



Utorak, 3. studenog 2009.

## Elektroničko umnažanje (nogometne) mržnje

*Na sucima je njihova odluka: hoće li ili neće prekidati utakmicu. No televizijskog prijenosa u takvim slučajevima ne smije biti. Emanirana emocija, pozivi na ubojstva, negatiranje mržnje, lažna snaga nezrelih i pripitih glasnogovornika podsvjesne mržnje - sve to treba u začetku onemogućiti u širenju*

Mlade osobe koje stoje na ulicama europskih i američkih gradova i dijele zagrljaje slučajnim prolaznicima simbol su svijesti o potrebi širenja Dobra. Te mlade osobe, svojim zagrljajima, daruju neposrednost, naivnost, opuštenost, dobrotu - daruju ono što u životu žele sretati.

Istodobno, neke druge osobe, u gradovima jugoistočne Europe (kraće Balkana), sve češće navlače maske navijača i kreću u pohode kojima je cilj proizvesti nemir, nesigurnost, atmosferu općeg nasilja i podijeljenost.

Sokrat je svojedobno dijelio svoje misaone zagrljaje, navodio Atenjane na mišljenje, razumijevanje, spoznaju kao priječanje. Sugerirao je međaj mišljenja i razumijevanja, koji bi građane oslobodio nagadanja pjesnika-proricatelja o onome što postoji i onome što nam je činilo. »Trovao je mladeže i bio spreman na odgovor/osudu sredine koja ga nije razumjela - popio je otrov.

Savjeti o potrebi širenja dobrog raspoloženja u sredini u kojoj živimo pokojim osmijehom, zagrljajem, pozitivnim pristupom, na tragu su svijesti da okolina presudno utječe na nas i da tu okolinu i sami moramo kreirati. Širite oko sebe mir i dobro, poručivao je Sveti Franjo, kojega nije sponzorirala industrija alkohola kamuflirana u biljke hmelja. Djevojke i mladići koji muče zagrljaj, poput kitova se zaljeću na opustjele plaže građanskih duša. Otrovi im neće biti uskraćen.

Sokrat je uvjeravao atenske mladiće da Dobro nije stvar naredbe, dakle zapovijedi da se bude takav, nego da je razvijanje dobra istodobno razvijanje moralne dimenzije koja postoji neovisno i o religijama i zakonima. Tek Znanje je to, prema Sokratu, koje je nužno da se ne čini zlo. Navijači nogometnih klubova cijeloga svijeta, a posebno klubova jugoistočne Europe, pokazuju da se nešto umetnulo između "znanja" i "vrline" i da to nešto upravlja njihovim ponašanjem. Što je to?

Što se događa u navijaču kada, opremljen različitim oružjima, krene u grad protivničkog kluba? Tko u njemu pokreće lavinu zla? Tko se skriva u njegovu gnjevu? Tko u njemu stalno budi želju za fizičkim odmeravanjem, revanšima, destrukcijom...?

Svaka je nova tuča nastavak neke stare iskre, ali svaka je stara iskra proizvod neke stare nesreće. No da bi iskra planula potreban je kontinuirani rad onih koji se ubacuju između "znanja" i "vrline".

Kada se novine, radio, televizija, ili posjećeniji (komercijalni) internetski portali zgražaju nad nasiljem i njima najavljuju ubojstvima koja su se događala uz nogometne utakmice - onda im treba skrenuti pozornost na činjenicu da su upravo masmeđiji tepali nasilju, dajući mu imena koja ne bi smjela spadati u sferu javnog komuniciranja i da s tim "tepanjem" moraju prestati. Zadatak, posebno javne televizije, nije praćenje strasti u uličnim bandama, "dečkima" iz ovog ili onog kvarta, odnosno "torpedima", "torcidama", "čekićima", "nakovnjima" i sličnim medijski podgrijanim nepogodama, skrivenim iza nezrelih totemskih imena.

"Horde zla" su horde koje ulicama, stadionima, gradovima i državama pronose - zlo. Zli dečki su djeca nedorasla Dobru. Oni trebaju pomoć kao i novinari koji u njima potpaljuju negativne emocije. Onaj tko pronositelje zla od milja oslovljava navijačima, tepa im i pazi da slučajno ne kaže nešto protiv njih - sukrivac je jer je zlu otvorio vrata elektroničkog ili tipografskog umnažanja.

Kada sportske emisije izravno prenose bakljade i tuče po stadionima, dodaju nerijetko ulje na vatru, onda djelatnike elektroničkih prijenosa treba upozoriti na to da izravno potiču buduća ubojstva. Navijači trebaju ostati navijači. Ako žele biti zli - onda, bez obzira na boju dresa, bili oni plavi, bijeli, kockasti, zeleni ili crveni - medijski se posrednici od njih moraju distancirati.

