Генерација ЗЕТ во дигиталниот свет

Кој кого надмудри?

Автор: Моника Вељаноска

- Можете да ми кажете, ве молам, кон кој пат да тргнам оттука? - рече Алиса.

- Тоа многу зависи од тоа каде сакаш да стигнеш - рече Мачката.

- Не ми е грижа каде ќе стигнам - рече Алиса.

- Тогаш не е важно кој пат ќе го избереш - рече Мачката.

Луис Керол со неговата безвременска книга „Алиса во земјата на чудата“ и богатиот фолкор и фантазија, повеќе од век се предмет на стручна и училишна анализа толкување, театарски и фимски остварувања. Разиграноста на фантазијата и проникливиот пристап на преставување на ликот и секојдневието на Алиса и другите ликови потсетува и на денешното секојдневие. Овој текст нема намера да се бави со анализа и толкување на книгата, туку дијалогот помеѓу Алиса и Мачката, односно нејзината збунетост ме поттикна во обидот да го претставам секојдневието на денешната младина во дигиталниот свет.

Алиса, како многу чест претставник на својата генерација, во овој текст е’ и главната протагонистка, која за оваа потреба има 17 години, солидна ученичка е, живее со своите родители и нејзиното семејство припаѓа на средна класа. Таа повеќе од 5 часа поминува на својот паметен телефон и има профили на сите социјални медиуми. На прашањето што најчесто чита од нив, одговорот е: објави на пријатели, видеа, шоу бизнис, и да, не се сеќава кои магазини, весници или пак портали ги има “лајкнато“. Алиса следната година ќе биде полнолетна со право на глас, па гласно размислувам како таа би го направила изборот за гласање, или пак сега во време на здравствена криза како се информира, што според неа денес се случува во општеството. Алиса, како политичко битие треба (да е научена) да покаже иницијативност, одговорност и општествен ангажман. Таа води тивка борба со системот, на момент добива сила, а на момент е стишена и игнорирана од повозрасните.

Во истражувањето „Мапирање на нивоата на медиумската писменост во Република Северна Македонија кај населението над 16 години – 2019 година“[1], младите за разлика од повозрасните се со повеќе дигитални вештини, но им недостасуваат вештини за функционална писменост. Секој

[1]https://mediumskapismenost.mk

трет млад на 16 години, како извор на информација ги користи вестите емитувани на телевизорот, додека пак повеќе од половина се информираат од објавите и коментарите на социјалните медиуми. Овој факт повеќе загрижува ако го додадеме наодот од истражувањето „Критичко размислување и навиките на информирање кај младите“[2] кој укажува дека младите бруцоши не се доволно опремени за критичко мислење.

Никако, Алиса со нејзините 17 години не треба да е единствениот виновник за нивната маргинална положба во општеството, туку продукт на ова време, во кое родителите и немаат многу време за нив, наставниците се во трка со е-дневник, домашните медиуми (ТВ, радија и електронски портали) не продуцираат програма која ќе го привлече вниманието на младите. Ако одиме чекор повеќе во анализа на добиените резултати од истражувањата, тогаш треба да се подвлече дека за младите медиумите се еднолични, информираат за едни исти настани, а на телевизиите и информативните портали најмалку им веруваат. Повеќе од половина од младите на 16 години сметаат дека порталите се политички обоени, а на социјалните медиуми се објавуваат доста често “лажни вести“.

Сега кој кого надмудри?

Алиса која ги избегнува домашните медиуми, затоа што ги перцепира како гласноговорници на политичките партии, кои не ја есапат и уважуваат нејзината положба, или пак медиумите кои играат на картата “линија на помал отпор“ т.е да не се променат. Ако прекинеме да ја гледаме Алиса како незаинтересирана, туку како револтирана девојка, тогаш може да го разбереме нејзиниот игнорантски интерес спрема медиумите, па навистина, во 17 часот по училиште да гледа робовладетелски сериски филм со насилни сцени, или пак контактна емисија со публика каде те едни исти лица, најчесто пензионери, се јавуваат, или пак политичките емисии каде чести гости се сезнајковци (политичари и аналитичари) кои имаат експертиза од надворешна политика, транспарентност, урбанизам, а да, ги владеат и теориите на заговор.

Алиса е дел од Зет (ориг.Z) генерацијата[3] која моментално технолошки е најнапредната генерација и прекумерно изложена на дигитални медиуми и социјални мрежи. Нејзините карактеритики според психолошко-социолошките упатувања се отворениот ум, инклузивното размислување, и оваа генерација и да нема предрасуди кон другите. И додека бизнис секторот, ги следи карактеристиките, вредностите и трендовите на Зет генерацијата со цел да развијат детални статистики, факти и маркетинг стратегии насочени кон оваа генерација бидејќи наскоро истата ќе

[2] https://crithink.mk/e-biblioteka/

[3] Популарно име за сите оние родени во периодот 1996 -2010.

стане најголемата група на потрошувачи, нашите медиуми (национални ТВ, па и портали) абер немаат да ја вклучат младата популација. Оваа генерација, кај која највозрасните се веќе студенти, е најмногу изложена на манипулација на социјалните медиуми, а образовнието не е спремно да се носи со товарот на развојот на технологијата, дигиталните вештини и потреби на младите. Се чини растењето на оваа генерација е потешко од било која, сликите за себе ги формираат под притисокот на фејсбук и инстаграм, чекајќи "лајкови" од пријателите и/или од видеото на инфлуенсерите со кои се идентификува. Оваа генерација, иако најподготвена за управување со дигиталните алатки е најранлива, па оттука целиот систем, формалното и неформалното образование, медиумите и родителите треба виртуелниот свет да го стави во функција на здрав развој на Зет генерацијата и да ја спреми критички да ги гледа информациите објавени во медиумите, било да се традиционални или електронски.

Драга Алиса, користи го паметно паметниот телефон.