



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK: KOMUNIKOLOGIJA

**MEDIJSKI TRETMAN IDENTITETA BOŠNJAKA U MEDIJIMA
U BOSNI I HERCEGOVINI**

- MAGISTARSKI RAD -

Kandidatkinja:

Melika Hakanović

Br. indeksa: 1121 III-K

Mentor:

Prof. dr. Mustafa Sefo

Sarajevo, Mart, 2023.

Babi Edinu i majci Rejhani

Zahvalnica

Zahvaljujem se mentoru, prof. dr. Mustafi Sefi, na strpljenju i pomoći pri izradi master rada.

Zahvaljujem se mojim profesorima sa Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, za znanje koje su mi prenijeli.

Zahvaljujem se svojim roditeljima na neizmjernoj podršci i razumijevanju.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	7
2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	9
1.1. Problem istraživanja.....	9
1.2. Predmet istraživanja	9
1.3. Ciljevi istraživanja.....	10
1.4. Hipoteze istraživanja	10
1.5. Uzorak	11
1.7. Metode.....	12
1.8. Postupak istraživanja.....	12
1.9. Statistička obrada podataka	12
3. TEORIJSKI DIO RADA	14
3.1. Mediji i njihova uloga u savremenom svijetu	14
3.1.1. Historijski pregled razvoja medija	15
3.1.2. Razvoj društvenih mreža kao savremenog oblika medija.....	15
3.1.3. Historijski razvoj štampe kao medija.....	19
3.1.4. Historijski razvoj televizije i radija.....	21
2.2. Mediji.....	22
3.1.5. Masovni mediji	22
3.1.6. Društvene mreže kao masovni medij.....	23
3.2. Uticaj medija na pojedinca i društvo.....	24
3.2.1. Uticaj medija na pojedinca.....	25
3.2.2. Uticaj medija na različite dobne kategorije	25
3.2.3. Uticaj medija na društvo	28

3.2.4.	Teorije medijskog uticaja.....	29
3.2.5.	Uticaj društvenih mreža na međuljudske odnose.....	31
3.2.6.	Uticaj društvenih mreža na identitet i komunikaciju	32
3.3.	Pojam i teorije identiteta	34
3.3.1.	Osnove društvenog konstrukcionizma identiteta	34
3.3.2.	Georg Simmel i njegov uticaj na sociološku teoriju.....	34
3.3.3.	George Herbert Mead i njegova teorija identiteta.....	36
3.3.4.	Erik Erikson i njegova teorija identiteta	38
3.3.5.	Berger i Luckmann teorija indentiteta	41
3.4.	Medijski tretman i njegova uloga na etnonacionalni identitet	49
3.5.	Bošnjak kao etnonacionalna kategorija.....	53
3.5.1.	Historijski kontinuitet Bošnjaka	53
3.5.2.	Bošnjaci i pradomovina u očima srednjovjekovnih Arapa	55
3.5.3.	Srednjovjekovna Bosna	58
3.5.4.	Kulturno-historijski aspekti upotrebe etnonima Bošnjak	63
3.5.5.	Bošnjaci između tradicije, vjere i nacije	65
3.6.	Primjeri neadekvatnog tretmana identiteta Bošnjaka u medijima.....	67
4.	REZULTATI ISTRAŽIVANJA	69
4.1.	Sociodemografske karakteristike ispitanika.....	69
4.2.	Stavovi ispitanika o medijskom tretmanu identiteta Bošnjaka	73
4.3.	Ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika u tretmanu identiteta Bošnjaka u odnosu na spolne kategorije.....	75
4.4.	Ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika i korelacije u tretmanu identiteta Bošnjaka u odnosu na nacionalne kategorije	75
4.5.	Ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika u odgovorima u odnosu na različite dobne kategorije.....	76

5.	INTERVJU	78
5.1.	Prvi intervju.....	78
5.1.1.	Biografija Emira Uzunalića	78
5.1.2.	Odgovori na pitanja.....	79
5.2.	Drugi intervju	81
5.2.1.	Biografija – Admir Lisica	81
5.2.2.	Odgovori na pitanja.....	82
5.3.	Treći intervju	84
5.3.1.	Biografija – Harun Bošnjak	84
5.3.2.	Odgovori na pitanja.....	84
6.	ZAKLJUČAK.....	87
7.	LITERATURA	89
8.	POPIS SLIKA, TABELA I GRAFIKONA	94
9.	BIOGRAFIJA KANDIDATA	96
10.	PRILOZI	97

1. UVOD

Identitet Bošnjaka je česta meta diskriminatornog odnosa medija u Bosni i Hercegovini, ali i u susjednim zemljama. Svjedoci smo čestog negiranja identiteta Bošnjaka i svega što je bošnjačko uključujući i historijsku faktografiju. Posebno zabrinjava činjenica da su Bošnjaci često diskriminirani putem javnih medija, odnosno onih medija čiji su vlasnici državne i entitetske strukture. Potreba da se nečiji identitet negira, s psihološkog aspekta, je očit pokazatelj nesigurnosti u samoidentifikaciji. Multifaktorijalna osnova negiranja identiteta Bošnjaka je stara koliko i Bošnjačka etnonacionalna grupa. Historija svjedoči da je identitet Bošnjaka bio metom različitih ideologija, krenuvši od srednjovjekovne Bosne i intencije velikih sila da se dobri Bošnjani prisilno deidentificiraju. Intencije za deidentifikacijom Bošnjaka se nisu smirile ni u savremenom diskursu različitih skupina i ideologija, koji negiranjem identiteta Bošnjaka, žele da prisvoje Bošnjačku historiju, pisce, umjetnike, naučnike, i u konačnici cijelu etnonacionalnu skupinu.

Dugogodišnji profesor sociologije u Gazi-Husrev begovoj medresi u Sarajevu, Mustafa Spahić, opisujući Bošnjake navodi da se nad njima vodi politika nepolitičkog naroda. Upravo negiranje identiteta Bošnjaka u konačnici ima za cilj da većinski narod u Bosni i Hercegovini i Sandžaku, gubitkom svoga identiteta, izgubi političku moć, naciju, te da se u očima drugih naroda predstave kao narod bez političkog subjektiviteta. Znajući da su mediji najjače sredstvo uticaja na široke mase, sistemski i sistematično se pristupa odnosu prema identitetu Bošnjaka. Javni servisi, koji bi u pravilu trebali da služe narodu, kao posljedica političkog uticaja, i gotovo potpunog odsustva profesionalnosti u novinarstvu, dopustili su da se na javnom servisu manjeg bosanskohercegovačkog entiteta pošalju riječi da su Bošnjaci konvertiti. Odašiljanje ovakve poruke kroz javni mediji treba da bude alarm svakoj osobi koja se identifikuje kao Bošnjak ili Bošnjakinja, a da odgovor na ovakav alarm bude u duhu osvještavanja potrebe da se u svakom trenutku poznaju činjenice, koje su zasigurno oponente intencijama da se Bošnjački identitet tretira kao meta nedobronamjernih narativa u medijima.

Uvidom u dosadašnja istraživanja, koja su javno dostupna, ne postoji istraživanje koje tretira medijski odnos prema identitetu Bošnjaka. Oskudnost informacija u navedenoj oblasti motivisalo

me je da istu detaljnije istražim, te rezultate istraživanja ponudim akademskoj zajednici i svakom Bošnjaku kojem je stalo do njegove države i porijekla.

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

1.1. Problem istraživanja

Pažnja ovog rada ponajviše će biti usmjerena upravo na medijski tretman identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini. U osnovi cilj da se ispita javno mnijenje i njihovi stavovi o medijskom tretmanu identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini.

Shodno prethodno navedenom, problem istraživanja se definiše problemskim pitanjem koje glasi: **“Da li je većina stanovnika zadovoljna medijskim tretmanom identiteta Bošnjaka od strane medija u Bosni i Hercegovini?”**

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je medijski tretman identiteta Bošnjaka od strane medija u Bosni i Hercegovini. Upotreba termina „Bošnjak“ često implicira vjersku pripadnost. Štaviše postoji tendencija da se „Bošnjak“ kao nacionalna, etnička i kulturološka kategorija spominje i mijenja za naziv „musliman“. Sličnim situacijama se svakodnevno svjedoči. Hastings Adrijan u svome djelu “Građenje nacionaliteta” (prema Ibrahimagić, 2012) navodi da je srpski nacionalitet stavljen pod znak jednakosti sa pravoslavljem, a hrvatski sa katoličanstvom. Konsekventno tome, vezanje termina “Bošnjak” za islamsku vjeru predstavlja matricu koja se odnosi na susjedne narode. Pojam “Bošnjak”, ali i identifikacija koja je vezana za ovaj pojam su stariji od dolaska Islama kao religijskog pravca. Stoga je eksplicitno vezivanje i predstavljanje pojma „Bošnjak“ vjerskom kategorijom nema svoje naučno ni etičko utemeljenje. S druge strane, često se pojam „musliman“ mijenja sa etničkom, nacionalnom i kulturološkom odrednicom Bošnjaka. Ne ulazeći u etiologiju pogrešnog imenovanja Bošnjaka kao naroda često se uočava da se ovakve greške javljaju i u medijima koji se čitaju i emitiraju na području Bosne i Hercegovine. Upravo postojanje ovakvih grešaka daje poseban značaj predmetu ovog istraživanja.

1.3. Ciljevi istraživanja

Prevažodno cilj je da se ispita zadovoljstvo javnog mnijenja kada je u pitanju medijski tretman identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini. Pored prethodno definisanog glavnog cilja, definišu se i dodatni ciljevi istraživanja:

- 1) Ispitati da li postoji statistički značajna razlika u zadovoljstvu ispitanika tretmanom identiteta Bošnjaka u medijima koji djeluju na području Bosne i Hercegovine u odnosu na spolne kategorije.
- 2) Ispitati da li postoji statistički značajna korelacija između zadovoljstva ispitanika i nacionalne pripadnosti ispitanika.
- 3) Ispitati da li postoji statistički značajna razlika u zadovoljstvu ispitanika tretmanom identiteta Bošnjaka u medijima koji djeluju na području Bosne i Hercegovine u odnosu na dobne kategorije.

Pored navedenih ciljeva, istraživanje će imati naučni i društveni cilj. **Naučni cilj** se zasniva na ideji da akademskoj zajednici ponudi relevantne informacije o zadovoljstvu javnog mnijenja kada je u pitanju medijski tretman Bošnjačkog identiteta u medijima koji djeluju na području Bosne i Hercegovine. **Društveni cilj** istraživanja podrazumijeva razvijanje svijesti o medijskom tretmanu identiteta Bošnjaka u Bosni i Hercegovini. Utvrđivanjem da li postoje statistički značajne razlike, pružit će se realna slika koja će argumentovati da li postoje razlike u zadovoljstvu u odnosu na ispitanike različite dobi, spola i nacionalne pripadnosti.

1.4. Hipoteze istraživanja

Opšta hipoteza istraživanja glasi: “*Većina ispitanika nije zadovoljna medijskim tretmanom identiteta Bošnjaka u medijima koji djeluju na području Bosne i Hercegovine*”.

Pored opšte hipoteze, definišu se i posebne hipoteze:

- 1) Ne postoji statistički značajna razlika u zadovoljstvu ispitanika tretmanom identiteta Bošnjaka u medijima koji djeluju na području Bosne i Hercegovine u odnosu na spolne kategorije.
- 2) Postoji statistički značajna korelacija između zadovoljstva ispitanika i nacionalne pripadnosti ispitanika.
- 3) Ne postoji statistički značajna razlika u zadovoljstvu ispitanika tretmanom identiteta Bošnjaka u medijima koji djeluju na području Bosne i Hercegovine u odnosu na dobne kategorije.

1.5. Uzorak

Uzorak istraživanja čine ispitanici, odabrani randomiziranim pristupom, sa područja Zeničko-dobojskog i Kantona Sarajevo. Ukupan broj ispitanika iznosi 241. Uključivanje u istraživanje nije uslovljeno spolnim, dobnim, etnonacionalnim karakteristikama ispitanika.

1.6. Instrument istraživanja

Instrument istraživanja čini upitnik koji se sastoji od dva dijela (Prilog 1). Prvi dio upitnika ima za cilj da prikupi sociodemografske podatke, pri čemu se ispituju različite varijable sociodemografskih karakteristika: spol, dob, nacionalna pripadnost, i stepen obrazovanja. Drugi dio upitnika čine tvrdnje koje se procjenjivane od strane ispitanika. Tvrdnje su ispitivane pomoću Likertove skale u rasponu od 1 do 5, pri čemu broj 1 označava da se ispitanik uopšte ne slaže sa ponuđenom tvrdnjom, dok će broj 5 označavati da se u potpunosti slaže sa navedenom tvrdnjom. Drugi dio upitnika koji ima za cilj da ispita stavove učesnika u istraživanju se sastoji od 12 čestica. Za potrebe istraživanja izvršena je procjena pouzdanosti upitnika, pri čemu je određen Cronbach Alpha koeficijent koji iznosi 0,89 što govori u prilog pouzdanosti samog instrumenta za sprovođenje istraživanja.

1.7. Metode

Istraživanje je presječnog, retrospektivnog i empirijskog karaktera. Pri istraživanju korištena je kvantitativna analitička metoda, kao i metode deskripcije, komparacije, indukcije i dedukcije. Kvantitativna analitička metoda, u ovom istraživanju, predstavlja osnovu, kojom se, statističkom obradom podataka, dolazi do rezultata istraživanja. Metoda deskripcije dolazi do izražaja u teorijskom dijelu rada pri opisivaju i opernalizaciji termina koji su usko vezani za problem istraživanja. Metoda komparacije je izražena u diskusiji, pri čemu je vršena komparacija dosadašnjih naučnih i stručnih podataka iz oblasti istraživanja sa rezultatima do kojih se došlo anketiranjem ispitanika. Induktivnom i deduktivnom metodom se dolazi do definisanja zaključaka istraživanja.

Pored opisanih metoda, korištena je i metoda intervju-a, prilikom čega su intervjuisane tri osobe.

1.8. Postupak istraživanja

Anketni upitnik je distribuiran online platformom za anketiranje koja se zove Google Forms. Google Forms je nekomercijalna platforma koja pruža mogućnost anketiranja velikog broja ispitanika, pri čemu se podaci izuzimaju u excel tabeli. Anketa je bila viralna za popunjavanje od 15. do 28. februara 2023. godine. Za navedeni period anketu je ispunilo 241 ispitanika.

1.9. Statistička obrada podataka

Statistička analiza koja će podrazumijevat procjenu frekventnosti odgovora na Likertovoj skali, te utvrđivanje postojanja statistički značajnih razlika analizom varijanse (ANOVA test). Prije obrade podataka iz ankete, rezultati ankete su unešeni u Excel tabelu (Microsoft Excel, 2016), s ciljem pravljenja baze podataka. Nakon toga, statistički obrada podataka je sprovedena u

programu SPSS 26.0. (eng. *Statistical Package for the Social Sciences*). Pored navedenog testa, bit će korištena deskriptivna statistika koja ima za cilj da detaljno analizira odgovore brojčanog karaktera (npr. broj godina ispitanika). Nivo statističke značajnosti je podešen na $<0,05$.

3. TEORIJSKI DIO RADA

3.1. Mediji i njihova uloga u savremenom svijetu

U komunikacijskim naukama, medij je "tehničko ili fizičko sredstvo za pretvaranje poruke koja se može poslati putem kanala". Daniela Jurčić (2017) zaključuje „mediji su posebno složen pojam koji, ukratko, označava sistem javnog informisanja koji služe za širenje vijesti u svrhu informisanja, obrazovanja i zabave najširih slojeva društva“. Takođe navodi da su mediji ustvari svojevrsni komunikacijski alati koji prenose određenu poruku.

Za razumijevanje medija i njihove uloge u savremenom svijetu, potrebno je da razumijemo i pojam društva. Društvo u humanističkim naukama je opšti pojam koji obuhvata različite karakteristike ograničenog broja osoba, koje su međusobno povezane kao društveni akteri, žive zajedno i međusobno direktno ili indirektno komuniciraju. Društvo se može definisati i kao grupa pojedinaca ili ljudi formirana saradnjom i komunikacijom, ali i razlikama i sukobima oko raspolaganja materijalnim i simboličkim dobrima, na osnovu kojih se grade zajednička pravila delovanja, potpomognuta minimum zajedničkih interesa i uvjerenja (Giddens, 2007). U kontekstu ovog rada, društvo nam predstavlja skupinu ljudi koji putem komunikacijskih alata ostvaraju kontakte, ten a taj način uspostavljaju komunikaciju. Suština uloge savremenog društva kada su u pitanju mediji se ogleda u mogućnosti da prime određenu informaciju koja je poslana putem medija preko nekog komunikacijskog kanala.

Također, pored termina medija i društva, za potpuno razumijevanje teme potrebno je da razumijemo i pojam informacije. Informacija je komunikacija, tj. primanje znanja ili razumijevanja (o nečemu), ili razumijevanje (nečega). Riječnik *Oxford Living Dictionaries* definiše informacije kao "činjenice koje smo naučili i stekli o nekome ili nečemu". Informaciju se može posmatrati i kao niz različitih asocijacija, tako da se može misliti na pisanu riječ, izgovorenu riječ itd., međutim, ovo poglavlje postavlja pitanje osnovne dihotomije pojma informacije, koja se odnosi na njenu objektivističku prirodu nasuprot subjektivističkoj (Janus, 2017). U kontekstu ovog istraživanja informacija je svaki podatak koji se kroz medije odašilje prema ciljanoj skupini ljudi.

3.1.1. Historijski pregled razvoja medija

Jedan od najznačajnijih događaja u dalekoj historiji, koji predstavlja prvu medijsku revoluciju, je štampanje "Biblije" 1455. Gutenbegovom pisaćom mašinom. Bilo je to veliko otkriće za čovječanstvo, kojem su informacije postale dostupne i prenosive, što je predstavljalo osnovu za daljnji napredak. Nekoliko stotina godina kasnije razvili su se masovni elektronski mediji - televizija i radio, što je predstavljalo drugu medijsku revoluciju. Televizija i radio postali su neizostavni element života ljudi. Trenutno se svjedoči trećoj medijskoj revoluciji, a odnosi se na društvene mreže i web portale. Prva društvena mreža kakvu danas poznajemo nastala je 1997. godine pod nazivom SixDegrees (Kirtis & Karahan, 2011). Korisnicima ove mreže omogućeno je kreiranje korisničkih profila, kreiranje liste prijatelja i godinu dana kasnije (1998.) i mogućnost pretraživanja lista drugih korisnika.

Povezivanje putem društvenih mreža (web stranica) je logična posljedica ljudske težnje za zajednicom i tehnološkim napretkom. Zaista je važno prepoznati potrebe korisnika i pratiti napredak i konkurenciju na tržištu, kako bi povezivanje putem društvenih stranica bilo što kvalitetnije, jednostavnije i interesantnije za korisnika (Grbavec & Grbavec, 2014). Postojanje društvenih mreža donijelo je mogućnost da se informacija sa jednog dijela svijeta prenese u djeliću sekunde na drugi dio svijete, ali je upitno koliko ta informacija provjerena. Iz ovoga možemo zaključiti da je, pored toga što se informacija može poslati, potrebno znati i identifikovati i onoga ko šalje informaciju.

3.1.2. Razvoj društvenih mreža kao savremenog oblika medija

Internet je najpopularniji medij savremenog doba. Osnovan je 1969. godine od strane Ministarstva odbrane SAD-a i nazvana je ARPANET - prva računarska mreža. ARPANET je zamišljen kao mreža koja je trebala omogućiti komunikaciju između vojnih laboratorija, vladinih biroa i univerziteta, gdje se provode brojni projekti od interesa za vojsku. Tako su u početku spojena dva računara - na UCLA (University of California Los Angeles) i Berkeley (Berkeley), a krajem 1969. umrežena su još dva, od kojih je jedan u vlasništvu Ministarstva odbrane i

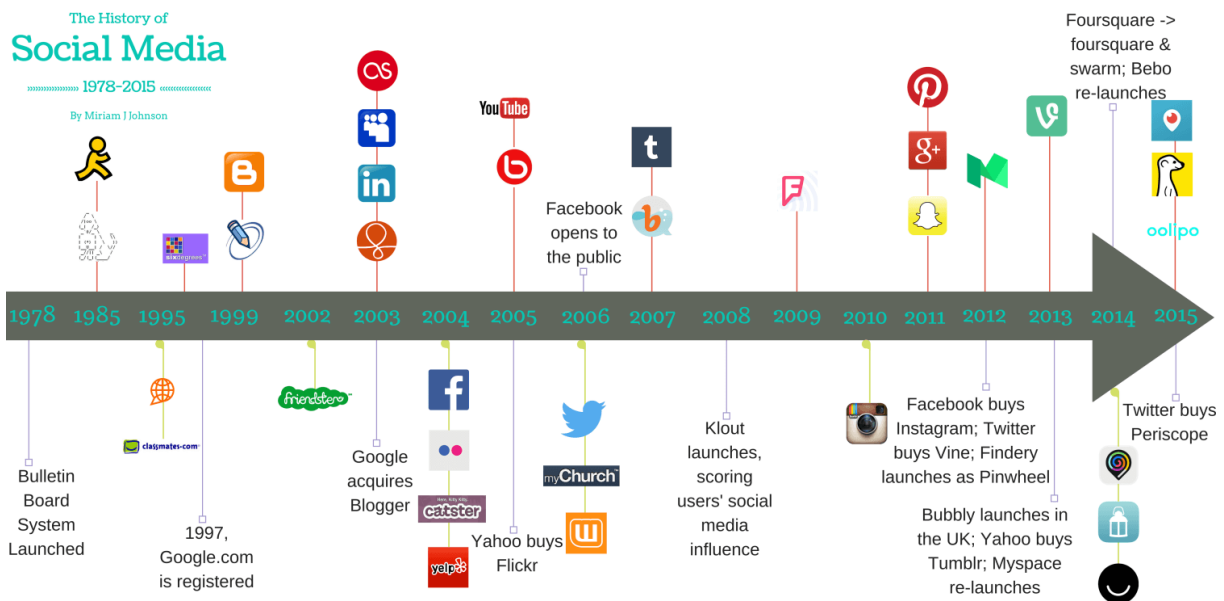
sigurnosti Sjedinjenih Država. Broj umreženih računara je nastavio da raste, pa je krajem 1972. godine bilo umreženo četrdesetak računara, vojnih i civilnih. Za njegov dalji razvoj najzaslužniji je engleski istraživač Tim Berners Lee, koji je stvorio svjetsku mrežu 1989. godine (Damjanović, 2022). Nastankom svjetske mreže, omogućeno je uspostavljanje kontakata na daljinu u većini zemalja svijeta.

Internet radi preko veza koje su međusobno isprepletene i imaju neki zajednički sadržaj. Internet nam nudi više mogućnosti od drugih medija, jer na njemu možemo slušati radio, gledati televiziju ili čitati novine. Koristeći internet, možemo se pridružiti društvenim mrežama kao što su Facebook, Instagram i druge i razmjenjivati slike ili komunicirati o dnevnim događajima, gledati zabavne video zapise na stranicama kao što je YouTube, kreirati vlastite blogove, slati i primiti elektronsku poštu, pa čak i kupovati. Različiti pretraživači (Yahoo, Google) omogućavaju nam da brzo tražimo informacije i upoznamo gotovo sve što nas okružuje. Dovoljno je da ukucate bilo koju riječ - ime poznate ličnosti, historijskog događaja, zemlje, ime biljke ili životinje, i već na ekranu vašeg računara ili laptopa možemo vidjeti hiljade stranica koje objašnjavaju i opišu detaljno šta nas zanima (Poročanin, 2020). Mogućnost da se brzo dođe do određene informacije je dosta bitna, ali brze informacije se ne mogu brzo i provjeriti. Zbog toga danas postoje brojni tekstovi o različitim temama koji su nastali bez da se zna kada, kako i ko ih je napisao. Čak i u ličnim iskustvima ljudi često se može čuti da su naišli na neprovjerenu informaciju pregledom društvenih mreža.

1978. godine pojavila se prva mreža slična društvenim mrežama - BBS (BulletinBoard System), koja je omogućila osnovnu komunikaciju porukama između korisnika. Krajem 80-ih godina prošlog vijeka pojavio se još jedan preteča današnjih foruma - CompuServe, koji je prvi ponudio pristup vijestima. Najvažnija preteča današnjih društvenih mreža je AOL (English American Online). AOL uvodi korisničke profile i prikaz njihovih osnovnih podataka. Nadalje, uslijedila je nova internet stranica Classmates.com, osnovana 1995. godine, na kojoj je bilo moguće tražiti bivše drugove iz razreda. Međutim, opcija za povezivanje prijatelja nastala je tek kasnije, po uzoru na novije, kasnije kreirane društvene mreže. Bez obzira na to, Classmates.com je bio veoma popularan, čak i danas ima preko 70 miliona korisnika. Prva web stranica koja se može nazvati društvenom mrežom pokrenuta je 1997. godine pod imenom SixDegrees.com. Ideja za sajt je zasnovana na "teoriji šest stepeni odvojenosti", koja kaže da se do svih ljudi može

doći u prosjeku u šest koraka. Odnosno, polazi od pretpostavke da kroz lanac odnosa vaših prijatelja možete doći do svih ljudi na svijetu (Boyd & Ellison, 2007). Ukoliko se prisjetimo, i danas određene društvene mreže imaju različite opcije koje vam predlažu prijateljstva, veze i kontakte na osnovu osoba koje čine vašu društvenu mrežu, odnosno osoba sa kojima ste od ranije umreženi.

Osnivač SixDegrees.com bio je Andrew Weinreich koji je želio stvoriti najveći online direktorij na svijetu. Korisnicima ove mreže omogućeno je da kreiraju korisničke profile i liste prijatelja sa kojima mogu da komuniciraju, kao i da traže druge korisnike. Društvena mreža SixDegrees.com promovirala se kao alat koji pomaže ljudima da se povežu i komuniciraju i privukla je milione korisnika, ali je 2000. godine stranica prestala s radom jer se nije pokazala održivom. U razdoblju od 1997. do 2001. godine nastalo je još nekoliko društvenih web stranica koje su nudile razne kombinacije profila i javnih lista prijatelja. AsianAvenue, BlackPlanet i MiGente su društvene mreže koje su bile usmjerene na određenu etničku grupu ljudi, na primjer MiGente je bila društvena mreža za latino populaciju, BlackPlanet za afroameričku populaciju i AsianAvenue za azijsko-američku populaciju. Omogućili su korisnicima da kreiraju lične, poslovne profile ili profile za upoznavanje ljudi. U tom periodu pojavio se i LiveJournal, koji je predstavljao onlajn dnevnik ili blogove koji su se mogli čitati i komentarisati. 2001. godine pokrenuta je društvena mreža Ryze.com čiji je cilj bilo poslovno umrežavanje. Osnivač Adrian Scott upoznao je stranicu sa svojim prijateljima, prvenstveno članovima poslovne i tehnološke zajednice San Francisca, koji su kasnije postali osnivači i investitori u nove društvene mreže kao što su Tribe.net, LinkedIn i Friendster. Ryze.com nije stekao popularnost. Društvena mreža Friendster pokrenuta je 2002. godine, a njen osnivač Jonathan Abrams ideju je dobio od ranije spomenute web stranice SixDegrees.com sa stvarnim korisničkim identitetima. Pored ličnih podataka, korisnici sajta su mogli da postavljaju digitalne fotografije na svoje profile, što je olakšalo pretragu prijatelja (Karagić, 2019). Kao što se može uočiti, posljednjih trideset godina zabilježio je ubrzan razvoj društvenih mreža. Upravo postojanje društvenih mreža dalo je mogućnost da se društvene mreže iskoriste kao medij kroz koji bi se odašiljale poruke za ciljane skupine, odnosno korisnike društvenih mreža. Danas, društvene mreže su uveliko zamijenile štampu i televiziju, nudeći mogućnost čitanja vijesti pomoću pametnih telefona i drugih uređaja, kao i praćenje video prijenosa sadržaja.

