

TIPOGRAFSKA SVIJEST I NOVINARSTVO

TYPOGRAPHIC AWARENESS AND JOURNALISM

dr SEAD ALIĆ, vanredni profesor
Medijsko sveučilište, Koprivnica

Apstrakt: Rad govori o krizi tiskanih medija, ali jednako tako o teh-nološkim i političkim dimenzijama te krize. Ovaj rad u svojoj analizi polazi od tehničkih promjena u novinarstvu, a završava u analizi duboke moralne krize u koju je novinarstvo palo. Tekst želi detektirati poziciju novinara danas, te opisati sudare svjetova jednosmjernih i višesmjernih medija. Rad povlači povijesne paralele sa sličnim situacijama, pokazujući i specifičnosti suvremene situacije. Kraj rada donosi i teze (u obliku skice koju treba razraditi) o mogućem putu koji bi vodio izlazu iz krize.

Ključne riječi: Novinarstvo, kriza, politika, medij, biznis

Abstract: This work is about the crisis of print media, but also on the technological and political dimensions of the crisis. He begins with the technical changes in journalism, and ends in the analysis of deep moral crisis in which journalism occurred. Text tries to detect the position of journalists today, and to describe the clash of worlds unidirectional and multidirectional media. This paper draws historical parallels with similar situations, showing contemporary and specific situations. End of operation brings the thesis about a possible path that would lead to the solution of the crisis.

Key words: Journalism, Crisis, Politics, Medium, Business

Vjerojatno su se jadno osjećali prepisivači tekstova kada se u 15 stoljeću takorekući niotkuda povio tiskarski stroj koji je uspijevaо brže i velikim količinama istovremeno – umnažati i tekstove i slike. Njihovom znanju i umijeću, suptilnosti i odgovornosti, njihovoј do tada neprikosnovenoj egzistenciji, sup-

rotstavilo se nešto grubo, mehaničko, nešto što samo uvijek na isti način otiskuje, bez upliva ljudske ruke, bez taktilnosti koja je rukopisu davala posebnu dimenziju.

Bilo je zasigurno onih prepisivača koji su u tom stroju i dalje vidjeli samo prešu za vino¹ i koji su i rezultate rada takvog stroja pogrdno uspoređivali s rezultatom rada čovjeka opsjednutog proizvodom strojeva poput takve preše. *'In vino veritas'* nije bila rečenica koja bi pozdravili s radošću, naročito ako su zbog takve preše izgubili posao. U nekim elementima nisu ni griješili. Preša za vino razvila je jednu vrstu opijenosti koja će 'zaludjeti' stoljeća, a medij tiskane riječi i sustav umnažanja razvit će svojevrsnu tipografsku svijest. Općinjenost će se uzdizati do onih visina gdje nešto pripada idejama umnoženim tipografskim sredstvima umnažanja a gdje idejama samim.

S pojavom fotografije slikari su se, posebno u Francuskoj, osjetili gotovo pa uvrijeđenima. Slikanje portreta, od čega su do tada živjeli, i posao za kojega su se pripremali godinama, odjednom je postala stvar tehničke naprave koja bi (gotovo) istu stvar (portret) napravila u nekoliko minuta. Padale su teške riječi i dugo se vodila cehovska borba za vlastitu poziciju u svijetu proizvodnje simbola prestiža. Ono što je do tada bilo samo na zidovima gospode (koji su to sebi mogli priuštiti) odjednom je postalo proizvodom koji je mogao ukrasiti bilo koji zid bilo kojeg građanina.²

Slična sudbina međutim zadesila je i vlasnike fotografskih radnji koji su dolaskom digitalne fotografije svoja stručna znanja (razvijanja filmova i izrade fotografija) mogli u poslovnom smislu doslovce zaboraviti. Struku su zamijenila instant rješenja, a jedna se vrsta znanja ponovno našla ugroženom pred novim tehničkim rješenjem. Od prvog fotografskog aparata koji se morao slati u samu tvornicu da bi se dobile fotografije, do trenutnog dobivanja fotografije, nije prošlo puno vremena. No u međuvremenu nestalo je mnoštvo posredničkih radnih mesta, odnosno vrsta znanja.

