

Belma Buljubašić¹

MEDIJSKA MANIPULACIJA KAO GLAVNO NAČELO SAVREMENOG NOVINARSTVA I MEDIJSKO OBRAZOVANJE KAO MOGUĆE RJEŠENJE

- Sažetak -

Iako bi mediji trebali da nas informišu, obrazuju, socijaliziraju i zabavljaju, svakodnevno smo svjedoci da se kao glavna funkcija novinarstva nameće manipulacija. Medijska manipulacija je vidljiva kroz brojne načine i primjere. Pojam medijska kultura postao je nepoznanica ili pojam koji se svjesno ignoriše.

Istraživačko novinarstvo zamijenila je senzacija i borba za povećanjem tiraža i gledanosti. Novinari nam svakodnevno nameću mišljenje, plasiraju dezinformacije i kontradiktornosti, ali mi im se uvijek vraćamo. Mediji nam nude vlastitu sliku svijeta, koja je često lažna, ali većina ljudi to prihvata kao apsolutnu istinu, bez ikakve želje i potrebe da provjeri vjerodostojnost informacija.

Iako su mediji neophodni za društvo i njihova uloga je velika, oni su nažalost i uzroci brojnih nevolja. Ako se osvrnemo na nedavnu prošlost, najbolje ćemo vidjeti na koji način su mediji zloupotrebljavali događaje, a to je vidljivo i u vremenu u kojem danas živimo.

Ključne riječi: mediji, medijska manipulacija, medijska kultura, medijski sadržaji, laži, medijska pristrasnost, objektivnost, medijsko obrazovanje, medijska pismenost.

Masovni mediji su u 21. stoljeću više nego ikad sastavni dio naših života. Tehnološki razvoj i svakodnevne tehnološke inovacije učinile su dostupnom svaku svjetsku vijest, bez obzira na njenu udaljenost. „Svijet današnjice nezamisliv je bez masovnih medija i svatko se, na ovaj ili onaj način, s njima susreće i osjeća njihov snažan i nezaustavljiv utjecaj.“ (Malović,

¹ Mr. Belma Buljubašić, Fakultet političkih nauka, Sarajevo

2005:11) Mediji imaju veliku moć, dopiru do velikog broja ljudi, utiču na njihove stavove i ponašanja i brišu nacionalne granice.

Uprkos svim prednostima, razvoj i napredak masovnih medija donose i brojne nevolje. To se prije svega odnosi na nemogućnost kontrole medijskih sadržaja, gubitak medijske kulture i zapostavljanja glavnih funkcija novinarstva.

Iako u teoriji učimo da su vodeće funkcije novinarske profesije informisanje, obrazovanje, socijalizacija i zabava, u praksi se susrećemo sa znatno drugačijom situacijom. Novinarstvo svakodnevno gubi svoje glavne funkcije i mediji se često nameću kao glavni manipulatori društva. Objektivnost, istinitost, vjerodostojnost i nepristrasnost koje se smatraju profesionalnim standardima novinarstva, ostavljene su po strani, i danas se, nažalost, čini da se manipulacija, pristrasnost i dezinformacija nameću kao glavne funkcije novinarstva.

Pojam medijske kulture je za većinu medijskih uposlenika ili potpuna nepoznanica ili predmet ignorancije. Medijsku kulturu zamijenila je kultura laži, a istraživačko novinarstvo senzacionalizam. „Laž je, kao i smrt, postala prirodnim stanjem, normom ponašanja, lažljivci su dobri građani.“ (Ugrešić, 2002:89)

Mediji su tu da stvaraju sliku svijeta. Pritom se zanemaruje istinost informacije, bez želje da se informacija provjeri, iako često nema nikakve veze s realnošću. „Moderni mediji toliko utiču na našu svijest da o realnosti svijeta sudimo više na osnovu onoga što prezentiraju mediji, no što sami, iskustveno i čulno, percipiramo i zaključujemo, makar postojala velika razlika između medijske i empirijske realnosti.“ (Fejzić, 2008:106)

