

Grbin: Porez na nekretnine je potreban, ali ne smije biti novi udar na građane

🔖 Aktualnosti (/kategorija/aktualnosti/6/)

Korektno medijsko izvještavanje o transrodnim osobama ne podržava neistine i senzacionalizam

✎ Vinco Gazdik

📅 24.09.2024.

👁 168 pogleda

Bogata ponuda, povoljne cijene
Electronic Star Hrvatska



(/ieNews/slike/n_38329.jpg)

O transrodnim osobama puno se govori i piše, ali na toj se temi i dalje lome koplja hrvatskog društva. Naročito u malim sredinama. Ovim serijalom nećemo se baviti osobama koje su već zastupljene u medijima, niti njihovim mogućim političkim ili društvenim ciljevima nego onim dijelom samozatajne i zapostavljene kategorije te grupacije - djeci i tinejdžerima koji ne mogu jasno razumjeti svoje novonastalo stanje, a pravu podršku za donošenje ispravne odluke u svom životu, nažalost, često, ili uopće nemaju.

<<< **Zašto je dobro čuti odgovor na pitanje: Kako sam „postao“ transrodna osoba?**

(/zasto-je-dobro-cuti-odgovor-na-pitanje-kako-sam-postao-transrodna-osoba/38172/) <<< **Zašto su me dojučerašnji prijatelji bacali u jarak, a otac nazivao 'homićem'?** (/zasto-su-me-dojucerasnji-prijatelji-bacali-u-jarak-a-otac-nazivao-homicem/38192/)

„Ako nije u medijima – nije se dogodilo“. Tako, otprilike, glasi općeprihvaćena izreka o utjecaju komunikacijskih sredstava: novina, radio ili tv postaja i novinskih portala na društvo u cjelini. Nipošto ne treba zanemariti ni društvene mreže koje su, naročito posljednjih godina te od razdoblja Korone i neposredno nakon nje, postale iznimno popularan komunikacijski kanal.

Istinitost – temelj svake vijesti

„Mediji nas informiraju, zabavljaju, podučavaju, nameću mišljenje, a mnogima od nas često su i jedini prijatelji. O da, često nas varaju, manipuliraju ili dezinformiraju, pa je njihova vjerodostojnost mala, ali im se bez zadrške uvijek vjerno vraćamo“, govoreći o profesionalnim standardima izvještavanja i 'Poštenijem novinarstvu' piše u svojim Osnovama novinarstva **prof. dr. sci. Stjepan Malović**.

Dodaje kako je istina temelj novinarstva te da ona nema alternative: vijest je istina, ili jednostavno - nije vijest. Naravno, teško je utvrditi što je istina u pojedinim trenucima i kakva bi ona trebala biti, ali svi su teoretičari složni da, ako već ne možemo govoriti o apsolutnoj istini, moramo imati informaciju za koju možemo biti sigurni da je – točna. No to nije sve. Da bi novinarski tekst, kao i njegova oprema – naslovi, podnaslovi i fotografije – bio prihvatljiv, osim što je istinit, mora poštivati i neka druga pravila. Spomenut ćemo ih u kontekstu transrodnih osoba, jer je to tema ovog novinarskog projekta.

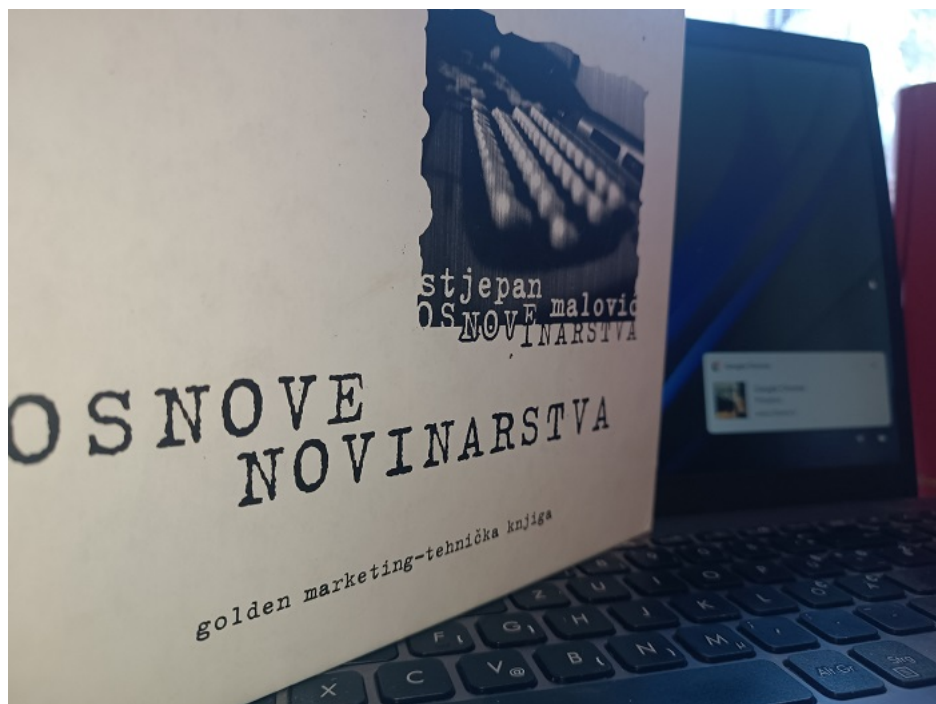
Bombastični naslovi su - 'dvosjekli mač'