Kada je Tesla došao s rješenjem (naizmjeničnom strujom) gospoda koja su uložila ogromna sredstva u jednosmjernu struju našli su se pred provaljom – čitav jedan sustav se urušavao i sve je trebao raditi na drugi način, drugom tehnikom i s novim ulaganjima. Jedna tehnika biva zamijenjena drugom, da bi

¹ Richard Campbell, Christopher R Martin, Bettina Fabos: Media & Culture, An Introduction to mass Communication, Bedford/St. Martin's; Eighth Edition edition (February 23, 2011), str. 290/292

² Više u: Sead Alić: Masmediji, zatvor bez zidova u tekstu Istina iz stroja, CFM, Zagreb, 2012.

i sama uskoro bila zamijenjenom. Oslanjanje na tehnička rješenja slično je gradnji na trusnom području: građevina može opstati stoljećima, ali se u potpunosti može urušiti u nekoliko godina. Ostaju nezaposleni stručnjaci za pojedina područja (koja su nova tehnička rješenja nadrasla) a ponekad i čitavi fantomski gradovi (odnosno dijelovi gradova) u kojima su nekada živjeli ljudi prilagođeni strojevima svog vremena (primjerice radnici Fordovih automobilskih traka u Detroitu, danas među ostalim poznatom i po potpuno napuštenim i avetinjski praznim dijelovima grada).

Slične se situacije događaju svakodnevno. Kriza štampe/tiska samo je jedna u nizu kriza tehnika kojima se ne silazi s vlasti i generacija tipografskoga um³ kojima se više ne uči. Naravno uz to idu i politički i poslovni potresi. Gubitak tla pod nogama tjera hijerarhije na poteze obrane kojima se i ono što bi moglo funkcionirati dovodi u pitanje.

Ono što je nužno to je pokušaj sagledavanja takvih situacija iz šire perspektive. Jedino tako misao neće biti omeđena cehovskim interesima, odnosno partikularnim interesima neke skupine ljudi. Tehnička rješenja se pojavljuju i nestaju. Čovjek se za njih priprema ili ne priprema. Na mjesta nepripremljenih dolaze ljudi koji su dovoljno otvoreni za nove tehnike, dovoljno hrabri za eksperimentiranje, te dovoljno kreativni da otvaraju nova područja istoga u novim tehnikama.

To je tehnička dimenzija problema i ona, među ostalim, ukazuje na činjenicu da je uistinu važno pojam medija promatrati u povijesnom kontekstu, odnosno da se mora motriti šire od sredstva prijenosa informacije od točke A do točke B. Proširujući pojam medija i promatrajući medijske mijene u povijesnom kontekstu, moći ćemo razumjeti što nam to sugerira budućnost.⁴

Naravno to je moguće samo i isključivo kod onih novinara, intelektualaca, teoretičara, medijskih ljudi – koji nisu hipnotizirani nekom tehnikom i koji tom tehnikom nisu zaraženi do te mjere da izvan nje ne mogu vidjeti gotovo ništa. U slučaju tiska riječ je o takvoj *tipografskoj svijesti* koja poistovjećuje vrijednost i tehniku koja se koristi u posredovanju između čovjeka i dru-

³ O tipografskom umu više u Sead Alić: McLuhan, najava filozofije medija, u analizama odnosa usmenosti, pisma i tiska, CFM, Zagreb 2010.

⁴ O takvom razumijevanju tehnologije piše i Bill Kovarik u djelu Revolution in Communication, nažalost ponovno ponavljajući često činjenu grešku smještanja McLuhana među takozvane tehnološke deterministe. O takvim nerazumijevanjima McLuhana pisao sam u tekstu: O slobodi determinizmu i tehnodeterminizmu. Tekst je dostupan na stranicama časopisa In medias res: <http://www.centar-fm.org/inmediastres/index.php/in-medias-res-broj-1#1inmediastres01>

gobivstva. Pojednostavljen, za tipografsku svijest urušavanje tiskanih izdanja novina, knjiga, revija, pa i časopisa, predstavlja katastrofu s kojom će teško izići na kraj. Taj doživljaj katastrofe, međutim, svjedoči uglavnom o određenosti/općinjenosti tehnikom koja se koristi i neprilagodljivosti takve svijesti za nova rješenja i nove konfiguracije.

Onako kako nacionalizmi zaluđeno gledaju u svoje pismo, poistovjećujući granice kultura i civilizacija s pismom koje koriste, tako isto i sljedbenici novinskih plahti s ojađenošću gledaju prodajna mjesta prepuna neprodanih plahti novina. Onako kako nacionalizmi teško izlaze na kraj sa sve povezanim svijetom u kojemu njihova nacionalna luč predstavlja još samo suvenir, na taj isti način tipografski um ne priznaje tehnikе koje za sobom ne ostavljaju čvrste plahte papira, ukoričene tekstove, miris knjige i/ili uredno posložene rezultate na dugim nizovima polica.

