

Stručni rad

KRITIČKO MIŠLJENJE KAO GLAVNI ZADATAK MEDIJSKOG ODGOJA I OBRAZOVANJA

Zoran Hercigonja, mag.edu.inf.

Medicinska škola Varaždin

Sažetak

U svijetu krcatom gomilom informacija i medijskih sadržaja, alternativnih činjenica i „lažnih vijesti“, procjena istinitosti zahtijeva posebnu vještinu koja se razvija u sustavu obrazovanja čovjeka. Nedostajuća usmjerenost odgojno-obrazovnog sustava osposobljavanju pojedinca za sposobnost procjenjivanja istinitosti serviranih informacija kako bi bio sposoban zaštititi se od negativnih utjecaja i iskorištavanja od strane neoimperijalističke tržišne sile marketingom i marketinškim trikovima, postaje glavni problem u modernom svijetu. Medijsko dirigiranje i nametanje obrazaca potreba prema zakonu ponude i potražnje isključuje čovjeka iz konteksta samo-određujućeg bića koje je u stanju jasno formirati i izraziti vlastite potrebe i vlastita određenja. Zagušljivost „medijske diktature“ mlade ljude pretvara u pasivne potrošače bez mogućnosti razvoja osobnog filtera za kritičko probavljanje sadržaja. Rad se bavi prikazivanjem realnog stanja na medijskoj pozornici i promišljanju važnosti kritičkog mišljenja u svijetu medijskog imeprijalizma.

Ključne riječi: Medij, kritičko promišljanje, samo-određenje, emancipacija, analiza

1. Uvod

Obrazovne institucije, trebale bi omogućiti mladim ljudima aktivno sudjelovanje u društvenim zbivanjima i mogućnost provjeravanja različitih društvenih istina. No često je praksa prepuštati se medijskom dirigiranju i dopustiti da oni određuju djelovanje pojedinca i njegove životne odabire. Sve postoji, sve je servirano, „dovoljno je samo pritisnuti dugme i prepustiti se čarobnom svijetu prepunom užitaka.“ (Karović, 2018 : 217.) Također obrazovni sustav još uvijek podliježe tradicionalnom pristupu i modelima odgoja i obrazovanja odnosno autoritarnom obliku socijalizacije. Drugim riječima individue se pripremaju za život u zajednici na temelju „prilagodbe datim uvjetima i postojećoj strukturi moći“ (Golubović, 2007). Medijsko dirigiranje upravo tako proširuje svoj manipulativni utjecaj obuzdavajući kreativnost te učvršćujući konformizam na temelju datih uvjeta i propozicija.

2. Medijski sadržaji u službi ekonomije

Medijski sadržaji, uvjetovani su ideologijom zarade potiskujući tako produkciju kvalitetnih sadržaja i programa u okviru edukativnih priloga. Potiskivanjem dokumentarnog sadržaja iz medijskog emitiranja utječe se i na odgojno-obrazovnu ulogu medija. Odgojno-obrazovnu ulogu medija sve više zamjenjuje manipulativna uloga kroz nametanje etičkih, moralnih i drugih vrijednosti i stavova društva. Naravno nije problem toliko u nametanju stavova kao u kvaliteti emitiranog sadržaja. „Zbog neisplativnosti i zbog zahtjevnih formi, struktura i standard, potisnuti su, skoro u cjelosti iz medijskog programa“. (Karović, 2018 : 219.)

Mediji u službi ekonomije najvećim dijelom rade na produkciji zabavnih sadržaja. Točnije hiperprodukcija sitcoma i nasilnih filmova, promocija rudimentarnosti i trivijalnosti kroz serije i filmove gdje se nameće sirovi kult snage i isforsirana erotizacija, pogubno djeluju na psiho-fizičku i duhovnu formaciju mlade osobe, a pritom dokidaju razvoj osobnog filtera za kritičko probavljanje sadržaja. Problem zabavnih sadržaja je u samoj kvaliteti. Posljednjih godina, kvaliteta zabavnih sadržaja, spuštena je na razinu skromnih potreba publike. Medij u službi ekonomije traži najmasovnije potrebe radi osnovnog cilja: zarade. Izostankom kritičkog mišljenja mijenjaju se dosadašnji vrijednosni sustavi djece i mladih. Sustav vrijednosti proizlazi iz okoline odnosno sredine u kojoj djeca i mladi borave.

