, no misli kako to nije dobra usporedba pošto smatra da taj lik nema OKP. Njegovi prijatelji to ne smatraju ozbiljnim poremećajem, no obitelj ga ozbiljno shvaća što se može pripisati iscrpnijim razgovorima i većem interesu. Kaže kako trenutno poremećaj ne utječe na njegovu radnu okolinu, no kolege i nadređeni ne znaju da pati od OKP-a jer to skriva. Na prijašnjem poslu je radi poremećaja morao dati otkaz. Na bolovanje nema pravo „jedino ako se kao razlog bolovanja navede mučnina i povraćanje koje mogu biti dio stresa radi OKP-a.“ Iako nema pravo na bolovanje, šef je na prošlom poslu pokazao razumijevanje, „nadređeni mi je ponudio pomoć kad zatrebam i zapravo je vrlo dobro reagirao.“ Misli kako u zabavnim medijima uopće nije prikazano moguće liječenje, a poremećaj kao takav je vrlo loše opisan; „smatram da su pokazani samo neki smiješni i ajmo reći pozitivni aspekti OKP-a ako ih uopće i ima.“ Tvrdi da medijska reprezentacija OKP-a utječe na njega „mislim da dijelom utječe direktno jer nemam volje nekome reći da imam OKP jer znam kakva će biti reakcija, a dijelom indirektno jer ako im kažem i ne objasnim u detalje o čemu se zapravo radi onda me smatraju samo pomalo šašavim i ako sam bezvoljan ili tužan misle da se pretvaram ili dramtiziram.“

Druga ispitanica od OKP-a pati već godinama, no i njoj su se teži oblici bolesti počeli javljati prije nekih dvije i pol godine. Stručnu pomoć je odlučila potražiti nakon što je primijetila razliku u ponašanju naspram prijašnjeg ponašanja te je joj je život postajao teži „zbog fluktuacija raspoloženja, svakodnevnog „mučenja“ s mislima i opsesijama, osjećaja panike, straha i sl.“ I prije je bila upoznata s poremećajem, no kaže da njezine opsesije i kompulzije nisu ni približno iste kao klasični primjeri s kojima se susretala. Ne sjeća se kada je prvi puta čula za OKP, no pretpostavlja da je to bilo prilike gledanja nekog filma, nakon dijagnoze se informirala na

YouTubeu, čitajući stručnu literaturu, savjetovanjem sa psihologom te čitajući web stranice usmjerene na OKP. Obitelj u početku nije shvaćala zbog čega joj je potrebna stručna pomoć jer njeni simptomi nisu bili vidljivi izvana, no s vremenom su se bolje informirali i pružaju podršku kao i njen partner koji je razumije čak i kada poremećaj direktno utječe na njihov odnos. Gledala je razne dokumentarce o ljudima koji pate od OKP-a od zabavnog sadržaja navodi Sheldona Coopera za kojeg smatra da pati od OKP-a, no misli kako takva reprezentacija ne opisuje njenu situaciju jer likovi u filmovima i serijama koje je gledala nemaju slične simptome njenima. „Moji simptomi nisu uopće prikazani u filmovima/serijama jer je u većini takvih filmova riječ o osobama koje imaju OKP vezan za čišćenje, pedantnost, strah od zaraze i mikroba itd. Zbog toga bi mogla reći da moji simptomi nisu dobro prikazani jer mediji i filmovi većinom reprezentiraju taj dio opsesivno kompulzivnih osoba, dok se većina zanemaruje te tako širi miskoncepcija da je OKP samo to, ili da ako je netko pedantan i uredan možemo za njega reći da ima OKP. Ponekad su simptomi prikazani kao zabavne ili smiješne strane nečije osobnosti, i u filmovima i u serijama (Big Bang Theory) što gledatelje navodi da misle da je imati OKP zabavno, ili da ako oni sami vole čistiti mogu za sebe reći kako su oni skroz OKP („So OCD“). Istovremeno ne razumiju da osobama koje stvarno imaju OKP uopće nije ugodno i da kompulzije ne rade jer im se to sviđa ili jer im to odgovara“. Smatra da OKP nije dobro reprezentiran u zabavnim medijima „mislim da mediji doprinose širenju dezinformacija o OKP-u. Također smatram, kao što sam već rekla, da obuhvaćaju samo mali segment simptoma OKP-a. Također mislim da to često može otežati osobama koje su u procesu dijagnosticiranja da prihvate ili saznaju da imaju OKP, jer mogu misliti da netko s OKP-om nužno samo čisti te se s tim simptomom ne poistovjećuju, dok zapravo imaju OKP.“ Ljudi iz njene okoline je ne poistovjećuju s likovima iz filmova ili serija kada im spomene da ima OKP, no često to povezuju s čišćenjem i pravilnom geometrijom za što ona misli da su te ideje dobili iz zabavnih medija. Njenu borbu s poremećajem najozbiljnije shvaća njezin partner koji je bio prisutan u najgorim trenucima, obitelj i prijatelji koji znaju da pati od OKP-a prihvaćaju i poštuju njezino stanje, no ne smatraju to ozbiljnom bolešću ili poremećajem zbog kojeg bi ona mogla biti u realnoj opasnosti. Studentica je pa ne može odgovoriti kako bi njeni nadređeni reagirali na traženje bolovanja, no smatra kako bi na fakultetu mogla zatražiti zamrzavanja godine i navesti OKP kao razlog ako bi za to bilo potrebe. Misli da filmovi ne prikazuju točan proces liječenja jer je najbolja terapija kognitivno-bihevioralna terapija, a filmovi najčešće prikazuju liječenje farmaceuticima i

