

U pretprogramu dodjele 10. Godišnje nagrade za novinarske koji promiču vrijednosti obrazovanja organizirana je tematska rasprava sa studentima nekoliko visokoobrazovnih ustanova - Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu - Studija socijalnog rada, Zdravstvenog veleučilišta i Hrvatskoga katoličkog sveučilišta. Tematske rasprave su vodili Mirjana Soljačić, mag. psihologije, Marija Granić, mag. psihologije, Jelena Adamlje, mag. socijalne pedagogije i Nedjeljko Marković, dipl. socijalni radnik, a uvodni govor je održao Dražen Hoffmann, voditelj projekta „Medijsko obrazovanje je važno.MOV“. Cilj rasprave je bio dobiti dublji uvid u odnos mladih prema medijima te istražiti utjecaj socijalnih i emocionalnih vještina mladih na korištenje medijskog sadržaja.

Kakav je položaj mladih u medijima?

U raspravi o medijima i socio-emocionalnim vještinama putem niza izjava koje su bile temelje za raspravu, osvijestili smo važnost odgovornog i profesionalnog pristupa izvještavanju i ne upadanja u zamke predrasuda, ali i isticanja osobne odgovornosti koju svatko od nas ima u stvaranju narativa o grupi kojoj pripadamo.

„Mladi danas, iako izloženi raznim prednostima modernog svijeta u kojem žive, suočeni su s mnogim izazovima koji im to odrastanje čini teškim – a izloženost i odrastanje uz medije ima u tome važnu ulogu“.

Studenti su izrazili nezadovoljstvo položajem mladih u medijima te su se složili kako je prikaz mladih u filmova i serijama poprilično stereotipan i ne prikazuje realnost te ističu kako su „mladi često prikazani kao problematični, nezainteresirani, bez znanja i iskustva da bi njihovo mišljenje bilo važno, što je daleko od istine“. Mladi su u medijima učestalo stereotipno, jednodimenzionalno i netočno prikazani kao egocentrični, bezbrižni, neodgovorni, ovisnici; oni koji ne slušaju roditelje, buntovni, krše pravila, opasni, nasilni, krivi i odgovorni za svoje postupke bez uzimanja u obzir širu socio-ekonomsku sliku. Ovo stereotipno predstavljanje mladih utječe ne samo na to kako ih drugi doživljavaju, već i na njihovu vlastitu percepciju samih sebe. Moramo se zapitati koliko je medijski prikaz mladih realan? Usredotočuju li se mediji samo na određene aspekte, a zanemaruju druge? Daje li prikaz mladih u filmovima, serijama i reklamama publici pogled od 360 stupnjeva? Osim važnosti medijskog razumijevanja izazova i teškoća s kojima se nose mlade osobe - „dinamiku je moguće neutralizirati uključivanjem mladih u stvaranje medijskih priča o vlastitim stavovima i iskustvima - da mladi koriste svoj glas i uoče snagu koju mogu imati“.

Kognitivne, socijalne i emocionalne vještine potrebne za uspješan rad s medijima

Osim što su izvor informacija, mediji oblikuju društveni život pojedinca, definiraju njegovu sliku o svijetu i okolini, ali i o sebi. Međutim, vrlo često mediji nastoje izazvati emocije ili mijenjati ponašanje, a otkad su postali prisutni na različitim digitalnim platformama, imaju značajan utjecaj na naše funkcioniranje i shvaćanje informacija koje primamo iz okoline. U raspravi sa studentima pokušali smo osvijestiti što svakome od nas mediji predstavljaju, koliko im vjerujemo, kakva su naša dosadašnja iskustva s njima te koje informacije najčešće odvlače našu pažnju. Razgovarali smo o pažnji kao ograničenom kognitivnom resursu koji je selektivan i diskontinuiran, a složili smo se u tvrdnji da pažnju često „rasipamo“ i u svijetu društvenim mrežama u beskrajnim *scrollanjima* i informacijama koje su nebitne. Svjesni mnoštva informacija koje primamo iz medija, zajednički smo zaključili da je za kritičku prorađu svih tih informacija potrebna motivacija, trud i vrijeme, odnosno kontrolirana obrada informacija koja zahtijeva veći mentalni kapacitet i pažnju, ali koja nudi pouzdanost i prihvaćanje istinitih, a odbacivanje neistinitih informacija. Za svakoga od nas, ali i za sve one koji rade u medijima, potreban je stalni rad na socijalnim i emocionalnim vještinama te vođenje etičkim načelima kako bi se očuvalo dostojanstvo svakog čovjeka koji se prezentira u medijima.

