

**Ewa Zawisza-Masłyk**  
**emaslyk@op.pl**  
**Katedra Pedagogiki Społecznej i Andragogiki**  
**Instytut Nauk o Wychowaniu**  
**Uniwersytet Pedagogiczny**  
**Kraków**

## **Medialne zawłaszczanie wpływu społecznego na życie nastolatków**

Współczesne media zawłaszczają przestrzeń wpływu społecznego na zachowanie i poglądy oraz postawy młodych ludzi. Odbyna się to mało subtelnie, w bardzo szybkim tempie i bez ponoszenia odpowiedzialności. Każde kolejne pokolenie w większym stopniu i z większą swobodą, a także zupełnie dobrowolnie korzysta z nowych mediów nazywanych dziś za Paulem Levinsonem [Levinson, 2010] „nowymi nowymi”. Daje się zaobserwować coraz mniejszy wpływ rodziny, na rzecz bardziej znaczącej roli mediów w kształtowaniu się osobowości nastolatków. Tworzenie obrazu świata, kształtowanie światopoglądu, pozyskiwanie wiedzy o świecie i ludziach odbywa się dziś najczęściej za pośrednictwem narzędzi wirtualnych. Przekazy międzypokoleniowe tracą na znaczeniu, zyskuje je natomiast rzeczywistość odbita w lustrze Internetu. Celowo użyłam tego określenia, by zaakcentować, że rzeczywistość wirtualna jest jedynie odbiciem życia, jego niekoniecznie doskonałą kopią – symulacją [pojęcie zaczerpnięte z książki Philipa K. Dicka, 2002], z możliwością pojawienia się błędu, a nie jego wiernym odzwierciedleniem. Niestety, młodzi ludzie często nie zdają sobie z tego sprawy. Ich świat realny został już wpleciony w wirtualną przestrzeń i bez niej nie istnieje w pełni. Często też ulegają złudzeniu, że świat mediów serwuje im obraz świata rzeczywistego, dlatego łatwo ulegają jego wpływowi. Rodzice współczesnych nastolatków martwią się brakiem wpływu na dzieci, ich przedwczesną pozorną dorosłością, za którą nie idzie w parze dojrzałość emocjonalna. Grupa IQS prowadząca w Polsce komercyjne badania naukowe i marketingowe, dotyczące życia polskich dzieci ogłasza, że dziewczynki zaczynają używać makijażu już w V-VI klasie szkoły podstawowej: *Makijaż jest dla nich jednym z ważniejszych elementów budowania tożsamości. Pozwala kreować wizerunek, definiować siebie jako młodą kobietę, a właśnie do bycia młodą kobietą aspirują nastolatki* [Sosnowska, 2013, s. 22].

Znakomity psycholog społeczny Robert Cialdini [Cialdini, 1996] wyłonił sześć reguł wpływu społecznego, wśród których jedno z istotnych miejsc zajmuje **społeczny dowód słuszności**, czyli zasada naszego zachowania, która ujawnia się w sytuacji, gdy nie wiemy, co sądzić o danym zjawisku. Posługujemy się wówczas uproszczonym myśleniem, które podpowiada, że to, co robi, czuje, myśli większość osób w naszym otoczeniu jest słuszne. Reguła ta jest szeroko wykorzystywana w reklamie i manipulacji, ma swój silny wpływ na kształtowanie poglądów nie tylko ludzi dojrzałych, ale szczególnie na tworzenie światopoglądu współczesnego nastolatka.

Poza regułą społecznego dowodu słuszności, R. Cialdini wyróżnił jeszcze inne zasady wpływu: regułę wzajemności, zobowiązania i konsekwencji, lubienia i sympatii, autorytetu i niedostępności. Reguła autorytetu działa podobnie, jak społeczny dowód

słuszności, z tym, że w tym przypadku zgadzamy się z postawami, poglądami, zachowaniem silnej osobowości. W przypadku nastolatków często takimi autorytetami stają się młodzieżowi idole – dziś są to tak zwani celebryci, osoby szczególnie widoczne w mediach – aktorzy, piosenkarze, dziennikarze, gwiazdy sportu, nieraz politycy.

Dzisiejsze media starają się zawłaszczyć styl życia nastolatków, ukształtować ich gusta w taki sposób, by byli korzystnymi ekonomicznie konsumentami treści i produktów, które się im podsuwa, powołując się zarówno na zasadę społecznego dowodu słuszności, na którą są szczególnie podatni, jak i na zasadę autorytetu. W sprzedaży stosuje się również pozostałe reguły, o których szeroko pisze R. Cialdini.

