

# ZAŠTITA GLEDATELJA/PUBLIKE U KONTEKSTU SPREČAVANJA MANIPULACIJE PUTEM MEDIJA

Seid Jusić<sup>1</sup>

## Sažetak

Zaštita publike odnosno gledatelja i konzumenata različitih medija javila se kao potreba da se ograniči dodir između određenih sadržaja i osjetljivih dijelova publike, a u prvom redu se odnosi na djecu. Iako sadržaji koji se plasiraju putem medija mogu izazvati privremene i trajne posljedice i na odrasle, oni se uglavnom ne obilježavaju kao štetni, smatrajući medijsku publiku zreloom i dovoljno sposobnom da sama odluči šta želi ili ne želi gledati ili slušati. Svi zabilježeni slučajevi u kojima se medijski sadržaj povezuje sa nekom negativnom posljedicom po publiku su doprinijeli da se zakonski ograniči emitovanje određenih sadržaja ili da se uskladi termin njihovog emitovanja. Mediji na određeni način moraju da obilježe emisije koje nisu adekvatne uzrastu djece, ali i odraslih i upozore publiku da bi gledanje ili slušanje takvih sadržaja moglo nanijeti privremenu ili trajnu štetu određenim osobama. Takav pristup je sasvim opravdan i veoma efikasan u društvima sa visokom razinom medijske pismenosti. Međutim, tamo gdje medijska pismenost na niskom nivou često dolazi do posljedica neadekvatne zaštite publike kao što su nasilje, pornografija, delinkventnost i sl. i to kao rezultat primijenjenih uzoraka socijalnog ponašanja stečenih putem medija.

**Ključne riječi:** zaštita publike, manipulacija, pravila emitovanja, zakonska regulativa

## Abstract

The protection of the audience, that is, viewers and consumers of various media has emerged as a need to limit the contact between certain content and sensitive parts of the audience, and in the first place it concerns children. Although media content can cause temporary and permanent consequences for adults, they are generally not marked as harmful, considering the media audience mature and capable enough to decide what it wants or does not want to watch or listen to. All recorded cases in which media content is associated with some negative effect on the audience have contributed to legally limiting the broadcasting of certain content or to harmonizing the term of their broadcasting. Media must, in a certain way, mark emissions that are not adequate for the ages of children but also adults and warn the audience that watching or listening to such content could cause temporary or permanent damage to certain people. Such an approach is justifiable and very effective in societies with a high level of media literacy. However, where media literacy is on a low level, there is often appearance of the result of inadequate protection of the public, such as violence, pornography, delinquency, and the similar, and this is a result of the applied patterns of social behavior acquired through the media.

**Key words:** audience protection, manipulation, broadcasting rules, legal regulations

---

1 MA Seid Jusić, Internacionalni univerzitet u Travniku – Fakultet za medije i komunikacije

## Pojam zaštite medijske publike

Zaštita je prije svega mjera prevencije kako ne bi došlo do neželjenih posljedica i ona je razvijena u najvišoj mjeri u poslovima i zadacima koji su okarakterisani kao poslovi visokog rizika. Pri ovom objašnjenju se misli na zaštitu radnika na radu u postrojenjima sa industrijskim strojevima, rudnicima, željezarama i sl. Svako iskorištavanje resursa zahtijeva adekvatan vid zaštite onih koji eksploatiraju resurse, ali i one koji se nalaze u neposrednoj blizini ili na samom putu eksploatacije, te je ta oblast i zakonski regulisana.

Publika je pojedinac ili skupina ljudi koji stoje ispred pozornice, ispred medijskog aparata ili sjede na tribinama u toku utakmice i posmatraju određeni čin aktera na sceni. Publika se nalazi na određenom prostoru koji zahtijeva pripremu u smislu tehničke organizovanosti pa sve do sigurnosnih postavki da ne bi došlo do povređivanja bilo koga. Uz to postoji i zakonski okvir i pravila za ponašanje publike koji u najvećoj mogućoj mjeri smanjuje rizik od povređivanja bilo kojeg od učesnika manifestacije.

