

---

---

## ŽENE I PISMENOST

---

---



# PRAVNI I FENOMENOLOŠKI ASPEKTI MEDIJSKE PISMENOSTI ŽENA TREĆE DOBI U BOSNI I HERCEGOVINI

PREGLEDNI NAUČNI RAD

UDK 316.77:659.443/446-055.2

DOI 10.7251/DEFSR2353059Z

COBISS.RS-ID 138678785

**Doc. dr Dijana Zrnić<sup>1</sup>**

**Sažetak:** U ovom radu autorka se prvenstveno bavi promišljanjem uloge i odgovornosti medija u predstavljanju žena treće dobi (starijih od 65 godina). Ne manje važno je i pitanje njihove medijske pismenosti u smislu aktivnog ili pasivnog učešća u kreiranju medijskog sadržaja, kao i pravilnog razumijevanja i objektivnog prihvatanja medijske poruke. U cilju realnog i sveobuhvatnog sagledavanja kompleksnog odnosa medija i starije ženske populacije te njihovog položaja u bosanskohercegovačkom medijskom prostoru, autorka polazi od utvrđivanja opšte fenomenološke pozicije žene treće dobi kroz analitički osvrt na teorijske postavke i znanja domaćih i stranih autora koji su se iscrpno bavili ovom starosnom populacijom kao medijskim subjektom. Pravilno razumijevanje statusa bosanskohercegovačke žene treće dobi u vremenu novih medija, nalaže da se konceptualno i pojmovno redefiniše termin medijske pismenosti u kontekstu medijske politike u Bosni i Hercegovini. Konačno, potrebno je ukazati i na (ne)postojanje posebnog pravnog okvira kada je u pitanju medijska pismenost i prisustvo bosanskohercegovačke žene treće dobi u medijima. Autorka, na kraju, zaključuje da su žene treće dobi u bosanskohercegovačkom društvu bitno podzastupljene u medijskom prostoru, a razlog tome su nizak stepen medijske aktivnosti i pismenosti, pasivan/inertan odnos date populacije prema medijima i produkciji medijskog sadržaja, ali i njihovo svjesno medijsko zanemarivanje od strane društva u kojem žive. Evidentno je i odsustvo posebnog pravnog okvira kojim bi se bliže uredili odnosi medija i ove starosne populacije u Bosni i Hercegovini, kao i ukazivanje na potrebu veće angažovanosti svih društvenih aktera u oblasti unapređenja medijske pismenosti.

<sup>1</sup> Pravni fakultet Univerziteta u Banjoj Luci, Banja Luka

**Ključne riječi:** žena treće dobi, medijska pismenost, novi mediji, pravo na slobodu izražavanja, medijska politika, medijska regulacija

## 1. UVOD

Još od druge polovine XX vijeka, mediji su postali nezaobilazni dio sadašnjice. Njihova je uloga višestruka, od posredovanja informacijama, znanjem, socijalizacije mladih ljudi i njihove samoprocjene, pa sve do stvaranja ličnih i kolektivnih identiteta (Vrhovski-Peran, 2022). Istraživanja pokazuju da postoji veliko povjerenje opšte populacije u medije pa se i mišljenja o životu, nacionalnom identitetu, ideologijama, vjerskim zajednicama, te rodnim ulogama prvenstveno kreiraju na osnovu medijskog sadržaja. Kroz medije se gradi lični identitet, ali i globalna kultura, i zato nije nevažno kako to mediji prikazuju.

Posebno je naglašena iskrivljena stereotipna slika žene u medijskom prostoru koja govori ženi kako se treba ponašati kao majka, supruga, zaposlena žena, žena na vodećoj poziciji i kako se društvo treba odnositi prema njoj, što uveliko ograničava ženu u slobodi izbora vlastitog modela ponašanja. (McQuail, 2010: 438). U medijima se često govori o ženi kao o slabijem polu, dok se nasilje i grubost prema ženi predstavlja kao nešto normalno i opravdano, što bitno utiče na stavove mladih u pogledu odnosa prema ženi. Rodna hegemonija i iskrivljena stereotipija naročito su prisutni kod medijskog predstavljanja žena treće dobi. U savremenom društvu koje se više ne plaši starenja (Featherstone, 1995: 123) i kojem se kroz medije nameće „mit o ljepoti i vječnoj mladosti“, starija ženska populacija trpi višestruku diskriminaciju. One su prvenstveno predstavljene kao „drugost“, potom kao „nevidljive“ i, konačno, kao „sinonim“ za bolest, usamljenost, bezvrijednost, ranjivost, nezadovoljstvo i oronulost (Hant, 2007: 1). Kako bi zauzele realnu poziciju u društvenom i medijskom prostoru, žene treće dobi moraju naučiti da kritički vrednuju postojeći medijski sadržaj, ali i da ga stvaraju. Drugim riječima, moraju se uključiti u proces medijskog opismenjavanja, što podrazumijeva, „sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija“ (Aufderheide, 1993: 9).

Iskrivljena shvatanja socio-medijske uloge starije ženske populacije odlikuju i bosanskohercegovačko društvo, u kojem dominira patrijarhalni

odnos prema ženi uopšte. Da bismo bolje razumjeli razloge dekadentnog prikaza žene treće dobi u bosanskohercegovačkom medijskom prostoru, njenu podzastupljenost u medijskom sadržaju te koliko to može da naruši njenu već poljuljanu poziciju u androcentričnom društvu, potrebno je prvo dekonstruisati paradigme „ageizma“ „drugosti“, „nevidljivosti“ i „sinonimnosti“ koji se usko vezuju za ovu starosnu i polnu kategoriju. Nakon fenomenološkog promišljanja žene treće dobi kao medijskog subjekta, potrebno ju je staviti u kontekst savremenog poimanja fenomena medijske pismenosti, a potom i u regulatorni kontekst koji postavlja granice prisutnosti žene treće dobi u medijima.

## **2. FENOMENOLOŠKA OBILJEŽJA ŽENE TREĆE DOBI KAO MEDIJSKOG SUBJEKTA/OBJEKTA**

U današnje vreme, kada se oseća slabljenje uticaja obrazovnih institucija i drugih organa vlasti, mediji zauzimaju ova mesta i utiču na obrazovne procese i zauzimaju značajno mesto u procesu izgradnje ličnog identiteta. Tako se pod uticajem medija, kao izvora informacija i znanja, stvaraju fenomenološke odlike žene trećeg doba kao medijskog subjekta/objekta. Identitetske karakteristike su uglavnom negativno pozicionirane i obuhvataju starosnu diskriminaciju žena (ageizam), žene trećeg doba kao drugost, nevidljivost žena trećeg doba i godine kao sinonim za žene trećeg doba.

## **3. DOBNA DISKRIMINACIJA ŽENE (AGEIZAM)**

Svako stavljanje u nepovoljniji položaj bilo koga, na osnovu rase ili etničke pripadnosti, pola, jezika, vjere, nacionalnog ili socijalnog porijekla, obrazovanja, rođenja, zdravstvenog stanja, invaliditeta i sl., predstavlja diskriminaciju (Ustav Bosne i Hercegovine, član II, stav 4.). Kada govorimo o diskriminaciji na osnovu dobi ili ageizmu mislimo na proces sistemske stereotipizacije i diskriminacije starijih ljudi, koja je isključivo dobno, a ne moralno, ideološki ili politički motivisana (Butler 1975: 12). Dobna diskriminacija je posljedica reakcije okoline na smrt kao prirodni fenomen koji se vezuje za starenje (Friend 2017), zatim na vlastiti osjećaj ugroženosti, ali i reakcije na frustracije i stresove kojih je sve više u svakodnevnom životu mlađih ili radno aktivnih osoba (Rusac, Štambuk

i Verić 2013: 96). Termin „ageizam“ pripisuje se Robertu Butleru (*Robert Butler*), američkom ljekaru i autoru više naučnih radova, koji razmatraju problem dobno zasnovane diskriminacije, te uzrocima stvaranja dobnih stereotipa na institucionalnom nivou. Za razliku od rasizma i seksizma, ageizam je uperen protiv grupacije koja gravitira između pozicije „centra“ i „drugosti“. Mladi su posebno uplašeni idejom starenja, što neumitno vodi ka stvaranju dobnih stereotipa, u čemu ključnu ulogu imaju mediji, koji indirektno kod mladih formiraju stavove o starijoj populaciji (Hant 2007: 2).

