

»Vztrajanje na kvazi objektivnosti je skrajna politična pozicija«

Sandra Bašič Hrvatina

Jerneja Grmadnik

Dr. Sandra Bašič Hrvatina, predstojnica Oddelka za medijske študije na Fakulteti za humanistične študije v Kopru, medijska strokovnjakinja, ki pravi, da zase raje sliši, da je medijska aktivistka, že več let opozarja ne neurejene razmere v slovenskem medijskem prostoru. Medijski monopoli, komercializacija medijev, problematičen oglaševalski kolač, kjer ima absolutni monopol televizija, kriza poslovnega modela medijev, padec branosti časopisov, vzpon interneta in prekarnost novinarskega poklica so samo nekateri problemi, ki so se v času gospodarske krize še bolj poglobili, nekateri pa dobili epilog tudi s stečajem medijskih podjetij in odpuščanjem novinarjev. O tem in tudi o politični polariziranosti slovenskega medijskega prostora smo spregovorili z dr. Bašič Hrvatino.

V nekem intervjuju ste pred časom rekli, da že spremljanje informativnega programa pomeni sodelovanje v procesu ideološkega razcepa na levo in desno – za vsako vprašanje namreč pride v studio en desni in en levi analitik oziroma politik. Lahko rečemo, da nosijo mediji veliko mero krivde za takšno delitev?

Težko govorim o krivdi. Po mojem mnenju je eden od problemov ta, da so mediji, pa ne samo slovenski, skozi desetletje ustvarili mit, da je o politični realnosti mogoče govoriti na tak razklan način, in da se da skozi tovrstno poročanje o določenih zadevah priti do nekega nevtralnega, objektivnega pogleda na svet. Mediji ne morejo sprejeti tega, da je vsak medijski pogled subjektiven in kolikor bolj se trudijo, da bi se iz tega izločili, da bi zavzeli nekakšno objektivno pozicijo, bolj se pogrezajo v to delitev. Določena vprašanja – če na primer govorimo o človekovih pravicah – nimajo različnih mnenj. Še huje je to, da mediji umetno podeljujejo legitimnost določenim govorcem, kljub temu da tega ne bi smeli narediti in tako ustvarjajo določena civilnodružbena gibanja, ki imajo potem politične posledice. Moti me, da se mediji izogibajo odgovornosti za svoje politično delovanje, s tem, da ves čas trdijo, da ne počnejo nič drugega, kot da popisujejo realnost. Daleč od tega. Vsako popisovanje realnosti je komentar. Vztrajanje na neki kvazi objektivnosti je skrajna politična pozicija. S tem novinarji povejo – mi počnemo, kar hočemo, odgovornosti za to, kar počnemo, pa ne bomo prevzeli, ker smo objektivni. Ni res. Takoj

ko izberete določenega govorca, določeno temo, določen pogled, ste se že opredelili, kakšen pogled boste ponudili na neko vprašanje.

V vsaki razpravi potem gledamo ene in iste politične komentatorje, ki se zdijo bolj kot ne trobila političnih strank. Kje je tu kritičnost?

Kategorijo političnega analitika so si izmislili novinarji. To je spet ta diverzija v javnem prostoru – novinar ima namreč svoje mnenje, a tega noče povedati jasno, zato povabi politične analitike od katerih se pričakuje, da bodo govorili predvidljive reči. Tako imate določeno število političnih analitikov, za katere že vnaprej veste, kaj bodo rekli. Tisto, kar mene moti, ni toliko, da so mediji politično pristranski – saj vemo, da so – temveč teza, da niso. Da so neodvisni, da lahko zagotovijo to pozicijo. Te pozicije žal ni. Veliko lažje bi bilo za državljane, da bi točno vedeli, katere politične poglede zagovarjajo mediji.

Ali ni to že jasno? V Sloveniji se ve, kateri so bolj levi in kateri bolj desni, kateri skrajno na enem političnem polu...

Kateri pa so to levi mediji? Kaj določa leve medije?