Imati na umu neumitnost tehničkih promjena koje su duboko ušle u područje medijskog posredovanja znači imati na umu nekoliko nužnih mijena koje bi trebale pratiti te utjecaje:

- Nužnost promjene sustava edukacije u području novinarstva i medijskih posredovanja općenito
- Pojavljivanje nove javnosti (koja je odustala od jednosmjerne komunikacije starijih tehnologija)
- Potrebu (kreativnog) korištenja mogućnosti novih tehnika
- Uvid u nove oblike povezivanja/organiziranja odnosno aktivizma u području slobodnog i neovisnog (samo)informiranja građana

Sporost odobravanja studijskih programa, još veća sporost promjena tih programa, a djelomice i birokratiziranje sveučilišnih struktura, osnovne su prepreke za mijenjanje pristupa u edukaciji budućih novinara, PR stručnjaka, komunikologa, medijskih ljudi općenito.

U doba nevjerljivo brzog napretka tehnika koje nam stoje na raspolaganje još absurdnija je sporost promjena u programima i svijesti ljudi zaduženih za educiranje budućih generacija. Političke strukture, u strahu vjerojatno da im netko ne preuzme utjecaj nad tim osjetljivim područjem, ne stimuliraju promjene koje su 'već zahvatile i naše krajeve'. Ide se na ruku tiskanim izdanjima dnevnih novina, premda se većina građanstva informira portalima i društvenim mrežama. Spušta se porez korporacijama koje svoje dnevne novi-

ne koriste za poslove s nekretninama i mnogo čime drugim, što nema nikakve veze s informiranjem, obrazovanjem i zabavom.

Korporacije koje su se na vrijeme ubacile u područje oblikovanja svijesti građanstva (pri čemu uglavnom mislim na sustave manipuliranja, kontrole i zavođenja) stvaraju sliku o svojoj važnosti kod političara onako kako su nekada gnjevni slikari portreti blatili svoje kolege fotografе. Mahanje repom divova jednosmjerne komunikacije ima oblik igre fajlovima o grijesima ove ili one političke strukture, ovog ili onog političara. Istraživačko novinarstvo takvog tipa zapravo je igra marionetama, pomoću kojih krupni kapital, ako ne ubija, onda moralno i na sve druge načine diskreditira.

U svijesti je mnogih današnjih studenata još uvijek zastarjela nada da će doći u redakciju, da će im tamo urednik dati zadatak, da će ga oni na najbolji mogući način obaviti, da će tekst biti objavljen i da će oni, zadovoljni i sretni zbog obavljenog posla, sjediti za svojim stolom i čekati novi zadatak. Svijest edukatora, nažalost, nerijetko nije puno dalje odmakla. Umjesto zaranjanja u samu zbilju, prepoznavanja procesa koji su na djelu, umjesto pronalaženja novih formi, suradnje na otkrivanju mogućnosti novih tehnika – dio edukativne strukture zadovoljava se nabranjima medija, podjelama medija, nabranjem članaka zakona o medijima i sličnim plivanjem po površini. Za takvu vrstu tipografske odgojne svijesti kriza je upozorenje i presuda.

Jednosmjerno komuniciranje tiskanih i elektroničkih medija danas ima svoju 'višesmjernu' kritiku na društvenim mrežama. Nema više nijednog teksta koji može 'procí nekažnjeno'. Nema više nijednog autora koji ne pregleda društvene mreže propitujući odjek svojih riječi i teza. Snaga tih mreža još uvjek nije tako velika da sruši utvrde korporacijsko-političko-poslovnih interesnih grupa. No puknuća na zidovima, povremena priznanja medija, skandali koji se preljevaju preko zidova utvrda, odnosno upornost ljudi nove elektroničke svijesti, upućuju na to da je pitanje godine kada će se pojavit potpuno novi organizacijski oblici koji će zasjeti u okvire pojma javnosti.

U svjetu višesmjerne komunikacije tisak je osuđen na propast. Onako kako su kočije morale ustupiti mjesto 'kočijama bez konja' tako isto će višesmjerno komuniciranje pretvoriti tiskana izdanja u medije umjetničkih artikuliranja pojedinih područja. Knjiga će prestati dijeliti informacije, a postati bliža umjetničkom djelu ili djelu od posebne važnost za onoga tko ju posjeduje.

U tom smislu treba reći da nije finansijska kriza stvorila krizu tiskanih medija. Ona je tu krizu moderirala i usmjeravala prema uspostavljanju nomenklature koja je tu krizu mogla kontrolirati/iskoristiti. No kriza tiska je

dublja i ona seže do našeg iskustva odnosno naše potrebe da dvosmjerno komuniciramo, da komuniciramo brže, da mediji poput pospoljašnjenog živčanog sustava (McLuhan) djeluju u trenutku i donose reakcije premreženog tijela zemlje na kojoj i s kojom zajedno živimo.

Svojim manjim dijelom kriza tiskanih medija pokazatelj je i dokidanja slobode u medijima. Jednosmjerno komuniciranje, uredništva vezana pupčanim vrpcama s političkim hijerarhijama, te sustavi distribucije koji onemogućuju pristup slobodi – sve je to dio upornog razvijanja nepovjerenja prema utvrdama iz kojih se upravlja tim procesima.