Prema rezultatima američkih istraživanja, samo u 2016. godini, američke građanke starije životne dobi potrošile su više od 16 milijardi dolara na estetsku hirurgiju kako bi pomirile jaz između unutrašnje vitalnosti i vanjskog propadanja (Friend 2017). Na to ih je, prvenstveno, podstaklo američko društvo, koje s prezirom gleda na ovu kategoriju stanovništva smatrajući je „teretom“ i „viškom“ koje troši vitalne resurse, a pri tome nisu produktivni dio društva. Ipak, prema tvrdnjama Norta i Fiskea, zapadna društva se bolje ophode prema ženama treće dobi nego istočna, a razlog tome nije ni kapitalizam ni mentalitet već nagli porast broja žena starije životne dobi u bivšim socijalističkim društvima, kao i društvima u tranziciji (North, Fiske 2015: 993). Ovakva, svojevrsna, dobna diskriminacija čini da mlađe generacije doživljavaju starije kao drugačije, u tolikoj mjeri da ih prestaju posmatrati kao ljudska bića (Butler, 1975: 12), za što treba kriviti nedostatak vaspitnog usmjeravanja mladih u pravcu prihvatanja starenja kao prirodne lične budućnosti. Iskrivljena slika žena starije životne dobi, koju mediji šalju, postaje nova normalnost na osnovu koje se grade stavovi o beskorisnosti ove društvene grupacije. Takođe, istraživanja koja je proveo američki portal *GraphJoy* pokazuju da u filmskoj industriji starenje bitno utiče na (ne)angažovanje renomiranih glumica, kao i na kvalitet ponuđenih uloga, a sve u korist mlađih i seksualno atraktivnijih filmskih debitantkinja, što dodatno podstiče širenje seksističkih paradigmi na filmskom platnu (*GraphJoy*, 2015). Čini se da sve dok se ne pronade rješenje za „prolaznost života“, žene starije životne dobi biće predstavljane kao senilne, krute u mišljenju i ponašanju, te moralno ograničene (Butler, 1975: 12).

#### 4. ŽENA TREĆE DOBI KAO DRUGOST

Još je 40-tih godina XX vijeka, francuska feministička filozofkinja Simon de Bovoar (*Simone de Beauvoir*) u polemičkoj monografiji „Dru- gi pol“ ukazivala na problematičnu identifikaciju žene kao „drugosti“. Pod „drugošću“ ona je podrazumijevala decentralizovanu poziciju žene čiji se identitet mogao odrediti samo u odnosu na muškarca kao mjere čovječno- sti (De Beauvoir 1977). Po istom principu vršena je i standardizacija žen- skosti, pri čemu je mladost smatrana glavnim parametrom. Starenje je ženu udaljavalo od esencijalnog principa ženskosti, stavljajući je u poziciju „dru- ge“, odnosno „drugačije“. Žena u menopauzi više nije bila predmet „muš- kog pogleda“, pa samim tim ni žena, zbog čega je ona primorana usmjeriti svoje djelovanje ka obnovi statusa „mlade žene“, što nas navodi na zaključak da kako mladost tako i starost podjednako učestvuju u stvaranju socijalnog konstrukta, ali se starost određuje kao nešto negativno. Simon de Bovoar, sa žaljenjem, konstatuje da „drugost“ isključuje ženu treće dobi iz koncepta čovječnosti. S vremenom, ona postaje žrtva društvene ekskluzije „drugih“ i „drugačijih“, jer „ukoliko starija žena pokaže da posjeduje strast, osjećanja i želje kao i mlađe osobe, društvo će je prezreti.“ (de Beauvoir, 2009: 10).

Beti Fridan (*Betty Friedan*) takođe ukazuje na iskrivljene medijske slike osoba treće dobi. U knjizi „Fontana starosti“ Fridan dijeli zabrinutost američkog gerontologa Verna Bengstona (*Vern Bengston*) u pogledu pri- kazivanja treće dobi kao društvenog problema, a ne kao kreatora rješenja. Starije osobe su okupirane nastojanjima da održe iluziju mladosti, koje im društvo nameće kroz stereotip starenja kao propadanja, umjesto da na starenje gledaju kao na trijumfalni dokaz življenja (Friedan, 1993: 63).

Za Suzan Zontag (*Susan Sontag*) žene treće dobi se susreću sa dvo- strukim standardima starenja, jer za razliku od muškaraca, one čitavog života teže ka ostvarenju adolescentnog ideala žene, koji je usko pove- zan sa fizičkim izgledom (Sontag 1997: 19). Do istog zaključka dolazi i Frue (*Frueh*) ističući da je „starija žena dvostruko drugačija, dvostruko degradirana, dvostruko povrijeđena vanjskim identitetom; ona je žensko, vizuelno drugačija od muškarca, ona je starija, i, uprkos, kozmetičkim zahvatima, drugačija od mlađe žene“ (Frueh 1997: 202). Starije žene često internalizuju samoprezir koji se promovise kroz ageistički stereotip i ula- žu veliki napor da se odvoje od prezrene „starosti“. Naime, milioni žena

su uvjereni da ako se dovoljno potruže i dovoljno kupuju neće biti „odbačene“. „Prihvatanje godina postaje stanje svijesti, mjera samovrijednosti, izbor. Onog trenutka kada pokažemo „mladalački ukus“ u biranju odjeće, kozmetike, aktivnosti, prijatelja i partnera, to znači da smo prihvaćene“ (Wray, 2003: 510). Sve dok su starije žene prihvaćene, one vjeruju da i dalje mogu da igraju ulogu koju im je društvo dodijelilo, objekta i majke, iako više nemaju reproduktivnu moć. Zahtjev mladosti koji se stavlja pred stariju ženu ima i svoju moralnu dimenziju, jer status starije žene u društvu uveliko zavisi od njene sposobnosti da se predstavi kao mlada žena. Otuda i stav da „sreća i ispunjenost u kasnijim godinama uveliko zavise od moralne odgovornosti pojedinke da rekonstruiše svoje tijelo, identitet i socijalni život“ (Wray 2003: 515).

U patrijarhalnoj kulturi, osim što su primorane priklanjati se standardima življenja koje im nameće muška populacija, starije žene su u stalnom rivalstvu i sa mlađom ženskom generacijom, jer obje skupine spremno prihvataju „mit o mladosti“, te se suprotstavljaju jedna drugoj. „Starije žene zaziru od mlađih, mlađe od starijih, dok i jednim i drugima dominira mit o ljepoti“ (Wolf 1991: 14).

## 5. (NE)VIDLJIVE ŽENE TREĆE DOBI

Ideja „nevidljivosti“ podrazumijeva, zapravo, nemogućnost da se bude viđen ili apsolutno prihvatanje stereotipnih shvatanja o sopstvenom identitetu. Muškarci često zaziru od starijih žena zato što više nisu mlade, nisu predmet seksualne želje, a nisu više ni reproduktivne. Socijalne uloge koje se starijim ženama tolerišu jesu uloge majke i bake. Predstaviti stariju ženu kao intelektualno vitalnu, seksualno aktivnu, produktivnog člana društva predstavlja neobičan izuzetak. „U patrijarhatu u kojem dominira mit o mladosti, starenje za ženu znači postajanje nevidljivom, bezobličnom“ (Bolen 2001: ix).

Prema mišljenju Naomi Wulf (*Naomi Wolf*) ženski časopisi ignorišu starije žene, a ako se i nađu na njihovim stranicama to su obično retuširane fotografije žena koje izgledaju 10 do 15 godina mlađe, tako da čitaoci nemaju priliku da saznaju kako stvarno izgleda žena starije životne dobi (Wolf 1991: 82). Ne želeći da ih društvo tretira kao problem, poznate starije žene iz svijeta mode i filma pristale su da poziraju za specijalno izdanje časopisa Vogue (2019), pod nazivom „Godine nisu problem“ (*Age*

*is not an issue*), ali i da otvoreno govore o predrasudama društva kada su u pitanju starenje i odsustvo starijih žena u medijima.