terapijom kod psihologa, no napominje da tu ima sličnosti jer u realnom životu odlazak psihologu također pomaže. Smeta joj što zabavni mediji ne reprezentiraju OKP na isti način kao što reprezentiraju ostale anksiozne poremećaje kojima pristupaju s više razumijevanja. „OKP često postaje zabavni dio osobnosti nekog lika, dok u stvarnosti nije nimalo zabavan. Isto tako smatram da se na taj način čini kao da gotovo svi koji npr. vole čistoću imaju OKP. Ne predstavljaju se svi simptomi, stvaraju se predrasude itd.“ Tvrđi da slike u zabavnim medijima ujedno pomažu i štete „pomaže u smislu da drugi znaju da OKP kao bolest postoji, a šteti oboljelima u smislu istinite reprezentacije onoga što OKP jest. Tako može potencijalno otežati osobama da uvide da imaju OKP, može onemogućiti da njihovi liječnici/psiholozi uoče simptome jer i oni nerijetko nisu u potpunosti upućeni u sve simptome i koncentriraju se na „tipične“, medijski prisutne simptome (kompulzije brojanja, čišćenja i sl.). Također, otežava bližnjima osobe s OKP-om da bolje razumiju kroz što njihov bližnji prolazi.“

Zadnji ispitanik od OKP-a pati cijeli svoj život te tvrdi kako mu je to često stvaralo neugodnosti jer ima vidljive kompulzije koje ne može kontrolirati, a društvo s time još nije dobro upoznato. „Često su me znali nazivati čudakom pa čak i luđakom. Prije mi je to smetalo, ali sada se samo nasmijem jer znam koji je uzrok i nisam više ljut na sebe jer sam svjestan da u nekim situacijama jednostavno nema pomoći, samo treba pustiti da sve prođe svojim tempom.“ Stručnu pomoć su za njega potražili još roditelji kada je bio dijete, no napominje kako su njegovi simptomi često bili krivo dijagnosticirani pa tako i krivo liječeni. Prvi puta je za OKP čuo od dječjeg psihologa te je od njega i dobio najviše informacija o poremećaju. Njegovi bližnji su dobro prihvatili činjenicu da pati od poremećaja, no napominje da društvo još uvijek nije na dovoljno visokoj obrazovnoj razini pa često svojim neortodoksnim ponašanjem privlači poglede. Pogledao je puno serija i filmova o OKP-u, no kao najzanimljivije izdvaja reality serijal „Obsessive compulsive cleaners“ i film „What if it works?“ „Ne sjećam se na kojem točno programu, ali znam da je naša televizija prikazivala nekoliko sezona Opsesivno kompulzivnih čistača u popodnevnom terminu. Volio sam to gledati jer onakvo detaljno čišćenje izaziva neko zadovoljstvo u meni. Često sam to gledao sa svojom obitelji pa su se znali šaliti kako bi bilo super da ja imam taj oblik OKP-a.“ „What if it works?“ sam pogledao baš zato jer su kritičari napisali kako je to odličan prikaz OKP-a. U nekom dijelu se mogu složiti da je OKP dobro prikazan u filmu jer se prikazuje teška borba osobe koja se bori s kompulzijama i ne može si pomoći nego mora popustiti pod