S druge strane takozvano neprofitno novinarstvo uredbama je i niskim razinama sufinanciranja pretvoreno u ukras na rani nedemokratskih sustava informiranja odnosno uniformiranja. Na djelu je zatvoren sustav koji ne dopušta proboj. U Zamku smo. U zamci smo. Klama vidimo povremeno kako ozbiljno, odmjereno, fotošopirano – kroz rupicu gleda u daljinu.

Stvaranje ekstraprofita generiranjem straha, mržnje, bijesa i sličnih emocija uz pomoć crnih kronika i proljevanja virtualne krvi u tekstovima mržnje – dolazi do svojih granica. Nije neiscrpno ljudsko iskustvo i ono će nakon određenog vremena reagirati kao svaki prezasićeni sustav: Kadrovi smrti na naslovnici ili organizirane televizijske prostitutije u emisijama koje se stavlaju u okvire televizijskog show programa, uskoro neće nikoga dirati. Proizvodnja stresa vratit će se svojim proizvođačima i protesti same temelje mišljenja i znanja o načinu komunikacije. Ono što je moglo biti pravilo koje je vrijedilo stoljećima, u dobu ubrzane trenutne komunikacije postaje balast. Pred vremenom smo novih oblika izazivanja pozornosti.

Uspjeh političko-medijsko-poslovnih lobija da upravljaju medijima doveo je do prepoznatljivih orientacija pojedinih medija. Za gotovo sve novine zna se tko na njihima ima utjecaj. Dio je to procesa odumiranja takvih novina. Sužavanje pristupa i objavljivanje isključivo tekstova koji su na tragu interesa nomenklature odredene orientacije – kopanje je rake. Na grobu svake novine trebao bi stajati epitaf: 'Previše smo vjerovali svojim političkim prijateljima'.

Krugovi u kojima su se našle tranzicijske državice ex Yu uglavnom su slični. Najutjecajniji mediji postali su igračkama ljudi čiji kapital sumnjivo miriše na naša zajednička nekada društvena sredstva, čudnim kanalima privatizirana i pretvorena u privatni, ortački, grupni kapital sudionika procesa pravno neprihvatljivog i nepravednog pretvaranja zajedničkog u privatno.

Takvim medijima cilj je stvarati uvjete koji omogućuju istu praksu i u vremenima nakon prvog bespravnog i nepravednog – doba bezvlašća. Njihovi

se interesi kreću prema biznisu s nekretninama, osvježavajućim ili alkoholnim pićima, zemljištu, ulaganju u turizam i svim drugim poslovima za koje im dobro može doći njihov medij (dok istovremeno glumi sredstvo informiranja obrazovanja i zabave).⁵

Politika nema namjeru mijenjati stvari jer je kratkoga daha. Ciklus razotkrivanja laži demokracije iz mandata u mandat, od izbora do izbora, postaje sve očiglednijim i jasnijim: uhljebljenje vlastitih kadrova ide paralelno s pljuvanjem po rezultatima bivše vlasti i 'vađenjem kostura iz ormara'; nakon toga slijedi polagani dolazak svijesti građanstva o lošim rezultatima, nepostojanju pravog plana, nerealiziranju obećanja i odustajanju vlasti od načela uz pomoć kojih je došla na vlast. Slijedi priprema za silazak s vlasti i uživanje u ugodnoj hladovini opozicije koja je godinama pripremana i bogaćena raznoraznim užicima za provođenje vremena u hladovini.

U svemu tome vlasnici novina ponašaju se kao kibiceri koji se klade na sigurno. Izlaze ususret onoj političkoj opciji čija se krivulja trenutno nalazi u uzlaznoj putanji, odnosno opciji koja još ima snage spustiti porez, oprostiti dugove, utjecati na sudske procese i sl. Onog trena kada krivulja kreće prema dolje javljaju se prvi znaci ozbiljnih napada. Izvlače se činjenice, ideje i tekstovi koji su dugo već poznati širokom krugu ljudi. Trenutak je to međutim promjene vremena: Jednoj se vlasti skraćuje dan a nadolazećoj produžuje.

Korporacije nastale na lažima tranzicije (udjelom u oglašivačkom kolatu) uređuju novine, komercijalne televizije, radijske postaje, a bitno utječu i na javni servis. Tako su same gospodarske korporacije postale mediji koji nas informiraju (ne dopuštaju prave informacije), educiraju (dokazuju kako nestaju svi koji se suprotstave krupnom kapitalu) i zabavljaju (svojim oglasima u kojima su sve cijene niske samo su neke niže i od niskih cijena).

