

Medijska manipulacija kao čimbenik vrijednosnog indiferentizma mladih

Anto Škraba
Osnovna škola Suhopolje

Sažetak

Mediji kao važan vaninstitucionalni čimbenik imaju prepoznatljivu ulogu kako u odgoju, tako i u socijalizaciji mladih. Kao jedan od utjecajnijih posrednika istine o čovjeku i svijetu, mediji direktno ili indirektno sudjeluju u odgoju za vrijednosti. Vrlo često, čak i na agresivan način, mediji svoju istinu postavljaju kao apsolutnu te tako, zagovarajući apsolutnu slobodu, manipuliraju svojim konzumentima.

Osnovna teza ovoga rada je da su mladi sve više izloženi medijskom prostoru u kojem se, s obzirom na ponudu, događa svojevrsna manipulacija potrebama i istinskim životnim ciljevima. Nudeći neke nove vrijednosti, oblikujući novu ljestvicu vrednota usmjerenu na ugodniji život bez obaveza, mediji mlade dovode do „raskrižja vrijednosti“, odnosno do određenog stanja izgubljenosti. Na teorijskoj razini analizirana je dostupna relevantna literatura, a rezultati ukazuju na to da mediji utječu na svijest i ponašanje mladih te da se može utvrditi određena poveznica između medijske manipulacije i vrijednosnog indiferentizma mladih.

Ključne riječi: mediji, ravnodušje, skepticizam, socijalizacija, vrijednosti.

Uvod

Mediji u današnjem suvremenom društvu predstavljaju bitan čimbenik u kreiranju mišljenja i stavova o svijetu i životu, o privatnom i javnom, o individualnom i društvenom. O njihovu pozitivnom utjecaju na svijest, a onda i na sveukupni razvoj čovjeka, evolucijski i revolucijski, postoji mnoštvo promišljanja i danih priznanja. Mediji i na pragu četvrte industrijske revolucije (p)ostaju glavni akteri na sceni društvene pozornice. Štoviše, u njoj svaki pojedinac, pa i stvar postaje svojevrsni medij, umrežen i programiran. Sve ovo novi je izazov društvu u cjelini, a pedagoškoj znanosti predstavlja zahtjev propitkivanja samih temelja.

Bezuvjetna podložnost umreženosti i carstvu informacijsko-komunikacijskim tehnologijama, odsutnost odgovornosti medija za budućnost kao takvu, postavljaju odgojnu stvarnost danas u samo središte borbe za čovjeka: čovjeka koji hoće više. Ta viša stvarnost za kojom čovjek žudi ostvariva je jedino slobodnim izborom dobra, vrijednosti. Stoga je odgoj za vrijednosti, danas više nego ikada, potreban mladim naraštajima koji moraju u virtualnu umreženost i nadolazeću robotiku udahnuti stvaralački duh ljudskoga. Na tom putu, putu odgoja, mnoge su zapreke i manipulativni utjecaji koji na mladog čovjeka vrlo često djeluju razarajuće. Najagresivnijim oblicima manipulacije mladima prepoznaju se upravo one kojima su i najizloženiji – medijske manipulacije. Uronjeni, a ne pripremljeni, u surovu stvarnost svijeta odraslih, kao nevješti kritičari

društva svojim stilom života izriču nepovjerenje, sumnju, šutnju, ravnodušnost.

Vrijednosti, odgoj, mladi

Unatoč dominaciji sveprisutnih „pametnih“ uređaja koji egzistenciju svode na umješnost tehniciranja i brze prilagodbe, u ovom se suvremenom društvu sve češće čuje i piše o potrebi odgoja za vrijednosti. S jedne se strane čini kako je, zbog društvenog i političkog stanja u današnjem svijetu, postalo redundantno govoriti o vrijednostima, s druge pak strane odgoj za vrijednosti prisutan je u svim društvenim institucionalnim i vaninstitucionalnim formama (obitelj, vrtić, škola, mediji...). Je li potreban odgoj za vrijednosti? Je li potreban odgoj? Na prvi pogled bezazleno su retorički postavljena pitanja. No, u stvarnosti vrlo često dobijemo serviran niječan odgovor. Čini se da je temeljno pitanje danas: Tko odgaja, odnosno tko današnje mlade odgaja za vrijednosti?

Različiti su pokušaji definiranja vrijednosti te „nema univerzalno prihvaćene definicije pojma vrijednosti“ (Rakić i Vukušić, 2010, 772). Ilišin (2011) iznosi različite definicije vrijednosti i izdvaja značajne elemente za razumijevanje pojma vrijednosti: poželjnost, stabilnost, hijerarhijska organiziranost, motivirajuća uloga i promjenjivost. Hoper i sur. (2003, 170). prema Rokeach (1973), definiraju vrijednost kao „trajno vjerovanje da je određeni način ponašanja ili stanja poželjniji od njegove alternative“. Vrijednosti su dakle individualni i društveni standardi ponašanja koji

motiviraju u dostizanju životnih ciljeva (Kantovski rečeno one su maksime). Ako ljudski život promotrimo kao nešto što jest ali ne u potpunosti, u smislu dozrijevanja i sazrijevanja, odnosno ostvarenja svih individualnih potencijala, vrijednosti su datosti koje privlače i potiču na akciju s ciljem ozbiljenja (aktualizacije) života kao mogućnosti. Orijentiranost prema vrijednostima kao i njihov oformljeni sadržaj, u cjelokupnoj interakciji čovjeka i društva (individualnog i kolektivnog), ovisi o postavljanju egzistencijalnog cilja.