Če za leve medije velja, da so bolj naklonjeni slovenski levici, se tu bolj poraja vprašanje, kdo oziroma kaj in kakšna je slovenska levica ...

Ta zgodovinska »krivda« sega v konec 80. let, ko so bili določeni mediji del civilne družbe – in so vodili in odpirali javne razprave, ki jih t. i. »mainstream« mediji niso. Mladina je imela pri tem

pomembno vlogo. Ampak to pomeni zgolj to, da so ti mediji takrat opravljali vlogo, ki so jo morali. Danes so mediji podporni mehanizmi politike. Politika razkrajja javni prostor, mediji pa se temu prilagajajo – gre za neke vrste incestuozno razmerje, kot je rekel Serge Halimi, urednik *Le monde diplomatique* in avtor knjige *Novi psi čuvaji*. To se mi zdi problematično. Tisti, ki še vedno zagovarjamo stališče, da bi bi mediji morali imeti kritično funkcijo, smo ostali brez kakršnegakoli medija, ki bi to opravljal. Če se izrazim v prispodobah *Božanske komedije*, ki jo ravnokar berem: za Danteja, ki je bil zelo strankarski človek, je bil hud greh, če je bil nekdo omahljiv, neopredeljen, neodločen, torej človek, ki ni zavzel neke pozicije. Zato imate medije, za katere težko rečete, da so levi in desni, ampak so to mediji, ki producirajo določene teme, ki jim je politika primarni vir informacij in primarno področje, v katerem delujejo. Raziskava, na katero so se vsi sklicevali, ko je padla vlada, je pokazala, kako ima vlada nizko podporo, ampak v isti raziskavi je bilo videti, da političnim strankam zaupata dva odstotka ljudi, državnemu zboru pet in predsedniku vlade deset odstotkov. Tu imate paradoksalno situacijo, da inštitucije, ki jim ljudje še manj zaupajo, moralizirajo o nezaupanju v inštitucije, ki jim ljudje malo več zaupajo. Mi bi morali revitalizirati koncept demokracije; mi sploh ne vemo več, o čem govorimo, ko govorimo o njej. Navajeni smo govoriti o levi ali desni politiki, ob tem da so se temeljni koncepti, ki to politično sfero določajo, popolnoma izpraznili.

Če spregovoriva o novinarstvu danes – imam občutek, da novinarji, še posebej ko poročajo o gospodarski krizi, ki je trenutno najbolj »vroča« tema, producirajo informacije, ki navajajo statistike, odstotke. Kaj to sploh pove? Smo novinarji vse spravili na raven nekih števil, povzemanja raziskav, recikliranja informacij in PR sporočil? V novinarstvu velja, da mora vsaka informacija imeti odgovor na pet vprašanj, zelo redko pa danes dobimo odgovor na vprašanje, zakaj, kakšen je kontekst – številke ne pomenijo nič, če ne poveš, kaj nekaj pomeni v odnosu do nečesa. Pri gospodarstvu so mediji naredili tudi veliko gonijo med realnim in javnim sektorjem – da je samo prvi tisti, ki ustvarja, javni pa tisti, ki se bohota in živi kot parazit. A pomislite, kaj bi bilo, če nihče ne bi delal na okencih, učil v šolah, zdravil v bolnišnicah. To je moralizira-

nje. Mediji danes ne poročajo, ampak izključno moralizirajo. Pripovedujejo pravljice, zgodbe, ki se začenjajo in nikoli ne končajo. Vedno govorimo o ekonomskih kategorijah, o BDP-jih, rasti itd., kot da nimamo drugih mehanizmov za merjenje kvalitete življenja ljudi. Mediji danes na eni strani poročajo o ekstremno dobrih in ekstremno slabih primerih. Zame je problem popolno uničenje srednjega razreda – pred našimi očmi se ga ukinja. Postajamo družba, ki je razklana, med tistimi, ki so zelo bogat in tistimi, ki so bolj ali manj revni.

