

Nasa deca su “ekranoidi” – Slobodan Reljić, sociolog medija i novinar

[25.10.2018.](#)

“Vreme je za novu pismenost... Ona se zove medijska pismenost. Živimo u vreme kad je i medij postao poruka. Da bi razumevao prirodu sveta u kome se našao, čovek mora da krene od medija. Valja se opismeniti za čitanje logike medija i logike stvaranja poruke da ne bismo bili robovi poruka i informacionih paukovih mreža. Pet je elemenata te pismenosti: razumeti kako mediji utiču na društvo, šta su sadržaji medija, kako proizvodi medijska industrija, hladne glave i kritički što bolje razumevati društvo u kome živimo i – dobro procenjivati lične moći i znanja, te biti sposoban da ih stalno unapređujemo. To je suština pismenosti na početku XXI veka.” – iz knjige “Bukvar medijske pismenosti” – Profesor doktor Slobodan Reljića.



Slobodan Reljić je novinar sa velikim profesionalnim iskustvom. Nekadašnji glavni i odgovorni urednik NIN-a, danas univerzitetski profesor – učestvovao je na stručnim i naučnim skupovima o ulozi medija u savremenom društvu i objavio više priloga u tematskim zbornicima o položaju medija. Do sada, objavio je tri knjige: Odumiranje slobodnih medija, Kriza medija i mediji krize i Mediji i Treći svetski rat – smatrajte se mobilisanim. Knjiga “Bukvar medijske pismenosti”.

– Šta je za Vas medijska pismenost i koliko je ona danas važna?

– Čovek danas je 30 odsto svog budnog stanja u direktnom kontaktu s medijima. Na to se dodaje još 39 odsto – kontakt s medijima uz još neku drugu radnju ili obavezu. A na rad, od koga živi, čovek odvaja 21 odsto budnog stanja. Čovek je prinuđen da misli o medijima. Možete da ste opčinjeni njima, da ih se plašite, da se osećate kao uhvaćeni u medijsku paukovu mrežu... Kako god, morate se učiti da ih razumete da oni od vas ne bi pravili i roba i budalu.

Medijska pismenost se definiše kao poznavanje uloge medija u društvu, imati nekakva znanja o tome kako oni rade, kako je organizovana medijska industrija u šta su se mediji danas pretvorili, kako se društvo menja pod pritiskom medija i postaviti sebe, lično u taj kontekst – imati neku lični odnos i strategiju.

Medijska pismenost se ne sme zamenjivati s tehničkim znanjima – kako aktivirati kompjuter, dauloudovati softvere, surfovati na internetu. Ona je mnogo složenije znanje.

Novi mediji koji su deo našeg života „od kolenke pa do groba“ sada stvaraju virtuelni svet, izvlače nas iz prirodnih uslova, imobilišu naše mišiće, usmeravaju misli, menjaju odnos prema roditeljima, ljubavi, vremenu, Bogu, moralu... Medijske pismenosti nema bez ustrajne kritičnosti prema medijima, ali – sledstveno tome – i prema društvu koje ih je stvorilo i razvilo u ovolikim razmerama.

– Kako u savremenom digitalnom svetu razlikujete istine od laži?

– Naši dedovi su govorili, „ma, novine lažu“. Očevi su, kad bi hteli da pokažu da je nešto tačno, govorili: pa, pročitao sam to u novinama! Ili: kažu na radiju. Najposle: video sam na televiziji. Mi smo već, kao što je govorio Maršal Makluan, posle buđenja i prve kafe ulazili u novi dan „kao u toplu kupku“ napravljenu od vesti, vremenskih prognoza, izveštaja o putevima, reklama, muzike iz studija. Činilo nam se da nam je to od velike pomoći. Naša deca su „ekranoidi“ – robovi televizijskih, kompjuterskih, telefonskih spotova, klipova, zapisa, reklama. Oni spavaju s smart-telefonom ispod jastuka. Kad se probude, pre nego što odu do kupatila, cupkaju i zure u mali-mali ekran. Oni žive u veštačkom svetu.

Nekad, dok se tako neprirodan odnos prema stvarnosti ticao izmišljenih filmskih bića, zvali smo ih – zombiji. Danas, malo je bez veze da to govorite za svoje, ali nije vam problem da potvrdite da je svet u kome živimo – Zombilend. U Zombilendu, kao što znate, razlikovanje laži od istine je suvišno, jer je čitav taj svet ispod mere ljudskog dostojanstva i sveden na banalnosti.

Kad vam danas kažu da mi živimo u svetu laži, to mora da je tačno. Ali problem nastaje tak kad se suočite s pitanjem: čemu uopšte može da služi istina u takvom svetu. Može li ona popravljati takav svet ili bi pojava istine u Zombilendu počela da ga urušava? Bojim se da smo mi danas pred tom dilemom. Sve ove napetosti u savremenom svetu opominju da se društvo Zombilenda teško može reformisati bez velikih lomova. Američki predsednik danas izveštaje i priče američkih medija naziva „fejk njuz“. A tek programi koji su deo zabave! Oni su „fejk lajf“.

Ako vam oni koji vode države i brinu da opstane ovakav medijski sistem kažu da su, recimo, rijaliti programi – kao negacija svih civilizacijskih vrednosti i hrišćanskih vrlina – normalna stvar, šta vam je činiti. Laž je da možete kliknuti na svom daljinskom i promeniti program. Plima rijalitija je zahvatila sve segmenete medijskih programa i preliva se u život. Rijaliti vam je i u politici i pri donošenju ekonomskih odluka.

