

Z danim besedilom bom (ne prvi) opozoril na določene motnje ali napake v aktualnem odnosu množičnih medijev do (pogosto neprostovoljnega) posameznika. V profitne namene nas s pomočjo vseh mogočih načinov multi-informirajo, za dosego čim večjega efekta se poslužujejo številnih tehnik ki vplivajo na naša čustva in čutila. Množične informacije posameznik težko ločuje in kvalitetno posreduje naprej, zato nastane informacijski šum na širši ravni, ter otopelost in zmedenost potencialnega kupca, ki to še pravkar podzavestno postaja.

Mediji med katerimi svobodno izbiramo se medsebojno dopolnjujejo in nas vse navidez (nekako navzven) združujejo in povezujejo, omogočajo lažji pretok informacij in znanja. Lepo se sliši a menim da stranskih učinkov v praksi ne gre zanemarjati. Notranja odtujenost posameznikov se preko socialnih medijev za komunikacijo zanemarja (npr. sms, elektronska pošta, mobilna telefonija ipd. ), medtem ko se poudarja krhka embalaža, imidž in zunanji status posameznika. Vse to vodi do razsežnih posledic v socialnem življenju najstnikov, ki do agresivne hiper-info okolice ne znajo vzpostaviti realne distance, kritičnega mnenja in zdrave mere neodvisnosti.