V novinarskem svetu je zadnje čase veliko govora o t. i. državljskem novinarstvu (*citizen journalism*), ki predpostavlja neko aktivno vlogo državljanov pri novinarskem delu. *ProPublica*, ameriška neprofitna medijska organizacija, je denimo nedavno prosila svoje bralce, da pomagajo iz množice podatkov in e-naslovov aljaške guvernerke Sarah Palin, ki so postali javni, najti »sporne« podatke. Kakšno je vaše mnenje o tej vrsti novinarstva?

Bi vi šli na operacijo k državljskemu kirurgu? Naloga novinarja je, da ljudem pomaga iz množice informacij, ki jih ima na razpolago, poiskati informacijo, ki je vredna razmisleka. Pustimo ob strani to, ali imajo novinarji danes čas to opravljati in ali to res počnejo, ampak to je njihova odgovornost.

Kako pa gledate na internetne forume oz. komentarje, kjer lahko kdorkoli pod vzdevkom, ki si ga izmisli, reče karkoli? Večina medijev danes teži k temu (predvsem preko socialnih omrežij), da bi ljudje čim bolj komentirali določene stvari, se vklopili v razprave... Res šteje vsako mnenje? Forumi so neke vrste *kakafonija*, kjer se navidezno ustvarja občutek, da je ogromno glasov in da so drugačni. Švedska se je na primer odločila, da ne bo imela anonimnih forumov, kar jaz absolutno podpiram, kljub ugovoru domačih pravnikov o svobodi izražanja. V javni razpravi morajo ljudje, ki zagovarjajo določena stališča, biti prepoznavni in odgovorni, za to, kar rečejo. To je vse.

Ste zelo kritični do novinarjev, za katere pravite, da so strahopetni, ko gre za njihove pravice in menite, da bi se morali bolj odločno postaviti za ureditev svojih delovnopравnih razmerij, saj jih večina dela preko honorarnih pogodb. Dejstvo pa je, da so razlike med novinarji zelo velike – ni malo takih, ki imajo zelo

»Tisto, kar mene moti, ni toliko, da so mediji politično pristranski – saj vemo, da so – temveč teza, da niso. Da so neodvisni, da lahko zagotovijo to pozicijo. Te pozicije žal ni.«

dobre plače, poleg tega se je že izkazalo, da so cehovski kolegi nekolegialni in neenotni.

V novinarstvu vlada kastni sistem – obstajajo tisti, ki so zavarovani, dobro plačani, imajo močan vpliv in obstaja množica novinarjev, ki težko opravljajo svoj poklic, ker nimajo zagotovljenih minimalnih varnostnih mehanizmov. Imate skratka novinarsko aristokracijo, ki je nedotakljiva, na drugi strani pa veliko številko novinarskih delavcev, ki producirajo informacije. Od kolegice, ki je novinarka, sem slišala, da je cena ene informacije dva evra – ena vestička, ki jo napiše, je torej vredna dva evra. Izračunajte, koliko informacij mora sproducirati, da zasluži za minimalno plačo. Imate ogromno število novinarjev, ki delajo v nemogočih delovnopравниh razmerjih. Na enega rednega zaposlenega, pade 6 do 7 ljudi, ki delajo za honorar. Mediji so vsa leta opozarjali na propade različnih panog in težave v finančnem sektorju, niso pa opozarjali, na to, kar se dogaja v njihovi lastni panogi. To, kar gledamo, je zadnje dejanje, ki se je začelo v 90. letih – privatizacija medijev je primer privatizacije vseh ostalih podjetij. Prišel je trenutek, da novinarji in ljudje, ki delajo medije, določene stvari sami razčistijo. Novinarji so lenobno sprejeli pomoči, ko jim je to ustrezalo, ko pa je bila kritika preostra, jim ni bilo prav. Če novinarji ne bodo razumeli, da je brez njih demokratičen projekt brezupen, potem imamo res težavo. In to morajo narediti sami, ni neke inštanca, ki bi od zgoraj povedala, kaj naj naredijo.