U takvoj konstelaciji odnosa interesantno se postavljaju novinari i njihova cehovska udruženja: Sve su afere moguće i prihvatljive (naročito vječna mijena političkih afera), ali jedna se stvar gotovo nikada ne stavlja u pitanje –

⁵ Jedna u moru sličnih informacija o kojima se tek povremeno ponešto čuje i pročita: „Ministarstvo gospodarstva početkom prosinca predalo je DORH-u spis o tvrtki Vilinske poljane, koja je u vlasništvu Ninoslava Pavića i Davora Vlajčevića, u kojem se ona dovodi u vezu s rastakanjem tekstilnog diva Kamensko. Riječ je o nikad realiziranom projektu za "Uzgoj konja i proizvodnja kobiljeg mlijeka", za koji je Ministarstvo gospodarstva odobrilo strogo namjenski kredit od 14 milijuna kuna.“. Je li riječ o istini ili podmetanju, kao i u mnogim drugim slučajevima prosječnom čitatelju teško je prosuditi. Upućenima nije. <http://www.monitor.hr/vijesti/paviceve-vilinske-poljane-prijavljene-dorh-u/192689/>

to je uloga novinara pojedinca u stvaranju i održavanju te močvare neslobode neistine i lažnih odnosa, močvare koja se prikriva glazurom nagrada, istraživačkog novinarstva, povremenim apelima zapadnim institucijama i sličnim driblizmima.

Novinarska društva nemaju gotovo nikakve ingerencije. Pokušavaju balansirati između interesa krupnih izdavača i sitnih istraživača, između sumnjivog kapitala i sumnjive novinarske neutralnosti, između angažiranosti oglašivača i pasivnosti novinara koji stoje u redu za desert.⁶

Krugovi su to koji nas određuju, u kojima pravog novinarstva nema, niti će ga biti; krugovi su to u kojima se nagrađuje šutnja, a nedogovoren i govor kažnjava izgonom. Krugovi su to pakla gdje svi putovi novinarstvo vode isključivo prema dolje. Na površinu se dižu u pravilu ljudi-tvari sumnjičiva mirisa izvučeni iz tko zna čijih nojevskih rupa.

Koncentrični se krugovi presijecaju na mnogo mesta. Mesta preklapanja površina pojedinih krugova iz dana u dan su sve čvršća. Postaju poput alkilanaca koji onemogućuju bilo kakve promjene. U lancima krugova interesa korporacija, politike i vlasnika medija osjećamo se beznadno, osiromašeno, ojađeno, prevareno, nesposobno, neslobodno, osuđeno.

Mediji jednosmjerne komunikacije omogućuju umrežavanje članaka zakona, političkih članova i vlasničkih oglasnih članaka. Sve što se radi, radi se u interesu nacija čijim se pismom piše i čije se ime najčešće koristi. To što rezultati govore nešto drugo stvar je neke daleke svjetske krize, utjecaja izvana i vjerojatno opstrukcije sunčevih pjega.

Interesno povezivanje politike, krupnog kapitala i medija pogubno je za inicijativu, raznolikost, kreativnost, samosvijest, slobodu, osjećaj dostojnosti življjenja u mogućem uljuđenom društvenom sistemu. Taj sustav krugova sustav je hipnotičkog ponavljanja istih poruka, istog oduzimanja nade, istih oblika manipuliranja. Riječ je o pretvaranju kulture u ukras na vratu političara (kojega će sljedeća garnitura obezvrijediti/proglasiti nevažnim/uništiti, stavljajući novi, svoj ukras, na svoj vrat). Kult kulture posredstvom medijskog manipuliranja izrastao je u kult politički obojane i od politike dopuštene/sponzorirane kulture. U redu za desert stoje stotine umjetnika. Neki će od

⁶ Kao koordinator Udruge neprofitnih medija u Hrvatskoj bio sam prisutan osnivačkom skupu takozvanog Vijeća za medije. Kao vječiti naivac ponadao sam se dijalogu. Kao vječiti skeptik sumnjao sam da HND može imati snagu reguliranja medijskog prostora u Hrvatskoj. Kao koordinator, naivac i skeptik, sjednicu sam napustio nakon petnaestak minuta.

njih dobiti svoju priču u medijima, sažaljenje programirane javnosti, a onda možda i čovjeka dostačnu egzistenciju.

Niti neprofitni mediji, osuđeni na borbu za preživljavanje, u pravilu ne vide dalje od svog tanjura za desert. Odmjereno im je taman toliko da mogu preživjeti ako ne jedu svaki dan. U situaciji pak kada se svaki drugi dan mora razmišljati kako preživjeti, ono neprofitno postaje glazurom očajničke borbe za bilo kakav 'profit' koji omogućuje opstanak. U očekivanju promjena i takvih sredstava tek povremene kritike neprofitnih medija dozirane su rako da ne prelaze prag političke nadražljivosti.⁷

Naravno, povremeno se događaju ekscesi: Jasnu Babić privedu u zatvor jer se nije odazivala na sudsko ročište da bi je svejedno pustili prije tog ročišta; Nataši Škaričić Vrhovni sud RH u roku od tri mjeseca legalizira otkaz odnosno ukida presudu Županijskog suda. Što učiniti u takvim situacijama?