I sam pojam odgoja, posebno s obzirom na definiranje i dosege, nije kroz pedagošku znanost jednoznačno odredljiv niti određen. Ovdje se slijede polazišta koja odgoj utemeljuju u vrijednostima kao određenim maksimama koje usmjeravaju i čine ljude „stvaralačkim ljudskim bićima“ (Vukasović, 2000, 131). Odgojem se određuje činjenje koje nastoji ostvariti, izgraditi i oblikovati potpuna, samostalna i slobodna, društveno angažirana i individualno sretna čovjeka. U ovakvom pristupu odgoju, vrijednosti se promatraju kao poželjni standardi, datosti na koje se treba usmjeravati i za koje treba odgajati, ali ne kao krajnji cilj odgoja nego više kao putevi ostvarenja krajnje odgojne svrhe.

Odgoj za vrijednosti nužno se povezuje s ciljevima odgoja općenito. Posebno je to vidljivo u vrijeme društvenih kriza, ponajprije onih moralnih koje uzrokuju druge krize (Rakić, Vukušić, 2010). Budući da je odgoj taj koji bi trebao brinuti za vrijednosne orijentacije mladih, teoretičari društva uglavnom upućuju na odgojno-obrazovne institucije koje bi trebale skrbiti

oko odgoja za vrijednosti. I može se, u najblažem obliku izrečeno, čuti kako su upravo one zakazale, kako je zakazala obitelj, kako je nastupila sveopća kriza odgoja. Je li problem u odgajateljima (roditelji, učitelji) ili je možda problem negdje drugdje? S jedne strane kriza vrijednosti potiče krizu odgoja (Miliša i sur., 2015), a s druge strane oni koji odgajaju ne pronalaze načine individualizacije i aktualizacije vrijednosnih maksima. U ovakvom dijalektičkom i pomalo kaotičnom odnosu događa se odgoj za vrijednosti koji u praksi zahtijeva određenu pedagošku odvažnost, a u teoriji otvoren interdisciplinarni znanstveni diskurs.

Odgoj za vrijednosti, jer pogađa čovjeka u cjelovitosti njegove ljudske biti, nije samo spoznajne prirode. Štoviše, odgoj za vrijednosti pokreće htijenje koje, kao izražaj ljudske volje, aktualizira osmišljene životne putove (Mougniotte, 1995). Prema Rakić i Vukušić (2010) postoje dva osnovna pristupa odgoju i obrazovanju za vrijednosti: preskriptivan i deskriptivan. Prvi je usmjeren na izravno poučavanje temeljnih vrijednosti zajedničkih svim ljudima, a drugi potiče na neizravno upućivanje, kritičko i kreativno razmišljanje u kojem mladi sami prepoznaju ispravnost djelovanja. Međutim, niti jedan niti drugi ne iscrpljuju u potpunosti sve moguće pristupe odgoja za vrijednosti. Budući da su vrijednosti dobra, a dobro kao takvo jest poželjno, možemo reći da su vrijednosti normativni „orijentiri“. Po njima ljudski život ima ili nema smisla, a stvaralačka životna snaga ima svoje stabilno uporište. Vrijednosti su posebno važne za djecu i mlade jer su primjeri i putokazi za život. Zato su vrijednosti „bitne sastavnice i odrednice

svakoga istinski ljudskog odgajanja“ (Vukasović, 2008, 38). Stoga se i pedagogijska znanost kao takva ne smije ustručavati odgoj za vrijednosti postaviti kao jedan od glavnih puteva ostvarenja posljednje odgojne svrhe, a vrijednosti koje impliciraju slobodnu i svestrano razvijenu osobu mogu i trebaju, deskriptivno i preskriptivno, biti inkorporirane u izričaje ciljeva odgoja i obrazovanja.

Odgoj za vrijednosti ima svoj društveni kontekst. Socio-ekonomski razvoj zapadnih društava utječe na slabljenje tradicionalnih vrijednosti. Naglašavanje socijalnog standarda i sigurnosti, samoaktualizacije i individualizacije, osnažuje materijalističke i postmaterijalističke vrijednosti (Ilišin, 2011). S druge pak strane živi se u nesigurnom vremenu, vremenu kriza i dubokih promjena. Vrlo često se ovo društvo opisuje kao bolesno društvo, društvo koje boluje o različitim oblicima ovisnosti. Glavni životni cilj današnjeg suvremenog čovjeka možemo opisati riječju užitak. A užitak je stanje odsustva bilo kakve boli i praćen je pretjeranim konzumerizmom. Današnje društvo je i društvo nasilja, krvoprolića, korupcije, neimaštine (Koprek, 2009). Upravo u tom svijetu živi mlad čovjek okružen s jedne strane poticajima odgoja za vrijednosti, a u isto vrijeme, s druge strane, osvjedočen primjerima ne življenja tih istih vrijednosti. Upravo u ovom društvenom okružju, društvu u kojem se mladi osjećaju nesigurno, treba se događati odgajanje za vrijednost.

