

POVEZANOST EKOLOŠKIH STAVOVA I KONZUMACIJE YOUTUBE SADRŽAJA

VLATKA FAPALI, NIKOLINA ŽIVIĆ

Filozofski fakultet Osijek
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ulica Lorenza Jägera 9, 31000 Osijek
HR-31000 Osijek
Croatia
vfapali@ffos.hr; nzivic@ffos.hr

UDK 504.004.738.5

Stručni rad /

Professional paper

Sažetak

Ekološki rizici posljednjih su godina tema o kojoj se mnogo raspravlja u javnoj sferi. Informacije o toj temi kojima raspolažemo velikim su dijelom posredovane medijima. Istovremeno, u svijetu je sve raširenija upotreba internetskih društvenih mreža, kao što su *YouTube*, *Facebook* i *Instagram*, na kojima su dostupni i sadržaji povezani s odnosom čovjeka i prirode. Teorijska je osnova rada kultivacijska teorija Georgea Gerbnera prema kojoj izloženost ljudi različitim medijskim sadržajima utječe na njihovu percepciju društvene stvarnosti. Ekološke stavove, točnije stavove o odnosu čovjeka i prirode, mjerili smo pomoću skale nove ekološke paradigme (*New Ecological Paradigm*, *NEP*) koju su prvotno razvili R. E. Dunlap i K. D. Van Liere. Glavni ciljevi istraživanja bili su analizirati ekološke stavove studenata te utvrditi postoji li povezanost između učestalosti konzumacije različitih sadržaja na *YouTubeu* i ekoloških stavova. Podaci su prikupljeni putem internetske ankete, a uzorak je činilo 100 studenata sa Sveučilišta u Osijeku. Rezultati statističke analize ukazuju na to da su ekološki stavovi studenata povezani s učestalošću konzumacije sadržaja iz kategorije »Životni stil«, dok nije utvrđena statistički značajna povezanost s ostalim kategorijama.

Ključne riječi: ekološki stavovi, kultivacijska teorija, studenti, *YouTube*

1. Uvod

Masovni mediji nezaobilazni su dio naših života te nam omogućuju komunikaciju s ljudima širom svijeta. Također, omogućuju primanje informacija o svijetu u vrlo kratkom vremenu. Čerepinko ističe sljedeće: »prema

gledanju Marshalla McLuhana, dominantni medij komunikacije mijenja društvo koje ga koristi i utječe na njihov doživljaj društva i svijeta. Neke teorije procjenjuju da je utjecaj medija na društvo i pojedince ipak manji, iako nitko ne tvrdi da ga nema.«¹ Teorija kultivacije sugerira da izlaganje medijima s vremenom utječe na percepciju društvene stvarnosti. Izvorni fokus bio je utjecaj televizijskog nasilja na gledatelje. Istraživači medijskih učinaka često proučavaju načine na koje medijsko nasilje utječe na agresivno ponašanje, ali Gerbner i suradnici imali su različitu zabrinutost. Zaključili su da ljudi koji su duže gledali televiziju počinju strahovati od svijeta, vjerujući da su zločin i viktimizacija rasprostranjeni. Istraživanje je pokazalo da gledatelji 'lakših' televizijskih programa imaju više povjerenja i da svijet vide kao manje opasan od gledatelja s 'teškim' televizijskim programima. Taj fenomen naziva se »sindrom srednjeg svijeta«.²

YouTube je, prema dostupnim informacijama, drugo najposjećenije mrežno mjesto u svijetu,³ a kao jedan od najrelevantnijih masovnih komunikacijskih medija posljednjeg desetljeća zahtijeva značajnu pozornost akademske zajednice. *YouTube* također vodi detaljnu evidenciju o svim interakcijama i zajedničkim odnosima korisnika, a neki od tih podataka javno se objavljuju, čime se znatno poboljšavaju kvantitativne mogućnosti istraživanja. Ti podaci *YouTubea* korišteni su u brojnim studijama za dobivanje uvida za dijeljenje društvenih videozapisa. Većina takvih radova usredotočena je na opis i analizu videozapisa i interakcije gledatelja, predviđanje popularnosti videa i vanjske čimbenike koji utječu na način na koji se videozapisi koriste i dijele.⁴ U istraživanju koje se odnosilo na učinak korištenja *YouTubea* kod mladih prikazani su rezultati prema kojima se 52% mladih slaže da bi radije gledali *YouTube* nego TV, dok se njih 46,8% nije složilo. Također, broj provedenih sati na *YouTubeu* doseže do 4 sata dnevno.⁵

¹ Darijo Čerepinko, *Komunikologija: Kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa* (Varaždin: Veleučilište u Varaždinu, 2011).