Jedno od mogućih odgovora štrajk je gladu Domagoja Margetića u Hrvatskoj, koji ustaje protiv tog sustava krugova paklerske povezanosti i počne pisati o regionalnoj povezanosti legaliziranog kriminala u područjima politike biznisa bankarstva i medija. Što jedan takav slučaj može pokazati.

Prije svega da 'ozbiljni mediji' ne žele uopće polemizirati s autorima teza o povezanosti interesa politike medija i korporacija. (Time djelomice priznaju umiješanost u odnose o kojima je Margetić pisao)

U potpunosti izostaje potpora novinarskog društva (Time se dokazuje neprincipijelnost društva čiji bi središnji cilj trebao biti borba protiv cenzure i borba za normalne uvjete u obavljanju novinarskog posla)

Izostala je i potpora istraživačkih novinara, pojedinaca. To nažalost vodi prema tezi o kontroliranim aferama i o kontroliranim novinarskim 'disidentima'.

Interesantna su i opravdanja koja idu u smjeru izvlačenja iz prošlosti situacija iz Margetićeva života. I dok se u nekim drugim slučajevima takvo što prihvata kao nezrelo ponašanje nekog mladića zaluđenog ovom ili onom ideologijom, u Margetićemom slučaju šutnja je bila gotovo pa unisona. Njemu se ništa nije moglo oprostiti jer je dirnuo u trule temelje medijskog svijeta, temelje na kojima je izgrađeno trulo gospodarsko carstvo nekolicine, nad kojim se

⁷ Na mogućnosti neprofitnih medija pokušao sam skrenuti pozornost tekstrom Istina je neprofitna! Tekst se još može pročitati na: http://www.civilnodrustvo.hr/index.php?id=78&tx_ttnews%5Btt_news%5D=527&cHash=e5d3a12f48c0d49b75fa78660a4b3fd6

nadvija političko potkrovље s lijepim pogledom na okoliš ali sa sumnjivim podsvjesnim vibracijama tavanskih stanara.⁸

U svemu tome (cjelokupnoj krizi a ne samo slučaju Margetić) najupitnije je mjesto takozvanog profesionalnog novinara.

Je li to osoba koja će hvaliti nevjerljivu sposobnost političke ekipe koja dolazi na vlast (uz dodatak da će i sam uskoro na novu funkciju), a koja će obrnuti čurak naopako kada bez te funkcije ostane. Novinarska istina u takvim slučajevima sumnjivog je moralnog predznaka i ne razlikuje se od svesti svojih gazda. To što je riječ o 'manjim igračima' ne znači da je njihov grijeh manji. Dapače, takva novinarska svijest proizvodi muljevitno tlo na kojem se ništa čvrsto ne može graditi.

Jesu li profesionalni novinari oni koji će se svako neko vrijeme uključivati u političke kampanje s nadom da će se uspeti u fotelju koju ne zaslužuju, istovremeno u medijskom svijetu razvijajući jezik vulgarnosti, autoritarnosti, jezik prijetnji i reketarsko ponašanje?

Jesu li profesionalni novinari oni koji svojim prijateljima uz piće naglas priznaju kako su korumpirani i da je to dovoljan razlog da se od njih ništa ne traži 'jer oni kao korumpirane individue ništa ne mogu'.

Jesu li profesionalni novinari ljudi koji od novinarskih honorara izgrade vile u najprestižnijim dijelovima gradova bivše nam domovine?

Jesu li profesionalni novinari (ili urednici) oni koji se više bave uvozom/nabavom/kupnjom filmova, serija, sapunica na inozemnom tržištu opnašajući gospodarstvenike koji su opustošili njive i voćnjake da bi mogli uvoziti jeftinu trećerazrednu hranu (koju uz pomoć potkupljene političke birokracije mogu proglašiti i prvoklasnom i hrvatskom)

Je li uopće profesionalno ono što istovremeno dokida raznolikost, kreativnost, autentične pokušaje, te što se oslanja isključivo na ono što je uvezeno. Svi gledamo isto. To isto što gledamo danas gledamo kroz prizmu koju su nam političko-medijske strukture nametnule na glave.

Države ex Yu nemaju više samo jednu partiju - sada imaju desetine i desetine partija i vođa i sve njih treba zadovoljiti na iste one načine na koje se nekada trebalo zadovoljiti velikog vođu.