Tretirati starije žene kao nevidljive znači oduzeti im samopouzdanje, proglasiti ih krhkima, slabima i neprivlačnima. One su manifestacija svega onoga što mlađe žene žele da izbjegnu. Džermejn Grir (*Germaine Greer*) smatra da „sredovječna žena više ne može da udovolji zahtjevima patrijarhalnog društva. Više ne može da igra ulogu poslušne kćerke, seksualnog objekta ili madone. Ukoliko se ne upusti u skup, dugotrajan i potpuno uzaludan poduhvat negiranja starosti, moraće prije ili kasnije da se pomiri s činjenicom da ju je konzumeristička kultura odbacila“ (Greer 1997: 261). Međutim, nevidljivost žena treće dobi nije samo nametnuti konstrukt patrijarhalnog društva, već i rezultat pristanka te iste ženske populacije. Naime, brojna istraživanja pokazuju da je za svoj marginalni status dobrim dijelom kriva i sama žena, koja bira anonimnost, izolaciju, pa i nestajanje, ili prihvatanje stereotipa o ličnom identitetu, umjesto aktivizma, prisutnosti i prihvaćenosti. Na osnovu istraživanja koje je 2019. godine provela srbijanska televizijska kuća KTV, pretpostavlja se da se godišnje 10.000 žena u Srbiji podvrgne plastičnim operacijama ne toliko zbog ličnog zadovoljstva koliko zbog zadovoljavanja stereotipa o ličnom identitetu (KTV 2019.). Medijska promocija kozmetičke hirurgije dodatno utiče na popularizaciju „mita o ljepoti i mladosti“ kod starije ženske populacije, čiji je socijalni status starenjem već uveliko narušen. Kako bi postala vidljiva, žena treće dobi mora sama razbiti mit o vječnoj mladosti, tako što će prekinuti lanac „kupi – konzumiraj - podmladi se“.

## 6. STAROST KAO ŽENSKI SINONIM

Često starije žene simbolizuju bolest, usamljenost, bezvrijednost, ranjivost, nezadovoljstvo i oronulost. One su u medijima prikazane kao pretjerano brižne ili čangrizave majke koje žive s porodicom ili same (Friedan 1993: 56; Zita 1997: 96). Ukoliko se odluče da život podijele sa starijim partnerom, takva veza se smatra djetinjastom i smiješnom. Istraživanja su pokazala da se na starije osobe u medijima gleda kao na tvrdoglave, ekscentrične, budalaste, zavisne, krhke, ranjive, bezvrijedne, gundave i na teretu društva (Friedan 1993: 49). Sa godinama, ženi se negiraju stečene intelektualne kompetencije i ona prestaje da bude poželjna sagovornica u

medijima ili kreatorka medijske poruke. U najboljem slučaju, dodjeljuje joj se uloga objekta medijske poruke (žrtva, figura ili statistička brojka) ili pretjerano karikirana sekundarna uloga bake, majke ili kućne pomoćnice. Kako konzumerističko društvo nema velike koristi od žena treće dobi zbog njihove minorne kupovne moći, i slabog tržišnog učešća, tako i mediji, koji su prvenstveno u službi konzumerizma, imaju ograničen oglasni prostor za ovu populaciju, a on je, opet, posvećen razvijanju potrošačkih navika ma kako one bile limitirane ponudom (farmaceutski proizvodi, kozmetika, životna osiguranja ili mikrokrediti). Prema Ejmi Merik, novinarki časopisa Forbs, u 2017. godini, manje od 10 % zemalja članica Ujedinjenih Nacija imale su ženu za šefa države (Merrick, 2017). One države koje su poklonile svoje političko povjerenje ženi starije životne dobi najčešće bilježe primjetan rast BDP-a, kao i socio-kulturni prosperitet. Uprkos ovim pozitivnim primjerima, starijim ženama se nerado dodjeljuju rukovodeće pozicije, često se sumnja u njihov stručni sud, što dodatno doprinosi degradaciji pozicije žene treće dobi u javnom prostoru.

## **7. KONCEPT I POJAM MEDIJSKE PISMENOSTI U BOSNI I HERCEGOVINI**

Mediji bitno utiču na način na koji razmišljamo o svijetu, jedni drugima i samima sebi. Medijski sadržaji prenose kumulativne poruke koje oblikuju, kreiraju i učvršćuju stavove, vrijednosti, ponašanja, preokupacije i mitove koji određuju jednu kulturu (Silverblatt, Smith, Miller, Smith and Brown 2014: 5). Ubrzan i dinamičan razvoj informacionih i komunikacijskih tehnologija uticali su na česte promjene medijskog okruženja i navika, što se bitno odrazilo i na tumačenje pojma i koncepta medijske pismenosti. Pod opštim pojmom medijske pismenosti podrazumijevamo “sposobnost pristupa medijima, razumijevanja i kritičke evaluacije različitih aspekata medija i medijskih sadržaja i ostvarivanje komunikacije u raznovrsnim kontekstima” (Evropska komisija, 2007). Iako se tumačenja ovog pojma razlikuju u zavisnosti od konteksta i društva u kojem se koristi, postoji određena usklađenost u njegovom definisanju u dokumentima EU, SE, UNESCO-a, što se manifestuje kroz prisustvo četiri osnovna elementa: pristup, analiza, evaluacija i komunikacija. Međutim, najznačajnija dimenzija medijske pismenosti predstavlja sposobnost kritičkog

razmišljanja u procesu tumačenja medijske poruke. “Čitajući” medijsku poruku, korisnik stavlja na vagu sopstvena poimanja jezika, istorije, demokratije, nacionalnog identiteta, kao i ljepote i istine (Moyers, 1989).

Kako interesovanje za medije raste, tako raste i potreba za unapređivanjem znanja medijskih korisnika, što je opredijelilo UNESCO da se zalaže za uvođenje medijskog obrazovanja u nastavne planove i programe, SE da intenzivno razvija korelaciju između medija i ostvarivanja prava na slobodu izražavanja, a EU da u prvi plan stavi zaštitu medijskih konzumenata. Sa novim tehnološkim dostignućima i novim vidovima komunikacije, medijska pismenost podrazumijeva i određeni nivo informatičke pismenosti. Digitalni mediji oblikuju poruke i informacije na način koji zahtijeva razvoj novih znanja koja takođe čine medijsku pismenost. Kako su mediji postali neizostavni dio svakodnevnog funkcionisanja pojedinca i društva u cjelini, otuda i potreba za permanentnom edukacijom građana u pogledu njihovog bezbjednog pristupa i korišćenja medija. Iako se medijska pismenost još uvijek smatra individualnom vještinom čije usvajanje je volontarističko, ipak postojeće aktivnosti medijske industrije, nevladinih organizacija i nekih regulatornih tijela, najavljuju obaveznost unapređivanja medijske pismenosti.