pritiskom. Ono što mi se također svidjelo je što je taj film jedini koji spominje postojanje opsesija zbog kojih se javlja ovaj kompulzivni, vanjski dio, ali se opet glavni fokus stavlja na kompulzije kao i u svakom drugom filmu.“ Poremećaj je njegova okolina dobro prihvatila i nema radi toga problema na poslu. U dobrim je odnosima s nadređenim koji su spomenuli da može uzeti bolovanje ako ima jake napadaje, no nikada nije radi toga propustio radni dan. Misli da je reprezentacija u zabavnim medijima polovična jer obično prikazuje samo vidljiv dio poremećaja dok zanemaruje, po njemu, onaj gori, nevidljivi dio koji može izazvati kompulzije, napadaje panike ili osjećaj depresivnosti. „Kad bolje razmislim, čak mi je i drago da mediji ne prikazuju realnu situaciju jer bi se ljudi prepali kada bi znali kakve se stvari meni motaju u glavi. Često su to odvratne misli koje uključuju nemoralno ponašanje. Sumnjam da bi gospođi bilo drago stajati kraj mene na tramvajskoj stanici kada bi znala da ja razmišljam o tome što bi se desilo kad bih je gurnuo pod tramvaj.“ Teško je o tome govoriti, ali ljudi ne shvaćaju s kakvim se mislima bore OKP-ovci. Teško je cijeli život znati da si heteroseksualac, odjednom misliti da si gay, opet biti hetero, a za mjesec dana misliti da te seksualno privlače automobili. Mi znamo da su to sve samo opsesije i da te stvari nisu naše prave misli, ali da mediji prikažu realnu sliku, stvarno bismo morali živjeti u strahu i tišini.“ Misli da njemu reprezentacija u zabavnim medijima ni ne šteti ni ne pomaže jer je svima kojima je rekao da ima OKP odmah objasnio kako to izgleda i s čime se bori.

Svi ispitanici se slažu da je prikaz opsesivno kompulzivnog poremećaja djelomično točan u zabavnim medijima jer se fokusira samo na kompulzije koje su vidljive i zbog toga ih je lakše koristiti u filmovima i serijama. Takva reprezentacija publici daje krive informacije što vodi do toga da većina smatra da je OKP simpatičan poremećaj zbog kojeg su oboljeli zapravo zanimljivi i nemaju realne probleme. Jedan ispitanik napominje kako ga ljudi uspoređuju s likom Sheldona Coopera za kojeg smatraju da ima OKP, no napominje da Sheldon nije dobar primjer poremećaja. Može se zaključiti da zabavni mediji trivijaliziraju opsesivno kompulzivan poremećaj što šteti oboljelima u sferi profesionalnog i društvenog života. Profesionalno zato što većina nema pravo ostvariti bolovanje kada imaju jake napadaje, a društveno zato što ih zdravi pojedinci teško shvaćaju i ne razumiju zbog čega bi im kompulzije stvarale problem u vođenju normalnog života. Smatraju da površna slika OKP-a u medijima negativno utječe na njih jer

okolina umanjuje ozbiljnost poremećaja, no jedan ispitanik naglašava kako ima u tome i pozitivnih strana jer bi okolina mogla gore reagirati kad bi mediji prikazivali realni problem.

7. Zaključak

Cilj ovog rada je bio ukazati na učinak zabavnih medija i moć koju imaju kod kreiranja stavova o psihičkim bolestima i poremećajima te o ljudima koji pate od istih, no još bitnije je upozoriti na greške koje zabavni mediji rade, a mogu biti potencijalno štetne za oboljele, ali i publiku.

Provedeno je istraživanje za koje su korištena dva alata, anketa i intervju. Anketa je provedena kako bi se saznala mišljenja i reakcije publike na reprezentaciju psihičkih bolesti u zabavnim medijima, a intervju je poslužio kako bi saznali kako oboljeli percipiraju određene medijske prikaze o depresiji i opsesivno kompulzivnom poremećaju.

Pokazalo se da je publika generalno upoznata sa simptomima depresije i OKP-a te je većina ispitanika pogledalo neki film ili seriju koji prikazuju depresiju ili OKP (potvrda prve hipoteze istraživanja), no još uvijek je to poznavanje problema dosta površno i temelji se na medijskim stereotipovima što je jedan od razloga zbog čega bi mediji trebali biti pažljiviji u odabiru načina reprezentacije psihičkih bolesti i poremećaja.