⁸ Naravno da se ni meni mnoge formulacije Domagoja Margetića ne sviđaju i da fejsbukujući Margetić intenzivno radi i protiv sebe sama. Indikativan je međutim bio taj uzaludni pokušaj da se od onih koji su upleteni (kako sam Margetić kaže) traži priznanje teme i objavljivanje teksta. To proturječje govori i o Margetiću, ali i o cjelokupnom medijskom prostoru.

Jednopartijska kultura umnožila se u svoje zrcalne oblike koji na isti način rade protiv onoga što proklamiraju.

Jednopartijsko novinarstvo pretvorilo se u jednopartijsko novinarstvo višepartijskog društvenog uređenja. Izvanska raznolikost partija i partijskih programa ne dira u bitno jedinstvo konsenzus oko toga što se smije a što ne smije pojaviti u javnosti.

Kriza novinarstva i općenito kriza medijskog posredovanja temeljna je kriza koja potresa svijet i koja je posebno djelotvorna na jugoistoku Europe.

Živimo u svijetu u kojem se drugoga ne čuje, ne želi čuti ili ne smije čuti. U svijetu smo u kojem je licemjerje temeljni profil javnog djelovanja, gdje je svatko nečiji i dio neke piramide odnosno lanca sreće.

Zombiji smo u svijetu u kojem se drugoga ne može čuti jer su iste osobe preko svojih jataka pokupovale eter. U svijetu smo u kojem ceh novinara glumi novinarski ceh, a istraživačko novinarstvo odraduje prljave poslove politike. Svijet informiranja odavno je već postao svjetom zavodenja i manipuliranja – onim što je sudbinska odrednica medija. Ne biti toga svjestan znači biti medijski neobrazovan.

Interesi komercijalnih medija sasvim su različiti od proklamiranih interesa javnih servisa. Ukoliko se metode rada, pristupi sustavu oglašavanja, sustavu proizvodnje zvijezda, ne promijene – javni će servisi i dalje glumiti servise koji informiraju educiraju i zabavljaju a komercijalni će mediji i dalje glumiti medije baveći se nekretninama i drugim bankarenjem.

Vrijeme susreta tektonskih ploča medija jednosmjernog i medija višesmjernog komuniciranja donosi svoje poruke. Mahanje repom odumirućih medija jednosmjernog komuniciranja beskrajno je opasno i vodi u različite vrste totalitarizama. Pred nama se svijet pretvara u globalnog zarobljenika medija jednosmjerne komunikacije, odnosno koncentričnih krugova povezivanja interesa korporacija medija i politike.

U kožu novinara uvukle su se spodobe koje plešu po pravilima političkih uputa, u ritmu proizvodnih traka i uz 'pantomimični' govor o starima o kojima moraju šutjeti u svojim medijskim kućama. Magijska snaga ponavljanja jednosmjernog komuniciranja laž je učinila istinom, moralnu vrijednost sroza-

la do razine uglađenosti, a pobunu nazvala ekcesom, neartikuliranim činom ili ponašanjem, odnosno terorizmom.⁹

Podjela ljudi na klase danas se ponajviše ocrtava u tome da li netko sudjeluje u sustavima proizvodnje programa (bankarskih, medijskih, političkih, poslovnih) ili je medijski proleter kojemu se prodaju perle tih programa). Kritička analiza aktualnog liberalnog kapitalizma nije relevantna ukoliko u svoje središte ne stavi višak proizvodne vrijednost koji se proizvodi medijskim zavođenjima i manipuliranjima. Sve više je gladnih istinskih činjenica u moru činjenica; sve manje je relevantnih putokaza u poplavi znanstveno verificiranih i znanstvenom metodom provedenih istraživanja i njihovih zaključaka.

Infotainment je jedan od pojmoveva koji je pokazao kako je potrebno novo pojmovlje u raznorodnom svijetu medijskih posredovanja. Podvođenje priče o novoj suknji neke pjevačice lakih nota i još lakšeg ponašanja Agencija za elektroničke medije u Hrvatskoj još uvijek prihvaća kao dio informativnog programa (čime se realizira obveza o određenom postotku informativnog programa te televizijske postaje). Neodrživost takve situacije koliko je smješna toliko je i indikativna: Nema kriterija, koncepta, nema načina provedbe, a zakonska se pravila ismijavaju na način koji ostavlja ožilje u kolektivnoj svijesti naroda.

Spektakularna praznina *spektakla praznina* samo je najočitiji pokazatelj suženosti prostora medijskog djelovanja na licencne programe koji nas proizvode u idiote, kojima se može prodati sve i uzeti sve.

Potretno je razdvajanje.

Davno već najavljeni ekologiji medija pokazuje se danas presudnom za uspostavljanje ljudskoga svijeta. Zagađenja virtualnog medijskog prostora u kojemu svi skupa živimo više i prije nego što uopće realno živimo, toliko je da bez dekontaminiranja medijskog prostora nema uspostavljanja 'čistoga svijeta'.