Spoleczny dowód słuszności jest tak skuteczny, że może służyć nawet leczeniu nerwic, w tym fobii. Dowiódł tego kanadyjski psycholog Albert Bandura rozwijając **teorię społecznego uczenia się** [Bandura, 2007].

Zarówno A. Bandura, jak i R. Cialdini dowiedli w swych badaniach ogromnego wpływu społecznego na rozwijający się umysł młodego człowieka. Współcześnie wpływ ten wskazują nie tylko obserwacje rzeczywistych zachowań grupy ludzi, ale samo przekonanie, przekazywane za pomocą mass mediów, iż jakiś pogląd jest słuszny, a jakieś zachowanie często i przez wielu ludzi powtarzane. W rzeczywistości, która w coraz szerszym zakresie wykorzystuje komunikację zapośredniczoną przez media, większego znaczenia nabiera to, co się znajdzie w medialnej przestrzeni, a ta znów z każdym dniem przenosi więcej swych treści do świata wirtualnego.

Zanim rozpoczęłam analizę zawartości najbardziej poczytnych pism przeznaczonych dla młodzieży, zapytałam kilkunastu nastolatków, po jakie czasopisma (zarówno papierowe, jak i on-line) sięgają najchętniej i najczęściej. Odrzucając rzadsze indywidualne preferencje, to znaczy pisma branżowe, np. związane z kolekcjonowaniem jakiś przedmiotów, czy związane z branżą komputerową, uzyskałam listę najbardziej popularnych miesięczników, które według młodych ludzi poruszają kwestie społeczne, zawierają wzorce zachowań i wskazówki, jak poruszać się po świecie społecznym. Był to zatem pierwszy, wstępny i orientacyjny etap moich dociekań. Drugim etapem była weryfikacja tych wiadomości przez sprawdzenie rankingów sprzedaży papierowych wersji czasopism dla młodzieży na rynku polskim. Takie informacje są publikowane przez wydawców, dotarcie do tych danych nie stanowi problemu. Trzecim etapem badań było sprawdzenie, jaką zawartość posiadają czasopisma (oraz ich wersje internetowe), które najchętniej czyta polska młodzież. Ten etap badań był najtrudniejszy, z powodu wielości danych i przyjętej metodzie analizy dokumentów. Z powodu ogromu treści, badania nie wyczerpują tematu, jedynie go nakreślają.

Liderem polskojęzycznych tygodników dla młodzieży od dłuższego czasu jest *Bravo*, na drugim miejscu znajduje się *Bravo Girl*, kolejne zajmują dziś (stan w lutym 2013 roku) *Fun Club* i *Twist*. W poprzednich latach w rankingach znajdowało się też pismo *13 Magazyn Nastolatki* z liczbą 44782 sprzedanych egzemplarzy miesięcznie w 2012 roku. Sprzedaż czasopism młodzieżowych wciąż spada, ale taki spadek rejestrują wszystkie media papierowe, nie jest to typowe tylko dla czasopism przeznaczonych dla dzieci. Niemniej jednak wpływ mediów papierowych na tworzenie wzorców zachowań i wyglądu jest w Polsce wyraźny. Dzieci w wieku 12-15 lat są najczęstszymi czytelnikami wyżej

wymienionych tytułów, choć sięgają po nie również jedenasto-, czy szesnasto- i siedemnastolatki.

Tabela 1. Sprzedaż najpopularniejszych miesięczników dla młodzieży w Polsce

Tytuł czasopisma	ROK		
	luty 2011	luty 2012	luty 2013
	Sprzedaż ogółem (liczba egzemplarzy sprzedanych w miesiącu)		
<b>Bravo</b>	199083	179630	162830
<b>Bravo Girl</b>	87709	80916	79561
<b>Twist</b>	89974	80890	61132
<b>Fun Club</b>	81467	84712	54248

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy opracowanych i zamieszczonych przez portal Wirtualnemedi.pl na stronie: [www.wirtualnemedi.pl](http://www.wirtualnemedi.pl)

Tabela 2. Liczba nastolatków w Polsce (wg danych GUS z Narodowego Spisu Powszechnego) a liczba kupionych egzemplarzy 4 poczytnych czasopism dla młodzieży