U potrazi za istinom mladi tragaju, a suvremeno društvo nudi sreću u „prolaznoj“ istini, istini za danas; ugodu u potrošnji, rasap materije i duha.

Mladi iščekuju da im se ponudi mogućnost, prilika, i da ih se prihvati kao ravnopravne partnere. Upravo je to preduvjet uspješnog odgoja: dati priliku. Mladi ne žele niti bezuvjetnu pokornost, niti apsolutnu slobodu. Oni žele da odrasli upoznaju njihove potrebe, potrebe za vrijednostima. Međusobno prihvaćanje, povjerenje, otvorenost, postojanje uzora i modela, samo su neke stvarnosti koje mladi očekuju od svijeta odraslih (Miliša, 2006). Kako učiti po modelu ako model ne postoji? Zdravo društvo pretpostavlja postojanje modela koji su zapravo personalizirane vrijednosti. To je osnova zdravog društva ali i osnova odgoja za vrijednosti. Nažalost, obitelj i škola sve više gube svoju socijalizacijsku ulogu, a potreba za sigurnošću postaje sve veća. Otkinuti od korijena, u potrazi za smislom postojanja sebe i drugih, mladi surogat rješenja pronalaze u različitim oblicima dostupnog virtualnog prijateljavanja. Potreba za samopotvrđivanjem preselila se iz obiteljskog i vršnjačkog, pa i društvenog, u neki javni medijski, virtualni svijet u kojem možda, ipak, ne nestaje važnost prijateljstva (Miliša, 2015), ali taj svijet svakako karakteriziraju neosobni i površni kontakti. Suvremeno društvo jest društvo sofisticirane informacijske tehnologije i komunikacije koja nudi nesagledive mogućnosti. No, s tim mogućnostima dolaze i negativne posljedice. Postaju li mediji sve utjecajniiji akteri socijalizacije i odgoja za vrijednosti? – pitanje je na koje se ne može jednoznačno odgovoriti. Mladi prema svemu nametnutom, po naravi životnog razdoblja, imaju određeni otklon. Pitanje je samo tko će u tom neispunjenom prostoru mogućnosti ponuditi bolju alternativu.

Medijske manipulacije i mladi

Premda istraživanja pokazuju kako su mladi sve više izloženi medijskom prostoru (Ilišin i sur., 2001; Ilišin i Radin, 2007), bilo bi pretjerano zaključiti kako su mediji glavni nositelji socijalizacije. No, mediji sve više, proklamirajući određene životne stilove, odgojno utječu na mlade i postaju jedan od utjecajnijih čimbenika socijalizacije. U tom smislu mediji imaju ambivalentnu ulogu. S jedne strane mediji s obzirom na načine prosljeđivanja, primanja i obrađivanja socijalnih sadržaja nude mladima određene pozitivne vrijednosti (odgojno-obrazovna uloga), ali s druge strane donose i opasnost manipulacije (manipulativna uloga) koja može ugroziti osobni identitet (Miliša, 2006). Nasilje i medijski prikaz nasilnih kaznenih djela postalo je nešto uobičajeno, svakidašnje i normalno. Svakodnevno, u svim oblicima medija, imamo prikaz razbojstva, nasilja. A načini kako mediji vrlo često bešćutno prenose određene životno nepoželjne sadržaje govore o mogućim nesagledivim posljedicama za mlade konzumente.

Mediji mogu biti važni čimbenici u socijalizaciji mladih, no bitno je razlikovati socijalizaciju od manipulacije. U knjizi *Ribari ljudskih duša* Šušnjić (1990) razložno ukazuje na razlikovanje ovih dvaju pojmova i upućuje kako je upravo to razlikovanje preduvjet mogućnosti odupiranja manipulaciji. U procesu socijalizacije se nude stavovi o kojima postoji opće suglasje, dok se manipulacijom pokušava nešto stvoriti, a o čemu nema općeg slaganja. Manipulacija ukida svaku alternativu i nameće ideologiju, a socijalizacija ukazuje na alternative i nudi ideje. Onaj tko socijalizira

drugoga nudi mu istinu kao poruku, formira ga za otvorenost, dok onaj tko manipulira nudi svoju poruku kao istinu i čini ga nesamostalnim. S druge pak strane, uspoređujući ideologiju i manipulaciju, Šušnjić (1990) navodi, promatrajući ideologiju kao svjesnu obmanu, kako se ideologija i manipulacija poklapaju u metodi, sadržaju, ciljevima, motivima i posljedicama. Manipulacija je „smišljen, sustavan i kontroliran postupak ili skup postupaka pomoću kojih manipulator, koristeći simbolička sredstva, u za njega pogodnim psihosocijalnim uvjetima, odašilje u masu, preko sredstava komunikacije, određene poruke, s namjerom da utječe na uvjerenja, stavove i ponašanja velikog broja ljudi, tako da bi se oni, u stvarima o kojima ne postoji opće suglasje, a za koje su životno zainteresirani, usmjerili prema uvjerenju, stavovima i vrijednostima manipulatora, da da toga nisu ni svjesni“ (Šušnjić, 1990, 29). U toj definiciji zanimljive su u ovom kontekstu dvije tvrdnje: 1. sadržaj manipulacije jesu stvari za koje postoji životna zainteresiranost; 2. namjera usmjeriti nekoga prema nekim vrijednostima bez njegova pristanka, odnosno uz odsustvo svijesti. Manipulacija se događa upravo u onim ključnim životnim stvarima (smisao, životni ciljevi, vrijednosti) i popraćena je izostankom svjesnog pristanka (pitanje slobode). Bitna razlika između odgoja i manipulacije jest u odnosu prema onomu komu se posreduje određena istina. U manipulaciji drugomu pristupamo kao sredstvu za postizanje njemu izvanjskih ciljeva. A u odgoju je upravo suprotno: odgajnik nikada ne može i ne smije biti sredstvo, nego samo krajnji cilj ili svrha odgoja. Odgoj je uvijek