Medijska publika može biti pojedinac, ali i skupina u zavisnosti od vrste medija koji se koristi. Tako postoje pravila ponašanja u kontekstu vrste medija i ta pravila važe za publiku i ukoliko se pravila ne poštuju slijede sankcije.<sup>2</sup> Publika je uglavnom fizički zaštićena od mogućih povreda, ali taj aspekt zaštite publike nije primarna tema, nego zaštita publike od štetnih sadržaja i mogućih posljedica koje nastaju a posteriori. Zaštita medijske publike od štetnih sadržaja je pojam koji se odnosi na zaštitu ili upozorenje publike na moguće posljedice konzumiranja određenih medijskih sadržaja, a koji bi ukoliko se ne označe kao potencijalno opasni mogli nanijeti privremenu ili trajnu fizičku ili psihičku štetu publici.

Zaštita medijske publike se odnosi na uređivačku politiku medijskih kuća i medijske kuće su dužne da na osnovu mišljenja stručnih osoba svog kolektiva ali i na temeljima općeg prava izvrše procjenu opasnosti sadržaja koji se emituje te njegovom potencijalnom negativnom djelovanju na publiku takav sadržaj adekvatno označe kao opasan ili štetan.

Na taj način se preventivno selektuje sadržaj i publika ima pravo da zna šta i kakav sadržaj slijedi, te da se prije svega zaštite djeca, ali i ostale osjetljive kategorije publike, da ne bi došlo do negativnog utjecaja medijskog sadržaja.

U tom smislu zaštite publike u savremenim zemljama je moguće birati medije koji ne emituju ekonomsko propagandne programe te recipijenti imaju potpunu autonomiju da na osnovu stepena medijske pismenosti sami kreiraju spisak kanala i emisija koje žele gledati, bez mogućnosti prikrivenog oglašavanja ili bilo kakvog podsvjesnog utjecaja na publiku.

## Svrha zaštite publike

Zaštita publike je prije svega zasnovana na psihološko socijalnim posljedicama utjecaja medija na recipijente. Postoje različita stajališta o moći medija i njihovom utjecaju na recipijente, od onih koji tvrde da mediji nemaju znatan utjecaj do onih koji tvrde da su mediji svemoćan alat u procesu manipulacije publikom. Kao i u svemu, istina je negdje po sredini, mediji nisu tu da postoje bez ikakve svrhe. Sama činjenica njihovog postojanja i opstanka toliki niz godina dovoljno govori da se radi o jako bitnom društvenom agensu bez kojeg je savremeno društvo nezamislivo. Isto tako, mediji nisu ni svemoćni iako im se u mnogim istraživanjima nastoji pripisati takav epitet. Činjenica je da mediji imaju određenu moć kao

<sup>2</sup> Pravila ponašanja u pozorištu, kinu, koncertnim dvoranama i sl.

posrednik u prenošenju informacija i ako je ta moć i uloga medija u okvirima jurisdikcije onda je sasvim normalno očekivati i pozitivan utjecaj medija.

Međutim, uvijek postoje načini i putevi kojima se nastoji zaobići pravna legislativa, iskoristiti „rupe u zakonu“ te na taj način zloupotrijebiti mediji za promoviranje političke opcije, postizanje većeg ugleda u društvu ili prodaju određenih proizvoda. Sve to je već istražena oblast i samo je pitanje kada i koji medij iskoristiti u promovisanju ličnih interesa. Dakle, poznavaoi medija i njihovog funkcionisanja znaju kako ih iskoristiti u manipulativne svrhe.

S druge strane imamo publiku odnosno recipijente, koji nisu homogena grupa i koji su specifični po svojim osobinama. Tako da postoji mogućnost da sadržaji namijenjeni jednoj grupi budu predmet fokusa i drugih grupa. Ne postoji adekvatan način da se izbjegne „neželjena“ ili osjetljiva publika, te da se spriječe mogući negativni efekti emitovanja određenih sadržaja. Sve što je u eteru može doći do bilo koga ko posjeduje medijski aparat. Stoga se pristupilo trenutno najboljem mogućem načinu zaštite publike, a to je obilježavanje sadržaja na adekvatan način.

