



Foto: arhiv J. Legan

Triangel napredka: nova elita, mediji in družbena odgovornost

Je pojavnost medijske elite upravičena in splošno družbeno koristna, ali služi zgolj strateški promociji, s katero povečuje lastni vpliv, ugled in premoženje, od česar ima na koncu koristi le peščica?!

Mag. Jerca Legan

je antropologinja in strokovnjakinja za odnose z javnostmi. Je direktorica podjetja Status za integrirane storitve na področju strateškega komuniciranja in univerzitetna predavateljica odnosov z javnostmi. V zadnjem času se je posvetila akademskemu raziskovanju s poudarkom na medijski konstrukciji bralskega, poslušalskega in gledalskega občinstva.

Različne družbene elite so pojav, ki obstaja že tisočletja, vsem pa sta skupna ekonomsko-politična moč in družbeni ugled. Njihovo nenehno spreminjanje kot družbeno dinamični mehanizem je odvisno od vloge, statusa in priznavanja v družbi, zato njihovi predstav-

niki želijo in morajo nenehno skrbeti za podobo v najširšem družbenem kontekstu. To pa v sodobnem času množičnih komunikacij v globalizirani družbi lahko obvladujejo predvsem skozi upravljanje lastne pojavnosti v medijih.

Mediji so ključno orodje komunikacije tako med elitami samimi, ki tekmujejo za družbeni obstoj (včasih prevlado), kot med predstavniki elit z njihovimi privrženci oziroma nasprotniki, s pomočjo katerih se sploh lahko ohranjajo, ko uveljavljajo svoja družbeni



Foto: arhiv J. Legan



Foto: arhiv J. Legan



Foto: arhiv J. Legan

Predstavniki klasičnih elit, ki se prepletajo v medijski eliti, lahko prispevajo velik delež k pozitivnemu razvoju družbe. Če želijo.



Foto: arhiv J. Legan



Foto: arhiv J. Legan



Foto: arhiv J. Legan

vpliv in moč. Slednja mnogokrat služita predvsem povečevanju lastne po-

programov in spretnega kopičenja bogastva je sprevidel, da je njegovo

Vsem družbenim elitam sta skupna ekonomsko-politična moč in družbeni ugled, s katerima lahko pozitivno vplivata na spremembe v družbi.

membnosti, namesto da bi se usmerjala v družbeno odgovorne dejavnosti in javno podporo idej, ki kažejo na velik razvojni potencial, a nimajo zadostne podpore za preboj do uporabnosti in namembnosti v najširši družbi.

Kot je to, na primer, storil najbogatejši med najbogatejšimi, računalniški mogotec Bill Gates. Po nekaj desetletjih uspešnega razvijanja računalniških

poslanstvo lahko tudi drugje. V plemenitenu človeškega kapitala, ki se skriva v znanju in povečanem zaupanju v še nerealizirane projekte, ki pa vodijo k novemu napredku celotne družbe. Takšen odnos in delovanje vplivnih posameznikov s podporo sodobnih elitnih skupin je zgolj primer vzornega modela za prihodnje delovanje v vseh razvitih družbah.

Imeti moč spreminjati svet (na bolje)