sudjelovanje u slobodi. (Polić, 2006). Odgoj za razliku od manipulacije jest odgovorni čin slobode. Odgovornost je odgoju izvorište, a sloboda krajnja odrednica.

U kreiranju slobodnog vremena mladih mediji danas zauzimaju važno mjesto. Štoviše, već od najranije dobi djeca veliki dio vremena provedu pred različitim vrstama ekrana. Prema istraživanju koje je 2016. i 2017. godine provela Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba i Hrabri telefon, djeca predškolske dobi pred malim ekranima provedu od 2 do 3,6 sati dnevno. Prema njihovu istraživanju iz 2008. godine 91% mladih u razdoblju od 11. do 18. godine koristi internet, a svaki dan njih 49%. Neupitna je odgojno-obrazovna uloga medija no, mediji danas (posebno elektronički) postaju najutjecajniji oblik manipulacije koji nudi sve i odmah. Nudeći neobvezatnost i životnu površnost nameću mladima određene stavove i vrijednosti, životne stilove formirane od nametnutih potreba (Miliša, 2006). Već rečeno o manipulaciji može se analogno primijeniti i na medijsku manipulaciju koja je također namjeran, smišljen, sustavan i kontroliran postupak u kojem manipulator u medijima šalje simbolička sredstva s ciljem utjecaja na svijest i ponašanje. To se uglavnom radi stvaranjem lažnih potreba kroz reklame koje ne nude samo neki proizvod (stvar ili stvarnost), nego nude određeni stil života: nude zamjenu slobode za potrošnju. Ono što je karakteristično za reklame jest upravo to da su prisutne u svim medijima i na sve načine. Nude najbolji primjer manipulacije, stoga je ispravno da se nazivaju i propagandnim programom jer zaista to jest program: program

stvaranja ovisnika i robova. Odsustvo slobode za koju se mladi, po naravi stvari, zdušno bore i zalažu posljedica je dobro smišljenih reklamnih postupaka kojima nije cilj samo prodati proizvod nego kudikamo više od slobodnog izbora načiniti potrošačko ropstvo. Ostavljajući čovjeka bez slobode odlučivanja, bez mogućnosti promišljanja jer se sve treba dogoditi u nekoliko sekundi, reklame na najperfidniji način manipuliraju mladim ljudima. Tako, dopuštajući i popuštajući profitu, slobodi reklamiranja, događa se sve veće ograničavanje slobode pojedinaca.

Koje su posljedice svega? U slobodnom vremenu nastaju „neslobodni mladi“, nestaje kreativnosti i kritičnosti, a nastaje zarobljenost koja vodi u ovisnost. Zanimljivo je kako se danas mladi osjećaju više usamljenima i da unatoč svim suvremenim tehnologijama, društvenim mrežama, možemo s pravom tvrditi kako je sve više socijalno izoliranih pojedinaca. Mladi se sve više povlače u svijet privatnosti (Miliša, 2015).

Elektronički mediji poprimaju „najsofisticiraniji oblik manipulacije“ jer, afirmirajući oslobađanje od rada, mlade dovode u različite ovisnosti. Tako Miliša (2006) u knjizi *Manipuliranje potrebama mladih* analizira svijet mladih i zaključuje nekoliko stvari: mediji utječu na formiranje stavova i potreba; mediji uzrokuju stanje kaosa i beznada i stvaraju pogodno tlo manipulaciji; dokoličarenje se povezuje s hedonizmom, dosadom i potrošačkim stilom života; mladi prema ponuđenim sadržajima pokazuju pasivan odnos; mediji daju prividan osjećaj sigurnosti, aktivnosti i uče nas dokoličarenju; iz odnosa prema radu proizlazi i odnos prema slobodnom

vremenu; dokoličarenje je produkt industrije zabave; dokoličarenje „ubija“ kreativne mogućnosti; industrija zabave i mediji rezultiraju gubitkom potrebe za neposrednom komunikacijom.

To su samo neke posljedice medijskih manipulacija potrebama mladih, a zajedničko im je: mladi su postali sredstvo suvremenog društva profita kojem su bezvrijednost i besmisao života krajnji ciljevi, a sloboda je postala stvar moći, a ne izbora. U ovakvom svijetu mladi, gradeći svoj identitet i svoju osobnost, pokušavaju zadovoljiti svoju prirodnu znatiželju, otvorenost za spoznavanje novoga; nastoje održati vlastitu egzistenciju, po mogućnosti ili pod svaku cijenu, neovisnu i neokrnjenu od svih vanjskih utjecaja.

