

Veliko medijev, pluralna družba?

Peter Lah

Prepričan sem, da je pluralizem na področju medijev neločljivo povezan z vprašanjem pluralizma v družbi. V prvem delu članka se zato posvečam vprašanju pluralizma v splošnem kulturnem in družbenem okvirju. V drugem delu obravnavam vprašanja, ki se tičejo posebej medijev, na koncu pa podam nekaj predlogov za dvig pluralnosti v medijskem prostoru

I.

Pluralizem spada med temeljne vrednote civiliziranega sveta. Beseda lahko pomeni vse od pluralnosti, recimo raznovrstne ponudbe na trgovinskih policah, do duhovne držе globokega spoštovanja do sočloveka, s katerim me morda nič ne družī in se z njim celo ne strinjam. Družba je pluralna takrat, kadar je vsak član lahko to, kar je, in sicer ne zgolj toleriran za visokim zidom, ampak dobrohotno sprejet v javnosti.

Menim, da gre pri diskusiji o pluralizmu ravno za vprašanje, ali imamo vsi enak prostor pod soncem. Točneje, ali si prostor lahko izberemo, ga najdemo, kupimo in oblikujemo pod enakimi pogoji. Za osnovno vprašanje pravičnosti in dostojnosti gre, tisto, ki se nam na najbolj pristen način kaže v protestu in ranjenosti otroka, ki še ne zna sofisticirati in racionalizirati: Ali imamo vsi enako pravico biti? Ali sem priznan in potrjen tak, kakršen sem? Ali je vzgojiteljica (v našem primeru država) pravična ali pa ima nekoga bolj, drugega manj rada? Ali se morem izraziti, povedati, kdo sem, neposredno, brez sankcij in filtrov v obliki prevladujoče ideologije, vrednot ali okusa?

Komunikologi, politiki in novinarji pojem pluralizma v medijih ponavadi obravnavamo pod enim od dveh vidikov. Notranji pluralizem se nanaša na novinarsko oziroma medijsko organizacijo, zunanji pluralizem pa na družbo. Prva je pluralna takrat, kadar njen izdelek odseva - čim manj popačeno - mnenje,okus, vrednote in še bi lahko naštevali družbe, v kateri deluje. V takem mediju bo mogel vsakdo avtentično prepoznati samega sebe in druge. Tak medij vsebuje zadeve, ki so relevantne za

družbo kot celoto. Obravnava jih na tak način, da jih razumejo in imajo od njih korist ne samo ena skupina, ampak vsa družba. Pogoj za vse naštetu je, da je pluralna redakcija medija, ki ustvarja vsebine.

Zunanji pluralizem se nanaša na zahtevo, da morajo mediji in kanali javnega komuniciranja v določeni družbi v celoti, kot "šopek", vsebovati vse elemente legitimnega bivanja in delovanja. Posamezni mediji so lahko tudi ozki in celo enostranski, vendar naj bi to ne bil problem, ker ima načelno vsakdo (vsaka skupina) možnost, da ustanovi svoj medij in se preko njega izrazi.

Z vidika državljana je model notranjega pluralizma boljši, saj mu omogoča, da na enem mestu najde tisto, kar bi sicer dobil šele z branjem ali gledanjem večjega števila medijev. Za državljana je cenejši tako v smislu časa, ki bi ga porabil za spremljanje javnega življenja, kot z vidika denarja. Model notranjega pluralizma predpostavlja, da novinarji in uredniki poznajo posamezne družbene skupine in da razumejo, kaj njihovo poročanje pomeni za skupino in za vso družbo; da na družbene skupine in javno življenje gledajo z vidika tistega, kar nam je vsem skupno, ter to tudi zavestno gradijo.

