

John Berger, Ways of Seeing (1972)

4. þáttur: <https://www.youtube.com/watch?v=5jTUebm73IY>

Áhrifaríkur þáttur. Hann var gerður árið 1972, fyrir meira en 40 árum. Margt hefur breyst á þessum tíma en þó ekki aðalatriðið sem Berger leggur áherslu á.

Berger bendir á að auglýsingar spili á hvað við erum ófullnægð og okkur vanti eitthvað til að uppfylla tótleikann í okkur. Við þurfum sífellt að kaupa eitthvað til að gera líf okkar innihaldsríkari en í raun verðum við bara fátækari við það.

Auglýsingar byggja á að vekja upp öfund hjá fólki. Þær sýna hamingjusamt fólk sem á eitthvað sem aðra skortir, fólk sem nýtur lífsins með vörum sem eru eftirsóknarverðar, fólk sem hamingjusamt getur ferðast á fjarlægja staði. Auglýsingar kveikja þannig á löngun til að kaupa, njóta, ferðast og í öllum tilfellum að eyða fé.

Glansheimur auglýsinga byggir á því að við séum það sem við eigum. Með því að kaupa það sem okkur langar í, þá verðum við það sem við viljum vera. Rík, falleg og hamingjusöm.

Áhrifaríkust eru lok myndarinnar þar sem hann flettir tímariti og afhjúpar andstæðurnar í heiminum sem við lifum í: Glansmyndir auglýsinganna sem gylla fyrir okkur vörur sem við verðum að eignast og svo líf fátæks fólks sem er á vergangi. Á milli okkar lífs og þeirra er óyfistíganleg gjá.

Í dag erum við frædd um loftslagsbreytingar af mannavöldum og þverrandi auðlindir en samt hefur iðnaðarframleiðslan aldrei verið meiri. Auglýsingarnar halda að okkur hvað við verðum að eignast til að líf okkar verði innihaldsríkari og við hlaupum á eftir því. Á sama tíma höfum við áhyggur af umhverfismálum sem má rekja til sóunar á auðlindum jarðarinnar. Við horfum á fátækt fólk sem streymir í okkar heimshluta til að öðlast betra líf. Við viljum taka vel á móti þeim, en erum við tilbúin til að slá af okkar kröfum og deila með öðrum auðæfum okkar?