Medijske kuće se takmiče za pažnju publike, nastoje podići tiraž ili gledanost medijskih sadržaja, a to najlakše postižu senzacionalističkim tekstovima ili kupovinom sadržaja koji nemaju nikakvu kulturološku, obrazovnu i estetsku vrijednost. Profesionalno istraživačko novinarstvo je mukotrpan i odgovoran posao, često i veoma rizičan, a pri tome i vrlo nepopularan i neadekvatno plaćen. To je jedan od glavnih razloga, zašto se novinari okreću sadržajima koji ne sadrže ni obrazovni ni informacijski (u pravom smislu riječi) karakter. Većina zaposlenika u medijima smatra da im to neće donjeti veliku *popularnost*. „Vodeći ljudi u medijima, naročito menadžeri, sve ređe priznaju klasične funkcije novinarstva. Njima je stalo do visine tiraža i velike gledanosti.“ (Rus-Mol, Zagorec Keršer, 2005: 22)

A nažalost živimo u vremenu u kojem literatura nikada nije bila dostupnija, a nikada se nije manje čitalo. Iz toga proizlazi sasvim logičan slijed; glavni medijski sadržaji su sapunice, jeftine televizijske serije, poplava raznih reality showa, žuta štampa, a glavna "kulturna" dešavanja gostovanja

pjevača iz susjedne Srbije, najavljena kao spektakularni događaji ili pozorišne predstave koje se najmanje bave umjetnošću. Tačnije, bave se skrnavljenjem umjetnosti.

Medijska manipulacija je, dakle, primjetna u svim sadržajima: od kulture i politike, tj. ozbiljnijih tema, pa sve do zabavnih sadržaja i revijalnih programa.

Medijska kultura je „trajni, dinamičan odnos medija prema kulturi, tradiciji, vjeri, literaturi, identitetu, na način stalne redefinicije, redeskripcije obnavljanja, zanavljanja, selekcije ovih elemenata društvenosti i sebe samih“. (Fejzić, 2008:52) Dakle, riječ je o veoma kompleksnom, i za kvalitetno novinarstvo, neophodnom pojmu. Nedostatak medijske kulture omogućio je medijima da manipuliraju društvom. Onemogućene su istinske funkcije medija, a naročito obrazovna funkcija medija.

U bosanskohercegovačkim medijima najmanje ima kulture. Pri tome se misli i na sadržaje koji se bave kulturom, ali i na elementarnu kulturu koja vlada među medijskim uposlenicima. Pravilo koje vlada u današnjim medijima je: *Objavi, pa provjeri činjenice*. Mediji nameću trendove, pritom zaboravljajući objektivnost i činjenice, skreću pažnju javnosti nebitnim i manje bitnim temama, a nerijetko su i stranački "obojeni", što nam ostavlja prostor za sumnju u njihovu (ne)zavisnost.

Brojni su načini medijske manipulacije, od plasiranja poluinformacija, dezinformacija, kontradiktornih informacija, nametanja vlastitog mišljenja, učestvovanja novinara u događajima, gdje jasno pokazuju na čijoj su strani, odnosno za koga *navijaju*. U takvim slučajevima, teško je razdvojiti istinu od laži, realno sagledati činjenice, pa većina ljudi svjesno ili nesvjesno prihvaća ono što je bliže njihovim stavovima i što se uklapa u njihova mišljenja. Mediji su tu da donesu presudu prije nadležnog suda, proglase nekog preko noći krivcem, ali i da opravdavaju negativne društvene događaje i procese, ako u tome vide ličnu korist i interes.

Medijska pristrasnost i manipulacija su naročito vidljivi kada su u pitanju politički sadržaji. U tom segmentu je najvidljivije za koga mediji rade i da zaboravljaju da bi trebali raditi za publiku. Naročito u vrijeme predizbornih političkih kampanja, kada se medijski prostor pretvara u rat neistomišljenika, a mediji služe za političke obračune, zaboravljajući da pritom ignorišu svoje gledaoce, čitaoce i slušaoce, tj. publiku.

Ako se pozabavimo ozbiljnijim medijskim sadržajima, pri tome misleći na informativno-političke programe, političke magazine i dnevnu štampu, primijet ćemo da se upravo na ovom medijskom prostoru odigravaju najopasnije manipulacije cijelog društva. A ako tome dodamo i činjenicu da živimo u društvu koje je podijeljeno na sve moguće načine, itekako postaje vi-

dljiva namjera novinara koji tu činjenicu svakodnevno koriste i na svaki mogući način produbljuju jaz.

