

Suzana Oreški

MEDIJSKE PODOBE DUŠEVNEGA ZDRAVJA IN NJIHOVI UČINKI NA DRUŽBENE PRAKSE

VLOGA IN POMEN MEDIJEV V DRUŽBI

Pri preučevanju medijskih reprezentacij duševnega (ne)zdravja in njihovega pomena na zaznavo javnosti je treba najprej razmisliti o vlogi množičnih medijev v družbi. Njihovo raziskovanje je zelo priljubljeno v komunikologiji (Perse 2001) in staro toliko kot mediji sami. Iz konceptualnih izhodišč množičnega komuniciranja (Erjavec 2004, Košir 2000, Verša 1996) je razbrati, da so množični mediji sestavni del družbe in v neprestani interakciji z njenimi podsistemi, znanostjo, strokami, šolstvom, politiko, kulturo, religijo in tudi civilno družbo. Mnogi raziskovalci oziroma različne teoretske usmeritve jim pripisujejo velik pomen v današnji, kot so jo poimenovali, medijski družbi. V okviru preučevanja njihove vloge za družbeno življenje in v njem pa je treba posebno pozornost nameniti predvsem preučevanju njihovih učinkov na zaznavo javnosti. Od zgodnjih tridesetih let preteklega stoletja pa do danes so medijski vpliv na občinstvo razumeli različno. Zgodnje študije v tridesetih do nekako petdesetih let prejšnjega stoletja so trdile, da imajo mediji takojšen vpliv na občinstvo, ki je v odnosu do njih v pasivni vlogi (Perse 2001). Ta pristop je znan kot »teorija podkožne igle« in se je opiral na poenostavljeno predstavo vbrizgavanja sporočila z injekcijsko iglo v žile nemočnih in pasivnih prejemnikov, ki se odzovejo takoj in na enak način (Erjavec 2004: 6). Takrat so medijem pripisovali tudi manipulativno moč in socialno kontrolo ter menili, da si ljudje zgolj na podlagi množičnih medijev oblikujejo pogled na svet (Perse 2001:

24). Očitek tej teoriji je, da zanemarja to, da je občinstvo sestavljeno iz posameznikov, ki medijskih sporočil ne sprejemajo le pasivno, temveč tudi aktivno, tako čustveno kot miselno. Od petdesetih do sedemdesetih let prihajajo v ospredje teorije o relativnem vplivu medijev. Na ta razvoj je najbolj vplival P. Lazarsfeld (v Erjavec 2004), ki je s svojo znano raziskavo »People's choice« (1944) ugotavljal učinek propagande med predsedniškimi volitvami ter ugotovil, da je vpliv medijev precenjen, saj so na odločitve ljudi vplivali tudi drugi dejavniki (npr. pripadnost družbenemu sloju). Večji pomen pripiše občinstvu, za katerega meni, da je pri sprejemanju medijskih vsebin aktivno. To pomeni, da ima moč izbire in se lahko distancira. V tem obdobju prevladuje tradicija raziskovanja *uses & gratification* oziroma uporabe in zadovoljitve (*ibid*: 7). Ta vidi občinstvo kot posameznike, ki premišljeno uporabljajo medije, da bi dosegli določen cilj in zadovoljitev. Občinstvo torej aktivno izbira in interpretira medijska besedila z namenom zadovoljitve svojih potreb in želja. Tudi ta pristop je doživel kritike; predpostavka o popolnoma racionalnem vedenju članov občinstva ne zdrži, saj se ti ne zavedajo vselej svojih potreb oziroma so jim s pomočjo medijev lahko ponujene nove. Temu pristopu očitajo zlasti, da je popolnoma zanemarljiv vpliv medijev na občinstvo. Od sedemdesetih let dalje pride v razumevanju produkcije medijskih vsebin in njihovega vpliva na posameznika do postopnega preobrata. Ohranili so ideja o aktivni vlogi občinstva, vendar s poudarkom na modelu kodiranja in dekodiranja teksta. Osredotočili so