⁹ Djelomice sam o tom problemu pisao i u tekstu ODGAJAJU LI FAKULTETI STUDENTE ZA BOLJU PROŠLOST? (O potrebi sudjelovanja filozofije medija u educiranju novinara i obrazovanju za medije), koristeći se vrlo zanimljivom knjigom Vhite, Aidan: To tell You the Truth, The ethical Journalism initiative, The international Federation of Journalists, International Press Centre, 2008. Brussel. Tekst je pod naslovom Uniformiranje ili informiranje objavljen u zborniku Verodostojnost medija, dometi medijske tranzicije

Temelj dekontaminiranja je razdvajanje medijskih proizvoda ne samo prema vrstama programa ili formama, žanrovima - nego prvenstveno prema određivanju njihova mesta u sustavu rađanja nove javnosti i proizvodnje iste.

Komercijalne televizije proizvodeći program koji kontaminira svijest svojih gledatelja, mora biti u situaciji izdvajati sredstva za opstanak onih medija koji će razvijati programe koji se temelj na slobodnom istraživanju, istini i oslobođenosti od bilo kakvih pritisaka. U tom smislu budući nekontaminirani program neće smjeti emitirati komercijalne poruke, ali će zato dobivati dio sredstava komercijalnih medija od njihova ubiranja sredstava od oglašavanja.

Na taj način nikakvi tajkuni neće moći vršiti pritiske na komercijalne medije pa niti na javne, a medijima koji se odluče za javno djelovanje sredstva su osigurana.

Koncept je to koji naglašava potrebu uspostavljanja čistih odnosa u medijima u kojima se pod profesionalnošću danas najčešće prodaje vlastita pozicija, gdje se viđenost na mediju i prepoznatljivost izgleda miješa i zamjenjuje s vlastitom vrijednošću, medija na kojima se upravo iz želje za pariranjem komercijalnim medijima događa poniranje do razina sapunica i *big brothera*.

Neprofitni mediji moraju imati pravo rasti i razvijati se i to na temelju prava komercijalnih medija da proizvode smeće. Ukoliko se odnos regulira - neprofitni mediji mogu povući brodove iz močvara u kojima se nalaze i početi stvarati pretpostavke za mirniju plovidbu ljudskoga iskustva.

Za sve to je potrebna mreža građanskih udruga za kontinuirano pranje i valoriziranje medija, te odluka politike da se medijski prostor mora regulirati.

Politike godinama stvaraju nove medijske strategije. Nakon mucajućih guvernera (proglašavanih komunikatorom godine) pojavljuju se sada i mucajući savjetnici za medijske strategije. Politika sama sebi daje svoje sljedbenike političare da ih savjetuje u onom u čemu ona ne želi promjene. (Politici je bitno imati utjecaj a ne stvoriti uvjete u kojima neće imati utjecaja.)

Umjesto toga

- treba razvijati sustav razdvajanja komercijalnih i javnih medija s jasno određenom regulativom financijskog poslovanja jednih i drugih
- Javne servise treba osloboditi od emitiranja komercijalnih poruka
- Televizijsku pretplatu treba zadržati jer je ona mogućom garancijom uspješnosti razvijanja sustava

- Nепрофитне медије треба подржати фондом који ће бити оформљен од прихода комерцијалних медија
- Средства попут оних из Фонда за развој разноликости pluralizma давати искључиво јавним и непрофитним медijima
- Из истог фонда суфинансирати портали који дјелују на непрофитној бази.
- Стого каžњавати прelaženje из jednog u drugi oblik poslovanja (јавни i непрофитни u комерцијални)
- Profesionalni sport preseliti na komercijalne televizije. Јавне i непрофитне медије отворити за amaterizam, rekreaciju i zdravi život.¹⁰

Doba općenitih kritika mora ustupiti mjesto konkretnim rješenjima, njihovoj usporedbi i јавном valoriziranju. Kriza je šansa, ali samo za one koji prepoznaju potencijale mogućih promjena. U tom kontekstu žal za tiskovinama dio je strategije otupljivanja oštice mogućih i neophodnih promjena.

¹⁰ Ovdje je samo skicirano ono što sam kroz niz tekstova objavljivanih uglavnom u Vjesniku pokušavao sugerirati intelektualnoj, političkoj i medijskoj јавности u Hrvatskoj. Predstavlja okosnicu jednog od mogućih programa. Ovakav program svoje ishodište imao bi u razumijevanju mijena ljudskoga iskustva uslijed utjecaja medija, strukturalno bi dijelio područja komercijalnog i јавнog, te na taj način snažio poziciju građanskog verificiranja rada medija.