Mnogo je dilema, a odgovor je – pa, ovo je takvo vreme. Svako vreme ima svoje probleme, ali ih ljudi i društva rešavaju a ne predaju se pošastima i banalnostima. Istorija ljudskih odnosa je istorija napora da se život učini plemenitijim. Ne samo prazno zabavniji.

Čovek, gledano kroz istoriju, bez Istine i Slobode ne može kao ni bez vode. Mogu da mu ih otmu u nekom vremenu, ali on neće biti Čovek ako ne pokušava da ih vrati.

– Koliko su lažne vesti ozbiljan problem za mlade?

– Lažne vesti vas navode da menjate pogled i mišljenje na pojedinačne događaje. Uglavnom se tu misli na vojno-političku sferu. Ali učinak medija je danas mnogo širi. Oni utiču na ceo život. Utiču na stilove života – šta da jedete, kako da se obučete, kuda da putujete, kako da se odnose deca i roditelji u porodici, kakav je ugled vojnika u društvu, gde i kako da se školujete, da li da se tetovirate.

To intenzivno i neograničeno zavodjenje, nagovaranje, usmeravanje života je poništavanje prava na lični izbor i Istinu. Decenijama optužuju Jozefa Gebelsa da je tvrdio da će sto puta ponovljena laž postati istina. Ta opasna tvrdnja je tačna. Ali tu tehniku Gebels je, kao neko ko je učio od drugih, preuzeo iz američke ekonomske propagande. Uostalom, svuda u svetu se tako reklamiraju političari za izbore i pevači za koncerte. Erih From, koji je pobjegao iz Gebelsove Nemačke, početkom četrdesetih godina prošlog veka objavio je u „slobodnom svetu“ da je američki advertajzing sa svojim uticajima na nesvesno neprocenjivo opasan po demokratiju.

Ništa od toga nije redukovano ili smanjivano. Naprotiv uticaj medija na nesvesno a za koristi vojske, industrije, politike stalno se uvećava. Tako mladi ljudi od rođenja se uče da se lažnost više isplati. Logika biznisa je da je sve dozvoljeno što donosi profit, a tek ekstra-profit. Zar nije lepši raskošni svet reklama od sumornih stanova iz predgrađa i onoga što se može kupiti od plata njihovih roditelja? Svaki dan vam pričaju zgode i nezgode Kristijana Ronalda i uz njegovo ime vežu stotine miliona evra a dete ide u školu gde gleda nastavnike čiji je cilj povećanje plate 25 evra. Šta će vam takav realni svet?

Taj lažni svet u kome rastu generacije ima dramatične posledice. Površnost postaje stanje društvenog uma. Istraživanja pokazuju da mlade generacije koje žive u dobu medijskog totalitarizma imaju mnogo manje znanja od prethodnih generacija. Jedan teoretičar ih je nazvao „najzatucanjem generacijom“. Posebna je stvar što su te generacije suočene sa usamljenošću koja nije postojala u prethodnim društvima. Niti postoji u prirodi.

– Kako treba pristupiti medijskom obrazovanju dece? Kako se suočavate sa ovim izazovom na ličnom primeru?

– Deca bi morala da budu direktno i grubo suočena sa lažnošću sveta koji dolazi iz digitalnih sprava. Od tog sveta žive oni koji manipulišu vama, ali od čega ćete vi živeti? Digitalno se ne jede.

Sećate se, rimski vladari su u vreme opadanja carstva davali „hleba i igara“. Ovi danas pokazuju spremnost da daju – igara. I oni mogu da vam budzašto isporučuju igre. „Hajneken“ će, za emitovanje ponude da pijete baš njegovo pivo, učiniti da iz godine u godinu gledate Mesija i Neimara. Ali proizvode onih veština koje vam pokazuje Džejmi Oliver, najpopularniji TV-kuvar, neće vam niko kupovati. Mogu da vas uče kako se pohuje šnicla, ali nju vam neće dati. Morate izaći iz veštačkog sveta i činiti kako je čovek oduvek činio. Moje je iskustvo da su oni koji moraju to i naučili. Pogledajte decu izbeglica koja žive oko nas: oni imaju snage da se otmu lažnosti sveta koji im se nameće. Zašto? Jer, moraju. Nema ko da podržava njihov stalni boravak u lažnom svetu.

– Da li medijsku pismenost treba uvesti kao školski predmet?

-U mnogim zemljama na Zapadu u školama se uči medijska pismenost. Valjalo bi je uvesti i u naše škole. Odnosno, prvo bi valjalo zabraniti da deca dolaze u razred s mobilnim telefonom. Toga su se već setili u Francuskoj. I mogu se popraviti razne stvari, ali se problem tako ne može rešiti.

Nije lako uvesti medijsku pismenost u škole, jer kroz nju morate da kritikujete sistem koji je stvorio ovakve medije. Oni su njegova dragocena sredstva. A to je vladajući sistem. Ko da sad uči decu protiv sebe.

Nijedan školski sistem dosad nije stvaran za to. I mediji i školski sistemi služe tome da se sačuva status kvo. Medije će promeniti vreme koje dolazi, a u kome Zapad i zapadna kultura gube totalnu dominaciju.

Ne znamo kako će izgledati promena. Jer, naši mediji nam ne donose nikave ozbiljne priče o Istoku čiji će uticaj u budućnosti biti izuzetno velik. Nekad se govorilo da zabadamo glavu u pesak kao noj koji ne želi da gleda ono što mu se ne sviđa. Danas se ne kaže ništa, toliko smo zaboli glavu u rijalitije i lažnost medijskog sveta pa i ne vidimo da ovo neće moći ovako.