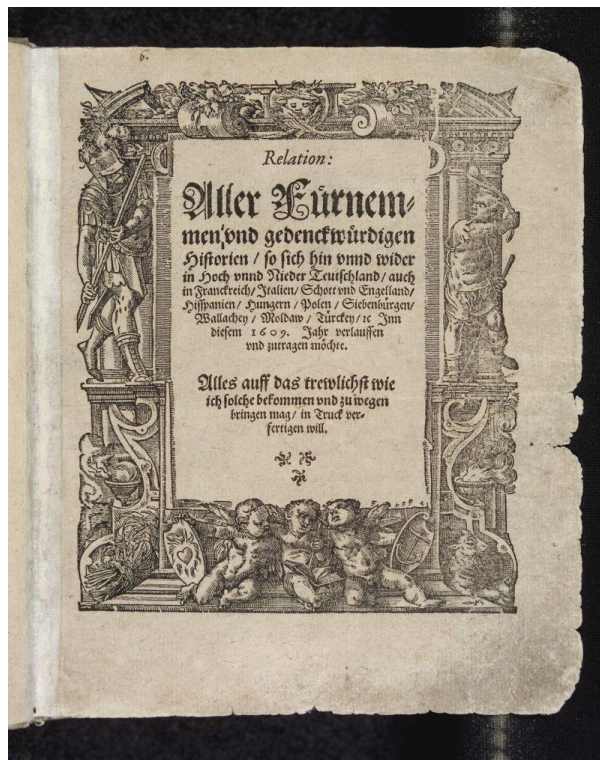


Slika 1. Historijski razvoj društvenih mreža (Izvor: <https://www.future-marketing.co.uk/the-history-of-social-media/>, pristupljeno 15.1.2023)

Friendster je društvena mreža koja je za kratko vrijeme doživjela značajan uspeh i okupila je veliki broj registrovanih korisnika. 2003. godine pokrenuta je društvena mreža MySpace sa ciljem da privuče nezadovoljne Friendster korisnike. Prvi koji su počeli da prelaze sa Friendstera na MySpace bili su indie-rock bendovi iz Los Anđelesa i okoline. Iako bendovi nisu bili ciljna grupa ljudi na MySpaceu, bili su velikodušno primljeni i privukli više korisnika zbog povezanosti s fanovima. Za razliku od drugih društvenih mreža, osim otvaranja klasičnog profila, mogli ste pisati blogove i igrati igrice. Korisnici su također dobili slobodu pisanja i objavljivanja bez ograničenja i zabrana, te su dobili priliku da promijene HTML (HyperTextMarkupLanguage) kod svog profila, kako bi mogli kreirati jedinstvenu stranicu. Prednost MySpacea bila je sloboda pristupa maloljetnicima. Broj korisnika stranice se brzo povećavao, a MySpace je svojevremeno bio najposjećeniji društveni internet na svijetu. Posmatrajući retrospektivno, danas MySpace je postao nepoznanica novijim generacijama. Današnja pretenzija mladih jeste TikTok, Facebook i Instagram. Posebna karakteristika ovih medija jeste mogućnost da se i pravna lica registruju kao korisnici, što je dovelo do ekspanzije elektronskih novina i portala.

3.1.3. Historijski razvoj štampe kao medija

U prošlosti su se tekstovi prepisivali ručno. Umnožavanje tekstova štampanjem se prvi put pojavljuje u Kini i Koreji u 12. vijeku. Znakovi se ručno premazuju bojom i štampaju. Ovaj izum se nije proširio dalje u svijet. Sredinom 15. vijeka (1440. godina) u gradu Majncu, Johan Gutenberg izumeo je pokretni tip i reprodukciju knjiga postupkom štampanja na mašini.



Slika 2 - Prve printane novine "Relation" (Izvor: <https://www.ub.uni-heidelberg.de/digi-pdf-katalogisate/sammlung10/werk/relation1609.xml?docname=relation1609&pageid=PAGE0005>, pristupljeno 12.01.2023.)

Štamparska forma je ručno sastavljena od pojedinačnih znakova, a nakon štampanja je rastavljena, kako bi se od slova mogao sastaviti sljedeći tekst koji je trebao biti odštampan. Prva štamparska mašina koristila je tehniku štampe koja je kasnije nazvana štamparija knjiga i koristila je princip rada ploča na ploču (Bolanča & Golubović, 2008).

Prva štamparija u Bosni i Hercegovini, vlasništvo Božidara Ljubavića - Goraždanina, nalazila se u crkvi Svetog Đorđa u Sopotnici, kod današnjeg Novog Goražda. Prvi upravnici te štamparije bili su njegovi sinovi Teodor i Đorđe. Božidar je svoje sinove poslao u Veneciju, gde su doneli opremu za rad štamparije, koja je dobila naziv Drina štamparija, a u međuvremenu se iz manastira Mileševa preselio u Sopotnicu. Ugašena je 1531. godine i narednih 335 godina u Bosni i Hercegovini nije postojala štamparija.

Ideja o pokretanju prvih bosanskih novina nastala je tek oko 1840. godine, kada je bosanski franjevac Ivan Franjo Jukić pokušao osnovati književno društvo i izdavati časopis. Tada je iz Fojnice pisao Ljudevitu Gaji u Zagrebu: "Da je želja svih domorodaca da nakon toliko stoljeća sunce obasja ovu nesretnu Ilirsku provinciju." Nakon višegodišnje pripreme, izašao je časopis na 140 stranica "Bosanski prijatelj". Smatra se prvim bosanskim listom jer, iako je štampan u Zagrebu, njegov urednik i saradnici bili su iz reda bosanskih franjevac, a sve teme lista bile su gotovo isključivo vezane za Bosnu, njene ljude i događaje. Izašla su ukupno četiri broja "Bosanskog prijatelja". Drugi broj objavljen je 1851. godine na 202 stranice. Treće izdanje izašlo je 1861, a četvrto 1870. Pred kraj turske uprave u Bosni, u periodu reformi vilajetske uprave 1866. godine, bilo je moguće otvoriti prvu modernu štampariju na ovim prostorima. Na taj način su postavljeni temelji štamparstva i izdavaštva u Bosni. Zemunski štampar Ignjat Šopron (Ignjaz Karl Soppron) (1821-1894) bio je ovlašten da, na osnovu ugovora sa vlastima, izdaje političko-informativni list u Sarajevu, nezavisno od službenog lista "Bosna". Tako se istog dana kada je otvorena štamparija Šopron u Sarajevu, pojavio novi list (Poročanin, 2020).

Prvi broj lista "Bosanski Vjestnik" objavljen je 7. aprila 1866. godine. To je prvi list štampan u Bosni i Hercegovini i početak moderne štampe. Njegov prvi saradnik bio je Miloš Mandić (1843.-1900.). Sačuvano je samo prvih 25 brojeva "Bosanskog Vjestnika". Štampan ćirilicom, izlazio je jedanput sedmično. Prva četiri broja svakog četvrtka, a od petog broja izlazio je subotom, jer je pošta iz Sarajeva polazila nedjeljom (Poročanin, 2020). Danas u Bosni i Hercegovini postoje mnogobrojne novine koje se printaju na dnevnom, sedmičnom i mjesečnom planu.

Trenutno smo svjedoci opadanja upotrebe pisane štampe, uprkos pojavi novih oblika novina kao što su slobodna štampa ili časopisi sa vrlo ciljanom publikom. Distribucija dnevnih novina i časopisa se ukupno smanjila (Sefo, 2022).

3.1.4. Historijski razvoj televizije i radija

U svijetu koji oblikuju masovni mediji, koji su osnova ličnog i društvenog života, televizija kao njihov segment oblikuje komunikacijske odnose i društvene norme u skladu sa posljedicama koje proizvodi ovaj medij. Televizija sudjeluje u oblikovanju svijeta i prostora u kojem živimo kao i međuljudskih odnosa kroz posredovanje koje se ostvaruje kroz njen medij, kao i oblikovanje prostora u kojem živimo stvaranjem kulta u kojem je televizija barem dio unutrašnjost savremenog čoveka. Kako je uopće nastala televizija? Paul Gottlieb Nipkow, njemački inženjer i pronalazač, kao dvadesettrogodišnji student, izumio je 1884. godine uređaj pod nazivom "električni teleskop" koji je prenosio sliku žicom pomoću rotirajućeg metalnog diska (kasnije nazvan disk za skeniranje) sa 18 linija rezolucije, ali njegov mehanički sistem nije mogao prenijeti jasnu sliku, odnosno prikazivao je samo dio slike. Nakon 1900. godine počele su rasprave i ideje o razvoju televizije. Razvoj je podijelio naučnike na dvije struje. Neki su radili na Nipkovljevom rotirajućem disku i pokušavali da naprave mehanički televizor, dok su drugi radili na katodnoj cijevi za elektronski televizor. Američki inženjer Charles Jenkins i škotski inženjer John Logie Baird su se opredelili za mehanički, a Philo Farnsworth, također Amerikanac, i Vladimir Zworykin (Rusija i Sjedinjene Države) za elektronski model. Ruski naučnik Boris Rosing (Rosing) koristio je katodnu cijev i Nipkov disk za skeniranje i 1906. napravio prvi mehanički televizor (Poročanin, 2020).

Uloga i uticaj televizije 1960-ih je bio ogroman, čak i više od interneta danas. Prenošene su predsjedničke kampanje, reklamirani su razni proizvodi, emitirani su brodvejski komadi i holivudski filmovi, a vijesti su stizale iz cijelog svijeta i okupljale ljude na potpuno nov način.

Markoni je jedan od pionira radiotelegrafije. Ostvario je prvi prenos radio talasa preko Atlantskog okeana i 1909. godine dobio Nobelovu nagradu za doprinos nauci. Osnovao je prvu kompaniju koja se bavila komercijalnom upotrebom radio prenosa. Smatran je izumiteljem radija sve do 1943. godine, kada mu je Vrhovni sud oduzeo patentna prava i dodijelio ih Tesli. Tesla je prvi razvio i objasnio način proizvodnje radio-frekvencija, princip usklađenih rezonantnih kola u predajnoj i prijemnoj anteni i javno predstavio principe prenosa radija i signala na velike udaljenosti. Za ovaj svoj izum 1897. godine dobio je patent broj 645576 za uređaj opisan kao sistem za bežični prenos podataka. Radio je počeo da se razvija početkom 20. veka. Prva radio

stanica osnovana je 1907. godine u Iowi (Iowa, Sjedinjene Američke Države), a potom su se ostale radio stanice proširile po cijeloj Europi.

2.2. Mediji

Medij možemo definirati kao komunikacijsko sredstvo ili sredstvo prenošenja vijesti, ali da bismo mogli precizno interpretirati teorije o tome šta su mediji, mora se znati da postoji više vrsta medija, više medijskih funkcija i medijske interpretacije. John Fiske razlikuje tri tipa medija – Presentacijski medij (lice, glas, tijelo) koji su ograničeni na "ovdje" i "sada". Reprezentativni medij (fotografije, knjige i slike), koje koriste kulturne konvencije za stvaranje komunikativnih djela, te mehanički mediji (radio, televizija i telefon), koji su kombinacija prezentacije i reprezentacije (Marciuš, 2018). Profesor sa Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, Sefo Mustafa (2022) za medije navodi da "... predstavljaju kanal kojim se ideja, misao, ili poruka šalje od pošiljaoca do primaoca."

3.1.5. Masovni mediji

Masovni mediji je skupni naziv za komunikacijske medij i institucije koje djeluju na veliki broj čitalaca, slušalaca i gledalaca. Razlikuju se po vrsti: knjiga, štampa (novine), filmski, televizijski, radio, nosači zvuka i slike (video, CD, DVD). Na osnovu nivoa i doseg do kojeg dopiru možemo ih podijeliti na: lokalne, nacionalne, međunarodne. Masovni mediji su također podskup šireg koncepta, tzv. masovne komunikacije. Njihove osnovne karakteristike su da snažno utiču na formiranje "masovnog konzumentskog društva" koje je uglavnom u suprotnosti sa nezavisnim odlučivanjem. U Evropi, prvi masovni mediji su bile novine koje su dominirale tokom devetnaestog vijeka. Na samom početku razvoj masovnih medija bio je kolebljiv, novine i časopisi pisani su isključivo za domaće čitaoce, što je u kombinaciji sa jezičkom barijerom negiralo mogućnost izvoza. U suštini, mediji funkcionišu na način koji odražava kombinovane

interese moćnih društvenih grupa koje su u poziciji da alociraju društvene resurse. Uprkos ovim ograničenjima, mediji igraju ključnu ulogu u svim modernim društvima.

Društveni mediji su masovni mediji, odnosno mediji koji su usmjereni na obradu putem interneta. Naime, društvene mreže su korisnicima omogućile načine za vođenje interaktivne komunikacije, dok je broj korisnika u okviru navedenog neograničen. Istovremeno, moguće je stvoriti sljedbenike pružanjem digitalnih oblika sadržaja (Baym, 2005). Poseban uticaj su ostvarili društveni mediji, koji su usko povezani sa mrežnim komunikacijama (Internet, web). Danas, na svijetu ne postoji niti jedna država čiji stanovnici nemaju bar jedan otvoren nalog na društvenim mrežama poput facebook-a, twittera ili instagrama. Poruke i informacije koje se plasiraju kroz društvene medije svakodnevno utiču i mijenjaju ljudske živote.

Prateći evoluciju javnih servisa i uočavajući potrebu da se njihove karakteristike preciznije nabroje, ne bi li se tako naglasila razlika u odnosu na komercijalne emitere, savremeni teoretičari proširuju definiciju javnog servisa. U svojoj knjizi Tobi Mendel navodi šest karakteristika javnih radiodifuznih organizacija prema Eriku Barentu:

- opšta geografska dostupnost,
- briga za nacionalni identitet i kulturu,
- nezavisnost u odnosu na državu i na komercijalne interese,
- nepristranost programa,
- širina i raznovrsnost programa,
- značajan udio u finansiranju, sredstva dobijenih naplatom od korisnika (prema Veljanovski, 2005).

3.1.6. Društvene mreže kao masovni medij

Novi mediji su različiti oblici medija koji su predmet kompjuterske obrade radi preraspodjele. Primjeri novih medija su; telefoni, kompjuteri, virtuelni svjetovi, individualni mediji, web igre, kompjuterske animacije i interaktivne kompjuterske instalacije. Sve do 1980-ih, mediji su se uvelike oslanjali na štampane i analogne emisije, kao što su radio i televizija.

Posljednjih 35 godina svjedočili smo brzom transformaciji medija koji se oslanjaju na korištenje digitalnih tehnologija, poput interneta i video igrice. Ovi primjeri su samo mali prikaz novih medija. Upotreba digitalno baziranih kompjutera i softvera transformisala je ostatke "starih" medija, kako je planirano do pojave digitalne televizije i online publikacija. Čak su i tradicionalni medijski oblici poput štampe pretvoreni u nešto manje "tradicionalno" uz pomoć aplikacija i tehnologija kao što je manipulacija slikama (Dimmick, Chen, & Li, 2004). Prema Sefo (2022) masovni mediji su mediji koji širokom distribucijom nastoje doći do velike publike i utjecati na istu. Pojam "masovni mediji" odnosi se na sve načine masovnog širenja informacija, kulture, zabave i oglašavanja širokoj publici.

Prema posljednjim informacijama, preko četiri milijarde ljudi koristi internet. Od toga više od 3 milijarde ima naloge na društvenim mrežama. S obzirom na svjetsku populaciju od 7,6 milijardi ljudi, gotovo polovina svijeta danas ima svoje profile na društvenim mrežama i koristi društvene mreže, aktivno i svakodnevno (Đukić, 2018).

3.2. Uticaj medija na pojedinca i društvo

Svaka analiza uloge i značenja medija u određenom društvu, polazi od nesporne činjenice da mediji djeluju i razvijaju se paralelno sa razvojem društva i njegovim karakteristikama. Društveni razvoj je proces koji se lokalno i globalno manifestuje brojnim specifičnostima, pa je odnos medija i društva stalni predmet istraživanja u mnogim društvenim naukama. Mediji komuniciraju sa strukturama društva putem poruka određenog sadržaja. Mediji mogu prenijeti ovu poruku između brojnih društvenih grupa ili između javnih institucija i javnosti i na taj način održavati i usmjeravati dinamiku društvenih struktura. Ako medije posmatramo na nivou posrednika poruke, onda se uočava njihova tehnička struktura, prisustvo određenih vrsta, pojava i karakteristike novih vrsta i promene postojećih vrsta i način na koji se prilagođavaju (Sefo, 2021). Ako, s druge strane, istražujemo značaj i/ili utjecaj medija na društvena zbivanja u savremenom društvu, na dinamiku društvene strukture, onda bi medije trebalo posmatrati kao dio društvene strukture. Unutar društvene strukture, raspodjela društvene moći po pravilu se razlikuje u svakom društvu. U tehničkom smislu, mediji uvijek odražavaju njihov odnos prema

nosiocima društvene moći određenog društva. Drugim riječima, za prenošenje poruke uvijek se koristi medij koji će najefikasnije komunicirati u odnosu između nosioca društvene moći i medija unutar date društvene structure (Zgrabljic Rotar, 2005).

3.2.1. Uticaj medija na pojedinca

Studija Kaiser Family Foundation (2005) pokazala je da djeca od 8 do 18 godina provode više vremena ispred kompjutera, televizije i video igrice (44,5 sati sedmično) nego u bilo kojoj drugoj aktivnosti (Matavulj, 2021).

Tinejdžeri mogu biti veoma pametni potrošači medijskih poruka. Oni ne uzimaju u obzir samo sve što vide i čuju na društvenim mrežama ili drugim masovnim medijima. Uticaj medija na tinejdžere može biti namjeren i direktan. Na primjer, oglašavanje je često usmjereno na djecu i tinejdžere. To znači da su djeca i tinejdžeri sve svjesniji brendova i slika. Posebno je potrebno obratiti pažnju na skupinu tinejdžera jer oni predstavljaju skupinu sa kojom se može lako manipulirati. Svakako da pored tinejdžera, mediji jako utiču i na djecu predškolske dobi. Danas je jedna od metoda umirivanja djeteta koje je nestašno u predškolskoj dobi, upravo omogućavanje pristupa savremenim tehnologijama. Pogotovo ovaj problem može dobiti na značaju ukoliko djeca ove dobi nisu pod kontinuiranim nadzorom roditelja.

Također, pored ovih skupina mlađe dobi, u porastu je i broj konzumenata društvenih mreža i savremenih oblika umrežavanja, populacije koja je u starijoj dobi (iznad 65. godina).

3.2.2. Uticaj medija na različite dobne kategorije

Dvadeseto stoljeće bilježi porast profesionalnog i popularnog interesa za odgoj djece, kao i porast tehnološkog i ekonomskog rasta u masovnim medijima u svijetu. Nije iznenađujuće što su se ova dva trenda spojila i izazvala eksploziju informacija o odgoju djece utjecaja masovnih medija na isti. U gotovo svim kategorijama masovnih medija, od knjiga i časopisa do televizije i

interneta, poruke se šalju roditeljima u neviđenom obimu do sada. Međutim, kako navodi Simpson (1997) malo pažnje je posvećeno količini ili kvalitetu ovih poruka ili njihovom uticaju na roditelje ili odgoj djece. Slično tome, malo se pažnje poklanja mogućnostima koje nude mediji da imaju veći i pozitivniji uticaj na roditelje i na rastući pokret za obrazovanje roditelja u trenutku kada je, po svemu sudeći, takva podrška očajnički potrebna.

Sva tehnologija dostupna djeci apsolutno je dostupna i odraslima, uz upozorenje da su odrasli barem iskusniji u pristupu većem broju sadržaja. Kada prepoznamo da su današnji mediji u velikoj mjeri prilagođeni korisnicima u smislu da se korisnici mogu zapitati koje će im obavijesti stići poštom, koje će im vijesti biti prve prikazane na društvenim mrežama i tako dalje, postaje jasno kako mediji su postali dio gotovo svakog trenutka kad je čovjek budan (Jović, 2016.).

Kako navodi Čomski, počevši od vrtića, mediji i obrazovne institucije su odigrale vitalnu ulogu u sistemu indoktrinacije. Sistem indoktrinacije je sistem koji uči osobu kako da se ponaša, o čemu da razmišlja i šta da zastupa (Jović, 2016). Shodno tome možemo zaključiti da je utjecaj medija, u današnjem vremenu izuzetno velik u procesu odgajanja djece.

Upravo indoktrinacija u dječijoj dobi predstavlja izuzetan problem. Indoktrinacija djece počinje u školskim klupama, čak i u knjigama, pri čemu se naglašavaju geografski i historijski podaci vezani za Bosnu i Hercegovinu kao Srpski ili Hrvatski. Analizom udžbenika Soldo i saradnici (2017) navode nekoliko citata iz zvaničnih udžbenika koji se koriste u nastavnom procesu u Bosni i Hercegovini. U udžbeniku geografije za osnovne škole se navodi: „Između planinskih bila Vrana i Čvrsnice smješteno je Blidinjsko jezero. Najveći vrh Čvrsnice je Pločno (2228 m). To je najveći vrh *hrvatskih* prostora.”. U ovom citatu uočljivo je da se prostor koji je u Bosni i Hercegovini se navodi kao hrvatski prostor, što je u suprotnosti sa historijskom faktografijom. Upravo na ovaj način se vrši indoktrinacija djece. O ovakvim pojavama bi se dalo opširno diskutovati, ali se jedno pitanje nameće kao ključno: Zašto se javlja potreba da se prostori Bosne i Hercegovine predočavaju isključivo kao prostori Hrvatskog ili Srpskog naroda? Jedan od odgovora na ovakvo pitanje jeste odgovor Muamera Zukorića koji je gostovanjem u jednoj od emisija naveo da se potreba negacije drugog naroda javlja kao posljedica krize vlastitog identiteta, odnosno da u slučajevima krize vlastitog identiteta postoji potreba da se drugi narodi, prostori ili historijska faktografija navodi kao tuđa. Još jedan od primjera iz školskih udžbenika jeste slijedeći tekst: “Prostor Bosne i Hercegovine je vijekovima bio izložen

brojnim i različitim preseljavanjem stanovništva. U prošlosti su bile izražene seobe *srpskog* stanovništva u vrijeme turskih osvajanja Bosne i Hercegovine.”. Potenciranjem da je srpsko stanovništvo bilo izloženo seobi zbog osvajanja Bosne i Hercegovine od strane Turaka predstavlja jedan od metoda indoktrinacije i stvaranja jaza između etnonacionalnih skupina, posebno uzevši u obzir da je ratna dešavanja dovode do migracija svih etnonacionalnih kategorija.

Radas (2015) navodi da se koncept generacije koristi za definisanje razlika između starosnih grupa u društvu i kako bi pojedinac postavio sebe i druge unutar određenog vremena u prošlosti. „Ponašanje, razmišljanje i vrijednosti određene generacije se oblikuju u kontekstu važnih događaja i trendova u određenim društvenim i historijskim uslovima”. Razlike među generacijama vidljive su kroz stavove, razmišljanja, vrijednosti, načine odijevanja, muziku, ishranu itd. Proces globalizacije i nagli razvoj novih tehnologija uvelike su povećali razlike među generacijama, što dovodi do nesporazuma između mladih i starijih osoba (Radas, 2015).

Pew Research study prikazuje podjelu generacija na ovaj način (Prpić, 2016):

- Tradicionalisti ili Velika generacija (rođeni su između 1922. i 1945. godine)
- Baby boom generacija (rođeni su između 1946. i 1964. godine)
- Generacija X (rođeni su između 1965. i 1977. godine)
- Milenijska generacija (rođeni su između 1977. i 1993. godine)
- Generacija Z (rođeni su između 1993. i 2005. godine)

Generaciju Y čini stanovništvo/populacija rođena između 1980-ih i sredine 1990-ih (Brosdahl & Carpenter, 2011). Generacija Y je optimistična, kreativna, orijentirana na postignuća, pametna i tehnološki osviještena. Ova mlada generacija traži kreativne izazove, lični rast i smislene karijere. Generacija Y koristi pametne telefone, laptose i tablete, a zahvaljujući tehnologiji mogu biti 24/7. Za njih je konkurencija izgubila na privlačnosti i nisu spremni da manje radnih sati zamjene za visoku platu, važni su im fleksibilniji rasporedi i balans između posla i slobodnog vremena. Stavovi generacije Y su direktan proizvod njihovih roditelja i nastavnika. Za razliku od svojih prethodnika koji su bili prisiljeni da se osamostale, ova djeca znaju da roditelji stoje iza njih i oslanjaju se na njih kroz ličnu i finansijsku podršku (Tutavac, 2021).

Generacija Z uključuje populaciju rođenu između sredine 1990-ih i ranih 2000-ih (Puiu, 2016). Pripadnici generacije Z se percipiraju kao mladi, obrazovani, mobilni, tehnološki obrazovani, globalno orijentisani i ekološki i društveno svjesni. Nazivaju ih i "povezanom generacijom" jer ne poznaju život prije interneta. Pripadnici generacije Z su pragmatični realisti i ovaj pogled na svijet prožima njihove stavove, životne izbore i odnose s omiljenim brendovima. Ova generacija je optimistična i usmjerena ka svojim ličnim ambicijama, altruističkim i društvenim. Međutim, iako su sigurni u sebe, manje su sigurni u svijet u kojem žive. Zagovaraju pitanja koja se tiču ljudskih prava, rodne ravnopravnosti i siromaštva. Pametnije troše i više štede, odnosno finansijski su oprezniji. Fokusirani su na karijeru, spremni su da naporno rade i traže nove mogućnosti. Kao prvi pravi digitalni domoroci, generacija Z ne poznaje svijet bez interneta i mobilnih uređaja. Prensky (2001) je generaciju Z nazvao "digitalnim domorocima" jer su odrasli uz tehnologiju, a smatra da su pripadnici te generacije sposobni primati informacije izuzetno brzo i paralelno s drugim zadacima, te je naglasio da im je draža grafika nego tekst. i zahtijevaju lak pristup svim informacijama (Prensky, 2017).

3.2.3. Uticaj medija na društvo

Svjedoci smo da mediji zamjenjuju prijatelje, porodicu i voljene, a gledanje televizije, praćenje društvenih mreža i slično mijenja način na koji se družite s prijateljima. Sve više ljudi ulaže u kvalitetno oglašavanje i privlačenje ciljnih segmenata, pa marketinška strategija postaje ključna u kombinaciji s medijima. Zbog toga, a posebno u posljednje dvije decenije, mediji su postali i roditelji i nastavnici, namećući djeci pravila i "ispravno" ponašanje. Uprkos činjenici da smo danas postali toliko podložni lošim medijskim uticajima kao što su kriminal i nasilje koje mediji jednostavno promovišu, jezičko neznanje jer su mediji toliko potisnuli knjige i čitanje i stalne svjetonazorske manipulacije, neosporno je da mediji imaju pozitivnih uticaja. Dakle, mediji pružaju mogućnost čovjeku da uvijek i svugdje bude informiran, da se kulturno obogaćuje i obrazuje, ali i da se zabavlja kroz različite medijske sadržaje. Mediji tako formiraju pojedinca, utičući na njegove stavove, uvjerenja i razmišljanja. Uči ga šta je poželjno imati i kako izgledati privlačno i istaknuto. Ali ono što je važno naglasiti je da niko na svijetu nije savršen niti može biti (Patekar, 2019).

Profesor Sefo (2022) u svojoj knjizi “Uvod u komunikologiju” navodi da je prošlost pokazala važnu ulogu medija kao organa kontrole politike, ali i pravde, zahvaljući otkrićima i informisanju javnosti i mogućnošću reakcije.

