

MEDIJI I ODGOJ ZA KRITIČKO MIŠLJENJE

DOI članka: 10.47960/2831-0322.2024.1.28.181

Sažetak

Zagovornici nekritičkog korištenja informatičke tehnologije u obrazovanju tvrde da je budućnost obrazovanja u kibernetiskome prostoru i digitalizaciji. No, digitalna tehnologija nije alternativa za poželjnu interakciju. Zato se danas u suvremenoj pedagogiji i govori o socijalnome biću škole kao polazištu humane škole. Kritičkomu mišljenju treba posvetiti više pozornosti u odgoju i obrazovanju, a pretpostavka za razvoj kritičkoga mišljenja jest uvođenje toga kolegija na svim društveno-humanističkim fakultetima, a onda i kao izborni predmet u osnovnim školama. U tome kontekst predložimo znatno šire od sadašnjih aspekte sadržaja medijske kulture u čitankama za hrvatski jezik i književnost, osobito u osnovnim školama.

Ključne riječi: mediji; manipulacija; indoktrinacija; odgoj za kritičko mišljenje; medijska kultura.

ZLATKO MILIŠA*

IVANA SIVRIĆ**

Pregledni članak

Review article

UDK: 316.774: 159.955.5

Primljeno: 11. ožujka 2024.

* dr. sc. Zlatko Miliša,
red. prof., zmilisa@ffos.
hr

** dr. sc. Ivana Sivrić, izv.
prof., Filozofski fakultet
Sveučilišta u Mostaru,
ivana.sivric@ff.sum.ba

Uvod

Iznimno je pozitivna stvar da se posljednjih godina sve veći broj znanstvene i stručne javnosti bavi temom medija i odgoja za kritičko mišljenje. Pretpostavka za tako velik interes opće i stručne javnosti temelji se na dvama ključnim elementima. Nagli razvoj medija otvorio je pitanje o svrsi/ulozi medija i manipulativnoj moći informacija i medijskih sadržaja.

Prvi element koji će se analizirati u ovome radu temelji se na razumijevanju nekih krucijalnih medijskih ponuda i sadržaja, a drugi na odgojnoj i obrazovnoj ulozi medija koja treba težiti odgoju za kritičko mišljenje.

Posljednjih godina svjedočimo povećanu interesu i posvećenosti različitih institucija, formalnih i neformalnih organizacija, centara za cjeloživotno učenje, visokoškolskih institucija koje su usredotočene na unaprjeđenje medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini i Republici Hrvatskoj. Njihovi programi različiti su, ali uglavnom imaju isti cilj: bolje upoznati medije, njihove funkcije i način na koji se može kritički promišljati o njima i njihovim sadržajima, napose novim medijima koji zahtijevaju nove vještine i kompetencije.

Razvoj novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija, prije svega digitalnih medija i alata kojima se prenose medijski sadržaji doveli su do promjena u pristupu i primjeni medija, ali i postavili pitanje vjerodostojnosti medija i njihovoj moći da utječu na percepciju društvenih pojava i promjena. U tome smislu ekspanzija interneta nije omogućila samo virtualno *umrežavanje* nego je izmijenila ulogu recipijenta ili primatelja medijske poruke. Njegova funkcija u klasičnoj strukturi pošiljatelj – medij – recipijent uvelike se mijenja. Recipijent nije samo primatelj medijskih poruka nego je kreator i prenositelj medijske poruke, *prosumer*¹ (proizvođač i korisnik vijesti) kojega bi, prije svega, trebalo opismeniti i osposobiti za kompetentnije vrjednovanje vijesti prema kriterijima koji su razvijeni u klasičnome medijskom okružju, a potom i u digitalnome. Također, potrebno je revidirati klasične novinarske standarde kvalitetnih izvora i vijesti kao odgovor na vrlo složene promjene na konvergiraneome tržištu i informativne navike novih generacija koje se permanentno mijenjaju. Mediji nisu samo alat ili sredstva za produkciju i razmjenu

¹ Novotvorenica koji se sastoji od dvije odvojene uloge – proizvođač i potrošač. Dolazi od engleske riječi *prosumer* koja pojašnjava ulogu medijskoga korisnika koji je primatelj medijske poruke, ali u isto vrijeme i kreator i/ili producent medijske poruke. Njegov je zadatak djelovati kritički i kreativno stvarati inovativan medijski sadržaj poštujući pritom tehnološke, umjetničke, komunikacijske i etičke standarde.

informacija nego su (aktivni) (su)kreatori društvenih promjena. Stoga medije ne možemo promatrati kao neutralna sredstva za prijenos informacija i drugih sadržaja. Razumijevanje novih potencijala medija i načina na koji funkcioniraju mora biti utemeljeno na znanjima i vještinama koje će omogućiti kompetencije za sukonstruktivski model i razvoj kritičkoga mišljenja. Ovdje je iznimno važna i medijska etika.

Catarina Katzer u knjizi *Cyberpsychologie* medijsku etiku opisuje kao disciplinu koja istražuje odnose između ponašanja korisnika i razvoja digitalnoga svijeta. To uključuje, u najširem smislu, etičko ponašanje korisnika u medijskome okružju i propitivanje važnosti medija za društvenu zajednicu iz moralne perspektive uvažavajući prvenstveno princip odgovornosti kao osnovni princip etike (Kacer, 2019: 350). Kritički pristup medijima, prije svega, zahtijeva znanja i kompetencije informacijske, medijske, tehničke, multimodalne i drugih srodnih oblika funkcionalne pismenosti (Vučetić, 2019: 39).