se na analizo recepcije in ugotavljali, kako občinstvo konstruira pomen iz medijskih sporočil. Ključni temelj te teorije je, da sta produkcija in potrošnja medijskih tekstov družbeni proces, pri katerem se konstruira pomen (Žugelj 2003: 385). Predpostavljali so, da medijsko besedilo zahteva pomen le v trenutku medijske recepcije, ko je prebrano, slišano ali videno. Člani občinstva so razumljeni kot ustvarjalci pomena in ne le kot potrošniki medijske vsebine, saj medijsko besedilo interpretirajo na način, ki je v skladu z njihovimi družbenimi in kulturnimi okoliščinami in v skladu z njihovo subjektivno interpretacijo okoliščin (Erjavec 2004: 7–8). Danes so si raziskovalci enotni v priznavanju dolgoročnega vpliva medijev na zaznavo, vrednote in vedenje posameznika; poudarjajo pa, da je ta vpliv selektiven, omejen, pogojen z osebnostjo posameznika, njegovim socialnim okoljem, razredno pripadnostjo, spolom, raso, verskim prepričanjem in »izpostavljenostjo« medijskemu vplivu. Posameznik bo v svojo percepcijo vključeval medijske vsebine, ki že ustrezajo njegovim vrednostnim usmeritvam in tudi predznanju o posredovani temi. Tako čedalje večji pomen pripisujejo individualni odgovornosti posameznika in njegovi medijski pismenosti (Erjavec 1999 a, 1999 b, Košir 2000). Vendar pa ne glede na razhajanja, kot ugotavlja Verša (1996: 10), »nobena od teorij množičnega komuniciranja ni zavrnila dejstva, da mediji vplivajo in sooblikujejo vrednote in obnašanja občinstva v vsakdanjem življenju«. Pri raziskovanju mehanizmov vplivanja medijev na občinstvo je treba namreč upoštevati medijske vsebine in družbene situacije, v katerih poteka spremljanje medijev. Le če upoštevamo, o čem poročajo mediji in na kakšen način vrednotijo prikazane vsebine, lahko pojasnimo, kakšni so mehanizmi in učinki medijskih vsebin na občinstvo. Prav tako so pomembne razlage, da je vpliv medijev dolgoročen; v raznovrstnih družbenih okoliščinah medijske vsebine dolgoročno sooblikujejo držo občinstva do stvarnosti (*op. cit.*: 10). To ugotavljata tudi referenčna avtorja na področju preučevanja medijskih konstruktov o duševnem (ne)zdravju Philo (1996) in

Wahl (1995). Najprej izhajata s preprostega stališča, ki sta ga z raziskavami tudi utemeljila, in sicer, da imajo mediji precejšno vlogo pri informiranju in izobraževanju javnosti že zato, ker se ljudje vsakodnevno informirajo in izobražujejo o temah s področja duševnega zdravja prav iz virov, ki so blizu njihovim domovom – časopisov, revij, knjig, televizije, radia, glasbe, gledališča itn. Redko hodijo na kongrese, strokovna srečanja in tudi redko berejo bolj specializirane, strokovne revije, iz katerih bi se lahko poučili o temah s področja duševnega zdravja. Na konferencah in kongresih srečujemo zgolj strokovnjake, akademike, simpatizerje, včasih tudi uporabnike in njihove svojce. Vsesplošna medijska prisotnost v naše vsakdanu tako s pogosto reprezentacijo tem o duševnem zdravju, v primerih, ko so te netočne in zavajajoče, prispeva k ohranjanju in produciranju stereotipov o ljudeh s težavami v duševnem zdravju in službah na tem področju. Njihovi konstrukti družbenih dogajanj vplivajo na gledalčevo, poslušalčevo ali bralčevo mnenje (Philo 1996, Wahl 1995, Edney 2004).

Vloga medijev v diskurzu o duševnem zdravju, njihovo portretiranje oseb s težavami v duševnem zdravju in raziskovanje vpliva na oblikovanje javnega mnenja in stališč je zadnjih štirideset let v ospredju pri mnogih zagovornikih duševnega zdravja v skupnosti. V tem obdobju so nastajale raziskave, ki jih lahko razdelimo na dva tipa – tiste, ki so raziskovale večinoma negativni vidik portretiranja duševnega nezdravja v množičnih medijih, in tiste, ki so merile učinek takih portretiranj na zaznavo javnosti in njenega odnosa do duševnih motenj. Zgolj manjše število raziskav se je ukvarjalo z raziskovanjem pozitivnih medijskih podob in njihovih učinkov na občinstvo. V nadaljevanju povzemamo nekaj najpomembnejših in skupnih ugotovitev različnih po svetu narejenih raziskav, ki so jih povsem neodvisno strnili avstralski raziskovalci Francis *et al.* (2001) in Kanadčanka Edney (2004).

MEDIJI KOT PRIMARNI VIR INFORMIRANJA

Raziskave, ki potrjujejo hipotezo, da so mediji primarni vir informiranja ljudi o duševnih motnjah, so temeljile na različnih vzorcih in analizah različnih medijskih zvrsti in žanrov. V raziskavi, ki so jo izvedli v fundaciji Robert Wood Johnson v devetdesetih letih, so na primer ugotovili, da se o tematiki duševnega zdravja večina ljudi v 87 odstotkih pouči prek medijev, v 51 odstotkih od znancev in šele v 29 odstotkih tudi od strokovnjakov. Konec devetdesetih je bila v Ameriki v okviru nacionalnega združenja za duševno zdravje (NMHA) narejena raziskava, ki je potrdila, da so množični mediji najpogostejši vir informacij o duševnih motnjah, s tem da je delež medijskih žanrov, ki prispevajo k informiranju javnosti o tej temi, seveda različen.