3.2.4. Teorije medijskog uticaja

Teorija agende - Moć medija da postave nacionalnu agendu, da usmjere pažnju javnosti na nekoliko važnih javnih pitanja, ogroman je i dobro dokumentiran utjecaj – ne samo da pružaju informacije, već i gledaoci i čitaoci saznaju koliki je značaj da pridaju na određenu temu u odnosu na to koliko je aktualna u vijestima (McCombs, 2011). Među najvažnijim društvenim odlukama su upravo one koje određuju koja pitanja postaju politika (Bachrach&Baratz, 1970, prema Sears, Huddy&Jervis, 2013). Od televizije do web portala - vijesti čiji je zadatak da privuku veću pažnju javnosti izdvajaju se na različite načine: na web portalima vizuelno - po poziciji, ključnim riječima u naslovu i bojama. Televizijski mediji to rade po dužini programa, po hronološkom prioritetu – na primjer, vijesti koje otvaraju informativne emisije važnije su od onih koje se prikazuju na kraju. Tako postaju dostupniji medijskim potrošačima u odnosu na vijesti koje padaju u drugi plan. Dakle, moć medija nije isključivo u njihovom određenju kao sredstvu informisanja javnosti – moć je i u učenju javnosti o važnosti različitih vesti. U skladu s ovom teorijom, postoji mogućnost da informacija koja nije sadržana u medijima, odnosno nije vijest, ne bude ni predmet razmišljanja publike, pa tako mediji imaju ogromnu moć odlučivanja šta javnost neće da prihvati(Sokolović, 2018).

Suština teorije postavljanja agende nije u objašnjavanju uticaja medija kroz kognitivne mehanizme – već u tome da se on pojednostavi na nivo dnevne vijesti, čiji izbor nameće javnosti ono što čitaju, gledaju i, u konačnici, šta misle. Teoriju agende razvili su Shaw i McCombs (1972), koji su iznijeli ideju da postoji značajna korelacija između naglaska koji masovni mediji stavljaju na određena pitanja – u kontekstu pozicioniranja u tekstu ili mjere u kojoj je događaj prati, a ovim pitanjima pridaje značaj masovne publike, odnosno javnosti(Sokolović, 2018).

Teorija frajminga – kadriranja - Teorija „frajminga“ (uokvirivanja, kadriranja) jedna je od najvažnijih teorija masovne komunikacije i objašnjava širok spektar fenomena u psihologiji i

sociologiji. Osnovna premisa teorije uokvirivanja je postojanje okvira unutar kojeg se informacija predstavlja – odnosno čija je funkcija da istakne važne i stavi u drugi plan manje važne atribute određene informacije. To znači da će mediji koji prezentiraju informaciju oblikovati ih u smislu konteksta koji žele istaknuti. Autori teorije medijske agende su drugi stepen uticaja medijske agende izjednačili sa uokviravanjem, iako se drugi autori generalno ne slažu sa definicijom ovog konstrukta (Sokolović, 2018). Kadriranje se događa kad god postoji više načina da se o nečemu razgovara (Sears & Kosterman, 1994). Značaj fenomena kadriranja potkrepljuju istraživanja izvan medijskih okvira. Na primjer, u istraživanju Snidermana i Theriaulta (2004) - minimalna promjena u prezentaciji pitanja značajno je utjecala na odgovor ispitanika. Na pitanje da li bi dozvolili grupi mržnje da održi politički skup, 85% ispitanika je odgovorilo sa 'da' kada je pitanje popraćeno frazom "s obzirom na važnost slobode govora"; dok je samo 45% ispitanika odgovorilo potvrdno kada je pitanje popraćeno rečenicom „s obzirom na rizik od mogućeg nasilja“ (Chong & Druckman, 2007). Suština kadriranja je dakle utjecaj konteksta u kojem se određena tema, pitanje ili informacija predstavlja na percepciju javnosti ili, u slučaju medija – publike.

Teorija prajminga - Osnove istraživanja efekata prajminga leže u kognitivnoj psihologiji, gdje je prajming (udešavanje) predstavljen u okviru različitih modela pamćenja. Nešto kasnije, ovaj efekat je izazvao interesovanje socijalnih psihologa, u kontekstu načina na koji utiče na promjenu stavova i ponašanja. Prajming se odnosi na učinak unutar kojeg prvi stimulans utiče na način na koji reagiramo na sljedeći stimulus. U kontekstu medija, to znači da će učinak na ponašanje – i procjene koje će ljudi imati nakon prvog poticaja – vjerovatno biti povezan sa sljedećim poticajem (Roskos-Ewoldsen & Carpentier, 2002). Najveći broj studija o povezanosti prajminga i uticaja medija na publiku odnosi se na studije o izloženosti nasilju putem medija, te studije o uticaju izvještavanja o političkim vijestima na ocjenu političkih ličnosti. Prema teoriji prajminga, u kontekstu nasilja, stimulans poput nasilnog sadržaja na televiziji može stimulirati 'čvor' koji potiče sklonost takvom nasilnom ponašanju, a utjecaj medija će biti veći što je veća sličnost između nasilje koje se prikazuje i situacija u kojoj se gledalac nalazi ili šta takvo gledanje budi u njegovom sjećanju (Valković, 2010). Eksperimentalna istraživanja potvrđuju utjecaj medijskog primarnog efekta na stavove o društvenim pitanjima kao što je rasna diskriminacija. Tako se pokazalo da, nakon što su bili izloženi medijskim prikazima poslovnih uspješnih, popularnih Afroamerikanaca, poput Oprah Winfrey ili Michaela Jordana, ljudi imaju

empatičniji stav prema rasnoj diskriminaciji u odnosu na one koji su izloženi portretiranju neutralno ocijenjeni Afroamerikanci ili uspješni bijelci (Mastro & Kopacz, 2006). Prednost osnovne teorije u odnosu na ranije predstavljanje teorije je što se bavi kognitivnim aspektom uticaja medija na stavove, ali kao nedostatak možemo navesti činjenicu da teorija zanemaruje šire društvene i političke aspekte medija.

3.2.5. Uticaj društvenih mreža na međuljudske odnose

Turkle u knjizi "Together Alone" (2012) izražava zabrinutost kako se ljudi i međuljudski odnosi mijenjaju s tehnologijom koja korisnicima pruža zamjenu za stvarnu i direktnu povezanost jednih s drugima, tehnologija na taj način briše prostorne i vremenske razlike i otvara potpuno novu, virtuelni prostor. Ističe i da tehnologija definiše nove granice između samoće i intimnosti, a mladi, ali i odrasli, "često preferiraju tastaturu nego ljudski glas" (Turkle, 2012). „Mi sanjamo o robotima i ne odvajamo se od naših pametnih telefona. Čineći to, redefiniramo sebe i svoje odnose s drugima kroz našu novostečenu bliskost sa mašinama. Ljudi su usamljeni. Mreža je primamljiva. Ali ako smo stalno povezani, možemo sebi uskratiti prednosti samoće.“ (Turkle, 2012). Nadalje, ističe Turkle (2012), ljudi pribjegavaju tehnologiji jer stvari koje se događaju u stvarnosti oduzimaju previše vremena, a virtualnost, nasuprot tome, nudi više vremena, prostora i izbora. Danas se ljudi užasavaju pomisli da su "nepovezani" i odvojeni od virtuelnog svijeta.

Također, Turkle (2012: 30) izražava zabrinutost zbog "razbacanosti" poruka po internetu, statusa na društvenim mrežama i drugih virtuelnih sadržaja, dok isti korisnici napuštaju svoju autentičnost i stvarne odnose. Tome u prilog govori i činjenica da ponekad nakon sati i sati razgovora na društvenoj mreži korisnici nemaju utisak da su imali kvalitetan razgovor ili vezu. Međutim, društvene mreže nikada nisu bile zamišljene kao zamjena za stvarnu komunikaciju ili direktan kontakt, ističe autor, već za situacije kada je direktnost iz bilo kojeg razloga nepraktična. Međutim, dogodilo se upravo suprotno – takva povezanost savršeno odgovara ljudima zbog prenatrpanog rasporeda, što zapravo postaje zbog tehnologije i mogućnosti stalne dostupnosti. Tehnologija nam omogućava da se uključimo i isključimo kad god želimo. Štaviše,

očekujemo da nas mreže zaštite od usamljenosti i da nam daju neku vrstu kontrole nad intenzitetom stvarnih odnosa. Turkle (2012: 33) ljude sa takvim očekivanjima naziva „modernim Zlatokosima” – to su „ljudi koji vole da budu u kontaktu sa velikim brojem ljudi, a da te ljude drže podalje od sebe”. Međutim, kada tehnologija stvara i odražava intimnost, veza može postati samo jedna od mnogih pukih veza, a takva "sajber intimnost pada u sajber usamljenost (...) i ljudi izjavljuju da se gubitak mobilnog telefona može doživjeti kao smrt" (Turkle, 2012).

Nadalje, Turkle (2012) ističe da mladi spavaju s mobilnim telefonima, a čak i kada uređaji nisu u blizini, razmišljaju o njima i da li primaju poruke i obavještenja. Današnja omladina odrastaju u stalnoj vezi. Oni su trajno povezani s njim i stalno ga nose sa sobom. Današnji mladi ljudi su prva generacija koja želi usavršiti svoje baratanje tehnologijom, ali time podstiču i nove nesigurnosti – nesigurnost u prijateljstva, veze ili poznanstva kroz mrežu, što nas dovodi do paradoksa da komuniciramo cijeli dan, a ipak osjećamo isključen. Možda je to zbog nepromišljenosti i brzine odgovaranja - piše Turkle (2012) - online odgovori se mogu pripremiti, odglumiti ili odgovoriti polovično. Do prekida veze dolazi i u stvarnom razgovoru kada se ne slušamo, a društvene mreže samo poboljšavaju površne odnose i kratkoću razgovora i prenose to u stvarnost. Naime, u virtuelnom razgovoru važno je samo odgovoriti, a kvalitet i razumljivost tog istog odgovora postaju sekundarni faktor. Kao rezultat toga, mladi ljudi imaju niska očekivanja od razgovora, a time i od samog odnosa (Turkle, 2012). U nastavku će biti predstavljene glavne hipoteze istraživanja o uticaju društvenih mreža, prema mišljenju mladih, na njihove odnose – porodične, prijateljske i ljubavne odnose (Jaman, 2020).

3.2.6. Uticaj društvenih mreža na identitet i komunikaciju

Diskusije o društvenom identitetu imaju smisla ako se uzme u obzir da su se, kako navodi Merchant (2006), “pojavile mnoge alternative komunikaciji licem u lice“. Osim toga, ako pogledamo širi društveni kontekst, uspon novog kapitalizma (Gee, 2004) navodi Merchant (2006) sa svojim globalnim dosegom stvorio sistem u kojem je manje vjerovatno da će se roba proizvoditi i trošiti lokalno, a vjerovatnije da je proizvodnja koordinirana na više lokacija i da se roba plasira određenim tipovima potrošača, a ne geografskim lokacijama. Ova vrsta aranžmana

zahtijeva razvoj posebnih komunikacijskih alata, ali što je još važnije, vodi ka pojavi novih društvenih identiteta; identitete koji su definirani životnim stilom, potrošnjom medija i afinitetima, a ne tradicionalnim oznakama kao što su rasa, rod i mjesto. (Kress& Van Leeuwen, 2001). Međutim, ove nove mogućnosti koje su se otvorile razvojem tehnologije i novih medija donijele su sa sobom pitanja online sigurnosti i privatnosti koja proizilaze iz nesigurnosti vezane za nedostatak prisustva fizičke osobe. Merchant (2006) tvrdi da je otpor promjenama, često u kombinaciji sa latentnom tendencijom nepovjerenja u tehnologiju, doveo do posebne vrste diskursa nametnutog moralnom panikom. Ideja je, kaže Merchant, da učešće u Internet komunikaciji može predstavljati prijetnju nečijem identitetu(Merchant, 2006).

Socijalni teoretičari kao što su Gidens (1991) i Bauman (2004) tvrde da je identitet u savremenom svetu zavisian, višestruk i pod kojim se lako utiče. Oni vjeruju da je pojedinac aktivan u stvaranju i izvođenju kontinuiranog narativa o sebi(Giddens, A, 1991). Merchant (2006) ukazuje da to samo po sebi podrazumijeva prisustvo publike kojoj će se pojedinac predstaviti. U svom ranijem radu, Merchant (2006) dijeli identitet na dva tipa: usidreni (pol, godine, religija, društvena klasa, itd.) i prolazni (oni koji se mijenjaju tokom vremena sazrijevanjem, pripadnosti grupama itd.). Merchant (2006) nastavlja da se ova dva tipa identiteta preklapaju i međusobno djeluju.

“Kada govorimo o identitetu i društvenim mrežama, važno je naglasiti da u slučaju umreženih pojedinaca mjesto povezivanja postaje osoba, a ne mjesto.” (Wellmanetal, 2005). Kako bi nam to približili, koriste primjer mobilnih telefona i kažu da s internetom i mobilnim telefonima poruka dolazi do ljudi, a ne obrnuto. Ljudi su povezani sa svojim mobilnim telefonima, ali ti mobilni telefoni nisu vezani za određeno mjesto i njegovu okolinu (kao kancelarija, na primjer).” Merchant (2006) nam je u svom članku skrenuo pažnju na stvari u kojima treba da se držimo. Imaju na umu kada govorimo o onlajn identitetu i naglašavaju da se identiteti stvaraju kroz vrstu odnosa i komunikacije sa drugima i zavisno od okruženja (online igra, blog, društvene mreže, e-mail) (Lah, 2020).

3.3. Pojam i teorije identiteta

3.3.1. Osnove društvenog konstrukcionizma identiteta

U uvodnom dijelu ovog poglavlja ukratko ćemo predstaviti ideje i autore koji su bili prethodnici konstituisanja pojma "identitet" u sociologiji, te autore unutar sociologije koji su ovaj termin koristili na način na koji ga mi danas koristimo, u većoj ili manjoj meri. Fokusirat ćemo se na neka gledišta poznatih autora koji su se bavili ovom problematikom. Bauman s pravom postavlja pitanje: da li je moguće pronaći korijen analize problema identiteta u mišljenju i analizi društva i njegovog razvoja u klasicima sociologije, s obzirom na trenutnu popularnost i ambivalentnost pojma? „Pretpostavljam da bi, kada bi okrenuli uši – fino podešeni za sva koja su mogla biti velika pitanja njihovog vremena – za naše društvo, koje je bilo predodređeno da se rodi skoro jedan vijek kasnije, razmotrili iznenadnu centralnu ulogu „problema identiteta."

U debatama, a takođe i u općoj svijesti, identitet je veoma intrigantna sociološka zagonetka. To je zaista zagonetka i izazov za sociologiju – prije samo nekoliko decenija "identitet" nije bio ni blizu centra naših misli, i da je ostao samo predmet filozofske misli. "Identitet" je danas „priča čitavog grada", "goruće je pitanje u svačijoj glavi i na svakom jeziku" (Bauman, 2009). Pitanje identiteta je privuklo pažnju i niza drugih teoretičara, koji se danas smatraju pretečama koncepcije ovog pojma. Georg Simmel je jedan od njih.

3.3.2. Georg Simmel i njegov uticaj na sociološku teoriju

Iako je, gledano historijski i geografski, simbolički interakcionizam proizvod američke sociologije, kao sociološki pristup mnogo duguje svojim evropskim prethodnicima. Glavni principi simboličkog interakcionizma proizašli su iz rada Georga Simmela kao jedinog klasičnog sociologa koji se gotovo isključivo bavio osnovama društva na mikro nivou. "On je bio taj koji je formulisao i artikulirao ključne interakcionističke koncepte kao što su "socijalna interakcija", "socijalna distanca" ili "asocijacija" i postavio epistemološke temelje za teorije onih koji su zaslužni za osnivače simboličkog interakcionizma - George Herbert Mead, William I. Thomasa i Herberta Blumera. To nigdje nije tako očigledno kao u interakcionističkom pristupu etnicitetu"

(Malešević, 2009: 113-114). Način na koji grupa uporno i promjenjivo tumači i reinterpreтира svoj društveni položaj i položaj drugih društvenih grupa u središtu je Simmelovog projekta. Interakcionistički naglasak na primatu djelovanja u odnosu na strukturu, kao i na simbole i vrijednosti u odnosu na materijalne interese i političke motive u svakodnevnom životu različitih 58 etničkih grupa, također je dio Simmelovog formalističkog nasljeđa“ (Malešević, 2009: 114)..

Simmelova analiza "stranca" pokazuje kako se odvija kontradiktoran proces promjene polova interakcije. U savremenom društvu „(...) stranac se ne shvata u ranije često spominjanom smislu kao putnik koji danas dolazi i odlazi sutra, već kao onaj koji dolazi danas i ostaje sutra – da tako kažem, potencijalni putnik koji, iako nije krenuo dalje, nije u potpunosti prevazišao odvojenost dolaska i odlaska” (Simmel, 2001: 152). Uzajamni utjecaj prostorne i socijalne distance oblikuje ponašanje pojedinca i grupe. Grupe se često identifikuju sa određenom teritorijom; društvo ima oštro omeđen egzistencijalni prostor čija je veličina obrnuto proporcionalna intenzitetu društvenih odnosa. Očuvanje granica je veoma važno za razvoj i održavanje grupnih identiteta. Prostorne granice su snažna društvena snaga u smislu da granice označavaju i karakter grupne interakcije i distancu jer imaju društveni značaj za one koji su bliski ili ne baš daleko od “nas”. „U modernim, složenim društvima, “mreža udruženja“ se razvija sve većom brzinom. Pojedinci imaju mnogo parcijalnih veza sa nekoliko različitih grupa, što dovodi do fragmentacije individualnog iskustva i, u konačnici, do fragmentacije ličnosti“ (Malešević, 2009: 50-51). Moderno društvo predstavlja viši stupanj historijskog razvoja jer oslobađa pojedinca od vezanosti za bilo koju grupu. „Ali taj proces neminovno slabi individualni karakter osobe, čineći ga „blasiranim“ (Katunarić, 2001). Prema Simmelu, djela ne moraju doprinijeti kulturnom razvoju ako proizvodi ne doprinose ukupnom razvoju čovjeka i društva. „Proces kulturnog razvoja čovječanstva znači razvoj sposobnosti povezivanja razlika i suprotnosti, koji se odvija uspostavljanjem novih i novih kontinuumata“ (Katunarić, 2001). Ljudski društveni i kulturni razvoj povećava složenost i raznolikost života.

U modernosti vidi dvostruki potencijal, onaj koji oslobađa pojedinca i onaj koji ga čini slabim i površnim. On vidi porijeklo moderne ere u monetarnoj ekonomiji. Zbog ekspanzije novčanog prometa, mnogi aspekti društvenog života postaju nestabilni i nepouzdana. Društveni život nikada prije nije bio tako međuzavisan, događa se mnogo brže i vrijednosti se prosuđuju trenutno. „A monetarna ekonomija i vladavina razuma najdublje su povezani. Zajednička im je

čista objektivna racionalnost u pristupu ljudima i stvarima, u kojoj se formalna pravda često kombinuje sa bezobzirnou okrutnošću. Čist čovjek razuma je ravnodušan prema svemu što je istinski individualno, jer iz njega slijede odnosi i reakcije koje se ne mogu iscrpiti logičkim razumom, kao što individualnost pojava ne ulazi u princip novca. Jer novac samo pita o tome šta im je svima zajedničko, o razmjenskoj vrijednosti koja spravnjuje sav kvalitet i jedinstvenost na pitanje koliko. Svi emocionalni odnosi među ljudima zasnivaju se na njihovoj individualnosti, dok racionalni odnosi ljude smatraju brojevima, kao indiferentnim elementima koji su interesantni samo zbog svojih objektivno vrednih usluga (...)" (Simmel, 2001: 138-139).

3.3.3. George Herbert Mead i njegova teorija identiteta

Gotovo je nemoguće govoriti o identitetu bez zapažanja G. H. Meada o tom pitanju. Socijalno-psihološko značenje, kako Hanry ističe, razvilo se unutar anglo-američke tradicije koja počinje od Williama Jamesa, nastavlja se s Georgeom H. Meadom i Erikom H. Eriksonom, i proteže se sve do simboličkih interakcionista. Prema gore navedenoj tradiciji, sopstvo se smatra ekvivalentom subjektivnog identiteta. Na sopstvo se gleda kao na praktično i interaktivno, a samosvjesna subjektivnost se pojavljuje na kraju procesa interakcije, jer osoba gradi tkivo vlastitog identiteta kroz niz sinteza i može propasti. Identitet se smatra stečenim ili izgubljenim. Prema Čaldarovićevim riječima, Mead proširuje ideju da se proces izgradnje identiteta odvija u uslovima međusobne jezičko-simboličke razmjene. Polazište identiteta Mead nalazi u dimenziji društvenosti. Pojedinaac usvaja očekivanja koja društveni oblici, koji su mu važni, pokazuju da imaju prema njemu. Postepenim prilagođavanjem društvu i važnim drugima, svaki pojedinac izgrađuje za sebe identitet, odnosno smislenu i složenu strukturu sebe koja odgovara tim očekivanjima. „Prema Meadu, čovek pokušava da razume svet oko sebe, konstituiše ga, utiče na njegovu promenu, tumači ga i zauzima poziciju koja odgovara “očekivanim“ situacijama koje istovremeno proizvode okolina (drugi akteri) i glumačkog glumca. Njega prvenstveno zanima razumijevanje, ne motiva djelovanja, već mehanizama koji omogućavaju i usmjeravaju djelovanje u određenom pravcu. Polazi se od pretpostavke objašnjenja, koja se zasniva na ideji organizovanog ponašanja društvene grupe, odnosno ponašanje pojedinca se ne može objasniti bez postojanja organizovanog ponašanja ljudske grupe“ (Čaldarović, 2003).

U analizi Meadovih teorijskih pretpostavki, Spasić nam nudi sljedeće gledište: “Ni misao ni sopstvo nisu mogući bez jezika”. Jezik ima konstitutivnu ulogu u stvaranju stvarnosti, (...) jezik ne samo da simbolizira situaciju ili predmet koji postoji unaprijed – on (simbolizacija) omogućava postojanje ili pojavu te situacije ili objekta, jer je dio mehanizam kojim ta situacija ili oni stvaraju objekat” (Spasić, 2004). Uvažavanje društvene prirode sopstva, prema Meadu, ne poriče činjenicu da je sopstvo svakog pojedinca jedinstveno, karakterizira ga jedinstvena individualnost, vlastita organizacija i obrazac. „Svaka pojedinačna osoba unutar datog društva ili društvene zajednice odražava u svojoj organiziranoj strukturi cjelokupni obrazac organiziranog društvenog ponašanja koji to društvo ili zajednica ispoljava ili provodi, a taj obrazac čini njegovu organiziranu strukturu; ali budući da svaka od ovih individualnih osoba u svojoj strukturi jedinstveno odražava drugačiji aspekt ili perspektivu tog obrasca, sa svog posebnog i jedinstvenog mjesta ili tačke gledišta u okviru čitavog procesa organizovanog društvenog ponašanja koje ispoljava taj obrazac – budući da je svaka od njih povezan s cijelim tim procesom na drugačiji način, i po tome što zauzima u suštini svoju vlastitu jedinstvenu žarišnu točku odnosa - ovaj obrazac čini strukturu svakog od njih na način različit od načina na koji se konstituira struktura bilo kojeg drugog” (Mead, 2003).

“Ja” predstavlja stavove drugih koje ja organizuje i preuzima, „ja“ je princip impulsa i slobode delovanja, kreativne i rekonstruktivne aktivnosti. Dakle, pojedinac reaguje na uvek neizvestan, otvoren način, unapred nepoznat samom pojedincu. Ovaj element uvodi aspekte novosti, slobode i inicijative. „Više ličnosti su na neki način normalne... Obično postoji organizacija cijele osobe s obzirom na zajednicu kojoj pripadamo i situaciju u kojoj se nalazimo. Šta je društvo, da li živimo sa ljudima u sadašnjosti, ljudima iz sopstvene mašte ili ljudima iz prošlosti - to se, naravno, razlikuje od osobe do osobe. Unutar cijele zajednice kojoj pripadamo, obično postoji jedno ja, ali ono se može podijeliti” (Mead, 2003: 138).

Važno je naglasiti da Mead ne govori o identitetu, odnosno da o njemu govori vrlo malo i na uobičajen način, a ne na konceptualiziran način. „Nesumnjivo se radi o uslovljavanju tokom vremena: termin kao takav još nije bio dostupan“ (Kaufmann, 2006: 26-27). Mead je značajno utjecao na kasniji razvoj simboličkog interakcionizma, posebno po pitanju obračuna identiteta s drugima, a koncept identiteta kao takvog uveli su (manje-više eksplicitno) različiti Meadovi nasljednici, kao što su Erving Goffman, Anselm Strauss ili Howard. Becker. U sociologiji je to

bila pojava originalne i inovativne naučne struje koja je posebno tematizirala identitet i zadržala ono najbolje od Meada – interaktivnu i procesnu karakteristiku konstrukcije identiteta (Kaufmann, 2006).

3.3.4. Erik Erikson i njegova teorija identiteta

Erikson je zaslužan za uvođenje sistematskog razmatranja ličnog i društvenog identiteta u društvene i humanističke nauke. Nije bio pogođen problemom identiteta stricto sensu. Predstavio je razvoj identiteta kroz osam faza razvoja psihosocijalne ličnosti. Svaki od ovih stupnjeva odgovara određenom osnovnom kvalitetu ega, njegovoj snazi i određenoj "vrlini". Prva faza je sticanje osnovnog povjerenja, druga je sticanje autonomije, treća inicijativa, četvrta marljivost, peta formiranje identiteta, šesta intimnost, sedma kreativnost i osma integritet. (Trebješanin, 2008).

Termin kriza identiteta prvi je put korišten u kliničke svrhe u rehabilitaciji veterana Drugog svjetskog rata. Ratnim naporima izgubili su osjećaj ličnog identiteta i historijskog kontinuiteta. „Od tada smo u mogućnosti da prepoznamo isti centralni poremećaj u sukobljenim ličnostima mladih ljudi, čiji je osjećaj zbunjenosti prvenstveno uzrokovan ratom u njima samima, a kod zbunjenih buntovnika i destruktivnih izgređenika ratom sa okolinom“ (Erikson, 1976: 13). Normativna kriza identiteta pripisuje se mladosti i odrasloj dobi pojedinca. Smatrao je da treba povezati patološki i razvojni aspekt situacije i vidjeti šta bi razlikovalo krizu identiteta koja karakterizira povijest bolesti od povijesti života (Erikson, 1976: 14). Eriksona zanima šta određuje ljudsko ponašanje kada postane svjestan činjenice da nesumnjivo posjeduje identitet. On smatra „da bi se identitet jedne osobe ili grupe mogao povezati s identitetom druge i da ponos zbog sticanja snažnog identiteta može značiti unutrašnje oslobođenje od dominantnog grupnog identiteta“ (Erikson, 1976). S tim u vezi, potrebno je na ovom mestu ponoviti centralnu Eriksonovu tezu: Problem identiteta i njegove sveobuhvatnosti i neuhvatljivosti imaju uzrok u procesu „lociran“ u srži pojedinca, ali i u srži njegove društvene kulture, što zapravo određuje identitet ova dva identiteta (Erikson, 1976: 17). Ovaj proces se stalno mijenja i razvija, to je proces rastuće diferencijacije. Počinje u susretu majke i djeteta kao dvije osobe koje se mogu

dodirnuti i prepoznati. Proces doživljava svoju normativnu krizu tokom puberteta i određen je onim što se tada dogodilo, ali određuje i ono što slijedi (Erikson, 1976).

Kako se razvila čovjekova potreba za identitetom? Prema njegovom tumačenju, to se dogodilo protjerivanjem iz raja, (...) protjerivanjem koje je zauvijek vezalo ljudski identitet za način njegovog truda i saradnje sa drugima, te tehnički i društveni napredak. Nakon djetinjstva, koje nam daje moralnu osnovu identiteta, i nakon mladenačke ideologije, samo etika odraslih može sljedećoj generaciji jamčiti jednaku šansu da doživi puni krug čovječanstva (Erikson, 1976: 34). On zaključuje da formiranje identiteta počinje tamo gdje prestaje korisnost višestruke identifikacije. Rađa se iz selektivnog odbacivanja i međusobne asimilacije identifikacija iz djetinjstva i njihove apsorpcije u novu konfiguraciju, koja zauzvrat ovisi o procesu kojim društvo (često kroz poddruštvo) identificira mladog pojedinca, prepoznajući ga kao nekoga ko morao postati ono što jeste, i ko jeste, budući šta jeste, prihvaćen kao takav. „Dok je kraj adolescencije stanje otvorene krize identiteta, formiranje identiteta niti počinje niti se završava adolescencijom – to je doživotni razvoj, uglavnom nesvjestan i za pojedinca i za njegovo društvo. Njegovi korijeni sežu sve do prvog samoprepoznavanja – a u najranijim razmjenama dječjih osmijeha postoje elementi samospoznaje u kombinaciji sa uzajamnim prepoznavanjem” (Erikson, 2008).