Osvrnemo li se na protekle dvije decenije i sve što se dešavalo na ovim prostorima, lako zaključujemo da su mediji svojim izvještavanjima i sadržajima znatno utjecali na pogoršavanje tadašnje situacije u društvu, a to nažalost i danas veoma svjesno čine. Folklor, mitovi, legende i ideologija poslužili su kao moćno oružje medija, te su na taj način svjesno manipulirali društvom nastojeći da kod građana probude nacionalnu svijest i patriotizam. Folklor postaje „sredstvo legitimisanja nacionalnog suvereniteta“ (Čolović, 2007:85) i folklorni stil je postao uobičajena forma komunikacije i među političarima i piscima, što su naravno i novinari prihvatili. Govoreći o dešavanjima u bivšoj Jugoslaviji, prof. dr. Ivan Čolović (2007:85) naglašava da „folklor ovde prevashodno služi tome da u očima najvećeg broja ljudi legitimše izvesne političke i vojne zamisli i poduhvate“.

Novinari su se uključili u ove akcije i na najprizemniji način utjecali na psihološko stanje društva, stalnim isticanjima i ponavljanjima mitova u kojima je jedan narod bio stalna žrtva ugnjetavanja, pozivajući se na političke događaje iz prošlih sistema, te konstantno naglašavajući ugroženost jednog naroda u odnosu na ostale narode. Takva medijska propaganda je u velikoj mjeri doprinijela svim nemilim događajima koji su se odigrali na ovim prostorima. „Mediji su samo nanovo otkrili to što su i prije znali: da je promiskuitet s vođama i vlašću, s njihovim političkim ciljevima, savršeno djelotvoran. Otkrili su i to što prije možda nisu znali: razmjere svoje moći!“ (Ugrešić, 2002: 94)

Nažalost, tu nije bio kraj. Mediji i danas igraju svoje prljave igre, postali su oružje postratnih moćnika koji svoje ideologije prenose putem medija, skrnave istinu i većina ih ne doprinosi poboljšanju općeg stanja u društvu. Upravo, suprotno. Većina današnjih medija je i danas u službi nacionalnih ideologija. Ljudi prate njihove sadržaje i većina ih se slaže ili počinje slagati s njima, jer stalna propaganda budi u ljudima osjećaj nesigurnosti i oni se i nesvjesno priklanjaju onome što mediji prenose, pravdajući to strahom za sopstveni život. Društvo koje bi trebalo biti ravnopravan učesnik medijske komunikacije i aktivna publika medijskih sadržaja postalo je žrtva medijskih manipulacija. i čini se da se ovakvoj situaciji ne nazire kraj.

Nakon kratkog uvida u aktuelnu medijsku situaciju, nameće se i pitanje medijskog obrazovanja i svega što ovaj termin podrazumijeva. Da li medijsko obrazovanje u ovakvoj situaciji ima ikakvu šansu? Medijsko obrazovanje ne podrazumijeva samo obrazovanje uz pomoć medija i savremenih sredstava komunikacije. Pod pojmom medijskog obrazovanja „najpre se po-

drazumeva sticanje sposobnosti za kritičko iščitavanje medija, bilo kakva da je vrsta medija (štampa, radio, televizija)“ (Gone, 1998:22)

Dakle, osnovni ciljevi su upoznati se s medijskim sadržajima i spoznati kako mediji funkcionišu. Ovo je važno zbog činjenice što mediji imaju ogromnu ulogu u socijalizaciji društva i time doprinose njegovom razvoju. Društvo mora izgraditi kritički stav prema medijima, što podrazumijeva sposobnost analize, izbora i tumačenja informacija koje nam mediji plasiraju, bez obzira na koju se društvenu oblast sadržaj odnosi. Ovo je posebno značajno jer funkcija medija nije samo prenošenje informacija. „Medij nije samo nosilac poruke, nego predstavlja i konstitutivni dio sadržaja: utječe na mijenjanje ljudske svijesti.“ (Voćkić-Avdagić, 2006:84)