Svrha obilježavanja sadržaja kao primjerenog za određene dobne skupine ima za cilj da na osnovu psiholoških profila ličnosti vrste sadržaja označi kao prihvatljive ili neprihvatljive za gledanje određenim kategorijama osoba. Tri su osnova prema kojima se klasifikuju oznake upozorenja za određene medijske sadržaje, a to su nasilje, upotreba alkohola i narkotičkih sredstava i seksualni sadržaji.

Zečević I. (2010) navodi da prikazivanje nasilja kod djece gledatelja izaziva tri vrste utjecaja:

Utječu na pojavu imitacije kod djece. Više od 60% mlađe djece imitira omiljene junake iz crtanih filmova. Gledajući televiziju djeca dobijaju ponudu različitih vrsta ponašanja, a s obzirom na to da su likovi, koji su nasilni, vrlo često i privlačni, ili pozitivci, to je još jedan argument više da se imitiraju.

Uznemiravaju gledaoce. Iako medije gledamo onda kada želimo da se zabavimo ili opustimo, vrlo često se dešava da nas nasilni sadržaji uznemire, učine nesigurnim i nezaštićenim. Kod djece se posebno javlja to uznemirenje, jer ne mogu da razumiju mnoge odnose među odraslim ljudima, nisu dovoljno emocionalno i kognitivno zreli i nemaju dovoljno iskustva.

Gledaoci postaju neosjetljivi. Neosjetljivost nastaje kao posljedica prekomjernog gledanja nasilja na televiziji. Ono kod djece izaziva emocionalnu i kognitivnu otupjelost i povećava prag tolerancije na nasilje. Ovo predstavlja dobar predušlov da ta djeca postanu ravnodušna na nasilje i da ga posmatraju bez potrebe da reaguju, ukoliko se ono dešava u njihovom stvarnom životu, kao i da postanu žrtve nasilja, a da toga i nisu svjesni.

Dječije poimanje nasilja se mijenja u skladu s njihovim životnim iskustvom. Način na koji djeca razumijevaju scene nasilja zavisi i od nivoa njihovog kognitivnog razvoja. U Tabeli broj 2, ispod ovog teksta, nalaze se prikazani različiti oblici nasilja i načini snimanja nasilnih scena, te uzrasti za koje bi ovakvi sadržaji bili štetni pa se ne bi trebali preporučivati.<sup>3</sup>

Alkohol i narkotička sredstva su sve češći u savremenom društvu i vjeruje se da su više posljedica stresova i stresnog stanja pojedinca nego li isprobavanje ili ispitivanje njihovog dejstva kao avanturističkog poduhvata. Danas se putem opijanja bježi od realnosti i veoma

---

3 Zečević I. (2010) Uticaj televizijskih sadržaja na djecu – *Smjernice za klasifikaciju televizijskih sadržaja*, UNICEF, Sarajevo

često preovladava mišljenje kod konzumenata opijata da je bolje koristiti alkohol i narkotike nego medikamente za smirenje i ublažavanje duševne boli.

Dobna granica konzumenta alkohola i narkotika je iz godine u godinu sve manja, a time opijati nanose veću štetu društvu i pojedincima.

Zečević I. (2010) navodi da se ovim opijatima ne mogu oduprijeti osobe koje su nesigurne i koje kod sebe ne nalaze adekvatne mehanizme odbrane kako bi se suočili s problemom, već se prepuštaju opijatima različite vrste kako bi svoj problem, barem nakratko, potisnuli iz sjećanja. Prikazivanje načina korištenja narkotičkih sredstava, te posljedica, ali u onom pozitivnom kontekstu (npr. dovoljna je samo jedna tableta i sve se zaboravlja), samo je jedan od načina reklamiranja ovog zla današnjice. Gledanje ovakvih sadržaja naročito je štetno za djecu mlađu od 12 godina, jer još uvijek nisu u stanju da razluče uzrok i posljedicu, te šta je realno a šta nije, a pri tome veoma vjeruju podacima s televizije.<sup>4</sup>