² [s. n.], »Teorija kultivacije«, *Socmedarch* (mrežna stranica). Dostupno na: <https://hr.socmedarch.org/cultivation-theory-definition-4588455-7281> (pristup 18. svibnja 2022. godine).

³ [s. n.], »List of most visited websites«, *Wikipedia* (mrežna stranica). Dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most_visited_websites (pristup 18. svibnja 2022. godine).

⁴ Mathias Bärthel, »YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years«, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 24/1 (2018), str. 16–32.

⁵ Banoth Ashwini, K. V. N. R. Pratap, T. Madhavi Padma, V. Shiva Kalyan, P. Srikanth, »The Effect of Using Youtube on Youth«, *International Journal of Research in Engineering, Science*

Ekološka svijest, kao dio društvene svijesti, određena je povijesnim stanjem i stupnjem razvitka društva. Javlja se istodobno s industrijskim razvitkom s težnjom usklađivanja industrijskog razvitka s mogućnostima okoliša. Do šezdesetih godina 20. stoljeća ekološka svijest gotovo pa i nije postojala. Brojni ekološki problemi 20. stoljeća potaknuli su razvitak ekološke svijesti. Razvojem civilizacije povećala se čovjekova moć prema prirodi, ali su se istovremeno umnožile negativne posljedice čovjekovog prisvajackog odnosa prema njoj. Od pedesetih godina prošlog stoljeća ljudi su počeli biti svjesniji štetnih posljedica svojeg odnosa prema okolišu i činjenice da narušavanjem ekološke ravnoteže u prirodi dolazi do ugrožavanja uvjeta čovjekovog života na zemlji.⁶

Orijentacija na održivi razvoj (*sustainable development*) polazi od potreba sadašnjosti i njihova usklađivanja s potrebama budućnosti. Ona se jednako tiče prirode i čovjeka, pa otuda postavlja ekološka i socijalna pravila. Ekološka pravila korištenja resursa traže podnošljivu gustoću stanovništva, podnošljivo emisijsko opterećenje, regenerativnost potrošenih obnovljivih resursa, minimalnu potrošnju neobnovljivih resursa, okolišu podnošljive inovacije, dok se socijalna pravila raspodjele tiču ekonomske politike koja se mora bazirati na principu pravednosti, dostupnosti (jeftinoće) i općih interesa, a treba se jamčiti i jednako pravo na dostupnost korištenja resursa kako industrijski razvijenim i nerazvijenim zemljama tako i sadašnjim i budućim generacijama.⁷

Smolak i Kemeter ističu sljedeće: »Okoliš i njegove probleme treba gledati interdisciplinarno, gdje u funkciju treba staviti ukupno stečeno znanje o prirodi, čovjeku i društvu da bi se okoliš mogao promatrati kao jedinstvo u kojem živimo.«⁸ Ekološka svijest proizlazi iz globalne ekološke krize, koja utječe na ljudsko promatranje i educiranje o okolišu, utjelovljuje percepciju pojedinca o djelovanju u prirodi i oblikovanju okoliša kako bi se prilagodio najmanjem utjecaju na ekosustav, uključujući znanje, emocije, pripremu i

and Management 2/10 (2019), str. 269–271.

⁶ Miroslav Blagojević, *Politika zaštite okoliša*, diplomski rad. Mentor: Kristina Afrić Rakitovac (Pula: Fakultet ekonomije i turizma »Dr. Mijo Mirković« Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli, 2019).

⁷ Željko Pavić, Antun Šundalić, »Ekološka svijest mladih: između održivog razvoja i tehnocentrizma«, *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline* 16/4 (2007), str. 279–296.