Model zunanjega pluralizma črpa iz metafore trga, kjer vsakdo skrbi predvsem zase. Če bodo ljudje delovali **racionalno** v skladu s **svojimi interesi**, potem bo nekakšna nevidna roka zadeve usmerjala tako, da bomo na koncu vsi na boljšem. Zgodovina je pokazala, da je ta model medijskega sistema preveč preprost, da bi pojasnil tako kompleksno resničnost, kot so odnosi v družbi. Povrhu je zgrajen na pretirano optimističnih predpostavkah glede človekove racionalnosti in etičnosti. Ker poudarja parcialni interes akterjev, zunanji pluralizem pogosto vodi k razbitju družbe na delčke, ki so navznoter morda homogeni in angažirani, do okolja pa zaprti in izključujoči. To je slabo za družbeno kohezijo, ki spada med bolj pomembne učinke medijev in je pogosto cilj medijske regulacije.

Drugi model ima to prednost pred prvim, da predpostavlja večjo zavzetost s strani državljanov in civilne družbe. Vsakdo namreč, ki hoče razumeti dogajanje v družbi, **se mora informirati** pri različnih virih in jih urediti v koherentno sliko sveta. Zaveda se tudi, da mora **sam spregovoriti** o

svojih interesih in mnenjih, če se želi vključiti v javni diskurz. Nasprotno se v družbah, kjer prevladuje model notranjega pluralizma, pogosto izoblikuje homogen elitni sloj, kar poročilom in komentarjem o javnih zadevah nadene videz merodajne interpretacije realnosti. Takšni medijski sistemi v pluralnih družbah državljane praviloma bolje informirajo in izobrazijo, pogosto pa tudi polenijo in naredijo manj kritične.

To filozofsko razmišljanje ima svoj razlog. Za pluralizem bi lahko rekli tisto, kar je ameriški vrhovni sodnik Potter Stewart rekel za pornografijo: "Ne znam je definirati, ko pa jo vidim, jo takoj prepoznam." Ta nezmožnost definiranja izhaja iz dejstva, da gre pri pluralizmu za duhovno kategorijo, ki se empirično, to je v besedah in vedenju, sicer izraža, a jih hkrati presega.

Pri medijskem pluralizmu gre tako za **vsebino** kot za **odnose** med ljudmi. Odnos, to je notranja drža do sočloveka, je tisti, ki v veliki meri vpliva na vsebino samo. Če imam kot novinar odklonilen odnos do recimo Cerkve, potem je velika verjetnost, da se bo moje zadržanje odrazilo v mojem delu: vplival bo na tematiko in vidike, o katerih bom pisal, na izbiro ljudi, s katerimi bom govoril, včasih celo na ton prispevka. Zato bodo naši mediji in preko njih naša družba pluralistični samo v toliki meri, kolikor bomo vsi udeleženi: regulatorji, novinarji, lastniki, politiki in javnost iskreno hoteli ustvariti bolj pluralno družbo. Prvi korak na tej poti je, da prisluhnemo drug drugemu, brez predsodkov ali parcialnih interesov.

Ko nekdo pravi, da ga nekaj boli, in je zadevo zmožen opisati, mora humana družba njegovo izkušnjo vzeti zares. Mora mu prisluhniti, njegovo izkušnjo, stališče, mnenje, veselje ali bolečino mora spoštovati. Kolikokrat se zgodi, da novinarji in tisti, ki pridejo do mikrofona, "vedo bolje" od nas in našo izkušnjo ali mnenja bodisi preslišijo bodisi nas celo hočejo spreobrniti k svoji "resnici". Krščanstvo in Cerkev sta še posebej pogostni tarči takega obnašanja. Modno je kritizirati Cerkev - pa ne mislim na tiste utemeljene kritike, ki bi nam pomagale, da postanemo boljši kristjani in državljani. Novinar, ki k Cerkvi pristopa z izoblikovanim negativnim vrednostnim stališčem, seveda ne bo nevtralnno poslušal naše izkušnje, ampak bo iskal tisto, kar bo potrdilo njegovo stališče. To pa je krivično do nas in hkrati slabo novinarstvo.