Od skepticizma do relativizma i indiferentizma

Manipulativni se utjecaj medija ne zadržava samo na razini ponude sadržaja koje mladi nekritički odabiru. On ide puno dublje mijenjajući već posredovane ili pak stvarajući nove stavove o svijetu i životu s jedne strane, a s druge pak namećući neki novi odnos prema vrijednostima. A sve se to očituje u vidno pod utjecajem medija formiranim životnim stilovima mladih koji se najviše prepoznaju u njihovom slobodnom vremenu. Ti se životni stilovi povezuju s određenim konceptima koje mladi, namjerno ili ne, žive i propagiraju. Naravno, sve se to događa u određenom vremenskom i prostornom kontekstu koji je opet i individualni i društveni. Individualni kontekst, idealan i tipično mladenački, nije upitan: ideali i snovi, poneke smjele realizacije pokazuju mogućnosti života u punini. Ipak, u današnjem

se društvu mladi vrlo često osjećaju dezorijentirano. Društveni kontekst u kojem se događaju za život bitno različiti i suprotni socijalizacijski čimbenici utječu na životni odabir ili njegovu odgodu, strah i na kraju prezir. Postoji li jedna istina u mnoštvu i na različite načine od medija posredovanih mogućnosti istina? Današnji mladi žive u društvu „prijelaza s egzistencijalnog monocentrizma na egzistencijalni policentrizam“ (Mandarić, 2009, 63). U svijetu različitih ponuda istine o istom, reakcija mladih jest nepovjerenje koje vrlo često nije artikulirano i jasno izraženo nego se krije u svakodnevnim odnosima. Nejasne poruke koje svakodnevno dobivaju od svijeta odraslih (roditelji, učitelji, političari, mediji...), a tiču se onog bitnog i životnog, dovode ih do zaključka kako „ništa nije vrijedno“. Mladi izražavaju sumnjičavost prema vrijednostima (etički skepticizam), jer su one postale samo dio praznog govora neautentičnog življenja. Govor o dobru, o istini, o prijateljstvu, na kraju o ljubavi, bez življenog primjera mladi jednostavno odbacuju. Skepticizam mladih reakcija je mladih na neautentičnost življenja općenito: pojedinca i društva, privatnog i institucionalnog, svetog (crkvenog) i profanog (političkog). Skepticizam se upečatljivo susreće u šutnji. Današnji mladi su postali šutljiva generacija, gdje je šutnja izražaj neslaganja i prezira (Miliša, 2015). Kada se ovdje govori o skepticizmu ne misli se samo na mogućnost spoznaje kao takve, na granice njene dubine i širine, nego na odnos prema istini. Što je zapravo istina ako se kao ponuđeni odgovor nude dva suprotstavljena odgovora? Koliko li je još teže ne posumnjati uopće u mogućnost, ne samo

spoznavanja i svijesti, nego još više u mogućnost zdravog postojanja kada o istini svakodnevno imamo i više od dva proturječna odgovora, (dez)informacije. Medijska manipulacija potiče razvoj „skeptične generacije“. Leburić i Tomić-Koludrović (2001) koriste izraz „skeptična generacija“ i njime žele okarakterizirati današnju generaciju mladi koji su skeptični prema vlastitoj i prema budućnosti društva, koji osjećaju nesigurnost pri školovanju i zapošljavanju.

Na nesigurnost mladih utječe i sve rašireniji popustljivi i indiferentni odgoj roditelja te odsustvo brige starijih za mlade. U svojoj knjizi *Razmažena generacija* Sigman (2010) govori upravo o problemu indiferentnih i popustljivih roditelja. Mladi trebaju autoritete koji će u njihovu svijetu osigurati red. S druge pak strane roditelji ne razlikuju autoritet i autoritativnost te pogrešno tumače i smatraju kako su ljubav i autoritet nespojivi. Bez autoriteta nema dovoljne roditeljske pažnje. Mladi prividno niječu potrebu za njom, a vape za suosjećanjem, razumijevanjem, pružanjem prilike. Suprotno tomu mladi odnose sa starijima opisuju kroz konflikte, nerazumijevanje, sukob mišljenja, podcjenjivanje ideja, stavova i ponašanja (Leburić i Tomić-Koludrović, 1996). U takvom „egzistencijalno ugroženom okolišu“ u kojem se odrasli prepoznaju kao prijetnja, a ne obećanje, rađa se skeptičnost mladih prema budućnosti i njihovo vraćanje u „geta adolescencije“, narcizam i infantilne oblike subkulture. U već razbijenom dogmatizmu i kolektivizmu, pokušavajući izbjeći sva moguća razočaranja, mladi teže vrijednostima koje im prčinjaju najveće

zadovoljstvo, očekuju fleksibilnost i izražavaju potrebu za individualizacijom (Tomić-Koludrović i Leburić, 2001). A to sve na različite načine, kroz različite oblike podilaženja, čine mediji koji mladima nude upravo to, užitak bez granica omogućen u pravokutniku neke vrste ekrana.