Depresija je često u zabavnim medijima prikazana uz dodatak simptoma drugih psihičkih bolesti kako bi publici bila zanimljivija. Takav način reprezentacije zbunjuje publiku te se na temelju takvog sadržaja kreira krivo mišljenje o bolesti. Iako je depresija poznatija kao bolest, publika bolje prepoznaje simptome opsesivno kompulzivnog poremećaja. Tu činjenicu pripisujem načinu oslikavanja depresije kao nečeg kompleksnog i apstraktnog, dok se opsesivno kompulzivni poremećaj pojednostavljuje na često ponavljane vanjske simptome.

Zabavni mediju ne prikazuju depresiju i opsesivno kompulzivni poremećaj u potpunosti netočno, no ne prikazuju ih ni u potpunosti točno. Jedan od ključnih problema u medijskoj reprezentaciji jest nedostatak informacija. Prikazan je samo dio simptoma i dio načina liječenja dok su neki manje zanimljivi, ali izrazito bitni dijelovi izostavljeni. Takva reprezentacija uzrokuje krivo shvaćanje bolesti što se može potencijalno loše odraziti na oboljele. Većina ispitanika misli da zabavni mediji iskrivljuju sliku o psihičkim bolestima. Iako su ispitanici svjesni medijske

reprezentacije depresije i bolesti, većina njih se slaže da te bolesti oboljelima predstavljaju ozbiljan problem. Ti podaci potvrđuju drugu i treću hipotezu istraživanja.

Depresija i opsesivno kompulzivni poremećaj se prema mišljenju intervjuiranih ispitanika u zabavno medijskom obliku susreću s istim glavnim problemom, a to je trivijalizacija.

Depresija je pomalo zanimljiv primjer jer se istovremeno trivijalizira i stigmatizira. Trivijalizira se pojednostavljenjem bolesti i prikazivanjem bolesti kao prolazne faze ili emocije. Dodavanjem simptoma drugih bolesti jer sama po sebi nije dovoljno zanimljiva za zabavne medije. S druge strane je stigmatizirana jer oboljeli još uvijek nerado javno govore o svojoj depresiji zbog mračnog tona u medijima i čestom prikazu samoubojstava kao izlaza što ima negativan učinak na oboljele. Zabavni mediji svakako trebaju razmisliti o načinu kako da nađu zlatnu sredinu i prikažu depresiju što je točnije moguće. Iako oboljeli od depresije ne smatraju da karakter likova iz zabavnih medija utječe direktno na njih, također se kritički treba sagledati način reprezentacije tih likova kao romantičnih i privlačnih jer se na taj način marginalizira bolesnika čiju bolest okolina ne smatra dovoljno ozbiljnom.

Opsesivno kompulzivni poremećaj se bori sa sramotnom trivijalizacijom u zabavnim medijima. Sveden je kompulzivne simptome u potpunosti ignorirajući opsesije koje sve to uzrokuju. Birani su pozitivni simptomi poput brojanja, čišćenja, perfekcije i organizacije. Takav odabir simptoma u zabavnim medijima vodi do toga da se OKP uopće ne percipira kao problem, već ga se smatra simpatičnim, pa čak i pomalo poželjnim što negativno utječe na oboljele. Neki ispitanici su se susreli s otvorenom usporedbom sa zabavnim likovima iz serija što smatraju iskrivljenom slikom koju mediji šalju. Sukladno s takvom slikom oboljeli imaju problem jer ih se često shvaća neozbiljnima.

Svi mediji imaju određene društvene uloge koje moraju ispoštovati, u slučaju zabavnih medija, primarna uloga jest da zabave publiku. Vidljiv je napredak na primjeru psihičkih bolesti i poremećaja, no još uvijek se stvaraju krive slike koje mogu potencijalno štetiti oboljelima, ali i ostalim konzumentima tih medija. Zbog toga je potrebno ukazati na njihovu sporednu ulogu, a to je obrazovanje širokih masa. Naime, loša reprezentacija liječenja osim na bolesnike, loše može utjecati i na publiku koja u nekom trenutku igra ulogu savjetnika osobe s oboljenjem. U tom

slučaju je bitno da i publika, ali i oboljeli znaju birati najbolju opciju liječenja za generalno zdravlje bolesnika. Zabavni mediji su još uvijek površni u prikazu psihičkih bolesti, a kako bi zadovoljili osnovna moralna načela to se treba promijeniti i kolektivno trebaju uložiti više truda kako bi prikazali detaljnije i istinitije činjenice.

