

*Adriana Tomašić**

Kulturne vrednote u masovnim medijima

Summary

The media play an increasingly significant role in contemporary society. They shape our social, cultural and political interests; they fill our leisure time and define our cultural interests and activities. Cultural values and responsibility of media allows you to explore the ways that the media shape our culture and how our culture shapes the media, the relationship of culture and the media with questions of cultural identity. In terms of education in contemporary society is important and the role of the media, especially in education and responsibility for culture and cultural values. No matter what degree or education, nor interest in cultural events is not always equal in media consumers, the task is responsible editors and journalists to encourage the general public and cultural values that are part of our identity

Ključne riječi: kulturne vrednote, medijska odgovornost, društvo, javni i komercijalni servis.

* Autorica je studentica diplomskog studija „Mediji“ Sveučilišta u Dubrovniku

Uvod

Svrha odgoja i obrazovanja u suvremenom društvu jest poticati i ostvarivati povoljne uvjete za razvoj ljudskog bića tijekom cijeloga života, čiji je smisao cjelovito osobno sudjelovanje u intelektualnom, emotivnom, fizičkom, moralnom i duhovnom djelovanju koje upućuje pojedinca na ostvarivanje visoke kvalitete života.

Ivan Koprek

Za odgoj i obrazovanja u suvremenom društvu važna je i uloga medija, posebno u obrazovanju i odgovornosti za kulturu i kulturne vrednote. Kultura koja se promatra kroz kulturu jezika, govora i ponašanja, filma, glazbe i kazališta, kao kultura običaja, baštine i povijesnih spomenika, kao kultura slikarstva, plesa i novih umjetnosti, ponašanja, stanovanja i življenja. Kada se tako doživljena kultura promatra kao vrednota – društvena, duhovna i moralna, umjetnička i znanstvena, kao naše duhovno stanje ili materijalna činjenica koji se po općim mjerilima drže vrijednim, dobrim i valjanim, nailazi se na snažnu i potrebnu odgovornost medija.

Iako je «kultura u današnjim hrvatskim medijima svedena na marginalnu pojavu, rubriku koja je ustuknula pred navalom praćenja života celebrityja» i uzmemo li u obzir da «televizija ima moć natjerati muškarce da se upisuju na tečajeve plesa, pa bi onda valjda mogla utjecati i na to da im se kazalište ne čini strašno dosadnim»,¹ hrvatski mediji i dalje imaju i moć i odgovornost. Prema stvarnim kulturnim vrednotama i nad.njima.

Kako zapisuje Stjepan Malović, «svaka je zemlja svojevrsna žrtva kulturnog imperijalizma, jednako kao što svaka zemlja pokušava širiti svoju kulturu u druge sredine».² No, prije svega valjalo bi s kulturnim vrednotama neke zemlje prvenstveno upoznati njezine građane.

Uloga masovnih medija različita je, kao što su i mediji različiti – tiskani i elektronički, privatni i javni, centralizirani i decentralizirani, novi mediji. U razvoju i oblikovanju naše kulture ta je uloga često nedovoljno istaknuta, iako su mediji važno sredstvo oblikovanja osobnog i društvenog kulturnog identiteta. Novinari su i sami u položaju da kritički vrednuju medijske sadržaje koji prema tržišnim i komercijalnim zakonima nameću globalnu kulturu i stilove, idole i mitove.

¹ HAK revija, broj 156, svibanj 2008., str. 49

² Malović, Stjepan: Novine, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2003., str. 32

Kulturne vrednote i odgovornost medija

O kulturi valja govoriti sustavno, intrigantno, s mjerom i znanjem, o kulturi valja govoriti i onima koji kulturu razumiju, ali i onima koji se u mnoštvu različitih kulturnih sadržaja snalaze nešto sporije. Zato sadržaj i način pisanja ili pripremu i opremu radijskih i televizijskih emisija treba dobro osmisliti, prilagoditi čitateljima, slušateljima i gledateljima te je potrebno istodobno se truditi da u toj prilagodbi ne zanemarimo vrednote same, ne zanemarimo načine, ne podilazimo i ne propustimo upozoriti na nešto novo i dobro. A vrednote su povijesne, ljudske, prirodne, obiteljske, tradicionalne, životne.