6.5.1. Erving Goffman i njegova teorija identiteta

Šezdesetih godina prošlog stoljeća u društvenim naukama u SAD-u se pojavio termin identitet, koji se nametnuo medijskom rječniku, političkoj i društvenoj analizi. “Odlučujuća je specifičnost američke historije i poseban teret njenih manjina, iako svakako s određenim odstupanjima koja proizlaze iz brojnih migracijskih valova. Ali postoje i čisto politički razlozi čiji je uticaj na društvene nauke nesumnjivo veoma značajan” (Halpern, 2009: 22). Politički razlozi za formiranje identiteta u SAD uključuju institucionalnu slabost partija ljevice i klasnu politiku (Brubaker). U Evropi je porast diskusija o identitetu u društvenim naukama povezan sa padom marksističke teorije, padom komunizma i jačanjem nacionalizma. Naročito od sedamdesetih godina 20. vijeka umnožavaju se studije o uticaju društvenih odnosa na psihološki život pojedinca, a analizira se i uticaj interpersonalne komunikacije u objašnjavanju konstrukcije

identiteta (Goffman). "Ključni pojam ovdje je „samoprezentacija osobe”, odnosno skup aktivnosti, ponašanja ili predmeta koje pojedinac koristi kako bi ga drugi pozitivno ocijenili, a glavni cilj je da izgleda prijateljski, ljubazan, inteligentan, itd., kako bismo dobili ono što želimo od drugih. Psihološka istraživanja pokazuju da afektivnu komponentu ličnog identiteta karakteriše sistematska težnja za samovrednovanjem. Mi iskrivljujemo svoja osjećanja i prilagođavamo svoja mišljenja kako bi ona bila povoljna za nas, organiziramo svijet tako da možemo igrati lijepu ulogu u njemu. Kognitivna komponenta se gradi na osnovu sjećanja, informacija i ideja o sebi. Pojedinici pristupaju čestim reinterpretacijama svoje lične priče kako bi uskladili svoja sjećanja sa svojom slikom o sebi danas” (Borbolan, 2009).

Koncept identiteta dobija određeno mjesto u rječniku sociologije kroz simboličku interakciju, tj. način na koji društvene interakcije, kroz zajedničke simboličke sisteme, oblikuju svijest koju pojedinac ima o sebi. Ovo je srž problema identiteta. Cooley i Mead su govorili o "sebi", terminu koji je preovladavao među simboličkim interakcionistima do 1960-ih. Goffmanom i njegovim radom *Stigma* prelazimo s koncepta sopstva na koncept identiteta. Goffman uvodi čovjeka u društveni svijet, u svijet društvenih odnosa, modelom dramaturgije. U knjizi *Reprezentacija sebe u svakodnevnom životu* (Goffman, 1959) naglasak je na teatralnom i kontekstualnom tipu komunikacije, bez obzira na to da li je oblikovana motivima ili ne (Goffman, 1959). Interakcionisti pokazuju da je društvena uloga ljudska aktivnost, "performans", da se ne može shvatiti kao imanentna pozicija u okamenjenom društvenom sistemu, već kao skup radnji pojedinaca, koji se prvo socijalizuju za te uloge, a zatim su strukturalno pružene mogućnosti da ih igraju. Ukratko, ideja postepenog „rađanja” ili „nastajanja“ (nastajanja) društvenog poretka, ili ideja „lančavanja“ (Collins) otvara pogled na suštinsku krhkost društvenog poretka kao proizvoda. Ljudskog djelovanja” (Spasić, 2004).

Goffmanovo polazište u posmatranju svakodnevne interakcije je metafora pozorišta kao pozornice društvenog života, prema kojoj pojedinac, kada je ispred drugih, stupa na „scenu” na kojoj igrajući jednu ili više „uloga” i „razmjenjujući utiske”, on mora „predstaviti sebe”, svoje identitete i svoje namjere. Goffman to precizira na sljedeći način: "Perspektiva usvojena u ovom djelu je perspektiva pozorišne predstave, a principi koji se izvode su dramaturški principi." Razmotrit ću način na koji svaki pojedinac u svakodnevnim situacijama predstavlja sebe i svoje aktivnosti drugima, načine na koje usmjerava i vrši kontrolu nad utiscima koje o njemu stvaraju,

kao i sve ono što bi mogao, ili ne bi mogao učiniti. dok nastupaju pred njima. Tokom primjene ovog modela trudiću se da ne potcjenim njegove očigledne nedostatke. Scena predstavlja stvari koje su prividne, dok život, barem po pretpostavci, treba da predstavi stvari koje su stvarne i ponekad ne baš dobro uvježbane” (Goffman, 2000).

Kako se navodi u analizi Goffmanovog rada, njegov doprinos uvođenju koncepta identiteta nije primaran. Njegov centralni interes bila je analiza susreta pojedinaca u društvenom kontekstu. Ono što nije bio primarni konceptualni interes Goffmanovog razmatranja, a zbog čega mu se prigovara, analizirali su Berger i Luckmann.

3.3.5. Berger i Luckmann teorija identiteta

U širem kontekstu svog teorijskog pokreta, Berger i Luckmann dalje razvijaju Weberovo razumijevanje da se društvene nauke bave razumijevanjem ljudskog djelovanja koje je usmjereno na subjektivno namjeravano značenje učesnika (Berger, Luckmann, 1992: 7). U analizi društva, prvi nivo posmatranja za njih je neposredni svet svakodnevnog iskustva. Vjeruju da nizom zdravorazumskih konstrukcija ljudi reinterpetiraju direktno doživljeni svijet, biraju u skladu s onim što ih zanima. Na drugom nivou posmatranja, smatraju da ljudi ispituju odnos ukupnog datog akterima akcije (Berger, Luckmann, 1992: 8). Naučne konstrukcije predstavljaju idealne tipove koji se bitno razlikuju od neposrednog iskustva, što potvrđuje i činjenica da je sociolog uključen u kognitivnu situaciju kao stručnjak, a ne kao protagonista. Temelji znanja o svakodnevnom životu su društvo kao objektivna stvarnost i društvo kao subjektivna stvarnost (Berger & Luckmann, 1992). Oni smatraju da je identitet ključni element subjektivne stvarnosti koja stoji sa društvom u dijalektičkom odnosu.

Identitet se formira kroz društvene procese. Jednom kada se kristaliziraju, društveni odnosi ih održavaju, modificiraju ili čak preoblikuju. Društveni procesi uključeni u formiranje i održavanje identiteta određeni su društvenom strukturom. Obrnuto, individualne svijesti reagiraju na datu društvenu strukturu, održavajući je, modificirajući je, čak je preoblikujući. „Određene historijske društvene strukture rađaju tipove identiteta, prepoznatljive u pojedinačnim slučajevima“ (Berger, Luckmann, 1992). Kao što vidimo, u analizi koncepta identiteta, oni detaljno objašnjavaju uticaj

društvene strukture na izgradnju identiteta, što nije centralna orijentacija Gofmanove analize. Orijehtacija i upravljanje u svakodnevnom životu zavise od takvih tipizacija. Međutim, status te tipizacije ne može se porediti sa statusom društveno-naučnih konstrukata, verifikacija i opovrgavanje ne prate kanonske naučne metode. Identitet je fenomen koji proizlazi iz dijalektike između pojedinca i društva. „S druge strane, tipovi identiteta su društveni proizvodi, relativno stabilni elementi objektivne društvene stvarnosti (dok je stepen stabilnosti, naravno, društveno određen)” (Berger, Luckmann, 1992).

Teorije o identitetu uvijek su ugrađene u neko općenitije tumačenje stvarnosti; oni su "ugrađeni" u simbolički univerzum i njegove teorijske legitimacije i variraju ovisno o karakteru tih legitimacija. "Identitet ostaje neshvatljiv ako nije određeno njegovo mjesto u svijetu." Stoga se svako teoretiziranje identiteta i pojedinih njegovih tipova mora odvijati u okviru teorijskih interpretacija unutar kojih se identitet i njegovi tipovi nalaze. Pojava psihoanalize uvela je dalji dijalektički odnos između identiteta i društva. Psihološke teorije služe za legitimizaciju uspostavljenih procedura za održavanje i unapređenje identiteta u društvu i istovremeno osiguravaju teorijsku vezu između identiteta i svijeta, budući da su obje društveno definirane i subjektivno usvojene. Empirijska prikladnost i neprikladnost psiholoških teorija, prema Bergeru i Luckmannu, ogleđa se u interpretativnim shemama koje stručnjak i laik mogu primijeniti na empirijske pojave u svakodnevnom životu (Berger, Luckmann, 1992). "Radikalne promjene u društvenoj strukturi (kao što su, na primjer, promjene uzrokovane industrijskom revolucijom) mogu rezultirati pratećim promjenama u psihološkoj stvarnosti.". U tom slučaju mogu se pojaviti nove psihološke teorije, jer stare više ne objašnjavaju adekvatno empirijske pojave. Teoretiziranje o identitetu će tada pokušati prepoznati transformacije identiteta koje su se stvarno dogodile, a u tom procesu će se i oni sami transformirati. S druge strane, identitet može postati problematičan na nivou same teorije, tj. kao rezultat suštinskih teorijskih kretanja razvoja" (Berger, Luckmann, 1992).

Ljudska animalnost se transformiše u socijalizaciji, ali se ne ukida. Životinja i društvenost koegzistiraju. Dijalektika između svake osobe i društvenog svijeta od prvih faza socijalizacije nastavlja se kroz čitavu individualnu egzistenciju. Biološki faktori su ti koji ograničavaju društvene mogućnosti koje su dostupne svim pojedincima, a društveni svijet nameće ograničenja za ono što je biološki moguće za organizam. U moći organizma nad životom

i smrću očituje se kontrola organizma nad individuom. Društvena stvarnost određuje ne samo djelovanje i svijest, već u značajnoj mjeri i djelovanje organskih funkcija. U potpuno socijaliziranoj individui, dakle, postoji trajna dijalektika između identiteta i njegovog biološkog supstrata. „Čovjek je biološki predodređen da gradi i naseljava svijet s drugima. Taj svijet za njega postaje dominantna i konačna stvarnost... U dijalektici između prirode i društveno konstruisanog svijeta transformiše se i sam ljudski organizam. U toj istoj dijalektici, čovjek proizvodi stvarnost i time proizvodi samog sebe” (Berger & Luckmann, 1992). U skladu sa svojom analizom identiteta, Berger i Luckmann tvrde da analiza uloge znanja u dijalektici pojedinca i društva, ličnog identiteta i društvene strukture, daje odlučujući komplementaran pogled na sva područja sociologije. Pruža mogućnost za široka područja sociološkog istraživanja – od proučavanja malih grupa do širokih institucionalnih sistema, drugim riječima, omogućava sistematsko objašnjenje dijalektičkog odnosa između strukturalnih realnosti i ljudskog nastojanja da konstruiše stvarnost. Analiza odnosa između institucionalnih procesa i legitimiranja simboličkih univerzuma pruža uvid u dijalektiku društvene stvarnosti i individualnog postojanja. Šire empirijsko istraživanje odnosa između institucija i legitimizirajućih simboličkih univerzuma unaprijedilo bi sociološko razumijevanje savremenog društva. „Sociologija znanja shvata ljudsku stvarnost kao društveno konstruisanu stvarnost. Budući da ustav zaista tradicionalno čini središnji problem filozofije, ovo razumijevanje ima određene filozofske implikacije” (Berger & Luckmann, 1992).

6.5.3. Teorija identiteta iz različitih uglova

Među mnogim teorijskim tradicijama koje proučavaju identitet, razvile su se dvije različite, ali blisko povezane teorije identiteta. Prva teorija koja pripada sociologiji usmjerava pažnju na vezu između društvenih struktura i identiteta. Druga teorija, polje socijalne psihologije, fokusira se na procese samopotvrđivanja. Identitet se kao pojam koristi u različitim značenjima. Jedno od značenja se odnosi na kulturu, drugo na uobičajenu identifikaciju sa kolektivom ili društvenom kategorijom, kao koncept teorije društvenog identiteta, ili, u današnjim radovima o društvenim pokretima, u odnosu na aspekte i značenja koja se pridaju

mnoštvu uloga. koje pojedinci obično izvode. Teorija identiteta ima svoje začetke u sedmoj deceniji dvadesetog vijeka.

Prva od ovih teorija svoje osnovne pretpostavke ima u istraživanju načina na koji se eksterne društvene strukture odnose na unutrašnje procese u čoveku, a druga u istraživanju uticaja unutrašnje dinamike procesa samopotvrđivanja. Naime, društvena struktura i struktura osobe su u centru pažnje ovih istraživanja. Tragovi prve teorije mogu se naći u radu G. H. Meada. „Teorija identiteta počinje pokušajem da se utvrde mogućnosti za analizu pojmova „osoba“ i „društvo“ u okviru Meadovog rada u nastojanju da se ti termini organizuju kao objašnjenja određenih ponašanja; analiza predstavljena na ovaj način pokušava se potvrditi sistematskim empirijskim istraživanjem“ (Stryker, Burke, 2000: 285). Iz Meadove teorije, usvajajući gledište u skladu sa suvremenim sociološkim imaginarijem, društvo se posmatra kao mozaik relativno trajnih obrazaca interakcije i odnosa, različitih, ali organiziranih, koji su omeđeni redosljedom grupa, organizacija, zajednica i institucija koji se prožimaju. različite granice klasa, etničkih grupa, generacija, religija i drugih varijabli (Stryker, Burke, 2000: 285). U svojim počecima teoriju identiteta zanimalo je pitanje zašto se važnost identiteta mijenja tokom vremena. Model ove teorije identiteta sastoji se od četiri elementa:

1. standard identiteta predstavlja niz značenja (kulturno pripisanih) koje posjeduje pojedinac;
2. percepcija značenja unutar konkretne situacije koja odgovara dimenzijama značenja u standardu identiteta;
3. mehanizam koji upoređuje percipirana situaciona značenja sa značenjima koja se nalaze u standardu identiteta;
4. ponašanje ili aktivnost pojedinca, koja predstavlja funkciju razlike između percepcije i standarda (Stryker & Burke, 2000)

„Prema ovom modelu, ponašanje je organizirano tako da promijeni situaciju, a bitna značenja shvaćena za osoba treba da bude usklađena sa značenjima u standardu identiteta” (Stryker, Burke, 2000b: 287). Ovaj proces se naziva samopotvrđivanje. Ciljno usmjereno ponašanje mijenja situaciju u smislu povezivanja značenja formiranih u situaciji sa značenjima koja se nalaze u standardu, transformira emocije prema odnosu između percipiranih samodefinirajućih značenja koja se nalaze u standardu identiteta. „Emocije ukazuju pojedincu i drugima šta znači

određeno emocionalno stanje, čineći to stanje dijelom situacije prema kojoj su sve strane, uključujući pojedinca, orijentisane” (Stryker & Burke, 2000). Disonancija ili povećanje nesklada rezultira negativnim emocijama, spajanje i prevazilaženje neslaganja dovodi do pozitivnih emocija (samopotvrđivanje).

Dva gledišta unutar teorije identiteta nalaze zajednički jezik u promatranju ponašanja koje izražava identitete. Za nas važnije gledište koje zastupa Stryker dolazi do pojma ponašanja prelaskom sa društvene strukture na pojam posvećenosti određenoj ulozi, te se u tim odnosima fokusira na posljedično istaknutost identiteta u ponašanju. Tačka gledišta koju zastupa Burke, koja pripada socijalnoj psihologiji, odvaja se od koncepta internaliziranih standarda identiteta i percepcije značenja važnog za ličnost prema ponašanju koje prevazilazi nesklad mijenjanjem postojeće ili stvaranjem nove situacije (Stryker, Burke, 2000: 288). Strukturalni pristup shvata identitet u smislu spoznaje i shvata potragu za potvrdom identiteta kao pronalaženje ili potvrđivanje situacija u kojima se ti identiteti mogu izraziti. Kognitivni pristup i stav njegovog zagovornika Strykera je da su identiteti ograničeni i pod utjecajem društvenog konteksta. Oba pristupa shvataju sopstvo kao strukturu višestrukih identiteta. Oni vide identitet kao koncept koji se odnosi i na izvođenje uloge i na ponašanje kroz značenje. Prvi pristup (Stryker) tvrdi da su identiteti kognitivne šeme koje utječu na to kako ljudi definiraju situacije i čine ih osjetljivijima na "linije" koje zahtijevaju ponašanje u skladu s identitetom. Drugi (Burkeov) pristup pronalazi vezu između identiteta i ponašanja u njihovom zajedničkom značenju (Stryker, Burke, 2000: 289). Situacije uključuju odnose osoba sa drugim osobama. Stepem do kojeg pojedinci mogu potvrditi svoj identitet zavisi od drugih pojedinaca. Identiteti se potvrđuju ili negiraju u interakciji zasnovanoj na situaciji.

„Teorija identiteta je generalno fokusirana na „identitet uloge” koji implicira dualnost“ (Stryker & Burke, 2000). Identitet je nešto unutrašnje, što se sastoji od internalizovanih značenja i očekivanja koja su povezana sa ulogama. Društvena struktura se sastoji od međusobno povezanih statusa i povezanih uloga. Svaka uloga je povezana s jednom ili više grupa koje pružaju smisleni kontekst. Primjeri uključuju grupe i mreže, kao i organizacije, klase, sindikate i druge društvene jedinice. Struktura povezanosti i grupisanja uloga osigurava prvi nivo uticaja društvene strukture na pojedince. (Stryker, Burke, 2000: 289). Jedna od vrsta posvećenosti identitetu je broj drugih ljudi s kojima smo povezani. "Odnos povećava istaknutost identiteta,

čineći vjerovatnijim da će se identitet aktivirati u datoj situaciji: ljudi koji posjeduju povezane statuse i uloge povezane s njima imat će istaknutije identitete povezane s tim statusima i ulogama." Povećana važnost identiteta ogleda se u izvođenju uloga koje su više usklađene sa značenjima i očekivanjima vezanim za taj identitet. Kada više ljudi stupa u interakciju u poznatoj situaciji, oni međusobno potvrđuju identitete koje posjeduju i njihova posvećenost jedni drugima raste. Počinju da sebe vide kao grupu – odnosno kao novu društvenu strukturu. Nasuprot tome, kada ljudi stupe u interakciju u poznatoj situaciji i imaju poteškoća u potvrđivanju svog identiteta, postojeće veze među njima se prekidaju i struktura se poništava (Stryker, Burke, 2000).

Osnovno pitanje koje se postavlja u teoriji identiteta ilustrativno je izraženo na sljedeći način: Zašto jedna osoba, koja ima slobodno popodne za vikend, odluči da svoju djecu odvede u zoološki vrt, dok druga osoba odluči da to vrijeme provede na golf terenu sa prijateljima? Jezik ovih prototipskih pitanja implicira prostorno ograničenje teorije koje je važno za prepoznavanje početka ove rasprave. Ova teorija se primjenjuje na situacije u kojima su alternativni pravci interakcije razumno i jednako otvoreni za aktere. Glavna pretpostavka teorijskog okvira simboličkog interakcionizma je da su ljudska bića akteri, a ne samo oni koji reaguju. Teorija identiteta dijeli ovu pretpostavku, prepoznajući mogućnost izbora kao obilježje ljudskog postojanja. Teorija identiteta nam govori više o onim ljudima koji imaju mogućnost izbora nego o ljudima koji tu mogućnost nemaju i može nam reći više o aspektima života u kojima slobodni ljudi imaju razuman izbor nego o mnogim aspektima života kao npr. , na primjer. života zatvorenika, gdje opcije, praktično, ne postoje. Kao proizvod teorijskog okvira simboličkog interakcionizma, teorija identiteta dijeli mnoge pretpostavke i premise interakcionističke misli općenito (Stryker & Borgotta, 2000). Identitet kao self-koncept definira se kao očekivano ponašanje u ulogama koje su povezane sa statusima u organiziranom nizu društvenih veza.

Sa ove tačke gledišta, pojmovi identitet i identitet uloge su sinonimi. „Društvena struktura“ je definisana otjelotvorenim pravilnostima ljudske interakcije i uključuje potvrđivanje da većina društvenih interakcija teži da se prilagodi istim ili polako promjenljivim performansama uloga (Stryker, 2007). Formula da "društvo oblikuje samo sebe, oblikujući tako društveno ponašanje" prepoznaje i zahtijeva mogućnost reciprociteta među svojim komponentama - društveno ponašanje utiče na osobu i društvo, ali i osoba utiče na društvo. Teorija identiteta je izgrađena na

rafiniranju tradicionalnog okvira simboličkog interakcionizma i specificiranju njegovih osnovnih formula. U suštini, pročišćavanje ima veze sa tri gledišta unutar tradicionalnog okvira simboličkog interakcionizma od Meada i Cooleya, Blumera i drugih: konceptualizacija društva, konceptualizacija osobe i relativna težina priznavanja društvene strukture naspram interpretativnih procesa u objašnjavanju ljudskog ponašanja. Tradicionalni okviri imaju tendenciju da posmatraju društvo kao jedinstveno, kao relativno nediferenciran i neorganizovan fenomen sa malo, ako ih ima, unutrašnjih granica prema razvoju univerzalno zajedničkih značenja. U Strykerovoj razradi teorije identiteta, on naglašava da se savremena sociološka slika društva bitno razlikuje od one tradicionalnog simboličkog interakcionizma, te da je savremena sociološka konceptualizacija društva ona koja je inkorporirana u okvire strukturalnog interakcionizma iz kojeg je teorija identiteta izvedena (Stryker & Borgotti, 2000).

Savremena konceptualizacija naglašava postojanost obrazaca interakcije i odnosa koji su u srcu sociološkog smisla društvene strukture. Sociološki smisao naglašava otpor društvene strukture promjenama i njen napor da se sama reprodukuje. Savremena sociološka slika razlikuje se i od viđenja društava kao visoko podijeljenih, ali organiziranih sistema interakcija i odnosa, složenih mozaika grupa, zajednica, organizacija, institucija, koji uključuju široke poprečne linije društvenih podjela na osnovu društvene klase, starosti, pola, etničke pripadnosti, vjere i dr. Ova ogromna raznolikost dijelova društva organizirana je na višestruke i isprepletene načine – interakcijski, funkcionalno i hijerarhijski. U isto vrijeme, različiti dijelovi društva se uzimaju kao vrlo nezavisni, a ponekad kao relativno nezavisni od drugih dijelova, ponekad kao uključeni u blisku i kooperativnu interakciju, a ponekad u sukob.

Sopstvo se sastoji od niza diskretnih identiteta; osoba posjeduje onoliko identiteta koliko ima organizovanih sistema odnosa u kojima učestvuje. Statusne karakteristike se pripisuju osobi, ona ih prihvata i internalizuje. Identiteti su kognitivne šeme, strukture kognitivnih asocijacija sa sposobnošću da utiču na perceptivne procese. Hijerarhija se uzima kao princip strukture identiteta, a identiteti se razlikuju po svom značaju i centralnosti. „Osnovna premisa teorije identiteta pretpostavlja da će izbori između ili unutar ponašanja koje predstavljaju određene uloge odražavati relativni status identiteta u hijerarhiji identiteta. Važno je napomenuti da identiteti, kao kognitivne sheme, nisu situaciono determinisani, oni se mogu nositi kroz različite situacije koje on ili ona doživljava i uticati na pravac ponašanja u širokom spektru tih situacija.

(...) Vezanost pretpostavlja povezanost sa društvenim mrežama, termin se odnosi na ono što sociolozi nazivaju grupama, kao i društvenim mrežama” (Stryker, 2007). Reći da su ljudi vezani za određenu društvenu mrežu implicira da njihovi odnosi s drugim članovima te mreže zavise od obavljanja određenih uloga i posjedovanja određenog identiteta. Vezanost je, prema ovoj teoriji, izvor važnosti i značenja povezanog sa datim identitetima. Posvećenost interakciji definira se kao broj veza koje neko ima u datom identitetu, a također je određena vezama između mreža. Afektivna vezanost je dubina emocionalnih veza sa tačno određenim brojem drugih osoba u relacionim mrežama. Vezanost utiče na hijerarhiju identiteta, a hijerarhije utiču na ponašanje usmjereno na uloge. Identitet će se mijenjati češće nego vezanost, čija je konceptualna osnova interakcija, a ne spoznaja. Za teoriju identiteta, može se reći da se identitet i njegov roditeljski izraz ja odnose na internalizirana značenja društvenih uloga pomoću kojih osobe ulaze u međusobne odnose. „Cilj je razumjeti i objasniti učinak društvenih struktura na osobu i učinak osobe na društveno ponašanje” (Kaufmann, 2006).

Strukturalni simbolički interakcionizam je pravac unutar simboličkog interakcionizma koji karakteriziraju određena kritička odstupanja, posebno autora poput H. Blumera koji navodno preuveličavaju moć samostalnog samoodređenja u interakciji, zanemarujući važnost i težinu društvenih struktura. Suočen sa mnogim ulogama, pojedinac ima sve više slobode izbora. On mora usvojiti dodjeljenu ulogu na svoj način, prvo birajući jedan "identitet" (sliku o sebi) između niza drugih. Sheldon Stryker u prvi plan stavlja one "identitete uloga" koji ukazuju na mogućnost igranja uloge na nekoliko različitih načina, budući da su oni vezani za sisteme suprotstavljenih značenja. Za Strykera i Burkea (2000), prospektivna procjena emocionalnih reakcija je od primarne važnosti u razradi identitetskih izbora koji prethode akciji: ego favorizira određenu ulogu identiteta za koju vjeruje da će mu pružiti zadovoljstvo. S druge strane, stekao je dugo iskustvo prethodnih uloga, tako da ne mora svaki put da razmišlja i okleva.

"Postoji tajno strukturiranje emocionalnog pamćenja, koje hijerarhizira identitete pogodne za sudjelovanje u preuzimanju uloga." Rezultat je ono što Stryker naziva isticanjem identiteta, odnosno moć većeg ili manjeg reaktiviranja različitih identiteta prema mjestu koje oni zauzimaju u ličnoj hijerarhiji” (Kaufmann, 2006). U sferi individualnih akcija radi se o nadmetanju između dvije različite sheme s normama vezanim za uloge s jedne strane i selfshema pohranjene lične refleksne memorije s druge strane. „U određenom trenutku, koji se upravo poklapa sa raspodom

institucionalnog programa (Dubet, 2002), prag je jasno pređen: zbog sve veće supremacije markera identiteta (guiles de lecture) nad pravilima koja im se pripisuju ulogama, pojedinac je zauzeo centralno mesto u regulaciji sopstvenih postupaka. Upravo taj trenutak, šezdesetih tako blizu nama, označava historijsku prekretnicu: izbijanje revolucije identiteta” (Kaufmann, 2006).

3.4. Medijski tretman i njegova uloga na etnonacionalni identitet

Postojanje i funkcioniranje potpuno ravnopravne i dvosmjerne fluktuacije informacija u društvu nije nigdje postignuto, ali se može reći da su ona društva koja se smatraju istinski demokratskim i čiji su temelji zasnovani na vladavini prava bliska tome cilju (McChesney, 2008). Mnogi medijski teoretičari i sociolozi smatraju da je određeno društvo bliže demokratiji ako je uloga medija važnija i svrsishodnija, jer je kroz medije moguće predstavljati brojne i različite društvene i kulturne grupe, njihove interese i vrijednosti. Takve smjernice čine svako društvo otvorenim društvom. Naprotiv, neki od problema koji još nisu dovoljno demistifikovani su mehanizmi zatvaranja društva, putem medija, posebno u zemljama Zapadnog Balkana. Stare i krute ideološke matrice i dalje su bile vrlo česte i uticajne i iznova se iznova stvaraju u medijskoj sferi. Ovome treba dodati posebno umjetničku i naučnu sferu. Jedan od najboljih primjera kada su u pitanju mediji i kulturni identitet zajednice svakako je pitanje uloge i značaja medija posebno za manjine i njihove kulturne identitete. Odavno je poznato da se demokratičnost jednog društva ogleda u njegovom odnosu prema manjinama.

