

Nikola Kristić

Mediji – odgovornost – koruptivnost – kriminal

Postavit ću teze kroz mnoštvo pitanja, a siguran sam da će vam se odgovori, kao i zaključci i sami nametati...samo možda na ovakav način o temi i niste razmišljali.

Kolika je i kakva je uloga medija u današnjem hrvatskom društvu?

Kakve poruke mediji odašilju i koliko to sve psihološki djeluje na primatelje-konzumente sve većeg broja emisija, programa, ukupnosti informacija, a sve veće pojavnosti novih i novih elektroničkih medija...

Koliko i kako takva informativnost, pa i zagušenost medijskog prostora, te način na koji se poruke odašilju slušateljima i gledateljima, reflektiraju prema današnjem hrvatskom društvu.

Kakva je korisnost za primatelje informacija, a koliko je to samo psihološko djelovanje preko medija, tek kao modusa, prijenosnika ili filtratora informacija, a u korist djelujućih centara moći. Financijskih, političkih, lobističkih, koruptivnih, kriminalnih miljea ili i samih medija koji u suvremenom društvu zapravo su i sami postali novi c e n t r i m o ć i....možda i s dijelovima gore navedenih atributa...

Kolika je i kakva etičnost u profesionalnom radu novinara, urednika, u konačnici i vlasnika medija?

Je li etično istraživati svaku i najmanju moguću devijaciju u raznim porama društva, pa i konkretnih osoba, a pri tom kao osoba-novinar-profesionalac, biti manje etičan u vlastitim postupanjima, načinu života, shvaćanju profesionalnog obavljanja posla, od onih koje se proziva, istražuje ili optužuje.

Koliko bi mediji trebali i morali djelovati vlastitim primjerom, kao primjer drugima...ili je to čista utopija...

Koliko su mediji preuzeli ponašanja i djelovanja upravo onih drugih i tako izgubili vjerodostojnost pred onima kojima se obraćaju. Konzumentima. Čitateljima, slušateljima i gledateljima. Masama. Jesu li konzumenti te široke mase ili se poruke odašilju zapravo uskim skupinama (zapakirano u celofanu profesionalizma) kao rezultanta ostvarenja interesnih sfera jednih i drugih...Ili jednih prema drugima.

Jesu li mediji i medijske poruke tek puko terapeutsko djelovanje interesnih skupina i centara moći? Kada to radi aktualnih stanja i političkih trenutaka, zapravo nekome treba...

Ima li tu manipulacije i jeli u pitanju zaista velika psihološka igra centara moći i onih (konzumenata-širokih masa) koji te centre i nesvjesno hrane novcem i daju im golemu moć...financijsku, političku...

Novonastalim globalnim medijskim sistemom dominira tridesetak velikih transnacionalnih korporacija koje nadziru globalno tržište, ali utječu i na mala i lokalna tržišta informacija.

Uz globalnu centralizaciju medijske moći, značajka tog novog medijskog poretka je i globalna komercijalizacija i relativiziranje važnosti javnih medijskih servisa i usporedo s tim uopće pitanje primjenjivosti standarda javnih medijskih servisa u novonastalim okolnostima prevladavajućeg interesa oglašivača i dioničara velikih korporativnih sistema.

Glavni razlog zanimanja za ovu temu usmjeren je k snažnoj težnji za jasnim definiranjem uzroka i nastanka današnjeg globalnog medijskog tržišta, m e d i j a l i z a c i j o m odnosno t r i v i j a l i z a c i j o m politike, te dokazivanjem teze kako je cijeli proces pokrenut upravo iz korporativnih centara moći, a isključivo u ostvarenju globalnih ekonomskih interesa...

Korporativni interesi, kao temeljni „duh pokretač“ cijele priče, pojavljuju se tek u pozadini medijalizacije politike, opće komercijalizacije i postavljene medijske infrastrukture u čijoj je pozadini borba za novac...i moć.

Istina je da svijetom vlada onaj tko ima ekonomsku, vojnu i političku snagu. Međutim, u ovoj globalnoj eri interneta i komunikacijske tehnologije, uz navedene faktore, moć ostvaruje tek onaj koji informacijom može doprijeti baš do svakoga, namećući novi način života u kojemu uzorni građanin – postaje tek poslušni potrošač i pasivni promatrač, izgrađen na vizionarskoj traci američkog modela komercijalne televizije i u skladu s tim...N O V O G S V J E T S K O G P O R E T K A.

Ovo je meritum. Pitanje etike, koruptivnosti, odgovornosti medija, kriminala...na žalost, danas je tek i samo posljedica.

Herman i Chomsky (1988.) zaključuju da mediji imaju sustavno pristran pogled na svijet. Iskazuju hipotezu da američki tisak djeluje kako bi održao vanjskopolitičke interese američke vlade, jer je i sam taj tisak, proizvod određene ideologije i određenih materijalnih interesa. Oni tvrde da američki mediji djeluju kao propagandisti prevladavajućih korporativnih interesa u SAD-u, ali koji globalno nadziru i veći dio svijeta. Radi se o korupciji. Radi se o kriminalu. Na globalnom, ali itekako aplikativno i na malom hrvatskom prostoru.