Wiek w 2011 r.	Wiek w 2013 r.	Liczba polskich nastolatków z podziałem na wiek wg danych GUS	Liczba polskich nastolatków w wieku 12-15 lat, czyli najchętniej czytających 4 popularne miesięczniki		Liczba kupionych egzemplarzy 4 popularnych miesięczników	
			w 2011 r.	w 2013 r.	w 2011 r.	w 2013 r.
9 lat	11 lat	363960				
10 lat	<b>12 lat</b>	<b>374179</b>		<b>1 549 398</b>		<b>357 771</b>
11 lat	<b>13 lat</b>	<b>382 810</b>				
<b>12 lat</b>	<b>14 lat</b>	<b>389 178</b>				
<b>13 lat</b>	<b>15 lat</b>	<b>403 231</b>	<b>1 646 870</b>		<b>458 233</b>	
<b>14 lat</b>	16 lat	<b>422 419</b>				
<b>15 lat</b>	17 lat	<b>432 042</b>				
16 lat	-	456 625	-	-	-	-
17 lat	-	481 396	-	-	-	-

Z danych GUS pochodzących z Narodowego Spisu Powszechnego 2011 roku wynika, że mieliśmy wówczas w Polsce populację nastolatków (czyli osób w wieku 11-17 lat) w liczbie około 2 967 701 osób. Dwa lata później, czyli obecnie, można ten wynik podać, dodając ówczesnym dzieciom po dwa lata (jak to uczyniłam w tabeli): otrzymamy wynik to populacja 2 767 819 nastolatków, czyli osób w wieku 11-17 lat.

Sprzedaż czasopism w ciągu tych dwóch lat spadła, podobnie jak liczba nastolatków, zatem obliczenia mają jedynie charakter orientacyjny. Odejmując z ogólnej liczby dzieci

nastoletnich w wieku lat 11, które rzadziej sięgają po owe czasopisma oraz nastolatki najstarsze, w wieku 16 i 17 lat, otrzymamy liczbę 1 646 870 potencjalnych czytelników w 2011 roku oraz 1 549 398 w roku 2013.

Dodając liczby sprzedanych w miesiącu egzemplarzy najbardziej poczytnych czterech miesięczników, otrzymamy 458233 kupionych przez młodzież w 2011 roku i 357771 sztuk czasopism kupionych przez młodzież w 2013 r. Poniższa tabela zawiera prawdopodobne obliczenia – jaki procent nastolatków w wieku 12-15 lat (z deklaracji wynika, że są to najwierniejsi czytelnicy) kupuje (a więc i czyta) najbardziej popularne miesięczniki dla młodzieży obecne na polskim rynku.

Tabela 3. Procent młodzieży kupującej 4 najpoczytniejsze miesięczniki dla młodzieży

Liczba 12-15-latków		Liczba kupionych w miesiącu egzemplarzy 4 najpoczytniejszych miesięczników	% 12-15-latków kupujących te pisma
w 2011 r.	1 646 870	458 233	27,82
w 2013 r.	1 549 398	357 771	23,09

Z rachunku wynika zatem, że obecnie 23% młodzieży w wieku 12-15 lat to czytelnicy *Bravo*, *Bravo Girl*, *Twista* i *Fun Clubu*. Są to osoby, które kupują czasopismo. Z pewnością są i takie, które czytają je w czytelniach i pożyczają od kolegów, nie wspominając o materiałach dostępnych on-line i innych tytułach, można więc przypuszczać, że co najmniej co czwarty nastolatek w Polsce sięga obecnie po pismo, które zawiera treści pokrótce analizowane poniżej. Można z dużym prawdopodobieństwem przypuszczać, że owe miesięczniki docierają do szerokiej grupy docelowej, dla której są tworzone. Na rynku są też inne tytuły, mniej popularne, ale zawierające podobne treści, jak: *Dziewczyna*, *Popcorn*, *13 Magazyn Nastolatki*, również chętnie czytane przez dzieci w wieku szkolnym, a nie ujęte w powyższym zestawieniu.

Czasopismo *Bravo* ma swoją stronę on-line, można zatem przypuszczać, że posiada znacznie więcej odbiorców – nie wszyscy bowiem będą czytelnikami papierowej wersji, niektórzy zaś czytają obie. Studiując stronę internetową czasopisma można dowiedzieć się wiele na temat relacji, problemów i preferencji współczesnego polskiego nastolatka, można też z przykrością stwierdzić banalizowanie problemów młodych ludzi i zauważyć ich ogromną niewiedzę na temat własnego rozwoju psychicznego i fizycznego, a także ogromne braki w wiedzy dotyczącej seksualności człowieka.

