



Međimurski mediji i zdravlje

U Međimurskoj županiji koja je među najmanjima u Hrvatskoj, kako po površini, tako i po broju stanovnika, postoji velik broj i raznolikost medija. U Međimurju živi oko 120 tisuća stanovnika, a djeluje jedna lokalna televizijska kuća, šest radijskih privatnih kuća, dva lokalna lista, dopisništva nacionalnih dnevnika i dopisništvo HTV-a. Treba naglasiti da su svi lokalni mediji u Međimurskoj županiji u privatnom vlasništvu, da žive na tržištu i da su svi stariji od deset godina i naučeni na tržišnu utakmicu. U tom kontekstu novinari u svim pristupima pa i kod obrade tema o zdravlju moraju negdje u primisli imati kako temu obraditi na tako zanimljiv način da je slušatelji, gledatelji i čitatelji njihovih novina "kupe".

Naime, međimurski mediji ne mogu računati ni na kakvo pokrivanje troškova poslovanja iz općinskih, županijskih ili drugih proračuna. To je okvir kojega su u svakom trenutku svjesni.

No premda se pojednostavljeno misli da takva koncepcija znači nužno objavu žuti-

la i senzacija, to je još jedna od predrasuda o medijima. Mediji u privatnom vlasništvu samo puno pažljivije osluškaju potrebe svojih konzumenata.

Prije tri godine, kao novinarka i pomoćnica urednika Međimurskih novina, uključena sam u Županijski tim za zdravlje Međimurske županije i aktivno sam bila uključena u izradu međimurskih prioriteta za zdravlje. Kod formiranja podtimova po pojedinim prioritetima uključivala sam u rad i svoje kolege iz drugih medijskih kuća, jer to stvara pozitivni odnos prema afirmiranju pojedinih zdravstvenih problema. Za ilustraciju, u Međimurskoj županiji jedan od prioriteta je i borba protiv alkoholizma zbog posljedica za zdravlje koje on nosi.

Da bi se dobila slika raširenosti alkoholizma među mladima, sudjelovala sam u kvalitativnom istraživanju toga problema među mladima. Prezentacija rezultata istraživanja važan je dio senzibilizacije javnosti. Kao članica peteročlanog tima uz to sam preuzela obvezu organizacije u izradi i tiskanju brošure, te dala niz savjeta oko načina njezi-

ne prezentacije, posebice u dijelu kako tu temu na zanimljiv način prezentirati prema određenim medijima. Ako se zdravstvene teme predstave na pravi način, one mogu dobiti potporu medija. Novinari vole kad se mogu naći u situaciji otkrivanja određenih problema, ali i nalaženja rješenja problema. Ako se stvari postave tako, moguće je dobiti njihovu suradnju. Ono što oni ne mogu, to je zabraniti reklamiranje, primjerice, piva na stranicama svojih novina, u radijskim ili televizijskim emisijama. Privatni mediji žive od marketinga i sve što je zakonom dopušteno marketing njihovih medijskih kuća će nastojati dobiti kao prihod od reklame. Dakle, tako dugo dok reklamiranje Galerije Adris ili Karlovačkog piva nije zakonom zabranjeno, bit će snažno medijski reklamirano. A tu su novinari potpuno nemoćni. Često se brka marketing s novinarima. To su dvije potpuno odvojene i različite stvari, premda se često međusobno hrane.

Božena Malekoci-Oletić
bozena.malekoci@mnovine.hr