Rastući subjektivizam mladih posljedica je i negiranja kriterija istine i vrijednosti izvan subjekta kojemu su mladi svakodnevno izloženi u medijskom prostoru. Ovdje se misli ponajprije na širenje potrošačkog duha koji mladog čovjeka usmjerava samo na njega samoga, na površnost, fragmentarnost, kompetitivnost. „Reklamni inženjering igra na iluziju prividnog, jednostavnog, idealiziranog, a pred sobom ima potrošača uznemirenog, znatiželjnog, opčinjenog novim. Konzumiranje postaje životni stil, za mnoge životna maksima. Nije problem u tome što današnji čovjek želi kvalitetniji, zdraviji i bolji život, nego u imperativu posjedovanja. Imati je cilj koji preuzima vodstvo individualnih i društvenih vrijednota“ (Mandarić, 2009, 64). Ponuda ugodnog života, hedonizma koji obvezuje, stvara ovisnost o relativnom dobru, dobru za mene i nudi zarobljenost u subjektivnom, o meni ovisnom. U ovom kontekstu drugi ne postoji kao osoba nego samo kao prijetnja te etika odgovornosti gubi svaki smisao. Od skepticizma kao odnosa prema istini kao takvoj dolazimo do relativizma kao odnosa prema istini o drugom. Takvom etičkom relativizam koji nastupa i kao posljedica medijske manipulacije doprinosi i već spomenuti permissivni odgoj koji je prisutan u modernim obiteljima. Naime, u permissivnom odgoju

prosudba što je dobro, a što loše, ovisi o djetetu bez obzira na njegovu dob. Takav odgoj nudi drastično stajalište prema kojemu su vrijednosti stvar svidjanja, na temelju čega ih se može izabrati ili ne izabrati. Autoritet je nepotreban jer sadržaj nije bitan. Bitno je uvođenje u procese odlučivanja. Takav odgoj temelji se na moralnom relativizmu (Miliša i sur., 2015). Upravo ovakav odgoj prezentiran u serijama, novinskim člancima, u časopisima za mlade, blogovima i svuda drugdje mediji populariziraju. Nestankom autoriteta nastaje prostor za manipulaciju. Štoviše, brojna su istraživanja koja povezuju negativne utjecaje medija s rizičnim ponašanjem mladih kao što su agresivnosti, ovisnosti o opijatima, rizično seksualno ponašanje, apsentizam, cyber zlostavljanja (Livazović, 2009). A sva rizična ponašanja zapravo su izražavanje dubljeg unutarnjeg raskoraka u svijetu mladih, nezadovoljstvo postojećim, egzistencijalna nemoć te prepuštenost samima sebi koja vodi u jednu opću letargiju i gubljenje smisla života.

S gubitkom smisla života jača indiferentnost, ravnodušnost. Jedna od temeljnih odlika mladosti jest idealizam, snovi o novom pravednijem društvu. Društvo im nije ponudilo nove mogućnosti, nego ih je zanemarene ostavilo na marginama. Ravnodušje mladih osjeća se u svim aspektima života (Mandarić, 2009), a posljedica je ponajprije nemoći. Indiferentan je onaj tko je neodređen, nezainteresiran, nehajan, hladan, bez osjećaja, bez djelovanja, neutralan, ni dobar ni zao. Poznata su brojna istraživanja religioznog indiferentizma kao, široko rečeno, oblika ateizma. No, i u tim istraživanjima mogu se pronaći poveznice s vrijednosnim indiferentizmom

kao posljedicom iskustva praznine, bezperspektivnosti, određenog beznađa u bolju budućnost. Indiferentnost se prikazuje kao rješenje za mnoga pitanja, kao određeni rizik koji mladi prihvaćaju osjećajući bezvoljnost pred besmislom života (Pranjić, 1994).

Indiferentizam je posljedica etičkog relativizma. Nerijetko se susreće takav oblik relativizma, ravnodušja mladih prema drugima i okolišu, da se s pravom može govoriti o mladoj generaciji apsolutista: sam svoj gospodar koji može činiti što poželi. To je borba protiv autoriteta. S druge pak strane, mediji su (posebno internet) odvojili mlade od stvarnog života i nametnuli im fikciju. Mladi čovjek je izgubio odnos sa samim sobom i postaje nezainteresirani gledatelj (Miliša, 2015). Ravnodušje mladih posljedica je ravnodušja odraslih, ponajprije roditelja koji pod utjecajem medija, zagovornika slobode pod svaku cijenu, sve češće djecu prepuštaju „slučajnom“ odgoju. Pod pojmom slučajan podrazumijeva se odgoj koji nije permanentan nego od slučaja do slučaja roditelji interveniraju zabranama i dopuštenjima. Vrlo često umjesto odgojne uloge roditelji preuzimaju ulogu onih koji ugađaju. Takvim pak odgojem stvara se „razmažena generacija“ koja ne poznaje ograničenja i koja ne priznaje nikakav autoritet (Sigman, 2010).