Redaktorzy *Bravo* zadbali o dział SONDY, dzięki którym pozyskują wiele informacji na temat tego, co lubi, czego nie znosi, jakie ma poglądy i w jaki sposób funkcjonuje młody czytelnik ich czasopisma. W tematach dobrowolnie przez użytkowników zadawanych i wypełnianych sond znajdują się zagadnienia ze wszelakich dziedzin życia, od stylu ubierania, sympatii żywionej do medialnych idoli po tematy związane z seksem czy religią. Sondy nie są bardzo popularne, przeciętnie odpowiada na ich pytania około 50-60 użytkowników, ale samo sformułowanie pytania wiele mówi o młodych ludziach, którzy na stronie internetowej *Bravo* takie sondaże prowadzą, jednocześnie nie ma tam statystyk osób czytających, a nie udzielających się aktywnie.

Przykładowe pytania, które się tam pojawiają: Ile masz lat? (największa grupa czytelników internetowych sond to młodzież w wieku 9-13 lat), Czy kościół i homoseksualizm się wykluczają? (70,59% odpowiedzi TAK, 17,56% NIE, 11,76% nie wiem), Jak często jesz fastfoody?, Na jaką stronkę lookasz najczęściej?, Jaki masz procesor?, Co cię wkurza, nudzi, denerwuje?, Czy golicie uda? Niektóre z pytań z pewnością wywołują uśmiech na twarzy osoby dorosłej, są jednak istotne z punktu widzenia nastolatka.

W sondach znajdują się pytania ze wszystkich sfer życia, od planów na wakacje, długi weekend czy przyszłość, ulubiony smak soku, długość włosów, po uwagi na temat celebrytów i problemy społeczne. Do metodologii tych sond można mieć poważne zastrzeżenia, pełnią one jednak funkcje „społecznego dowodu słuszności” i nie są moderowane. W sytuacji, gdy pytanie brzmi: Z czym kojarzy Ci się wieś? odpowiedzi, których może udzielić czytelnik mieszczą się w kafeterii: z gnojem, z krowami i trzodą chlewną, z ładnym krajobrazem i czystym powietrzem, ze spokojem i ciszą, z wieśniakami i burakami. Wszystko to tworzą i czytają nasze nastolatki. Są też sondy tworzone przez redakcję: W jakie gry najbardziej lubisz grać? albo Czy jesteś zadowolona ze swojego obecnego stylu ubierania się?

Tematyka czasopism młodzieżowych jest wyjątkowo zawężona do tematów, takich jak: plotki o celebrytach, wygląd i relacje damsko-męskie, głównie zaś pozyskiwanie akceptacji wyglądu i rady dotyczące zdobywania podziwu płci przeciwnej w sferze seksualności. Same strony tytułowe przeznaczonego dla dziewcząt – nastolatek *Bravo Girl* ściśle określają profil gazety, tematyka artykułów związana jest najczęściej z wyglądem (koniecznie pociągającym seksualnie) i zachowaniami pozwalającymi uwieść płęć przeciwną. Oto kilka przykładów z ostatnich kilku lat, głównie tytułów zachęcających do kupienia określonego numeru (pochodzą głównie z okładek *Bravo*, *Bravo Girl* i *Twista*, czyli trzech najpopularniejszych czasopism dla nastolatków).

Tabela 4. Tematyka artykułów w najpopularniejszych miesięcznikach dla młodzieży

Tytuł i numer czasopisma	Temat artykułu
<i>Bravo</i> 10/2013	One Direction. Chłopaki z zespołu zdradzają, jak się całują!
<i>Bravo</i> 10/2013	Selena Gomez. Znaleźliśmy dla niej chłopaka!
<i>Bravo</i> 9/2013	„Top Model” Od zwykłej dziewczyny do piękności – metamorfozy uczestniczek show
<i>Bravo</i> 8/2013	„Top Model” Czy Ania z bliźną na twarzy może zostać modelką?
<i>Bravo</i> 5/2013	Rihanna i Chris Brown. Pięć dowodów na to, że ich związek znów źle się skończy
<i>Bravo</i> 3/2013	Ewa Farna. Czy zrzuca kilogramy dla chłopaka?
<i>Bravo</i> 3/2013	Przepis na imprezę. Jak przygotować karnawałową zabawę i... jak na niej flirtować!
<i>Bravo</i> 2/2013	Bruno Mars. Jak to się dzieje, że dziewczyny przy nim tańczą nago?