Zagovornici nekritičkog korištenja informatičke tehnologije u obrazovanju tvrde da je budućnost obrazovanja u kibernetiskome prostoru i digitalizaciji. No, digitalna tehnologija nije alternativa za poželjnu interakciju. Zato se danas u suvremenoj pedagogiji i govori o socijalnome biću škole kao polazištu humane škole.

Djeca i mladi često posjeduju važne tehničke vještine za uporabu tehnologije i medija, ali nemaju razvijenu svijest o dosezima medijskih manipulacija. Stoga odgoj za medije i kritičko mišljenje treba biti preduvjet za izgradnju društva koje svoje znanje usredotočuje na obrazovanje za medije i primjenu tehnologije koja služi za korisnikove (optimalne) potrebe. Jedino takav pristup može ponuditi kvalitetne odgovore na pitanje kako učinkovito iskoristiti sve prednosti i tehnološke mogućnosti u usvajanju medijskih kompetencija za kvalitetnu uporabu, razumijevanje medija i informacija.

1. Postindustrijsko društvo i društvo znanja

Postindustrijsko društvo opisuje se kao *informacijsko društvo* i *društvo znanja*. Izgradnja društva znanja predstavlja društvo koje učinkovito koristi moći koje imaju informacijske i komunikacijske tehnologije. Ono što karakterizira *društvo znanja* jest to da je znanje intelektualni kapital, znanje je

decentralizirano, umreženo, predstavlja osnovni čimbenik konkurentnosti na tržištu obrazovanja i znanje je interdisciplinarno.

Postindustrijsko društvo opisuju se sintagmama – *informacijsko društvo* i *društvo znanja* – pri čemu se ta dva pojma, gotovo uvijek, koriste kao istoznačnice. To je samo naizgled točno, jer, ako se informaciju definira kao podatak koji pridonosi znanju primatelja, onda bi veći skup informacija trebao rezultirati povećanim znanjem. Trebao bi, a redovito nije!

Obrazovni sustav zasnovan je na činjenicama, od podataka iz laboratorija do (povijesnih) dokumenta, znanstvenih otkrića. Za sve te činjenice, ako nisu povezane, nedostaju cjelina i cjelovita spoznaja. I obratno, različita znanja prezentirana na temelju nekih činjenica nisu dovoljna da bi bila uvjerljiva. Činjenice se progresivno množe i s vremenskim odmakom potiskuju ih druge. One ne mogu biti neupitne ako nema zakonomjernosti njihova razvoja i nastanka. Brojne društveno-humanističke znanosti počivaju na koncepcijama, a manje na činjenicama i spoznajama iz drugih znanosti. Najmanje je poveznica između prirodnih i humanističkih znanosti.

Odgoj i obrazovanje za medije predstavlja, prije svega, *znanje* o uporabi medija, ali ne samo u svrhu zadovoljavanja tehničke uporabe medija jer bi to značilo da se znanje o medijima reducira samo na tehničke vještine. Ključni su *razumijevanje, rasuđivanje i zaključivanje* o informacijama i medijskim porukama kojima je korisnik izložen. Elementarno je pitanje kako korisnik kritički razumije sadržaj i kako procjenjuje vrijednost medijske poruke, ali i medija kao sustava ili sredstva za prijenos informacija. Količina i jednostavan pristup informacijama stvara iluziju znanja jer *informacija* (podatak) ne predstavlja nužno *znanje*. Za znanje je potrebna struktura koja nudi korisniku kontekst posredstvom kojega se dolazi (potencijalno) do novih spoznaja. Drugim riječima, potrebno je informacije prilagoditi i strukturirati u svijesti kako bi omogućile uvećanje korisnikova znanja (Poter, 2011: 39).

Dok se ranije smatralo da je znanje moć, danas se često ističe da znanje postaje monopol onih koji ga posjeduju, financiraju i često privatiziraju, a moć predstavlja onoga tko ima informaciju. Stoga, naglašava Cifrić u članku *Društveni kontekst obrazovanja*, u obrazovnim promjenama treba razmišljati čemu promjene pridonose – općemu dobru ili dobru pojedinca (misleći na dobro nekoga privatnog interesa) (2018: 6). Štoviše, razumijevanjem ovakva društvenog konteksta, koji uključuje pristup golemoj količini informacija, od korisnika zahtjeva sposobnost „dublje“ obrade informacija koje uključuju

racionalno, nepristrano, refleksivno prosuđivanje, a koje onda vodi kritičkomu mišljenju.

2. Razumijevanje medija pomoću analize medijskih sadržaja

Velik utjecaj na razumijevanje medija i medijskoga utjecaja dali su, prije svega, Marshall McLuhan te John Culkin (Tajić, 2013: 21). McLuhan je u svojim djelima *Gutenbergova galaksija* (1962.) i *Razumijevanje medija* (1964.), između ostaloga, isticao ideju da usredotočenje treba usmjeriti na razumijevanje cjelovita učinka medija, a ne samo na razumijevanje medijskoga sadržaja.

Prva vještina, *razumijevanje medija* podrazumijeva da korisnik razvija kompetenciju za vrjednovanje i prepoznavanje kvalitetnih izvora informacija od onih koji to nisu. Istraživanja Europske unije (Eurobarometer, 2023) pokazuje da se tradicionalni mediji² i dalje koriste kao najčešće sredstvo za pristup vijestima i informacijama (pogotovo u vrijeme predizbornih kampanja), ali i da je uočen znatan porast u svim dobnim kategorijama o uporabi društvenih medija za pristup vijestima³. To potvrđuje i UNESCO-ovo istraživanje (2023.) o utjecaju *online* medija i govoru mržnje⁴ koje je pokazalo da društvene mreže čine osnovni izvor informacija o aktualnim događajima za većinu ispitanika (56 %). Također, velik broj ispitanika (78 %) smatra kako putem društvenih mreža često nailazi na dezinformacije, dok su gotovo svi ispitanici (94 %) navodili da su barem jednom nasjeli na dezinformaciju prije nego što su shvatili da je riječ o lažnoj informaciji.