Vrijednosni indiferentizam i moralni relativizam mladih preslikavaju društveni kontekst i odnos prema mladima od strane svih za odgoj relevantnih institucija. One pak pokazuju nezainteresiranost za kreiranje sadržajnih životnih stilova, stavova i društvenih uloga mladih. Važno je

analizirati i uočavati koje vrijednosti oblikuju njihov stil života. „I površnom analizom suvremenih tendencija u društvu lako ćemo se uvjeriti da prevladavaju: moralni relativizam, pluralizam vrednota, subjektivizam i konzumizam, sloboda i autonomija bez odgovornosti, tolerancija koja graniči s relativizmom i indiferentizmom“ (Mlinarević i sur., 2007, 86). Premda nas ovdje prvenstveno zanima utjecaj medija na vrijednosni i egzistencijalni relativizam mladih, zanimljiva je poveznica tolerancije s relativizmom i indiferentizmom. Tolerancija jest vrijednost koju mediji proklamiraju u svim kontekstima. No, ista ta tolerancija, shvaćena kao dopuštanje drugome da odredi sebe i svoj život bez upliva drugih, zagovara moralni relativizam koji na kraju dovodi do ravnodušja: najprije prema drugome, a onda prema sebi samom.

Zaključak

Vrijednosti su individualni i društveni standardi ponašanja koji motiviraju u dostizanju životnih ciljeva. Usmjerenost prema vrijednostima, može se zaključiti, ovisi o postavljanju cilja egzistencije. Odgoj za vrijednosti nužan je sastavni dio operativnih ciljeva odgoja i obrazovanja koji nastoje oko odgojnog ideala, odgajanja i kreiranja slobodne, samostalne, svestrane i sretno osobe. Odgajanjem za vrijednosti ispunjava se smisao odgoja, stoga odgoj postaje dijelom nove kreacije, novog poželjnog života. Odgojno-obrazovne ustanove ne bi trebale bježati, nikako u ovom području, od preskriptivne zadaće odgoja. Ukoliko izostane ta važna uloga škole, nadomjestit će ih neki drugi „nekontrolirani“ čimbenici u odgoju. U suvremenom društvu mladi čovjek osjeća izgubljenost. S jedne strane okružen je poticajnim govorima o vrijednostima, s druge pak strane, u isto vrijeme, osvjedočen je ne življenjem tih istih vrijednosti. Mladi najbolje uočavaju i osjećaju dvostranost svijeta odraslih. U tom svijetu doživljavaju „krizu identiteta“, nesigurnost, strah i pokušavaju pronaći životni smisao. Što im se nudi? Umjesto kreativnosti nudi se kopiranje, a egoizam umjesto altruizma. Čemu odgovornost i marljivost kad je neograničena sloboda, život bez obaveze, dokoličarenje ideal kojemu svi teže. Odgoj za vrijednosti treba nove generacije roditelja i učitelja, treba nove generacije stvarnih prijatelja koji će izreći istinu i primjerom pokazati, oživotvoriti.

Mediji, namjerno ili ne, u procesima odrastanja, u odgoju, postaju neizostavni čimbenici. Uloga je medija doduše ambivalentna, no čini se da

je ona manipulativna zauzela vodeće mjesto. Posljedice manipulacije medija uočavaju se u svakoj sferi ljudskog života, a generacijski i životno one su obilježile život mladih. Slobodno vrijeme mladih nije više slobodno vrijeme jer najmanje ima veze sa slobodom. Vrijeme provedeno pred različitim vrstama ekrana izjednačilo se ili čak prekoračuje vrijeme provedeno u školi. Svi oni (mediji i ekrani) kroz ponudu novih stilova života oduzimaju slobodu odlučivanja. Mnoštvo reklama, vremenski ravnomjerno raspoređenih, u nekoliko ograničenih sekundi radi neograničene slobode i profita, manipuliraju i zarobljavaju, oduzimaju svaku slobodu. Zarobljenost vodi u osamljenost i otuđenost, na kraju u ovisnost. Različite su posljedice medijske manipulacije potrebama mladih, no u krajnjem je zajedničko jedno: mladi su postali sredstvo suvremenog društva profita kojem su bezvrijednost i besmisao života krajnji ciljevi. Stoga je u suvremenom društvu, osim odgoja za vrijednosti nužno odgajati za medije, raditi na stjecanju medijskih kompetencija djece i mladih te na prevenciji ovisnosti o medijskim manipulacijama.

Izloženi različitim socijalizacijskim čimbenicima mladi osjećaju dezorijentiranost i izgubljenost. Nepovjerenje prema svijetu odraslih izaziva duboki skepticizam koji mediji produbljuju svakodnevno im nudeći neke nove potrebe i brza nova rješenja koja se moraju imati pod svaku cijenu. Skepticizam se očituje bijegom i zatvaranjem u sebe jer je budućnost nesigurna i nestvarna. Dobro je ono što je sada i što doprinosi osobnom zadovoljstvu. Subjektivizam mladih reakcija je također izloženosti