<i>Bravo Girl</i> 4/2013	Nogi do nieba? Możesz je mieć. Zobacz, jak to robią gwiazdy i poznaj triki ich stylistów!
<i>Bravo Girl</i> 2/2013	Słodki look na randkę: Fryzury plus zmysłowe perfumy
<i>Bravo Girl</i> 1/2013	Jak zostać królową imprezy! Gotowe sety na wielkie wyjście, najmodniejsze upięcia plus wskazówki jak flirtować!
<i>Bravo Girl</i> 11/2012	Jakich chłopaków przyciągasz?
<i>Bravo Girl</i> 8/2012	30 sposobów na sexy look! Najlepsze stylizacje na party, randki i koncerty
<i>Bravo Girl</i> 7/2012	Wielki horoskop miłosny na lato! Sprawdź swoje szanse na miłość i zobacz, co cię czeka w te wakacje!
<i>Bravo Girl</i> 4/2012	Chudnij w oczach! 5 kilo mniej od zaraz
<i>Bravo Girl</i> 3/2012	Wybierz chłopaka dla siebie
<i>Bravo Girl</i> 14/2011	Jak oczarować każdego chłopaka
<i>Bravo Girl</i> 13/2011	Za co faceci cię kochają?
<i>Bravo Girl</i> 12/2011	Tak się podrywa chłopaków!
<i>Bravo Girl</i> 6/2011	Teksty na podryw
<i>Bravo Girl</i> 1/2010	88 trików, by zafascynować jego sercem. Sprawdź, co zrobić, by wpaść mu w oko!
<i>Twist</i> 6/2013	Little Mix: Poznaj ich sposoby na odjechany look
<i>Twist on line</i> 2013	Seks i kłamstwa
<i>Twist on line</i> 2013	Seks: czy to normalne?
<i>Twist on line</i> 2013	Jeszcze bardziej sexy
<i>Twist on line</i> 2013	Odjechane urodowe triki
<i>Twist on line</i> 2013	Jak złowić wielką miłość. Wakacyjne patenty
<i>Twist on line</i> 2013	Czy zdradziłeś dziewczynę w wakacje?
<i>Twist on line</i> 2013	Faceci to moja pasja

Tematyka artykułów mówi sama za siebie. Ich zawartość niesie ze sobą treści, które trudno nazwać wychowawczymi.

Przerażająca jest również niewiedza, jaką ujawniają nastolatki na internetowych łamach czasopism. *Bravo* ma na stronie internetowej rubrykę, gdzie nastolatki dzielą się problemami. Można na przykład przeczytać taki wpis czytelniczki, trapiącej się konsekwencjami zabawy, w której uczestniczyła:

*Hej, w weekend byliśmy z moją drużyną harcerską na wyjeździe. Wieczorem spotkaliśmy się wszyscy w namiocie, bo padało i zastanawialiśmy się, czym moglibyśmy się zająć. Kolega zaproponował granie w butelkę. Szybko zabawa się rozkręciła i ktoś zaproponował słoneczko. Było 5 dziewczyn i 2 chłopaków. Leżeliśmy wszystkie na ziemi, a oni z nami współżyli, wiecie... W tym momencie wszedł druh Maciek i powiedział, że zadzwoni do naszych rodziców. Co mam powiedzieć rodzicom jak zadzwonią i mojemu chłopakowi, który siedział namiot obok? Wiem, że to głupie i mi wstyd. Łakotka, 2013-05-27 15:31*

(<http://www.bravo.pl/fanklub/nastolatki-i-ich-problemy/sloneczko/ids,1110/ida,1143444/>)

lub innej dziewczynki:

*Chłopak mi robił palcówkę, kilka minut wcześniej zadowolął się, ale chyba nie miał sper\*\* na palcu. Było to jak miałam dni płodne. Teraz spóźnia mi się okres ;D CZY JEST MOŻLIWOŚĆ, ZE JESTEM W CIAŻY?* martusia1534, 2013-04-13 10:09

(<http://www.bravo.pl/fanklub/nastolatki-i-ich-problemy/ciaza/ids,1110/ida,1138325/>)

Inna wypowiedź (chłopca) na temat antykoncepcji:

*Proszę o osoby, które nic nie wiedzą o nie wypowiedanie się ... W wieku 16-18 zawodność prezerwatywy wynosi 30% ... Co trzecia dziewczyna "wpada". Znam dziewczynę, która brała pigułki, a jej chłopak nałożył prezerwatywę i zaszła w ciążę. Natomiast pigułki działają rakotwórczo na szyjkę macicy oraz wyniszczają wątrobę.* Dusfi, 2012-07-12 13:36