Sam pojam medijske pismenosti, kao dio medijske politike i cilj medijskog obrazovanja rijetko se susreće u Bosni i Hercegovini (Tajić 2013: 51). Često se pojam pripisuje medijima, a ne pojedincu, a literatura koja se bavi konceptom i stanjem medijske pismenosti, kao i kritičkim pristupom medijima i medijskom sadržaju u bosanskohercegovačkom društvu, veoma je oskudna.<sup>2</sup>

Prema istraživanjima koja je provela Inicijativa evropskih politika pri Institutu za otvoreno društvo u Sofiji, od 35 zemalja Evrope, Bosna i Hercegovina se nalazi na 32 mjestu po medijskog pismenosti njenih građana (Lessenski 2019: 2). Razlog tome treba tražiti u više faktora, počev od korupcije,

---

2 Temom medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini opširnije su se bavili: Nada Zgrabljic-Rotar (2005), *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: Mediacentar; Jelenka Vočkić-Avdagić (2006), „Obrazovanje odraslih i mediji“, *Obrazovanje odraslih*, vol. VI, str. 83-94; Ingrid-Franziska Reichmayr (2001), *U prilog medijskom obrazovanju*, <http://www.mediaonline.ba/ba/?ID=115> [posljednji put posjećeno 12.01.2023.]; Lea Tajić (2013), *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Internews; Vuk Vučetić (2020), *Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini: Aktuelni problemi i preporuke*, Sarajevo: Mediacentar;

nepovjerenja prema naučnicima, novinarima i generalno građana jednih prema drugima, te u odsustvu medijskih sloboda (Lessenski 2019: 9-14). I sami mediji daju veliki doprinos sporosti razvoja medijske i informacijske pismenosti u BiH tako što plasiraju nekvalitetne vijesti sa predominantnom dozom senzacionalizma (Zvijerac, 2019). Vajzović smatra da medijska i informacijska pismenost igraju značajnu ulogu u razvoju demokratskog društva, jer demokratija podrazumijeva informisanog i obrazovanog građanina koji aktivno učestvuje u procesu donošenja odluka, i kao takav je nosilac suvereniteta u savremenom društvu. Bez medijske pismenosti i kritičkog mišljenja, bosanskohercegovački građanin postaje žrtva tehnoloških kompanija koji njegovu pažnju drže na informatičkim uređajima, aplikacijama, te komercijalnom sadržaju (Zvijerac, 2019).

Iako mediji svojim aktivnostima mogu u znatnoj mjeri unaprijediti medijsku pismenost građana, tako što će ih informisati o načinu funkcionisanja medija, i podsticati ih na interaktivnost, malo se u Bosni i Hercegovini pažnje poklanja odnosu medija i pripadnica treće dobi, što ima za posljedicu isključenost ove populacije iz svijeta medija, a samim tim i iz društva. U skladu sa široko postavljenom definicijom medija može se zaključiti da tradicionalni mediji (radio, TV, štampa), ne ulažu dovoljno napora da svoje starije korisnice obrazuju kao kompetentne medijske konzumente, kao što ih ni digitalni mediji (internet) ne podstiču u dovoljnoj mjeri da se upoznaju sa novim tehnološkim naprecima, niti im ukazuju na potencijalne opasnosti koje im prijete. Primjetan je značajan nivo aktivnosti medija na polju unapređenja medijske pismenosti mladih, ali se malo šta čini na medijskom opismenjavanju starije ženske populacije (Tajić 2013). Za sada, nadležne bosanskohercegovačke institucije nemaju u ponudi ni posebnu strategiju, niti akcioni plan za upoznavanje žena treće dobi sa prednostima i nedostacima novih medija, na način na koji to čine države u okruženju<sup>3</sup>, iako se u zadnje vrijeme pojavljuje sve veći

---

3 Republika Hrvatska je 2022. godine objavila prvi e-priručnik o novim medijima namijenjen osobama treće dobi. Ovaj svojevrsni "Vodič za srebrne surfere" nudi korisne savjete, uputstva i smjernice za korišćenje novih medija, mali rječnik internet pojmova i desetak praktičnih vježbi, u cilju razvijanja kritičke svijesti kod osoba treće dobi. U osmišljavanju koncepta i sadržaja priručnika autori su se koristili ranijim teoretskim i praktičnim iskustvima, znanjima i materijalima, stečenim i korišćenim u okviru dva edukativna projekta usmjerena na medijsko opismenjavanje starijih osoba, "Novomedijsko doba za treću životnu dob" i "Hodalica kroz lažne vijesti" (Levak, Zekić Eberhard, 2022).

broj članaka i istraživanja koji se odnose na diskriminaciju starijih osoba u kontekstu savremenih komunikacijskih tehnologija (Abad 2014; Vasil, Wass 1993) ili na evaluaciju snalaženja osoba starijih od 60 ili 65 godina u savremenom tehnološkom okruženju (Dhar 2017).

## **8. PRAVNI ASPEKTI MEDIJSKE PISMENOSTI ŽENA TREĆE DOBI U BOSNI I HERCEGOVINI**

U Bosni i Hercegovini ne postoji specifični pravni okvir koji bi se bavio pitanjem medijske pismenosti žena treće dobi, već se o njihovim pravima i obavezama može govoriti samo u kontekstu opštih pravnih normi, kako međunarodnih tako i domaćih, koje djeluju *erga omnes*.

Put ka demokratskom i civilnom društvu popločan je temeljnim pravom svakog građanina u svakoj zemlji na svijetu, uključujući i Bosnu i Hercegovinu, na slobodu mišljenja i izražavanja. Ovo pravo znači i slobodu da se neometano formira mišljenje, te da se informacije i ideje traže, primaju i saopštavaju kroz razne medije i bez obzira na granice (GS UN, 1948). Medijska i informaciona pismenost daje građanima kompetencije koje su im neophodne da bi potraživali i uživali sve dobrobiti ovog osnovnog ljudskog prava, a njegovo ostvarivanje je garantovano mnogim međunarodnim i nacionalnim propisima i preporukama.

Kao članica Organizacije za obrazovanje, nauku i kulturu Ujedinjenih nacija (UNESCO), Bosna i Hercegovina učestvuje u programima i projektima posvećenim medijskom obrazovanju i pismenosti koji su u nadležnosti ove organizacije. UNESCO ima dugu tradiciju aktivnosti u oblasti medijskog obrazovanja i vaspitanja, koja seže sve do šezdesetih godina XX vijeka. Ipak se, po svom značaju, izdvaja Konferencija o medijskom vaspitanju koja je održana u Grünwaldu (Njemačka) 1982. godine, i koja je rezultovala Deklaracijom o medijskom vaspitanju, kao najznačajnijem međunarodnom dokumentu u oblasti medijske pismenosti. Grünvaldska deklaracija priznaje potrebu da politički i obrazovni sistemi zemalja članica unapređuju kod građana kritičko razumijevanje "fenomena komunikacije" i da podstiču njihovo učestvovanje u medijima, kroz programski pristup medijskom opismenjavanju na svim nivoima obrazovanja od predškolskog do univerzitetskog, uključujući i obrazovanje odraslih. Dalji doprinos unapređenju svijesti o medijima manifestovao se kroz Konferenciju UNESCO-a održanom

u Toulouseu 1990. godine pod nazivom “Novi pravci u medijskom vaspitanju”. Naime, tuluška konferencija je predložila značenjski okvir koncepta medijske pismenosti kao “znanja o strukturi, ekonomiji i funkciji sistema masovnih medija u društvu kao i analitičke vještine da čitamo estetski i ideološki sadržaj poruka masovnih medija” (Thoman 1990). Značaj ove Konferencije prvenstveno se ogleda u prepoznavanju elektronske pismenosti kao neminovnosti, te da cilj medijske edukacije ne treba da bude zaštita primaoca medijske poruke od štetnog uticaja medija već njegovo osposobljavanje za aktivan odnos s medijima.

Na Bečkoj konferenciji održanoj 1999. godine, pod nazivom „Vaspitanje za medije i digitalno doba“ medijsko vaspitanje dobija novu značenjsku dimenziju tako što obuhvata sve komunikacijske medije, koji treba da budu dostupni svima, što podrazumijeva adekvatno osposobljavanje korisnika medija u cilju pravilnog analiziranja, tumačenja, i pristupanja medijskom sadržaju (UNESCO, 1999). U tu svrhu, preporuka Konferencije jeste uvođenje medijskog vaspitanja u nastavne planove i programe, s ciljem cjeloživotnog učenja. Posebna pažnja se posvećuje pitanju medija i osoba s posebnim potrebama, kao i onima koji se nalaze u stanju ekonomske ili socijalne nužde, što bi indirektno uključivalo i žene treće dobi. Na Seminaru o medijskom vaspitanju mladih održanom u Sevilji 2001. godine dopunjene su preporuke iz Beča. Zauzet je stav da medijsku pismenost čine kreativna i kritička komponenta, te da bi medijsko vaspitanje trebalo uključiti u formalno i neformalno obrazovanje i to u dva pravca: vaspitanje o medijima i za medije. Četiri godine nakon seviljskog seminara, u Aleksandriji je održana Konferencija o informacijskoj pismenosti i cjeloživotnom učenju. Na ovoj Konferenciji dolazi do spajanja informacijske i medijske pismenosti, što će rezultovati preporukama na skupu u Parizu održanom 2007. godine. Svih 12 preporuka bilo je usmjereno na razvoj koncepta medijskog vaspitanja, što je podrazumijevalo vaspitanje o medijima i za medije, zatim jačanje veze između medijskog vaspitanja i poštovanja kulturnih različitosti i ljudskih prava, što bi u širem kontekstu obuhvatalo i medijske korisnike treće dobi. Krunu UNESCO-ovog dugogodišnjeg bavljenja pitanjem medijskog vaspitanja i pismenosti čini publikacija pod nazivom „Kurikulum medijske i informacijske pismenosti za nastavnike (Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong, Cheung, 2011)

koji predviđa osnaživanje građana u smislu formalnog sticanja znanja i vještina iz oblasti medija i IKT kako bi odgovorili izazovima 21. vijeka.