Kada u internetsku tražilicu upišete riječ *vrednote*, pred vama se u sekundi nađe više stotina stranica, a na jednoj od njih i mnoštvo podataka o glagoljici. Evo osnovnih - «Glagoljica je staroslavensko pismo nastalo sredinom 4. do 9 st., a u hrvatskim krajevima zadržalo se do 19. st. Već početkom 16. st. sve je više potiskuje latinica. Autorima ovog pisma smatraju se braća Ćiril i Metod, bizantski redovnici iz Soluna. Glagoljica se javlja u dva oblika: obla i uglata. Na našim je prostorima obla glagoljica postala uglatom, stoga se često naziva i hrvatskom glagoljicom, a najpoznatiji hrvatski glagoljaški spomenik je Bašćanska ploča». Zar ne bi bilo divno kada bi svatko do nas glagoljicom znao napisati svoje ime?

𐌀 𐌁 𐌂 𐌃 𐌄 𐌅 𐌆
 𐌇 𐌈 𐌉 𐌊 𐌋 𐌌 𐌍
 𐌎 𐌏 𐌐 𐌑 𐌒 𐌓 𐌔 𐌕
 𐌖 𐌗 𐌘 𐌙 𐌚 𐌛 𐌜
 𐌝 𐌞 𐌟 𐌠 𐌡 𐌢 𐌣

Masovnim medijima nije svojstveno da proizvode komunikaciju i neodgovornost, pri čemu naša jedina zadaća ostaje iznova uspostaviti mogućnost odgovora, što pretpostavlja rušenje današnjeg svekolikog ustroja medija,³ kaže Valerio Baćak u recenziji knjige *Simulacija i zbilja* Jean Baudrillarda, objavljenoj na stranici Kluba studenata sociologije Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu u studentskom časopisu za društveno-humanističke teme. To, naravno, nije moguće, rušenje općeg ustroja medija ne može se zamisliti, ali svakako valja raditi na tome da, kada je riječ o odgovornosti medija prema kulturnim vrednotama, mediji zaista budu odgovorni i svjesni u predstavljanju i očuvanju duhovne i materijalne kulture, kao i u poticanju pojedinca da se što više objektivna kultura pretapa u subjektivnu.

Prema Miroslavu Vujeviću, «valja razlikovati kulturu u objektivnom smislu i kulturu u subjektivnom smislu. Kulturu u objektivnom smislu čine sva dostignuća čovječanstva ili određenog društva. Kulturu u subjektivnom smislu čini onaj dio kulture koji je neki pojedinac usvojio. Razvitkom kultura povećava se razlika između kulture u objektivnom i kulture u subjektivnom smislu. Nema pojedinca koji može usvojiti kulturu svoga društva, a da i ne pomišljamo o mogućnosti usvajanja kulturu čovječanstva».⁴ No, bez obzira na neusvojivost cjelokupne kulture, uvijek možemo znati više i odgajati se za nova znanja.

U djelu *Ideja kulture* Terryja Eagletona, navodi se da je riječ *kultura* jedna od dviju ili triju najsloženijih riječi u engleskome jeziku, a u recenziji te knjige Maša Grdešić pojašnjava kako Eagleton objašnjava tri definicije kulture. Prva definicija kulturu vezuje za civilizaciju, odnosno za neku univerzalnu ljudskost i opći ljudski razvoj; druga je izjednačava s umjetnošću; a treća definicija potječe iz romantizma i kulturu određuje kao cjelokupan način života neke skupine ljudi. Kroz ostala poglavlja, nastavlja Grdešić, autor dalje razvija svoju tezu da je kultura kao umjetnost (odnosno Kultura) preusko poimanje kulture, a da je kultura kao sveukupan način života pretjerano široko shvaćanje pojma. Kada pokušava razgraničiti ono što ulazi u kulturu od onoga što ostaje izvan nje, u svojem poznatom duhovitom stilu daje primjer «proizvodnje odvodnih crpki», kao nečeg neobilježenog kulturom. Međutim, čini se da i kanalizacija može

³ <http://www.diskrepancija.org/casopis/5br/prikazi-recenzije.pdf>, 05. lipanj 2008.

