

Anita Zovko¹, Jelena Vukobratović²
Filozofski fakultet u Rijeci, Hrvatska

Percepcija starenja i društveno-medijska slika o starima

Apstrakt: U radu se analizira utjecaj masovnih medija na opće mišljenje o starijim osobama. Nerijetko se kreiraju negativni stavovi/predrasude koji dovode do stereotipiziranja starijih osoba, odnosno starenja i starosti. Rad nosi ideju spajanja dva termina: percepcija starenja i društveno-medijska slika o starima. Neka od pitanja na koja autori u ovom radu pokušavaju dati odgovor su: *što su predrasude i stereotipi – odnosno koja je konkretna razlika među njima? Što je točno starenje? Kako masovni mediji prikazuju starenje i starost? Zašto društveni status starih osoba biva sve manji iako se povećava njihov broj? Kakva su mišljenja i iskustva starih osoba o predrasudama i diskriminaciji prema njima?* U prvom dijelu rada definiraju se pojmovi: starenje, starost i stereotipi te se analizira pojam ageizam/dobizam, dok se u drugom dijelu rada analizira položaj pojmova u masovnim medijima te se apelira na razvoj medijske pismenosti kao oblika prevencije kroz prizmu društveno-medijske slike o starima.

Cljučne reči: ageizam/dobizam, mediji, starost, starenje, društvo

Uvod

U središtu rada je problem pitanja percepcije starenja i društveno-medijska slika starih osoba. U društvu i medijima postoji određeni nezavidan položaj starih osoba, te je potrebno apelirati na taj problem teorijskim upoznavanjem društva s njim te mogućnostima njegovog praktičnog rješavanja.

Rad nosi ideju spajanja dva termina: percepcija starenja i društveno-medijska slika o starima. Takozvana *anti-age* kultura i konformističko ponašanje društva koje slijedi geslo „mlado je lijepo, a starost se voli kao što se voli uvenuli cvijet” doprinosi stvaranju ageizma/dobizma koje se očituje u medijskoj maši-

¹ Anita Zovko je redovita profesorica u trajnom zvanju na Odsjeku za pedagogiju Filozofskog fakulteta u Rijeci (anita.zovko@ffri.hr).

² Jelena Vukobratović je apsolvantica diplomskog studija pedagogije na Odsjeku za pedagogiju Filozofskog fakulteta u Rijeci (jelena.vukobratovic@gmail.com).

neriji koja ima sve veću moć u stvaranju (negativne) društvene slike o starima. Ageizam/dobizam je posljedični termin negativnog stava koji stvara čvršće tkivo ponašanja i mišljenja u obliku predrasuda i netrepeljivosti/nesnošljivosti prema starim osobama.

Problem rada ulazi i u područje rodne diskriminacije jer se ageizam/dobizam prepliće s problemom slabije zastupljenosti žena u medijima te se posljedično može uočiti pozvezanost ageizma i diskriminacije žena. Važno je osvijestiti društvo da žene u većini predstavljaju stanovništvo starije dobi, s obzirom na njihovu biološku predispoziciju za dugovječnost naspram muškaraca. Isto tako, ageizam se isprepliće s konzumerizmom, pri čemu je proces komodifikacije učinio masovne medije robom, potom s društvenim licemjerjem i tzv. fast-food odnosima, pitanjem odgovornog novinarstva (novinarskom etikom), a u konačnosti i s problemom ljudske nejednakosti.

Medijsko opismenjavanje je nužno u svrhu prevencije svega navedenog. Iako preventivni programi medijskog opismenjavanja nisu i garancija da će taj problem biti riješen, nužni su radi osviještavanja svih generacija o tom problemu.

Cilj rada je doprinijeti razvoju teorijske i praktične prakse u svrhu stvaranja platforme za pozitivniju percepciju starenja te afirmativniju društveno-medij-sku sliku o starim osobama.

Starenje, starost i stereotipi

Znanstveno proučavanje starenja relativno je novo. Nameće se pitanje: *što je točno starenje?* „Starenje označavamo kao fiziološki proces koji nastupa odmah nakon rođenja. On je zajednički svim ljudima, ne možemo ga zaustaviti, a napreduje različitim intenzitetom” (Perišin & Kufrin 2009, str. 30). Birren i Schroots (1984), prema Perišin i Kufrin (2009, str. 30–31), definiraju starenje kao „dvostruki proces dobitaka i gubitaka, koji teče povezano i istovremeno. Međutim, razlika je u tome što se u mladosti više dobiva, a manje gubi, dok se u trećoj životnoj dobi više gubi nego što se dobiva”. Prema Pečjaku (2001, str. 21), razlikuju se primarno i sekundarno starenje. „Primarno ili zdravo starenje odnosi se na one ljude koji su aktivni, bave se sportom, imaju hobije ili još uvijek aktivno rade. Sekundarno ili bolesno starenje odnosi se na one ljude koji su bolesni i nemoćni te im je potrebna pomoć drugih u obavljanju jedne od dnevnih aktivnosti: u umivanju, kretanju, uzimanju hrane, odijevanju i izlučivanju.” Važno je naglasiti da starost i starenje nisu sinonimi. Prije svega, starost je uvjetovana dvjema dimenzijama: biološkom i sociološkom (odnos prema starim osobama u različitim društvima – nerijetko bivaju društveno marginalizirani).