Naime medijsko posredovanje i serviranje nekvalitetnih sadržaja, postalo je okolina iz koje proizlaze vrijednosti razine skromnih potreba publike odnosno vrlo često vrijednosti se svode na hedonizam (zabavu), pragmatizam, utilitarnost (osobna korist) te oslabljenost za društveni angažman uslijed nepovjerenja u politički i ekonomski sustav. Time se mladima postupno otupljuje bilo kakva „kritičnost prema društvu predajući ih postojećem redu stvari gdje se po pravilu ostvaruju interesi moćnih društvenih snaga.“ (Božović, 2009 : 190-191).

Pretjerana ovisnost o medijskom odobravanju i potvrđivanju, otupljuje čovjekovu kritičnost prema istinama pa često pojedinac i ne primjećujemo kako su mediji u suštini subjektivni, sugestivni, selektivni i manipulativno agresivni. Vrijednosti suvremenog društva znatno su se izvrgnule uslijed suvremenih odrednica medijskog dirigiranja vezane uz fenomene pretjeranog biocentrizma, pluralizma i naglašenog potrošačkog mentaliteta. Zašto odgojno-obrazovni sustav nije u stanju odgajati emancipirane pojedince sklone kritičkoj analizi i promišljanju? Odgovor je u sve većoj utilitarnosti odgojno-socijalnih struktura.

Masovni mediji određuje uvjete i trendove na temelju zakona ponude i potražnje te vlastite koristi i mogućnosti zarade. Time strukture poput društvenih mreža, kulturna scena mladih i nezavisne udruge istomišljenika ulovljene u nametnute trendove utječu na mlade razvijajući konformizam i svijest u okvirima potrošačkih potreba.

Odgojno-obrazovna institucija samim time ne priprema građane odnosno mlade u skladu s potrebama društvene stvarnosti nego potrebama tržišta i zakona ponude i potražnje. Na temelju toga odgojno-obrazovne institucije gube pravu svrhu i odgajaju mlade da postanu konzumenti i pasivni promatrači. Sami mediji pod utjecajem globalnih ekonomskih gibanja i korporativnog inženjeringa oblikuju stavove vezane uz potrošačku kulturu u brzu zaradu. Ukoliko takav trend postane stvarnost i pravilo razviti će se kultura podaništva. Stjecajem okolnosti škole kao odgojno-obrazovne institucije usvajaju taj model podaništva kao glavni model po kojem se vrši odgoj i obrazovanje i priprema mladih za život u zajednici.

3. Kritičko mišljenje kao glavni zadatak medijskog odgoja i obrazovanja

Mišljenje jest psihički proces kojim određujemo svojstva pojava i otkrivamo odnose među njima, stoga možemo zaključiti da je kritičko mišljenje svakako misaoni proces kojim se nešto analizira, prosuđuje i vrednuje (Kolić-Vehovec, 1999.). Kritičko mišljenje podrazumijeva aktivniji pristup vlastitom razvoju. Kritičko mišljenje je sposobnost razmišljanja o problemu na način da se odvojimo od vlastitog mišljenja i predrasuda o njemu kako bismo uz pomoć logike došli do rješenja i saznanja u što trebamo vjerovati. Kritičko propitivanje nije samo utvrđivanje pozitivnih i negativnih konotacija te ishoda pojedinog sadržaja, već i mogućnost zauzimanja određenog stava prema serviranom sadržaju.

Kritičnost omogućava emancipaciju pojedinca od sintagme „poslušnog i pasivnog promatrača“ „izgrađenog na proizvodnoj traci sjevernoameričkog modela komercijalne televizije“. (Herman, Mekčesni, 2004.). Kritičko mišljenje je resurs koji omogućuje prisvajanje analitičkog i evaluativnog stava spram serviranih činjenica.