Naslovi, bilo u digitalnim ili tiskanim medijima, vrlo su važan element svakog članka. Cilj im je privući pažnju čitatelja i cijeli događaj prikazati u samo nekoliko riječi. Smatra se da ljudi, zapravo, i ne čitaju naslove nego ih samo zamijete, zbog čega trebaju biti kratki, informativni, razumljivi i ne sadržavati dodatan kontekst. U moru novih informacija medijskim kućama nije lako 'prodati priču' pa drže kako će to postići bombastičnim naslovima. Takve naslove smatramo senzacionalističkim.

Hrvatska enciklopedija riječ 'senzacionalizam' tumači kao „način novinarskog pisanja, pretjerivanje u senzacionalnim činjenicama, inzistiranje na skandaloznome. **Dr. Bratoljub Klaić** u svom Velikom rječniku stranih riječi 'senzaciju', između ostalog, opisuje i kao: „događaj, vijest koja izaziva nemir, uzbuđenje, zanimanje, pozornost, začuđenje“. Uzimajući u obzir ove definicije senzacionalizma, obratimo pažnju jednom od naslova s hrvatskih portala, objavljenom 8. studenog, 2022. godine. Od svih koje smo zatekli u Googleovoj tražilici, on nam je najviše zaokupio pažnju.



Naslov „Eksplodiran rast transrodnosti: Zbog spolne orijentacije pomoć zatražilo ... djece u Hrvatskoj.“ Brojku namjerno izostavljam jer se kasnijom analizom pokazalo da je osporavana, dvojbeni. Dužina naslova je u granicama prihvatljivog, ali njegov izbor riječi, kao i sam sadržaj, poziva na uzburu, čime, prirodno, izaziva veću pažnju čitalačke publike. Izraz 'eksplodiran rast', što je, zapravo, citat jednog uglednog hrvatskog psihijatra u članku, ukazuje, u najmanju ruku, na kakvu neobično brzu, nekontroliranu situaciju. Čitatelj će postupno saznati i nove podatke, između ostalog - da se brojka iz naslova, zapravo, ne odnosi na kratko vremensko razdoblje, kao na primjer – posljednji kvartal tekuće godine, već na razdoblje od ukupno sedam godina. Poznata priča – tresla se brda, rodio se miš. Zbog toga pitanje - je li naslov, možda, mogao glasiti: 'U sedam godina toliko i toliko djece zatražilo pomoć zbog spolne orijentacije'? Takav vjerojatno ne bi izazvao jednak broj čitatelja kao onaj prethodni, ali bi portal koji je objavio tekst s takvim pristupom slovio kao ozbiljan, umjeren i vjerodostojan medij.



Bombastični naslovi, oni koji 'prodaju priču' su, zapravo, dvosjekli mač – omogućuju čitanost, pribavljaju oglašivače i podižu nakladu, s jedne strane. S druge strane novinare dovode na loš glas pa im javnost sve manje vjeruje, a međuljudski odnosi, vremenom, postaju hladniji, neprirodniji te stvaraju klimu nepovjerenja. Mudar urednik, s puno novinarskih utakmica u nogama, odabiru naslova posvetit će dovoljno pažnje i znati odmjeriti njegovu težinu. Naslov može biti jednako dobar, a ako ne i daleko bolji, i bez senzacionalističkih fraza.