Kao članica Savjeta Evrope od 2002. godine, Bosna i Hercegovina je aktivno uključena u sve aspekte misije i rada ove organizacije. Njena je obaveza i dužnost poštovati sve standarde Savjeta Evrope koji proističu iz članstva, a propisani su obavezujućim pravnim aktima, kao što su konvencije, preporuke, i izvještaji. Tako je Bosna i Hercegovina u obavezi poštovati i primjenjivati Konvenciju o prekograničnoj televiziji iz 1989. godine koja reguliše i uvodi standarde za televizijsko emitovanje u Evropi, a u direktnoj je vezi sa odredbama člana 10. Konvencije za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda iz 1990<sup>4</sup>, kojima se svakom licu daje pravo na slobodu izražavanja i informisanja, kao jednom od fundamentalnih principa na kojima počiva svako demokratsko društvo i temeljni je uslov za njegovo napredovanje, ali i za razvoj svakog čovjeka (SE, 1989). U Preambuli Konvencije naglašena je politika rodne ravnopravnosti kroz "razvoj principa o televizijskom oglašavanju uz poštovanje jednakosti između muškaraca i žena u medijima" (SE, 1989).

Kao značajan izvor regulative ističu se i ministarske konferencije država članica SE, koje se bave politikom mas-medija i čiji zaključci čine sastavni dio rezolucija i preporuka kao obavezujućih pravnih akata, koje promovišu medijsko vaspitanje i pismenost, ali i zaštitu medijskih konzumenata. Posebno treba izdvojiti Ministarsku konferenciju održanu 2009. godine u Rejkjaviku na kojoj je usvojena Rezolucija pod nazivom *Ka novom shvatanju medija* u kojoj se posebno ističe važnost medijske pismenosti i slobode izražavanja u medijskom prostoru.

U najvažnije dokumente Ministarskog savjeta i Parlamentarne skupštine SE koji se indirektno bave pitanjem medijske pismenosti žena treće dobi spadaju: Deklaracija o evropskoj politici u pogledu novih informacionih tehnologija (1999); Preporuka Rec (2003) 9 o mjerama za promovisanje demokratskog i socijalnog doprinosa digitalnog emitovanja;

---

4 European Treaty Series, No 5. Originalni tekst Konvencije je promijenjen u skladu s Protokolom br. 3 (ETS No. 45 – stupio na snagu 21. septembra 1970). Protokolom br. 5 (ETS No.55 – stupio na snagu 20. decembra 1971.) i Protokolom br.8 (EzS No 118 – stupio na snagu 1. januara 1990.). Tekst Konvencije takođe sadrži i tekst Protokola br.2 (ETS No. 44) koji je, na osnovu svog člana 5. st. 3, postao integralni dio Konvencije od momenta stupanja na snagu 21. septembra 1970. godine.

Preporuka CM/Rec (2007) 2 o medijskom pluralizmu i različitosti medijskih sadržaja; Preporuka CM/Rec (2007) 11 o promociji slobode izražavanja i informisanja u novom informacionom i komunikacijskom okruženju; Deklaracija o ulozi medija civilnog društva/zajednice<sup>5</sup> u svrhu promocije socijalne kohezije i interkulturalnog dijaloga (2009); Deklaracija Savjeta Ministara o Digitalnoj agendi za Evropu (2010); Preporuka CM/Rec (2011) 7 Savjeta ministara zemljama članicama u vezi s novim značenjem medija; Preporuka 1067 (1987) o kulturološkoj dimenziji emitovanja u Evropi; Preporuka 1098 (1989) o audiovizuelnoj saradnji između Istoka i Zapada; Preporuka 1215 (1993) o etici u novinarstvu; Preporuka 1276 (1995) o snazi vizuelnih slika; Rezolucija 1165 (1998) pravo na privatnost; Preporuka 1407 (1999) mediji i demokratska kultura; Preporuka 1466 (2000) o medijskom vaspitanju; Preporuka 1586 (2002) digitalni jaz i edukacija; i Preporuka 1855 (2009) regulacija audiovizuelnih medijskih usluga. U svim pomenutim dokumentima SE medijska pismenost i obrazovanje se spominju u kontekstu zaštite i osposobljavanja medijskih korisnika za ravnopravno učešće u medijskom prostoru, što se svakako odnosi i na stariju žensku populaciju.

Potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju na svom putu ka punopravnom članstvu u Evropskoj uniji, Bosna i Hercegovina se obavezala da će izvršiti harmonizaciju državnog zakonodavstva sa Direktivom o audiovizuelnim medijskim uslugama<sup>6</sup> koja, između ostalog, propisuje i obavezu izvještavanja o stanju medijske pismenosti. U preambuli Direktivne pojam medijske pismenosti obuhvata “vještine, znanje i razumijevanje koje omogućava korisnicima da medije koriste učinkovito i sigurno. Medijski pismene osobe su u stanju da izvrše izbor na osnovu informacija, razumiju prirodu sadržaja i usluga i da iskoriste puni raspon mogućnosti koje im

---

5 Pojam mediji civilnog društva ili zajednice predstavlja neformalni, nekomercijalni oblik medija čiji kreatori su pripadnici manjinskih grupacija, u geografskom, identitetskom ili interesnom smislu. Cilj medija civilnog društva jeste ponuditi informacije i sadržaje članovima svoje zajednice, na način i mehanizmima koji nisu svojstveni mainstream novinarstvu (Deuze, 2006).

6 Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities Text with EEA relevance, Official Journal L 332, 18/12/2007 P. 0027-0045.

nude nove komunikacione tehnologije” (Evropska komisija, 2007). Iz ove definicije može se zaključiti da su u fokusu pravne zaštite svi medijski korisnici, koji se dodatno upozoravaju da odgovorno koriste medijske usluge.

Evropska komisija se posebno bavila medijskom pismenošću u digitalnom okruženju, ističući potrebu svakog medijskog korisnika da se osjeća ugodno sa svim postojećim medijima, da ima kritički pristup prema medijskom sadržaju, da medije koristi kreativno, da razumije ekonomiju medija, te da bude svjestan pitanja autorskih prava kao ključnih za kulturu zakonitosti (Evropska komisija, 2007). Komisija je 2009. godine povjerila Evropskoj asocijaciji za ostvarivanje interesa gledalaca (EAVI) izradu Studije o kriterijumima za procjenu nivoa medijske pismenosti građana EU starosne dobi od 16 do 74 godine, pri čemu su u obzir uzete individualne sposobnosti testiranih medijskih korisnika, kao i faktori okruženja koji utiču na medijsku pismenost pojedinca (EAVI, 2010). Na taj način, Komisija je željela da definiše kriterijume mjerenja medijske pismenosti, te da se na bazi dobijenih rezultata utvrdi strategija inkorporisanja medijske pismenosti u obrazovni sistem (Tajić, 2013: 38).