⁸ Ivana Smolak, Dragica Kemeter, »Ekološka svijest građana Republike Hrvatske«, *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* 8/2 (2017), str. 73–81.

etičnost koja dovodi do sazrijevanja pojedinca, pa tako i društva u razumijevanju stavova i ponašanja prema prirodi.⁹

Koristeći se česticama skale nove ekološke paradigme Krešimira Kufrina,¹⁰ a zbog raširenosti konzumacije *Youtubea*, cilj je ovog istraživanja utvrditi postoji li značajna povezanost razvitka ekološke svijesti s obzirom na konzumaciju *YouTube* sadržaja.

2. Teorijska polazišta i prijašnja istraživanja

Da bi ispitao utjecaj televizije na gledatelje, George Gerbner uveo je teoriju kultivacije 1960-ih godina u sklopu projekta *Pokazatelji kulture*. Teorija kultivacije komunikacijski je i sociološki okvir koji pretpostavlja da dugotrajna izloženost medijima oblikuje način na koji potrošači medija percipiraju svijet, kao i način kojim se ponašaju u životu.¹¹ Mediji su vrlo važno sredstvo koje doprinosi aktiviranju pojedinaca i skupina u ekološkim akcijama, ispravnom funkcioniranju, a u skladu sa stečenim ekološkim znanjem i utvrđenim ekološkim vrijednostima. Medijske akcije mogu biti preventivne, u smislu informiranja primatelja onečišćujućih tvari, stanja u lokalnom, regionalnom i globalnom ekološkom okolišu, opasnosti od zagađenja okoliša i oštećenja prirodne ravnoteže. Upravo je djelovanje medija izravno povezano s društveno (ne)prihvatljivim ponašanjem okoliša. Gotovo da nema stručnih radova, ili ih je mali broj, koji razmatraju ulogu medija u razvoju svijesti o zaštiti ljudskog okoliša i okoliša.¹² Kada je riječ o ulozi medija u razvoju ekološke svijesti, mediji imaju, između ostalog, i ulogu mobilizatora, ali i katalizatora određenih društvenih procesa koji se odnose na stanje okoliša. Mediji moraju, potičući građane na kritičko razmišljanje o ekološkom okolišu, aktivno sudjelovati u njegovoj procjeni, kritički procijeniti stupanj ugroženosti okoliša i potencijalne prijetnje njihovom okolišu. Konkretno,

⁹ Smolak, Kemeter, »Ekološka svijest građana Republike Hrvatske«, str. 73–81.

¹⁰ Krešimir Kufrin, »Skala nove ekološke paradigme – još jedna provjera i pokušaj revizije«, *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline* 11/4 (2002), str. 277–296.

¹¹ Ayesh Perera, »Cultivation Theory«, *Simply Psychology* (mrežna stranica), objavljeno 26. svibnja 2021. godine. Dostupno na: <https://www.simplypsychology.org/cultivation-theory.html> (pristup 10. svibnja 2022. godine).

¹² Mirko Jakovljević, »Ecology and Media«, *In medias res: časopis filozofije medija* 10/18 (2021), str. 2883–2893.

mediji bi trebali omogućiti javnu raspravu sučeljavajući mišljenja o specifičnim i potencijalnim problemima okoliša.¹³ Ako mediji u svojim programima imaju specijalizirano emitiranje posvećeno očuvanju i zaštiti okoliša, oni istovremeno postaju komunikacijski kanal putem kojeg mogu 'pritisnuti' potencijalne ili stvarne zagađivače ili korporacije koje uništavaju ili iskorištavaju prirodne resurse, osobito one koji se odnose na neobnovljive izvore energije, ili istrebljuju divlje životinje. Promjena je moguća samo ako netko promijeni svoju svijest i svoja uvjerenja te uskladi praksu sa stvarnošću koju želi doživjeti. Ako želimo čistije gradove, moramo se pobrinuti da njihova čistoća doprinosi našem ponašanju koje proizlazi iz našeg uvjerenja.¹⁴ Svijest o međusobnoj povezanosti prirodnog i društvenog okoliša u ljudskom okruženju, kao i znanje o uzrocima poremećaja i zagađenja te utjecaju zagađenja na ljude, od bitne su važnosti. U izgradnji odnosa društva prema ekološkim problemima, unatoč tome što odnos čovjeka prema prirodi posreduje politički sustav, važno mjesto pripada ekološkoj svijesti.¹⁵ Jakovljević ističe da je prirodni okoliš i njegova zaštita dio svakog ustava jedne zemlje, a dojam je da medijima nije posvećena dovoljna pozornost, dok se sustav vrijednosti onoga što je poželjno, vrijedno poštovanja, manje vrijedno ili irelevantno, ispravno ili pogrešno, gradi procesom socijalizacije kroz koju prolazi svaki ljudski pojedinac bez obzira na to u kojem vremenu ili prostoru živi.¹⁶