Najčešće je sociološka (društvena) dimenzija podložna negativnim stereotipima o starenju i starosti. Negativan stav prema starim osobama (npr. da su boležljivi, krhki, nesposobni, depresivni i sl.) dovodi do razvijanja predrasuda i stereotipa s negativnom konotacijom. „Uobičajena vjerovanja o procesu starenja rezultiraju negativnim stereotipima – pojednostavljenim i pristranim nazorima o starim ljudima” (Schaie & Willis, 2001, str. 16). Takva vjerovanja o procesu starenja neminovno utječu na društvenu sliku o starim ljudima.

Postavlja se pitanje: *što su predrasude i stereotipi – odnosno koja je konkretna razlika među njima?* Perišin i Kufrin (2009, str. 31) donose definiciju Ivana Šibera (1998), koji definira *predrasude* kao „izrazito apriorne stavove, donesene prije rasuđivanja, koji se temelje na snažnom emocionalnom odnosu, najčešće negativne i teško promjenjive, a *stereotype* kao generalizirana shvaćanja o osobinama pripadnika pojedinih društvenih grupa”. Jednu od najkraćih definicija predrasuda dao je Lafargue: „loše mišljenje o drugima bez dovoljnog opravdanja” (Komatina, 2003, str. 147). Može se zaključiti da stereotipi sami po sebi nisu štetni već to postaju kada su povezani sa predrasadama – pogrešnim vrednovanjem osoba ili društvenih grupa gdje je stav usvojen kao istina. Uz starenje idu najčešće negativni stereotipi. „Mitovi o starenju dovode do negativnih stereotipa, koji, zauzvrat, dovode do dobnih predrasuda i do isključivanja starih ljudi iz bilo kakvih društvenih aktivnosti” (Swenson, 1983, prema: Schaie & Willis, 2001, str. 19). Green (1981) ističe: „Prema stereotipu bismo trebali vjerovati da su stari ljudi umorni i mušičavi, pasivni, bez energije” (Green, 1981, prema: Schaie & Willis, 2001, str. 16). Ipak, Erdman B. Palmore (1990) izdvaja devet negativnih, ali i osam pozitivnih stereotipa koji su povezani sa starenjem (prema: Perišin & Kufrin, 2009):

- a) negativni stereotipi – boležljivost, starost, ružnoća, umno nazadovanje, gubljenje pamćenja, beskorisnost, izoliranost, siromaštvo i depresija;
- b) pozitivni stereotipi: ljubaznost, mudrost, pouzdanost, bogatstvo, politički utjecaj, sloboda, vječna mladost i sreća (koriste se za borbu protiv dobne diskriminacije i ageizma).

Ulazeći u analizu mnogobrojnih istraživanja može se uvidjeti da vrijedi slijedeće: „Stavovi prema starijima koji danas perzistiraju u društvu daleko su od pozitivnih” (Ručević, Tomašić-Humer & Toter; 2014, str. 224). Zabrinjavajuće je to što uvriježeni negativni stereotipi prema starim osobama utječu na sliku o sebi koju oni imaju. „Percipirani od drugih kao zaboravljivi, nezanimljivi i nesposobni, mnogi stari ljudi počinju prihvaćati stereotip kao točan opis samih sebe. Oni izbjegavaju socijalnu interakciju, jer misle da su dosadni; odbijaju naučiti neku novu vještinu jer vjeruju da su nesposobni. Mogu zanemariti tjelesne znakove

teške, ali izlječive bolesti jer ih promatraju kao neizbježne prateće pojave procesa starenja” (Rodin & Langer, 1986, prema: Schaie & Willis, 2001, str. 19). Nastojeći izbjeći negativne stereotipe – pojedine osobe starije dobi ulaze u začarani krug prikrivanja godina kako bi bile u skladu s takozvanim idealom mladosti koji je postao premisa današnjeg društva. To potvrđuju autori Schaie & Willis (2001, str. 19) te ističu: „*Starenje* je tako negativno vrednovano da će mnogi odrasli pokušati, često očajnički, očuvati barem mladoliki izgled – bojeći kosu, oblačeći se poput adolescenata, udvarajući osobama koje su dovoljno mlade da bi im mogle biti djeca”, Polić (2005, str. 101), u kontekstu rada koji promiče važnost odgoja djece za kvalitetan život u mladosti, zrelosti i starosti, dolazi do usporedbe funkcije igračke s idealom mladosti: „Pojednostavljeno, treba postati i ostati Barbie.”

Uzimajući u obzir dva polariteta pojma *stereotip* (pozitivni i negativni), isto se može pronaći u terminu ageizma/dobizma, pri čemu postoje dva pola termina: tzv. dobroćudni (doživljaj starih osoba kao sažaljenje) i zloćudni (netrepeljivost i odbojnost). Ageizam/dobizam je posljedični termin negativnog stava koji stvara čvršće tkivo ponašanja i mišljenja u obliku predrasuda i netrepeljivosti/nesnošljivosti prema starim osobama. Prije odgovora na pitanje: *što je ageizam/dobizam* – treba razlikovati i pojam *dobno razlikovanje* koji se često veže uz upitni termin. „Dobno razlikovanje je ponašanje koje razlikuje funkciju dobi od same osobe. S druge strane, ageizam je povezan sa stereotipima i predrasadama koje netko ima prema starijim osobama” (prema: Perišin & Kufrin, 2009, str. 32). Pečjak (2001, str. 86) donosi nekoliko *definicija ageizma*: „Diskriminacija na osnovi kalendarske starosti. Određivanje sposobnosti i propisivanje društvenih uloga isključivo na temelju životne dobi. Gledište koje ne prihvaća individualni pristup starijim osobama nakon određenog broja godina.” Isto tako, Pečjak (2001) smatra kako je ageizam zapravo „reakcija na frustracije i stresove kojih je puno u svakodnevnom životu kod mlađih osoba ili onih koje su još uvijek radno aktivne. Napetost i agresivnost najlakše je usmjeriti na slabe i nezaštićene” (prema Perišin & Kufrin, 2009, str. 32). Smatra se da su uzroci rasizma ili seksizma slični kao kod ageizma/dobizma. Butler (1975), Butler, Lewis & Sunderland (1991) prema Schaie & Willis (2001, str. 19) ističu: „Diskriminacija starijih samo zbog njihove dobi naziva se *ageism* (dobne predrasude), razmjerno novi *-izam* koji se pojavio uz rasizam i seksizam (rasne i spolne predrasude).” Perišin i Kufrin (2009) ističu da ageizam ne postoji u hrvatskom zakonodavstvu, o njemu se ne priča u javnim raspravama iako postoji i u medijima i u drugim institucijama.