Takie wpisy są, niestety, częste, ujawniając tym samym, jak ogromne luki w wiedzy z zakresu edukacji seksualnej mają czytelnicy pism, w których każdy niemal numer traktuje w ten czy inny sposób o seksie właśnie! Mimo ciągłego drażenia tematu współżycia seksualnego, młodzi ludzie nie mają elementarnej wiedzy na temat zagrożeń i konsekwencji wczesnej inicjacji seksualnej. Spływanie tematu związanego ze sferą intymną do uwodzenia, wyglądu, prowokowania kończy się równie płytkim jego pojmowaniem. Kolejnym przykładem jest wpis kilkunastoletniej dziewczyny:

*Zastanawiam się z chłopakiem czy nie zacząć uprawiać seksu, to będzie mój pierwszy raz. On twierdzi, że możemy kochać się bez prezerwatywy, ponieważ nie dopuści do wytrysku jak będzie 'we mnie' , jednak się boję.. czy to jest bezpieczne, czy mogę przez to zajść w ciążę..? Deluxe, 2011-09-22 23:54*

I odpowiedź życzliwej internetowej koleżanki, co prawda odległa w czasie, ale w tym samym wątku:

*Niczego się nie obawiaj, pierwsze 5 razy jest bezpieczne i nie występuje ryzyko zajścia w ciążę, ani zarażenia się chorobami wenerycznymi. Ponadto skuteczność prezerwatyw jest przereklamowana.* Agness96, 2012-02-01 16:47

Media zawłaszczają znaczącą przestrzeń życia nastolatków, ale też, trzeba stwierdzić, nie poddawane kontroli, oglupiają nasze dzieci. Trywializowane treści, które można znaleźć nie tylko na stronach internetowych, ale nawet w drukowanych wersjach czasopism dla dzieci i młodzieży często odpowiadają na zainteresowania młodych ludzi, ale przedstawiają świat w sposób niezwykle spłycony, banalny, schematyczny i brzydki po prostu, nasycony wczesną seksualnością bez głębszego zrozumienia tej sfery życia, bez podkreślania znaczenia wartości zawartych w relacjach międzyludzkich. Język, którym posługują się te media naśladuje wzorce języka młodzieżowego, by przypodobać się czytelnikom: „odjechany”, „look”, „seksy”, „podryw”, „impreza” to najczęściej pojawiające się słowa w tych publikacjach. Wyglądaj idealnie, podrywaj, zdobywaj, ciesz się seksem bez odpowiedzialności, to hasła, które przewodzą i nadają ton przekazom zawartym w najbardziej popularnych czasopismach dla nastolatków. Niebezpieczeństwa kryjące się za tymi transmisjami nie są przez dorosłych rozpoznawane, skoro tak wiele nastolatków to stali czytelnicy, którzy kupują papierową wersję pism. Pytani przeze mnie młodzi ludzie, czytający opisane miesięczniki zaprzeczyli, jakoby ich rodzice również czytali pisma i interesowali się ich zawartością, mimo iż często to oni właśnie kupują je na prośbę nastolatków. Nie jesteśmy dziś w stanie całkiem ograniczyć dzieciom dostępu do

trywialnych treści, którymi są zainteresowane, ale może warto okazać im więcej zainteresowania, filtrując te dane, które do nastolatków docierają i rozmawiając o ich wartości?

## **Bibliografia**

Bandura A.: *Teoria społecznego uczenia się*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007

Cialdini R.: *Wywieranie wpływu na ludzi*. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1996

Dick P. K.: *Simulakra*. Prószyński i S-ka. Warszawa 2002

Levinson P.: *Nowe nowe media*. WAM, Kraków 2010

Nowak L., Wieczorkowski R. i in.: *Ludność. Stan i struktura demograficzno-społeczna. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011*. Opracowanie: Główny Urząd Statystyczny, Departament Badań Demograficznych i Rynku Pracy, Departament Metodologii, Standardów i Rejestrów, Warszawa 2013. <http://www.stat.gov.pl>

Sosnowska J.: *Panny jak malowane*. „Wysokie Obcasy” 2013, nr 22 (729)

Wyniki projektu *Trendies: Świat polskich dzieci w wieku 3-16 lat*, prowadzone przez grupę badawczą IQS. <http://www.grupaiqs.pl/> [dostęp 12.06.2013]