Zečević I. (2010) navodi da se određeni broj televizijskih sadržaja sastoji od scena u kojima se, na direktan ili indirektan način, prikazuje seksualni odnos dvije ili više osoba, a koji ne spada u domen pornografije. Ovakvi sadržaji mogu da budu potencijalno štetni za djecu kao gledaoce, koji nemaju seksualnog iskustva, jer kod njih mogu da izazovu maštanje i fantaziranje koje nema veze s realnošću. Isto tako mogu da budu i podsticajni, naročito u periodu adolescencije kada se kod mladih javlja pojačana potreba za seksualnim iskustvom, da sadržaje koje su gledali na televiziji kopiraju u stvarnom životu. Rana seksualna aktivnost, kao jedan od oblika rizičnog ponašanja, uz nepromišljeno izlaganje riziku nastanka neželjene trudnoće, može da rezultuje poremećajem reproduktivnog zdravlja s dalekosežnim posljedicama na zdravlje i reproduktivni potencijal individue. Zato je potrebno, što je moguće više, zaštititi djecu od sadržaja u kojima se prikazuju seksualni odnosi, ali sadržaja koji nisu samo pornografski, jer svako naslućivanje seksualnog odnosa, u periodu adolescencije, može da probudi radoznalost i želju za eksperimentisanjem.<sup>5</sup>

Svrha adekvatnog označavanja programa koji slijedi na određenom mediju je jako važna iz perspektive zaštite od neželjenih posljedica za koje se pouzdano zna da bi mogle nastupiti kao produkt motivacije nakon konzumiranja određenih sadržaja, bilo da se radi o nasilju, opijatima ili negativnom seksualnom iskustvu.

### Zaštita publike u kontekstu medijske pismenosti

Da bi se ispunila svrha zaštite publike nije dovoljno samo obilježiti program određenim oznakama. Izuzetno je važno da oni u čijoj nadležnosti su maloljetnici ili osjetljive skupine gledatelja imaju znanje o tome šta predstavljaju određene oznake programa i kakve moguće negativne posljedice može izazvati određeni sadržaj. Tako se nameće zaključak da publika mora posjedovati minimum medijske pismenosti i na taj način poduzimati određene korake u cilju zaštite osjetljivih kategorija.

Za tumačenje oznaka programa nije dovoljno samo znati da je program štetan po recipijente određene dobne skupine, nego je potrebno znati i u kojem smislu je štetan. Tako se dolazi do jedne veoma značajne činjenice, potrebe medijskog odgoja i obrazovanja u

4 Zečević I. (2010) Uticaj televizijskih sadržaja na djecu – *Smjernice za klasifikaciju televizijskih sadržaja*, UNICEF, Sarajevo

5 Zečević I. (2010) Uticaj televizijskih sadržaja na djecu – *Smjernice za klasifikaciju televizijskih sadržaja*, UNICEF, Sarajevo

školskom sistemu BiH. Zemlje u regionu nisu znatno napredovale u odnosu na BiH, izuzev Slovenije koja već ima u školskom kurikulumu predmet medijsku pismenost.

Istražujući Internet i portale koji se bave ovim ili sličnim temama zanimljivo je navesti da u Srbiji postoji internet stranica koji nosi naziv TVOZNAKE a radi se o kampanji „Pravi program za pravi uzrast“ koju su pokrenuli Regulatorno telo za elektronske medije (REM), kancelarija UNICEF-a u Srbiji i Udruženje novinara Srbije (UNS) s ciljem upoznavanja javnosti sa novim pravilima u sistemu označavanja medijskih sadržaja koji su potencijalno opasni za određene uzraste.

Dakle, sistemski pristup problemu uz uvažavanje stručnih mišljenja gledano iz perspektive prava, medijskih stručnjaka i međunarodnog faktora ima za cilj da proizvede određene rezultate u kontekstu medijskog opismenjavanja publike i zaštite od štetnih sadržaja.

Da bi publika bila kompetentna da reaguje adekvatno na određeni sadržaj ona se mora za to pripremiti. Upravo stranica TVOZNAKE na primjeren način edukuje publiku u pravcu zaštite od neželjenih medijskih sadržaja odgovarajući na pitanja koja se tiču ovog domena djelovanja.

Prvo i osnovno pitanje se odnosi na subjekat koji je dužan da označi određeni sadržaj te da takva oznaka bude prepoznatljiva publici. Subjekat koji je dužan da označi sadržaj je upravo medij koji ga emituje. Ako se radi o televiziji onda su oznake grafičkog karaktera, a ako je medij audijelni onda su upozorenja usmenog karaktera.