Prijenos ekoloških vrijednosti u određenu društvenu zajednicu mogao bi se nazvati i ekološkom orijentacijom.¹⁷ Takvo viđenje vrijednosne komponente, kao dijela svijesti o okolišu, a koje je usvojeno putem masovnih medija, od posebnog je značaja za ovaj rad. Ono objašnjava specifična ponašanja pojedinaca i skupina u pogledu preventivne zaštite okoliša od potencijalnih izvora prijetnji okolišu u rješavanju lokalnih, regionalnih i globalnih ekoloških kriza, ali i u svakodnevnom radu na radnom mjestu, kao i u okolišu. Ekološki problemi mogu se i moraju rješavati kao kulturni i civilizacijski problemi.¹⁸ Izgradnja ekološke svijesti usko je povezana s povećanjem utjecaja medija na javnost. Iz tih razloga, osobi koja već živi u svojevrsnom *novom medijskom poretku* savjetuje se da stekne temeljna znanja o takozvanoj

¹³ Jakovljević, »Ecology and Media«.

¹⁴ Isto.

¹⁵ Isto.

¹⁶ Isto.

¹⁷ Isto.

¹⁸ Isto.

medijskoj pismenosti da bi stekla potpuniju sliku diskursa u kojem se nalazi suvremeni čovjek i jasniju definiciju svojeg odnosa prema medijima, ali i prema ekološkim problemima i izazovima.

Mediji bi trebali stvoriti uvjete za izgradnju boljeg svijeta od onog u kojem se suočavamo sa svakodnevnim porastom prijetnji okolišu. Od svih zagađenja, najozbiljnije je onečišćenje ljudske svijesti. U izgradnji i razvoju ekološke svijesti najvažnija je činjenica sadržana u potrebi da se saznaju pojedinosti o okolišu. Rezultati dobiveni anketom među 100 ispitanika iz pet gradova Crne Gore jasno ukazuju na to da su građani izrazito kritični prema okolišu, ali su kritični i prema procjeni kvalitete medijskog izvještavanja o pitanjima okoliša. Građani postavljaju visoke zahtjeve prema medijima koji, kako pokazuje to istraživanje, ne daju adekvatan tretman problemima okoliša. Posebno su kritični prema lokalnim medijima koji ne ispunjavaju na odgovarajući način svoju funkciju, posebice onda kada je potrebno pravovremeno i smisleno izvještavanje o lokalnim ekološkim pitanjima.¹⁹ Iako je provođenje paradigme održivog razvitka u svakodnevni život složen i dugotrajan proces, elemente koji čine taj razvitak moramo prilagoditi vlastitim prilikama te autohtonosti. U istraživanju Kristine Afrić ukazano je da »postoji potreba uvođenja sustavnog odgoja i obrazovanja za održivi razvitak, na svim obrazovnim razinama kao i povećanja informiranosti uz pomoć medija o načinima očuvanja okoliša i brojnim aktivnostima i naporima koje se (ako se) provode na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.«²⁰ Takvim aktivnostima podigla bi se ekološka svijest cjelokupnog stanovništva Republike Hrvatske.

Zahvaljujući empirijskim nalazima koji su pokazali da je televizijski prijemnik u američkim domaćinstvima prosječno po danu uključen oko sedam sati, dnevna je izloženost nužno neselektivna, ritualizirana i u većoj mjeri određena navikama nego specifičnim interesima, te ne ostavlja samo akcidentalne nego dublje i trajnije posljedice. Taj je uvid uobičen u takozvanu kultivacijsku teoriju u okviru koje se konceptualno jasno razdvajaju dvije vrste učinaka: učinci prvog reda, ili neposredne posljedice manifestnih programskih sadržaja, i učinci drugog reda, koji su više vezani uz vrijednosti, uloge ili trajne političke orijentacije. Što se tiče izraženosti, posljedice izloženosti smatraju se pojedinačno malim, no kumulativno znatnim, pri čemu

¹⁹ Isto.