Zabrinjavajuća je to činjenica ako uzmemo u obzir da su aktivni kreatori različitih sadržaja sve više pojedinci na društvenim mrežama. Kako se njihov broj svakim danom povećava, raste i izazov (kod prosječna korisnika) u razotkrivanju kvalitetnih i vjerodostojnih medijskih sadržaja od onih sadržaja koji to nisu. Također, izazov predstavlja i sve veća prisutnost neprofesionalnih, nereguliranih portala u *online* prostoru koji (na prvi pogled) sadržajno i

² Istraživanje Europske unije (Eurobarometer) iz 2023. godine o medijskim navikama pokazuje da 71 % ispitanika televiziju koristi kao najčešći izvor za pristup vijestima i informacijama, slijede *online* tisak i platforme za vijesti, zatim radio i platforme društvenih medija te tiskani mediji.

³ Usporedbom istraživanja Eurobarometer iz 2022. i 2023. godine uočen je porast u svim dobnim kategorijama ukupna udjela ispitanika u korištenju platformi društvenih medija za pristup vijestima.

⁴ Istraživanje je provedeno na uzorku od 8000 korisnika interneta (po 500 iz svake države) starijih od 18 godina u 16 država u kojima će 2024. godine biti održani opći izbori.

estetski izgledaju kao „ozbiljni“ mediji. Prema informacijama Udruženja BiH novinara (BH Novinari, 2020) takvi portali nisu usmjereni na rad u interesu opće javnosti i građana nego na određene centre moći koji se mogu ogledati kroz političke, ekonomske, etičke i druge interese i teme. Da bismo provjerili vjerodostojnost nekoga *online* medija/portala, trebala bi se, prije svega, posvetiti pozornost impresumu medija koji uključuje ime urednika, novinara, osoba koje objavljuju sadržaj na portalu, ime vlasnika ili bilo koji kontakt. Centar za promociju civilnoga društva implementirao je Program osnaživanja nezavisnih medija (IMEP)⁵ u 2021. godini. Prema rezultatima ove studije od identificiranih 615 informativnih portala (u tome trenutku⁶) u Bosni i Hercegovini s dnevnom ili periodičnom produkcijom vijesti i informacija čak 44 % ili 270 portala nema impresum. Ova studija je imala za cilj, između ostaloga, ukazati na značaj transparentnosti medijskoga vlasništva, a ujedno i na transparentnost i vjerodostojnost samih kreatora informacija te ukazati na potrebu usvajanja *Zakona o transparentnosti medijskog vlasništva*. Iz navedenoga moglo bi se zapravo zaključiti da je pojedinim medijima u interesu stvoriti „pasiviziranu“ masu koja ne razmišlja kritički, ne propituje vrijednost informacija kojima je izložena i kojom se potom može lako manipulirati (više u: Sivrić, 2021: 44-45). Stoga su ozbiljni mediji, koji svoj rad temelje na profesionalnim standardima struke i novinarskim načelima, izloženi ogromnu pritisku i izazovu koji se temelji prvenstveno na pitanju kako bez postojanja zakonske regulative za sve medije i *online* platforme sačuvati integritet i povjerenje u struku te omogućiti poštovanje kodeksa novinarske etike (u elektroničkim, *online* te tiskanim medijima). Još su se drevni, ali i suvremeni filozofi (poput Platona, Sokrata, Johna Milтона, Johna Stuarta Milla) bavili razumijevanjem istine, manipulacije, slobode i laži u javnome prostoru (više u: Alvin Dej, 2006). Filozofija, etika i moral oduvijek se bave značenjem i značajem istine i njezinom vrijednosti u društvenome kontekstu općenito, ali i u kontekstu

⁵ IMEP podržava nezavisnost medija i slobodu izražavanja u Bosni i Hercegovini jačanjem održivosti medija, podizanjem kvaliteta medijskih sadržaja, izgradnjom kompetencija novinara, pružanjem pravne podrške medijima i novinarima, kao i aktivnim uključivanjem građana i građanki u medijski prostor, uz snažnu promociju nezavisnih medijskih glasova u BiH (više u: Osmanović i sur., 2021). „Mapiranje medijskih web portala u Bosni i Hercegovini“, <https://2am-objavi-ba.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2021/06/17113734/Istrazivanje_Mapiranje-medijskih-web-portala-u-BiH-1.pdf> (1. veljače 2024.)

⁶ Pretpostavlja se da je broj portala u BiH u razdoblju od zadnje dvije godine otkada je urađeno istraživanje u porastu što mogu potvrditi dinamična medijska scena i (ne)vidljivost ili ograničena vidljivost i (ne)transparentnost *web*-portala u BiH.

javne komunikacije, javnoga mnijenja i dostupnih informacija. Stoga pojava lažnih vijesti, dezinformacija u javnome prostoru duboko je ukorijenjena u širi povijesni, društveni kontekst i ne predstavlja novost. Novost predstavlja to što je današnji prosječni medijski korisnik sve teže u mogućnosti prepoznati i kritički procjenjivati informacije koje se posreduju kroz različite komunikacijske kanale ako ne razvija i unaprjeđuje medijske vještine i kompetencije. Tomu u prilog ide i primjena umjetne inteligencije u kreiranju medijskih sadržaja te *deepfake* tehnologije koja se temelji na umjetnoj inteligenciji, tehnologiji dubokoga učenja (Westerlund, 2019: 39) s pomoću koje se može manipulirati fotografijom, zvukom i videosadržajem kako bi se kreirao lažni digitalni sadržaj koji izgleda autentično i koji može predstaviti događaj koji se u stvarnosti nije niti dogodio. Istraživanja (UNESCO, 2023.) pokazuju da se lažne vijesti najviše šire putem društvenih mreža, gdje korisnici s lakoćom i bez posebne kritičke svijesti i odgovornosti dijele i tako šire masovne laži i dezinformacije.