Mediji tom cilju služe na različite načine: izborom tema (Zašto baš ta priča? Zašto baš ta slika?) klasifikacijom važnosti (zašto baš takav poredak vijesti u našem središnjem dnevniku?) smještanjem problema u okvire...(otvara se tema, ali obrada je malo mekša)

ne ide se do kraja, ili se „mixa“ u sklopu neke šire priče...pozivanjem osoba iz raznih upitnih miljea...uljepšavanje njihovih dosadašnjih slika...
Filtriranjem informacija, naglaskom i tonom, te zadržavanjem rasprave unutar granica prihvatljivih pretpostavki...(često se poslije nekih emisija pitamo – a o čemu je tu zapravo riječ...svi su ponešto kazali, ali zaključka nema...)

Mogu li novinari (jesu li dovoljno obrazovani, dovoljno plaćeni) prepoznati spinane „ulaze“ na tržištu informacija? Jesu li uopće kroz obrazovni proces (na fakultetima) osposobljeni uopće takvo što prepoznavati...ili kroz te osobne manjkavosti, a kada tu još dodamo i možda slabiju osobnost ili osobni karakter, te podložnost uredniku, samo zanemaruju proces (novinarski) na uštrb osobnosti (političara, poduzetnika i sl.)

Odgovor je dakako i u strukturi i ustroju medija, u nužnosti da se događajima bavi na ograničenom prostoru i pod pritiskom kratkih rokova. Dugo ispitivanje pozadine događaja, čitateljima ili gledateljima može biti iznimno neprivlačno. A to ne prodaje novinu i ne donosi gledanost i slušanost....

Kontrola nad informacijama je ključni atribut moći, a mediji mogu služiti kao sredstvo koje im određuje pristup...

Autocenzura se zaista može pokazati češćim i podmuklijim oblikom kontrole.
Danas su prisutne sofisticirane metode pritiska na novinare, koje dovode do samocenzure. Do poslušnosti. A onda to nije više novinarstvo....

Sprečavanje pristupa informacijama jedno je sredstvo koje stoje na raspolaganju državi koja želi upravljati medijima, ali isto tako ta moć može se koristiti i za njihovo selektivno širenje...“spinanje“....

Pa zatim primjena pritiska kroz stalne pritužbe na račun izvještavanja, stalno javno preispitivanje medijskog izvještavanja...što je stvaranje ozračja tjeskobne samokritičnosti.

Međutim, ljudi (novinari) sami stvaraju svoju povijest, ali ne u uvjetima o kojima sami odlučuju...Pitanje je sada, koliko je čovjek, individualno jak-karakterom, dostojanstvom, znanjem – materijalnom neovisnošću (nije primarno) da se svim tim pritiscima odupre...

Primjeri govore kako je to teško ostvarivo: Gitlin još 1991. godine piše da novinari plešu kako političke kampanje sviraju, a ustrajno tvrde da slijede vlastiti ritam...

Gdje se izgubila etika, odgovornost...pitanje je kućnih odgoja, odnosa zavisnosti...Još 1967. godine, jedan od autora govora Richarda Nixona napisao je da je važniji „imidž!, a ne „čovjek“!?! Tako se i danas stvaraju slike vrhunskih profesionalaca-novinaru, jer jednostavno imaju takav ispeglani „imidž“, a kada se pogleda stvarnost...

Mediji su podložni manipuliranju...u modernom medijskom svijetu sve je manje prisutna etičnost, trajne vrijednosti...pa ako i postoje novinari izraženih moralnih načela, etičnosti

u obavljanju svog posla, oni obično bivaju stigmatizirani, etiketirani u negativnim kontekstima, ili bivaju pretučeni metalnim palicama...jer ne uklapajući se u podložnost i poslušnost medija, bivaju izopćeni...medijskim pakiranjem-uglavnom faktoidima... Konačan učinak je „virtualna stvarnost“.

Nju provode sami mediji. Mediji imaju moć. Mediji nisu više samo sredstvo preko kojih drugi podsustavi šalju svoje poruke, nego su u modernim poliarhijama – samostalna središta moći u recipročnom natjecanju s drugim središtima moći.

U ovom našem modernom svijetu, svijetu globalne ere, bespoštedne borbe za moć, pitanje etike, odgovornosti, koruptivnosti medija postaje u dokazivanju circulus vitiosus ove naše priče....

I na kraju što ostaje...ostaje jedino i samo čovjek-novinar. S profesionalnom i osobnom odgovornošću.

Upravo kao suprotnost i protuteža neetičnosti, nemoralnosti, koruptivnosti...kriminalu...