Gledajući u prošlost, može se primijetiti malobrojnost starih osoba te njihov povlašteni položaj u obiteljskim odnosima (klišeizirani *sijedi mudri djed ili baka*). Beauvoir (1986) ističe malobrojnost starih ljudi do XIX stoljeća te pojavu povećanja broja starih ljudi, koja je komplementarna s pojavom kapitalizma. To potvr-

đu je Fukuyama (2003, str. 83): „U Europi je naime još početkom XVIII stoljeća svako drugo dijete umiralo prije petnaestog rođendana, a malobrojni su doživjeli 52 godine pa su ih smatrali osobama koje su preživjele svoj naraštaj. Devedesetih godina XX stoljeća više od 83% pučanstva moglo je očekivati dob od 65 godina a 28% ih je moglo doživjeti 85 godina.” Rezultati Državnog zavoda za statistiku (2011) u Republici Hrvatskoj govore da je postotak osoba iznad 65 godina starosti iznosio 17,7%, a u zadnjih dvadeset godina porastao je za oko 7%. Takav porast broja stanovnika treće životne dobi posljedica je boljeg zdravlja i zdravstvene zaštite, poboljšanih uvjeta stanovanja, higijene, prehrane i sl. (Pečjak, 2001). Dakle, ako se prouče događanja demografskih i društvenih promjena (misli se na odnos društva prema starim osobama u smislu rada i dokolice) u posljednjih nekoliko godina, može se doći do paradoksalne činjenice s obrnuto proporcionalnom mjerom: *broj starih osoba se povećava a njihov društveni status biva sve manji*. Nameće se pitanje: *zašto je tomu tako?* Elizabeth Dozois (2006) prema Perišin i Kufrin (2009) ističe nekoliko razloga koji su doprinijeli smanjenju statusa starih osoba u društvu te istovremenom podupiranju ageizma/dobizma. To su: razvoj tiska, industrijska revolucija, zajamčena mirovina, razvoj medicine, te dobna podjela. Isti autori navode da je ageizam posljedica segregacije ljudi. Termin segregacija (lat. *segregare* – razlučiti, rastaviti) podrazumijeva razdvajanje ljudi na osnovi različitih kriterija koji se u pravilu kose sa načelima ljudskih prava i sloboda. Razlikuje se pravna i stvarna segregacija. Dozois (2006) ističe tri psihološke teorije koje su važne za shvaćanje stereotipiziranja starih osoba i ageizma/dobizma: spoznajna teorija, teorija socijalnog identiteta i teorija upravljanja strahom (prema: Perišin & Kufrin, 2009).

U proučavanju ageizma/dobizma sve češće se može prepoznati stvarna segregacija koja je svakodnevno prepoznatljiva po nesnošljivosti ljudi prema starim osobama te se temelji na predrasudama prema njima. Međutim, problem treba pogledati iz perspektive starih osoba. Rusac, Štambuk i Verić (2012) ističu rezultate istraživanja o mišljenju i iskustvima starijih osoba o predrasudama i diskriminaciji prema starijim osobama na području grada Zagreba, koji apeliraju na nezadovoljstvo u području odnosa okoline prema starijim osobama, potom na isključivanje društva te postojanje predrasuda i diskriminacije u svim generacijama. Iste autorice u svom radu nude početne idejne točke kako bi se riješili problemi ageizma/dobizma u društvu. Isto tako, Berčan (2015, str. 231) u rješavanju tog problema daje prednost njegovanju međugeneracijske integracije, odnosno međugeneracijske solidarnosti jer „mladi ljudi koji se druže s drugim generacijama imaju pozitivniji pogled na starenje i steću uzor za vlastitu starost”. Na podizanju kvalitete života starijih osoba radi mnogo organizacija civilnog društva (udruge, zaklade...), koje svojim aktivnim angažmanom utječu na smanjenje stereotipa prema starijim osobama te na demokratizaciju društva i razvoj građanskih kompetencija. Jedna od njih

je Zaklada Zajednički put u Zagrebu koja je provela istraživanje *Prava osoba starije životne dobi u Gradu Zagrebu* (Spajić-Vrkaš, Vrban & Rusac, 2013), te istraživanje *Narativi o dostojanstvu u starijoj životnoj dobi* (Rusac et al., 2016).

Problem ageizma/dobizma u medijima unutar kulture hiperkonzumerizma tako ulazi u domenu problema personalističke bioetike iz perspektive filozofsko-teološkog gledišta, prava, zaštite i dostojanstva stare osobe. Valter Hugo Mae (2013) u svojoj knjizi *Stroj za pravljenje Španjolaca* nakon osobnog iskustva ističe kako starost nije ružna već je – svakakva, kao i svako drugo životno razdoblje. Rečenice u knjizi su započete malim slovom jer, prema njegovom mišljenju, svaki dio života ima svoju težinu. Logičan zaključak koji se nameće može se opisati u metaforičkom obliku: starost treba pripadati starosti sa svim njezinim borama koje su zapravo *folder* u kojem su napisane sve životne lekcije i iskustva – bez tih bora ne bi bilo čovjeka niti njegovog doprinosa svijetu, jer ako se bore izbrišu serviranim estetskim zahvatom, izbrisat će se kolektivno sjećanje čovječanstva. Stereotipi i predrasude predstavljaju eroziju svega što sačinjava moralno dostojanstvo ljudske civilizacije.