Več avtorjev trdi, da so medijske reprezentacije tem s področja duševnega zdravja pogosto netočne, zavajajoče in celo škodljive za razvoj služb in konceptov duševnega zdravja v skupnosti (Wahl 1995, Philo 1996, Lamovec 1998, Sayce 2000; Francis *et al.* 2001, Edney 2004). Trdijo, da množični mediji, tako resni kot zabavni, promovirajo netočne in negativne podobe o duševnih motnjah. Sayce (2000) navaja rezultate raziskav iz devetdesetih let. Medijske hiše v 73 odstotkih filmov na velikih in malih platnih prikazuje osebe s težavami v duševnem zdravju kot nasilne. Nasilnemu karakterju v ZDA pripišejo še rasistično komponento (Wahl 1995); zgled je črni psihopat (*black psycho-killer*). Podobno ugotavljajo v Veliki Britaniji, čeprav tam raziskave pokažejo, da 80 odstotkov umorov zagrešijo belci brez duševne motnje (Sayce 2000). V Združenih državah 95 in 97 odstotkov kriminalnih dejanj zagrešijo ljudje brez duševne bolezni (Monahan 1996 v Edney 2004: 3). Predstave o osebah s težavami v duševnem zdravju med laično publiko so pravzaprav opisi likov »morilskih manijakov« iz medijske produkcije (Seale 2002 v Rasmussen, Höijer 2003). Tudi v TV limonadah, t. i. *soap operas*, ki je skrajno čustven, a vsebinsko prazen filmski žanr, nastopajo liki z duševno motnjo. Čeprav gre za nekvaliteten žanr, imajo

močan vpliv na oblikovanje mnenj, saj lahko s predvajanjem ene same epizode zajamejo do 17 milijonov ljudi, kot v svoji raziskavi ugotavlja Greg Philo (1996). V njih srečamo ženske like z »depresijo«, »menlanholijo« ali »obsesijo«, ki iz ljubosumja ubijejo ljubimca ali pa načrtujejo zaroto proti tašči (1995: 66–67). Pri preučevanju medijskih konstruktov o temah s področja duševnega nezdravja navadno namenijo posebno pozornost načinom medijskega portretiranja oseb s težavami v duševnem zdravju ter raziskujejo, kako mediji prikazujejo, upodablajo oziroma pišejo o osebnostnih lastnostih oseb s tovrstnimi težavami, kaj povedo o človekovem značaju, njegovih socialnih spretnostih in veščinah, potrebah, pričakovanjih itn. Številne raziskave so ugotovile, da so osebe s težavami v duševnem zdravju v medijih pogosto povezane z nenavadnimi, bizarnimi (Wykes 2003) in nasilnimi oz. kriminalnimi dejanji (Wahl 1995, Philo 1996, Sayce 2000). Analiza raziskave v Sloveniji, ki obsega vzorec 154 prispevkov časnika *Delo* in revije *Jana*, za obdobje štiridesetih let, od leta 1960 do 2000, pa je pokazala, da je najpogostejši tip portretiranja oseb s težavami v duševnem zdravju direktno naslavljanje z diagnozo oziroma strokovno terminologijo. To je sporno, saj ovira oziroma hendikep ne pove ničesar o osebnih lastnostih. Tovrstno portretiranje ohranja ali sproža predstave o »duševno motenih« ali »duševno bolnih«. Vzdržuje diskurz o skupini ljudi, ki imajo drugačno identiteto od t. i. duševno zdravih. So na svojem ozemlju, na drugem bregu, med nami in njimi je meja. To ozemlje krepijo tudi izključevalne družbene prakse, kot je nameščanja in zdravljenja v starih graščinah na obrobju mest (Flaker 1998). Po Hallu (2003: 226) so »reprezentacije drugačnosti nevarne, saj vselej vplivajo na oblikovanje določenih predstav, običajno mobilizirajo strahove in močna čustva, ki jih spremlja tudi odpor do ti-stega, česar ne poznamo in ne razumemo«. Če pomislimo, da podatki Svetovne zdravstvene organizacije beležijo porast duševnih motenj in da vsak četrti zemljan doživi kakšno izmed oblik duševne motnje, je med nami mnogo

»drugačnežev«. Ti so iz vrst zdravnikov, akademikov, uradnikov, politikov, kuharjev, cvetličarjev, frizerjev itn. Duševna motnja ni značilnost nizkega socialnega sloja, je pa res, da se lahko zaradi slabih ekonomskih in socialnih razmer duševno stanje posameznika hitreje poslabša. V manjšini so se v omenjeni raziskavi pojavljali tudi prispevki, ki so portretirali osebe s težavami v duševnem zdravju kot nasilne in nevarne do drugih, nehumane in nezmožne empatije, ali pa so napačno portretirali diagnozo shizofrenija oz. psihoza, jo enačili s slaboumnostjo, duševno razcepljenostjo in duševno prizadetostjo. Zgleda:

Imamo tretjino shizofrenikov, tretjino psihopatov in tretjino duševno nerazvitih, imbecilov ter kroničnih alkoholikov. (Vidic, Gasar, *Delo*, 18. 12. 1969.)

Muči jih huda nespečnost, tavajo naokoli in se utapljuje v paničnem strahu pred izgubo nadzora nad lastnim telesom in umom. Njihova okolica počasi ne zmore več moči, da bi razumela njihove stiske, pogosto agresivnost in nesposobnost za kritično presojo življenja. Človek, ki jim pomaga mora bit zelo previden in osebnostno močan. Ti ljudje so izvrstni manipulatorji, in če dobijo možnost, sogovornika posrkajo vase in ga zapletejo v svoje težave. (Horvat, *Jana*, 8. 6. 1999.)