Buđenje raskih strasti bakljadama na utakmicama moralno je neprihvatljivo. Od toga je još jedino gore umnažanje tih bakljada izravnim prenošenjem slike i tona u duše gledatelja, ionako prepune gnjeva. Na sucima je njihova odluka: hoće li ili neće prekidati utakmicu. No televizijskog prijenosa u takvim slučajevima ne smije biti. Negativna emocija, pozivi na ubojstva, emaniranje mržnje, lažna snaga nezrelih i pripitih glasnogovornika podsvjesne mržnje - sve to treba u začetku onemogućiti u širenju. Glumci na tribinama u "svjetini" kraj ekrana (kako bi Shakespeare rekao) žele probuditi najnižu strast. Urednici tv-prijenosa ti su koji to omogućuju. Svaka mržnja ima doseg sredstva kojim komunicira. Niti ona usmeno prenošena nije zanemariva, ali nema snagu kao one tehnikom reproducirane. Elektronički umnožena i emitirana mržnja zauzima prostor u dušama gledatelja i postaje pokretom mržnje, grudom snijega prepunom negativnih emocija koja se kotrlja gradovima i državama i koja usput kupi i one neodlučne.

Elektronički umnažana mržnja jedan je od temeljnih problema svake zajednice. S njom se lako operira i manipulira. Na njezinu razvoju surađuju i čovjek mase na stadionu i televizijski zmatelji, i komentatori, i urednici (sportskog) programa, i gledatelji. Uopće nije čudno da desetljećima ne možemo izaći iz spirale zla. Na elektroničkoj vatri kuhaju nas nezreli i neodgovorni urednici, nedovoljno hrabri da spriječe slikovno verbalno, glazbeno, dakle multimedijско poticanje na zlo.

Televizija može biti uljudena i odrađivati svoju ulogu masmeđijskog posrednika u građanskoj komunikaciji. Ali televizija može biti i miški dim u koji nas uvlače oni koji imaju kako će unovčiti tuđu strast i tuđe smrti. Mediji ex Jugoslavije bitno su pripomogli da do razdvajanja ne dođe mirno i civilizirano. Jednoj su generaciji pokrali najljepše godine života, drugoj su oteeli prošlost, a trećoj već potkradaju budućnost. Rat je na ovim prostorima nastavljen i trajat će dok se ne ugase vatre medijskih potpirivanja, huškanja, navođenja...

Svaka riječ svakoga čovjeka, izgovorena ili napisana, ima svoju težinu. Umnožena, orkestrirana, podložena glazbom koja zahtijeva i slikama koje gravitacijski vuču u masu - riječ postaje nož koji će danas ili sutra u rukama ovog ili onog navijača - zasjeći u nečije tijelo.

Tehnologije nas zatiču nespremne, a zadnji koji će to shvatiti ljudi su koji se koriste tim tehnologijama. Zavaljeni u svoje komentatorske fotelje ili urednički priklopi uz mjerače bila gledateljskih navijačkih horde... oni umnažaju slike zla, unose ih u naše živote, a kad jedno te slike uđu unutra, što će dalje one znaju same.

Masmeđiji je najsuptilnije sredstvo nastavljanja i provođenja rata mirnim putem rata koji nekome očigledno još uvijek odgovara. Roditeljima poginulih, ranjenih, građanima povrijeđenim svakojakim natpisima kao i svim ljudima koji bi željeli živjeti mirno i civilizirano - zasigurno ne.

Kada starost jednom pokuca na vrata možda se pokoji sportski komentator ili urednik sportske redakcije upita: koliko sam ljudi zapravo osiromašio, isprazio, pa i ubio, cijedeći mržnju iz napuhanoga baluna. Djelujemo uvijek prema svojim maksimuma, rekao bi Kant. To mu je dalo misliti da možemo htjeti djelovati i prema univerzalnim načelima. Prevedeno na jezik nogometnog nadzivanja: dok je navijačko oružje glas na djelu je prihvatljivo načelo.

Kada pak oružje postane nož ili pištolj, onda svaki naoružani navijač zapravo traži od svojih sunavijača i od protivnika da se opreme za rat prikriven nogometnim navijanjem.

Zeus je tu, sve viđi i odlučuje o tv-prijenosu. Nažalost, munje su u opisu njegova posla. Netko iznad njega mora smoći hrabrosti i zasjeći u munje.

**Sead Alić, Doktor znanosti, voditelj Sekcije za filozofiju medija Hrvatskog filozofskog društva**

- Dogadaji
- Terme dana
- Svijet
- Gospodarstvo
- Komentari
- Tribina
- Kultura
- Sport
- Zagreb i Županija
- Crna kronika
- Sa svih strana
- Život

WWW arhiva  
PDF arhiva

- Kina
- Kazališta
- HRT
- TV programi
- Putokaz
- Tečajna lista

Lokalni izbori 2009  
Hrvatska u NATO-u  
Plava vrpca Vjesnika  
Izbori 2007

Vaša pisma  
Postavke

Pretpolata  
Marketing  
Narodne Novine d.d.  
Impresum