Mediji kao sustvaratelji slike o starijima

Mediji, uključujući televiziju, tiskane medije (knjige, novine, časopisi, oglasi i sl.) i dr. danas se smatraju iznimno značajnim i sveobuhvatnim izvorom sociokulturnog utjecaja na percepciju javnosti o starijim osobama i starenju. Osim što predstavljaju izvor informacija o različitim dobnim skupinama, nerijetko (ne) namjerno utječu na oblikovanje javne percepcije starenja. Mediji tako u nedostatku stvarnog kontakta između mladih i starijih nerijetko postaju jedini izvor međugeneracijskog kontakta. Sadržaji koji se promiču uglavnom podržavaju kult mladosti, dok se starije osobe prikazuju vrlo rijetko. Javno mnijenje koje se stvara o starima pritom je često kontradiktorno; s jedne strane je odviše pesimistički odnos prema starenju, dok se s druge strane ono optimistički uljepšava bez pravog promišljanja o životu starijih osoba. Vickers (2007) ističe dvije teorije koje objašnjavaju utjecaj medija:

1. **teorija socijalnog učenja** – ta teorija ističe da na mlade iznimno utječe ono što vide i čuju u medijima o starijima te su skloni imitaciji takvog ponašanja. Uzevši u obzir činjenicu da su mladi često u dodiru s medijima, naročito društvenim mrežama, oni posve spontano preuzimaju vrijednosti koje se promiču;
2. **teorija kultivacije** – ta teorija ističe kako mediji imaju veliku ulogu u oblikovanju percepcije svijeta; oni su dio društvene slike koju neizbježno i izgrađuju.

Bailey i Park (2006) objašnjavaju utjecaj medija i načina oblikovanja poruka o starijima polazeći od **teorije uokviravanja** (*framing theory*) koju su razvili stručnjaci za masovnu komunikaciju. Teorija uokviravanja objašnjava način na koji se prikazuje određena medijska poruka koja u bitnom određuje daljnje tumačenje događaja ili situacije. Drugim riječima, način na koji mediji pristupaju prikazu određene teme ima velik utjecaj na pojedinčevo tumačenje društvene stvarnosti. No, to ne znači da su medijski stručnjaci intencionalno usmjereni stvaranju dobnih okvira i promicanju ageizma. Oni su zapravo svjesno ili nesvjesno vođeni ideologijama koje nadalje ugrađuju u svoje sustave vjerovanja preko medijskih sadržaja.

Ageizam/dobizam u masovnim medijima

Negativni stereotipi prema starijima formiraju se od najranijih godina, postupno se kristaliziraju tijekom kasnog djetinjstva i mladosti te se ukorjenjuju u vrijeme mlađe odrasle dobi. S obzirom na to da djeca danas imaju sve manje kontakata sa starijim ljudima negoli proteklih desetljeća, vjerojatnije je da će tijekom tinejdžerskih godina upravo mediji utjecati na formiranje njihovog identiteta i vjerovanja o starenju i starijim osobama. Gerbner i saradnici (Gerbner *et al.*, 1979, prema: Harwood & Giles, 1992) utvrdili su da su stari pretežito negativno predstavljeni na televiziji, počevši od toga da ih se prikazuje kao potpuno seksualno nezainteresirane osobe zatvorenog uma pa sve do opisa starijih kao nesposobnih, mentalno sporih i usamljenih. Takvo negativno predstavljanje korelira s kasnijim stereotipiziranjem starih ljudi.

Stereotipi su vidljivi na televiziji, reklamama, filmovima, stripovima, knjigama, ali i crtićima. Vickers (2007) navodi primjer online crtanog filma pod nazivom „Honesty on the Internet” („Poštenje na Internetu”) koji prikazuje starijeg muškarca i ženu koji međusobno komuniciraju okruženi cigaretama, pivom i „junk” hranom. Prikaz njihovih fizičkih obilježja (tijela i lica) potpuno je iskrivljen. U međusobnom razgovoru jedan drugome lažu o svojim interesima te se lažno predstavljaju. Crtani film na taj način sugerira da stariji ljudi nisu atraktivni te da kao takvi moraju lagati da bi bili što privlačniji i bliži onom što se vrednuje, a to su mladost, fizička ljepota i sl. Također, povezivanjem cigareta, pive i „junk” hrane u kontekst starijih sugerira kako oni ne brinu o sebi, što dakako ne odgovara stvarnoj slici. Takvih i sličnih primjera iznimno je mnogo, a većina ih je usmjerena stereotipnom prikazu starijih kao senilnih, nezainteresiranih, dosadnih, čan-grizavih i pasivnih osoba. Istraživanja iz sedamdesetih, osamdesetih i devedesetih godina prošlog stoljeća pokazuju kontinuiran negativan prikaz starijih osoba u

medijima. Detaljnim medijskim prikazom starijih, Vickers (2007) skreće pažnju na neopravdanost takvog grubog svrstavanja grupe ljudi u jednu skupinu. To je posebice istaknuto i u istraživanjima nakon devedesetih godina prošlog stoljeća kada intenzivira kultura mladih u medijima.

