



godina XXXII • broj 3 • Split 1997
UDK 215, ISSN 0352-4000

SELEKTIVNOST MEDIJA

Za života podosta različite, a možda i po nečem slične Majka Terezija i princeza Diana na kraju života su u mnogočemu medijski homologizirane: državni sprovodi, mnoštvo ožalošćenih ljudi svih uzrasta i nacija, službeno ili dobrovoljno nazočni uglednici i predstavnici raznolikih političkih, humanitarnih, religioznih i kulturnih institucija, hvalbene izjave o veličini dotičnih osoba, česti *flashback* s videofragmentima iz života tih dviju žena. Sve je to poslužilo masmedijima, a posebice onima elektroničkim da od toga naprave jedan uspješni spektakl koji je dopro do očiju i srca stotina milijuna. Za Lady Dianu se čak govori o dvije milijarde potencijalnih gledalaca.

No, medijska pažnja nije tim dvjema ženama poklonjena tek u trenutku njihove smrti. Obje su, uza svu objektivnu egzistencijalnu asimetričnost, bile tijekom života privilegirane teme tiska i televizije. Veći dio njihova života bio je zabilježen: njihove riječi, susreti, njihova putovanja, bolesti, interesi, mišljenja, njihove tuge i radosti.

Postavlja se pitanje zašto je tome tako? Najvjerojatnije nije daleko od istine ako se ustvrdi da su obje te žene imale medijsku karizmu. Dakle, ono nešto u čovjeku što ima veze s načinom na koji nečija nutrina uspješno komunicira preko vlastite tjelesnosti s okolnim ambijentom i što čini da nastup tog čovjeka, njegove riječi, geste, radosti i tuge ljudi do te mjere doživljavaju privlačnima, dragima, razumljivima i sebi bliskima da u njemu uspijevaju ili stvarno prepoznati ili pak projektirati neke svoje slutnje i iščekivanja autentične ljudske prisnosti i dobrote. A medijska karizma je nešto urođeno. Ili je čovjek ima ili je nema. Istina, ona može ostati zapretna, kao što ju je moguće i usavršavati.

S druge strane, medijska pažnja u čijem su se središtu te dvije žene trajno nalazile bila je motivirana i neumoljivom medijskom logikom, koja je između ostalog određena i maksimalno mogućim medijskim profitom, misleći pod medijskim profitom ne samo na ono prvotno, zaradu, već i na s time povezano širenje medijskoga tržišta i uopće intenzifikaciju popularnosti medijskih kuća. Stoga pod kontinuirani pritisak bjelosvjetskog medijskog interesa dolaze u prvom redu one teme i oni likovi za koje je predvidivo da će naići na velik odaziv medijskih potrošača.

Pritom su, jasno, kriteriji medijske pozornosti vrlo često nadahnuti tek sekundarno ili nikako vrijednosnom autentičnošću određenog zbivanja. Medijski profit, medijska karizma, mogućnost medijske spektakularizacije određene teme ipak su, kada je riječ o velikim svjetskim medijima, odlučujući motivi njihovih tematskih izbora: autentične ljudske vrijednosti postaju medijski zanimljivima najčešće tek ako se mogu uspješno uklopiti u te navedene poslovne postulate sredstava masovnog priopćavanja. Stoga su mediji nedvojbeno veoma selektivni. Naizgled "neutralni", puki dežurni kroničari zbivanja, risači stvarnosti, mediji zapravo veoma često, i bez nekog izričitog ideološkog interesa, retuširaju stvarnost, čime je više ili manje falsificiraju. Jer naglašena selektivnost u pristupu zbivanjima i osobama nužno je jednostrana, a time i manipulativnog karaktera u odnosu na značenjsku i vrijednosnu kompleksnost same stvarnosti.

Navedenu selektivnost medija veoma zorno ilustrira medijski tretman životnih sudbina dviju navedenih žena: princeze Diane i Majke Terezije. Raspoloženja i događanja vezana uz njihovu smrt ponovno su potvrdila pa čak još više i razotkrila golemu popularnost i jedne i druge. Možda i nije daleko od istine tvrdnja da se radi o dvjema osobama s čijom se poznatošću i omiljenošću u ovom trenutku teško može mjeriti bilo tko od aktualnih ljubimaca svjetskih medija. No, one u isto vrijeme predstavljaju pun pogodak rečene medijske selektivnosti.