manipulacijama medija koji negiraju kriterij istine i vrijednosti izvan subjekta. Vrijedno je ono što je vrijedno za mene, drugi ne postoji. Opće prihvaćene vrijednosti su egoizam i hedonizam te etika odgovornosti nema smisao. Ovakav radikalni moralni relativizam posljedica je subjektivnosti i skepticizma. Ugodni život, hedonizma koji nameću mediji, stvara ovisnost o relativnom dobru, dobru za mene i nudi zarobljenost u subjektivnom, o meni ovisnom. Ono što se događa drugom manje je vrijedno, nebitno. Ravnodušje prema drugome donosi ravnodušje prema vrijednostima općenito. Ravnodušje prema vrijednostima rezultira nezainteresiranošću za život te mladi čovjek gubi odnos sa samim sobom i na kraju postaje ravnodušan prema sebi samom. Od medija nametnuta fikcija života, medijske manipulacije lažnim potrebama i lažnim vrijednostima možemo povezati s vrijednosnim indiferentizmom mladih čiji je najteži oblik, indiferentizam prema sebi samome. Zato je odgoj za vrijednosti nužno usmjeriti na odgajanje prave slike o sebi samome, odgovornosti za drugoga, za svijet oko sebe. Odgoj za ispravno shvaćanje odgovorne slobode tako postaje jedan od važnijih ciljeva odgoja općenito.

Literatura

- Hooper, C., Zbar, V., Brown, D., Bereznicki, B. (ur.) (2003), Values education study: Literature review. Values education study - Final report, str. 168-212. Melbourne: Curriculum Corporation.
- Ilišin, V. (2000), Promjene u slobodnom vremenu mladih. Napredak, 141(4), 419 – 429.
- Ilišin, V. i sur. (2001): Djeca i mediji. Uloga medija u svakodnevnom životu djece. Zagreb: DZOMM/IDIZ.
- Ilišin, V. i Radin, F. (ur.), (2007), Mladi: problem ili resurs. Zagreb: Institut za društvena istraživanja.
- Ilišin, V. (2011), Vrijednosti mladih u Hrvatskoj. Politička misao: časopis za politologiju, 48(3), 82-122.
- Leburčić, A. i Tomić-Koludrović, I. (1996), Mladi danas: drukčiji, ali isti. Društvena istraživanja, 5(5-6), (25-26), 963-975.
- Leburčić, A. i Tomić-Koludrović, I. (2001), Skeptična generacija: životni stilovi mladih u Hrvatskoj. Zagreb: AGM.
- Livazović, G. (2012), Povezanost medija i rizičnih ponašanja adolescenata. Kriminologija i socijalna integracija. 20(1), 1-22.
- Mandarić, V. B. (2009), Mladi – integrirani i(li) marginalizirani. Zagreb: Glas Koncila.
- Miliša, Z. (2006), Manipuliranje potrebama mladih. Zagreb: MarkoM usluge d.o.o.
- Miliša, Z. (2015), Šok današnjice. Split: Naklada Bošković.
- Miliša, Z. i sur. (2015), Kriza vrijednosti kao kriza odgoja. Mostariensia, 19(2), 7-20.
- Mlinarević, V. i sur. (2007), Slobodno vrijeme mladih u procesima modernizacije - usporedba slavonskih gradova i Zadra. Pedagogijska istraživanja, 4(1), 81 – 99.
- Mougnotte, A. (1995), Odgajati za demokraciju. Zagreb: Educa.

- Pranjić, M. (1994), Religiozni indiferentizam izazov za katehezu. *Diacovensia* 2(1), 189-205.
- Rakić, V. i Vukušić, S. (2010), Odgoj i obrazovanje za vrijednosti. *Društvena istraživanja*, 19(4-5), (108-109), 771-795.
- Sigman, A., (2010), Razmažena generacija. Velika Mlaka: Ostvarenje d.o.o..
- Vukasović, A., (2000), Svrha i zadaće odgoja i obrazovanja. U: Mijatović, A. (ur.), *Osnove suvremene pedagogije*. Zagreb: Hrvatski pedagoškknjiževni zbor, str. 129–148.
- Vukasović, A., (2008), Teleologijsko i aksiologijsko utemeljenje odgoja u ozračju hrvatske odgojne preobrazbe. *Obnovljeni život*, 63(1), 35-46.
- Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, URL: <http://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/istrazivanje-o-koristenju-interneta-mobitela-i-drugih-tehnologija/>. Pristupljeno 23. listopada 2017.
- Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, URL: <http://www.poliklinika-djeca.hr/aktualno/novosti/prvo-nacionalno-istrazivanje-o-predskolskoj-djeci-pred-malim-ekranima/>. Pristupljeno 23. listopada 2017.

Manipulation by the Media as a Factor of Value Indifference in the Youth

Anto Škraba
Suhopolje Primary School

Summary

The media as an important extrainstitutional factor have a recognizable role in the education as well as the socialization of young people. As one of the influential communicators of the truth about man and world, the media directly or indirectly participate in the education for values. Very often, and even in an aggressive manner, the media present their truth as absolute and in this way, by advocating absolute freedom, manipulate their consumers. The basic thesis of this paper is that the youth are ever more exposed to media space in which, given what's on offer, a certain manipulation of the needs and true life goals is happening. By offering new values, by shaping a new value scale oriented towards an easier life without commitments, the media lead the youth to a certain "crossroads of value", i.e. cause them to become lost. On the theoretical level, the available relevant literature is analyzed, and the results point towards the media influencing the consciousness and the behavior of the young, and towards there being a certain link between manipulation by the media and value indifference in the youth.

Keywords: the media, indifference, skepticism, socialization, values.