Raziskava je pokazala, da je drugi najpogostejši tip portretiranja oseb s težavami v duševnem zdravju nevtralen. Tovrstni prispevki za ljudi s težavami v duševnem zdravju uporabljajo opise brez diagnoze, temveč kot »uporabnike psihiatričnih služb ali storitev«, oziroma ljudi, ki potrebujejo psihiatrično pomoč. To je bolje od prevladujočega negativnega portreta, a malo pove o lastnostih, spretnostih, veščinah, vsakodnevnih navadah in potrebah ljudi s težavami v duševnem zdravju. Poudarjanje pozitivnih lastnosti pa je pomembno za rušenje širših predsodkov, saj lahko na tak način normaliziramo koncept »duševne bolezni« oziroma »drugačnosti« in soooblikujemo ugodnejše predstave o ljudeh s težavami v duševnem zdravju.

UČINKI NEGATIVNIH MEDIJSKIH REPREZENTACIJ

Mediji so pomembni pri oblikovanju predstav, prepričanj in stališč o osebah, ki imajo duševne stiske in dolgotrajne težave v duševnem zdravju, pomembni so tudi pri oblikovanju predstav o službah, ki pomagajo tem osebam. Iz nekaterih tujih raziskav lahko sklepamo, da medijsko portretiranje oseb s težavami v duševnem zdravju vpliva na mišljenje, čutenje in delovanje tako posameznika, ki ima težave v duševnem zdravju, kakor tistega, ki jih nima. Zagovornike duševnega zdravja v skupnosti skrbijo negativne in netočne reprezentacije duševnih motenj v medijih. Tako prikazovanje močno vpliva na življenje oseb s težavami v duševnem zdravju, na življenje njihovih bližnjih ter na oblikovanje predstav, prepričanj in stališč širše javnosti, ovira pa lahko tudi razvoj skupnostnih služb in servisov (Edney 2004: 7). Po študijah sodeč ljudje na podlagi tistega, kar so videli, prebrali ali slišali v množičnih medijih, tudi domnevajo, da so ljudje s težavami v duševnem zdravju breme za družbo in nezmožni kakršnega koli prispevka k družbenemu razvoju. Dolgoletne izkušnje angleške nacionalne organizacije za duševno zdravje MIND in uporabniške organizacije Survivors Speak Out pričajo o vplivu negativnih in napačnih medijskih vsebin na uporabnike njihovih služb in njihove svojce. Ko so mediji portretirali ali poročali o osebi s težavami v duševnem zdravju v povezavi z nasilnim vedenjem, so bili nekateri svojci tako vznemirjeni in prestrašeni, da so pričeli dvomiti v svoje bližnje, čeprav ti niso imeli zgodovine nasilnega vedenja. Nekateri uporabniki so tudi pripovedovali, kako so se izogibali iskanju pomoči in so depresijo raje utapljali v alkoholu in drogah, kot pa da bi postali podobni vsem »tem norim ljudem, o katerih so brali ali slišali v medijih« (Philo 1996: 105–111). V zgodnjih devetdesetih letih je ameriška organizacija za duševno zdravje National Alliance of Mental Health v obsežni raziskavi o pomenu in izvirihi stigmatizacije ugotovila, da je bilo 86 odstotkov oseb s težavami v duševnem zdravju in njihovih bližnjih prepričanih, da popularni filmi o duševno motenih morilcih spodbujajo predsodke

in prispevajo k stigmati. Podoben vpliv so v 82 odstotkih pripisali tudi tiskanim medijem (Wahl 1995: 97). Desetletje pozneje je tudi raziskava angleškega združenja za duševno zdravje MIND izmerila negativne medijske učinke; polovica oseb s težavami v duševnem zdravju se zaradi negativnih medijskih reprezentacij pogosteje slabo počuti, približno tretjina oseb je zaradi negativnih medijskih stereotipov doživela diskriminacijo pri iskanju zaposlitve, 37 odstotkov pa je omenilo negativne učinke takih vsebin na vedenje njihovih prijateljev in družin do njih (Mind 2000). Tudi v avstralski raziskavi, s katero so ugotavljali učinek negativnih medijskih portretov na ljudi s težavami v duševnem zdravju, se 50 odstotkov od 500 anketiranih uporabnikov služb duševnega zdravja zelo slabo počuti ob takem prikazovanju, 75 odstotkov pa pravi, da medijsko portretiranje ni realno, da je napačno in »ni fer« (Ferrimann 2000 v Francis *et al.* 2001: 13). Medijski konstrukti o duševnem (ne)zdravju in portretiranju oseb s težavami dodatno krepijo in vzdržujejo obstoječe stereotipe.