Termin je postao globalno prepoznat 2016. godine zahvaljujući predsjedničkim izborima i kandidatu, a kasnije i predsjedniku Sjedinjenih Američkih država (SAD) Donaldu Trumpu koji je popularizirao uporabu *fake newsa* kako bi kompromitirao protivnika/cu i neistomišljenike, ali je uspio i „oskvrnaviti“ osnovno značenje *fake newsa* tako da je promatrao lažnu vijest kao onu vijest koja mu se ne sviđa ili s kojom se ne slaže, što potvrđuju optužbe upućene medijima koje proglašava širiteljima *fake newsa*. Iako u znanstvenoj i stručnoj javnosti postoje brojne definicije pojma *lažne vijesti*, poput toga da su to vijesti (članci) koje imaju za cilj namjerno izmišljati informacije koje će korisnika dovesti u zabludu (Allcott i Gentzkow, 2017: 213) ili da su lažne vijesti vrsta dezinformacije (Gelfert, 2018: 103) opisane kao „glasine, ‘kontraznanje’, dezinformacije, ‘post-istine’, ‘alternativne činjenice’, lažne izjave“ (Klein i Wueller, 2017: 5), zajedničko im je da ih predstavljaju, prije svega, kao krive informacije, netočne informacije, a da su društvene mreže i internetski portali javni prostor koji je omogućio jednostavno i nesmetano širenje svih vrsta i podvrsta informacijskih poremećaja.

Turčilo i Obrenović u Studiji *Misinformation, Disinformation, Malinformation: Causes, Trends and Their Influence on Democracy* (2020: 8) ističu autore Wardle i Derakhshan koji opisuju razlike između informacija koje nazivaju dezinformacijama, misinformacijama i malinformacija.

- dezinformacija (engl. *Dis-information*) označava informaciju koja se namjerno stvorena lažna kako bi naškodila nekoj osobi ili grupi
- misinformacija (engl. *Mis-information*) označava informaciju koja je netočna, ali nije nastala s namjerom da nekomu nanese štetu ili naškodi
- malinformacija (engl. *Mal-Information*) označava informaciju koja se temelji na stvarnim događajima, ali se koristi isključivo s namjerom da nanese štetu osobi, organizaciji ili instituciji.

Stoga razumijevanje medija kroz kritičku prizmu, a posebno razumijevanje lažnih vijesti i dezinformacija u medijskome i *online* prostoru ne podrazumijeva (korisniku) samo otkrivanje informacija koje u sebi sadrže netočne podatke, pogrešne navode ili tvrdnje koje ne odgovaraju činjenicama nego i onih informacija koje mogu biti zasnovane na stvarnim događajima, ali kojima se želi manipulirati u svrhu postizanja određena cilja ili iz motiva koji se najčešće temelji na novčanoj koristi ili ideologiji.

Scannell (1991.) je opisao značajne promjene medija još u 19. stoljeću koje su se odnosile, prije svega, na komercijalizaciju, odnosno na to da povećana komercijalizacija medija zahtijeva potrebu analize medijskoga diskursa ne samo radi razumijevanja teksta i diskursa u jezičnome smislu nego (i) radi razumijevanja organizacijske strukture medijske industrije uvažavajući političke, kulturne, ekonomske odnose moći i dominacije u društvu. Cjelovitu sliku o medijima, njihovoj strukturi i utjecaju možemo promatrati u simbiozi svih navedenih elemenata. Analiza medijskoga sadržaja, prije svega, podrazumijeva mogućnost procjene medijskih aktivnosti, učinkovitost i smisao medijske poruke i kanala komunikacije kako bi se ostvarila mogućnost za kritičko vrednovanje medijskoga sadržaja. Kvantitativnom i kvalitativnom analizom medijskoga sadržaja možemo postići aktivno kritičko promišljanje o medijskim sadržajima i pravome značenju medijskih poruka. Bilo da je riječ o istraživanju statističke analize, svojstvene kvantitativnoj analizi ili analizi koja omogućava obrađivanje teksta, teorije, simbola za razumijevanje širega konteksta analize nekoga fenomena u medijima – analizom medijskoga sadržaja možemo pronaći odgovore na sljedeće bitne elemente za verifikaciju i vrednovanje medijskih sadržaja. Prije svega, možemo razmišljati i davati odgovore na pitanja o tome koja je vrijednost neke medijske poruke kojoj je korisnik izložen, što je svrha ili cilj poruke, koje se tehnike koriste, kako i zašto je poruka nastala, koliko je poruka vjerodostojna – tko je izvor informacije/poruke, zašto nam je ta poruka relevantan i, u konačnici, koju korist ima korisnik, a koju pošiljatelj poruke.