Kritički promišljati znači i analizirati svoj odnos prema društvu i društveno-političkoj situaciji iznoseći vlastite stavove u odnosu na servirane obrasce razmišljanja kojima dirigiraju mediji. Mediji vrlo često svojim sadržajima određuju što će pojedinac raditi, kako će govoriti, što će misliti. Unaprijed zadane teme i obrasci ponašanja otupljuju potrebu za razmišljanjem i propitivanjem. „Cjelokupna industrija medija značajno participira u ukupnoj globalnoj industriji medijskih

oligopola“ (Tapavički Duronjić, 2011:226). Drugim riječima mediji su vrlo često ukalupljeni u službu individualnih interesa oligarha industrijske proizvodnje i potrošačkih navika. „Ako ne znamo promišljati, preispitivati, pažljivo čitati i slušati... nemoguće nam je procijeniti koje su od tih informacija istinite i dobronamjerne, a koje zlonamjerne izmišljotine. Nasjedamo manipulatorima i postajemo igračke u njihovim igrama. Ako ne znamo kritički misliti nismo slobodni nego smo nesvjesni zarobljenici medijskih, političkih, ekonomskih i svih drugih manipulacija kojima nas društvo pretvara u stado poslušnih ovaca“ (Juričić, n.d. str.3). Najbolji alat za razvijanje kritičkog promišljanja je zapravo vlastito mišljenje koje nema previše doticaja s tuđim mišljenjima, odnosno njihovim utjecajem na nas. Kritičko razmišljanje ne ugrožava individualnost ili karakter osobe; ono omogućava svojevrsnu emancipiranost u kritičkoj analizi i promišljanju medijski uvjetovanih i serviranih sadržaja kako bi se pritom ostvarila samo-aktualizacija i samo-određenje nasuprot obrascima medijske diktature. Obrazovne institucije uče nekom obliku kritičkog mišljenja, samo što vrlo često kritičko mišljenje svode na strogu polarizirajuću raščlambu; na određivanje dobrih i loših značajki ponuđenog u vidu traženja boljeg ishoda za osobu unutar ponuđenog i serviranog. Prema tome kritičko mišljenje je i dalje svedeno na diktaturu medija. Mediji serviraju potrebe pojedinca unutar kojih pojedinac ne promišlja uistinu potrebitost i svrhovitost u odnosu na vlastito samo-određenje već suštu korist ponuđenog što nije dovoljno za izlazak iz postojeće paradigme pasivnog potrošača. Kritičko mišljenje ne podrazumijeva isključivo raščlambu u zadanim okvirima kakvim ga najčešće predstavljaju obrazovne institucije već razmišljanje izvan nametnutih okvira predrasuda i dirigitiranih normi, globalističkim pogledom odvojenim i od vlastitog mišljenja i predrasuda.

4. Zaključak

Pretjerana konzumacija nekvalitetnog medijskog sadržaja naglašenog potrošačkog mentaliteta dovodi do para-socijalne komunikacije. Sami mediji tada nameću teme i trendove bez mogućnosti korištenja kritičkog filtera koji pojedinca brani od obmanjujućih marketinških trikova i iskorištavanja. U medijskom odgoju i obrazovanju djece i mladih potrebno je razvijati vještine njihove samo-aktualizacije i samo-određenja potreba kroz medijsku pismenost s naglaskom na kritičkom promišljanju analiziranju vlastitog odnosa prema društvu i društveno-političkoj situaciji iznoseći vlastite stavove u odnosu na uvjetovane obrasce date medijskom diktaturom.

5. Literatura

1. Karović M. (2018) Medijska inkulturacija mladih u slobodnom vremenu-doktorski rad
2. Herman, S. E., Mekčesni, V. R. (2004): Globalni mediji, Beograd, CLIO.
3. Golubović, Z. (2007): Ličnost, društvo i kultura, Beograd, Službeni glasnik.
4. Božović, R. (2009): Život kulture, Beograd, Izdavačko preduzeće „Filip Višnjić“
5. Tapavički-Duronjić T. (2011) Komuniciranje u medijasferi, BARD FIN – BEOGRAD
6. Juričić, D. Kritičko mišljenje (Ne daj da te prave ovcom), pristupano 20.6.2018., dostupno na <https://kateheza.files.wordpress.com/2015/01/kriticko-misljenje-ne-daj-da-te-prave-ovcom.pdf>
7. Kolić-Vehovec, S. (1999.) Edukacijska psihologija Rijeka: Filozofski fakultet u Rijeci