S ciljem utvrđivanja slike o starijima u medijima, Robinson, Callister & Magoffin (2009) analizirali su filmove za mlade u periodu od 1980. do 2006. Rezultati su pokazali podzastupljenost starijih ljudi u „teen” filmovima, u kojima čine tek oko 7% ukupnog broja likova. Stariji ljudi su marginalizirani i u pogledu njihove uloge, budući da su predstavljeni kao pozadinski, sporedni likovi. U 45% odabranih filmova stariji su prikazani pozitivno, a najčešći stereotipi vezani su uz opise starijih kao „savršena baka/djed” i „onaj koji uspješno stari”. Kako god, iznimno je visok postotak analiziranih filmova koji starije prikazuju stereotipno pa je tako 32% likova prikazano negativno, a karakteristike kojima su stariji opisani uključuju sljedeće opise: loši vozači, staromodni te osobe koje stalno prigovaraју. S obzirom na negativne prikaze starijih ljudi kojima su adolescenti izloženi u djetinjstvu i adolescenciji, ne začuđuje činjenica da izražavaju negativne stavove prema starijim osobama. Nakon godina izloženosti medijima koji negativno prikazuju starije odrasle osobe, adolescenti su „odgajani” da bi stereotipizirali starije ljude. Sve to neposredno dovodi do smanjene kvalitete i interakcije sa starijim osobama, a također utječe na negativnije viđenje procesa starenja.

Reklame u bitnom podržavaju trend mladosti, čime ne samo da oblikuju društvenu sliku, već nastoje utjecati na stvaranje slike starijeg o samom sebi. Kovačević i Milosavljević (2014) u svom radu problematiziraju pojavljivanje starijih osoba u reklamama te, na temelju rezultata istraživanja, dolaze do zaključka kako se starije osobe pojavljuju u pozitivnom kontekstu u malom broju reklama. U tim slučajevima prikazani su kao mudri, puni iskustva te uvijek spremni pomoći drugima svojim savjetima. Takav pozitivan prikaz starijih pritom nije posljedica promjene stava, već posljedica zaoštavanja ekonomske i političke krize. Starije osobe pritom postaju sredstvo postizanja određenih ciljeva, u ovom slučaju privlačenja osoba koje imaju kupovnu moć.

Osim u popularnim medijima, i u knjigama koje predstavljaju prvi oblik masovnih medija, a koje su kasnije donekle zamijenjene novinama – mogu se pronaći mnogobrojni primjeri negativnog stava prema starosti. Nerijetko se u književnim djelima mogu primijetiti stereotipi koji se opravdavaju „potrebama čitatelja starije dobi” pa se tako na medijskim portalima nude preporuke za čitanje 45+, 50+ itd. „*Neku s velikim slovima*” jedan je od neprimjerenih komentara koji se može pronaći na društvenim mrežama.³ U medijima i popularnoj kulturi,

³ Više informacija na: <http://www.bibliovca.com/2014/07/koje-knjige-darovati-zenama-koje-imaju.html>, pristupljeno 17. travnja 2016.

među koje pripadaju filmovi, serije, stripovi, vicevi i sl., stari ljudi su često predmet negativnih stavova. Mladenačka ljepota je postigla robnu vrijednost. „Društvo spektakla i pretjerivanja u vrijednostima dovodi i do suprotnih efekata – sve gubi na značenju, sve postaje roba” (Vertovšek & Tomović, 2015, str. 964). S obzirom na to da su mediji (ponajprije televizija, Internet i dnevni tisak u dijelovima koji su zaduženi za senzacionalizam) usmjereni na prodavanje „robe” u javnosti izazivaju strah od starenja te zagovaranje estetskih operacija i botoksa kao neoperativnog oblika izmjene vanjskog izgleda. Kultura konzumerizma postavlja estetske kriterije koji su vezani uz zdravlje i neprestanu utрку za dostizanjem fizičke privlačnosti. Takve vrijednosti vode u socijalni konformizam, pri čemu je „konformističko ponašanje često potaknuto socijalnim motivima i prije svega je način zadovoljavanja socijalnih potreba”.⁴ Diktatura ljepote plod je najčešće neoliberalnog kapitalizma i socijalnog konformizma. Izloženi medijskom utjecaju – ljudi postaju sve više opsjednuti ljepotom i vanjskim izgledom te površnim vrijednostima, a starost pri tome postaje nalik crnoj budućnosti. Potrebno je učiniti svojevrsnu detabuizaciju starenja i starosti medijskim opismenjavanjem te odgovornim novinarstvom. Filmska industrija je i dalje jedan od najraširenijih oblika širenja mitova i predrasuda o starosti.

Uzimajući u obzir da su žene u većini kada se analizira stanovništvo starije dobi, treba promotriti starost i starenje unutar *rodne dimenzije* starosti i starenja. Analizom literature uvida se da to postaje relevantno feminističko pitanje. Ageizam/dobizam ulazi u domenu tzv. valovitog feminizma (Kovačević, 2015). Analizirajući većinu literature koja se odnosi na feminizam, mogu se primijetiti međugeneracijski sukobi unutar feminizma, pri čemu tzv. drugi val feministikinja (neofeminizam) kritizira začetnice ove radikalne socijalne teorije a kasnije i masovnog pokreta. Ipak, tijekom devedesetih godina 20. stoljeća pitanje starosti konačno dobiva na vidljivosti (i u empirijskom i teorijskom pogledu), i to prvenstveno uslijed osvješćivanja heterogenosti skupine „žene” (Kovačević, 2015). Poznate feminističke autorice, kao što su Simone de Beauvoir (*La Vieillesse*, 1970), Betty Friedan (*The Fountain of Age*, 1993), Susan Sontag (*The Double Standard of Ageing*, 1972), bave se problemom percepcije starosti iz feminističke perspektive, koja je i unutar te socijalne teorije poprilično marginalizirana. Kujundžić (2014) analizira prikaz starijih ženskih likova u 43 Disneyeva filma te zaključuje da u njihovom medijskom prikazu postoji pet glavnih tipova ženskih uloga koje implicitno poručuju mladim recipijentima usvajanje mitova i predrasuda o pojedinim karakteristikama likova spajajući ih s dobi: vještice, dobre vile, mudre starice, brižne bake i komične starice. Za potrebe ovog rada istaknut će se etiketiranje zadnje tri uloge: mudra starica je nerijetko prikazana kako nudi savjete, punašna je