3. Kritičko mišljenje u odgojno-obrazovnome sustavu

Naša je preporuka da se razvoju kritičkoga mišljenja treba posvetiti više pozornosti u obrazovanju te da je pretpostavka za razvoj kritičkoga mišljenja uvođenje toga kolegija na svim društveno-humanističkim fakultetima, a onda i kao izborni predmet u osnovnim školama. Zlatko Miliša u knjizi *Odabrane teme iz kritičke pedagogije* (2003: 288) naveo je na kraju popis najrelevantnije literature iz ovoga iznimno važnog područja za razvoj demokracije i humane škole. Kritičko vrednovanje informacija i medijskih poruka zahtijeva šira znanja o specifičnostima društva, distribucije političke moći (u društveno-političkome i ekonomskome kontekstu) kao i o karakteru same „publike“ – korisnika.

U djelu *O odgoju (On education)* Bertrand Russell, pišući o srednjemu školstvu, preporučuje da se učenici upoznaju sa svim aktualnim (političkim, socijalnim, religijskim, etičkim, medijskim...) pitanjima. Učenike, kaže Russell (2010), treba poticati da poslušaju sve strane i argumente svih sudionika u raspravi.

Cyndy Scheibe i Faith Rogow u knjizi *The Teacher's Guide to Media Literacy: Critical Thinking in a Multimedia World* ističu pojmove *kritičko mišljenje i kritička autonomija*.

Kritičko mišljenje opisuju kao:

1. „svijest o skupu međusobno povezanih kritičnih pitanja
2. sposobnost postavljanja kritičnih pitanja i odgovaranja na njih u odgovarajuće vrijeme i na adekvatan način
3. želju za aktivnim korištenjem kritičnih pitanja“ (Browne i Keeley, 2010; citirano prema: Scheibe i Rogow, 2012: 22).

Pri tomu naglašavaju da bi obrazovanje za medije trebalo omogućiti kritičku autonomiju i kritičku svijest. Što to znači, odnosno, što točno znači biti autonoman?

Jan Beckmann za *autonomiju* kaže da se često shvaća „kao izraz potpune emancipacije pojedinca od pravnih i/ili moralnih tradicija“ (2015: 90), ali da treba praviti razliku između pojma autonomije i samoodređenja (kada je pojedinac neovisan o drugima, ali se ne može odrediti – ne osjeća se sposobnim za donošenje odluka). Promatra autonomiju kao pravo, sposobnost i antropološki princip, a samoodređenje kao manifestaciju autonomije.

Scheibe i Rogow ističu da je krajnji cilj medijske pismenosti postizanje *kritičke autonomije* (2012: 21-22). Kritička autonomija u obrazovnome sustavu može se postići proučavanjem i razumijevanjem funkcije medija, usvajanjem znanja o ulozi i utjecaju medija, analizom dobrih i loših medijskih primjera, učenjem i prepoznavanjem manipulativnih tehnika u medijima, usvajanjem vještina kreativnoga i umjetničkoga izražavanja i slično. No, kritička autonomija treba težiti tomu da nastavnik kod učenika potiče potrebu za istraživanjem i dijalogom kako bi učenik bio sposoban razviti kritičku zrelost i samopouzdanje da bude autonoman (sam) analizirati i procjenjivati sadržaje iz medija, ali na način na koji će biti neovisan o interpretaciji i pomoći učitelja (Scheibe i Rogow, 2012).

Stojanov u članku *Kritika kritičkog mišljenja* navodi da je kritičko mišljenje „vježbanje sposobnosti obrade goleme količine informacija koja nam pomaže razumjeti i kritički protumačiti beskrajne činjenice i pojave, tako da ih možemo logično organizirati i izvući ispravne zaključke“ (2020: 152).

Odgoj za medije, odgoj za kritičko mišljenje nije nužno njegovati samo kao pedagoški pristup u obrazovnome sustavu. On se mora njegovati u obitelji, socijalnome i kulturnome okružju (više u: Miliša, 2022: 19).

U nastavku se navodi pet krucijalnih teza koje Zlatko Miliša iznosi u knjizi *Šok današnjice* iz 2015. godine (245-274):

1. Tamo gdje prestaje odgoj, otvaraju se prostori za različite vidove indoktrinacije i manipulacije.
2. Postoje dvije stvarnosti. Jedna je vedrija strana života. Ona medije ne interesira. Druga je ona koja medije interesira, bombardira nas tamnijim stranama: nasiljem, korupcijom, sukobima, terorizmom, skandalima, ubojstvima... Medijski manipulatori konzumente medija tretiraju kao „zbunjeno stado“ pasivnih promatrača.
3. Moćne korporacije stvarni su vlasnici svih važnijih medija. U takvu stanju oni nerijetko ignoriraju moralne stečevine i obezvređuju etičke vrednote. Pojedinim vlasnicima medija nije stalo do slobode medija ni do autonomije novinara, nego do profita i zavodenja masa. Oni koji imaju informacije, imaju moć.
4. Kultura se transformira u medijsku kulturu.
5. „Ekрани“ sve više postaju kradljivci vremena.

U knjizi *Homo Videns* Giovanni Sartori tvrdi da je čovjek od nekadašnjega *homo sapiensa* „evoluirao“ do današnjega *homo vidensa*. Descartesova krilatica,

izvučena iz konteksta, *Cogito ergo sum* (*Mislim, dakle postojim*), u načelu Georgea Berkeleyja glasi *Esse est percipi* (u slobodnu prijevodu: *nešto postoji samo ako je percipirano*).

Tezu da ekrani postaju kradljivci vremena objašnjava M. Solar u knjizi *Kritika relativizma ukusa* (2011.). Jesper Juul, poznati danski pedagog i obiteljski terapeut, potvrđuje da u školama u kojima se djeci zabranilo korištenje pametnih telefona, kao i obiteljima koje su na neko vrijeme apstinirale od različitih ekrana – školski se uspjeh djece poboljšao kao i komunikacija unutar obitelji. On to navodi u ožujku 2017. godine ne navodeći da je prof. Miliša s suradnicima prvi u Europi proveo projekt *Deset dana bez ekrana*.