Život jedne i druge žene nudio je, očito, zahvalni materijal iz kojega je kontinuirano tkana svojevrsna medijska naracija koja je plijenila pažnju mnogih. Ali spomenuta logika selektivnosti ipak je djelomično falsificirala stvarnost tih dviju zanimljivih životnih priča. Mediji su, u jednom i drugom slučaju, naime stavljali pod povećalo svojeg zanimanja uglavnom one elemente koji su bili funkcionalni tipološki zamišljenoj životnoj *story*. Tako je princeza Diana postala za stotine milijuna njezinih poklonika "nesretnom princezom iz snova" kojoj su drugi skrivili njenu nesreću, a koja je ipak bila toliko dobra i velikodušna da i njezini eventualni nedostaci nisu mogli ozbiljnije narušiti njenu omiljenost, već su je čak, na neki način, činili bliskom običnim ljudima.

Višedesetljetno intenzivno medijsko praćenje i interpretiranje Majke Terezije, njezina života i djela te u završnici i njezine smrti toliko ju je osamilo u njenoj moralnoj veličini teško dostizive junakinje karitativne ljubavi da ona djeluje podosta izdvojeno od drugih kršćana i njihovih karitativnih nastojanja. Stvorio se dojam kod mnogih kako je ona, a s njom i njezina zajednica, neupitno evandeoski radikalnija, molitveno primjerenija, karitativno djelotvornija, pa možda i svetija od tolikih drugih kršćana, muškaraca i žena, koji djeluju, ljube, mole na sličan način kao i Majka Terezija.

U njezinom životu sve je orisano kao "prava stvar", sve je prožeto Bogom. Sve odiše evandeoskom mudrošću. Nema pukotina. Njezine riječi i djela uvijek su primjereni svakoj situaciji, premda su katkad u stvarnosti njezine prosudbe i izjave bile takve da su poradi svoje jednostrane jednostavnosti vrlo malo mogle pridonijeti razumijevanju i rješavanju kompleksnih problema suvremenog svijeta. Istina, od njezine goleme medijske popularnosti i posvudašnjosti imala je znatnu korist njena zajednica, kojoj su se na tragu vlastite tolike i takve medijski i nobelovski popularne osnivateljice i poglavarice otvarali veliki prostori za djelovanje diljem svijeta, a pritjecala su joj i znatna sredstva financijske potpore.

No, očito, taj dojam simboličkog monopola na dobro, proizveden djelomično medijskom selektivnošću i kontinuiranom idealizirajućom naracijom, ipak ima i svoju manje svijetlu stranu. On, naime, zanemaruje percepciju činjenice da na prostoru kršćanstva ima još puno drugih pojedinaca i zajednica čiji je radikalni, a katkad i herojski angažman za druge uistinu autentični sakrament Božje agapične nazočnosti u svijetu. Poznajem i osobno neke od takvih kršćana, muškaraca i žena. Žive, vjeruju, ljube i trpe ali u šutnji, relativnoj nepoznatosti i s malo sredstava. Njihov "najveći nedostatak" je možda taj da nisu napravili medijski prodor već su ostali obavijeni medijskom šutnjom. No, i oni su dio stvarnosti, svijeta i kršćanstva. I njih treba podržavati, zamjećivati, o njima govoriti. I to iz ljubavi prema istini suvremenog kršćanstva.

Suočeni s tehnološkim razvojem, a posebice s medijskom revolucijom, kršćanski su krugovi još uvijek pomalo zbunjeni. Njihovo ponašanje oscilira između nezainteresiranosti, s jedne - uvjetovane neznanjem, nemarnošću ili nesposobnošću prilagodbe promijenjenom svijetu - i odveć optimističke zadivljenosti medijima, s druge strane, kakvu prepoznajemo u vatikanskom dokumentu *Inter mirifica* (1966.). Stav Crkve trebao bi međutim biti utemeljen na realističkom uvidu u presudnu važnost i kompleksnost medija, ali i na što je moguće objektivnije promišljenoj kritici raznosvrtnih više ili manje negativnih sastavnica medijske logike i njezinih učinaka. Pritom treba biti katkad spreman zapostaviti kratkovidni apologetski interes te u ime pune istine o stvarnosti svijeta i

čovjeka zauzeti kritički pristup i prema sumnjivoj medijskoj uporabi nekih značajnih crkvenih ljudi i zbivanja.

Stoga kada crkvena zajednica s ljubavlju, ali ništa manje kritički ukazuje na selektivnu spektakularizaciju obilato nazočnu u suvremenom svijetu medija kao na jedan neprihvatljiv vid manipuliranja percepcijom stvarnosti, tada ona nesumnjivo daje značajan prinos humanizaciji medija. Jer, ne zaboravimo, ipak samo humanizirani mediji, oplemenjeni vrijednosnom autentičnošću i lišeni svakovrsne jednostranosti, mogu postati prihvatljivim i djelotvornim instrumentima prijenosa Božje riječi.

Nikola Bižaca