8. Literatura

- Barriball, K., L., While, A. (1993) Collecting data using a semi-structured interview: a discussion paper, *Journal of Advanced Nursing*, str. 328-335
- Beauchman Lauren (2010) The Psychopathology of Cinema: How Mental Illness and Psychotherapy are Portrayed in Film, *Grand Valley State University*
- Boyd Michael, Fennell Danna (2014) Obsessive-Compulsive Disorder in the Media, *Deviant Behavior* vol. 35, str. 669-686
- Clarke Juane, Gawley Adele (2008) The Triumph of Pharmaceuticals: The Portrayal of Depression from 1980 to 2000, *Springer Science + Business Media*
- Cohen E. L., Hoffner C. A. (2012) Responses to Obsessive Compulsive Disorder on Monk Among Series Fans: Parasocial Relations, Presumed Media Influence, and Behavioral Outcomes, *Journal of Broadcasting & Electronic Media* vol. 56, str. 650-668
- Cress Urike, Kimmerle Joachim (2013) The Effects of TV and Film Exposure on Knowledge about and Attitudes Toward Mental Disorders, *Journal of Community Psychology* vol. 41, str. 931-943
- Diklić A (2007) Pridonose li mediji stigmatizaciji psihički oboljelih osoba?, *Epoha*
- Dumčić Ksenija, Žmuk Berislav (2009) Karakteristike korisnika interneta u Hrvatskoj i reprezentativnost internetskih anketa, *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, str. 115-140
- Forceville Chales, Paling Sissy (2018) The metaphorical representation of depression in short, wordless animation films, *Visual Communication*
- Horwath Ewald, Weissman M. M. (2000) The epidemiology and cross-national presentation of obsessive- compulsive disorder, *Psychiatric Clinics of North America* vol. 23, str. 493-507
- Kadianaki Irini, Orphanidou Maria (2018) Between medicalization and normalization: Antithetical representation of depression in the Greek-Cypriot press in times of financial crisis, *University of Cyprus*
- Myrick J. G., Pavelko Rachelle (2015) Tweeting and Trivializing: How the trivialization of Obsessive-Compulsive Disorder via Social Media Impacts User Perceptions, Emotions and Behaviors, *Indiana University*

Stuart Heather (2006) Media Portrayal of Mental Illness and its Treatments, *Queens University*, str. 100-106

Zexin Ma (2017) How the media cover mental illnesses: a review, *Health Education* vol. 117, str. 90-109

Internetski izvori

Annenbergpublicpolicycenter.org (2014) Culture of Health and Media Portrayal in Our Nation <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/fear-of-crime-related-to-prime-time-television-violence/> Pristupljeno 15. srpnja 2019.

Anonimno (2012) Was “A Beautiful Mind” a Realistic Portrayal Of Schizophrenia? <https://www.addiction.com/3281/movie-beautiful-mind-realistic-portrayal-schizophrenia/> Pristupljeno 29. srpnja 2019.

Enciklopedija.hr

<http://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27678> Pristupljeno 15. kolovoza 2019.

Hirst, Judy (2000) Movie Madness: Theguardian.com

<https://www.theguardian.com/society/2000/aug/16/film.guardiansocietysupplement>

Pristupljeno 29. srpnja 2019.

Hzz.hr (2017) Depresija

<https://www.hzz.hr/sluzba-promicanje-zdravlja/depresija/> Pristupljeno 13. srpnja 2019.

Hzz.hr (2018) Odjel za mentalne poremećaje

<https://www.hzz.hr/sluzba-epidemiologija-prevencija-nezaraznih-bolesti/odjel-za-mentalne-poremeceje/> Pristupljeno 22. lipnja 2019.

Korkut Gaverić Ines (2018) Opsesivno kompulzivni poremećaj

<https://www.plivazdravlje.hr/aktualno/clanak/31547/Opsesivno-kompulzivni-poremecaj.html>

Pristupljeno 22. lipnja 2019.

Struna.ihjj.hr – Hrvatsko strukovno nazivlje – polustrukturirani

intervju <http://struna.ihjj.hr/naziv/polustrukturirani-intervju/25250/> Pristupljeno 1. rujna 2019.

Sunara Ivan (2007) Što je depresija?

<https://www.plivazdravlje.hr/aktualno/clanak/13221/Sto-je-depresija.html> Pristupljeno 22. lipnja

2019.

Who.int (2019) Fact sheet – Mental health.