DISKRIMINATORNE DRUŽBENE PRAKSE

V drugi polovici devetdesetih let je angleški Department of Health Study (Rose 1998 v Edney 2004: 27) ugotovil, da obstaja povezava med negativnimi medijski reprezentacijami duševnih motenj in odločitvami v socialni politiki. Če v javnosti prevladuje prepričanje, da so ljudje s psihiatričnimi diagnozami nevarni ali nezmožni skrbeti zase, bodo odločitve vladne politike odraz takih stališč. Oblikovalci politik bodo v primerih škandalov oziroma dalj časa trajajoče moralne panike med ljudstvom bolj nagnjeni k izvajanju programov, storitev in ukrepov, ki vključujejo nadzor in obvladovanje posameznikov s težavami v duševnem zdravju, kot k programom, ki krepijo njihovo okrevanje in spodbujajo k življenju v skupnosti. Če je javna percepcija o ljudeh s težavami v duševnem zdravju negativna in vzdrževana s pomočjo napačnih medijskih reprezentacij, potem bo vlada reagirala na te napačne predstave, ne pa na

resnične potrebe ljudi z težavami v duševnem zdravju in njihovih svojcev. Posledica takih vladnih reakcij se odraža v zmanjševanju sredstev za izvajanje skupnostne skrbi. Zmanjšana sredstva imajo za posledico manjše materialne vire, kot je na primer ukinitve dnevnega centra v lokalni skupnosti, preobremenjeno osebje in sindrom izgorelosti. Restriktivni vladni ukrepi se poznajo tudi v bolj restriktivni zakonodaji. Ta postane bolj naklonjena ukrepom prisilnega zdravljenja in hospitalizacije kot pa učinkoviti podpori in preventivi v skupnosti. Ni usmerjena v raznovrstne skupnostne službe in time, ki delajo po modelih okrevanja in preprečevanja duševnih kriz. Tudi drugi avtorji, ki jih navaja Edney, so ugotovili, da se britanska vlada od srede devetdesetih let usmerja v bolj restriktivno politiko na področju duševnega zdravja tudi zaradi negativnih in napačnih reprezentacij duševnih motenj v množičnih medijih (Cutcliffe in Hannigan 2001 v Edney 2004: 27). Britanskim medijem je kljub dokazom, da so ljudje s težavami v duševnem zdravju pogosteje žrtve nasilja, kot pa da bi ga izvajali (Trieman 1997, Departmens of Health 1992 v *ibid.*), uspelo prepričati del splošne javnosti in politike, da so duševne motnje glavna grožnja javni varnosti (Barnes 1993 v Ramon, Slavio 2000: 225). O ukrepih angleške vlade nas je seznanil tudi slovenski osrednji dnevnik *Delo*:

Laburistična vlada premiera Tonyja Blaira bo zaradi pritiska javnosti – ta se panično boji tako imenovanih duševno bolnih psihopatov, ki naj bi bili po njihovem krivi za številna nasilna dejanja na Otoku – v nekaj letih sprejela zakonsko dopolnilo, po katerem bodo lahko prisilno zdravili tudi duševne bolnike zunaj bolnišničnih zidov. Strokovnjaki po svetu ugotavljajo, da so za stigmatizacijo duševno bolnih marsikdaj soodgovorni mediji. Po njihovem mediji o duševnih motnjah najpogosteje spregovorijo kot o izjemnih stanjih, ki jih spremljata nejasnost in negotovost. Ker lahko mediji spremenjajo predsodke in stereotipe povezane z duševnimi motnjami, želijo, da bi jim pomagali pri zmanjševanju ožigosanja in razvijanju strpnjšega odnosa družbe do duševno bolnih. (Merljak, 14. 11. 2000.)

MEDIJI KOT SOUSTVARJALCI NOVIH ZGODB

Množične medije je mogoče razumeti tudi kot nosilce zgodb. Po Urek (2005) imajo zgodbe nešteto oblik in opravljajo veliko nalog:

Živijo v knjigah, na slikah, fotografijah, v glasbi, novicah, v umetnosti, znanosti, popularni kulturi in v vsakdanjem življenju. Lahko zabavajo, moralizirajo, obveščajo. Z njimi se tudi sklicujemo na moralnost dejanj. Zgodba pove, kaj se je zgodilo in tudi kaj se bo zgodilo. Če pripoveduješ zgodbo, tudi daješ nekemu informacijo. (*Op. cit.*: 11–12.)

V postmodernih družbah lahko vidimo množične medije v vlogi interpretatorjev družbenih dogodkov. Njihova osrednja lastnost je »ozgodbenje« teh dogodkov (Luthar 1995: 153). Vsaka novica sicer ne vsebuje narativizacije, nam pa da nekaj vedeti, daje nam zgodbo. »Ozgodbenje« poteka v obliki predelovanja, rekonstrukcije dogodkov in izjav. Mediji prispevajo k soustvarjanju novih zgodb, ki lahko postanejo nov socialni oziroma družbeni konstrukt. Ker pa delajo predvsem na učinkih, je pomembno, kakšno stopnjo zadovoljstva dosežejo pri občinstvu, ko se ta identificira z zgodbo. Kot pravi Luthar:

Realnost, s katero se ukvarja neki časopis ali televizijski dnevnik, ni nikoli goli posnetek realnosti. Vedno je produkt specifičnih protokolov »unovičenja«. Ti pa se razlikujejo glede na predstavo o novinarski profesiji, ki velja za novinarsko prakso v določeni medijski instituciji (razlike med rumenim in kvalitetnim tiskom). Ta predstava vpliva na selekcijo, klasifikacijo, urejanje in interpretacijo odnosov med dogodki. Standardni postopki in produkti niso namreč naravni ali nevtralni postopki in produkti. (*Op. cit.*: 154.)