⁴ Vujević, Miroslav, 2001.: *Politička i medijska kultura u Hrvatskoj*, Školska knjiga, Zagreb, 12

pripadati kulturi, pogotovo ako ju nemaš – kao što ju nemaju Romi u Međimurju».⁵

Kada danas govorimo o kulturi, shvaćamo ju samo kao jedan od mogućih pojmova, kao jednu od kultura. Novinari o kulturi mogu obavijestiti, kulturu se može kritizirati, kulturni projekti mogu se poticati, kulturne vrednote mogu se i moraju predočiti svijetu, a na se način čuva identitet naroda. I dok se tradicijska kultura u Europi njeguje kao jedan od temelja identiteta uz njegovanje starih obrta i čuvanje pučke arhitekture, u Hrvatskoj je sve donedavno situacija bila potpuno drugačija.

Kako piše Marina Tenžera, «invazija američkih akcijskih filmova, glazbene industrije i Coca Cole, odavno je u Europi pokrenula alarm na uzbunu. Široku strategiju očuvanja identiteta pred naletom nezaustavljive američke globalizacije odavno su pokrenule mnoge europske države. Stoga ne čudi da je top-tema europskih filozofa i pisaca odnedavno postao drugi val američke globalizacije, koji za razliku od prvoga poslijeratnog, što je u Stari svijet donosio impresivna djela američke književne i filmske kulture, danas odjekuje tek idejnom prazninom, akcijskim filmom i jeftinom literaturom, kako ističe talijanski pisac Gio Ferri. Pod diktatom modnih, filmskih, književnih i glazbenih marki povlači se kultura u cjelini, pa time i pučka kultura, kao njezin bitan dio. Taj fenomen osobito je izražen u Hrvatskoj. Žaloso je to zna li se da Hrvatska ima jednu od najbogatijih i najljepših pučkih tradicija, mnoge običaje i narodno stvaralaštvo za koje se danas brinu tek rijetki. Pa dok pola Bavarske hoda u narodnim nošnjama, Prag živi od tradicijskih obrta, europski restauratori štite starinske forme osobito drvene arhitekture, svjetski kreatori poput Missonija i Kenza promiču narodno stvaralaštvo u svojim kreacijama, u Hrvatskoj pučka arhitektura odumire, starinski obrti polako, ali sigurno nestaju, a Hrvate je stid odjenuti modnu kreaciju s narodnim motivom».⁶

I upravo to je ono što treba mijenjati – svijest o vlastitom identitetu, vlastitim vrijednostima, o zaslugama pojedinaca koji su davno prije pronijeli ime Hrvatske diljem Europe i svijeta.

Javni mediji to i čine – javni radio i javna televizija moraju ispunjavati jasan i točan zahtjev – biti televizija ili radio za sve. «Djelatnost Hrvatske radiotelevizije je proizvodnja i emitiranje radijskoga i televizijskog programa te glazbena proizvodnja, a te djelatnosti HRT ostvaruje proizvodnjom i emitiranjem triju radijskih programa u trima radijskim

⁵ <http://www.diskrepancija.org/casopis/5br/prikazi-recenzije.pdf>

⁶ www.vjesnik.hr, 23.listopada 2003.

mrežama na državnoj razini i u radijskim mrežama na županijskoj ili regionalnoj razini, te televizijskih programa u dvjema televizijskim mrežama na državnoj razini, djelatnost glazbene proizvodnje je izvedba i snimanje: simfonijske, narodne i zabavne glazbe, zbarsko izvođenje, organiziranje priredbi i koncerata, posebice nacionalne glazbene baštine i suvremenih djela hrvatskih skladatelja i umjetnika izvođača. HRT može proizvoditi i druge specijalizirane radijske i televizijske programe i objavljivati ih analogno, digitalno i putem satelita».⁷