Svi pomenuti međunarodnopravni izvori našli su svoje mjesto u kompleksnom pravnom sistemu Bosne i Hercegovine. Naime, u skladu sa Aneksom 4 (Ustav Bosne i Hercegovine) Dejtonskog mirovnog sporazuma iz 1995. godine<sup>7</sup>, nadležnosti nad medijima i javnim informisanjem prenesene su na dva entiteta (Republiku Srpsku, Federaciju Bosne i Hercegovine), a kasnije i na Brčko Distrikt. Ipak, država Bosna i Hercegovina zadržala je ustavne i zakonske garancije kada je u pitanju sloboda izražavanja, što je dodatno pojačano prihvatanjem međunarodnih konvencija i deklaracija o ljudskim pravima koji čine sastavni dio pravnog sistema Bosne i Hercegovine. Tako u Ustavu BiH izričito stoji „da se prava i slobode predviđene u EKZLJPOS i u njenim protokolima direktno primjenjuju u BiH i imaju prioritet nad svim ostalim zakonima“ (Ustav BiH, član 2, stav 2). Međutim, zbog svog netipičnog ustavnog poretka uspostavljenog Dejtonskim mirovnim sporazumom, pravni okvir za ostvarivanje prava na slobodu medija i slobodu izražavanja predstavlja složenu mrežu institucija, normi i praksi

---

7 Opšti okvirni sporazum za mir u Bosni i Hercegovini – Dejtonski mirovni sporazum, Pariz, 14. decembra 1995. godine, [http://www.ohr.int/dpa/default.asp?content\\_id=379](http://www.ohr.int/dpa/default.asp?content_id=379) [posljednji put pristupljeno 2.1.2023]

(Halilović & Džihana 2012: 35-36). Osim najviših pravnih akata (14 ustava<sup>8</sup>), pitanje medija i medijske pismenosti regulisano je i nizom zakonskih i podzakonskih pravila i propisa, među kojima treba posebno izdvojiti entitetske Zakone o zaštiti od klevete, zatim Zakon o javnom informisanju u Republici Srpskoj, odnosno Zakon o medijima i javnom informisanju u FBiH, kao i Zakon o komunikacijama koji počivaju na opšteprihvaćenim standardima ponašanja, nediskriminacije, pravičnosti, tačnosti i nepristrasnosti sadržani u članu 10 EKZLJPOS i članu 19 UDLJP<sup>9</sup>. Svaki od pomenutih pravnih akata garantuje slobodu izražavanja ne samo za novinare i medije, već i za svaku osobu, što indirektno obuhvata i žene treće dobi.

Kada je u pitanju pravo informisanja i pristup medijima u Bosni i Hercegovini, značajan je i legislativni doprinos ustanove Visokog predstavnika za Bosnu i Hercegovinu, ukupnom normativnom izgledu medijskog prava u BiH. Koristeći se ovlašćenjima koja su mu data, članom 5. Aneksom 10. Dejtonskom mirovnog sporazuma, u periodu od 1998 do 2002. godine, Visoki predstavnik je donio niz odluka kojima je direktno intervenisao u zakonodavni postupak, nametnuvši određena zakonska rješenja snagom svog autoriteta. Iako kontroverzne po svojoj pravnoj prirodi, ipak su nametnute odluke Visokog predstavnika uticale na efikasno otklanjanje prepreka političke prirode, posebno kada su u pitanju elektronski mediji (Halilović & Džihana, 2012: 37-40).

Uzimajući u obzir specifičnu dihotomnu pravnu prirodu žena treće dobi u BiH, u smislu da se njihov položaj mjeri i određuje dvostrukim mjerilima – polnim i starosnim – otuda i ne čudi odsustvo *lex specialis*-a u pravnom sistemu BiH, koji bi bliže uredio pitanje medijske pismenosti ove bosanskohercegovačke populacije. Stoga, kada je u pitanju medijska pismenost žena treće dobi u BiH primjenjuju se odredbe Zakona o

---

8 U Bosni i Hercegovini na snazi je 14 ustava: jedan državni, dva entitetska, deset kantonalnih i jedan Distrikta Brčko.

9 Zakon o zaštiti od klevete RS, Službeni glasnik RS, br. 37/01; Zakon o zaštiti od klevete FBiH, Službene novine FBiH, br. 59/02; Zakon o zaštiti od klevete BD, Službeni glasnik BD BiH, br. 14/03; Zakon o javnom informisanju RS, Službeni glasnik RS, br. 10/97; Zakon o Radio-televiziji RS, Službeni glasnik RS, br. 49/06, 73/08; Zakon o komunikacijama, Službeni glasnik BiH, br. 31/03, 75/06, 32/10; Zakon o medijima kantona Sarajevo, Službene novine KS, br. 13/98; Zakon o Javnom radio-televizijskom servisu BiH, Službeni glasnik BiH, br. 92/05; Zakon o Javnom radio-televizijskom sistemu BiH, Službeni glasnik BiH, br. 78/05; Zakon o slobodi pristupa informacijama u BiH, Službeni glasnik BiH, br. 28/00;

ravnopravnosti polova BiH<sup>10</sup>, sadržane u članu 21. koji promovira pravo pristupa medijima za sva lica bez obzira na pol, zatim zabranu javnog prikazivanja i predstavljanja bilo koje osobe na uvredljiv, omalovažavajući ili ponižavajući način, s obzirom na pol, kao i obavezu medija da kroz programske koncepte razvijaju svijest o ravnopravnosti polova. Odredbe Zakona o zabrani diskriminacije u BiH<sup>11</sup> mogu se primijeniti i na stariju žensku populaciju u smislu njihovog predstavljanja u medijima, kao i pristupa medijskom prostoru. Članom 2. Zakona zabranjuje se diskriminacija po osnovu “starosne dobi [...] rodnog identiteta, polnih karakteristika, kao i svaka druga okolnost koja ima za svrhu ili posljedicu da bilo kojem licu onemogućiti ili ugrožava priznavanje, uživanje ili ostvarivanje na ravnopravnoj osnovi, prava i sloboda u svim oblastima života.” Ovaj Zakon se primjenjuje na postupanje svih javnih tijela na nivou države, entiteta, kantona i Brčko Distrikta u svim oblastima života, a posebno u oblasti javnog informisanja i medija.<sup>12</sup> Dodatno, isti su dužni da u svoje opšte pravne akte, ili kroz posebne pravne akte, regulišu načela i principe jednakog postupanja, te da osiguraju učinkovite interne procedure zaštite od diskriminacije (ZZD, član 24, stav 4). U okviru Zakona o komunikacijama BiH, Savjet ministara i Agencija za komunikacije su nadležni za poštovanje i promovisanje ravnopravnosti polova i uklanjanje svih oblika predstavljanja muškaraca ili žena na stereotipan i uvredljiv ili ponižavajući način (ZK BiH, član 3, stav 4., tačka f)). Na osnovu postojeće pravne regulative koja čini sastavni dio pravnog sistema Bosne i Hercegovine, a koja intenzivno ili ekstenzivno uređuje pitanje odnosa medija i žena treće dobi, stiče se utisak da postoji veliki jaz između normativnog i stvarnog stanja, posebno kada se radi o medijskoj pismenosti ove populacije. Naime, o trećoj životnoj dobi se u javnosti i medijima isključivo govori i djeluje kroz prizmu očuvanja njihovog mentalnog i fizičkog zdravlja, dok su vještine medijske pismenosti i kritičkog mišljenja potpuno zanemarene. Razlozi za ovakvo stanje u Bosni i Hercegovini su brojni, ali se kao esencijalni, prvenstveno nameću slaba istraženost pitanja medijske pismenosti

---

10 Zakon o ravnopravnosti polova u Bosni i Hercegovini – prečišćeni tekst (Službeni glasnik BiH, br. 32/10)

11 Zakon o zabrani diskriminacije (Službeni glasnik BiH, br. 59/09, 66/16)

12 Član 6, stav I, tačka h) Zakona o zabrani diskriminacije (Službeni glasnik BiH, br. 59/09, 66/16)

i zastupljenosti žena treće dobi, zatim odsustvo bilo kakve strategije ili plana kojim bi se olakšalo učešće i prisutnost žena treće dobi u medijskom prostoru, kao i izostanak poštovanja prema starijim licima, što je posebno svojstveno za razvijene zemlje sa visokim dohotkom (WHO, 2016). S ciljem suzbijanja štetne dobne diskriminacije, narušavanja ljudskih prava i osnovnih sloboda, uključujući slobodu izražavanja i pismenosti, nadležna ministarstva, agencije, (samo)regulatorna tijela<sup>13</sup> i obrazovne institucije Bosne i Hercegovine obavezne su dati jasne smjernice i podršku unapređenju medijske pismenosti žena treće dobi.