Podobno razmišlja Verša, ki vidi medije tudi kot oblikovalce in interpretatorje realnosti (1996). Aktualna družbena dogajanja in vsebine konstruirajo in interpretirajo, odvisno od namena in ciljev, ki jih želijo doseči. Pri tem imajo na voljo vrsto tehnik in orodij, s katerimi lahko predelajo dejanske dogodke

in osebe. Potek ubesedovanja zgodb in njihovo »ozgodbenje« poteka znotraj oziroma s pomočjo medijskih zvrsti ali žanrov, te pa so tudi podrejene sporočilni vrednosti, ki jo želi podati medij. To lahko ponazorimo z pismom v rubriki »Prejeli smo« v časniku Delo (Ostruh, Delo, 7. 3. 1995.). Naslovili so ga »Sporočilo o dogodku v Velenju«, napisala ga je uradna oseba, načelnik uprave za notranje zadeve in svetovalec vlade, opiše pa postopek prisilne hospitalizacije »duševne bolnice« iz Velenja. Sporno pri njem je, prvič, da uradna oseba seznanja javnost z dogodkom, ki ga je bila v danih okoliščinah po zakonu dolžna izpeljati, in drugič, da opiše zdravstveno stanje občanke. Namen pisma ni jasen, očitna pa je dramatizacija dogodka in glorifikacija javnih služb.

Tiskani mediji, radio in televizija zahtevajo vsak svoj in drugačen način sporočanja in uporabe jezikovnih sredstev. Imajo svoje standardne postopke in protokole ubesedovanja zgodb. Tudi obravnava informativnih oz. dokumentiranih podatkov v zgodbi lahko poteka različno. Dajejo sicer občutek verodostojnosti, vendar njihova selektivna uporaba oziroma premikanje z osrednjega položaja na periferni daje zgodbi drugačen poudarek (Luthar 1995: 156), s tem pa tudi različno sporočilno vrednost za javnost. V tiskanem mediju je lahko vzgib za nastanek prispevka zgolj informativne narave, a je z medijskimi »orodji«, kot so naslov, slika, stil, poudarki v podnaslovu in v tekstu, opremljen tako, da postane dramatičen, celo trivialen. Zgodba o dogodku iz pisma v *Delu* je bila dva meseca pozneje objavljena v reviji *Jana*. S fotografijo osebe v prisilnem jopiču, ki zaseda pol strani, in z izjemno velikim, poudarjenim naslovom »Bilo je grozno« prispevek uvrščamo že med senzacionalne. Novinarka dramatizira, vrednoti in moralizira. V njem uporablja večšine narativne taktike, ko s poudarjanjem vedenja duševne bolnice v njenem vsakdanu izbira in poudarja oblike, s katerim dokazuje njeno bolezen, opravičuje hospitalizacijo in vzdržuje prepričanja o ljudeh s težavami v duševnem zdravju kot povezana z nenavadnimi, nepredvidljivimi, tudi agresivnimi in kriminalnimi dejanji (Edney 2004).

Bralci iz takih dramatičnih zgodb potegnejo znane vrednote in moralo (Luthar 1995).

Vedeli smo, da je stanovalka pod nami duševna bolnica [...]. Težave z njo so se začele z napadom na soseda, ko jo je udarila z dežnikom po glavi in jo poškodovala. Ko je ta poklicala policijo, se je ženska zaprla v stanovanje in jim sploh ni hotela odpreti vrat. Dve leti je nismo videli! Šele po tem času jo je verjetno sin prepričal, da je občasno tudi zapustila stanovanje. Prepričali, grožnje, napadi, zmerjanja pa so se po tem vrstili kar po tekočem traku. Zmerjala je soseda v trgovini, napadala mojega moža z letvico, ga ranila v trebuh, kričala, da ga bo ubila. Tisti, ki V. D. dobro poznajo, so bili prepričani, da je bila pot, ki so jo izbrali zdravniki, kruta, a pravilna. Menijo, da z drugimi sredstvi ženske preprosto ne bi spravili v bolnišnico. Morda imajo prav. Morda se motijo. In, če je obstajal kakršen koli drug, bolj human ukrep, s katerim bi V. D. zvalili iz stanovanja v bolnišnico, bi bilo bolje (predvsem zanjo) in za njenega sina. So na to pomislili? (Ogorevc, 14. 5. 1995.)

Z objavama v časniku *Delo* in reviji *Jana* želimo prikazati, kako mediji pripišejo dogodkom poseben ali splošen pomen. Oba prispevka – čeprav prvi ne vsebuje toliko retorično narativnih strategij – vsebujeta še klasični dualizem med dobrim in zlim. Na eni strani imamo namreč *good guys* in njihovo požrtvovalnost, na drugi strani pa *bad guys*, izjemno agresivno, neposlušno občanko in njenega sina, ki nista pripravljena sodelovati. Zgodbo uvrščamo med negativne medijske konstrukte. Vsebuje negativno portretiranje osebe s težavami v duševnem zdravju, prispeva k vzdrževanju in produciranju stereotipov, zlasti tistih, ki jih povezujejo z nasilnimi posebnosti in kriminalci. Nobeden od obeh prispevkov ne raziše širšega področja duševnega zdravja v skupnosti. Ne problematizirata odsotnosti zakona o duševnem zdravju in skupnostne skrbi v Sloveniji. Šele zakon bi ključnim družbenim akterjem naložil drugačno izvajanje skrbi za ljudi s težavami v duševnem zdravju. Prav v tem je problem. Ne v vedenju občanke in prenapeti reakciji policijskih