Medijsko obrazovanje podrazumijeva i medijsku pismenost i medijsko znanje, kao i sposobnost istraživanja medija. Istraživanje medija je posebno važno, jer se na taj način analiziraju medijski sadržaji, namjere urednika i novinara, te koje su reakcije publike i posljedice izazvali medijski sadržaji. Medijska pismenost podrazumijeva osposobljavanje publike da kritički razmišlja i da ne prihvata medijske sadržaje kao gotov produkt. „Medijska pismenost osposobljava ljude za kritičko razmišljanje i aktivno stvaranje široke palete poruka (korištenjem slike, jezika i zvuka). To je ključna vještina za život u 21. stoljeću.“ (Voćkić-Avdagić, 2006:91)

Medijsko obrazovanje je dugoročan proces i ne bi se trebao odvijati samo u obrazovnim institucijama. S obzirom na stalne tehnološke inovacije i sam proces *medijalizacije*, medijsko obrazovanje podrazumijeva stalno učenje, odnosno učenje koje traje cijeli život.

Samo na taj način, građani će biti osposobljeni da aktivno prate medijske sadržaje, da budu aktivni učesnici komunikacije i donose vlastite, a ne namećute sudove. „Medijski obrazovan građanin uči kako da se od određenih sadržaja zaštiti SOPSTVENIM IZBOROM, razvijajući sposobnost distanciranja; informacije posmatrane iz ugla građana i medijski pismeni građani mogu kvalitetno doprinosti javnom diskursu, a na taj način formiran javni diskurs može voditi progresu društva u cjelini.“ (Voćkić-Avdagić, 2006:92)

Također, i novinari moraju težiti „cjeloživotnom obrazovanju“, što podrazumijeva stalnu edukaciju i praćenje aktualnih događaja, jer samo takvi novinari mogu profesionalno obavljati svoj posao i služiti građanima. U suprotnom, postaju sluge svojih nadređenih, koji veoma lako manipuliraju njima i nameću im svoje ideologije i stavove, a oni nastavljaju s manipulacijom publike i na taj način štete društvu u cjelini.

Abstract

Even though the media should inform, educate, socialize and entertain, we daily witness that media manipulation becomes prevailing function of journalism. On the other hand, the term once known as cultural media nowadays is either completely alienated or deliberately ignored.

Investigative journalism is replaced by bare sensation and a fight for increased circulation or ratings. Journalists regularly impose their opinion, place disinformation and contradictions; nevertheless, we always seem to return to them. Media offer its own picture of the world, frequently a false one, but the public accepts it as the absolute truth, showing no wish or need to check credibility of provided information.

Although media bears one great and essential role in society, it, at the same time, causes numerous troubles. If we reflect upon our recent history, one can conclude that our region was the best and worst example for misuse of media, with consequences still evident in our everyday lives.

Key words: **media, media manipulation, cultural media, purposes of media, falsehood, media partiality, objectivity, media education, media literacy.**

Literatura:

- Čolović, I. (2007.): *Bordel ratnika*, Beograd, Čigoja štampa.
- Fejzić, F. (2008.): *Uvod u teoriju informacija*, Sarajevo, Promocult.
- Fejzić-Čengić, F. (2009.): *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini*, Sarajevo, Connectum.
- Gone, Ž. (1998.): *Obrazovanje i mediji*, Beograd, Clio.
- Malović, S. (2005.): *Osnove novinarstva*, Zagreb, Golden marketing-Tehnička knjiga.
- Rus-Mol, Š., Zagorac Keršer A. J. (2005.): *Novinarstvo*, Beograd, Clio.
- Ugrišić, D. (2002.): *Kultura laži (Antipolitički eseji)*, Zagreb, Konzor, Beograd Samizdat B92,.
- Vočkić-Avdagić, J. (2006.): *Obrazovanje odraslih i mediji*, u: *Obrazovanje odraslih* broj 1, Sarajevo, Bosanski kulturni centar, Sarajevo i Institut za međunarodnu saradnju Njemačkog saveza visokih narodnih škola (*dvv – international*), Ured u Sarajevu.