Također, jedan od osnovnih elemenata jačanja kulturnog identiteta multietničke zajednice je upravo u jačanju vidljivosti manjina te zajednice, i to ne samo nacionalnih manjina, već manjina vezanih za već spomenute subkulture i kontrakulture i različite vrste ranjive grupe koje postoje u zajednici. Za razliku od društava zapadne Evrope i posebno američkog društva, u kojima je odnos prema manjinama prvenstveno determinisan ekonomski, a tek potom politički i kulturno (Stojković, 2002), u društvima tzv. Zapadnog Balkana, kao i u Bosni i Hercegovini, i dalje postoje aktuelne etnički motivisane podjele između većine i manjina, koje su još uvijek politički instrumentalizirane.

Mediji predstavljaju najveći dio šireg informacionog i komunikacionog sistema, u okviru kojeg djeluju i manjinski mediji. U ovom konkretnom slučaju, uloge države i javnih službi države, čije su politike prema manjinama i njihova operacionalizacija u okviru medijske politike, izuzetno značajne, u velikoj mjeri zavise od toga da li se manjinski mediji ili medijski sadržaji odnose na život a kultura manjina će se podsticati, relativizovati, ignorisati ili čak sprječavati. Prije svega, važno je naglasiti razliku između prisustva manjina u medijima i medija samih manjina. Prvi aspekt se odnosi na prisustvo manjina i njihovu društvenu (ne)vidljivost u tzv. većinske medije, dok se drugi aspekt odnosi na medije samih manjina, koji su u funkciji komunikacije unutar manjinske zajednice (Stojković, 2002).

Zona razgraničenja između ove dvije podjele nikada nije bila striktno definisana, pa se u određenom broju slučajeva može govoriti o manjinskim redakcijama unutar većinskih medija. Prema Stojkoviću (2002), ove redakcije su veoma važne, makar bile samo idealnog tipa. Time se gradi prihvaćanje, razumijevanje, ali i naglašava veoma važna uloga medija u izgradnji i jačanju kulturnih identiteta zajednice, usmjeravanju njihovog kulturnog, društvenog i političkog aktivizma i definisanju njihovog odnosa prema većinskoj i drugim manjinskim grupama. U osnovi, pomažu građanima, posebno mladima da se upoznaju sa postojanjem različitih kulturnih identiteta, što umnogome potvrđuje edukativni karakter medija. Ovaj aspekt je izuzetno važan za bosanskohercegovačko društvo.

Kada je riječ o vrsti medija u kontekstu jačanja kulturnog identiteta manjina, štampa predstavlja vrstu medija koja je isključivo medij aktivističkog djelovanja pojedinaca iz manjinskih grupa, a ne samih manjina. Zbog finansijskih i drugih problema svjedoci smo brojnih neuspjelih pokušaja pokretanja novina i časopisa. Međutim, lokalni radio i dalje može predstavljati jedan od najvažnijih medija za manjine. Njegovo pokretanje je relativno finansijski prihvatljivo, ali je moguće i zakupiti određeni termin već postojeće radio stanice. Televizija je medij koji čini manjine vidljivim na najefikasniji način, ali je i najskuplji medij. Osim toga, kao što je već rečeno, televiziju kao medij uglavnom kontrolišu političke strukture. No, medij koji se najviše može koristiti kada je u pitanju ovaj specifični kontekst je internet koji omogućava manjinama, bez obzira na njihovu teritorijalnu i drugu pripadnost, da se predstave na najprihvatljiviji način i međusobno komuniciraju u virtuelnom prostoru. koja ne pripada nijednoj

državi (Stojković, 2002). Dakle, podjele između manjine i većine mogu nestati uspostavljanjem horizontalne mreže kulturnih identiteta u virtuelnom prostoru koji pripada i svima i nikome.

Kada je u pitanju razvoj i susret svih kultura u Bosni i Hercegovini i šire, mediji bi mogli imati značajniju ulogu nego sada. Prije svega, mediji su sveprisutni i trebali bi, u većoj mjeri nego do sada, pronaći pravu razvojnu dijalektiku kada je u pitanju poticanje i jačanje konvergencije različitih kulturnih identiteta i međusobnog usvajanja različitih vrijednosti. Zajednički mediji treba da pronađu autentične reference za razumijevanje kulturnog prostora Bosne i Hercegovine i kao takvi trebaju pokazati stručnu podršku tome. Programi interkulturalne saradnje, koji se prvenstveno odnose na specifične grane kulture, nisu dovoljni. Otvorena saradnja ljudi i medija, kretanje ljudi u različitim sredinama, okupljanje stvaralaca iz različitih kulturnih centara neophodna je, dakle, pravi doprinos demetropolizaciji kulture, prevazilaženju nacionalnog kulturnog autarhizma i stvaranju kvalitetnih medija. sadržaji iz oblasti kulture širom Bosne i Hercegovine. Kada su manjine u pitanju, ne postoje kompleksni, edukativni i sadržajni programi u oblasti kulturne saradnje sa nacionalnim manjinama. Mnoga kulturna udruženja pate od "nacionalne brige" tako da "nemaju vremena" da kreiraju i realizuju programe saradnje sa drugim kulturnim udruženjima. Ako takvi programi postoje, oni su malo ili nimalo vidljivi u medijima.

Nadalje, kada su u pitanju novi mediji, društvene mreže kao nove "granice" i nova "mjest", zasnovana na demokratskoj raznolikosti, također treba razmotriti u ovom kontekstu. Odnosi na društvenim mrežama oponašaju i posreduju stvarni život, granice između "stvarnog" i "virtuelnog" se prožimaju, ali umjesto da se prepustimo uživanju u vlastitoj koncepciji logičkog zaključivanja, mi učestvujemo u sugestiji da ontogenija ponavlja filogeniju: da se čini prema nama da djelujemo u cjelini na nov, drugačiji, pa čak i revolucionaran način, ali prečesto ostajemo unutar poznatih i starih stavova (Eagleton, 2016). Drugim riječima, naša geografska okruženja, njima slična i bliska, ostavljaju trag i utjecaj na nas kako bismo njihove perceptivne obrasce mogli prenijeti u virtuelne zajednice. Slično tome, razlog zašto Internet predstavlja veliki izazov drugim medijima je njegova interaktivnost i mogućnost ogromne raznolikosti. Međutim, društvene mreže na internetu ne mogu se percipirati u kontekstu radikalnog raskida s tradicijom (Shields, 2001). Radi se o tome kako se tradicionalni sadržaj ponovo pojavljuje kao reinterpretacija unutar koje se priziva novi medij i obrnuto (Shields, 2001). Struktura tehnologije

i sadržaja neodvojiva je od šireg kulturnog konteksta. Dakle, osim što omogućavaju raznoliku formu interaktivnosti, društvene mreže, paradoksalno, reprodukuju i jačaju već postojeće "hegemonističke" strukture. Članovi virtuelnih zajednica pokazuju pohlepno i izrazito konzumerističko i konformističko ponašanje.

Ovaj kulturni preokret, koji povezuje polje privatnog s javnim prostorom, danas je, između ostalog, od ovakvog društvenog koncepta postao važno estetsko i prije svega etičko pitanje. Ovakva situacija na globalnom nivou još je izraženija i reflektuje se na medijski prostor u Bosni i Hercegovini, imajući u vidu specifičnosti, ali i kontradiktornosti bosanskohercegovačkog društva u cjelini. Virtuelna okruženja kao što su društvene mreže redefiniiraju naše pojmove pretvaranja i "obmane" jer se suštinski imperativi identiteta kao što su samootkrivanje i autentične interakcije napuštaju u korist eksperimentiranja i igre. Takođe, postoji jaka povezanost sa projektovanim identitetom, što ukazuje na visok stepen identifikacije. Bitno je analizirati i problematizovati virtuelnost kao modus vivendi sa naglaskom na forme i postojanost identifikacije sa virtuelnim identitetima.³ Rezultati virtuelnih susreta su isti kao i susreti u stvarnom životu: oni menjaju svest. Ova činjenica implicira pretpostavku da se ovi susreti doživljavaju kao punopravni društveni susreti u kojima ljudi mogu doživjeti čitav spektar osjećaja kao što su osjećaji prihvaćanja, poštovanja, ljubavi, ali i poricanja i odbacivanja, što je vrlo važan aspekt u odraz kulturnih identiteta danas.

Promovisanje „živih ljudi“ kao ambasadora kulturnih identiteta, utjecaj koji mediji mogu imati kada govorimo o malim lokalnim zajednicama i njihovim specifičnim kulturnim identitetima, unapređenje medijskih strategija koje će promovirati kulturne sadržaje, podrška medijima koji sami kreiraju kulturne projekte sa manje ili više bez komercijalizacije kulture, oni su načini za jačanje različitih kulturnih identiteta zajednice i promoviranje kulture općenito. Imperativ je shvatiti da je kultura svakog društva, pa tako i bosanskohercegovačkog, nešto što je specifično u odnosu na druga društva i da mediji imaju moć da utiču na naš odnos prema svijetu i prema nama samima. Mediji imaju transformativni uticaj na kulturu, a time i na društvo uopšte. S druge strane, važno je naglasiti kako političari treba da iskoriste svoj utjecaj u medijima i podrže medije u disimilaciji kulturnog znanja te promoviraju i jačaju kulturne diskurse različitih identiteta.

3.5. Bošnjak kao etnonacionalna kategorija

Plemena i narodi su se selili i ostavili trag kako u genetici, tako i u kulturi, tradiciji, jeziku i vjeri. Cjelokupnost historijskih zbivanja u Bosni i Hercegovini stvorila je identitet Bošnjaka, naroda zarobljenog u vječnoj samoodbrani vlastite egzistencije. Bosna i Hercegovina je država koja je kroz historiju uvijek bila smještena kao rubno područje velikih sila poput Avara, Tatara, Bizantije, Rimskog Carstva, Mletačke Republike, Austrougarske, Osmanskog Carstva. Sve navedene sile su imale intenciju da prisvoje Bosnu i inkorporiraju je u svoje ideologije. Bošnjačka pripadnost svojoj zemlji dio je bošnjačkog identiteta utisnutog u stećku tog vječnog svjedoka postojanja Bošnjaka koji leže u "svojoj zemlji, zemlji plemenitoj".

Historijske specifičnosti naših prostora uticale su na razvoj etnonacionalnih identiteta na geografskom području Bosne i Hercegovine. Multifaktorijalne okolnosti doprinijele su razvoju različitih identiteta na izrazito malom geografskom području. Religija je sastavni dio kulture, međutim, u Bosni i Hercegovini religija je dominantna u kulturnom oblikovanju. Što se tiče vjerske dimenzije, danas u Bosni i Hercegovini dominiraju srpsko-pravoslavna, hrvatsko-katolička, bošnjačko-muslimanska i jevrejska kultura.

3.5.1. Historijski kontinuitet Bošnjaka

Etnonacionalni identiteti se danas smatraju rezultatom historijskog, demografskog, političkog, ekonomskog i kulturnog razvoja i podrazumevaju zajednički, proizvoljan i konvencionalan historijski razvijen sistem vrijednosti i ukupnost obrazaca ponašanja, pa kao rezultat toga, u nekom uspostavljenom sistemu vrijednosti kulturnog identiteta, možemo čitati i okolnosti njegovog nastanka i historijskog razvoja tog kulturnog identiteta.

Historijska faktografija svjedoči da je na prostorima današnje Bosne i Hercegovine živio čovjek od kamenog doba. Čak šta više, radi se o čovjeku koji je poznao metale, kao i oruđe i oružje kojim osiguravao svoju egzistenciju na ovom prostoru. Basler Đuro (1984) navodi "*Kulturna istorija Bosne i Hercegovine od najstarijih vremena do pada ovih zemalja pod*

osmansku vlast.”. Također, poznata historičarka, sveučilišna profesorica na Sveučilištu u Zagrebu, prof. dr. Nada Klaić, u svojoj knjizi “Srednjovjekovna Bosna”, navodi da je Bosna jedan od najstarijih geografskih i državnih pojmova u Evropi. Bosna je tokom svog postojanja uvijek bila žrtva lažne historije i lažnih historičara. Cijelo vrijeme ovim prostorom vladaju oni koji znaju vješto opovrgnuti njihove historijske, političke i sve druge laži. Argumenti profesorice Nade Klaić idu i dalje i tvrdi da je bosanska država najstarija među susjednim zemljama.

U Bosni je bio od 1167-1180. pod vlašću Bizantije. Veliki broj sljedbenika bogumilske vjere došao je u Bosnu sa vizantijskom vojskom. Oslobodivši se bizantijske vlasti, Kulin je preuzeo titulu bana, kako su se njegovi vladari oduvijek zvali u Bosni. Bogumili su podjednako protjerani iz tadašnje "istočne" i "zapadne" crkve. Još za vrijeme Nemanje bogumili koji su došli iz Bugarske bili su brutalno proganjeni. Istom brutalnom postupanju bili su izloženi i za vrijeme njegovog sina Stefana Nemanje, poznatog kao Stefan Prvi, koji je vladao od 1196. do 1228. godine. A njegov brat Sava je nastavio sa posebno brutalnim mučenjima i progonima po povratku sa Atosa. Na velikom Saboru u gradu Žiči 1221. godine donjeta je Uredba velikog župana Stevana Nemanje, kojom je naređeno istrebljenje bogumila. Mjere su bile brutalne i u praksi su značile: oduzimanje imovine, kidanje jezika, paljenje lica usijanim željezom, silovanje i na kraju progonstvo. Bogumili su bježali na sve strane, a najviše u susjednu Bosnu, piše Aleksandar Solovljev u svom djelu Svjedočanstvo pravoslavnih izvora o bogumilima na Balkanu.

A "heretici" (bogumili) iz Hrvatske i Dalmacije sklonili su se od progona katoličke inkvizicije, masovno bježeći u Bosnu. Bosna je bila utočište progonjenih, koji su zbog raznih vjerskih i drugih uvjerenja morali bježati iz susjednih krajeva. Upravo je to vrijeme vladavine bana Kulina (1180-1204). Kako je ban Kulin došao na čelo Bosne nije poznato. Vjerovatno u vrijeme kada je Bizant (Istočno Rimsko Carstvo) vladao Bosnom (od 1167-1180).

Oslobađajući se bizantijske vlasti, Kulin je preuzeo titulu bana. Za Kulino vrijeme širenje bogumilstva u Bosni dobilo je toliki zamah da ga je i sam prihvatio zajedno sa svojom porodicom, rodbinom, dvorjanima i oko 10 hiljada podanika, a bogumilstvo je Banskim zakonom postalo državna vjera Bosne.

Ban je znao da se nezavisnost Bosne može sačuvati samo oslanjanjem na bogumile. Papa je bio jako uznemiren pojavom tolikog broja bogumila u Bosni. U oktobru 1200. godine papa Inoćentije III naređuje ugarskom kralju Emeriku da preduzme sve potrebne mjere da primora Kulinog bana da prihvati katoličku vjeru, a ako to ne učini, da ga svrgne. Heretici moraju biti protjerani iz cijelog kraljevstva, a imanja konfiskovana - bio je papin ultimatum. Emerik je to dobro shvatio i kao vjerni sluga Katoličke crkve krenuo je u Bosnu. Šta se kasnije dogodilo može se pročitati na stranicama historije.

Profesorica Klaić tvrdi da je Bosna od početka bila bosanska. U svojoj knjizi o srednjovjekovnoj Bosni navodi: "...No, ove nevjeste projekcije o srpstvu Bosne vrijede isto koliko Šišićevo dokazivanje o hrvatstvu Bosne. Međutim, nekritički izvještaj Konstantina Porfirogeneta (bizantskog Cara) o Sklavinijama može poslužiti kao podloga za zaključke samo onom historičaru kome nije odveć stalo do historijske istine. On je uglavnom iste vrijednosti kao i Dukljaninove vijesti o vladanju hrvatskih ili srpskih vladara nad Bosnom" (Klaić, 1989).

"To su tek povremeni izleti susjednih vladara koji nisu niti su mogli izmijeniti stoljetni položaj bosanskih zemalja, jer su one bez Hrvata i Srba odavno išle svojim, od njih posve odijeljenim putem. Carevi podaci za taj posao ne mogu biti mjerodavni, a još manje vješta konstrukcija barskog nadbiskupa koji piše sredinom 12. stoljeća." "... Posve razumljivo da Ćirkoviću, za njegovu teoriju o srpstvu Bosne, ne mogu poslužiti niti Konstantinovi podaci o naseljenju Srba, jer ih car, a znamo i zašto, stavlja u Srbiju, Paganiju, Zahumlje i Travuniju te Konavle po kriteriju 10-og stoljeća kad su sve te zemlje priznavale bizantsku vlast. Prema tome, ako se sam car nije hvalio da je Bosna od naseljenja srpska, a sigurno bi to vrlo rado učinio, onda kritičkom historičaru ne preostaje drugo, nego i na osnovi careva teksta tvrditi da je Bosna od početka bila bosanska." (Klaić, 1989).

3.5.2. Bošnjaci i pradomovina u očima srednjovjekovnih Arapa

Uz današnju Bosnu, Bošnjaci su, prema nekim arapskim historičarima, svoju prvu domovinu imali u južnoruskim stepama, sjeverno od Azovskog mora. Riječ je o području ukrajinske oblasti Harkov, gdje se nalazila historijska domovina Bošnjaka. Drugi arapski

istoričari smatraju da se domovina Bošnjaka nalazila istočno od Hazara, dok ima onih koji tvrde da se nalazila zapadno od Hazara, između Dnjepra i Dnjestra. Ruski historičar Nikola Karamazin navodi da se "Pečenska država" (Bošnjaci) nalazila na jugu Rusije, zapadno od Hazara. U historijskom atlasu "Tajmsa" stoji da je ruski knez Svjatoslav (962 - 972) omogućio Pečenezima da dominiraju ruskim krajevima, uništivši hazarsku državu. Kada je Vladimir I došao na vlast, imao je izvjesnog uspjeha sa Pečenezima, ali su Polovci uništili Kijevsku provinciju 1093. Ibn Fakihi također tvrdi da se domovina Bošnjaka nalazila između Dnjestra i Dnjepra. Putopisac Ubeid el Bekri navodi da je zemlja Bošnjaka "od Gruzije udaljena dvadesetak dana hoda", a napominje i da je zemlja Bošnjaka ravnica, bez visokih planina, osim dva planinska lanca. Tadašnja Bošnjačka država je kratko trajala, samo dva stoljeća, a nakon toga se raspala, a Bošnjaci su se podijelili u osam grupa, od kojih su četiri bile smještene na istočnoj obali Dnjepra, a četiri u Moldaviji i Transilvaniji, a njihovi susjedi su bili Sloveni koji su naseljavali obale rijeke Buge u pokrajini Galiciji". El Bekri piše da su Bošnjaci stočari koji prate svoju stoku u potrazi za obilnim pašnjacima.

Država Bošnjaka udaljena je trideset dana hoda. Sjeverno od nje je zemlja Kafjaka (Ukrajnaca), na jugu su Hazari, na istoku je Kirgistan, a na zapadu je zemlja Slavena." Poznati zapadni orijentalista Minorsky, citirajući Arapskog historičar El Meruzija, navodi da "Pečenezi naseljavaju područje oko slatkovodnog jezera i prepoznatljivi su po tome što muškarci briju brade". Ibn Seid navodi da se "dva planinska lanca protežu kroz zemlju Badžanaka, prvi od sjevera prema jugu ". Ispod tog planinskog lanca izvire dvije velike rijeke. Drugi planinski lanac se prostire od sedme paralele. Iz te planine izvire rijeka na čijim obalama je izgrađeno većina naselja čudnih imena."

Ebu Ishak el – Istahri je prvi je islamski historičar koji je 854. godine Bošnjake nazvao nazivom "Bašnijak". Istoričar i istraživač El Kadi el Bolgari navodi da su Bošnjaci bili fizički jaki i izdržljivi, te da su dobro podnosili zimske uslove u kojima su živjeli. U ishrani su jeli dosta meda i mesa divljih životinja. Navodi i da jedu jazavčevu mast i meso dabra, što im pomaže da lakše podnose hladnoću. Tvrdi i da su plaćenici najpoželjniji u vojskama Vizantije, Rusije i Bugarske. El Hamid el Garnati tvrdi da su Badžanaci (Bošnjaci) nastanjeni u brdovitom kraju na jugu, tridesetak dana hoda od Mađarske, da su ratnici koji izuzetno dobro rukuju kopljima i strijelama. Kadi el Bolgari navodi da većina Bošnjaka nosi dugačku platnenu košulju zvanu

kurtak. Ibn Fadlan u svom izvještaju kalifu Muktediru Billahiju nakon povratka iz zemlje Slovena piše da Pečenezi, kada im prođe neki princ ili velikaš, svi zastaju na kraju puta i skidaju kape, i stavljaju na području stomaka. Opisujući svoj put u Bolgar, Ahmed ibn Fadlan kaže da je delegacija ostala samo jedan dan u zemlji Bajanaka. U svoju zemlju su stigli nakon što su teškom mukom prešli pet velikih rijeka. Badžani su preplanulih lica, a prepoznatljivi su po obrijanim bradama. Oni su pastiri sa velikim stadima goveda, ovaca i koza. Sjetio se zemlje Baje nakon što je otišao. Naišli su na veliku i brzu rijeku: "Svojim očima sam vidio kada se velika skela prevrnula nasred rijeke i svi koji su bili na njoj su se udavili u njenim brzacima. I teškom smo mukom prešli na drugu stranu", kaže Ahmed ibn Fadlan. Garnati navodi kako je suho meso posebno dobrog kvaliteta njihovog mesa. Ne žive u tvrdim kućama već u velikim okruglim šatorima od debele volovske ili konjske kože. U sredini šatora su kamini. Prije zimi grade stočare oko kuća i skupljaju suhu travu u plastove sijena jer su zime duge i polarne hladne. Kao i svi stočarski narodi su niski ali veoma izdržljivi.

El Mes'udi u svom djelu piše da su Bošnjaci odlični ratnici, ali ne i razbojnici. Najviše su ih se plašili Rusi. On tvrdi da su Bošnjaci na tom području bili najbolji ratnici. Zaratili su sa Vizantijom 931. godine i postigli veliki uspeh. Dva puta ih je posjetio, a drugi put je bio među njima oko 940. Tada su živjeli iznad Azovskog mora. Tokom dugih zimskih noći okupljali su se pod šatorima i sjedili do kasno u noć, slušajući pripovjedače ili igrajući razne društvene igre. Njihove običaje detaljno je opisao izaslanik halife Muktedira billahija Ahmeda ibn Fadlana, koji je na čelu delegacije posjetio muslimane u Bugarskoj na obalama rijeke Volge. Jedan od ovih običaja i danas je aktuelan među Bošnjacima. Ibn Fadlan piše: „Dan i noć udaljen od prinčevog sjedišta, Elmaš je poslao delegaciju saradnika, uključujući svoje sinove, da nas dočekaju i požele nam dobrodošlicu. Kada smo ih sreli, ponudili su nam kruh, suho meso i orašaste plodove. Odatle smo krenuli u susret princu. Ugledavši nas, sjahao je sa konja, klanjao se, zahvalivši se Svevišnjem što smo konačno došli, nakon godinu dana putovanja. Izvadio je metalni novac iz džepova i bacio ga na nas." I danas Bošnjaci posipaju mladence i drage goste sitnim novcem, na sahranama se djeci dijeli sitniš, a u raznim drugim prilikama poklanja se sitniš. Navodi i da su tokom boravka pili medovinu koju lokalni stanovnici na svom jeziku zovu sodžo, najvjerojatnije današnja riječ sok.

3.5.3. *Srednjovjekovna Bosna*

Slavska plemena koja su naseljavala teritoriju Bosne i Hercegovine nekada su bili mnogobošci. Postoje različita historijska tumačenja o poreklu bogumila u Bosni i Hercegovini. Neki tvrde da su Goti, jedno od Jafesovih plemena, koji su već od 3. stoljeća napali prostore Ilirika, koji su uključivali današnju Bosnu i Hercegovinu. Dolaskom na područje Bosne donijeli su arijevska vjerovanja u Bosnu i Hercegovinu. Muvekkit (1999) navodi da je svećenik Jeremija osnovao novu vjeru, a "Jedna njihova grupa je došla u Bosnu 570. (1174/75.) i tu se nastanila." (prema Komarica, 2021).

Sudbinu Bosne i Hercegovine uveliko je odredio raspad Rimskog Carstva na Istočno i Zapadno 395. godine, čime je postala granična regija. Političkim životom feudalne Bosne dominirali su autohtoni bosanski plemići, a u vjerskom životu Crkva Bosanska, čiji su se pripadnici zvali Bogumili, a sami sebe nazivali kršćanima, dobrim Bošnjacima ili dobrim ljudima. Širenje kršćanstva je počelo tek nakon Milanskog edikta 313. godine, a mnogobožička slovenska plemena su se naselila u Bosnu i Hercegovinu u 7. stoljeću, a njihovo pokrštavanje nije moglo započeti ranije, a tek u 9. stoljeću poprimilo je veće razmjere (Komarica, 2021). Nakon podjele Crkve na istočnu i rimsku crkvu 1054. godine, većina slovenskog plemena Srbi prihvatila je pravoslavno (istočno) učenje, a slovensko pleme Hrvati katoličko (zapadno). Dakle, na teritoriji Bosne i Hercegovine žive pripadnici Crkve bosanske - dobri Bošnjani, i pripadnici katolicizma i pravoslavlja. Time je Bosna i Hercegovina postala prostor na kojem živi autohtoni narod Bošnjaci (Bošnjaci), čiju autohtonost potvrđuju genetske analize ali i antropološke, u kojima su istraživanja pokazala da su srednjovjekovni Bošnjaci imali stas gorštaka, odnosno da su zadržali ilirske antropološke tragove, što ih je razlikovalo od Hrvata i Srba.

Stoljećima u Humu jača pravoslavno stanovništvo nastalo pod utjecajem Bizanta, dok u središnjim dijelovima Bosne preovladava katoličko stanovništvo pod utjecajem franjevaca. O Bosni su pisali najčešće stranci Hrvati i Srbi sa stajališta nacionalističkih ideologija, i kako profesor Imamović kaže „neargumentiranim tvrdnjama da je Bosna u srednjem vijeku bila zemlja Srba i Hrvata.“ (Komarica, 2021).

Konstantin Porfirogenit još u 10. stoljeću u spisu „De administrando imperio” spominje zemlju „Bosona” u slivu rijeke Bosne. Prvi pisani trag do sada pronađen, Povelja Kulina bana Dubrovčanima 29.08.1189. godine, potvrđuje, de jure, nezavisnost Bosne kao samostalne feudalne države. Kulin ban je očito bio pripadnik Crkve bosanske, s obzirom na činjenicu da je papa vršio pritisak na njega da se odrekne „hereze“, što je Kulin ban i učinio na Bilinom polju 08.04.1203. godine i tim potpisom je, politički mudro, očuvao nezavisnost Bosne izvjesno vrijeme od progona i vojnih napada katoličke crkve. Bosna i Hercegovina potvrđuje svoju samostalnost i nezavisnost i kao kraljevina. Naime, ban Tvrtko I Kotromanić postaje njen prvi kralj 1377. godine, a već 10.04.1378. to potvrđuje i svojim potpisom kako navodi Imamović, M. (1997) „U povelji koju je 10.IV 1378. izdao Dubrovčanima, Tvrtko piše da mu je Bogom darovano u nasljedstvo prijestolje i kraljevstvo njegovih predaka...”.

Za opstanak starosjedilačkog stanovništva Bošnjana u Bosni i Hercegovini kao kompaktne kulturne i etničke zajednice sve do 15. stoljeća zaslužni su kako reljef satkan od visokih i teško pristupačnih planina tako i specifična vjerska pripadnost Crkvi bosanskoj koja je kao vjerska institucija Bošnjana imala dominantnu ulogu i u političkom životu starosjedilaca, ali je gradila i osobine dobrote, plemenitosti, poštenja i pravičnosti te su, nipošto slučajno, nazvani Dobrim Bošnjanima (Komarica, 2021). Vjerski miješani brakovi između Bošnjana i katolika ili pravoslavaca su sklapani isključivo među pripadnicima vladarskih porodica u svrhu održavanja političkih saveza, dok je ostatak stanovništva zazirao od ovakvih miješanja, te je i to jedan od razloga zašto nije došlo do većeg miješanja Bošnjana sa drugim narodima.