„Novinski članci koji negativno govore o transrodnim osobama na mene ne utječu nešto naročito, jer ih rijetko čitam, ali imam prijatelja kojima nije bilo svejedno“, kaže jedna transrodna djevojka. Stigmatizacija u društvu mnoge od njih je i dovela na vrata psihologa i psihijataru, pa je logično zaključiti da im takvi tekstovi djeluju kao sol na ranu. Bez obzira na prave namjere autora i medija - želje za promocijom, većim brojem lajkova, većom čitanošću, ili čistom slučajnošću – mediji svojim objavama mogu i utječu na živote svih nas. I na to ih treba podsjećati.

Senzacionalističkim naslovima do 'moralne panike'

Letimičnim pregledom naslova o transrodnim osobama na hrvatskim portalima, na sreću, može se utvrditi kako u nas još uvijek prevladavaju tekstovi koji objašnjavaju, a ne izruguju. No, senzacionalistički prizvuk medijskog izvještavanja o različitim, ranjivim skupinama 'drugačijih', ili onih koje treba 'preodgojiti' može imati daleko ozbiljniju notu i, kao takav, nije povijesna nepoznanica.



„Neovisno o kojoj je društvenoj skupini riječ, takvi naslovi mogu rezultirati fenomenom koji je u društvenoj znanosti poznat pod nazivom 'moralna panika'. Riječ je o društvenim okolnostima u kojima se temeljem izdvojenih i senzacionalistički prikazanih slučajeva stvara i/ili nastoji stvoriti uvjerenje kako društvu, državi i/ili temeljima moralnoga poretka prijeti opasnost. Britanski sociolog **Stanley Cohen** navodi kriterije po kojima se može zaključiti da je prisutna moralna panika: visok stupanj zabrinutosti zbog ponašanja određene grupe, povećan stupanj neprijateljstva prema onima koje se smatra prijetnjom, kao i nestalnost moralne panike u smislu njene kratkotrajnosti, te nesrazmjer između realne i medijski prikazane opasnosti, gdje je medijsko predstavljanje konkretne pojave višestruko premašuje njenu realnu prisutnost“, kaže **prof. dr. sci Renato Matić**, priznati hrvatski sociolog.

Mediji trebaju suzbijati senzacionalizam, a ne poticati ga

„Mediji bi trebali biti nekakav katalizator pozitivnih poruka koje kreiraju stručnjaci. Previše je senzacionalizma u toj cijeloj priči, a naslovi se znaju izvlačiti iz konteksta kako bi privukli pažnju i povećali čitanost. Da bi novinar uspio svoje čitatelje korektno izvijestiti o određenoj temi treba uzeti mišljenja stručnjaka - psihologa, endokrinologa, seksologa, psihijatra. Spojiti ih u smislenu cjelinu i pustiti da na takvoj informaciji čitatelji sami donesu svoj sud o određenoj tematici“, kaže **klinički psiholog, Siniša Brlas**, ujedno i voditelj Odjela za prevenciju ovisnosti i mentalno zdravlje u Zavodu za javno zdravstvo „Sveti Rok“ Virovitičko-podravske županije.



Klinički psiholog Siniša Brlas

Dodaje kako ima dojam da je u nas sve puno predrasuda, da je sve stigmatizirano i kako djeca zbog toga imaju problem zatražiti pomoć psihologa, ili psihijatra. „I meni kad dođu ljudi, prvo što pitaju je: 'hoće li to saznati moj poslodavac? Kome vi to sve javljate? Hoće li to znati moja škola?' Ljudi se boje posljedica, mogućeg otkaza i osude okoline, premda na poslu funkcioniraju sasvim uredno. Zato mislim da je uloga medija jako važna u uklanjanju stigmi s pojedinih skupina“.

Novinari, kao autori tekstova u hrvatskim medijima, već po samoj prirodi svog posla ulažu napore, neki manje neki više, u razvoj i napredak svog izvještavanja. O tome svjedoče i pojedina predavanja i radionice na temu novinarskog pristupa transrodnim osobama. Međutim, problem ostaje u objavama na društvenim mrežama na kojima svatko, i to bez potrebnog predznanja o nekoj temi, može iznijeti svoje mišljenje i tako pridonositi negativnom ozračju u društvu.