Važna je priča koju pričamo o svojoj profesiji!

Važnost pričanje priče o svojoj profesiji, o svakodnevnom radu i uspjesima, bila je tema koja je u središte stavila primjere uspješnih i neuspješnih strategija odnosa s javnostima u pomažućim profesija i u poslovnom svijetu. „Greške se događaju, čak i profesionalcima u odnosima s javnostima i marketingu, ali je važno prepoznati grešku, ispričati se, ispraviti i naučiti što je bilo pogrešno kako je ne bismo ponavljali“, istaknuto je u raspravi. Poseban naglasak je bio na tome što gledamo/slušamo/čitamo, a što druge zanima te što sami stvaramo (objavljujemo) u medijskom prostoru. Studenti su potaknuti na stvaranja svog sadržaja povezanog s profesijom (radnim mjestom) kao „građanski novinari“ te da prostor društvenih mreža (medija) iskoriste kako bi utjecali na druge, a u drugi plan stavili zabavu ili pokušaj da zadivimo druge. Brisanje granica između zabave i informacije (*Infotainment*) donosi brojni „laki sadržaj“, koji se umetnuo čak i u ozbiljnije formate, poput informativnog programa. Istaknuta je važnost ulaganja u dobre odnose s javnostima jer loši odnos s javnostima u biti čine upravo suprotno od onoga što bi trebali biti glavni cilj odnosa jer nedostaje plan, procedura, strategija, cilj. Kao posljedica tog lošeg odnosa može biti i strategija pomažućih profesija da s medijima vode dijalog isključivo putem loše napisanih priopćenja za tisak/medije. Cilj priopćenja je brzo iznijeti ono što želite istaknuti, a istovremeno pružiti informacije o događaju ili aktivnostima, a priopćenja za medije sa svrhom treba slati samo kada organizacija ima značajne vijesti za podijeliti te u obraćanju medijima treba izbjegavati pretjerivanja i generalizacije.

*Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.
Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Pragmae.*

Optimizam kojeg pomažuće profesije žele dati medijima se daje putem činjenica koje su potkrijepljene dokazima umjesto superlativima koji se mogu brzo iscrpiti i učiniti čitatelje sumnjičavim. Kao primjer loših kampanja istaknuta je komunikacijska strategija Ubera u SAD-u (#DeleteUber) i reklama za Pepsi i Kendall Jenner. Važno je osiguranje da ne dođe do miješanja važnih društvenih tema s propagandom, pokušaj „iskorištavanja situacije“ kao i promocija seksizma.

Etično izvještavanje

Postoji pet novinarskih standarda: poštenje, točnost, istinitost, nepristranost i uravnoteženost. Tome možemo pridodati i etičnost u izvještavanju. Iako se određene norme nastoji poštovati, mediji ponekad zloupotrebljavaju ili previše slobodno tumače sintagme „sloboda medija“ i „javni interes“ osobito kada izvještavaju o osjetljivim slučajevima u koje su uključeni i maloljetnici. Pitanje je koliko mediji (novinari) promišljaju o smjernici da se u izvještavanju vode dobrobiti djeteta koja je nadređena javnom interesu te koliko su uopće educirani da bi mogli razmisliti o svim aspektima u kojima bi djetetova dobrobit mogla biti ugrožena načinom medijskog izvještavanja. Postoje načela o nedopustivosti promocije stereotipa, korištenja pejorativnih izraza i izraza koji produbljuju diskriminaciju i narušuju dostojanstvo osoba o kojima se izvještava, osobito kada se radi o ranjivim skupinama, ali svjedoci smo da mediji moraju napraviti dodatne napore kako bismo se mogli složiti da se spomenuta načela u hrvatskome medijskome prostoru u potpunosti poštuju.