<http://www.euro.who.int/en/health-topics/noncommunicable-diseases/mental-health/data-and-resources/fact-sheet-mental-health-2019> Pristupljeno 22. lipnja 2019.

Popis grafikona

- 1) Grafikon 1: Životna dob ispitanika
- 2) Grafikon 2: Informiranost publike o tretiranju depresije
- 3) Grafikon 3: Načini informiranja ispitanika o depresiji
- 4) Grafikon 4: Načini informiranja ispitanika o OKP-u
- 5) Grafikon 5: Mišljenje publike o načinu prikaza psihičkih bolesti u medijima
- 6) Grafikon 6: Imaju li mediji informativnu ulogu u prikazivanju psihičkih bolesti i poremećaja?
- 7) Grafikon 7: Slaganja s negativnim stereotipom
- 8) Grafikon 8: Slaganja s pozitivnim stereotipom
- 9) Grafikon 9: Broj ispitanika koji su pogledali film/seriju s likovima koji pate od depresije ili OKP-a
- 10) Grafikon 10: Ocjena publike o ozbiljnosti opsesivno kompulzivnog poremećaja
- 11) Grafikon 11: Ocjena publike o ozbiljnosti depresije
- 12) Grafikon 12. Koliko se publika slaže da su osobe s depresijom i OKP-om glorificirane u medijima?

Sažetak

Ovaj rad se bavi problematikom vezanom uz reprezentaciju psihičkih bolesti i poremećaja u zabavnim medijima. Nastoji istražiti percepciju publike o prikazu psihičkih bolesti i poremećaja u zabavnim medijima s fokusom na depresiju i opsesivno kompulzivni poremećaj te sagledava situaciju iz perspektive oboljelih i odgovara na pitanje kako ta reprezentacija utječe na njih. Pomoću anketnog ispitivanja zapaženo je da je većina ispitane publike pogledala neki od filmova ili serija koji prikazuju depresiju i opsesivno kompulzivni poremećaj. Smatraju da ti mediji iskrivljuju sliku psihičkih bolesti. Unatoč medijskom dodavanju simptoma kako bi bolest prikazali kao zanimljivu, ili pak u slučaju OKP-a, oduzimanju simptoma, publika svakako misli da su depresija i opsesivno kompulzivni poremećaj ozbiljni problemi za oboljele od istih. Intervjuirani oboljeli smatraju da trivijalizacija depresije i OKP-a ima negativan učinak na njih, s time da se depresija istovremeno suočava s medijskom stigmatizacijom koja također negativno utječe na njih. Oboljeli smatraju kako je karakter medijskih likova sa psihičkim bolestima nepotrebno uljepšan kako bi publici bili privlačniji, a to stvara krivu sliku o realnim oboljelima. Cilj ovog istraživanja je ukazati na veliki učinak zabavnih medija i moć koju imaju kod kreiranja stavova o psihičkim bolestima i poremećajima te o ljudima koji pate od istih. Upozoriti na greške koje zabavni mediji rade, a mogu biti potencijalno štetne za oboljele, ali i publiku.

Ključne riječi: depresija, opsesivno kompulzivni poremećaj, trivijalizacija, zabavni mediji, anketa, intervju

Summary

This thesis addresses issues related to the representation of mental illness and disorders in entertainment media. It seeks to explore audiences' perceptions of mental illness and disorders in the entertainment media with a focus on depression and obsessive compulsive disorder, and looks at the situation from the perspective of patients and answers the question of how that representation affects them. With the help of a survey, it was noticed that the majority of the interviewed audience watched some of the films or series depicting depression and obsessive compulsive disorder. They find that the media distorts the picture of mental illness. Despite the media adding symptoms to portray the disease as interesting, or in the case of OCD, subtracting the symptoms, the audience certainly thinks that depression and obsessive compulsive disorder are serious problems for patients with the diagnosis. Interviewed patients believe that the trivialization of depression and OCD has a negative effect on them, with depression simultaneously facing media stigmatization, which also negatively affects them. Patients believe that the character of media characters with mental illness is unnecessarily beautified to make the audience more attractive, and this creates a false picture of the real sufferers.

The aim of this research is to highlight the great impact of the entertainment media and the power they have in creating attitudes about mental illness and disorders and about people who suffer from them. To warn about the mistakes that the entertainment media makes, which can be potentially harmful to the sick, but also to the audience.

Key words: depression, obsessive compulsive disorder, trivialization, entertainment media, survey, interview