U našim se školama medijsku kulturu proučava u sklopu nastave hrvatskoga jezika. U tim čitankama medijska kultura ponajviše obuhvaća filmsku i kazališnu umjetnost. Učenike se osposobljava za razlikovanje i vrjednovanje tih umjetničkih ostvarenja, ali ne i za stjecanje medijskih kompetencija ni za kritički odnos prema raznim medijskim sadržajima. U čitankama su obrađeni razni mediji – film, radio, strip, televizija, tisak i računalo – ali nema sadržaja o mobitelima, internetu ni računalnim igrama, iako su vrlo popularni među djecom. Gotovo da i nema sadržaja koji potiču kritički odnos prema medijima i posljedicama konzumerizma. Samo se u nekoliko primjera učenike potiče na kritičko razmišljanje (više u: Miliša i Šaravanja, 2011).

Senzacionalizam, spletkarenje, seks i nasilje, kažu vlasnici medija, prodaju novine. Naravno, kada su takvim teroriziranjem unosnih sadržaja „navukli“ čitatelje i gledatelje. Svjetski *bestseleri*, drame, reklame, filmovi, serije, *reality show*-programi, listovi za tinejdžere, glazbeni spotovi pa i animirani filmovi tematski su unificirani – pišu o životu „slavnih“, seksualnosti, voajerstvu, dokoličarenju i nasilju.

Mediji stvaraju svoju sliku svijeta, a realnost najčešće neobjektivno prikazuju. Utječu na višestruko negativne implikacije poticanjem komercijalnosti života. Različiti mediji različito izvješćuju o istome događaju te „formiraju estetske sadržaje i utječu na preferencije kod korisnika“ (više u: J. Pungente, [b. g.]).

Slabljenjem odgoja u obitelji i školi manipulacija postaje dominantna. Manipulacija je moć nad mišljenjem ili kontrola uma. Manipulatoru je cilj stvoriti izolirana i/ili nesigurna pojedinca, dok odgojitelj nudi kritičku svijest i progresivna pojedinca. Manipulator daje savjete o tome kako pobjeći u svijet privatnosti, apolitičnosti, u skepticizam. Gradi svoju mrežu s pobornicima

hedonizma, dok odgojitelj nudi vrijednosti etike rada – upornost, štedljivost, kritičnost, kreativnost, altruizam, solidarnost, neovisnost i odgovornost. Središnja ideja manipulatora jest rušenje svakoga oblika razumnosti u ime neposrednosti, spontanosti i ugone (Miliša, 2024). U odgoju je pomaganje drugima primarna zadaća. Milan Polić u knjizi *K filozofiji odgoja* objašnjava relaciju odgoja i manipulacije (gdje manipulacije ide za tim da tuđe biće instrumentalizira, oduzme dostojanstvo i vjeru u vlastite mogućnosti) pri čemu navodi da je odgoj „izraz odgajateljeve potrebe da djeluje odgojno, tj. da stvaralački nekome posreduje kulturu, da je prenosi, ali i da je obogaćuje... Razvijanje odgajateljevih odgojnih sposobnosti moguće je samo zadovoljenjem njegovih odgajateljskih (dakle ljudskih) potreba“ (Polić, 1993: 19). Odgojitelj poučava vještinama komuniciranja te odgoju za kritičnost i kreativnost. Tek kada korisnik (onaj koji uči) razvije medijske kompetencije, tada izgrađuje, oblikuje i stvara uvjete za razvoj kritičke istrage i dijaloga između učenika i odgajatelja koji teže kritičkoj autonomiji, odnosno, nezavisnosti učenika od učitelja (odgajatelja) da bude autonoman u analiziranju i propitivanju informacija i drugih sadržaja kojima je izložen bez nazočnosti učitelja koji će ga stalno nadgledati i kontrolirati. Fernández Ulloa smatra su da za postizanje medijskih kompetencija kod korisnika ključne tri dimenzije, a to su: znanje o medijima; razumijevanje ideologije i vrijednosti medijske informacije i samoga medija; te izražavanje, komunikacija i interakcija korisnika s medijima (Fernández Ulloa, 2013).

Od funkcionalista do strukturalista i marksista društveni karakter odgoja transformirao se u indoktrinaciju i doveo do depersonalizacije (više u: Miliša, 2015). U obrazovnoj indoktrinaciji subjekt obrazovanja jest skupina, a u željenu odgojno-obrazovnom procesu neponovljiv pojedinac. Odgoj je aktivno slušanje, promatranje i komunikacija, dok je indoktrinacija pasivno slušanje i pokoravanje. Kvalitetan učitelj potiče učenike da iznose svoja stajališta i onda kada se razlikuju od njegovih. U indoktriniranome obrazovnom procesu one koji sumnjaju naziva se saboterima, a učenike koji pitaju tretira se kao one koji „ometaju“ nastavu. Dok manjina odlučuje, većina se povlači. Najbolji se učitelj trudi da mu učenik „preotme“ nastavu pitanjima, komentarima, neslaganjem..., dok su najgori oni učitelji koji tretiraju učenike kao objekt u nastavi. Suvremeni se odgojitelj usredotočuje na okružje za učenje više nego na sadržaj učenja s ciljem da dijete ne stječe samo znanje nego da razvija

kompetencije pri čemu treba nastojati stvarati okruže koje je poticajno za učenje i stjecanje novih kompetencija (Pintar, 2019: 69).