Mladi u raspravi poručuju:

„Mladi se ponekad prikazuju sami u negativnom svjetlu na društvenim mrežama. Mislim da su mladi radili nepodopštine i prije, samo to nisu nigdje objavljivali pa se o njima nije moglo čuti i vidjeti na način na koji se danas može putem interneta.“

„Pozitivno je što određene osobe progovaraju o problemima mentalnog zdravlja u medijima (društvenim mrežama) na kvalitetan način, što promoviraju psihoterapiju. Važno je pratiti osobe s kvalitetnim sadržajem.“

„Medije koristim kako bih saznala korisne informacije o kulturnim događanjima, stanju na cestama i sl.“

„Smeta mi kada se mlade percipira u društvu kao one koji ne razmišljaju o ničemu. Ja sam mlada i mislim da to nije istina: volim pratiti aktualna zbivanja, mislim da sam informirana.“

„Važno je vijesti čitati iz više izvora – više portala, medijskih kuća jer tako dobivaš objektivniju sliku o nekoj vijesti!“

„Ne vjerujem medijima jer znam kada se neke stvari objavljuju netočno, npr. o mojoj struci, dok su do mene iz neposrednih izvora doprle drukčije informacije.“

„Naša struka je u medijima prikazana na negativan način, nitko ne gleda koliko smo truda uložili u rad s pacijentima, već se odmah ističe nešto negativno“.

„Od medija očekujem da izvještavaju o nekom događaju tako da konzultiraju više izvora, a ne da prenose samo jedno viđenje situacije“.

Vrednovanje rasprave pokazuje:

„Bilo je vrlo korisno čuti različita mišljenja o utjecaju medija, mogućnostima koje nudi današnja tehnologija, zakonske i moralne smjernice koje su ponudili predavači, ali na način da su dali informaciju i tražili od nas da se kritički i argumentirano osvrnemo na ponuđene teze. Upravo različitost mišljenja je dalo zanimljivu notu cijelom događaju i potaklo nas da neke stavove preispitamo ili još gorljivije branimo.

... Bila je dinamika naizmjeničnog aktivnog slušanja i sudjelovanja. Ništa nije bilo forsirano i nije bilo neugodnih tišina. Smatram da je izuzetno bilo korisno što su na tribini sudjelovali studenti različitih profila jer smo mogli čuti kako na neke teze gledaju studenti drugih profila, srodnih i/ili manje srodnih struka. U dva sata pokušati obraditi nekoliko tema vezanih uz medije i njihov utjecaj na današnji svijet je velik zalogaj. Ipak smo nekako uspjeli obraditi ih nekoliko, a da to ne bude samo puko "zagreblj po površini". Mislim da je to zasluga organizatora i dobar odabir predavača...

Kao pripadnik generacije koja je odgajala i odgaja generaciju kojoj je pripadala većina sudionika, odgovorno tvrdim: ima nade za svijet u budućnosti. Ovo posljednje je samo moj stav te pohvala i poticaj drugima da nastave svoj rast i razvoj u smjeru u kojem trenutno idu. Vama profesorice želim još jednom zahvaliti na prilici koju ste nam pružili da pomaknemo neke svoje granice, istupimo iz inertnosti i pokušamo malim doprinosom nešto promijeniti. Jer svi znamo da i najdalje putovanje počinje prvim korakom“.



Projekt tematske mreže "Medijsko obrazovanje je važno.MOV" (oznaka projekta financiranog iz Europskog socijalnog fonda: UP.04.2.1.06.0047) sufinancirala je Europska unija iz Europskog socijalnog fonda. Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Pragme.

Za više o EU fondovima: www.esf.hr i www.strukturfondovi.hr.

**Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.
Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Pragme.**