Ni katolička ni pravoslavna crkva nisu odustajale od pokršćavanja bosanskih krstjana „Tako je postepeno preobraćenje bosanskih krstjana na pravoslavlje u oblasti Huma teklo srazmjerno mirnim putem, dok su dijelovima Podrinja heretici sredinom XV stoljeća progonima i silom uvedeni u pravoslavlje.” (Imamović 1997). Također, krajem 12. i početkom 13. stoljeća bosanski krstjani su bili izloženi inkviziciji katoličkih redova, prvo dominikanaca, a onda i franjevac, dok je pravoslavcima i katolicima u doba Osmanske vladavine bilo dozvoljeno da zadrže svoju vjeru i običaje.

Bosna je, prije svega zbog sastava stanovništva, dobrih Bošnjana, koji su uvijek bili otvoreni za druge i drugačije, a zbog brdsko-planinskog krajolika kao takva bila utočište mnogih pokreta koji su smatrani heretičkim. Čak su i Jevreji, koje je inkvizicija proganjala nakon pada

Španije, našli svoje utočište u Bosni. U srednjovjekovnoj Bosni možemo sa sigurnošću reći da je to bilo jedno društvo, sa zajedničkom historijom, običajima, tradicijom, jezikom, ali vjerski podijeljeno (Vila, 2021). Crkva bosanska, kao najdominantnija religija, i uzajamno poštovanje koje je imala sa bosanskim gospodarima i vladarima, lako se može smatrati službenom vjerom u srednjovjekovnoj bosanskoj državi. Pored pripadnika Crkve bosanske u srednjovjekovnoj bosanskoj državi, u manjem broju koegzistirali su katolici, dominikanci i franjevci, na području oko Drine pravoslavci, au Humskom kraju, odnosno Hercegovini, pripadnici judaizma, proterivali su Jevreje koji su naselili u Bosnu pod progonom evropske inkvizicije, muslimani, iako se njihov broj povećavao s osmanskim osvajanjima. Ne spominju se drugi narodi kao stanovnici srednjovjekovne Bosne osim Bošnjaka ili Bošnjana.

Osmanska imperija zauzima prostor Bosne i Hercegovine u 15. stoljeću i to bez pruženog otpora. Bošnjani nisu odobrali politiku koju je vodio posljednji bosanski kralj Stjepan Tomašević koji se priklonio njihovim progoniteljima Crkvi. Naime, Crkva je vršila konstantan progon i mučenja osnivajući i posebne redove za provođenje inkvizicije nad Bošnjanima zbog "bosanske hereze". Stjepan Tomašević, nije mogao da iskorijeni "herezu" kako je to od njega tražila Crkva, kao ni njegovi prethodnici. U pokušaju da spasi svoje kraljevstvo za pomoć se obratio Crkvi i evropskim kraljevima i, kao što to obično biva na ovim prostorima, Evropa i Crkva su davali deklarativnu podršku i stajali sa strane nadajući se da će Osmanlijama poći za rukom istrjebljenje "bosanske hereze", koja je godinama mučila kršćanske poglavare i kojoj nisu uspjeli stati u kraj. Bošnjani nisu pružali otpor Osmanlijama, već su vrlo lahko prihvatili islam i to na dobrovoljnoj osnovi, kako zbog vjerskih mučenja i progona od strane Crkve i inkvizicije kojoj su godinama bili izloženi tako i zbog samih osnova vjerovanja i poimanja osobe Isa, a.s., također postoje indicije i da je dio Srba i Hrvata prešao na islam (Komarica, 2021).

Kao dokaz kontinuiteta bosanskog jezika, često se navodi i prvi rječnik bosansko-turskog jezika. Uskufijin bosansko-turski rječnik sadrži više od 700 autohtonih i autentičnih riječi bosanskog jezika prevedenih na turski, a pisan je u stihovima i posebno je fascinantno u vremenu u kojem je nastao. Muhamed Hevai Uskufi bio je intelektualac i književnik, te jedan od najznačajnijih autora u historiji rodne Tuzle i cijele Bosne i Hercegovine, a mnogi naučnici iz oblasti slavistike u Evropi i svijetu ga smatraju kapitalnim djelom iz 1631. Rječnik na slici 3, je

zapravo prvi rječnik na području Balkana, a napisan je dosta prije rječnika srpskog i hrvatskog jezika.

Za muslimane u Bosni su, za vrijeme osmanske vladavine, upotrebljavali dva naziva “Turčin” i “Bošnjak”. Nazivom “Turci” je akcenat bio na religiji Bošnjaka „...htjelo se reći da su oni “turske” tj. islamske vjere...” (Imamović 1997) čime je napravljena distinkcija po osnovu vjere u odnosu na ostale južnoslavenske narode. Razlika po osnovu vjere nije jedino kod Bošnjaka odigrala ulogu nacionalnog formiranja “...nema razloga da se to posebno naglašava samo kod Muslimana, pošto je konfesionalni momenat i kod Srba i Hrvata, također, odigrao istovjetnu ulogu.” (Purivatra, 1972). Međutim, Bošnjaci su bili svjesni da taj naziv ne odražava njihovu nacionalnu pripadnost, te su se ograđivali od naziva Turci, iako su ih susjedni narodi zbog prihvatanja islama, ali i pokušaja zatiranja bošnjačke nacionalnosti, uporno tako nazivali, pa čak u neformalnoj komunikaciji ih i danas nazivaju „Turci“. „Tako je zabilježeno da su 1568. godine neki Bošnjaci odbili da u ispravu o zaključenju nekog posla u Zadru budu upisani kao Turci, pa su na vlastiti zahtjev uvedeni kao “Mussolmani di Bossina”.” (Imamović 1997). Za vrijeme vladavine osmanskog sultana Bajezita 1481.-1512. godine u Španiji 1492. i Portugalu 1496. godine počinje izgon Jevreja, koji se doseljavaju, između ostalog, i na područje Bosne u okviru Osmanskog carstva. Dolaskom Osmanske imperije na naše prostore država Bosna i Hercegovina, kao i mnoge druge koje je pokorilo Osmansko carstvo, gubi svoju nezavisnost i državnost, ali im Osmanlije u kulturnu baštinu ostavljaju islam i podlogu orijentalno-kulturološke matrice.



Slika 3. Prvi rječnik na bosanskom jeziku. Izvor: <https://bosnaonline.proboards.com/thread/64/1731-bosansko-turski-rije-nik>, pristupljeno 23.03.2023.)

Razvoj bošnjačke kulture je imao teško održiv put iz nekoliko bitnih razloga. Naime, povlačenjem Osmanskog carstva 1878. godine sa naših prostora većina bošnjačke inteligencije se iselila u Tursku. Time je otežano kulturološko obrazovanje većine Bošnjaka koji su ostali u Bosni i Hercegovini. Dolazak Austro-Ugarske imperije od 1878. do 1918. godine na naše prostore je značio procvat katolicizma, te samim time je kulturni identitet Bošnjaka bio loše pozicioniran. Osim izгона na koje su Bošnjaci prisiljavani različitim metodama, nad njima je vršen i genocid u jednom dugom vremenskom kontinuumu za koji niko nikad nije ni procesuiran niti odgovarao, kao i nasilno pokrštavanje posebno u Plavu i Gusinju. U vremenu austrougarske vladavine termin Bošnjak je zamijenjen terminom Muhamedanac ili Muhamedovac, ali taj naziv

nije bio prihvaćen od strane naroda, te sve češće počinje upotreba naziva Musliman. Ovakav naziv narod prihvaća kao svoju etničku, nacionalnu i političku oznaku. Zemaljska vlada BiH je 04.10.1907. godine internom naredbom propisala da se narodni jezik zove srpsko-hrvatski, odnosno hrvatsko-srpski, te time je zvanično ukinut naziv bosanski jezik. U svojim autonomnim ustanovama Bošnjaci su mogli koristiti, donošenjem posebne vladine odluke 20.11.1907. godine, naziv bosanski jezik (Komarica, 2021).

3.5.4. Kulturno-historijski aspekti upotrebe etnonima Bošnjak

Lingvistički aspekt ovog priloga uključuje analizu značenja i upotrebe etnonima Bošnjak i Bosanac, kako bismo mogli proniknuti u simboličke sisteme i sisteme vrijednosti koje ti etnonimi predstavljaju u javnoj komunikaciji. Bošnjak (i Bošnjani) je historijska leksema koja je najvjerovatnije označavala stanovnike historijske Bosne i Hercegovine do 19. stoljeća. U jednom tekstu Lavić kaže da se Bošnjak prvi put pominje 1440. godine, da bi potom Bošnjak izašao iz upotrebe negdje tokom 20. vijeka, čini se paralelnim i vjerovatno međusobno uslovljenim pojavom druge lekseme bosanski, koja nije opisana u literaturi ili zabilježeno vrijeme i okolnosti njegovog nastanka, ali je jasno da je etnonim Bosanac mnogo mlađi od Bošnjaka.

U slučaju etnonima Bošnjak situacija je takva da historijski tekstovi do 19. stoljeća obiluju upotrebom ove riječi, a istoričari koji su pisali o historiji Bošnjaka djelimično su rekonstruisali njenu upotrebu, zaključujući da se etnonim Bošnjak koristio ne samo za bosanske muslimane, ali i za sve stanovnike Bosne 19. stoljeća. Tako Edin Radušić, odgovarajući na pitanje „Ko su Bosanci 19. stoljeća?“ (2011.), na engleskim diplomatskim izborima, nailazi na veliki broj primjera pojavljivanja engleskih etnonima Bosnians i Bosniaks, koje tumači kao prijevodnih ekvivalenata bosanskih etnonima Bosanac i Bošnjak, a na osnovu upotrebe etnonima Bošnjak zaključuje da je Bošnjak korišten ne samo za muslimane iz Bosne, već i za katolike i pravoslavce (Radušić, 2011). Međutim, ovu Radušićevu analizu treba uzeti sa određenom rezervom, jer se argumentacija za sam bosanski jezik zasniva na analizi upotrebe engleskih riječi Bosnians i Bosniaks, što nam prije svega govori nešto o samom engleskom jeziku, a ne o bosanskom.

Ipak, indikativno je da engleski jezik u tom historijskom trenutku poznaje oba etnonima i pokazuje određenu distinkciju u njihovoj upotrebi. A Safet Bandžović piše: “Katastarski popisi iz osmanskog perioda nazivaju sve stanovnike Bosne Bošnjacima, bez obzira da li je riječ o Marku, Jovanu ili Ahmedu” (Bandžović 2010: 183), što, slično kao na primjeru engleskog jezika, je dokaz za osmansko turski jezik na kojem su pisani katastri, a ne za tadašnji bosanski jezik, pa samim tim ni za samoidentifikovanje referentnih društvenih grupa. S druge strane, Bandžović navodi da izraz Bošnjak označava sve slovenske muslimane Bosne i Hercegovine, Like, Krbave, Slavonije, Sandžaka, nekih pograničnih područja Smederevskog sandžaka (Užice itd.), uključujući i zapadni dio Kosova (do Mitrovice), te Plav i Gusinje, Podgorica (Bandžović 2010: 190), te Bougarel da je Bošnjak u Osmanskom carstvu bio etnonim koji se koristio za razlikovanje muslimana Bosne od ostalih muslimana Osmanskog carstva (Bougarel 2009: 119). Ovdje je, međutim, potrebno skrenuti pažnju na činjenicu da sve prikazane studije, osim istraživanja upotrebe etnonima Bošnjak i Bosanac u stranim jezicima, nemaju zaključke zasnovane na lingvističkim istraživanjima upotrebe i značenja koji bi preciznije pokazuju ne samo odnos između etnonima i referentne grupe, već i dublje aspekte značenja koje posmatraju etnonimi.

Međutim, kao što je već spomenuto, u 20. stoljeću, iz historijskih razloga, vjerovatno kao posljedica Kállayeve neuspjele politike stvaranja krovne bosanske nacije, Bošnjak je nestao iz tekstova i iz javne upotrebe, što je vjerovatno otvorilo prostor za širenje etnonima do te mjere da Bošnjak pada u zaborav s izuzetkom decenija upornih nastojanja uglavnom bošnjačke emigracije koju vodi Adil Zulfikarpašić u Švicarskoj i nekoliko drugih emigranata iz socijalističke Jugoslavije poput Teufika Velagića ili Ismaila Balića koji je „bošnjaštvo utemeljio i nastavio na bogoštovanju i paternalizmu srednjovjekovne Bosne“ (Filandra & Karić 2011), ističući sličnost obredoslovlja sa islamom (Filandra & Karić 2011: 215). Nadalje, ovaj par autora, tumačeći Zulfikarpašićevu ideju bošnjaštva ili koncept Bošnjaka nasuprot konceptu bosanskog, izvodi (ili navodi) zaključak da su Bosanci, kao i Švicarci, državljani Švicarske, dok se švicarstvo „praktikuje državotvornost Nijemaca, Italijana i Francuza kao građana Švicarske, dakle kao Švicaraca” (Filandra & Karić 2011), što sugerira Bosnu kao krovni identitet i Bosnu (Hrvatska i Srbija) kao podidentitet.

3.5.5. Bošnjaci između tradicije, vjere i nacije

Kada se koristi izraz Bošnjak, prva asocijacija je, naravno, pripadnik islama. Međutim, kako je Bosna i Hercegovina po mnogo čemu raznolika, Bošnjaci se u njoj razlikuju i od ostalih pripadnika islamske vjeroispovijesti. Često čujemo izraz "bosanski islam" koji je objašnjenje za ono što muslimani/Bošnjaci u Bosni i Hercegovini praktikuju od islama. "Smatramo da je centralno mjesto u islamskom mišljenju bosanskih muslimana krajem 9. i tokom 20. stoljeća pitanje prilagođavanja Evropi i evropskim civilizacijskim obrascima. Stoga se s pravom može reći da je islamsko mišljenje bosanskih muslimana podložno mnogim procesima adaptacije. Islamski i muslimanski mislilac prilagođava i sebe i svoju vjeru, odnosno njeno tumačenje, novom vremenu." (Karić, 2004).

Od prvih, zabilježenih vremena u historiji, Bosna je bila drugačija od svog okruženja. Od bogumila koji su živjeli u njenoj divljini i bili dostojanstveni, nenasilni, živjeli u skladu sa prirodom i drugima, ovaj odnos prema vanjskom utkan je u mentus Bošnjaka, vjerujem, transgeneracijsko. Nenasilno, u svojoj suštini. Svojim ispovijedanjem vjere i ispovijedanjem samog života izbrisali su prve mentalne slike Bosne koja je bila prekrivena ćilimom.

Iako je većinsko stanovništvo u Bosni i Hercegovini, načinom života, funkcionisanjem društva bilo je i ostalo evropski, zapadni. Dakle, Bošnjaci, posebno u moderno doba, nisu se ni po čemu izdvajali od pripadnika drugih naroda - čak ni po odijevanju (specifična kultura muškog odijevanja otišla je u prošlost odlaskom Osmanskog carstva; u SFRJ imami nosili odeću koja je bila svečanija nego onu koja se nosi svaki dan, na primer, nisu nosili farmerke, dok danas takvih oznaka više nema). Osim toga, većina Bošnjaka je živjela u skladu sa društvenim postulatima u kontekstu odstupanja od svoje tradicionalne, kroz percepciju vjere gotovo isključivo kroz tradicionalno obilježavanje praznika, ali je sam aspekt vjere u praksi bio gotovo u potpunosti istisnut iz života Bošnjaka. Osvrćući se na prošlost, Bosna i Hercegovina je, kao malo koji narod u svijetu, svakih nekoliko decenija bila izložena različitim političkim sistemima koji su nametali svoje svjetonazore, vrijednosti, kulturu, svijet kvaliteta. Bosanci i Hercegovci, posebno Bošnjaci,

zbog osobnosti svoje percepcije vjere u muslimane u odnosu na vladajuće strukture, često su bili na nišanu tih sistema ili, sistematski, na njihovoj margini.

Kroz različite političke epohe kroz koje je Bosna i Hercegovina prolazila, godine od Drugog svjetskog rata do danas imaju poseban značaj. To je posebno slučaj u godinama s kraja 19. vijeka i tokom 20. stoljeća kada se, kao odgovor na potrebu prilagođavanja novim sistemima, koji su često bili odbrambeni mehanizam, pojavljuju desetine, pa i stotine muslimanskih intelektualaca i mislilaca, desetine časopisa, novina, štampali mnoge knjige sa islamskom tematikom. Ova promišljanja bosanskih intelektualaca od velike su važnosti za savremenu duhovnu historiju Bosne i Hercegovine. Proizvodili su građu koja ima izuzetan značaj za kulturnu i vjersku historiju Bosne općenito, a posebno Bošnjaka (Fejzić - Čengić, 2009).

Alija Izetbegović, član predsjedništva Bosne i Hercegovine, je u svom govoru u Zetri, 2.10.2002. godine poslao izuzetno snažnu poruku: “Čuvajte i očuvajte svoju naciju i ime BOŠNJAK, vjeru i tradiciju. Gubitak identiteta plaća se ropstvom i poniženjem.”. Čuvanje nacije i imena Bošnjak je ekvivalent čuvanju identiteta. Gubitkom identiteta, čovjek prestaje biti čovjekom. Postaje rob tuđih želja i intencija. Jedino čuvanjem identiteta se Bošnjak, kao etnonacionalna grupa može sačuvati svoju domovinu i ognjište.

3.6. Primjeri neadekvatnog tretmana identiteta Bošnjaka u medijima

Prije i tokom velikosrpske i velikohrvatske agresije na Bosnu i Hercegovinu, devedesetih godina, opravdanja za brutalno uništavanje simbola islama, rušenje džamija i ponižavanje i genocid nad muslimanima opravdavana su „uništenjem islamskog fundamentalizma” kao prijetnje nemuslimanskom svijetu, a posebno Evropi. Evropa je povjerovala agresorskim zagovaračima uništenja muslimana i uvela embargo na naoružanje. Radovan Karadžić je znao za evropski skepticizam spram muslimana i putem medija prenaglašavao termin “muslimani” da bi opravdao genocid koji se odvijao pod njegovim naredbama na području cijele Bosne i Hercegovine.

Jedan od predstavnika Srpskog naroda, predsjednik vladajuće stranke u Republici Srpskoj, Milorad Dodik je javno negirao bošnjaštvo i sve što je s bosanskim prefiksom, a posebno je takvo svoje djelovanje intenzivirao u vrijeme migrantske krize, kada je u Bosnu i Hercegovinu, iz Srbije, preusmjereno hiljade migranata iz Pakistana, Afganistana, Šri Lanke, Iraka, Irana, Indije..., na putu ka Evropi. “U svojim istupima svim migrantima, najčešće osobama bez identiteta, Dodik je prikačio prefiks muslimani, iako mnogi nisu to bili, i delegirao ih kao sarajevski problem. Jer, po njemu, migrantima nije mjesto u većinski srpskom, u genocidu, udruženom zločinačkom poduhvatu i masovnom progonu, od muslimana očišćenom prostoru. Podržao ga je Dragan Čović, odbivši prijedloge da se na teritoriji pod njegovom kontrolom grade migrantski centri. Dodik se zbližio u takvim idejama s mađarskim predsjednikom Viktorom Orbanom, koji je bodljikavom žicom ogradio državnu granicu od najezde muslimana u katoličku Mađarsku, i takve svoje akcije opravdavao zaštitom od islamizacije Evrope. U slične aktivnosti se uključila Hrvatska, i migrante, uz primjenu brutalnih metoda, vraćala preko granice u Bosnu i Hercegovinu. Tadašnja hrvatska predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović iznosila je nebulozne i zlonamjerne teze kako je Bosna i Hercegovina utočište terorista, i potencijalnih terorista.” (istraga.ba, “Strah od islama: Negiranjem Bošnjaka Dodik muslimanima plaši liberalnu Evropu”, od 22.04.2022. godine).

Dodik je nastavio negirati bošnjaštvo i pojačao akcije negiranja svega što je bosansko, i to institucionalnim djelovanjem, ili bolje rečeno, institucionalnim blokama države, a svaku priliku u javnim istupima koristio je da govori o Bošnjacima kao “izmišljenoj” naciji, i javno naglašavao

termin muslimani, umjesto Bošnjaci. Vrhunac bahatosti ispoljio je prilikom nastupa pred evropskim parlamentarcima ni jednom ne pomenuvši naziv Bošnjak za jedan (najbrojniji) od naroda u Bosni i Hercegovini. Umjesto toga je naglašavao termin muslimani, nastojeći, po Karadžićevoj mantri, Evropu zaplašiti muslimanima, i uvjeriti Evropljane kako je on njihov zaštitnik.

Jedna od izjava, koja zasigurno izaziva gnušanje, a koja je izgovorena od strane Dodika u Radio televiziji Republike Srpske, javnom mediju manjeg bosanskohercegovačkog entiteta glasi: “Šezdesetih godina prošlog vijeka oni su se ovdje zvali Srbi muhamedanske vjere, pa su onda postali muslimani sa malim ‘m’ jer je to trebalo Titu jer je pravio odnose sa Nesvrstanim pa da pokaže kako ima dobar odnos sa muslimanima... E onda su oni počeli nešto da se homogenizuju, da bi do 1993. godine kao muslimani, sa malim ‘m’ na početku, sami sebe proglasili Bošnjacima sa namjerom da termin bude dovoljno intrigantan da integriše i sve Srbe i Hrvate i da se stvori bosanska nacija, bosansko pismo, bosanski jezik...“. Ovakav odnos prema ustavnostvornom narodu Bosne i Hercegovine, ne prolazi profesionalne novinarske filtere, što je karakteristično za RTRS. Evidentno je da je ovakav govor, govor mržnje, koji u javnom diskursu predstavlja negiranje historijske i pravne faktografije.

Čak šta više, studija OSCE-a, pod nazivom “Diskriminacija u Bosni i Hercegovini” u svojim rezultatima navodi da 8,8% ispitanika/ca u dobi od 18 do 29 godina, 10,7% ispitanika/ca u dobi od 30 do 44 godine, 13,2% ispitanika/ca u dobi od 45 do 59 godina i 12,6% ispitanika/ca starijih od 60 godina izjavilo je da nema društvene kontakte sa Bošnjacima/Bošnjakinjama.

2018. godine, potpredsjednik Republike Srpske, gospodin Ramiz Salkić navodi: “Diskriminacija se, prije svega, provodi kroz negiranje identiteta i negiranje bosanskog jezika. Prisutna je i diskriminacija u procesu zapošljavanja i zastupljenosti u javnim institucijama i vladinim agencijama, a njen cilj je raseljavanje Bošnjaka zbog nemogućnosti obezbjeđivanja egzistencije. Javni mediji u ovom entitetu rade protiv Bošnjaka i svega što je bošnjačko, predstavljajući Bošnjake kao otvorenu prijetnju ovom entitetu. Sve ovo se čini s ciljem usporavanja uspostavljanja veza među građanima različite nacionalnosti u ovom entitetu” (Anadolu Agency, “Ramiz Salkić: Jedan od najvećih problema u RS je sistemska diskriminacija Bošnjaka”, od 10.5.2018. godine). Izjava potpredsjednika Republike Srpske najbolje opisuju stanje kada je u pitanju odnos medija iz RS-a prema identitetu Bošnjaka.

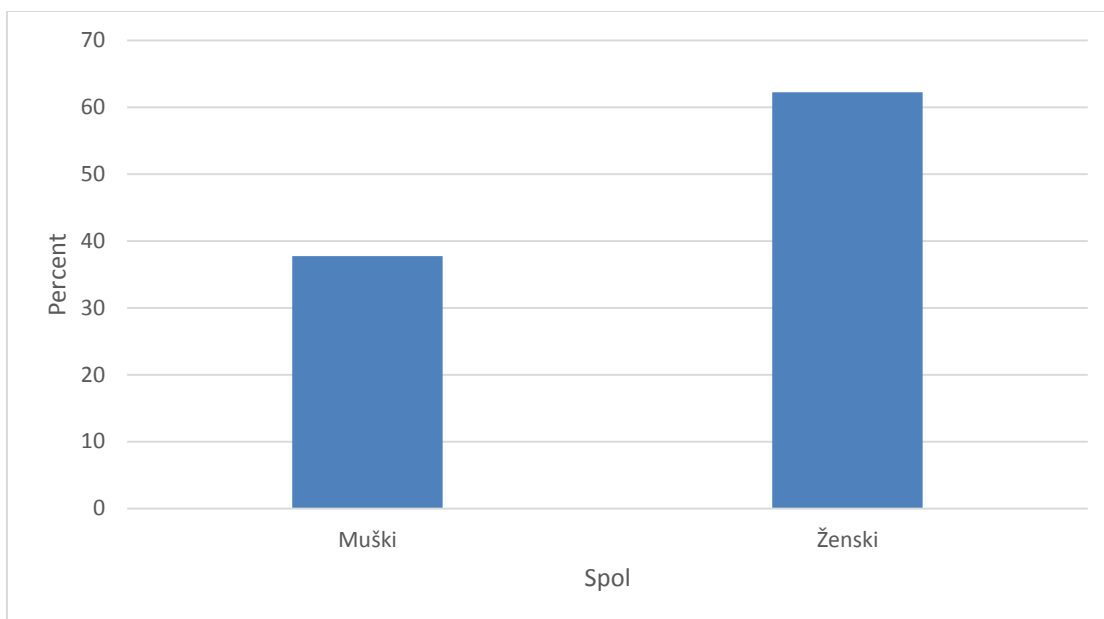
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

4.1. Sociodemografske karakteristike ispitanika

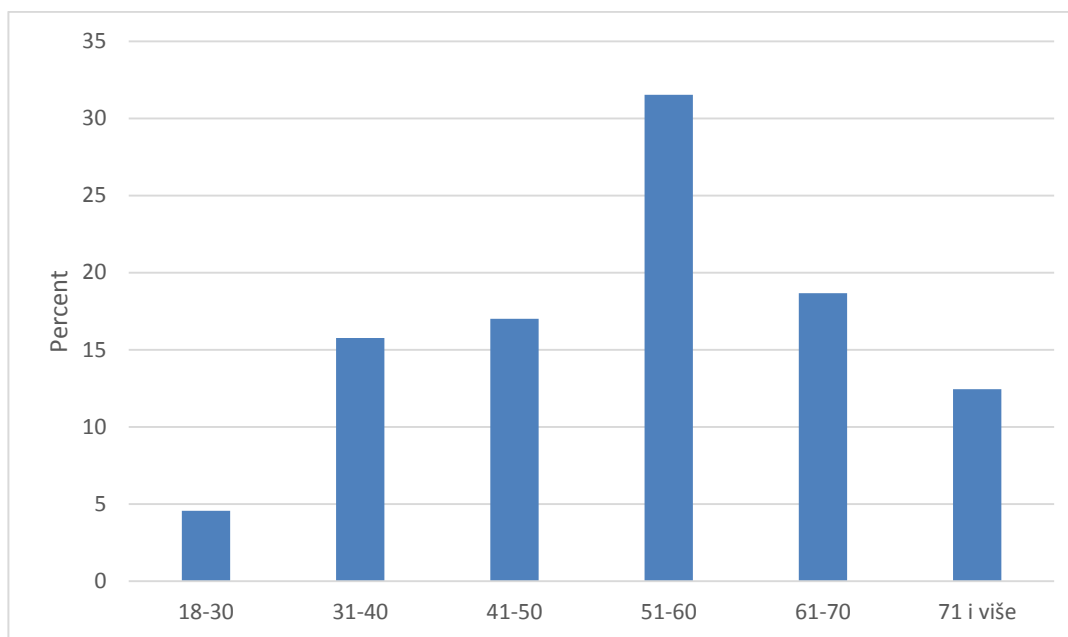
Ukupan broj ispitanika iznosi 241, od čega je 150 (62,2%) ženskog spola, te 91 (37,8%) muškog spola. Procentualno najzastupljeniji ispitanici su dobnoj skupini od 51 do 60 godina života sa 31,5%, a potom u dobnoj kategoriji od 31 do 40 godina, sa procentualnom zastupljenošću od 18,7%. Podaci su vidljivi u tabeli 1, te grafikonu 1 i 2.

