



Dr. sci Vahida Djedović

Znamo li pravila jezičke igre medija?

Prije nego je Svjetka zdravstvena organizacija proglasila pandemiju virusne zaraze, a mediji širom svijeta stvorili epidemiju straha, odnosno puno prije svega ovoga, sama sam prestala gledati televiziju, a pogotovo informativne emisije. Prije svega, psihoterapeutkinja sam i radim na prevenciji i održavanju, kako psihičkog, tako i fizičkog zdravlja. Jer, savremena naučna istraživanja otkrivaju kako riječi mijenjaju našu genetsku strukturu i savjetuju da dobro vodimo računa o riječima koje izgovaramo i/ili slušamo.

Pa, iako ne gledam televiziju, na društvenim mrežama ne mogu izbjeći naslove (koje nikada ne otvaram): Čeka nas strašan scenarijo! Nije ovo ništa, šta će tek da bude! Na hiljade mrtvih od korone! Zaraženo ovoliko, umrlo onoliko.... Ostani kući, spasi život.

Katastrofalne riječi nose katastrofalne posljedice. Sigurno ste svi pročitali priču o kugi koja je presrela karavan i otišla da usmrti 1000 ljudi.

Informative emisije, čiji su kozumenti većina svjetske populacije, ne nude samo informacije o aktuelnim dešavanjima u zemlji i svijetu, nego nude način na koji treba da živimo i kako da se ponašamo.

Ako se hoće u potpunosti utjecati na ljude i ostviti dubok dojam kod njih, onda treba da se utječe na emocije. Tako mediji, udaraju na najjaču emociju, emociju straha, a strah, osim što onespobljava naš imunološki sistem, onespobljava i psiho-fizičko funkcionisanje.

Naravno, pored katastrofalnih riječi, slažu se slike i prenose snimci sa beskrajno dugim kolonama mrtvačkih kovčega. A zdravstveni radnici izgledaju kao da su na drugoj planeti, pa se stječe utisak da živimo u naučno fantastičnom filmu.

Strah je velika pokretačka sila i pokreće nas da djelujemo? Ali, kako da djelujemo?

Cjelokupno naše ponašanje je usmjereno prema nekom cilju. Cilj svega ovoga nije da umre što manje ljudi, jer većinu odgovornih nije briga za to. Cilj ćemo tek da vidimo. Cilj je za nas, još nevidljiv, a strelica je odapeta. Sada je cilj masovno zastrašivanje, jer najlakše je vladati zastrašenom masom. Kad su ljudi pod strahom, isključuje se svaka mogućnost kritičke misli, a budući da se dobro osjećamo kad imamo kontrolu nad svojim životom, gledamo informativne emisije i čitamo sve dostupne tekstove, ne bismo li saznali što više i utišali strah. Ali, avaj, strah se samo pojačava.

Prema Maslowljevoj hijerarhijskoj ljestvici potreba, danas imamo zadovoljenu samo jednu i to, onu na najnižoj stepenici, a to su osnovne fiziološke potrebe: **hrana, voda, vazduh, zaklon.**

Sljedeća stepenica iznad je potreba za sigurnošću i zaštitom (**zaštita, red, stabilnost**).

Dalje, kako se penjemo prema vrhu, dakle na trećoj ljestvici su društvene potrebe (**naklonost, prijateljstvo, pripadanje**), na četvrtoj, odnosno drugoj s vrha je potreba ega (**ugled, status**), a na petoj, tj. prvoj ljestvici od vrha piramide potreba je samoaktuelizacija (**samoispunjenje**).

Sami zaključite koje osnovne ljudske potrebe su nam ukinute ovom epidemijom straha.

Čak imamo i slogan za ovo stanje: Ostani kod kuće. (Ostani doma.)

Naravno, ovakvim sloganom nam se šalje poruka da imamo zadovoljenu jednu ljestvicu osnovnih životnih potreba, a to je zaklon. Ostani u zaklonu. Ostani u pećini.

Da bi ljudi slijedili ovu poruku, utječe se na njihov emocionalni život tako što ih se zastrašuje. Pa se uvodi policijski sat i ograničeno kretanje svakog dana. Čak i zabrane potpunog kretanja kod određene populacije.

Ljude se uslovljava i određuje im se kako da žive. Programira nas se na drugačiji način života. Programira nas se da budemo poslušni. I za ubuduće eksperimente.

Što se tiče jezika i jezičkih igara koje se mogu iščitati iz slogana koji kaže Ostani kući, spasi život, uočljiva je psihološka komponenta i važnost ostajanja u pećini, jer, onaj ko spasi jedan život, kao da je spasio čitav svijet.

Noam Chomsky, veliki mislilac medija i medijskih utjecaja, smatra da mediji u savremenom društvu imaju presudnu ulogu u sistemu kontrole i nadzora širokih narodnih masa, a njima upravljaju privatni kapital i privatni interesi.

Potter dijeli utjecaje medija na kratkoročne i dugoročne, s obzirom na to kad se utjecaj pojavi – odmah nakon konzumiranja medija ili dugo vremena nakon konzumiranja. Ako je današnji utjecaj medija strah, a jeste, onda je jasno da se konzumira odmah, a ostavlja dugoročne posljedice.

Mediji stvaraju naše stavove, utječu na naše emocionalno stanje, pa tako i na psihičko zdravlje, mogu nas natjerati na neku akciju, mogu nas uzbuditi ili smiriti. Ali, zbog negativnog djelovanja, koje je sve više očigledno, važno je da osvijestimo te procese i mehanizme djelovanja medija, te njihovu ulogu u stvaranju našeg mišljenja i kreiranju naših života.

James Halloran, stoga je vidio izlaz u tome da se napusti navika razmišljanja o tome što mediji čine ljudima i zamijenio ju je idejom - što ljudi čine s medijima.

Evidentno je da će ova pandemija ostaviti velike posljedice, ne samo na ekonomiju, nego i na psihičko zdravlje ljudi, a posebno depresiju, koju je Svjetska zdravstvena organizacija proglasila vodećom bolesti za 2020. godinu.

Slučajnost ili ne, procijenite sami.

Zato, ostanite kući i isključite televizor.

05.04.2020.

PR
DIOGEN pro kultura
<http://www.diogenpro.com>