Drugo pitanje odnosi se na razlog za oznaku programa kao potencijalno opasnog za određeni uzrast te označavanje takvog programa ima svrhu da upozori na moguće posljedice, jer nije svaki program namijenjen svakom uzrastu.

Treće pitanje se odnosi na pravilnike o označavanju programa i oni su specifični i različiti od zemlje do zemlje, stoga je jako važno da se ispoštuje pravni okvir određene države kada se označavaju određeni programi i da se oznake donose u skladu sa pravnim propisima države u kojoj se program emituje.

Četvrto pitanje se odnosi na karakter znaka kojima se označavaju programi i pri tome se misli na njihov grafički ili audio dizajn. Pri grafičkom označavanju ne postoji konvencija u izgledu oznake i ona varira od države do države, ali je konstanta dobna oznaka koja se prikazuje brojem +12, +16, +18 i svaka vrijedi za određenu dobnu skupinu.

Grafičke oznake izgledaju ovako:



Ove oznake moraju da se nalaze na zaslonu na vidnom mjestu i da zauzimaju najmanje 32/1 vidne površine, i moraju da stoje na zaslonu konstantno dok god traje program koji je označen kao štetan.

Značajno je publiku podučiti pravilima kada se smije emitovati određeni sadržaji iz razloga njihovog mogućeg prigovora emiteru ili eventualnih žalbi nekom od regulatornih tijela.

Program +12 se smije emitovati samo van dječijeg programa i to s posebnim osvrtom na dnevne aktivnosti djece tj. onda kada se očekuje prisustvo starijih osoba uz djecu.

Program +16 se smije emitovati samo u terminu od 22 sata do 6 sati ujutru i kao takav je podložan posebnom oprezu roditelja.

Program +18 se smije emitovati od 23 sata pa do 6 sati ujutro s posebnim naglaskom da se takav program emituje na posebnim kanalima i sa dodatnom zaštitom za djecu putem šifre za otključavanje programa.

Medij ocenjuje da li je potrebno označiti određeni program uzimajući u obzir njegov sadržaj i kontekst u kom se prikazuju potencijalno škodljivi sadržaji za decu.

Sadrži li program: 1) nasilje i njegove posljedice; 2) seksualno nasilje; 3) nago ljudsko telo; 4) seksualnost; 5) zastrašujuće scene; 6) pušenje i zloupotrebu opojnih droga, alkohola i drugih štetnih supstanci; 7) opasno ponašanje; 8) diskriminatorsko postupanje; 9) nepristojno ponašanje.<sup>6</sup>

Sve navedeno ima za cilj da spriječi negativan utjecaj na publiku i da preventivno djeluje na moguće posljedice. Sve navedeno se odnosi na tradicionalne medije. Problem koji se javio sa sveopćim pristupom internetu i mnoštvom savremene tehnologije onemogućio je bar za sada kontrolu pristupa sadržajima koji su štetni. Skoro je nemoguće vršiti kontrolu gledanja određenih sadržaja djeci. Za taj problem potrebno je uraditi posebnu studiju i iznaći moguća rješenja u ovoj oblasti.

### **Modeli zaštite publike u Bosni i Hercegovini**

Bosna i Hercegovina je uvjetno rečeno veoma brzo nakon rata uspostavila demokratski sistem medija, a sve to uz pomoć međunarodne zajednice.

U BiH djeluje nekoliko javnih emitera, a to su BH radio 1 i BHRT, na entitetskim nivoima i to u Federaciji BiH djeluje Federalna TV i Radio FBiH, a u Entitetu Republika Srpska djeluje RTRS (Radio-televizija Republike Srpske). Naravno postoji zakonski okvir za funkcionisanje ovih javnih emitera. Uz njih se na području cijele teritorije države BiH nalazi mnoštvo privatnih i komercijalnih medija, a sve to je dovelo do potrebe samoregulative medijskog prostora u BiH, za šta je postojala velika potreba, uzimajući u obzir različite motive djelovanja u javnom prostoru, te narušavanje međuljudskih i međunacionalnih odnosa.