Mjera dobrog praćenja i vrednovanja kulturnih događaja upravo su specijalizirane kulturne emisije triju programa Hrvatskoga radija, posebice Trećeg programa, koji se naziva temeljnom institucijom u dobrom značenju te riječi. Isti je slučaj s programom Hrvatske televizije – pa iako uvijek može biti bolje, ne možemo biti nezadovoljni programom koji javnosti predstavlja kulturna postignuća u gotovo najširem smislu te riječi. Tako internetska stranica HRT-a od 20. svibnja 2008. godine nudi dvadeset vijesti iz kulture, raspoređenih u nekoliko rubrika – tu su Vijesti, Videovijesti, Izjava dana i rubrika Dogodilo se na današnji dan, a teme su sljedeće - Nobelova nagrada je prava katastrofa – Maslačak u Sisku - Akvareli u Tokiju - Govor Žminja - Lord of the Dance - Rođen sv. Jan Nepomuk - Umro Kristofor Kolumbo - Rođen Honoré de Balzac - Umro ban Jelačić - Alkemičar na filmu - Izložba Austrijska veza - Rukopis na aukciji - Umro filozof Scheler - Umro Đuro Pilar - Pogubljena Anne Boleyn - Rođen Vjekoslav Karas - Cannes na Milićev način - Subversive Film Festival - Kalašnjikov u muzeju. No, to nije sve kada je riječ o kulturnoj ponudi toga dana na javnoj televiziji. U rubrici Glazba također su vijesti i najave glazbenih događanja, te raspored koncerata i podaci o glazbenoj proizvodnji. U sklopu programa Hrvatske radiotelevizije, kada govorimo o kulturi u širem kontekstu, zaista su brojne emisije i prilogi čija je namjera obavijestiti, poučiti i obrazovati slušatelje i gledatelje o brojnim događanjima.

I u *Vjesniku*, hrvatskom političkom dnevniku, slična je situacija – u broju od 12. prosinca 2007. godine na tri stranice donosi dvanaest napisa o kulturnim događanjima, među kojima je onaj o izložbi Marca Chagalla u Galeriji Klovićevi dvori, predstavljanju izložbe EXPO 2008, festivalu Ekstravagantna tijela, filmskoj manifestaciji «Pssst» - reviji nijemoga filma, sajmu knjige u Istri, državnom natjecanju komornih sastava.

⁷ www.hrt.hr/ Zakon o HRT-u, 29. svibnja 2008.

No, takva situacija nije i s privatnim medijima – tiskanim i elektroničkim. Tamo se pogled na kulturu, u užem i širem smislu, mijenja u, nažalost, negativnom smjeru, a sprega oglašivača i urednika, koji usto još nemaju afiniteta za kultura zbivanja, a niti obvezu pisati ili emitirati radijske ili televizijske priloge u smislu obrazovanja svojih čitatelja, slušatelja ili gledatelja, dovodi do gotovog potpunog osiromašenja kulturnim sadržajima. Također, novinari takvih medija postaju posve nezainteresirani za kulturne vrednote. Osim naravno, ako one nisu «top» n i «in» u cijelome svijetu, ako nisu samo dio trenutne mode.

Većina hrvatskih masovnih medija, prema Maloviću, djeluje prema istom uzorku «kao i globalni svjetski mediji. Tržište, prihod, čitanost, gledanost i slušanost glavni su kriteriji ne zato da bi dokazali kvalitetu, već da bi time opravdali prodaju svog prostora oglasnim agencijama. Dakle, i u hrvatskim masovnim medijima susrećemo se s istim pojavama kao u svjetskim medijima. Nema bitnih razlika. Komercijalni mediji i u domaćem kulturnom stvaralaštvu traže one tiražne elemente koji su specifični za izvještavanje o komercijalnoj kulturi».⁸ Znači, o kulturi će se pisati, ali površno, i uglavnom samo kada je riječ o neprimjerenim slučajevima.