Tabela 1. Sociodemografske karakteristike ispitanika

Varijabla		N	%
Spol	Muški	91	37.8
	Ženski	150	62.2
Dob	18-30	11	4.6
	31-40	45	18.7
	41-50	41	17.0
	51-60	76	31.5
	61-70	38	15.8
	71 i više	30	12.4
	Total	241	100.0



Grafikon 1. Spolna distribucija ispitanika

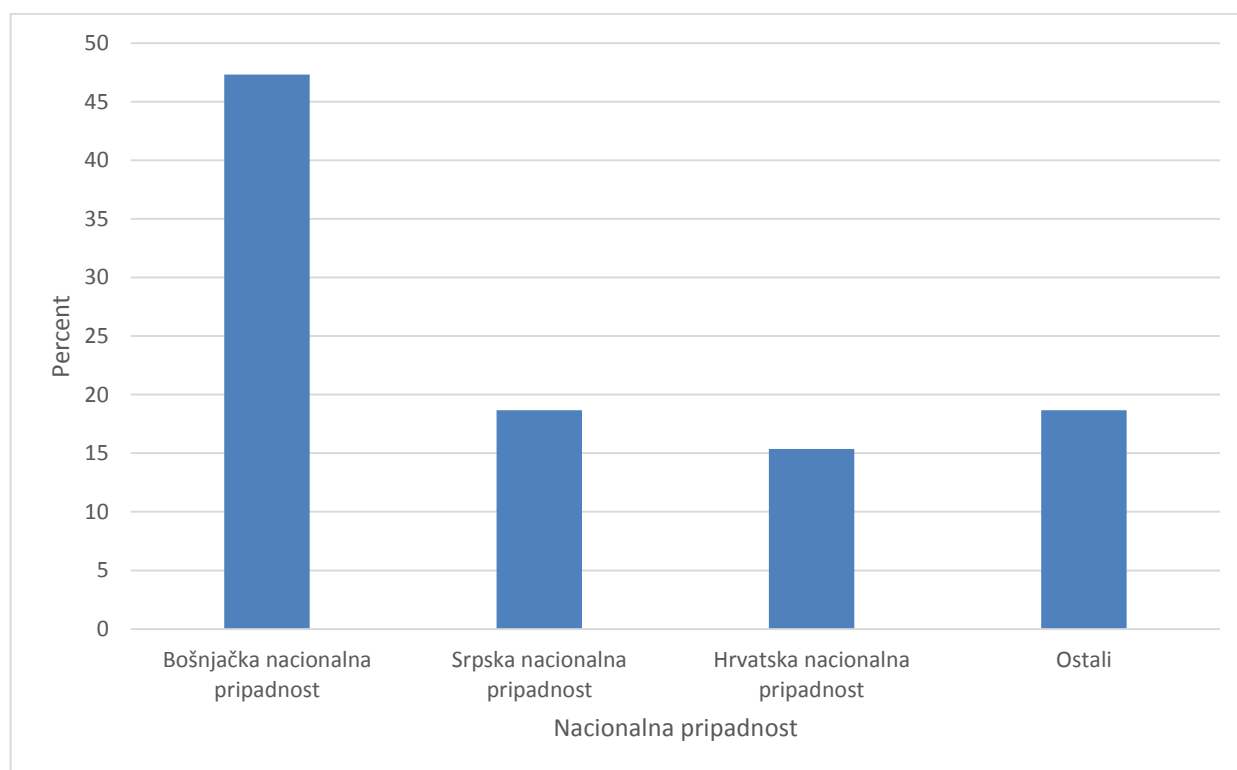


Grafikon 2. Dobna distribucija ispitanika

Kada je u pitanju nacionalna zastupljenost ispitanika, najveći broj ispitanika se izjasnio kao pripadnik Bošnjačkog naroda (47,3%), dok su u manjoj procentualnoj zastupljenosti bili ispitanici koji se izjašnjavaju kao pripadnici Srpskog (18,7%), Hrvatskog (15,4%) naroda, kao i ostali (18,7%) (tabela 2). Pod kategorijom ostalih podrazumijevaju se osobe koje se izjašnjavaju kao pripadnici drugih skupina, uključujući i Bosance, Bosance i Hercegovce i slično. Kategorizacija je napravljena na osnovu nacionalnih kategorija predviđenih Dejtonskim mirovnim sporazumom.

Tabela 2. Nacionalna pripadnost ispitanika

Varijabla		Frequency	Percent
Nacionalna pripadnost	Bošnjačka nacionalna pripadnost	114	47.3
	Srpska nacionalna pripadnost	45	18.7
	Hrvatska nacionalna pripadnost	37	15.4
	Ostali	45	18.7
	Total	241	100.0

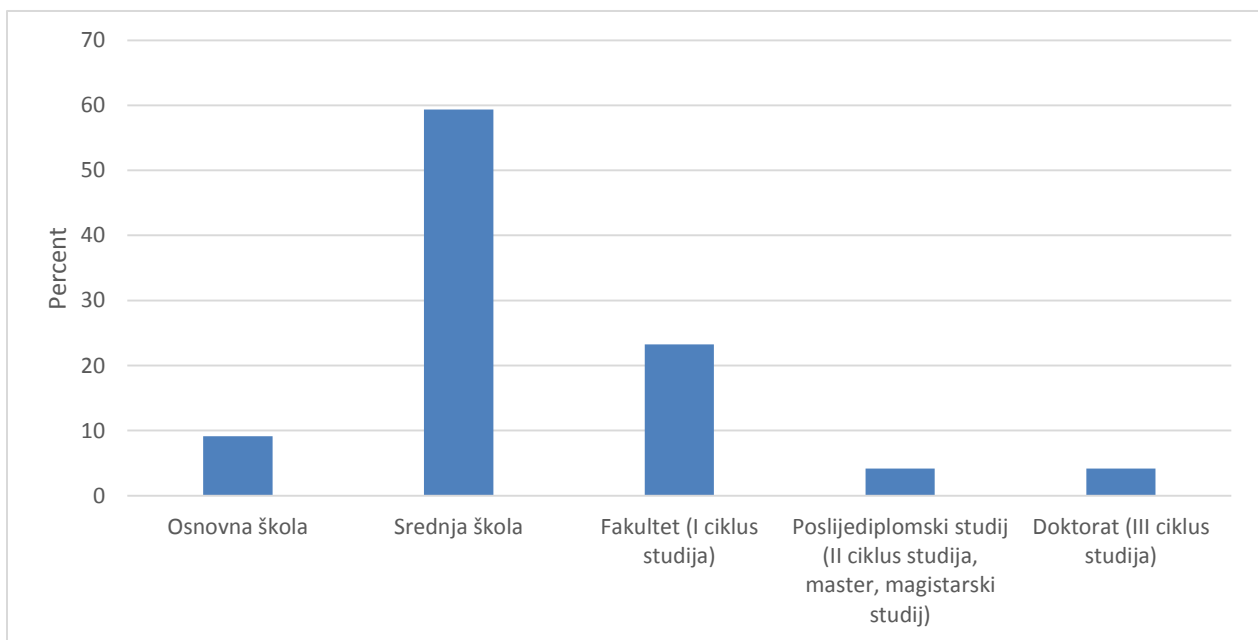


Grafikon 3. Nacionalna zastupljenost u ispitivanoj grupi

Najveći procenat ispitanika (59,3%) ima završeno srednješkolsko obrazovanje, a poslije ove skupine, najviše su zastupljeni ispitanici sa završenim fakultetom, odnosno prvim ciklusom studija (23,2%). U manjem procentu su osobe koje su završile osnovnu školu (9,1%), te master (4,1%) i doktorske studije (4,1%). Podaci su vidljivi u narednoj tabeli i grafikonu.

Tabela 3. Stepen obrazovanja ispitanika

Varijabla		Frequency	Percent
Stepen obrazovanja	Osnovna škola	22	9.1
	Srednja škola	143	59.3
	Fakultet (I ciklus studija)	56	23.2
	Poslijediplomski studij (II ciklus studija, master, magistarski studij)	10	4.1
	Doktorat (III ciklus studija)	10	4.1
	Total	241	100.0



Grafikon 4. Stepen obrazovanja ispitanika

4.2. Stavovi ispitanika o medijskom tretmanu identiteta Bošnjaka

U narednoj tabeli prikazani su rezultati percepcije i stavova, koji su ispitivani upitnikom, o medijskom tretmanu identiteta Bošnjaka u medijima. Većina ispitanika (67,2%) nije zadovoljna medijskim tretmanom identiteta Bošnjaka u medijima, dok s druge strane mali procenat se slaže sa prvom tvrdnjom (tj. da je medijski tretman identiteta Bošnjaka zadovoljavajući). Sa navedenom tvrdnjom se u potpunosti slaže 7,1% ispitanika, a odgovor “slažem se” na Likertovoj skali odabralo je 5,8% ispitanika.

Kada je u pitanju istovjetnost u tretmanu svih etničkih kategorija, uključujući i Bošnjake, najviši procenat (44,4%) se izjasnio da tretman nije identičan prema različitim etnonacionalnim kategorijama u medijima u Bosni i Hercegovini. Uvidom u tabelu također, vidljivo je da se visok procenat ispitanika ne slaže da je identitet Bošnjaka pravilno tretiran u svim dijelovima Bosne i Hercegovine (19,9%). Kada je u pitanju ova tvrdnja, dosta ispitanika je zauzelo neutralan stav (24,9%), dok se najviše ispitanika slaže sa navedenom tvrdnjom (30,7%).

Manje od trećine ispitanika navodi da je promocija identiteta Bošnjaka dostatno prisutna u svim oblicima medija (31,3%), dok se 25,7% ne slaže sa navedenom tvrdnjom, a 7,5% navodi da se uopšte ne slaže sa ovom tvrdnjom. Također, primjetan je i visok procenat zauzimanja neutralnog stava po ovom pitanju (23,2%).

Gotovo trećina ispitanika navodi da je prisutna diskriminacija kada je u pitanju medijski tretman identiteta Bošnjaka u Bosni i Hercegovini (31,5%). Po pitanju nacionalne pripadnosti kao eventualne barijere za ispravan tretman identiteta Bošnjaka ispitanici su se poprilično heterogeno izjasnili. Uvidom u narednu tabelu, također uočljivo je da su ispitanici gotovo u istom procentu procijenili tvrdnju o pojavi zamjene termina “Bošnjak” i “musliman”.

Većina ispitanika smatra da javni servisi ne ispunjavaju sve etičke norme kada je u pitanju tretman identiteta Bošnjaka, dok oko 40% ispitanika zauzima neutralan stav kada je u pitanju tvrdnja o poštovanju svih zakonskih i podzakonskih normative od strane medija po pitanju tretmana identiteta Bošnjaka u medijima.

Tabela 4. Stavovi ispitanika o tretmanu identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini

Tvrdnja	Uopšte se ne slažem		Ne slažem se		Slažen se, niti se ne slažem		Slažen se		U potpunosti se slažem	
	N		N		N		N		N	
Zadovoljan/a sam medijskim tretmanom identiteta Bošnjaka u medijima koji djeluju na području Bosne i Hercegovine	36	14.9	162	67.2	12	5.0	14	5.8	17	7.1
Medijski tretman je identičan prema različitim etno-nacionalnim skupinama u Bosni i Hercegovini	32	13.3	107	44.4	60	24.9	42	17.4	0	0.0
Medijski tretman identiteta Bošnjaka je pravedan u svim dijelovima Bosne i Hercegovine	20	8.3	48	19.9	58	24.1	74	30.7	41	17.0
Promocija identiteta Bošnjaka je dostatno prisutan u svim oblicima medija (tv, radio, društvene mreže itd.)	18	7.5	62	25.7	56	23.2	75	31.1	30	12.4
Ne osjećam postojanje diskriminacije kada je u pitanju tretman identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini	20	8.3	76	31.5	76	31.5	76	31.5	17	7.1
Etno-nacionalni identitet Bošnjaka se često zamijeni sa vjerskom kategorijom "Musliman" u medijima	0	0.0	55	22.8	66	27.4	55	22.8	42	17.4
Nacionalna pripadnost ne predstavlja barijeru ispravnom tretmanu identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini	11	4.6	38	15.8	55	22.8	78	32.4	59	24.5
Javni medijski servisi ne ispunjavaju sve etičke norme kada je u pitanju tretman Bošnjaka u Bosni i Hercegovini	12	5.0	49	20.3	49	20.3	91	37.8	40	16.6
Poštovanje identiteta Bošnjaka je evidentno kada su u pitanju mediji u Bosni i Hercegovini	9	3.7	55	22.8	78	32.4	59	24.5	40	16.6
Mediji se pridržavaju zakonskih i podzakonskih normi kada je u pitanju tretman etno-nacionalnih kategorija u Bosni i Hercegovini	13	5.4	62	25.7	95	39.4	52	21.6	19	7.9
Tretman identiteta Bošnjaka je stvar uredničke politike u medijskom prostoru	12	5.0	44	18.3	57	23.7	95	39.4	33	13.7
Smatram da se tretman identiteta Bošnjaka u posljednjih 10 godina poboljšao	19	7.9	55	22.8	64	26.6	47	19.5	56	23.2

4.3. Ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika u tretmanu identiteta Bošnjaka u odnosu na spolne kategorije

Kako bi se ispitalo da li postoje statistički značajne razlike u odgovorima i stavovima ispitanika u različitim spolnim kategorijama, izvršena je analiza varijanse (ANOVA test). Rezultati su prikazani u tabeli 5, a uvidom u navedenu tabelu uočava se da ne postoje statistički značajne razlike u stavovima ispitanika kada su u pitanju različite spolne kategorije (muškarci i žene), jer je p vrijednost veća od 0,05 ($p = 0,817$).

Tabela 5. Analiza varijanse (ANOVA test) za ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika u tretmanu identiteta Bošnjaka u odnosu na spolne kategorije

ANOVA test	Zbir kvadrata	df	Srednja vrijednost kvadrata	F	p
Između grupa	.055	2	.055	.054	.817
Unutar grupa	244.393	239	1.023		
Ukupno	244.448	241			

4.4. Ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika i korelacije u tretmanu identiteta Bošnjaka u odnosu na nacionalne kategorije

Kao i u prethodnom slučaju, izvršena je ANOVA analiza kako bi se utvrdilo da li postoje statistički značajne razlike u odgovorima, a samim time i stavovima ispitanika kada je u pitanju nacionalna pripadnost, odnosno da li osobe postoji razlika u odgovorima i stavovima o tretmanu identiteta Bošnjaka u medijima u odnosu na tri nacionalne grupe i ostale koju su predviđeni Dejtonskim mirovnim sporazumom. Uvidom u tabelu 6, može se zaključiti da je p vrijednost

manja od 0,05 a samim time i da postoje statistički značajne razlike u odnosu na različite nacionalne kategorije ispitanika.

Tabela 6. Ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika u odgovorima i stavovima ispitanika u odnosu na nacionalnu pripadnost

ANOVA test	Zbir kvadrata	df	Srednja vrijednost kvadrata	F	p
Između grupa	10.288	4	3.429	3.471	.017
Unutar grupa	234.160	237	.988		
Ukupno	244.448	241			

Testom korelacije, utvrđeno je da postoji statistički značajna korelacija u zadovoljstvu ispitanika i nacionalne pripadnosti ($p = 0,004$).

Tabela 7. Korelacija između zadovoljstva ispitanika i nacionalne pripadnosti

Varijable		Nacionalna pripadnost	Zadovoljstvo medijskim tretmanom
Nacionalna pripadnost	Pearson Correlation	1	.183**
	p		.004
	N	241	241
Zadovoljstvo medijskim tretmanom	Pearson Correlation	.183**	1
	p	.004	
	N	241	241

4.5. Ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika u odgovorima u odnosu na različite dobne kategorije

Za utvrđivanje postojanja statistički značajnih razlika u odgovoru ispitanika, u odnosu na različite dobne kategorije, korišten je ANOVA test. Rezultati su prikazani u tabeli 7, a govore u prilog nepostojanja statistički značajnih razlika u odnosu na dobne kategorije, kada su u pitanju odgovori o medijskom tretmanu identiteta Bošnjaka ($p = 0,685$).

Tabela 8. Utvrđivanje postojanja statistički značajnih razlika u odnosu na dobne kategorije

ANOVA test	Zbir kvadrata	df	Srednja vrijednost kvadrata	F	p
Između grupa	3.181	5	.636	.620	.685
Unutar grupa	241.268	235	1.027		
Ukupno	244.448	240			

5. INTERVJU

Za potrebe master rada urađen je intervju sa tri osobe. Intervju je bio struktuiran, a pitanja su bila ista za sve ispitanike.

5.1. Prvi intervju

5.1.1. *Biografija Emira Uzunalića*

Emir Uzunalić, sin Sabahetin i Mufidov, rođen je 05.05.1976.god. u Visokom. Nakon osnovne škole završio je srednju Mašinsku tehničku školu u Visokom. Zvanje nastavnika vjeronauke stekao je 1997. godine na Islamskoj pedagoškoj akademiji u Zenici. Visoku stručnu spremu i zvanje profesora historije stekao je na Odsijeku za historiju Filozofskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu, 2002. godine. Student je drugog ciklusa studija na istom fakultetu.

Od 1996. godine do danas neprekidno je angažiran u nastavnom procesu u osnovnim i srednjim školama. U navedenom periodu radio je kao nastavnik vjeronauke, te profesor nastavnih predmeta Historija, Latinski jezik, Historija islama te Demokratija i ljudska prava. U Medresi „Osman-ef. Redžović” zaposlen je od školske 2003./2004. godine, gdje je i danas zaposlen na neodređeno vrijeme, na radnom mjestu nastavnika Historije, Historije islama i Demokratije i ljudskih prava. Kao student Islamske pedagoške akademije u Zenici bio je dobrovoljni pripadnik Armije Republike Bosne i Hercegovine od ljeta 1995. godine do potpisivanja Dejtonskog mirovnog sporazuma.

Dobio je mandat vijećnika Općinskog vijeća Visoko u periodu od 2008 do 2012. godine. Bio je član više izvršnih, upravnih i školskih odbora. Posebno vrijedi istaći predsjedavanje Upravnim odborom Zavičajnog muzeja Visoko (2013.-2017.), te članstvo u Školskom odboru Medrese „Osman - ef. Redžović” (2008.-2012). U periodu od 2013. do 2016. godine vršio je dužnost predsjednika Mjesne zajednice Gračanica, općina Visoko.

Oženjen je i otac jednog djeteta. Živi u porodičnoj kući u Lozniku, Gračanica, Visoko.

5.1.2. *Odgovori na pitanja*

Pitanje 1: Da li mislite da je podjednak odnos u javnim medijima prema identitetu Bošnjaka, Srba i Hrvata?

Emir Uzunalić: *„Prema ličnom mišljenju na BHT i Federalnoj televiziji možemo reći da je odnos podjednak. Identitet Bošnjaka u odnosu na druga dva naroda je vidljiv i prepoznatljiv pogotovo kada je riječ o praznicima i vjerskim i svjetovnim. Što se tiče RTRS onoliko koliko ja imam uvida jednakost ne postoji, Srbi i njihova kultura i identitet su dominantni u programskim šemama.*

Situacija je nešto drugačija u printanim odnosno internet medijima. Moje mišljenje da se tu može govoriti o nešto ugroženijem položaju Bošnjaka. Razlog vjerovatno leži u činjenici da u internet medijima je moguće komentarisati tekstove. U velikoj mjeri komentare ostavljaju i Srbi i Hrvati iz susjednih zemalja koji prema mom mišljenju površno poznaju prilike u BiH ali se ipak usuđuju kritikovati sve što je važno za identitet Bošnjaka što dovodi do nesvjesnog povlačenja i manjeg angažmana u pisanju tekstova koji su recimo važni za identitet.“

Pitanje 2: Da li ste primijetili da postoji diskriminacija prema Bošnjacima kada je u pitanju odnos medija u Bosni i Hercegovini?

Emir Uzunalić: *„Da svakako, kada su u pitanju mediji općenito, diskriminacija se najviše ogleda u bilo kojem pokušaju vezivanja Bošnjaka za srednjevjekovne Bošnjane npr. Znači postoji salva negiranja bilo kakvog historijskog kontinuiteta kojim Bošnjaci potvrđuju svoj identitet u historijskom kontekstu. Nije u pitanju argumetirano negiranje. Razlog je inercija naciionalizama devedesetih koja je još jaka. A tu inerciju, silu koja Bošnjake diskriminiše pojačavaju školski programi druga dva naroda koji diskriminišu identitet Bošnjaka. Tako možemo reći da je to sistemski i da će trajati još dugo.“*

Pitanje 3: Da li mislite da postoji razlika između termina „Bošnjak“ i „musliman“? Koja je razlika između ova dva pojma?

Emir Uzunalić: „... ako bismo postavili pitanje na način kako se termin Bošnjak i musliman tretiraju u tri BH medijska kulturna kruga ako postoje, a postoje? Odgovor bi bio sljedeći. U srpskom medijskom kulturnom krugu postoje dvije grupacije medija, jedna ona koja je u manjini pravi jasnu razliku između pojma Bošnjak i musliman i sve je jasno. Druga brojnija skupina srpskih medija još uvijek namjerno griješi u stilu vladajuće politike nastojeći Bošnjake podvesti pod termin musliman u svakom smislu. U hrvatskom medijskom kulturnom krugu situacija je manje više ista sa jednom razlikom ovih prvih je daleko manje. U bošnjačkom medijskom kulturnom krugu uglavnom se termini Bošnjak i musliman pravilno razlikuju ali postoji jedna skupina bošnjačkih medija, u malom broju, koja uvodi novi termin „Bosanac“ i kojeg prema mom mišljenju upotrebljava potpuno pogrešno. Bošnjak je pojam kojim se označava narod. Musliman je termin kojim se označava pripadnost vjeri.“

Pitanje 4: Koji su faktori koji utiču na medijski tretman identiteta Bošnjaka?

Emir Uzunalić: „Najvažniji faktor je nejedinstvo bošnjačke politike ali i naučne bošnjačke elite. Drugi faktor leži u historiji dugog trajanja. Naime događaji u Bosni uglavnom u posljednjih stotinu godina nisu završili. Još uvijek traje formiranje bošnjačke nacije. Još uvijek traju ratovi iz devedesetih koji u glavama nacionalista formiraju teritorije koje trebaju pripadati nekome a nekome ne. Sve se to reflektuje u medijskom prostoru koji nastoji negirati poseban bošnjački identitet.“

Pitanje 5: Kako popraviti tretman identiteta Bošnjaka u medijima?

Emir Uzunalić: „Nažalost još uvijek snaga promjene ne leži u narodima u BiH pogotovo ne u Srbima i Hrvatima u BiH. Nažalost jedina snaga je međunarodna zajednica koja u ovom trenutku nije zainteresovana za jednak tretman svih u medijskom prostoru. Mišljenja sam da kroz bolje obrazovanje Bošnjaka u identitetskom smislu i djelovanje nevladinog sektora je moguće donekle promijeniti lošu sliku tretmana identiteta Bošnjaka. Drugi mogući odgovor leži

u vrlo slabom angažmanu probosanske akademske zajednice koji ne promišljaju nego su utopljeni u letargiju svakodnevnice ne nudeći odgovore nego kritiku današnjicu kao i ostali. Mislim da bi situacija bila mnogo bolja u zajedničkim projektima te akademske zajednice.“

5.2. Drugi intervju

5.2.1. Biografija – Admir Lisica

Admir Lisica rođen je u Sarajevu 12. 11. 1991. godine. Tokom 2014. godine diplomirao je na Filozofskom fakultetu u Sarajevu, Odsjek za historiju. Iste godine upisuje magistarske studije, a tokom 2017. godine odbranom magistarske teze pod nazivom „Koncepcija rješenja državno-pravnog uređenja u muslimanskoj politici 1878-1918“ stiče titulu magistra historije. Iskustvo je stekao radeći u medijima i nevladinim organizacijama. Obnašao je dužnost predsjednika i voditelja think-tank Balkanskog centra za analizu i studije, bio je uposlenik u Muzeju „Alija Izetbegović“ na poziciji naučnog radnika istraživača, osnivač je i predsjednik Udruženja za razvoj saradnje domovine i dijaspor. Autor je tri knjige „Priče iz dijaspor i domovinskih zemalja“, „Bošnjačka emigracija: izazovi i perspektive“ i „Bošnjaci pred izazovima globalnih političkih procesa: političko stasavanje jedne nacije“ kao i nekoliko naučnih radova. Autor je i izložbe „Diplomatski put Alije Izetbegovića“ i koautor izložbe „Alija Izetbegović – između Istoka i Zapada“. Član je uredničkog kolegija publikacije „Bošnjaci, Albanci i Turci – Prošlost i perspektive“ i urednik publikacije „Priče iz Hercegovine“.

U prethodnom periodu učestvovao je na međunarodnim naučnim konferencijama i skupovima, a kao predavač održavao je predavanja u regionu i dijaspori. Saradnik je međunarodnih instituta i think-tank centara. Predmet njegovog zanimanja su međunarodni odnosi, dijasporne zajednice, te regionalni politički odnosi s fokusom na položaj Bosne i Hercegovine. Autor je nekoliko stotina tekstova koji tematiziraju pomenute teme u regionalnim i bosanskohercegovačkim medijima.

5.2.2. *Odgovori na pitanja*

Pitanje 1: Da li mislite da je podjednak odnos u javnim medijima prema identitetu Bošnjaka, Srba i Hrvata?

Admir Lisica: „U kontekstu prvog pitanja da li je tretman isti, pa faktički imamo na djelu da određeni mediji koriste termin Bosanci i Hercegovci a da misle i na Bošnjake tako da to može nekada biti problematično iako jesmo mi Bosanci i Hercegovci po državljanstvu regionalno neko je Bosanac ,neko je Hercegovac ipak u određenim segmentima treba isticati i nacionalno ime Bošnjek te sa te strane imamo u eteru i u medijima da se primjerice taj prefiks Srpski, Hrvatski koristi onako slobodno dok Bošnjački prefiks često imamo u pozadini i on se previše ne koristi tako da ako gledamo s te strane onda taj pojam Bošnjak nije definitivno u upotrebi podjednako ali tome su doprinjeli i Bošnjaci. Dakle faktički nije do Srba i Hrvata nego do Bošnjaka u javnom prostoru tačnije bošnjačkih mediji koji nekada izostavljaju da koriste bošnjački prefiks.“

Pitanje 2: Da li ste primjetili da postoji diskriminacija prema Bošnjacima kada je u pitanju odnos medija u Bosni i Hercegovini?

Admir Lisica: „Kada je riječ o diskriminaciji prema Bošnjacima u medijima, pa ona je naravno zastupljena u medijima u manjem BiH entitetu, znači u medijima u Republici Srpskoj i to je očigledno kroz zloupotrebu imena Bošnjak, zbog svođenja Bošnjaka na vjersku skupinu i to je kontinuirano od završetka agresije do danas. Znači mediji u Republici Srpskoj u velikoj mjeri to koriste i u kontekstu toga možemo reći da Bošnjaci u entitetu RS na taj način doživljavaju marginaliziranje i osporavanje.“

Pitanje 3: Da li mislite da postoji razlika između termina „Bošnjak“ i „musliman“ ? Koja je razlika između ova dva pojma?

Admir Lisica: „Pa svakako „Bošnjak“ i „musliman“ su dva različita pojma. Bošnjak je nacionalno ime dok je musliman vjerska odrednica. Musliman može biti Alžirac, Azerbejdžanac

„Iranac i svaki drugi čovjek koji se izjašnjava u vjerskom smislu kao musliman i pripadnik islamske vjere, dok je Bošnjak nacionalno ime i Bošnjak iako su većina Bošnjaci muslimani, Bošnjak nužno ne mora biti ni praktičar musliman imamo ljude koji su ateisti Bošnjaci, Bošnjaci Hrvati, Bošnjaci koji su pravoslavci, Bošnjaci koji su katolici tako da to su dva različita pojma i to je itekako bitno isticati. U kontekstu toga znamo da recimo određeni političari namjernosvode Bošnjake na vjersku skupinu i nastoje da ime Bošnjak izbrišu i da na taj način Bošnjake jednostavno svode na vjersku skupinu muslimane što je neprimjereno i možemo reći i nepovoljno po Bošnjake ali i neprimjereno u svakom kontekstu gdje se jednom narodu jednoj naciji oduzima pravo na svoj izbor.“

Pitanje 4: .Koji su to faktori koji utiču na medijski tretman identiteta Bošnjaka?