„Regulatorna agencija za komunikacije (Agencija) je osnovana 2. marta 2001. godine spajanjem nadležnosti Nezavisne komisije za medije i Regulatorne agencije za telekomunikacije koje su do tada radile odvojeno. Agencija djeluje na državnom nivou i njen mandat je definisan Zakonom o komunikacijama BiH (Službeni glasnik BiH, br.31/03), koji je prvobitno nametnut Odlukom Visokog predstavnika u oktobru 2002. godine, a Parlamentarna skupština BiH ga je usvojila u septembru 2003. godine.“<sup>7</sup>

Agencija je regulator sa spojenim nadležnostima, nastala po uzoru na slične procese u evropskim zemljama i odražava spajanje tehnologija u telekomunikacijama i emitovanju, na način koji može da odgovori potrebama tržišta.

Tržište elektronskih komunikacija je sektor naprednih tehnologija, a njegove osnovne karakteristike su razvoj tehnologija, stalno uvođenje novih usluga i konstantan razvoj poslovnih modela. To je takođe sektor u kojem vladaju dominantni učesnici sa znatnom marketinškom snagom. Izazovi stavljeni pred regulatora ovakog tržišta su usmjereni na

<sup>6</sup> <http://tvoznake.rs/lat/za-medije.html> (29.5.2018.)

<sup>7</sup> <https://www.rak.ba/bos/index.php?uid=1265547993> (pristupljeno: 29.4.2018.)

uspostavljanje ravnoteže među zainteresovanim stranama: korisnika na jednoj i tržišta na drugoj strani, štiteći interese korisnika na konkurentnom tržištu te podržavajući ulazak novih sudionika.

Po ugledu na slične institucije u Evropi, nadležnosti Agencije su zasnovane na principima nezavisnosti, provođenju regulacije i monitoringu poštivanja zakona i pravila, i osiguranju tehničkih, finansijskih i kadrovskih preduslova za efikasno izvršavanje zadataka.

U skladu sa Zakonom o komunikacijama BiH, nadležnosti Agencije su: kreiranje i promovisanje pravila u sektorima emitovanja i telekomunikacija, licenciranje operatora u sektorima emitovanja i telekomunikacija, planiranje, upravljanje i dodjeljivanje frekventnog spektra, primjenjivanje tehničkih i drugih standarda koji se tiču kvaliteta, te uspostavljanje i održavanje sistema naknada za dozvole.

Druge institucije mogu imati posebne odgovornosti kada je regulacija u pitanju, a posebno Vijeće ministara BiH, koje je nadležno za kreiranje i usvajanje politike djelovanja u skladu sa postojećim pravnim okvirom.

### **Potreba uvođenja medijskog obrazovanja u obrazovni sistem u BiH**

Sistem obrazovanja za medije trebalo bi da bude zasnovan na paradigmi obrazovanja starijih koji će putem svojih kompetencija moći prenijeti znanja na mlađe.

Nemoguće je da neodgojen roditelj pravilno odgoji dijete ili da medijski nepismena osoba poduči svoje dijete medijskoj pismenosti.

Proces medijskog obrazovanja ne smije biti neravnomjerno zastupljen u zajednici jer bi mogao postati izvor socijalnih i ekonomskih nejednakosti u budućnosti.

Medijsko obrazovanje podrazumijeva upoznavanje svih aktera u komunikacijskom procesu o načinima djelovanja medija, utjecaju medija, zakonskim regulativama i načinima procjene medijskih sadržaja. Krajnji cilj je dobiti kritičku autonomiju pojedinaca u odnosu na medijske sadržaje. Vrlo često danas odrasli navode argumente koje su pronašli na internetu i drže ih se kao svetog slova, ne znajući pri tome da je referentnost izvora i na internetu jako važan faktor argumentacije stavova.

Jedan od ciljeva medijskog obrazovanja je promjena pojedinaca iz pasivnog stanja potrošača u aktivnog člana društva koji misli svojom glavom. Uvođenju medijskog obrazovanja u obrazovni sistem bi se moralo pristupiti selektivno i to na način da se najprije obrazuju pedagoški radnici kroz seminare i vježbe i time napraviti temelj za dalju nadogradnju počevši od osnovne škole.