Diplomski rad studentice razotkrio slabe točke novinskog izvještavanja

Zanimljivo istraživanje o odnosima jednog hrvatskog medija prema transrodnim osobama objavljeno je u diplomskom radu na Studiju novinarstva Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu, iz 2020. godine – pod nazivom: „Medijska reprezentacija transrodnih osoba na portalu 24sata 2019“, autorice **Lee Ševarević**.

Izdvojit ćemo neka od njenih istraživanja i zaključaka, jer se tematski uklapaju u ovaj tekst, a predstavljaju izvor dobro biranih podataka i zaključaka o novinarskom radu i načinima izvještavanja o ranjivim skupinama, s naglaskom na transrodne osobe.

Jedno od područja istraživanja odnosilo se na korištenje vulgarizama u tekstovima promatranog portala unutar razdoblja od godine dana.

Vulgarizmi u novinskim izvještajima nisu primjereni

„Vulgarizmi se mogu definirati kao neprimjereni prostački izrazi u jeziku te su neki od njegovih sinonima: prostaštvo, prostakluk, iskrivljeni oblici riječi i slično... Kao dio razgovornog idioma, ne bi se trebali pojavljivati u javnoj komunikaciji jer 'mogu ostaviti velike posljedice na čitatelje koji 'nesvjesno oblikuju svoju jezičnu kulturu, upravo prema pročitanoj tekstu' – (Miholjković, 2019.)

U svom istraživanju zaključila je, i argumentirala, kako su oni u navedenom portalu – prisutni. Na primjer, korišten je izraz 'sponzoruša', a smatra ga neprimjerenim jer bi ga čitatelji mogli olako usvojiti, dok bi ga mnogi smatrali i uvredljivim. U opisu zlostavljanja transrodne osobe novinar jednog promatranog teksta izravno citira nasilnika i, također, navodi više vulgarizama - prostih riječi s djelomičnom cenzurom, koje mi ovdje, iz razumljivih razloga, nećemo navesti.

Stereotipizacija i pornografizacija transrodnih osoba

Postoje brojni stereotipni stavovi u društvu po kojima bi se moglo 'prepoznati prave' transrodne osobe, ili one koji to nisu. Međutim, takvi stavovi su daleko od utvrđenih znanstvenih činjenica i samo pridonose daljnjem raslojavanju društva. Zbog toga je, između ostalog, dužnost medija da ih izbjegne i da ih ne promiče. Oni koji to, nažalost, ipak rade – čine to tekstom, i/ili fotografijom.

Promatrani je portal, uočila je autorica, najčešće izvještavao o transrodnim ženama kada su one modeli, porno glumice, 'sponzoruše', youtuberice i slično.

„Time se pokazuje da smo još uvijek patrijarhalno društvo u kojem prvenstveno dominiraju muška načela i potrebe i u kojem je sasvim normalno žensko tijelo prikazivati kao seksualni objekt podčinjen htijenjima i potrebama muškaraca. Tretiranjem ženskoga tijela kao objekta dokida mu se vlastiti identitet, a postavljajući ga u eksplicitne poze i situacije te svodeći njegove funkcije samo na nagonsko i banalno, način je kojim će marketing najčešće, vrlo uspješno, promovirati proizvod i privući publiku“ (Klimpak, Lubina: 2014: 216)“.

Pornografizacija medija je slijedeći problem koji je prisutan i u Hrvatskoj. Citirajući isječak iz knjige „Sriptiz kultura: seks, mediji i demokratizacija žudnje“ Briana Mc Nair-a, kako je uzrok sve veće pornografizacije medija – isplativost, autorica obrađuje tu pojavu u kontekstu transrodnih osoba na navedenom portalu. Zaključuje da je na njemu, u promatranom razdoblju, 'velik broj članaka pornografiziran – koriste se vulgarizmi, sadržaji, riječi, slike kako bi se asociralo na nešto seksualno. Svaki članak koji ima vulgarnu sadržaje popraćen je provokativnim fotografijama gdje su naglašene obline žena i gdje one poziraju u oskudnoj odjeći'. Uz još neke dodatne primjere Ševarević je zaključila kako promatrani portal, u ranije spomenutom razdoblju, 'doista reprezentira transrodne osobe na seksualan, pornografski način'.

* Tekst je objavljen uz financijsku potporu Agencije za elektroničke medije iz Programa za poticanje novinarske izvrsnosti.

** Dozvoljeno prenošenje sadržaja uz dozvolu autora i objavu izvora s linkom na original.