## 9. ZAKLJUČAK

Medijska pismenost žena treće dobi u Bosni i Hercegovini spada u pionirske istraživačke poduhvate, kojima se na sistematičan način nastoji odgovoriti na pitanja: kakva je fenomenološka pozicija starije ženske populacije u nacionalnom medijskom prostoru, šta je to medijska pismenost u eri digitalnih medija i kakav je zakonodavni okvir u oblasti unapređenja medijske pismenosti starijih građanki u Bosni i Hercegovini. Kao medijski subjekt, žena treće dobi je najčešće podzastupljena, ili stereotipno predstavljena u medijima. Kako bi zauzela realnu poziciju u društvu i medijima, žena treće dobi mora naučiti da kritički vrednuje postojeći medijski sadržaj, ali i da ga stvara. Drugim riječima, ona se mora uključiti u proces unapređenja medijske pismenosti što nalaže veće angažovanje države i njenih aktera na polju integrisanja medijske politike i pismenosti u zakonske i strateške okvire.

U nedostatku konstruktivnog dijaloga između medija i pripadnica treće dobi, ova populacija trpi isključenost iz svijeta medija, a samim tim i iz društva. Tradicionalni mediji u Bosni i Hercegovini ne ulažu dovoljno

---

13 Pored Regulatorne agencije za komunikacije Bosne i Hercegovine (RAK) čiji je primarni zadatak zaštita slobode izražavanja i različitosti mišljenja, kao i separacija emitera od političke kontrole i manipulacije s ciljem uspostavljanja građanskog društva, te učešća građana u promociji profesionalnog i odgovornog medijskog sektora i razvoja informacionog društva u Bosni i Hercegovini (Regulatorna agencija za komunikacije BiH: Misija), u Bosni i Hercegovini je aktivno samoregulatorno tijelo za štampane, a odnedavno i online medije – Vijeće za štampu BiH. Značajna uloga Vijeća za štampu ogleda se u jačanju civilnog društva putem pružanja sredstava za zaštitu ljudskih prava građana kroz ulaganje prigovora na netačne, neprofesionalne ili nepotpuno objavljene sadržaje u štampi i on-line medijima (Tajić, 2013: 71).

napora da svoje starije korisnice obrazuju kao kompetentne medijske konzumente, zbog čega je potrebno, na institucionalnom nivou, razviti strategije medijskog obrazovanja ove društvene grupacije.

Uloga medijske pismenosti u odnosu na stariju žensku populaciju ne treba da bude protektivna, već proaktivna u smislu da se kod pripadnica treće dobi, kroz cjeloživotno učenje, razvija kritički odnos prema medijskom sadržaju i ulozi medija, što ih čini aktivnim učesnicima u procesu donošenja odluka i nosiocima suvereniteta u demokratskom bosanskohercegovačkom društvu. Bez medijske pismenosti i kritičkog mišljenja, bosanskohercegovačke žene treće dobi lako postaju žrtve tehnoloških kompanija koje ih čine zavisnim od mahom komercijalnog medijskog sadržaja te nekvalitetnih medijskih poruka sa predominantnom dozom senzacionalizma.

Nosioci medijske pismenosti i obrazovanja u Bosni i Hercegovini još uvijek nemaju razvijenu posebnu strategiju, niti akcioni plan za upoznavanje žena treće dobi sa prednostima i nedostacima novih digitalnih medija, na način na koji to čine zemlje u okruženju, iako raste interesovanje naučne i stručne javnosti za istraživanje pozicije starijih lica u kontekstu savremenih komunikacijskih tehnologija.

Unapređenje medijske pismenosti je prvenstveno zadatak i obaveza države Bosne i Hercegovine, ali i drugih nedržavnih aktera, kao što su (samo)regulatorna tijela, nevladine organizacije i medijska industrija. Njihove programske aktivnosti moraju biti usmjerene u pravcu informisanja žena treće dobi o sigurnom korišćenju medija i pratećih informacijskih tehnologija, kroz programe edukacije o medijskoj pismenosti, kao i kroz redovno prikupljanje podataka i izvještavanje o stanju medijske pismenosti starije ženske populacije.

Bosna i Hercegovina mora ulagati u naučnoistraživačke radove iz oblasti medijske pismenosti žena treće dobi, kao i u IKT infrastrukturu kako bi ova populacija imala ravnopravan pristup medijima i učešće u kreiranju medijskih sadržaja. Medijska pismenost više nije individualna kompetencija pojedinca već društvena neophodnost kojom se štiti osnovno ljudsko pravo na slobodu izražavanja i informisanja, kao jedno od fundamentalnih principa na kojima počiva svako demokratsko društvo i temeljni je uslov za njegovo napredovanje.

## 10. LITERATURA

1. Abad, Leopoldo, (January 2014) „Media Literacy for Older People facing the Digital Divide: The e-Inclusion Programmes Design“. *Communicar*. 21(42): 173 – 180)
2. Aufderheide, P. (1993). *Forum Report: Media Literacy – A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Queenstown: the Aspen Institute Wye Center.
3. Bolen, J. (2001). *Goddesses in Older Women: Archetypes in Women Over Fifty*. New York: Harper Collins.
4. Butler, R.N. (1975). *Why survive? Being old in America*. New York: Harper & Row.
5. Council of Europe (1989). *European Convention on Transfrontier Television*. European Treaty Series – No. 132. Strasbourg.
6. Council of Europe (2009). *Toward a new notion of media*. [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/MCM%282009%29011\\_en\\_final\\_web.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/MCM%282009%29011_en_final_web.pdf). [posljednji put posjećeno 22.12.2022.]
7. Dhar, D. (2017). „New Media use in Everyday Life of Aged People“. *Journal of Content, Community & Communication*. 5 (3): 38 – 42.
8. De Beauvoir, S. (1977). *Old Age*. England: Penguin Books.
9. De Beauvoir, S. (2009). *The Second Sex*. trans. by Constance Borde & Sheila Malovany-Chevallier, New York: Vintage Books.
10. Deuze, M. (2006). Ethnic media, community media and participatory culture. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*. 7(3): 262-280, doi: 10.1177/1464884906065512.
11. Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities Text with EEA relevance, Official Journal L 332, 18/12/2007 P. 0027-0045,
12. EAVI for European Commission (2010). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. [http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/studies/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/studies/index_en.htm) [posljednji put posjećeno 23.12.2022.]
13. European Commission (2007), *A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment*. COM(2007) 833 final.

- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:52007DC0833>. [posljednji put posjećeno 17.1.2023.]
14. Featherstone, M. and Wernick, A. (1995). *Images of Aging: Cultural Representations of Later Life*. London: Routledge.
  15. Friedan, B. (1993). *The Fountain of Age*. New York: Simon & Schuster Paperbacks.
  16. Friend, T. (13 November 2017). Why Ageism Never Gets Old. *The New Yorker*. Retrieved on 28.08.2022.
  17. Frueh, J. (1997). Women Artists and Aging. In M. Pearsall (ed.) *The Other Within Us: Feminist Explorations of Women and Aging*. (pp. 253-273) Boulder, Co: Westview.
  18. GraphJoy, <http://t.co/hZGZdogU6K> and <http://t.co/U1e8r73WUJ> Retrieved on 28.08.2022.
  19. Greer, G. (1997). Serenity and Power. In m.Pearsall (Ed.) *The Other Within Us: Feminist Explorations of Women and Aging*. (pp. 253-273) Boulder, Co: Westview.
  20. Grizzle, A., Wilson, C., Tuazon, R., Akyempong, K., Cheung, C.K. (2011). *Media and Information Literacy: Curriculum for Teachers*. UNESCO, <https://www.cominit.com/content/media-and-information-literacy-curriculum-teachers> [posljednji put posjećeno 20.12.2022.]
  21. GS UN (1948). Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima. A/RES/217. [https://www.ohchr.org/sites/default/files/UDHR/Documents/UDHR\\_Translations/src1.pdf](https://www.ohchr.org/sites/default/files/UDHR/Documents/UDHR_Translations/src1.pdf) [posljednji put posjećeno 17.1.2023.]
  22. Hant, M.A. (2007). Television's Mature Women: A Changing Media Archetype: From Bewitched to the Sopranos. *UCLA: Center for the Study of Women*. <https://escholarship.org/uc/item/3357r9nz> [posljednji put posjećeno 10.10.2022.]
  23. Lessenski, M. (November 2019). *Just think about it. Findings of the Media Literacy Index 2019*. Sofia: Open Society Institute, European Policies Initiative.
  24. Levak, T., Zekić Eberhard, N. (2022). *Vodič za srebrne surfere*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije.
  25. KTV, 25. jula 2019. godine. <https://www.youtube.com/watch?v=U-IvSdjGYZ6w> [posljednji put posjećeno 11.11.2022.].

26. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications Ltd.
27. Merrick, Amy, "Women Who Rule the World: The 25 Most Powerful Female Political Leaders 2017", *Forbes*, 1 November 2017. <https://www.forbes.com/sites/carolinehoward/2017/11/01/women-who-rule-the-world-the-25-most-powerful-female-political-leaders-2017/?sh=7860784a5c1b> [posljednji put posjećeno 11.11.2022.]
28. Moyers, B. (8 Nov 1989). Consuming Images. *The Public Mind*. <https://billmoyers.com/content/consuming-images/>, [posljednji put posjećeno 2.1.2023]
29. North, M.S., & Fiske, S.T. (2015). Modern Attitudes Toward Older Adults in the Aging World: A Cross-Cultural Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 141/ 5, 993-1021.
30. Opšti okvirni sporazum za mir u Bosni i Hercegovini – Dejtonski mirovni sporazum, 14. decembra 1995. godine, Pariz, [http://www.ohr.int/dpa/default.asp?content\\_id=379](http://www.ohr.int/dpa/default.asp?content_id=379) [posljednji put posjećeno 2.1.2023]
31. <http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=linkdb&main=reconedu.php&> [posljednji put posjećeno 12.12.2022.]
32. Reichmayr, I.F. (2001). *U prilog medijskom obrazovanju*. <http://www.mediaonline.ba/ba/?ID=115> [posljednji put posjećeno 12.01.2023.]
33. Rusac, S., Štambuk, A., i Verić, J. (2013). Dobna diskriminacija: iskustva starijih osoba. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*. 49 (Supplement). 96-105. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/109421>.
34. Silverblatt, A., Smith, A., Miller, D., Smith, J., Brown, N. (2014). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. Santa Barbara: Praeger, ABC-CLIO.
35. Sontag, S. (1997). The Double Standard of Aging. In M. Pearsall (ed.) *The Other Within Us: Feminist Explorations of Women and Aging*. (pp. 19-24). Boulder, Co: Westview.
36. Tajić, L. (2013). *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Internews.
37. Terović, B. (6. decembra 2021). U entitetu Republika Srpska skoro izjednačen broj radnika i penzionera. *Radio Slobodna Evropa*.

- <https://www.slobodnaevropa.org/a/radnici-penzioneri-bih-ekonomija-plate-penzije/31596257.html>. [Pristupljeno 31.8.2022.]
38. Thoman, Elisabeth, *UNESCO Convenes International Media Literacy Conference in Toulouse*, <http://www.medialit.org/reading-room/unesco-convenes-international-media-literacy-conference-toulouse> [posljednji put posjećeno 14.12.2022.]
  39. UNESCO (1982), Grünwald Declaration on Media Education, [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF) [posljednji put posjećeno 14.12.2022.]
  40. UNESCO (18-20 April 1999). Recommendations adopted by the Vienna Conference „Educating for the Media and the Digital Age“. <https://aeema.net/2011/08/educating-for-the-media-and-the-digital-age-vienna-conference-1999/>. [posljednji put posjećeno 14.12.2022.]
  41. Ustav Bosne i Hercegovine, OHR – Office of the High Representative, [http://www.ccbh.ba/public/down/USTAV\\_BOSNE\\_I\\_HERCEGOVINE\\_bos.pdf](http://www.ccbh.ba/public/down/USTAV_BOSNE_I_HERCEGOVINE_bos.pdf) [posljednji put posjećeno 24.12.2022.]
  42. Vasil, L., Wass, H. (1993). „Portrayal of the elderly in the media: A literature review and implications for educational gerontologists“. *Educational Gerontology*. 19: 71-85.
  43. Vočkić Avdagić, J. (2006). „Obrazovanje odraslih i mediji“. *Obrazovanje odraslih*. 6: 83 – 94.
  44. Vrhovski-Peran, S. (2022). Uvodno predavanje. *Religija, rod, mediji – 1*. FER škola. <https://ferskola2022.onlinebase.net/> [posjećeno 10.10.2022.]
  45. Vučetić, V. (2020). *Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini: Aktuelni problemi i preporuke*. Sarajevo: Medijacentar.
  46. WHO (2016), *Discrimination and negative attitudes about ageing are bad for your health*, news release, <https://www.who.int/news/item/29-09-2016-discrimination-and-negative-attitudes-about-ageing-are-bad-for-your-health>, [posljednji put posjećeno 10.01.2023.]
  47. Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., Cheung, C. K. 2011. *Media and information literacy curriculum for teacher*, UNESCO, Paris.

48. Wolf, N. (1991). *The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used Against Women*. New York: Doubleday.
49. Wray, S. (2003). Women Growing Older: Agency, Ethnicity and Culture. In *Sociology*. 37:511+. Britain: British Sociological Association.
50. Zakon o javnom informisanju RS, Službeni glasnik RS, br. 10/97
51. Zakon o Javnom radio-televizijskom servisu BiH, Službeni glasnik BiH, br. 92/05
52. Zakon o Javnom radio-televizijskom sistemu BiH, Službeni glasnik BiH, br. 78/05
53. Zakon o komunikacijama, Službeni glasnik BiH, br. 31/03, 75/06, 32/10
54. Zakon o medijima kantona Sarajevo, Službene novine KS, br. 13/98
55. Zakon o Radio-televiziji RS, Službeni glasnik RS, br. 49/06, 73/08
56. Zakon o ravnopravnosti polova u Bosni i Hercegovini – prečišćeni tekst (Službeni glasnik BiH, br. 32/10)
57. Zakon o slobodi pristupa informacijama u BiH, Službeni glasnik BiH, br. 28/00
58. Zakon o zabrani diskriminacije, Službeni glasnik BiH, br. 59/09, 66/16
59. Zakon o zaštiti od klevete BD, Službeni glasnik BD BiH, br. 14/03
60. Zakon o zaštiti od klevete FBiH, Službene novine FBiH, br. 59/02
61. Zakon o zaštiti od klevete RS, Službeni glasnik RS, br. 37/01
62. Zavod za statistiku Republike Srpske, “Procjene stanovništva, prema polu i starosti (starosne grupe) po gradovima/opštinama, 2021 – sredinom godine”, tabela 13, [https://www.rzs.rs.ba/front/article/5407/?-left\\_mi=None&up\\_mi=&add=None](https://www.rzs.rs.ba/front/article/5407/?-left_mi=None&up_mi=&add=None), [posjećeno 10.10.2022.]
63. Zgrabljic Rotar, N. (2005). *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: Medijacentar.
64. Zita, J. (1997). Heresy in the Female Body: The Rhetorics of Menopause. In M. Pearsall (Ed.) *The Other Within Us: Feminist Explorations of Women and Aging*. (pp. 95-112) Boulder, Co: Westview.
65. Zvijerac, P. (10. februara 2020). Medijska nepismenost na Zapadnom Balkanu. *Radio Slobodna Evropa*. <https://www.slobodnaevropa.org/a/zasto-medijska-pismenost-vejzovic/30427144.html> [posljednji put posjećeno 10.01.2023.]