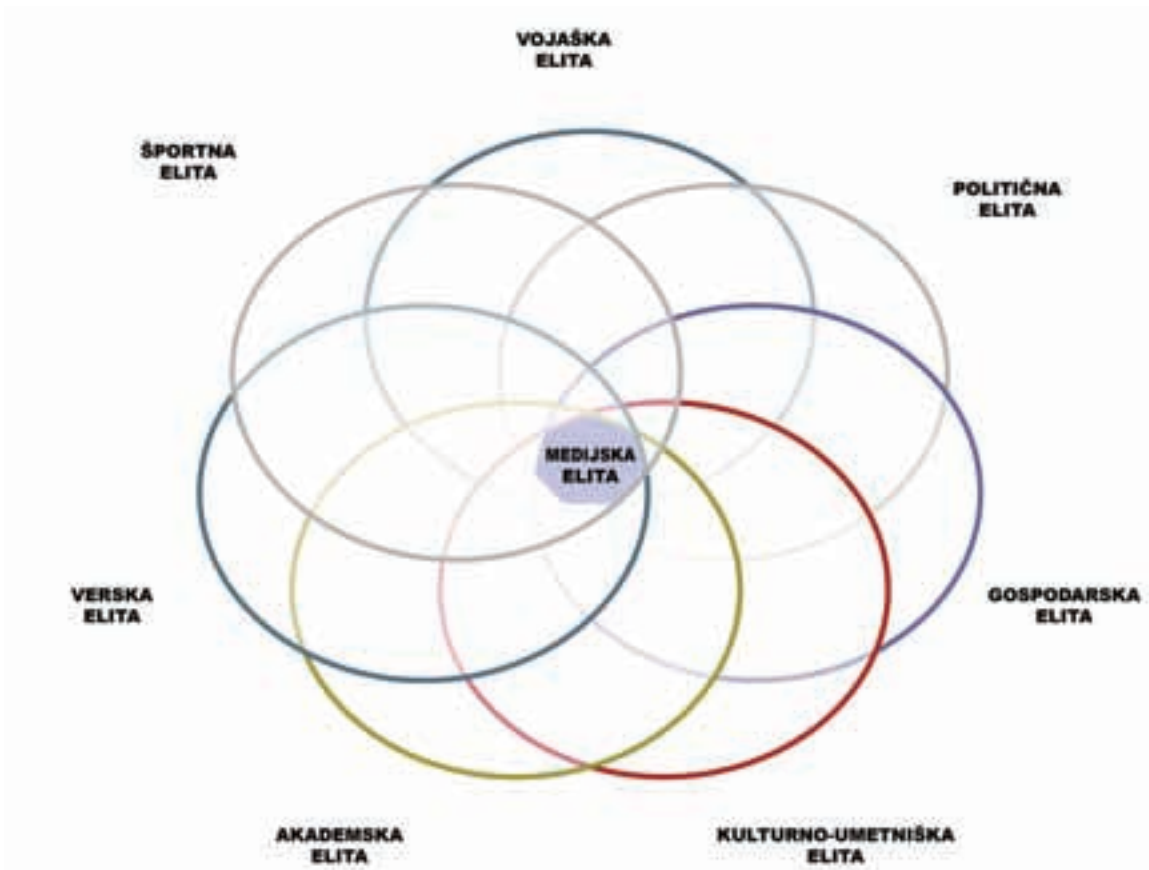
Nedozorelost tovrstnim idejam je v primeru sodobne, a vendarle še zelo mlade, slovenske (medijske) elite pravzaprav razumljiva. Še ne polnoletna družbena sredina je ohranila nekatere klasične družbene elite, katerih pred-

Predstavniki slovenske medijske elite so šele nedavno začeli razumeti velik pomen svoje medijske prisotnosti pri uveljavljanju ključnih družbenih rešitev.

stavniki so šele nedavno začeli razumeti velik pomen medijske prisotnosti za uveljavitev ključnih družbenih rešitev. Dobro bi bilo, ko bi taista medijska

elita izkoristila moč in obseg medijev za promocijo razvojnih idej in družbeno odgovornih projektov, s katerimi bi Slovenija v prihajajočem obdobju vendarle opravila zrelostni izpit. Šele ta je lahko svojevrstni porok, da medijski prostor ne bo več namenjen prerivanju za uveljavljanje ozkih posamičnih inte-

resov, ampak izboljševanju izkoristka za promocijo dobrih in naprednih idej, s katerimi bo slovenska družba postopoma prešla v razred najboljših.



Razumevanje ustroja medijske elite, ki je že pridobila status samostojne družbene entitete, razkriva velik pomen, ki ga je v prihodnje pametno in vredno izkoristiti. Vsakdanje dejavnosti njenih

1. Glede na konkretno medijsko pojavljanje sklepam, da naj bi se vojaška elita izjemoma in bolj izbrano javno izpostavljala, medtem ko predstavniki gospodarske elite v medijih nastopajo pretežno v okviru profesionalnih dejavnosti (podobno kot akademska in cerkvena elita).

Sočasno politična, športna in kulturna elita za svoje uveljavljanje, delovanje in obstoj medije neposredno najbolj potrebuje. Zato se v medijih namerno in pogosteje pojavljajo, bolj organizirano nastopajo, redno medijsko krožijo, medijske javnosti pa jih hitreje prepoznavajo, ko se tudi javno medsebojno družijo.

S ponavljajočo se prisotnostjo teh pripadnikov klasičnih družbenih elit v medijih, njihov skupni imenovalec je komuniciranje skozi množične medije, se je oblikovala posebna oblika elite – poimenovala sem jo medijska elita.