Moć manipulacije nalazi se (i) u odnosu između činjenica i informacija. Informacije bi trebale biti pravodobne, pouzdane, potpune i provjerljive, ali one sve više postaju sloboda (novinarskoga) izvještavanja, koja ne mora biti činjenična, tj. istinita. Informacije bi trebale biti temeljene na istinitim događajima. Nije čudno da pravnici koriste dva termina: *De facto* (stvarno) i *de iure* (po pravu). Latinska poslovice kaže: *Videri et esse mille differunt modis* – pojava i bit razlikuju se na tisuću načina.

Henry Giroux (2020), jedan je od osnivača i vodećih zastupnika kritičke pedagogije u SAD-u i Kanadi, u svojoj knjizi *O kritičkoj pedagogiji* (eseja – kompilacije njegovih ranijih radova) propituje odnose moći i obrazovanja, indoktrinacije i emancipacije te posljedice nametnutih podjela i napetih tenzija. Polazi od pretpostavke da je potrebno stalno provjeravati pouzdanost znanja, informacija i moći. Tvrdi da se kritičko mišljenje sustavno zanemaruje u društvu i školstvu. Zalaže se za model u kojemu nastavnici i učenici aktivno preispituju odnose između teorije i prakse te kritičke analize i nametnutoga mišljenja. Pedagogija je po njemu iznimno važna u stvaranju kritičkoga mišljenja, bez kojega je „opstanak demokratskog društva nemoguć“.

M. Lipman je jedan od najglasovitijih suvremenih teoretičara kritičkoga mišljenja u odgoju. U svojoj knjizi *Thinking in Education* donosi prepoznatljivosti kritičkoga mišljenja: reflektivno mišljenje koje nam pomaže riješiti probleme, mišljenje koje omogućuje samostalno donošenje odluka, logičko rasuđivanje i zaključivanje, mišljenje čiji je cilj prevladavanje pristranosti, predrasuda i stereotipa, mišljenje koje nam pomaže da se zaštitimo od manipulacija, koncizno prosuđivanje, sposobnost preuzimanja odgovornosti, pojašnjavajuće i interpretativno mišljenje, primjena teorijskih spoznaja u praksi, mišljenje koje zna relativizirati relacije uzroka i posljedica i mišljenje koje otkriva netočne, nepotpune ili pojednostavljene interpretacije.

Dobar je odgojitelj onaj koji poučava samostalnu radu i zaključivanju, a nije onaj koji uči servilnosti ili nudi gotove istine. Prvi stvara uvjete za promjene, preuzima rizike, usmjerava učenike bez straha i prisile te potiče kreativnost i kritičnost. Kritički pedagog učenicima poručuje da ne uzimaju činjenice i informacije kao gotove stvari. On favorizira individualni pristup, mentorsku nastavu, alternativne metode poučavanja, potiče ih na postavljanje pitanja i raspravu. U predgovoru svoje knjige *Nove paradigme za stvaranje kvalitetnih*

škola, autora Brada Greene (1996), zapisano je da je najveća zapreka (kritičkog) učenja strah od neuspjeha, kritike, da ćemo ispasti glupi, strah od rizika, (novih) pokušaja, neodobravanja od drugih, strah da ćemo razočarati druge i strah od uspjeha.

Kritička pedagogija prevladava suprotnosti na relacijama učitelj – učenik. To se postiže dijalogom. Tako se stvara odnos povjerenja ili sukonstruktivski model. Nitko nije subjekt ni objekt prijenosa znanja, informacija ili podataka. Bez povjeravanja, dijaloga i povjerenja nada se pretvara u beznađe. Loši nastavnici tretiraju učenike kao posude koje treba puniti informacijama ili znanjima. U takvu procesu učenicima se upravlja, a ne uči ih se kritičkomu mišljenju. Sve dok se naglasak stavlja na jednosmjerno prenošenje ili usvajanje informacija, učenici su pasivni. S vremenom nestaje njihovih pitanja i spremnosti na kritički dijalog. Takvo je obrazovanje u službi zatupljivanja ili indoktrinacije.

Ukidanje rasprave prvi je korak da bismo učenike učinili pasivnima i poslušnima. Današnji tzv. *debatni klubovi* (u srednjim školama) stvaraju dvije strane, gdje je jedna pobjednik, a druga gubitnik. Glavna je metoda *pro et contra*. To ne vodi odgoju za kritičko mišljenje i ne njeguje tolerantnost ni višeslojnost analiza. Porazno je kada se imperativ natjecanja doživljava po načelu pobjednik-gubitnik: „Netko od nas mora izgubiti, a to neću biti ja“. Crno-bijelo zaključivanje ne pridonosi razvoju kritičkoga mišljenja. I onaj tko misli drugačije, (na kraju) kaže: „Suglasan sam s vama da se ne slažemo!“ Jedan od primarnih ciljeva odgoja i obrazovanja jest da djeca i mladi postavljaju pitanja na koja odrasli ne moraju uvijek znati odgovor.

Zaključak

Kritičko mišljenje središnja je poveznica u analizi različitih funkcija medija. Stoga ne čudi što postaje i sve značajnija tema znanstvenih rasprava na različitim područjima od pedagogije, psihologije, sociologije pa do komunikoloških rasprava.