²⁰ Kristina Afrić, »Ekološka svijest - pretpostavka rješavanja ekoloških problema«, *Ekonomski pregled* 53/5-6 (2002), str. 578-594.

se opći i konačni smjer utjecaja ocjenjuje konzervativnim (polazište koje znatno odstupa od benignije varijante teorije minimalnih učinaka). Televizija, naime, dugoročno djeluje tako da pojačava postojeće vrijednosti i tako da bitno doprinosi održavanju društvene inercije.²¹

3. Hipoteze i metodologija

Proučavajući teoriju o utjecajima medija na oblikovanje individualnih razmišljanja, percepcija i stavova, dovest ćemo u vezu utjecaj platforme *YouTube* s oblikovanjem ekoloških stavova. Koristeći se česticama skale Kufri-nove nove ekološke paradigme, kao i zbog raširenosti konzumacije *YouTubea*, istražile smo postoje li značajne povezanosti o razvitku ekološke svijesti s obzirom na konzumaciju različitih sadržaja na *YouTubeu* iz nekoliko kategorija: »Automobili i vozila«, »Životinje«, »Životni stil«, »Znanost i tehnologija«, »Neprofitne organizacije i aktivizam«.

Glavni je cilj istraživanja analizirati ekološke stavove studenata te utvrditi postoji li povezanost između učestalosti konzumacije različitih sadržaja na *YouTubeu* i ekoloških stavova. Hipoteze koje proizlaze iz glavnog cilja su:

H1: Postoji povezanost između konzumacije *YouTube* kategorije »Automobili i vozila« i ekoloških stavova.

H2: Postoji povezanost između konzumacije *YouTube* kategorije »Životinje« i ekoloških stavova.

H3: Postoji povezanost između konzumacije *YouTube* kategorije »Životni stil« i ekoloških stavova.

H4: Postoji povezanost između konzumacije *YouTube* kategorije »Znanost i tehnologija« i ekoloških stavova.

H5: Postoji povezanost između konzumacije *YouTube* kategorije »Neprofitne organizacije i aktivizam« i ekoloških stavova.

H6: Postoji statistički značajna razlika u ekološkim stavovima s obzirom na spol ispitanika.

H7: Postoji statistički značajna razlika u ekološkim stavovima s obzirom na mjesto stanovanja ispitanika.

²¹ Stanko Rihtar, Goran Milas, Josip Burušić, »Izloženost televiziji i percepcija političkog prostora«, *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja* 9/4–5 (2000), str. 567–580.

Za provedbu istraživanja upotrebljena je metoda *online* ankete. Anketa je provedena u razdoblju od 28. rujna do 1. listopada 2021. godine na prigodnom uzorku studenata Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku (N=105). Deskriptivni podaci ispitanika prikazani su u tablicama (Tablica 1. – Tablica 4.). Anonimni anketni upitnik formiran je u *Google Formsu*, na koji su ispitanici mogli pristupiti poveznicom koja je dijeljena u raznim studentskim grupama na društvenim mrežama. Ovim je upitnikom osigurana anonimnost ispitanika, jer se njihova IP adresa nije bilježila, a odgovori se ni u kojem trenutku nisu povezali osobno s ispitanicima. Obrada i analiza dobivenih podataka izvršena je u statističkom programskom paketu za društvene znanosti – *IBM SPSS*.

Tablica 1. Frekvencije varijable spol

		N	%
Varijabla	M	31	29,5
	Ž	74	70,5
	Σ	105	100,0

Deskriptivnom analizom utvrđeno je da od ukupnog broja ispitanika (N=105) njih 74 (70,5%) čine djevojke, a preostalih 31 (29,5%) čine mladići.

