

## VPLIV MEDIJEV V ČASU EPIDEMIJE KORONAVIRUSA

Mediji so sicer res tisti, ki nam pasivno posredujejo informacije, ki jih pridobijo s strani takšnih ali drugačnih bolj ali manj kredibilnih virov, vendar so mediji tudi tisti, ki odločajo o čem bomo razmišljali (J. Kučić, 2013). Mediji namreč usmerjajo pozornost publike na specifične dogodke, probleme in ljudi ter s tem določajo pomembnost določenih množičnih pojavov. Vplivajo na naša razmišljanja v smeri o čem misliti in o čem se pogovarjati, torej kaj je središče našega vsakdana. Mediji so tudi tisti, ki nam prikazujejo kaj so mnenja, standardi ter stališča drugih ljudi v skupnosti in zato običajno svoja mnenja prilagajamo tistemu, kar je večinsko. To pa predvsem zaradi naše tendence po konformizmu (Shaw, 1979). Tako torej mediji postavljajo okvir našemu razmišljanju, kjer pri razumevanju igra pomembno vlogo to, kako je problem karakteriziran oz. opredeljen v poročanjih s strani medijev (Prat in Strömberg, 2013).

Poleg medijev, ki torej igrajo pomembno vlogo pri našem osredotočanju na to kaj je pomembno in kaj ne, pa lahko izpostavimo tudi vlogo nas samih. Tudi mi sooblikujemo naš vsakdan, ki sedaj postaja čedalje bolj vpet v trenutno situacijo z epidemijo.

Zavedati se moramo, da smo ljudje pri iskanju informacij, hote ali nehote, velikokrat pristranski. Tako običajno iščemo tiste, ki bodo govorile v prid našemu prepričanju, pričakovanjem ali željenim zaključkom (Jonas, Schulz-Hardt, Frey in Thelen, 2001). To se lahko v vsakdanjem življenju kaže na različne načine. Eden izmed teh je ta, da si ustvarimo določeno prepričanje in kasneje iščemo samo tiste podatke, ki ga bo potrdilo. Na drugi strani pa zanemarimo vsa tista dejstva, ki bi bila v nasprotju z našim izvornim prepričanjem. Če pa že poznamo dejstva, ki govorijo proti našemu prepričanju, običajno le-tem dajemo manjšo vrednost ali pa skušamo najti protiargumente, ki bi ga zmanjšali (Nickerson, 1998). Problem teh pristranosti pa je v tem, da lahko zelo hitro spregledamo tveganja in opozorila, kar pa lahko seveda vodi do napačnih odločitev in drugih posledic (Nemeth in Rogers, 1996; v Jonas idr., 2001).

Tako smo torej izpostavili, da smo tudi mi odgovorni za napake, ki jih delamo pri razmišljanju. Z zavedanjem le-teh in z vlaganjem energije v to, da poiščemo tudi protiargumente in o njihovi resničnosti razmislimo, bomo omogočili, da se tem heuristikam vsaj v neki meri izognemo. To pa ni ključnega pomena zgolj zato, da bi sprejemali boljše odločitve, temveč tudi zato, ker ima naš način razmišljanja velik pomen za naše vedenje. Če skušamo do sedaj povedano ponazoriti čisto konkretno: v kolikor imamo prepričanje, da so psi nevarni in smo deležni dogodka, kjer vidimo kako pes stoji nad sosedovim otrokom, bomo verjetneje pomislili, da pes napada nedolžnega otroka. V kolikor pa smo ljubitelji psov in smo deležni iste situacije, bodo naša predvidevanja skoraj zagotovo šla v smer, da se pes z otrokom igra. V prvi situaciji bomo torej tesnobni in vznemirjeni, ker ne bomo vedeli kako ukrepati, v drugi situaciji pa bo to za nas prijeten trenutek, ki bo vzbudil pozitivna čustva. V povezavi s tem primerom pa se že navezujemo na čustva, ki so prav tako pomemben del razprave.

Zavedati se je namreč potrebno, da se z našimi mislimi tesno povezujejo tudi naša čustva, kar pomeni, da se pogosto dogaja, da naše misli postanejo tudi to, kar občutimo oz. obratno: to, kar občutimo, postane tudi naše mišljenje. Zato bi bilo napačno sklepati, da se v primeru pojava dogodka, ki nas aktivira, mi odzovemo neposredno nanj. V resnici se v kontekst

odzivanja na dogodek vključijo tudi naša prepričanja, zamisli, sodbe. Iz tega lahko torej izpeljemo, da se v realnih situacijah odzovemo oz. reagiramo na našo interpretacijo dogodka in ne na dogodek sam (Pastirk, 2007).

Tako bodo zgolj negativne informacije, ki jih bomo črpali s strani medijev in ki jih je v tem času mnogo, tiste, ki bodo pomembno vplivale na naše doživljanje celotne situacije. Temu ustrezno se bodo torej prilagodila naša čustva, ki bodo pretežno negativna. Zaradi negativnega čustvovanja pa bomo po vsej verjetnosti tudi bolj pozorni na negativne informacije. Vidimo lahko, da smo tako vpleteni v krožni proces delovanja mišljenja in čustev. Temu procesu se lahko izognemo tako, da nismo pristrani pri iskanju informacij in skušamo iz nastale situacije črpati tudi pozitivne misli ter informacije. Tudi te je moč najti v medijih.

Zato torej spremljajte medije z zadostno mero razumnosti, iščite kredibilne vire in se zavedajte, da so mediji tisti, ki prilagajajo vsebine. Na nas samih je odločitev, kakšnim informacijam bomo verjeli in katerim medijem bomo zaupali. Bodite zadostno informirani, vendar imejte pri tem v mislih predvsem to, da delamo pri odločanju številne napake in da so naša čustva povezana z našimi mislimi. Zato skušajte v celotni situaciji najti tudi pozitivne vidike!

Viri:

Jonas, E., Schulz-Hardt, S., Frey, D., in Thelen, N. (2001). Confirmation bias in sequential information search after preliminary decisions: An expansion of dissonance theoretical research on selective exposure to information. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 80(4), 557–571. doi: 10.1037/0022-3514.80.4.557

J. Kučić, L. (2013). Mediji še vedno določajo, o čem razmišljamo. *Delo*. Pridobljeno s <https://www.delo.si/zgodbe/sobotnapriloga/mediji-se-vedno-dolocajo-o-cem-razmisljamo.html>

Nickerson, R. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review Of General Psychology*, 2(2), 175–220. doi: 10.1037/1089-2680.2.2.175

Pastirk, S. (2007). Uvod v kognitivno terapijo. V Anić (ur.) in Janjušević (ur.), *Izbrane teme iz vedenjsko-kognitivne terapije* (str. 5-19). Ljubljana: Društvo za vedenjsko in kognitivno terapijo Slovenije.

Prat, A., in Strömberg, D. (2013). The political economy of mass media. *Advances in Economics and Econometrics*, 135–187. doi:10.1017/cbo9781139060028.004

Shaw, E. (1979). Agenda-setting and mass communication theory. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 25(2), 96–105. doi: 10.1177/001654927902500203