

# CRESKA INICIJATIVA



O demokratičnosti medija ovisi razina demokratičnosti u zemljama regije, odnosno same regije. Pritisci politike i korporacija čine medije sredstvom realiziranja partikularnih interesa onih koji na medije mogu utjecati. Javnost sve više ovisi o masmedijskim sredstvima zavođenja koji pod krinkom informiranja prodaju svjetonazore i sustave vrijednosti. Pojedinačni znanstveni pristupi pojedinih disciplina i znanosti dohvaćaju samo segmente ovog procesa. Filozofija medija ujedinjuje ih svojim kritičkim promišljanjem cjeline odnosa i tendencija.

Kritike pojedinih institucija u svakoj od država regije nisu više ni dovoljne niti dovoljno snažne da bi spriječile proizvodnju medijskih stereotipa. Otuda propitivanja organizacijskih, teorijskih i financijskih pretpostavki iniciranja zajedničkih akcija. Na fakultetima, u ministarstvima kulture i znanosti, u regulatornim agencijama, u samim medijima, te u nevladinim udrugama postoji kritična masa teoretičara, političara i aktivista koji uviđaju potrebu drugačijeg utemeljenja medijskih posredovanja poradi njihovog pravilnijeg utjecaja na sveukupnu zbilju. Creska inicijativa želi povezati pojedince i institucije, nevladine udruge i ljude medija, teoretičare i praktičare, aktiviste i građane na projektu postavljanja koncepta medijskih promjena i njegove realizacije.

Creska inicijativa svjesna je otpora na koje će naići kako u redovima korporacija i političara sklonih manipuliranju medijima tako isto i već pomalo okoštalom sustavu EU s kojim se sudaraju inicijative članova regulatornih agencija. Građanska inicijativa želi zaštititi građane regije od europske regulative koja priprema teren za potpuno osvajanje nacionalnih medijskih prostora. Naglašavajući posebno važnost građanske aktivnosti Creska inicijativa želi propitati mogućnosti građanskog organiziranja u praćenju i valoriziranju rada medija, posebno javnih servisa.

Creska inicijativa želi pomoći tijelima država regije u pronalaženju najboljih medijskih politika zasnovanih na načelima slobode građana, neovisnosti medija i jasnih pravila transparentnog poslovanja. Polazna pozicija Creske inicijative je u stavu da načela, kriterije, osnovne orijentire medijskih politika može iznjedrati samo ono kritičko mišljenje koje će u sebi sabrati (respektirati) ali i nadići sva istraživanja i sugestije pojedinih znanosti i znanstvenih disciplina. Creska inicijativa simpozija filozofije medija razvija onu vrstu teorijsko-praktično-poetičkog pristupa koji može odrediti koordinate i metode, pristupe i diskurs, orijentaciju i strategiju angažmana pojedinaca i institucija regije na neophodnom mijenjanju uvjeta i načina rada medija u regiji.

## SUGESTIJE 2015

1. Creska inicijativa smatra da treba ubrzati uvođenje medijska kulture/pismenosti u obrazovni sustav, da novinarstvo treba razvijati u humanističkom ključu (a ne informacijsko-komunikacijskom), te da filozofiju medija treba uvoditi u visokoškolsko obrazovanje
2. Sveučilišta (fakultet) koji imaju studije novinarstva (i/ili srodne odjele) trebaju intenzivnije raditi na razvijanju vlastitih (snažnijih) medijskih kuća u kojima će se razvijati objektivnost, kritička misao i neovisnost. Prostor je to za povezivanje teorije i praktičnoga kreativnog rada. Istovremeno prostor je to snaženja javnosti i općih vrijednosti u odnosu na partikularne interese komercijalnih medija. Politička volja i institucije koje u tome mogu pomoći trebale bi poduprijeti ovakav smjer razmišljanja.
3. Creska inicijativa poziva regulatorne agencije da ustanove svoje mreže građana koje bi pratile i valorizirale rad svih medija, te koje bi hitno reagirale u slučajevima kršenja sustava propisanih vrijednosti. Građani koji bi sudjelovali u ovom projektu (a mogli bi biti pozvani s biroa za zapošljavanje) trebaju sadržavati predstavnike svih struktura društva. Za uspostavljanje takvih mreža mogu se raspisati posebni natječaji.
4. Još jednom podsjećamo na činjenicu da udruge oglašivača ne reagiraju u situacijama emitiranja reklama koje nisu u skladu s kodeksom udruga odnosno zakonima koji reguliraju to područje. Pozivamo udruge reklamnih agencija da svoj rad učine transparentnijim i da se njihov utjecaj osjeti u zajednicama u kojima djeluju.
5. Smatramo da se regulatorne agencije moraju restriktivnije postavljati prema onim formatima koji oblikuju programe koji se znaju spustiti ispod svake moralne razine a koji svakodnevno atakiraju na populaciju koja još nije sposobna kritički odvagnuti loš utjecaj takvih programa.
6. Neprihvatljiv je odnos prema domaćim televizijskim produkcijama u regiji (neovisnim proizvođačima audio vizualnih sadržaja). Pristup koji prednost daje licencnim

programima, a ne poštuje niti odredbe o postotku sredstava koji se treba izdvojiti za domaću produkciju, rezultira sve većom ovisnošću o uvozu programa i omalovažavanjem kreativnih potencijala domaćih snaga. Također smatramo nedopustivim bilo koji postotak udjela vlasništva zaposlenika javnih servisa u takvim produkcijama. Time se vanjske produkcije pretvaraju u servise zaposlenika/(su)vlasnika. Tako se onemogućuje ono što se htjelo omogućiti vanjskim produkcijama.

7. Etička dimenzija medijskog komuniciranja nerijetko je zanemarena te su televizije u regiji preplavljene filmovima i serijama punim nasilja i krvi.
8. Smatramo da se moraju stvoriti pravni okviri za profesionalizaciju novinarstva. Postotak zaposlenika sa završenim studijem novinarstva je premali a nije zadovoljavajući niti postotak zaposlenika s visokoškolskim obrazovanjem.
9. Bilježimo popuštanje medija pred 'napadima' različitih oblika 'urušavanja' jezika (u svim zemljama regije). Smatramo to nedopustivim i očekujemo konkretne inicijative i akcije.
10. Svi problemi svake od naših zajednica prelamaju se u polju (mas)medijske komunikacije. Otuda ovo područje smatramo najvažnijim u promjenama koji simbolično možemo nazvati potrebom novog/medijskog prosvjetiteljstva.

Ova će inicijativa (sudionika simpozija Filozofije medija) biti objavljena na stranicama Centra za filozofiju medija i poziv je svim udrugama, medijima, pojedincima i institucijama koji razmišljaju na tragu ove inicijative da ovu inicijativu komentiraju, dopune, odnosno da predlože (uz ovdje predložene) i druge konkretne prijedloge promjena. Inicijativa je oblikovana tako da se odnosi na sve zemlje regije, te je razumljivo da u njoj može biti i nejasnoća zbog razlika u terminologiji i organizacijskim oblicima medijskog posredovanja.

Sudionici simpozij filozofije medija (Kreativnost i mediji) CRES 2015