uslužbencev, temveč v odsotnosti zakona, ki ne bi diskriminiral oseb s težavami in bi jim omogočil pravočasno pomoč na pravem mestu. Medijsko besedilo je torej vedno reprezentacija dogodka, sporočanje o njem, ne pa dogodek sam (Luthar 1995: 154). V tiskanem mediju nam lahko pokažejo fotografijo prisilnega jopiča, ki jo bomo brez interpretacije različno razumeli oziroma jo bomo razumeli v skladu s svojim predznanjem in stališči do psihiatričnih tem. Medijski konstrukti družbenih dogajanj in njihov način »ozgodbenja« dogodkov vplivajo na gledalčevo, poslušalčevo ali bralčevo mnenje. To lahko naredijo s pomočjo različnih medijskih orodij in veščin pisanja (dramatizacije). Tako prispevajo k soustvarjanju zgodb, ki lahko okrepijo obstoječe stereotipe o ljudeh s težavami v duševnem zdravju in o duševnih motnjah na splošno. Vplivajo na vrednote, stališča in ravnanja ljudi. Tako meni Petkovič (2006: 2):

Lahko spodbudijo k razumevanju položaja in k sočustvovanju z drugimi ljudmi, s pripadniki različnih družbenih skupin, ne glede na narodnost, vero, spol, spolno usmerjenost, starost, izobrazbo, poklic itn.; lahko pa s pristranskim prikazovanjem dogajanja in stereotipnim reprezentiranjem pripadnikov posameznih družbenih skupin spodbudijo sovraštvo in nestrpnost.

SKLEP

Pri raziskovanju vloge množičnih medijev v družbi je treba posvetiti pozornost zlasti preučevanju njihovih učinkov na zaznavo javnosti. Novejše teorije množičnega komuniciranja ne zavračajo stališča, da imajo mediji dolgoročen vpliv na prepričanja, znanja in posledično ravnanja ljudi v njihovih vsakdanjih. Nagibajo pa se k tezi, da smo v današnji medijski dobi soodgovorni za ponotranjenje medijskih vsebin. V tem smislu pričakujejo od ljudi precejšnjo medijsko pismenost, ki naj bi pomenila nekažno varovalko pred ponotranjenjem (škodljivih, netočnih, senzacionalnih) medijskih vsebin. Ker pa ne moremo pričakovati splošne medijske

pismenosti, mediji še naprej v dobršni meri vplivajo na oblikovanje mnenj, stališč in prepričanj, o določenih družbenih temah in pojavih. Zaskrbljujoče je, da se v medijskih konstruktih kontinuirano pojavljajo netočne, trivialne, komične in žaljive, torej stigmatizirajoče reprezentacije o določenih skupinah prebivalstva, navadno tistih, ki so že na družbenem robu ali pa jim je iz različnih razlogov onemogočen dostop do medijev in okrnjena možnost, da bi se odzvali na konstrukte. Raziskave vsekakor ugotavljajo, da mediji reproducirajo škodljive in netočne reprezentacije o ljudeh s težavami v duševnem zdravju in ohranjanju diskurz, ki neugodno vpliva na področje duševnega zdravja. Ta diskurz večina odstopa od spoznanj stroke in dejanskih izkušenj ljudi s težavami v duševnem zdravju in njihovih svojcev. Laična širša javnost se iz teh virov ne more poučiti in informirati o dejanskih stiskah ljudi s težavami v duševnem zdravju in njihovih svojcev in izoblikovati manj diskriminirajoča oziroma bolj naklonjena stališča. Veliko ljudi se o temah s področja duševnega zdravja ne informira iz strokovne literature, temveč iz vsakodnevnih, bolj priročnih virov. Tako negativne medijske reprezentacije učinkujejo na javnost, pa tudi na ljudi s težavami v duševnem zdravju. Pri teh se učinki negativnih medijskih reprezentacij najpogosteje kažejo v obliki samostigmatizacije. Pri širši javnosti lahko prepoznamo posledice netočnih medijskih konstruktov v obliki napačnih predstav (na primer, vsi ljudje s shizofrenijo so nevarni in nagnjeni k množičnim umorom), stališč ali prepričanj (na primer, ljudje z depresijo so leni, družbeni paraziti), ki jim sledi tudi ravnanje in vedenje do prvih. Nekatere raziskave celo dokazujejo, da lahko negativni medijski konstrukti spodbudijo k škandalom oziroma k t. i. javni paniki. Tovrstno javno moraliziranje vpliva, da se nekatere vlade, ki jim je vselej pomembna naklonjenost volivcev, odločajo za bolj restriktivne ukrepe. Zgled je Velika Britanija, ki ima že nekaj desetletij urejeno skupnostno skrb na tem področju, a se je Blairova vlada vendarle odločila za ukinitve določenih skupnostnih programov in namesto njih vpeljala večji nadzor nad osebami s težavami v duševnem

zdravju. Tako lahko medijski konstrukti okrepijo diskriminatorne družbene prakse, ki se na mikro ravni kažejo kot nespoštovanje dostojanstva in osebne integritete posameznika in neupoštevanje njegovih pravic do svobode lastne izbire in osebne samostojnosti, na makro ravni pa kot zmanjšanje družbenih virov, ki bi omogočili razvoj spretnosti in veščin, potrebnih za dvig kvalitete življenja oseb s težavami v duševnem zdravju, in upad storitev in programov, ki omogočijo socialno vključevanje.