I dok novinari privatnih medija nisu previše zainteresirani, novinari javnih medija uporno rade upravo suprotno – pronalaze sadržaje, po svemu izdvojene, koji su stalno u potrazi za identitetom, po nečemu drugačiji, koji su dio naše baštine. I baš kao što je rečeno u predgovoru knjige *Hrvati koji su stvarali Europu* Ivana Tante, «treba čuvati uspomenu na naše stare, jer inače ni nas neće biti. A u doba tehnologije, pokretnih slova, satelita i multimedijjskih aplikacija, zaboraviti vlastite velikane i vlastite vrijednosti, znači utopiti se u moru u kojem valove proizvode oni veći».⁹

Važan kulturološki projekt koji valja otrgnuti od zaborava, možemo naći samo ako dovoljno tražimo. Mogući Projekt Korčula – jedan je od njih. Malo mjesto Žrnovo, udaljeno tek nekoliko kilometara od grada Korčule čuva velike tajne - to je rodno mjesto poznatog hrvatskog književnika Petra Šegedina. Također i diplomata Jakova Baničevića, velikog prijatelja Erazma Roterdamskog. U tome je mjestu 1912. godine u svojoj kući jedan mještananin, Pavao Pavlović-Pavuleto, sagradio kazalište u kojemu su se izvodile opere i dramske predstave, održavale kinoprojeksijske i plesne zabave. Nedaleko, nalazi se rezervat šumske vegetacije Kočje,

⁸ www.matica.hr/Kolo/kolo2005_2.nsf/AllWebDocs/smalovic - 36k -

⁹ Tanta, Ivan, 2003.: *Hrvati koji su stvarali Europu*, Stari grad, Zagreb, str 8.

prirodni fenomen koji čuva mikrosvijet toga dijela otoka i legende o pastiru i vilama koje se prenose naraštajima . Povijest vrijedna sjećanja.

Zaključak

U velikome svijetu, ovo je možda mali projekt. Ali, on svjedoči o postojanju jednoga naroda, načinu njegova života i sačuvanim kulturnim vrednotama. I upravo zato važno je sačuvati te priče od zaborava. U tome mogu pomoći mediji koji nisu u neprestanoj utrci za dobiti, koji ne žive pod pritiskom oglašivača, političara i urednika. U tome mogu pomoći mediji koji ulažu u znanja svojih novinara i kojima dobit nije jedino što ih pokreće. U tome mogu pomoći, a to i čine, novinari javnih medija. Bez obzira na to što ni stupanj obrazovanja, ni zanimanje za kulturna zbivanja nije uvijek jednak u medijskih potrošača, zadaća je odgovornih urednika i novinara poticati opće, javne i kulturne vrijednosti koje jesu dio našega identiteta – da se ne zaboravi, da se otrgne zaboravu. Pomaci su, dakle, mogući, samo za njih treba vremena, ustrajnosti, volje, novinarskog znanja i vještine, dostatnih financijskih sredstava, uredničkog razumijevanja i poticanja, zanimanja oglašivača i, naravno, spoznaje o vlastitim kulturnim vrednotama.

Literatura

Malović, Stjepan, 2003.: Novine, Sveučilišna knjižara, Zagreb, str. 32

Tanta, Ivan, 2003.: Hrvati koji su stvarali Europu, Stari grad, Zagreb., str. 8

Vujević, Miroslav, 2001.: Politička i medijska kultura u Hrvatskoj, Školska knjiga, Zagreb., str..12

Mrežni izvori

www.hrt.hr/ Zakon o HRT-u, 29. svibnja 2008.

www.vjesnik.hr, 23.listopada 2003.

www.diskrepancija.org/casopis/5br/prikazi-recenzije.pdf, 30. svibnja 2008.

www.matica.hr/Kolo/kolo2005_2.nsf/AllWebDocs/smalovic, 30. rujna 2008.

Ostalo

HAK revija, broj 156, svibanj 2008., str. 49