⁴ Više informacija na: <http://www.zjzjzpgz.hr/nzl/77/norma.htm>, pristupljeno 17. travnja 2016.

i aseksualna, brižna baka je brižna, orijentirana na obitelj no nije sposobna pružiti konkretnu pomoć, dok je komična starica karikatura koja nema drugu funkciju osim nasmijati publiku. Ti likovi su, smatra Kujundžić (2014), najčešće prikazani kao sporedne pomagačke, savjetodavne i darivatelske uloge.

Hrvatski medijski prostor po pitanju stereotipa i ageizma u bitnom se ne razlikuje od ostalih zemalja. Tu konstataciju potvrdilo je istraživanje autorica Perišin i Kufrin (2009), koje su istraživale način na koji su starije osobe prezentirane u središnjim informativnim emisijama vodećih televizijskih kuća (HRT, RTL i Nova TV). Autorice su na temelju analiziranja svih priloga objavljenih u periodu od tri tjedna nastojale pobliže istražiti zastupljenost ageizma i stereotipne slike o starijima. Rezultati istraživanja pokazuju kako je ageizam zastupljen u glavnim informativnim emisijama medijskih kuća, a to je vidljivo u slaboj zastupljenosti starijih osoba u emisijama i priložima. Od ukupno 938 analiziranih priloga, starije se osobe prikazuju u njih 58, što je 6,2% svih priloga. Starije se osobe najčešće pojavljuju prilikom komentiranja određene situacije, s naglaskom na njihovo nezadovoljstvo skupim uslugama, odlukama političara i sl. Također, često se pojavljuju u ulozi žrtve ili kao siromašne osobe kojima je teško. Vrlo je malo priloga koji starije osobe prikazuju kao aktivne članove društva, što navodi gledatelja na stvaranje stereotipa o starima kao boležljivim, nespretnim, siromašnim i nezadovoljnim osobama. Ipak, od starijih se generalno u priložima traži mišljenje oko društveno-političkog pitanja, što može rezultirati pozitivnim stereotipom o starijima kao osobama čije je mišljenje iznimno važno zbog bogatog životnog iskustva. Autorice izražavaju zabrinutost velikim brojem priloga u kojima se starije osobe, naročito muškog spola, pojavljuju kao optuženici za pedofiliju ili bludnje radnje, što može rezultirati stvaranjem iskrivljenog pogleda na starije muške osobe kojih se treba bojati. Na koncu, autorice ističu i mali broj priloga o društveno poznatim starijim osobama, što opet upućuje na to da se uspješnost i društveni značaj povezuju s mlađim osobama. Na temelju rezultata istraživanja, vidljiva je zastupljenost ageizma u informativnim emisijama, što neminovno utječe na stvaranje stereotipa i predrasuda prema starijim osoba. Stoga autorice ističu nužnost suzbijanja ageizma na razini društva i medija, što pak zahtijeva niz konkretnih akcija medijskih i akademskih stručnjaka te udruga koje okupljaju osobe starije životne dobi (Perišin & Kufrin, 2009).

Iako je medijska slika o starima pretežno negativna, mogu se pronaći pozitivni primjeri uključivanja i predstavljanja starijih na televiziji ali i filmskim festivalima. Osmi po redu Zagreb film festival (2015) za ključnu temu uzima dobizam, a specifična posveta odnosila se na razne oblike diskriminacija osoba starije životne dobi. Filmovi kao što su „Daleko od nje” redateljice Sarah Polley, te dokumentarni film „Faboulous Fashionistas” redateljice Sue Bouren redefiniiraju starost unutar filmskih okvira. Pozitivan primjer u hrvatskom televizijskom pro-

storu je emitiranje emisije „Treća dob” koja u bitnom obrađuje pitanja vezana uz starost i starenje. Poseban je naglasak na pitanjima zdravlja starijih osoba, odnosa prema starosti i starenju, životu starijih osoba u pojedinim krajevima zemlje (selo, grad, otoci) te problemima s kojima se susreću. Također, emisija obrađuje teme vezane uz starije osobe u Europi, modele socijalne skrbi i socijalnih usluga koje su na raspolaganju starijim osobama kao i pitanja iz područja mirovinskog osiguranja. Posebno korisnim vidimo posvećivanje pažnje obrazovanju u trećoj dobi te aktivnostima vezanim uz očuvanje zdravlja i dugovječnosti (sport, rekreacija, zabava) (HRT radio, 2017). Emitiranje emisije koja se bavi pitanjima od interesa starijih osoba zasigurno je pozitivan iskorak budući da na taj način gledateljstvo različite dobi ima priliku dobiti osnovne informacije o starenju i starijima. Dobivanje šire slike o starijima može doprinijeti stvaranju pozitivnih stereotipa i boljem razumijevanju potreba osoba treće životne dobi. Povećanjem vidljivosti starijih u medijima otvara se mogućnost za veće poštivanje i bolje razumijevanje starijih u društvu, pod pretpostavkom da se stariji prikazuju u realnom svijetlu, a ne isključivo njihove negativne (individualne) karakteristike, koje mogu rezultirati pripisivanjem tih karakteristika svim članovima skupine.