Če se dotaknem še vloge akademikov. Zakaj vas je tako malo takih, ki bi opozarjali na te probleme, če je stanje v medijih tako alarmantno, da tako rekoč načenja demokracijo?

Vsak, ki javno zagovarja določena stališča, mora plačati določen davek. Kot strokovnjak nastopaš kot nekdo, ki ima določeno znanje in ki nekaj zagovarja. Neodvisnega akademskega pogleda ni. Moraš zavzeti stališča. Moraš povedati, kaj je pravilno in kaj ni. V tem prostoru je težko, ker je tudi tvoj nastop takoj »popredalčkan« – politika dominira povsod. Vseeno pa mislim, da je to neodgovorno. Tisti, ki imajo znanje na vseh področjih, morajo javno nastopati in opozarjati na stvari, ki so ne-

sprejemljive, ker je to njihova odgovornost. Jaz to moram narediti, ker bi sicer zanikala, kar sama počnem. Če mi ustvarimo občutek, da se nič ne da spremeniti, tako to velja. Noam Chomsky je lepo povedal: če si prepričan, da se ne da nič storiti, se resnično ne da nič storiti. Če pa začneš nekaj premikati kljub temu, da so spremembe počasne, delaš to odgovorno.

Veliko projektov, ki podpirajo raziskovalno novinarstvo, v tujini spodbujajo in podpirajo fakultete. Kakšne so možnosti, da bi se tudi pri nas fakultete, ki šolajo bodoče novinarje, bolj aktivno vključile v take projekte?

Zdi se mi pomembno, da bi se na našem programu študenti učili na raziskovalnih projektih, a je problem v financiranju. Večino ključnih vprašanj z medijskega področja že leta pri nas obravnava in podpira Mirovni inštitut, ki pa sredstva dobiva od zunaj; od Evropske unije, od Guardianove fundacije itd. Rada poudarjam Guardianov primer – to je veliko podjetje, ki razume, kaj pomeni družbeno odgovorno delovanje, imajo svojo fundacijo in se iz nje financira medijske projekte in novinarje v drugih državah.

Niso tudi oni zdaj tudi v finančnih težavah?

Njihove težave je vredno podpreti. Svoje moči so usmerili v spletno stran. Stvar je, da finančni model, ki bi podprl spletne medije, ne obstaja. Oni imajo finančne izgube, ker so se zavestno odločili, da svojih bralcev ne bodo pustili na cedilu. Zavzemajo se za to, kar je skrajno problematično – namreč, generacije, ki prihajajo, jemljejo internet kot nekaj, kar je brezplačno. Toda to, kar na internetu nekdo ustvarja, to niso informacije, ki so na sončno energijo, nekdo jih dela. Zato je eden od možnih načinov financiranja spletnih medijev ta, da bi telekomunikacijska podjetja, kot so Yahoo, Google, Facebook, Twitter idr. delež svojega dobička namenila tudi podpori novinarskega dela.

Ste zelo kritični do slovenskega medijskega prostora. Lahko navedete kakšno državo, ki ima zgledno urejeno področje medijev?