Poznam skupine in ljudi, ki že leta, celo desetletja, čutijo, da naša družba ni pravična družba. Da niso izkušnje, mnenja in sodbe vseh ljudi enake v očeh - se opravičujem za meglen izraz - prevladujočega javnega mnenja. Da tisti, ki imajo v rokah škarje, njihove izkušnje pogosto ne vzamejo zares, ampak jih bodisi omalovažujejo bodisi prepričujejo, da ne čutijo tistega, kar čutijo. Dana jim je alternativa, da bodisi skočijo na vlak zmagovite večine ali izginejo. Če že ne čez mejo, pa vsaj za svojo planko. V takem podnebjju pluralizem ne uspeva. Če ima moje opažanje vsaj nekaj osnove v stvarnosti, potem je usoda pluralizacije medijev odvisna najprej od spremembe duhovnega podnebjja v Sloveniji.

II.

Ali so slovenski mediji pluralni? Je to sploh pomembno? Nesporno je, da imajo mediji vpliv na človekov okus, vrednote, znanje in še bi lahko naštevali. Mediji močno zaznamujejo okolje, ki vpliva na naš okus in vrednote. Česar nismo osebno izkusili ali slišali ali zvedeli iz medijev, tega ni. Če ne vem, da v sosednjem mestu ista štruca kruha stane manj kot pri nas, potem bom pač živel s cenami in ponudbo v domačem mestu. Če ne vem za povodenj v sosednji dolini, potem ne morem biti solidaren. Če ne vem, kaj je župan X naredil, potem nimam racionalnega razloga, da bi ga bodisi nagradil bodisi kaznoval. V čem se potem volitve razlikujejo od lepotnega tekmovanja ali boksarske tekme?

V demokraciji imajo mediji tako pomembno vlogo, da se jih je prijel vzdevek četrta veja oblasti (poleg zakonodajne, izvršne in sodne). Novinarski¹ mediji

1) Zagotavljajo **javnost** delovanja državnih in drugih pomembnih inštitucij. Z informativno funkcijo sta tesno povezana analiza in komentar, ki bralcu ali gledalcu omogočita globlje razumevanje zadeve, kar je bistvenega pomena pri oblikovanju informiranega javnega mnenja.

2) Obveščajo o **pomembnih dogodkih in temah**

¹ Niso vsi mediji novinarski, zato tudi nimajo vsi enake teže v javnem življenju ljudi. Novinarski je medij, ki ga oblikuje profesionalno uredništvo v skladu s splošno sprejetimi pravili in zahtevami poklica. Mednje sodijo uredniška neodvisnost, upoštevanje profesionalnih in etičnih standardov in zahteva, da so vsebine relevantne za splošno javnost.

3) Mediji so tudi prostor za osebno in skupnostno **izražanje in vedenje**. V času medijske koncentracije in homogenizacije je še posebno pomembno, da medij pomaga ljudem, da bodo vpeti v neposredno okolje, v katerem živijo - ne le kot prejemniki informacij, ampak tudi kot udeleženci v medijih in njihovi sooblikovalci.

Da ljudje ne bi bili pasivne žrtve medijev, moramo biti najprej zreli in odgovorni bralci, da ne bomo nekritično sprejemali tisto, kar vidimo ali preberemo. O pomembnih rečeh si moramo ustvariti mnenje tako, da se pozanimamo pri več virih, ne samo pri enem. Kot družba pa moramo gojiti mehanizme, ki bodo zaznali in artikulirali čutenje ljudi glede medijev. V družbah, s katerimi se radi primerjamo, to naredi t.i. civilna družba, ki pa pri nas ni razvita. To se med drugim kaže v tem, da družbeni podsistemi, kot so mediji in novinarstvo, niso zmožni poskrbeti za red v svoji hiši. Novinarju, za katerega Novinarsko častno razsodišče (NČR) ugotovi, da je grobo kršil etične standarde, se praviloma ni treba bati nobenih sankcij. Tudi mediju ne, za katerega sodišče ugotovi, da je žalil neko osebo ali skupino. Z zornega kota državljana to pomeni naslednje: medij bralca kot prizadete osebe ne posluša. Uredniku, direktorju, lastniku manjka tista osnovna dostojnost, ki terjaja, da napako prizna in se opraviči. Ne le z ustnicami, ampak tudi v dejanju: tako, da opravi pokoro in se popravi.