U članku se nastojalo ukazati na potrebu kvalitetnoga obrazovanja i odgoja korisnika za medije, odgoja koji će ga osnažiti za razumijevanje, analizu i vrednovanje kvalitetnih izvora informacija i medijskih poruka. To je cjeloživotni proces koji je uvjetovan utjecajem (novih) tehnologija i zato predstavlja

kontinuiran proces demokratske škole. Dok god vlade, politike, mediji, regulatori i obrazovne institucije ne udruže svoje djelovanje i ne prepoznaju važnost obrazovanja za medije i odgoja za kritičko mišljenje, do tada će krajnji korisnik biti prepušten sebi i sve sofisticiranijim utjecajima medijskih manipulacija. U tome kontekst predlažemo znatno širi aspekt medijske kulture u osnovnim i srednjim školama.

Literatura

- Allcott, Hunt – Gentzkow, Matthew (2017) „Social Media and Fake News in the 2016 Election“, *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211–236.
- Beckmann, Jan P. (2015) „O značenju i nekim kontekstima termina ‘autonomija’: Konceptualno istraživanje“, *Synthesis philosophica*, 30 (1), 89–99.
- Cifrić, Ivan (2017) „Društveni kontekst obrazovanja“, *Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru*, (11), 1–14.
- Dej, Alvin L. [Day, Alvin L.] (2006) *Etika u medijima – primeri i kontroverze*, Beograd: Klub Plus.
- Gelfert, Axel (2018) „Fake News: A Definition“, *Informal Logic*, 1 (38), 84–117.
- Giroux, Henry A. (2020) *On Critical Pedagogy*, 2. izd., London: Bloomsbury Academic.
- Greene, Brad (1996) *Nove paradigme za stvaranje kvalitetnih škola*, Zagreb: Alineja.
- Kacer, Katarina [Katzner, Catarina] (2019) *Sajber psihologija: Život na mreži: K@ko nas interes menja*, Beograd: Laguna.
- Klein, David – Wueller, Joshua (2017) „Fake News: A legal Perspective“, *Journal of Internet Law*, 20 (10), 6–13.
- Miliša, Zlatko – Šaravanja, Marija (2011) „Analiza medijskih sadržaja u čitankama za osnovne škole“, *MediAnali*, 5 (9), 179–196.
- Miliša, Zlatko (2022) „Popularizacija medijske kulture i odgoj za medije“, *Aktualizacija i popularizacija znanosti kroz medije*, Zbornik radova, Mostar: Federalno ministarstvo obrazovanja i znanosti – Sveučilište u Mostaru, 13–25.

- Miliša, Zlatko (2023) *Odabrane teme iz kritičke pedagogije*, Zagreb: TIM press d.o.o.
- Potter, James W. (2011) *Medijska pismenost*, 4. izd., Beograd: Multimedia Clio.
- Russell, Bertrand (2010) *On Education*, London – New York: Routledge.
- Scannell, Paddy (1991) *Broadcast Talk*, London: Sage.
- Scheibe, Cyndy – Rogow, Faith (2012) *The teacher's Guide to Media Literacy: Critical Thinking in a Multimedia World*, Thousand Oaks: Corwin Press.
- Solar, Milivoj (2011) *Kritika relativizma ukusa*, Zagreb: Matica hrvatska.
- Stojanov, Trajche (2022) „Kritika kritičkog mišljenja“, *Pannoniana*, 6 (1), 151–166.
- Tajić, Lea (2013) *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini*, Sarajevo: Internews.
- Vučetić, Vuk (2019) „Medijska pismenost kao ključna kompetencija 21. stoljeća“, *South Eastern European Journal of Communication*, 1 (2), 37–46.
- Westerlund, Mika (2019) „The Emergence of Deepfake Technology: A Review“, *Technology Innovation Management Review*, 9 (11), 39–53.

Mrežni izvori:

- BH Novinari (2020) „‘Fejk’ portali nanose ogromnu štetu medijskom tržištu u BiH“; <<https://bhnovinari.ba/bs/2020/12/14/divlji-portali-nanose-ogromnu-stetu-medijskom-trzistu-u-bih/>> (31. siječnja 2024.)
- Eurobarometer (2023) „Media & News Survey 2023“; <<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153>> (2. veljače 2024.)
- Osmanović, Enes i sur. (2021) „Mapiranje medijskih web portala u Bosni i Hercegovini“; <https://2am-objavi-ba.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2021/06/17113734/Istrazivanje_Mapiranje-medijskih-web-portala-u-BiH-1.pdf> (1. veljače 2024.)
- Turčilo, Lejla – Obrenović, Mladen (2020) *A Companion to Democracy # 3, Misinformation, Disinformation, Malinformation: Causes, Trends, and Their Influence on Democracy, A Publication of Heinrich Böll Foundation*; <https://hk.boell.org/sites/default/files/importedFiles/2020/11/04/200825_E-Paper3_ENG.pdf> (2. veljače 2024.)

-
- UNESCO (2023) *Survey on the impact of online disinformation and hate speech*; <https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/11/unesco_ipsos_survey.pdf> (3. veljače 2024.)
 - Pungente, J. [b. god.] *Eight Key Concepts of Media Literacy*; <<http://www.mediaawareness.ca/eng/med/bigpict/8keycon.thm>> (14. veljače 2024.)

MEDIA AND UPBRINGING FOR CRITICAL THINKING

Abstract

Proponents of uncritical use of information technology in education claim that the future of education lies in cyberspace and digitization. However, digital technology is not a substitute for desirable interaction. That is why today, in modern pedagogy, we talk about the social being of the school, as the starting point of a humane school. Critical thinking should be given more attention in upbringing and education, and the prerequisite for the development of critical thinking is the introduction of this course at all social and humanities faculties, and then as an optional subject in primary schools. In this context, we propose a much broader, than the current, aspects of the content of media culture in reading books for Croatian language and literature, especially in primary schools.

Keywords: media; manipulation; indoctrination; upbringing for critical thinking; media culture.