Tablica 2. Frekvencije mjesta stanovanja

		N	%
Varijabla	Grad	57	54,3
	Selo	48	45,7
	Σ	105	100,0

Deskriptivnom analizom utvrđeno je i to da od ukupnog broja ispitanika (N=105) njih 57 (54,3%) živi u gradu, a 48 ispitanika (45,7%) živi u selu.

Tablica 3. Frekvencije varijable godina studija

		N	%
Godina studija	1	25	23,8
	2	55	52,4
	3	12	11,4
	4	3	2,9
	5	10	9,5
	Σ	105	100,0

Također, deskriptivnom analizom utvrđeno da je od ukupnog broja ispitanika (105) najveći broj čine ispitanici druge godine studija, njih 55 (52,4%), a najmanji broj, točnije njih 4, čine ispitanici četvrte godine studija (2,9%).

Tablica 4. Frekvencije varijable znanstvenog područja obrazovanja

		N	%
Varijabla	STEM	34	33,3
	DH	67	65,7
	Σ	101	99,0
	System Missing	1	1,0
	Σ	102	100,0

Od ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na ovo pitanje (N=102), 67 ispitanika pohađa studije društvenih i humanističkih znanosti (65,7%), a ostalih 34 ispitanika pohađa studije iz STEM područja (33,3%).

4. Rezultati i rasprava

Linearnom regresijom utvrđena je statistički značajna povezanost između *YouTube* kategorije »Životni stil« i rezultata na skali ekoloških stavova ($p < 0,05^*$). Između ostalih kategorija nije utvrđena statistički značajna povezanost ($p > 0,05$). Koeficijent determinacije pokazuje da je time objašnjeno 16% varijance. Prema *Durbin-Watson* koeficijentu (2,09), zadovoljeni su svi kriteriji za provedbu analize. Taj nalaz može se potvrditi time da, od svih kategorija, ispitanici najviše gledaju sadržaj iz kategorije »Životni stil«, što pokazuje Tablica 5. Gerbner ističe da je kultivacijska teorija komunikacijski i sociološki okvir, a s obzirom na to, gledanjem sadržaja *YouTube* kategorije »Životni stil« korisnici dobivaju osjećaj osobne komunikacije s osobom koja prenosi video, što je jedna od odlika te kategorije te *YouTube* platforme. Samim time korisnik dobiva veći osjećaj odgovornosti prema određenom problemu te se na taj način u njemu budi aktivizam pojedinca. Također, istraživanje je provedeno na studentskoj populaciji, što znači da ispitanici pripadaju populaciji mladih ljudi koji, prema istraživanju o učinku korištenja *YouTubea* kod mladih, provedu značajan broj sati gledajući *YouTube* video uratke.²²

²² Ashwini, Pratap, Padma, Kalyan, Srikanth, »The Effect of Using Youtube on Youth«, str. 269–271.

Tablica 5. Frekvencije korištenja *YouTube* kategorija

	Nikad	Rijetko	Povremeno	Često	Vrlo često
Automobili i vozila	49,55	27,6%	13,3%	3,8%	5,7%
Životinje	19%	41,9%	25,7%	10,5%	2,9%
Životni stil	10,5%	25,7%	24,8%	24,8%	14,3%
Znanost i tehnologija	13,3%	19%	34,3%	24,8%	8,6%
Neprofitne organizacije i aktivizam	38,1%	30,5%	20%	7,6%	3,8%

Tablica 6. Linearna regresija *YouTube* kategorija i rezultata na skali ekoloških stavova

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Automobili i vozila	-,029	,043	-,064	-,670	,505
Životinje	-,049	,051	-,095	-,960	,339
Životni stil	,124	,043	,295	2,884	,005**
Znanost i tehnologija	-,069	,047	-,155	-1,465	,146
Neprofitne organizacije i aktivizam	,058	,049	,126	1,203	,232

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

T-test analizom za nezavisne uzorke utvrđena je statistički značajna razlika u rezultatima na skali ekoloških vrijednosti s obzirom na spol ispitanika, $t(103) = -3,60$, $p < .001$. Djevojke ($M=3,84$) za razliku od mladića ($M=3,46$) iskazuju pozitivniji stav prema ekološkim stavovima.