Ker mehanizmi civilne družbe ne delajo, se ljudje bodisi umaknejo iz družbe bodisi se zatečejo pod okrilje države. Tu se znajdemo v paradoksu. Civilne družbe se ne da ustvariti od zgoraj. Slovenci smo iz razlogov, ki so verjetno zgodovinske narave, izrazito pasivni državljani: ali se umaknemo v varnost zasebnosti ali pa pričakujemo, da bo red naredila taka ali drugačna avtoriteta. Ravno civilne družbe pa država ne more poroditi iz sebe, samo spoštuje in podpira jo lahko. Zato si delamo utvare, če odgovor na problem pluralnosti iščemo pri državi. Pluralno družbo ustvarjamo državljani. Svoboda ni stanje družbe, ampak je dinamika, ki jo hranijo prizadevanja svobodnih oseb.

Na voljo so različni mehanizmi, ki medijski sistem lahko naredijo bolj prijazen do ljudi. Prvi in najpomembnejši je odvisen od medijev samih: zavezanost strokovnim in etičnim normam. Vsak večji medij bi moral imeti kodeks kot podlago za presojanje novinarjevega dela. Žal večina medijev

tega nima, celo tisti, ki ga imajo, pa se ga pogosto ne držijo. Jean-Paul Bertrand ponavlja neminljivo resnico, da še tako dober kodeks nič ne pomaga, če se ga ljudje ne držijo.² Naslednji mehanizem predstavlja varuh medijskih pravic, ki bi kompetentno presojal razmere na medijskem prizorišču in opozarjal ne samo na moralne ali strokovne spodrsaljaje, ampak tudi na kršitve zakonodaje, zakonsko neurejena vprašanja in podobno.³

Uspeh enega kot drugega mehanizma je odvisen od zrelosti in profesionalnosti ljudi. Še tako dober kodeks in še tako spoštovan varuh človekovih pravic ne bosta dosegla, da bodo novinarji profesionalni in dostojni. Dokler se bo nadaljevala praksa, da se novinarji, uredniki, direktorji in lastniki ne bodo zmenili za razsodbe NČR in sodbe sodišča, se tudi v medijih ne bo veliko spremenilo, kodeksi gor ali dol. Mislím, da s(m)o največja slabost slovenskega medijskega sistema Slovenci sami. Dostojen novinar bo spoštoval dejstva in človekovo osebo. Dostojen urednik bo dal novinarju čutiti, kako je z njegovo profesionalnostjo in etičnostjo. Dostojen direktor ali lastnik ne bo dopustil nedostojnosti v svojem podjetju. Da pa ne bi kdo mislil, da se s tem konča: dostojen državljan ne bo molče požrl vsega, kar mu porinejo pred nos.

Zato je vsaka razprava o slabostih medijev predvsem razprava o ljudeh, ki medije ustvarjajo, berejo, poslušajo in gledajo. Vsak poskus, da bi diskurz porinili v naročje oblastnikov, pomeni izogibanje tej osnovni človeški odgovornosti. Prisila teh problemov ne more razrešiti. Rešitev ne bo prišla od zunaj. Začeti se mora pri meni in tebi. Jaz sam moram biti odgovoren v svojem ravnanju; ne le to, odgovoren sem tudi za drugega človeka. Pa ne tako, da bi ga vodil za roko ali ga kaznoval, ampak tako, da od njega zahtevam račun za njegovo ravnanje. Na področju etike ne gre drugače, kot da se odzovem. Če grem mimo in čakam, da bo nekdo drug ukrepal, obenem pa pričakujem spremembo, živim v tragični utvari.

² Claude-Jean Bertrand, "Odličen kodeks, toda..." Medijska preža 16 (marec 2003). <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/16/samoregulacija/>

³ Prim. Zoran Medved, "Najprej ustanovimo varuha medijskih pravic." Medijska preža 9 (poletje/jesen 2000). <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/09/tisk/>