članov, ki jih povzemajo najrazličnejše medijske vsebine, postajajo gibalo sodobne slovenske družbe. Hkrati gre za eno najbolj sestavljenih sodobnih elit, skozi katero se izbrani pripadniki aktualnih klasičnih družbenih elit javno medsebojno povezujejo, komunicirajo, krožijo, se spoznavajo, sodelujejo in si pogosto tudi javno nasprotujejo.

Družbeno-politični sistemi sicer dobivajo nove oblike in povezave ter se za komuniciranje z javnostmi poslužujejo novih - ali prenovljenih starih - metod, a najosnovnejša delitev ostaja enaka. Na množico brez - ali z relativno malo - lastnine in peščico tistih, ki posedujejo velik odstotek vsega materialnega bogastva. Slednji imajo tudi mnoge privilegije in se običajno obdajajo z razkošjem.

Ob njih, predvsem na primeru Slovenije, ne moremo izpustiti predstavnikov tiste družbene elite, ki imajo navkljub razmeroma šibki lastninski moči (v primerjavi s predstavniki gospodarske in politične elite) tudi določen družbeni ugled (intelektualna in kulturniška elita, npr. člani akademskega sveta, pred-

stavniki cerkve, umetniki, glasbeniki, igralci), mnogi privilegiji, ki jih uživajo, pa dosledno sledijo t.i. klasičnemu elitizmu.

Medijska elita je presek med klasičnimi družbenimi elitami

Sodobne družbene elite prepoznamo po značilnih klasičnih oblikah združevanja vplivnih posameznikov oziroma skupin v določeni družbeni sferi. Go-

Ko bodo močni in v javnosti najvidnejši posamezniki delovali za prihodnjo blaginjo vseh, bo v sodobni Sloveniji življenje res lepo!

vorimo o gospodarski, politični, vojaški, kulturno-umetniški, akademski, verski in športni eliti, med katerimi bi se glede na raznolikost, neodvisnost in vplivnost posameznih družbenih sfer gotovo lahko opredelila še kakšna dodatna elitna skupina.

Medijska elita, ki jo vpeljujem v družboslovno znanost, je presek med vplivnimi družbenimi skupinami. Ne-

kateri njihovi predstavniki so različne klasične oblike javnega pojavljanja v sodobni družbi dopolnili z značilnimi pojavljanji v osrednjih sredstvih za množično komuniciranje (kot ugotavljam, v slovenskih medijih povsem enako kot znotraj ostalih zahodnoevropskih medijskih sistemov).

Po drugi strani želi del predstavnikov taiste družbene skupine (klasične elite) ostati neznan, kar pa seveda ne pomeni, da mediji o njih ne poročajo, ker so družbeno manj pomembni ali nevlivni. Nasprotno, nekateri predstavniki 'pravih' elit so mnogokrat povsem zavestno oddaljeni od vsakodnevnih medijskih zapisov (na primer, nekatere kraljeve družine se namerno izogibajo dejavnemu sodelovanju z mediji), medtem ko imajo tudi mediji lastna 'pravila', na kakšen način izbrane, družbeno močne, posameznike 'rekrutirajo' v t.i. medijsko elito. Hkrati del te medijske elite predstavljajo tudi lastniki medijev, njihovi upravljalci in medijsko opaznejši ('slavni') ustvarjalci medijskih vsebin (v javnosti poznani uredniki, novinarji, kolumnisti, ilustratorji in fotoreporterji).

Z vpeljevanjem definicije o medijski eliti, ki jo razumemo kot presečno skupino med vplivnimi družbenimi skupinami, poimenovanimi družbene elite, lahko zaključimo, da je razprava o prisotnosti medijske elite v sodobni slovenski družbi glede na aktualno družbeno-politično dogajanje in javno odločanje o prihodnosti Slovenije vedno bolj pomembna. Skozi medijsko pojavljanje pripadnikov klasičnih družbenih elit dobivamo novo strnjeno skupino ljudi, ki imajo v družbi določen ugled, moč in vpliv, ki se medsebojno družijo ali izločajo, predvsem pa vplivajo na utrip našega skupnega vsakdanjika. Le želimo si lahko, da bi poleg medijskega uveljavljanja

individualnih ali skupinskih, profesionalnih ali zasebnih interesov mislili tudi na večino drugih, manj vplivnih in neznanih predstavnikov družbe, s pomočjo katerih so uspeli. In šele ko bodo ti močni in v javnosti najvidnejši posamezniki delovali karseda družbeno odgovorno in za prihodnjo blaginjo vseh, bo v sodobni Sloveniji življenje res lepo! ■