Tablica 7. T-test analiza za nezavisne uzorke rezultata skale ekoloških stavova s obzirom na spol ispitanika

	Spol	N	M	SD	t
Rezultat na skali (prosjeak)	M	31	3,46	,52	-3,60***
	Ž	74	3,84	,47	

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

T-test analizom za nezavisne uzorke nije utvrđena statistički značajna razlika u rezultatima na skali ekoloških vrijednosti s obzirom na mjesto stanovanja ispitanika, $t(103) = -1,38$, $p > 0,05$.

Tablica 8. T-test s rezultatima skale ekoloških stavova s obzirom na mjesto stanovanja ispitanika

	Mjesto stanovanja	N	M	SD	t
Rezultat na skali (prosjek)	Grad	57	3,66	,53	-1,38
	Selo	48	3,80	,48	

Bilješka: $p < 0,05^*$; $p < 0,01^{**}$; $p < 0,001^{***}$

U ovom istraživanju podjednak je postotak ispitanika koji žive na selu i u gradu, a bio je nešto veći broj ispitanika. Obje su te stavke očekivane, jer je bilo više ispitanika koji pohađaju smjerove društvenih i humanističkih znanosti (prema podacima, na osječkom Fakultetu za odgojne i obrazovne znanosti studentice čine čak 87% populacije²³). Analizom linearne regresije utvrđena je statistički značajna povezanost između *YouTube* kategorije »Životni stil« i rezultata na skali ekoloških stavova ($p < 0,05^*$). Također, iz rezultata istraživanja proizlazi da postoji statistički značajna razlika u rezultatima na skali ekoloških vrijednosti s obzirom na spol ispitanika – djevojke iskazuju pozitivniji stav o ekologiji od mladića. Istraživanjem smo utvrdili, što je i u skladu s teorijom kultivacije u kojoj izloženost medijima oblikuje način na koji potrošači medija percipiraju svijet, da utjecaj medija na stavove zaista postoji. Utvrđeno je da konzumacija sadržaja koji se odnosi na tematiku životnog stila na *YouTubeu* pozitivno utječe na ekološke stavove korisnikā. U tematiku životnoga stila ubrajaju se videozapisi o ljudima, stilovima života, razgovoru sa slavnim osobama, raznim recenzijama, promocijama mrežnih mjesta te proizvoda.

5. Zaključak

Budući da su mediji vrlo važni u našem životu i gotovo neizbježni u današnje vrijeme, mogli smo i pretpostaviti da će neki njihovi oblici utjecati na stavove o ekologiji. Ljudi se pomoću medija mogu informirati o događajima u svijetu, komunicirati s drugima, ali se mogu i obrazovati. Gerbner je kultivacijskom teorijom dao značajan doprinos proučavanju društvene stvar-

²³ L. B., »Apsolutna dominacija studentica: Ovo su hrvatski 'ženski' fakulteti kojima bez sumnje vladaju djevojke«, u: »Akademska četvrt«, *mojFaks* (mrežna stranica), objavljeno 24. veljače 2021. godine. Dostupno na: <https://mojFaks.dnevnik.hr/akademska-cetvrt/ovim-hrvatskim-fakultetima-dominiraju-zene> (pristup 29. ožujka 2022. godine).

nosti kroz konzumiranje medijskog sadržaja. Cilj je ovog istraživanja bio utvrditi postoji li značajna povezanost razvitka ekološke svijesti s obzirom na konzumaciju *YouTube* sadržaja. Utvrdili smo da postoji povezanost s kategorijom »Životni stil«. Sadržaji koji se pojavljuju u toj kategoriji povezani su s ekspresivnim vrijednostima koje ulaze u domenu postmaterijalističkih vrijednosti koje su povezane s ekološkim svjetonazorom.

Na temelju našeg istraživanja moguće je zaključiti da bi mediji trebali biti u toku s pitanjima vezanima za okoliš, donositi sadržajna izvješća, poticati na kritičko mišljenje o okolišu i njegovim problemima, a istovremeno inicirati i pomagati, obavljati aktivnosti u području zaštite okoliša te potaknuti aktivno sudjelovanje građana. Zaštita okoliša zajednički je cilj svih sudionika društvenog procesa.