Admir Lisica: „Faktori koji utiču na medijski tretman Bošnjaka jeste određeni narativ koji se kreira u javnom prostoru o njima. Dojelom i Bošnjaci sami kreiraju narativ o sebi ali i u velikoj mjeri kao što je taj primjer iz RS-a jeste da drugi pokušavaju nametnuti Bošnjacima određene stvari i određene narative. Naravno vidjeli smo i kod uspostave vlasti u BiH da su Bošnjake nazivali muslimanskom reprezentacijom i da bosanskohercegovački tim primjerice iz kantona u kojem su Hrvati većina da se nazivaju kao bošnjačka reprezentacija tako da Bošnjaci prije svega treba da porade na svom imidžu. Da jednostavno jasno daju do znanja da nemaju neke predrasude prema imenu Bošnjak .Da je Bošnjak nacionalno ime koje je izuzetno puno staro o kojem se govorilo i u toku Komunizma, ime Bošnjak-Bošnjanin imamo stotinama godina unazad i nas mnoge države i mnogi narodi, evo primjerice Albanskom u Francusom i drugim nekim jezicima Madžarskom, svi narodi u Bosni i Hercegovini su nazivani Bošnjacima kako je ustvari nekada i bilo.“

Pitanje 5: Kako popraviti tretman identiteta Bošnjaka u medijima?

Admir Lisica: „U kontekstu popravljjanja identiteta Bošnjaka u medijima to se samo tiče Bošnjaka možemo reći da Bošnjaci moraju kreirati o sebi jedno mišljenje koje je izuzetno pozitivno, da su Bošnjaci faktički i narod koji se nema čega stiditi u svojoj historiji da nisu činili

genocide, zločine da nisu drugima osporavali izjašnjavanje, nisu osporavali teritorijalni integritet. Bošnjaci samo činjenicama u javnosti mogu kreirati pozitivnu sliku o sebi i naravno reagirati uvijek kada ih drugi napadaju, omalovažavaju ili minimiziraju odmah reagirati na pravi način bez kurtoazije. Zaključak bi bio da Bošnjaci kreiraju narativ o sebi da se moraju truditi da jasno i glasno ističu činjenične stvari koje im idu u prilog i naravno cjelokupna historija Bošnjaka ide u tom smjeru i samo na osnovu činjenica i istine možemo kreirati jedan pozitivan narativ o nama.“

5.3. Treći intervju

5.3.1. Biografija – Harun Bošnjak

Harun Bošnjak, diplomirani žurnalista, rođen 19.12.1982. godine u Zenici. U trećem razredu srednje škole, 1999 godine, počeo je volontirati na Radio „Beta-i“ u Zenici što su bili prvi dodiri s novinarstvom. Volonterski rad u medijima nastavio je na Radio „BM-u“ u Zenici 2003. do 2004, da bi 2004. godine dobio posao na radiju „Zenit“ u Zenici gdje je radio do 2006. godine. Nakon toga je prešao raditi kao honorarni saradnik na BHR1, a ubrzo i na BHT1. Od 2009. godine je saradnik, a kasnije i zaposlenik BHRT-a gdje radi kao reporter IP-a iz Zeničko-dobojskog i Srednjobosanskog kantona. Oženjen je i otac dvoje djece.

5.3.2. Odgovori na pitanja

Pitanje 1: Da li mislite da je podjednak odnos u javnim medijima prema identitetu Bošnjaka, Srba i Hrvata?

Harun Bošnjak: *“Mislim da nije, a tvrdnju temeljim odnosom javnih medija u Republici Srpskoj koji nemaju jednak odnos prema konstitutivnim narodima u tom entitetu. Ovdje mislim da Bošnjaci i Hrvati, kao narodi, nemaju ravnopravan odnos kao većinski srpski narod u javnim medijima u RS-u.”*

Pitanje 2: Da li ste primjetili da postoji diskriminacija prema Bošnjacima kada je u pitanju odnos medija u Bosni i Hercegovini?

Harun Bošnjak: *“Da, apsolutno da postoji. Posebno je izražena u medijima u Republici Srpskoj.”*

Pitanje 3: Da li mislite da postoji razlika između termina „Bošnjak“ i „musliman“? Koja je razlika između ova dva pojma?

Harun Bošnjak: *“Postoji razlika između navedenih termina. Termin “Bošnjak” odnosi se na narod, a “musliman” na pripadnost određenoj vjerskoj zajednici.”*

Pitanje 4: Koji su to faktori koji utiču na medijski tretman identiteta Bošnjaka?

Harun Bošnjak: *„Faktori koji, po meni, utiču na medijski tretman identiteta Bošnjaka su, u najvećoj mjeri, direktnog medijskog djelovanja akademske zajednice, odnosno pojedinaca iz akademske zajednice koji rade na afirmiranju identiteta Bošnjaka. Ovdje mislim na univerzitetske profesore koji svojim javnim nastupima o identitetu Bošnjaka mogu u velikoj mjeri da utiču na obrazovanje šire javnosti o identitetu Bošnjaka. Jer svaki pojedinac danas je medij, svaki pojedinac, ili bar ogromna većina, ima pristup masovnim medijima. Svakako značajan faktor su i nevladine organizacije i udruženja kojima je u opisu djelovanja promocija identiteta Bošnjaka, odnosno njihovo kvalitetno i argumentovanje medijsko djelovanje.”*

Pitanje 5: Kako popraviti tretman identiteta Bošnjaka u medijima?

Harun Bošnjak: *“U odgovoru na prethodno, smatram da sam u velikoj mjeri odgovorio i na ovo pitanje. Danas je mnogo lakše popraviti tretman identiteta Bošnjak nego što je to bio slučaj prije*

agresije na BiH, odnosno u bivšoj Jugoslaviji. Akademska zajednica je iznjedrila nekoliko kvalitetnih bošnjačkih intelektualaca, imamo brojna udruženja koja rade na afirmaciji identiteta Bošnjaka... Svi oni skupa, uz pomoć masovnih medija koji su svima dostupni, mogu i trebaju da rade na popravljaju tretmana identiteta Bošnjaka. I sama medijska zajednica treba da ustupi više prostora za stalnom pisanju i pričanju o identitetu Bošnjaka u BiH.”

6. ZAKLJUČAK

U magistarskom radu na temu tretmana identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini, detaljno su pojašnjeni i opernalizovani termini i pojmovi medija i identiteta. Bitno je istaći da identitet kao etnonacionalna samoidentifikacija je stvar samopercepcije pojedinca, iako na tu samoidentifikaciju djeluju mnogobrojni faktori poput historijskih, geografskih, kulturoloških, političkih i drugih faktora. Uvidom u dosadašnju historijsku faktografiju dolazi se do zaključka da Bošnjaci imaju svoj kulturni, politički i nacionalni kontinuitet. Identitet Bošnjaka je često meta različitih medijskih kuća koje djeluju na području manjeg bosanskohercegovačkog entiteta, što je za mene predstavljalo izazov i motivaciju u istraživačkom kontekstu.

Historija Bošnjaka u Bosni i Hercegovini i Sandžaku svjedoči čestim napadima, kako fizičkim tako i svim drugim oblicima. Kuluminacija jeste genocid koji je počinjen nad Bošnjačkim narodom u toku velikosrpske i velikohrvatske agresije na Bosnu i Hercegovinu. Iako se ubijanje, u fizičkom smislu zaustavilo, na snazi je specijalizovani oblik rata, a po nekim autorima i posljednja faza genocida, koja podrazumijeva negiranje svega što je Bošnjačko. Negacijom bošnjačkog identiteta, koja izvire iz negatora zbog krize samoidentifikacije, želi se uništiti domicilni narod, drevne Balkanske zemlje Bosne, zajedno sa njihovom historijom, kulturom, vjerom i tradicijom. Specijalizirani rat i završna faza genocida kao svoje oružje nema granate i mitraljeze koji su poput kiše zasipali Bošnjačko stanovništvo u toku agresije na Bosnu i Hercegovinu, nego medije. Neprijatelji identiteta Bošnjaka su svjesni činjenice da su mediji današnje najjače oružje, kojim se veoma lahko može targetirati osoba, grupa ljudi, pa čak i cijela nacija.

Za potrebe magistarskog rada, izvršeno je istraživanje na uzorku od 241 ispitanika, na području Federacije Bosne i Hercegovine, odnosno Zeničko-dobojskog i Sarajevskog kantona. Istraživanje je izvršeno pomoću ankete koja je napravljena kako bi se testirale definisane hipoteze. Istraživanjem se došlo do zaključka da većina ispitanika nije zadovoljna medijskim tretmanom identiteta Bošnjaka u medijima koji djeluju na području Bosne i Hercegovine. Također, utvrđena je razlika u stavovima ispitanika o medijskom tretmanu identiteta Bošnjaka

kada je u pitanju nacionalna pripadnost, kao i korelacija između nacionalne pripadnosti i zadovoljstva medijskim tretmanom identiteta Bošnjaka.

Rezultati istraživanja govore u prilog postojanja specijalnog medijskog rata protiv Bošnjaka. Ovakve aktivnosti, nažalost, rijetko dobiju adekvatnu reakciju Bošnjačke elite, izuzevši mali broj intelektualaca koji svakodnevno kroz svoj naučni i stručni rad napominju svoj narod ističući vrijednost identiteta i onog što nose u svojoj krvi. Stoga, neka ovo istraživanje bude pokazatelj da smo svjesni, da ne šutimo i da svojim znanjem možemo naučno i stručno odgovoriti na izazove i iskušenja koji se nalaze ispred Bošnjaka.

7. LITERATURA

- 1) Ančić, M. (2004). Društvo, etnicitet i politika u Bosni i Hercegovini. *Godišnjak*, 36., br. 1., 293.-329.
- 2) Bandžović, Safet (2010): Metodološki pristup Branislava Đurđeva etničkoj historiji Bosne i Hercegovine: Muslimani i Bošnjastvo. U: (Juzbašić, Dževad), Naučno djelo akademika Branislava Đurđeva. ANUBIH: Sarajevo. str. 173-196.
- 3) Bandžović, Safet. (2001). Iseljavanje muslimanskog stanovništva iz Kneževine Srbije za Bosanski vilajet. *Znakovi vremena*, 12: 149-171.
- 4) Basler, Đuro 1984, „Paleolitsko doba” u Popadić M. (ured.), Kulturna istorija Bosne i Hercegovine od najstarijih vremena do pada ovih zemalja pod osmansku vlast, Veselin Masleša, Sarajevo, str. 13-28.
- 5) Bauman, Zigmunt (2009a): Identitet Razgovori s Benedettom Vecchijem, Zadar, Pelago
- 6) Baym, G. (2005). Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication*, 259–276.
- 7) Berger, Peter, T. Luckmann (1992): Socijalna konstrukcija zbilje, rasprava o sociologiji znanja, Zagreb, Naprijed
- 8) Bougarel, Xavier (200): Od “Muslimana” do “Bošnjaka”: Pitanje nacionalnog imena bosanskih muslimana. U: Kamberović, Husnija, Rasprave o nacionalnom identitetu Bošnjaka – Zbornik radova. Institut za istoriju: Sarajevo. str. 117-136
- 9) Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*.
- 10) Burke, Peter J., Jan E. Steets (2009): Identity theory, New York, Oxford University Press
- 11) Butorac, M. (2020). *Lažne vijesti (Specijalistički master rad)*. Zatrešić: Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zatrešić.
- 12) Čaldarović, Ognjen (2003): G.H.Mead: Um, osoba i društvo- sociologijsko utemeljenje jedne značajne teorije. Predgovor prijevodu djela G.H.Meada Um, osoba i društvo
- 13) Castells, M. (2002). *Moć identiteta*. Zagreb: Golden Marketing.

- 14) Damjanović, M. (2022). Istorijski razvoj interneta i računarskih mreža. Beograd. Retrieved from <https://raf.edu.rs/citaliste/internet/3623-istorijski-razvoj-interneta-i-racunarskih-mreza>
- 15) Dentith, M. (2017). The Problem of Fake News. *Public Reason*, 65-80.
- 16) Duraković, M., Sefo, M. (2020). Razvoj medija u Bosni i Hercegovini: Uloga i uticaj na javno mnijenje. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu.
- 17) Džaja, M., Dubravko, L. (2007). Bosanski krstjani ni dualisti ni bogumili: Srednjovjekovna Crkva bosanska. *Svjetlo riječi*. 286: 3-14.
- 18) Erikson, Erik (1976): Omladina, kriza, identifikacija, Titiograd, NIK Pobjeda
- 19) Fejzić – Čengić, F. (2009) Medijska kultura u Bosni i Hercegovini. Sarajevo: Connectum.
- 20) Fejzić – Čengić, F. (2016). Nelagoda u medijima. Sarajevo: Dobra knjiga.
- 21) Fejzić – Čengić, F. (2018). Kao ribe u vodi, ka filozofiji medija ili kako opstati s medijima. Sarajevo: Dobra knjiga.
- 22) Fejzić Čengić, F., Sefo, M. (2019). Promicanje društvenih vrijednosti uz primjenu medijske etike. Godišnjak Bošnjačke zajednice kulture “Preporod”, 1: 55-61
- 23) Filandra, Š. (1996). *Bošnjaci i moderna*. Sarajevo: Bosanski kulturni centar.
- 24) Filandra, Š. (2012). Bošnjaci nakon socijalizma – o bošnjačkom identitetu u postjugoslavenskom dobu. Sarajevo: Preporod.
- 25) Giddens, A. (1991). *Modernity and Self Identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity press.
- 26) Giddens, A. (2007). *Sociologija*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
- 27) Hadžihuseinović, S.S.M., (1999). *Povijest Bosne*. Sarajevo: El-Kalem.
- 28) Halpern, Katrin, Žan-Klod, Ruano-Borbolan (2009): *Identitet(i) – Pojedinac, gurpa, društvo*, Beograd, Clio
- 29) Ibrahimagić, O. (2012). *Bosanski identitet i suverenitet*. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu.
- 30) Imamović, M. (1997). *Historija Bošnjaka*. Sarajevo: Bošnjačka zajednica kulture „Preporod“.
- 31) Jaman, K. (2020). *Društvene mreže i međuljudski odnosi - od fikcije do stvarnosti*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija.
- 32) Janus, R. (2017). *Objektivistički pristup informaciji Toma Stoniera*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet.

- 33) Jović, A. (2016). *Uloga medija u odgoju djece*. Petrinja: Sveučilište u Zagrebi, Učiteljski fakultet.
- 34) Karagić, A. (2019). Marketinške značajke društvenih mreža s posebnim osvrtom na influencere. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu.
- 35) Karić, E. (2004). Prilozi za povijest islamskog mišljenja u Bosni i Hercegovini. Sarajevo: El-kalem.
- 36) Katunarić, Vjeron (2000): Castellsova panorama nove društvene epohe- predgovor prijevodu djela Uspon umreženog društva Manuella Castellsa, Zagreb, Golden marketing
- 37) Kaufmann, Jean-Claude (2006): Iznalaženje sebe – Jedna teorija identiteta, Zagreb, Antibarbarus
- 38) Kečo – Isaković, E. (2006). Izazovi mas-medija. Sarajevo: TKD Šahinpašić
- 39) Kirtis, A., & Karahan, F. (2011). To Be or Not to Be in Social Media. *Elsevier*.
- 40) Klaić, N. (1989). Srednjovjekovna Bosna. Zagreb: Fortuna.
- 41) Komarica, T. (2021). *Javna komunikacija kulturnog identiteta bošnjaka kroz analizu nastavnog programa Bosanskog jezika u osnovnoj školi (magistarski rad)*. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu, Fakultet političkih nauka.
- 42) Krelja Kulenović, E., Tomac, F., & Polić, T. (2021). Način informiranja i prepoznavanja lažnih vijesti kod studenata u toku pandemije COVID-19. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*.
- 43) Krotoski, A. (2013). *Untangling The Web*. UK: Guardian Books.
- 44) Lah, I. (2020). *Utjecaj društvenih mreža na percepciju svijeta i društvenih odnosa*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.
- 45) Marciuš, N. (2018). *Utjecaj medija na društvo*. Varaždin: Sveučilište Sjever.
- 46) Mastro, D. E., & Kopacz, M. A. (2006). Media representations of race, prototypicality and policy reasoning. An application of self-categorization theory. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- 47) Matavulj, T. (2021). *Utjecaj masovnih medija na ponašanje mladih*. Pula: Sveučilište u Puli.
- 48) Mead, George Herbert (2003): Um, osoba i društvo, Zagreb, Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo
- 49) Merchant, G. (2006). Identity, Social Networks and Online Communication. *Learning and Digital Media*.

- 50) Miliša, Z., & Ćurko, B. (2010). *Upbringing for Critical Thinking and Media Manipulation. Istraživanja.*
- 51) Mujanović, M; Sefo, M. (2015). Problemi u identifikaciji i lociranju terorista na području Europe. Međunarodna znanstveno-stručna konferencija “Dani Kriznog Upravljanja”, Hrvatska, Velika Gorica.
- 52) Patekar, N. (2019). *Utjecaj medija na formiranje slike o sebi.* Split: Sveučilište u Splitu.
- 53) Poročanin, D. (2020). Uloga i značaj medija u promoviranju imidža Bosne i Hercegovine. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu.
- 54) Purivatra, A. (1972). *Nacionalni i politički razvitak muslimana.* Sarajevo: Svjetlost.
- 55) Radas, J. (2015). *Doživljaj društvenih mreža iz perspektive adolescenata.* Zagreb: Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet.
- 56) Roskos-Ewoldsen, D. R., & Carpentier, F. R. (2002). Media priming: A synthesis. *Advances in theory and research*, 97-119.
- 57) Sarač – Rujanac, Dž. (2012). Rasprave o nacionalnom i religijskom identitetu u Sveskama Instituta za proučavanje nacionalnih odnosa 1983-1990. Prilozi. 41 (1): 147 – 184.
- 58) Sefo, M. (2016). Medijski imperijalizam u svijetu kao posljedica kulturnog imperijalizma. *Pregled.* 3: 181 - 186
- 59) Sefo, M. (2017). Odgovornost medija i poštivanje slobode govora u medijima kroz primjenu novinarskog ethosa. *Medijski dijalozi*, 26: 7-17
- 60) Sefo, M. (2019). Regulacija rada medija i zaštita javnosti pomoću dosljedne primjene medijskog prava. Godišnjak Bošnjačke zajednice kulture "Preporod" 62-68.
- 61) Sefo, M. (2021). Javno mnijenje i medijsko oblikovanje javnog mnijenja. *Pregled: časopis za društvena pitanja*: 175-184.
- 62) Sefo, M. (2022). *Uvod u komunikologiju.* Sarajevo: Perfecta.
- 63) Šljivo – Grbo, A. (1999). Glas savjesti. *Dijalog - Časopis za filozofiju i društvenu teoriju*, 2: 203-210.
- 64) Šljivo – Grbo, A. (2001). Sloboda medija i poštivanje etičkih načela. *Socijaldemokrat*, 6: 59-69.

- 65) Smailagić, Vedad (2019): Otkrivanje teksta. Prilozi semiotici kulture. Sarajevo: Sarajevo publishing / Institut za jezik.
- 66) Sokolović, H. (2018). *Uticao medija na kreiranje politickih stavova i vrijednosti*. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu, Filozofski fakultet.
- 67) Stryker, Sheldon (1968): Identity Salience and Role Performance: The Relevance of Symbolic Interaction Theory for Family Research, *Journal of Marriage and Family*, Vol. 30, No. 4 (Nov., 1968), str. 558-564.
- 68) Sućeska, A. (1965). O nastanku čifluka u našim zemljama. *Godišnjak društva istoričara Bosne i Hercegovine*, XVI: 37-57.
- 69) Turkle, S. (2012). *Sami zajedno: Zašto očekujemo više od tehnologije a manje jedni od drugih*. Zagreb: Tim pres.
- 70) Tutavac, M. (2021). *Utjecaj društvenih mreža na stavove mladih*. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.
- 71) Valković, J. (2010). Oblici i utjecaji televizijskog nasilja. *Nova prisutnost*.
- 72) Veljanovski, R (2005). *Javni RTV servis u službi građana*. Beograd: Clio.
- 73) Vidović, I. (2022). Problem nacionalne svijesti Bosanskih muslimana u austrougarskom razdoblju. Split: Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet.
- 74) Vikash Kumar, M. (2011). Indian Government to Launch Education Social Network. *Education J*.
- 75) Vila, S. (2021). *Bosanstvo i bošnjaštvo u srednjovjekovnoj Bosni (magistarski rad)*. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu, Fakultet političkih nauka.
- 76) Wardle, C. (2019). Understanding information disorder.
- 77) Watson, A. (2020). Fake news worldwide – Statistics & Fact. *Statista*.
- 78) Zgrabljic Rotar, N. (2005). *Mediji - medijska pismenost, medijski sadržaj i medijski utjecaj*. Zagreb: Media Centar.

8. POPIS SLIKA, TABELA I GRAFIKONA

Popis slika:

Slika 1. Historijski razvoj društvenih mreža (Izvor: https://www.future-marketing.co.uk/the-history-of-social-media/ , pristupljeno 15.1.2023)	18
Slika 2 - Prve printane novine "Relation" (Izvor: https://www.ub.uni-heidelberg.de/digi-pdf-katalogisate/sammlung10/werk/relation1609.xml?docname=relation1609&pageid=PAGE0005 , pristupljeno 12.01.2022.)	19
Slika 3. Prvi rječnik na bosanskom jeziku. Izvor: https://bosnaonline.proboards.com/thread/64/1731-bosansko-turski-rije-nik , pristupljeno 23.03.2023.)	62

Popis tabela:

Tabela 1. Sociodemografske karakteristike ispitanika.....	69
Tabela 2. Nacionalna pripadnost ispitanika	71
Tabela 3. Stepen obrazovanja ispitanika.....	72
Tabela 4. Stavovi ispitanika o tretmanu identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini. 74	
Tabela 5. Analiza varijanse (ANOVA test) za ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika u tretmanu identiteta Bošnjaka u odnosu na spolne kategorije.....	75
Tabela 6. Ispitivanje postojanja statistički značajnih razlika u odgovorima i stavovima ispitanika u odnosu na nacionalnu pripadnost.....	76
Tabela 7. Korelacija između zadovoljstva ispitanika i nacionalne pripadnosti	76
Tabela 8. Utvrđivanje postojanja statistički značajnih razlika u odnosu na dobne kategorije	77

Popis grafikona:

Grafikon 1. Spolna distribucija ispitanika	70
Grafikon 2. Dobna distribucija ispitanika.....	70
Grafikon 3. Nacionalna zastupljenost u ispitivanoj grupi.....	72
Grafikon 4. Stepen obrazovanja ispitanika	73

9. BIOGRAFIJA KANDIDATA

Melika Hakanović je rođena 5.11.1995. godine u Zenici. Osnovnu školu "Safet Beg Bašagić" završila u Visokom kao i Gimnaziju "Visoko". Prvi ciklus studija završila na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu odsjek Komunikologija/Žurnalistika. Trenutno na Drugom ciklusu studija Komunikologije/Žurnalistike na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Pored Drugog ciklusa na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, student je i na Drugom ciklusu Pravnog fakulteta Univerziteta u Travniku, gdje trenutno vrši istraživanje za potrebe izrade magistarskog rada na temu: "Društvena odgovornost kompanija u vlasništvu Federacije Bosne i Hercegovine".

Tokom pohađanja "Gimnazije" Visoko, aktivno je učestvovala u radu Asocijacije srednjoškolaca u Bosni i Hercegovini, pri čemu je koordinirala u učestvovala u pisanju projektnih planova za srednje škole. Volonterski radila na RTV Visoko, vodila radio emisiju omladinskog karaktera 7 godina. U period od 4.4.2022. godine do 5.5.2022. godine obavila je stručnu praksu u Javnoj ustanovi "Centar za kulturu, sport i informisanje" Visoko, radeći na pripremi dnevnih vijesti, pisanju tekstova za zvaničnu stranicu navedene ustanove i pripremala materijal za različite edukativne emisije.

Trenutno je aktivna u društveno korisnim i nevladinim organizacijama. Članica je više udruženja građana i humanitarnih organizacija u kojima obnaša rukovodeće pozicije. Predsjednica Nadzornog odbora udruženja za edukaciju, kulturu, i ekološku osvještenost "EkoNet" Visoko. Učestvovala je u aktivnostima udruženja "Damar omladine" Visoko. Pored navedenih udruženja zainteresovana je za politička dešavanja na lokalnom i državnom nivou, što je motivisalo da se uključi u rad Stranke demokratske akcije. Obavlja funkciju potpredsjednice Asocijacije mladih SDA Visoko, a ranije je bila član Izvršnog odbora Asocijacije mladih SDA Zeničko-dobojskog kantona.

Aktivno govori engleski jezik. Trenutno zaposlena na administrativnim poslovima u Ministarstvu unutrašnjih poslova Zeničko-dobijskog kantona. Članica je Samostalnog sindikata državnih službenika i namještenika Federacije BiH u organima državne službe, sudske vlasti i javnih ustanova u FBiH.

10. PRILOZI

Prilog 1. Upitnik

Anketa

Poštovani,

U nastavku se nalazi anketa koja ima za cilj da ispita stavove i percepciju ispitanika o medijskom tretmanu identiteta Bošnjaka u Bosni i Hercegovini. Vaši odgovori su mi potrebni u svrhu pisanja master rada na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Ispunjavanje ankete je na dobrovoljnoj osnovi, te ne podrazumijeva unosenje ličnih podataka kako bi se osigurala anonimnost. Molim Vas da sadržaju anketa pažljivo čitate, te da na tvrdnje odgovarate iskreno.

Unaprijed hvala na izdvojenom vremenu.

*Obavezno

1. Spol

Označite samo jedan oval.

- Muški
 Ženski

2. Dob

Označite samo jedan oval.

- 18-30
 31-40
 41-50
 51-60
 61-70
 71 i više

3. Nacionalna pripadnost

Označite samo jedan oval.

- Bošnjak/Bošnjakinja
 Srbin/Srpkinja
 Hrvat/Hrvatica
 Ostali

4. Stepen obrazovanja:

Označite samo jedan oval.

- Osnovna škola
 Srednja škola
 Fakultet (osnovne studije, studije prvog ciklusa)
 Poslijediplomski studij (magistarske studije, drugi ciklus studija)
 Doktorske studije (treći ciklus studija)

Stavovi o tretmanu identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini

5. Tvrdnja *

Označite samo jedan oval po retku.

	Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem, niti se ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
Zadovoljan/a sam medijskim tretmanom identiteta Bošnjaka u medijima koji djeluju na području Bosne i Hercegovine.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medijski tretman je identičan prema različitim etno-nacionalnim skupinama u Bosni i Hercegovini.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medijski tretman identiteta Bošnjaka je pravedan u svim dijelovima Bosne i Hercegovine.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promocija identiteta Bošnjaka je dostatno prisuta u svim oblicima medija (tv, radio, društvene mreže itd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ne osjećam postojanje diskriminacije kada je u pitanju tretman identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etno-nacionalni identitet Bošnjaka se	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

često zamijeni sa vjerskom kategorijom "Musliman" u medijima.

Nacionalna pripadnost ne predstavlja barijeru ispravnom tretmanu identiteta Bošnjaka u medijima u Bosni i Hercegovini.

Javni medijski servisi ispunjavaju sve etičke norme kada je u pitanju tretman Bošnjaka u Bosni i Hercegovini.

Poštovanje identiteta Bošnjaka je evidentno kada su u pitanju mediji u Bosni i Hercegovini.

Mediji se pridržavaju zakonskih i podzakonskih normi kada je u pitanju tretman etno-nacionalnih kategorija u Bosni i Hercegovini.

Tretman identiteta Bošnjaka je stvar uredničke politike u medijskom prostoru.

Smatram da se tretman identiteta Bošnjaka u posljednjih 10 godina poboljšao.