Prikazom dominantnih mitova, medijske slike o starijima te relevantnih istraživanja može se uočiti pretežno negativna percepcija starenja. S druge strane, svjedoci smo kako se stereotipi polako povlače pred učenjem, razumijevanjem i vrednovanjem starenja. Stavovi laika o starijima još uvijek su kontradiktorni, što se najbolje vidi iz sljedeće teze autorice Despot Lučanin (2003, str. 22): „Priznajemo tjelesno slabljenje s godinama – ali kažemo da su stari ljudi hipohondri. Pripisujemo starima mudrost – ali ih smatramo senilnima. Govorimo o starosti kao o *zlatnim godinama* – ali vjerujemo da su stari ljudi većinom depresivni i u strahu od smrti.” Ovakve i slične oprečne slike o starijima nisu rijetkost, a dovode do brojnih posljedica, kako za pojedinca, tako i društvo u cjelini. Zbog svega toga treba kontinuirano raditi na senzibiliziranju javnosti za potrebe i probleme starijih osoba.

Zaključak

U radu su analizirana pitanja promišljanja i ideje o integrativnosti pojmova kao što su percepcija starenja te društveno-medijska slika o starim osobama. U glavnom dijelu rada pitanja s početka rada dobila su svoj odgovor. Može se zaključiti da je nužno napraviti više medijskog prostora za promicanje starosti te usvajanje kulture starenja medijskim opismenjavanjem javnosti – ponajprije razvojem kritičkog mišljenja. Navedeni su mnogobrojni primjeri, a posebno su istaknute javne akcije kao npr. Zagreb film festival koji je filmovima aktivirao građanstvo za promišljanje o starosti.

Analizom relevantnih izvora može se zaključiti da je nužna promjena društvene svijesti o položaju starijih žena u društveno-medijskoj prizmi. Važno je osvijestiti društvo da žene u većini predstavljaju stanovništvo starije dobi, s obzirom na njihovu biološku predispoziciju za dugovječnost naspram muškaraca. U tu svrhu u radu su istaknute određene poveznice između novog vala feminizma i pojave ageizma. Isto tako, može se predvidjeti utjecaj nadolazećeg trećeg vala feminizma koji se nastoji odmaknuti od esencijalističke kategorije (kategorije žena kao jedinstvene – ona koja je u fokusu) i koji naglašava razlike između samih žena, a tu se javlja i pitanje odnosa prema starijima odnosno starijih žena u međusobnim odnosima.

Nedostatak domaćih istraživanja diskriminacije na osnovu dobi (ageizam) ukazuje na izostanak bavljenja tim problemom, a time na potrebu njegova istraživanja. Davanjem teorijske pozadine i konkretnih primjera rad je pokušao utjecati na stvaranje platforme za pozitivniju percepciju starenja te na potrebu afirmativnije društveno-medijske slike o starim osobama.

Uz sve napisano, većina tema tek je zapravo otvorena, a provlači se osjećaj da se većina tih tema neće moći zatvoriti – dapače, razvoj znanosti i razvoj ljudske vrste samo će vremenom otvarati sve više poglavlja i sadržaja za promišljanje. Jednako tako otvarat će se sve više složenosti u definiranju starosti, starenja te njihove društveno-medijske percepcije. Zbog malobrojnosti istraživanja i neistraženosti tog područja treba raditi na rješavanju te donekle tabuizirane teme.

Reference

- BAILEY, T. A., & PARK, T. H. (2006). *Ageism in media: An Analysis of Discourse on Middle Age in Newspapers*. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Dresden International Congress Centre. Retrieved from: http://research.allacademic.com/one/www/www/index.php?cmd=www_search&offset=0&limit=5&multi_search_search_mode=publication&multi_search_publication_fulltext_mod=fulltext&textfield_submit=true&search_module=multi_search&search=Search&search_field=title_idx&fulltext_search=Ageism+in+the+Media%3A+An+Analysis+of+Discourse+on+Middle+Age+in+Newspapers
- BERČAN, M. (2015). Važnost međugeneracijske integracije i komunikacije za oblikovanje mišljenja o kvalitetnom starenju. U *Media, Culture and Public Relations*, 5(2), 231–240. Preuzeto veljače 9, 2016. sa http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=188973
- DE BEAUVOIR, S. (1986). *Starost*. Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod.
- DESPOT LUČANIN, J. (2003). *Iskustvo starenja*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- FUKUYAMA, F. (2003). *Kraj čovjeka?*. Zagreb: Izvori.