6. Literatura

- Afrić, Kristina. 2002. »Ekološka svijest - pretpostavka rješavanja ekoloških problema«, *Ekonomski pregled* 53/5–6 (2002), str. 578–594.
- Ashwini, Banoth; Pratap, K. V. N. R.; Padma, T. Madhavi; Kalyan, V. Shiva; Srikanth, P. 2019. »The Effect of Using Youtube on Youth«, *International Journal of Research in Engineering, Science and Management* 2/10 (2019), str. 269–271.
- B., L. 2021. »Apsolutna dominacija studentica: Ovo su hrvatski 'ženski' fakulteti kojima bez sumnje vladaju djevojke«, u: »Akademska četvrt«, *moj faks* (mrežna stranica), objavljeno 24. veljače 2021. godine. Dostupno na: <https://moj faks.dnevnik.hr/akademska-cetvrt/ovim-hrvatskim-fakultetima-dominiraju-zene> (pristup 29. ožujka 2022. godine).
- Bärtl, Mathias. 2018. »YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years«, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 24/1 (2018), str. 16–32, doi: <https://doi.org/10.1177/1354856517736979>.
- Blagojević, Miroslav. 2019. *Politika zaštite okoliša*, diplomski rad. Mentor: Kristina Afrić Rakitovac (Pula: Fakultet ekonomije i turizma »Dr. Mijo Mirković« Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli, 2019).
- Čerepinko, Darijo. 2011. *Komunikologija: Kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa* (Varaždin: Veleučilište u Varaždinu, 2011).
- Jakovljević, Mirko. 2021. »Ecology and Media«, *In medias res: časopis filozofije medija* 10/18 (2021), str. 2883–2893.
- Kufrin, Krešimir. 2002. »Skala nove ekološke paradigme – još jedna provjera i pokušaj revizije«, *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline* 11/4 (2002), str. 277–296.

- Pavić, Željko; Šundalić, Antun. 2007. »Ekološka svijest mladih: između održivog razvoja i tehnocentrizma«, *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline* 16/4 (2007), str. 279–296.
- Perera, Ayesh. 2021. »Cultivation Theory«, *Simply Psychology* (mrežna stranica), objavljeno 26. svibnja 2021. godine. Dostupno na: <https://www.simplypsychology.org/cultivation-theory.html> (pristup 10. svibnja 2022. godine).
- Rihtar, Stanko; Milas, Goran; Burušić, Josip. 2000. »Izloženost televiziji i percepcija političkog prostora«, *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja* 9/4–5 (2000), str. 567–580.
- Smolak, Ivana; Kemeter, Dragica. 2017. »Ekološka svijest građana Republike Hrvatske«, *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* 8/2 (2017), str. 73–81.
- [s. n.]. »List of most visited websites«, *Wikipedia* (mrežna stranica). Dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most_visited_websites (pristup 18. svibnja 2022. godine).
- [s. n.]. »Teorija kultivacije«, *Socmedarch* (mrežna stranica). Dostupno na: <https://hr.socmedarch.org/cultivation-theory-definition-4588455-7281> (pristup 18. svibnja 2022. godine).

Connection Between Ecological Attitudes and *Youtube* Consumption

Summary

Environmental risks have been a topic much discussed in the public sphere in recent years. The information on this topic is largely mediated by the media. At the same time, the use of online social networks such as *YouTube*, *Facebook* and *Instagram* is becoming increasingly widespread in the world, which also provide content related to the relationship between man and nature. The theoretical basis of this paper is George Gerbner's cultivation theory, according to which people's exposure to different media contents influences their perception of social reality. We measured environmental attitudes and attitudes about human–nature relationship using the new ecological paradigm scale (*New Ecological Paradigm*, NEP) originally developed by R. E. Dunlap and K. D. Van Liere. The main goals of the research were to analyse the environmental attitudes of students and to determine whether there is a correlation between the frequency of consumption of

different content on *YouTube* and ecological attitudes. The data was collected through an *online* survey, and the sample consisted of 100 students from the University of Osijek. The results of the statistical analysis indicate that the environmental attitudes of students are related to the frequency of consumption of content from the “Lifestyle” category, while no statistically significant correlation with other categories has been established.

Key words: ecological attitudes, culturing theory, students, *YouTube*