Medijsko obrazovanje je postalo nužno jer su masovni mediji neizbježni dio svakodnevice i njihov se broj progresivno povećava, pa to zahtijeva osposobljenost za odgovarajuće korištenje. Medijski pedagozi su nosioci medijskog obrazovanja.

Idući u pravcu razvoja medijskih kompetencija studenata pedagoških, socioloških i humanističkih nauka potrebno je uvažiti činjenicu da je uvođenje medijskog obrazovanja na fakultetima već odavno postala potreba.

Erjavec i Volčić utvrđuju da bi sva sveučilišta po svijetu morala uključiti medijski odgoj kao obavezni predmet u sve osnovne pedagoške studije i za sve učitelje socioloških i humanističkih predmeta, a fakulteti bi morali omogućivati redovito dodatno osposobljavanje. Organiziranje i provođenje medijskoga odgoja nije moguće bez odgovarajuće suradnje stručnjaka za pružanje stručne pomoći i savjeta za pristup komunikacijskim mrežama i

njihovu uporabu jer su one nužne za kvalitetnu pripremu susreta, radionica, tematskih publikacija itd. Pritom težište ne smije biti samo na tehničkim kompetencijama odgoja za informatičku pismenost na štetu širenja znanja medijske pismenosti. Srž problema očituje se u informatičkoj podrazvijenosti pojedinca koji ne može pratiti tehnološku predrazvijenost.<sup>8</sup>

U društvu zasićenom medijima svako bi trebalo da bude medijski pismen i kompetentan, tako da svoja znanja može prenijeti na mlade. Time bi upozorio na nerealnosti medijskih sadržaja, manipulaciju u njima i na kritički odabir medija.

Amerika, Europa pa i Rusija već odavno rade na uvođenju medijskog odgoja i obrazovanja koje je postalo realna potreba savremenog školskog sistema.

Razvoj savremenih obrazovnih sistema usmeren je ka inkorporiranju medijske pismenosti u škole.<sup>9</sup>

## ZAKLJUČAK

Pod pojmom zaštite medijske publike podrazumijeva se zaštita od neadekvatnih sadržaja koji su potencijalno opasni i mogli bi narušiti psihički ili fizički integritet личности. Na prvom mjestu se misli na zaštitu maloljetnih lica, ali naravno ova zaštita upozorava i odrasle da se radi o određenoj vrsti programa i na samom recipijentu je da odluči da li će gledati ili ne određeni medijski sadržaj.

Svrha zaštite medijske publike ogleda se u preventivi sprečavanja neželjenih utjecaja na publiku. Ona podrazumijeva sprečavanje manipulacije publikom, mogućnost narušavanja psihičkog ili fizičkog integriteta личности, koje može nastati usljed refleksija na određeni medijski sadržaj. Psihološkim istraživanjima je dokazano da je određena životna dob čovjeka faktor koji utječe na percepciju medijskih sadržaja, te se programi koji sadrže nasilje, seksualne scene, manipulaciju moraju obavezno označavati određenim simbolima ili vršiti njihova najava kao potencijalno štetnih na određenu dob. Tako se programi uglavnom dijele na one za koje se prema naučnim saznanjima pretpostavlja da štete uzrastima i to na +12, +14, +16 i +18 i kao takvi moraju biti označeni.

Sve navedeno upućuje na potrebu poznavanja propisanih pravila, i to ne samo medijskih radnika, nego i publike uopće. Takav pristup podrazumijeva konstantno edukovanje publike i upoznavanje sa pravilima koja se tiču zaštite maloljetnika ali i ostalih recipijenata. U tom kontekstu jako je važna medijska pismenost publike, ili u konkretnom slučaju u BiH razvijanje svijesti o potrebi medijske pismenosti, a sve s ciljem zaštite publike. Iako postoje određene publikacije, projekti i savjetovanja, generalno gledano o medijskoj pismenosti se veoma malo govori a još manje radi. U tom pravcu bi i sami mediji trebali da emituju obrazovne programe zasnovane na naučnim činjenicama kako bi edukovali publiku o načinima samozaštite od neželjenih medijskih sadržaja i zaštite maloljetnika.