Nemški model, ki je zelo zgledno urejen, pa tudi japonski, so zanimivo postavili Američani leta 1945, na t. i. točki nič – da se nekaj takega, kar se je zgodilo v času nacizma, ko je bila svoboda izražanja popolnoma uničena, ne bi ponovilo. Američani so pomagali s finančnimi sredstvi postaviti tak medijski sistem, ki bi to preprečeval, zato imate danes toliko nekih varovalk. Pri sebi doma pa tega konsenza niso našli. Prvi mediji v Ameriki so bili pravzaprav javni, ampak je bil komercialni sektor tako močen, da je zlobiral zakonodajo, ki je favorizirala komercialni sektor. Za države v Evropi pa morate upoštevati tudi, da obstaja EU, ki sprejema določene direktive. Famozna direktiva, ki smo jo morali tudi mi po hitrem postopku prenesti v našo zakonodajo, sploh ne govori o medijih, ampak o uslugah, storitvah (*services*) – in to je ta telekomunikacijska paradigma. Če preberete tekst direktive, se v njej beseda potrošnik pojavi osemkrat, državljan pa enkrat, in to v delu, kjer je govora o medijski pismenosti, kar pomeni, da se pravica svobode izražanja reducira na pravico potrošnika, ki naj bo sam odgovoren, da se izobrazi in sam sebe zaščiti zaradi neodgovornega obnašanja medijev. To so veliki premiki, ki bodo imeli katastrofalne posledice. Evropa se je v zadnjih dvajsetih letih trudila zaježiti moč ameriških medijskih korporacij, a ni imela nobenega drugega mehanizma kot da je podporla evropske medijske korporacije, da bi tekmovali z ameriški. V EU imate tako strahotno koncentracijo in ob tem še totalen polom ideje o samoregulaciji – poglejte Veliko Britanijo, ki je imela vse mehanizme, potem pa je izbruhnila afera s prisluskanjem, ki je pokazala, da nič od tega ni delovalo.

Kakšne so po vašem mnenju možne medijske alternative, zdaj ko je poslovni model v krizi? Pogosto omenjate obliko medijskih zadrug; te bi delovale po načelu samoupravljanja in bi se financirale iz prostovoljnih mesečnih prispevkov svojih članov.

Pojavili so se t. i. neprofitni mediji (to so neprofitne medijske ustanove, ki jih podpirajo donatorji,

fundacije, se financirajo iz naročin in delujejo kot mediji, ki podpirajo raziskovalno novinarstvo; med njimi so *ProPublica*, *Center for Investigative Reporting*, *Bureau of Investigative Journalism*, op. a.), a mislim, da celoten medijski sistem ne more temeljiti na taki shemi – mogoče je na tak način vredno podpirati določene projekte, poleg tega je pri nas neprofitni sektor manj močen kot v Ameriki. Pri nas se zavzemam za neprofitni model, ki bi bil bližje našemu prostoru – v mislih imam nekaj takega kot medijsko zadrugo. Ljudje bi sami stopili skupaj in bi vzdržali medij, ki bi delal v njihovem interesu. Sodelovali bi pri upravljanju, financiranju in pri vsebinah. Pa ne govorim o javnem mediju, ampak o majhnih lokalnih, regionalnih medijih.

Je torej ena možnost revitalizacije novinarstva na lokalni ravni?

Da. To kažejo vse raziskave.

Katere medije spremljate vi?

Slovenskih sploh ne.

Premalo raziskovalnega novinarstva, preveč komentarjev?

Da, komentarjev ne rabim. Sama sem nekoč spremljala vse medije, a potem sem izoblikovala mrežo ljudi, ki jim zaupam in me opozarjajo na določene vsebine. Kar se tiče ključnih vprašanj sedanjega časa, pa sem našla sogovornike v drugih državah, nekaterih mogoče v živo sploh ne bom spoznala... Da je ta mreža nastala in da ločim med informacijami, ki so pomembne ali ne, sem vložila veliko energije. Ko je že veliko govora o slovenskem Supervizorju; ena takih neprofitnih organizacij, ki jo rada spremljam, je ameriška *Sunlight foundation* (neprofitna organizacija, ki skrbi za preglednost in transparentnost financ ameriške vlade, op.a.), ki ljudem razloži, kaj je korupcija, kako je treba slediti denarju, kaj je dostop do podatkov, ... To je prihodnost novinarstva – podatkovno novinarstvo. Novinarji morajo biti sposobni izbrskati podatke, jih dati v kontekst in se povezati z ljudmi z znanjem, ki jim bodo informacije pomagali osvetliti iz različnih zornih kotov.♦

»To je prihodnost novinarstva – podatkovno novinarstvo. Novinarji morajo biti sposobni izbrskati podatke, jih dati v kontekst in se povezati z ljudmi z znanjem, ki jim bodo informacije pomagali osvetliti z različnih zornih kotov.«