- HARWOOD, J. & GILES, H. (1992). „Don't make me laugh”: age representations in a humorous context. *Discourse and Society*, 3(4), 403–436. Retrieved January 25, 2017 from https://www.jstor.org/stable/42888757?seq=6#page_scan_tab_contents
- HRT RADIO (2017). *Treća dob*. Preuzeto srpnja 25, 2017. sa <http://radio.hrt.hr/emisija/treca-dob/824/>
- HRT MAGAZIN (2017). *Stari za mlade i mladi za stare*. Preuzeto srpnja 25, 2017. sa <http://magazin.hrt.hr/386253/stari-za-mlade-i-mladi-za-stare>
- HUGO MAE, V. (2012). *Stroj za pravljenje Španjolaca*. Zagreb: Vuković & Runjić.
- KOVAČEVIĆ, I. I MILOSAVLJEVIĆ, Lj. (2014). Kratki rezovi: antropološko proučavanje savremene reklame. *Etnoantropološki problemi*, 9(2), 435–462. Preuzeto lipnja 30, 2017. sa https://www.academia.edu/9325996/Kratki_rezovi_antropolo%C5%A1ko_prou%C4%8Davanje_savremene_reklame_Ivan_Kova%C4%8Devi%C4%87-Ljubica_Milosavljevi%C4%87
- KOVAČEVIĆ, S. (2015). *Gdje su u feminizmu valovi? Gdje su u feminizmu godine? Valoviti feminizam?* Preuzeto travnja 18, 2016. sa <http://www.libela.org/sa-stavom/5911-valoviti-feminizam/>
- KOMATINA, S. (2003). *Dominantne predstave o starosti*. Preuzeto sa <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/0038-982X/2003/0038-982X0304147K.pdf>
- KUJUNDŽIĆ, N. (2014). Evil Witches and Caring Grandmothers: Depictions of Elderly Female Characters in Walt Disney Animation Studio Animated Feature Films. *Treća: časopis Centra za ženske studije*, 16(1–2), 49–64. Retrieved from http://zenstud.hr/wp-content/uploads/2014/01/Treca_br1-2_2014.pdf
- PEČJAK, V. (2001). *Psihologija treće životne dobi*. Zagreb: Prosvjeta.
- PERIŠIN, T. I KUFRIN, V. (2009). Ageizam u televizijskom mediju na primjeru središnjih informativnih emisija HRT-a, RTL-a i Nova TV. *Ljetopis socijalnog rada*, 16(1), 29–51. Preuzeto travnja 18, 2016. sa http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=55846
- POLIĆ, R. (2005). Odgoj za starost kao mogućnost emancipacije. U *Metodički ogle-di*, 12(1), 97–111. Preuzeto veljače 9, 2016. sa http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=3855
- ROBINSON, T., CALLISTER, M. & MAGOFFIN, D. (2009). Older characters in teen movies from 1980–2006. *Educational Gerontology*, 35(8), 687–711. Retrieved February 11, 2016. from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03601270802708426>
- RUČEVIĆ, S., TOMAŠIĆ HUMER, J. I TÖTER, K. (2014). Usporedba stavova i stereotipa o starijim osobama te očekivanja vezanih uz starenje: uloga dobi i kontakta. *Ljetopis socijalnog rada*, 22(2), 223–241. Preuzeto veljače 9, 2016. sa http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=217069
- RUSAC, S., ŠTAMBUK, A. I VERIĆ, J. (2012). *Diskriminacija osoba starije životne dobi iz njihove perspektive*. Preuzeto veljače 10, 2016. sa <http://bib.irb.hr/prikazirad?rad=605985>
- RUSAC, S., VAHTAR, D., VRBAN, I., DESPOT LUČANIN, J., RADICA, S., I SPAJIĆ-VRKAŠ, V. (2016). *Narativi o dostojanstvu u starijoj životnoj dobi*, Zagreb: Zaklada Zajednički put. Preuzeto sa http://zajednickiput.hr/wp-content/uploads/2016/05/Narativi-o-dostojanstvu-u-starijoj-z%CC%8Civotnoj-dobi_ispravljeno-2.pdf

- SCHAIK, W. K. & WILLIS, S. L. (2001). *Psihologija odrasle dobi i starenja*. Zagreb: Naklada Slap.
- SPAJIĆ-VRKAŠ, V., VRBAN, I., I RUSAC, S. (2013). Prava osoba starije dobi u gradu Zagrebu, Zagreb: Zaklada Zajednički put. Preuzeto sa http://zajednickiput.hr/wp-content/uploads/2013/11/studija_online.pdf
- VERTOVŠEK, N. I TOMOVIĆ, A. (2015). Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije. In *Medias Res – časopis filozofije medija*, 4(6), 952–969.
- VICKERS, K. (2007). Aging and the Media: Yesterday, Today and Tomorrow. *Californian Journal of Health Promotion*, 5(3), 100–105. Retrieved from http://www.cjhp.org/Volume5_2007/Issue3/100-105-vickers.pdf

Anita Zovko⁵, Jelena Vukobratović⁶
 Faculty of Philosophy, University of Rijeka, Croatia

The Perception of Ageing and Socio-Media Image of Senior Citizens

Abstract: The paper analyses the influence of mass media on general opinion about the elderly. Negative attitudes/preconceptions are often created which lead to stereotyping of the elderly, i.e. of ageing and old age. The work has the idea of connecting two terms: age perception and the socio-media perception of senior citizens. Some of the questions the authors aim to answer are: *what are preconceptions and stereotypes, and what is the concrete difference between them? What exactly is ageing? How do mass media present ageing and old age? Why is the social status of senior citizens declining even though their number is increasing? What is the opinion and experience of the elderly about preconceptions and stereotypes regarding themselves?* In the first part of the paper the terms: ageing, old age and stereotypes are defined, and the term ageism and its manifestation in the media, as well as the role of journalism, are analysed. In the second part we analyse the place of these concepts in mass media, and urge towards media literacy development as a form of prevention, seen through the lens of media-created social image of the elderly.

Keywords: ageism, media, old age, ageing, society.

⁵ Anita Zovko is Professor at the Department of Pedagogy, Faculty of Philosophy, University of Rijeka (anita.zovko@ffri.hr).

⁶ Jelena Vukobratović je final year undergraduate student of pedagogy at the Department of Pedagogy, Faculty of Philosophy, University of Rijeka (jelena.vukobratovic@gmail.com).