S obzirom na mnoštvo medija i vijesti koje se konstantno proizvode i šire, veoma je teško vršiti monitoring nad svime šta se dešava u javnom prostoru, a toga su svjesni i medijski radnici, urednici i vlasnici, ali i oni koji vrše posmatranje. Mnoge vijesti i programi koji štete publici prođu neopaženo i postignu svoj primarni cilj, a to je manipulacija. Stoga je publika dužna da se edukuje i da u svakom momentu prijavi nadležnim institucijama svoju primjedbu prema kojoj se moraju poduzeti određene mjere.

8 Erjavec, K., Volčič, Z. (2000): *Media education in schools over the world*, Ljubljana: Informacijsko-dokumentacijski center Sveta Evrope, NUK, ZOD.

9 Ibid: str. 257.



Modeli zaštite publike u Bosni i Hercegovini su sistemski dobro postavljeni, dakle postoje instance kojima se publika može obratiti u slučaju da smatra da su njihova prava narušena. Isto tako postoji mnogo predmeta koji su došli kao pritužbe na kršenje kodeksa profesije, ali i na pravila emitovanja i po kojima se postupalo u skladu sa zakonom, a to nam govori da postoji sistem i samo je stvar većeg angažmana publike, kako bi se adekvatno riješili određeni problemi u javnom prostoru.

Da je medijska pismenost ključni faktor u sprečavanju manipulacije putem medija davno su pokazali naučni eksperimenti. Iz tog razloga UNICEF se uključio u sve projekte koji se odnose na medijsku pismenost i unapređenje odnosa mediji/publika. Kroz različite projekte u BiH i R Hrvatskoj UNICEF provodi projekte medijskog opismenjavanja publike.

Značajno je i to da su se u te projekte u Bosni i Hercegovini uključili i predstavnici vlasti preko resornog ministarstva. Na taj način se pokazuje dobra volja da se ide i napreduje u pravcu medijske pismenosti pa sve do nivoa uvođenja medijskog obrazovanja u obrazovni sistem u BiH.

Medijsko obrazovanje je stvarna potreba ne samo BH društva nego i općenito svih ljudi na svijetu. Kroz kratki pregled važnosti medijskog obrazovanja, te predstavljanju ciljeva i zadataka predmeta medijske pismenosti, da se zaključiti da je to najbolji način zaštite publike i da bi se implementacijom takvog projekta razina sigurnosti publike podigla na zavidan nivo.

Europska unija je svim svojim članicama putem direktive dala zadatak da se usklade sa potrebama publike i na taj način ušla u područje zaštite publike, tako da u dogledno vrijeme BiH mora ispuniti određene uvjete kako bi spremna dočekala članstvo u EU.

## LITERATURA:

1. Baćević, J. (2004). Veronauka i(li) evronauka: kritika nekih elemenata školske re-forme, 2000-2003. [diplomski rad], Beograd: Biblioteka Odeljenja za etnologiju i atro-pologiju.
2. Bukovska, B. (2012): Bosna i Hercegovina: Zakonodavni okvir u vezi s Regulatornom agencijom za komunikacije,
3. Erjavec, K., Volčič, Z. (2000): Media education in schools over the world, Ljubljana: Informacijskodokumentacijski center Sveta Evrope, NUK, ZOD.
4. Erjavec, K., Končina, M., Svetina, M., (2005): Medijska pismenost za odrasle (izobraževalni program). Ljubljana: Andragoški center.
5. Gunter, B., Jill, M. (1997), Children and Television, Routledge, London and New York
6. Košir, M. Zgrabljic, N. i Ranfl, R. (1999) Život s medijima. Priručnik o odgoju za medije. Zagreb: Doron.
7. Janjetović LJ.: Zakonska regulativa javnog servisa u BiH
8. Masterman, L. (2001): Teaching the Media. London, New York: Routledge. Osnutek nacionalne strategije za razvoj pismenosti 2005
9. Zečević I. (2010) Uticaj televizijskih sadržaja na djecu – Smjernice za klasifikaciju televizijskih sadržaja, UNICEF, Sarajevo
10. Zindović-Vukadinović, G.R. (1997) Medijska pismenost: Teorija i praksa. Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja, br. 29, str. 244-259