VIRI

- BELAJEC, L.** (1999), *Senzacionalizem v sodobnem slovenskem tisku: Primer Dela in Slovenskih novic*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede (diplomsko delo).
- EDNEY, D. R.** (2004), *Mass Media and Mental Illness: A Literature Review*. Ontario: Canadian Mental Health Association.
- ERJAVEC, K.** (1999 a), Vzgoja za medije: Medijska pismenost in aktivno državljanstvo. *Andragoška spoznanja*, 5, 4: 39–42.
- (1999 b), Medijska pismenost: Kakšno znanje potrebuje državljan v »medijski družbi«? *Andragoška spoznanja*, 5, 3: 55–60.
- (2004), Mladostniki in medijsko okolje. V: Vesna, D., Jana, N. (ur). *Medijske navade med slovenskimi mladostniki*. Ljubljana: Študentska organizacija Univerze, Fakulteta za družbene vede, Center za metodologijo in informatiko (5–18).
- FRANCIS, C., PIRKIS, J., DUNT D., BLOOD R. W.** (2001), *Mental Health and Illness in the Media: A Review of the Literature*. Canberra: Mental Health and Special Programs Branch, Department of Health and Aging. http://www.mindframe-media.info/client_images/348062.pdf (22. 5. 2008).
- HALL, S.** (2003), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, Milton Keynes: The Open University.
- HORVAT, T.** (1999), Madonca, kaj če bom znorel? *Delo, priloga Ona*, 8. 6. 1999.
- KOŠIR, M.** (2000), Vzgoja za medije kot potreba časa. *Vzgoja*, 2, 8. 6–7.
- LAMOVEC, T.** (1998), *Psihosocialna pomoč v duševni stiski*. Ljubljana: Visoka šola za socialno delo.
- LUTHAR, B.** (1995), *Popularni tisk in preoblikovanje javnega prostora*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede (doktorska disertacija).

- MERLJAK, S.** (1994), Šent bo v pomoč duševno prizadetim in tudi svojcem. *Delo*, 30. 9. 1994.
- (2000), Mediji in duševno zdravje. *Delo*, 14. 11. 2000.
- Mind** (2000), *Counting the Cost: A Survey of the Impact of Media Coverage on the Lives of People with Mental Health Problems*. London: Mind.
- OGOREVC, M.** (1995), Bilo je grozno. *Jana*, 14. 5. 1995.
- OSTRUH, B.** (1995), Sporočilo o dogodku v Velenju. *Delo*, 7. 3. 1995.
- PERSE, E. M.** (2001), *Media Effects and Society*. Mahwah, New Jersey, London: LEA Publishers.
- PETKOVIČ, B.** (2006), *Mediji za državljane: Priročnik za medijske aktiviste*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- PHILO, G.** (1996), *Media and Mental Distress*. London: Longman.
- RAMON, S., SLAVIO, M.** (2000), A Scandal of the 80's and 90's: Media representations of mental illness issues in Britain and Italy. V: Ramon, S. (ur.), *A Stakeholder's Approach to Innovation in Mental Health Services: A reader for the 21st Century*. Brighton: Pavillion Publishing (209–227).
- RASMUSSEN, J., HÖJER, B.** (2003), *Media Images of Mental Illness and Psychiatric Care in Connection with Violent Crimes: A Study of Dagens Nyheter, Aftonbladet and Rapport*. Örebro: Swedish Association of Social and Mental Health (RSMH), Swedish Disability Federation and the Umbrella Project, Örebro University.
- ROŠ, K.** (1995), Posvet slovenskih psihiatrov. *Delo*, 22. 5. 1995.
- SAYCE, L.** (2000), *From Psychiatric Patient to Citizen: Overcoming Discrimination and Social Exclusion*. New York: Palgrave.
- ULE, M.** (1999), Socialna psihologija predsodkov. V: Nastran Ule, M. (ur), *Predsodki in diskriminacije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče (299–342).
- UREK, M.** (2005), Zgodbe na delu. Pripovedovanje, zapisovanje in poročanje v socialnem delu. Ljubljana: Založba /*cf.
- VERŠA, D.** (1996), *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Urad za žensko politiko.
- VETROVEC, J.** (1977), Kratka psihoterapija. *Delo*, 14. 5. 1977.
- VIDIC, I., GASAR, V.** (1969), Azil postaja odlagališče. *Delo*, 18. 12. 1969.
- WAHL, O. F.** (1995), *Media Madness: Public Images of Mental Illness*. New Jersey: Rutgers University Press.
- ŽUGELJ, A.** (2003), Bernadett Casy, Neil Casey, Ben Calvert, Liam French (ur.) in Justin Lewis: Television studies: The key concepts. *Teorija in praksa*, 40, 2: 384–386 (knjižna recenzija).