



DZIECI I MŁODZIEŻ

W KOMERCYJNYM ŚWIECIE

Łukasz Komuda i Kamil Fejfer

Autorzy



Łukasz Komuda

Ekonomista, od dekady w sektorze pozarządowym. Na stałe związany z Fundacją Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, gdzie pełni stanowisko eksperta rynku pracy. Członek rady Fundacji Aktywizacja oraz rady eksperckiej Orange Digital Center. Regularnie współpracuje m.in. z agencją zatrudnienia Randstad, Komitetem Dialogu Społecznego Krajowej Izby Gospodarczej oraz Regionalnym Centrum Polityki Społecznej w Łodzi. Tłumacz z języka angielskiego – przełożył Paula Dembinskiego *Finanse po zawale. Od euforii finansowej do gospodarczego ładu* oraz Simony Beretty i Paula Dembinskiego *Kryzys ekonomiczny i kryzys wartości*. Współautor podcastu *Ekonomia i cała reszta*.



Kamil Fejfer

Dziennikarz piszący o ekonomii i gospodarce. Współtwórca podcastu i kanału na YouTube *Ekonomia i cała reszta*. Współpracuje z Newsweekiem, WP Opinie, Pismem, Miesięcznikiem Znak, Gazetą Wyborczą, Krytyką Polityczną, NOIZZ-em, Dwutygodnikiem. Autor książek *O kobiecie pracującej* oraz *Zawód*.

Spis treści

Przedmowa Konrada Ciesiołkiewicza	4
Wstęp	5
Dziecko jako pracownik	8
Dziecko jako konsument . Przypadek usług bankowych i używek	14
Konto bankowe	15
Wyroby tytoniowe	15
Napoje alkoholowe.....	18
Dziecko jako odbiorca treści	22
Czas spędzany w internecie	23
Wpływ czasu spędzonego przed ekranami na dzieci i młodzież	25
Media społecznościowe	26
Filmy	29
Gry wideo	31
<i>Trigger warning</i>	32
Dzieci i młodzież a reklama	37
Kariera influencera – młodzieńcze marzenia a rzeczywistość	40

Przedmowa

Jako Komitet Dialogu Społecznego Krajowej Izby Gospodarczej poprosiliśmy Łukasza Komudę oraz Kamila Fejfera o przygotowanie analizy uwzględniającej dzieci i młodzież w otoczeniu społeczno-ekonomicznym z kilku ważnych powodów:

- ❖ **Po pierwsze** dlatego, że jest to ogromna, 18-procentowa grupa społeczna, której głos i perspektywa nie są lub prawie nie są uwzględniane w dzisiejszym instytucjonalnym dialogu społecznym i obywatelskim. Warto wspomnieć, że ratyfikowana przez Polskę Konwencja o Prawach Dziecka wprowadza wymóg kierowania się dobrem najmłodszych jako zasadą naczelną. Zakazuje wszelkich form dyskryminacji, definiuje różne aspekty prawa do życia, przeżycia i rozwoju oraz nadaje prawo do bycia wysłuchanym jako warunku wzmocnienia podmiotowości dzieci. W swoich rekomendacjach Komitet Praw Dziecka ONZ wskazuje jednoznacznie potrzebę wysłuchania opinii najmłodszych na szczeblu lokalnym, krajowym i międzynarodowym w procesie stanowienia prawa, programów, usług i szkoleń, które dotyczą tej grupy społecznej.
- ❖ **Po drugie** – bardzo rzadko w debacie wokół praw człowieka i praw dziecka poruszana jest problematyka odnosząca się do ekonomicznych aspektów życia, takich jak funkcjonowanie młodych pokoleń w środowisku komercyjnym, sposób komunikowania się producentów i dostawców usług z najmłodszymi konsumentami i ich rodzicami, wpływ reklam na dzieci i wiele innych.
- ❖ **Po trzecie** – jesteśmy przekonani, że miarą jakości instytucji, społeczeństwa i systemu gospodarczego jest nasz stosunek do najbardziej wrażliwych i – w pewnym sensie – najbardziej bezbronnych grup społecznych.

Autorski raport Łukasza Komudy i Kamila Fejfera wypełnia wskazane braki i daje szansę na wartościową dyskusję o stanie realizacji praw dziecka i człowieka, uwzględniającą wyjątkowo ważny, ekonomiczny wymiar życia. Dzięki rekomendacjom opracowanie pozwala nie tylko na refleksję, ale także na wspólne poszukiwanie rozwiązań i udoskonalanie instytucjonalnego podejścia do najmłodszej grupy społecznej, liczącej 7 mln osób, co – z wielu powodów – leży w najlepiej pojętym interesie nas wszystkich. Ponieważ na różnych polach społecznego zaangażowania drogi autorów oraz kierowanej przeze mnie Fundacji Orange przecinają się, a także podobnie wierzymy w to, że prawa dzieci są powinnością i obowiązkiem dorosłych – państwa, jego instytucji, organizacji i nas wszystkich – społeczeństwa, zdecydowaliśmy, że chcemy w tej debacie publicznej uczestniczyć wspólnie.

Życzę dobrej lektury.

Konrad Ciesiołkiewicz

Przewodniczący Komitetu Dialogu Społecznego KIG
Prezes Fundacji Orange



Wstęp

Dorosłość czy dojrzałość rozpatrywać można z bardzo wielu perspektyw. Definiowane są takie pojęcia, jak dojrzałość płciowa, biologiczna, intelektualna, emocjonalna, moralna, duchowa, społeczna i wiele innych. Do tego dochodzi aspekt samostrzegania i recepcji ze strony otoczenia w kontekście dojrzałości czy autonomii ekonomicznej wraz z całym skomplikowanym gąszczem norm kulturowych, historycznych i współczesnych. Dlaczego osoby niedoroste, niedojrzałe (dla uproszczenia będziemy określać je jako „dzieci” lub „dzieci i młodzież”) traktowane są przez społeczeństwo inaczej niż jednostki, które uważamy za w pełni rozwinięte fizycznie i umysłowo? Zasadniczo można tu wskazać cztery przyczyny.

Po pierwsze: deficyt kompetencyjny. Zdolność rozumienia świata, dostrzegania zależności przyczynowo-skutkowych, odróżniania fikcji od faktów, kontroli nad emocjami czy w końcu zrozumienie dla norm porządkujących relacje społeczno-ekonomiczne – wszystkie te umiejętności każdy z nas pozyskiwał stopniowo w procesie dorastania. **Bez pełnego ich wykształcenia dziecko wystawione jest na różnego rodzaju ryzyko, z którym osoba dorosła potrafi sobie poradzić.** Dlatego ograniczamy autonomię dziecka, a kontrolę nad nim przekazujemy opiekunom (zwykle rodzicom), których czynimy odpowiedzialnymi za bezpieczeństwo i dobrostan podopiecznych.

Po drugie: deficyt odporności i rezyliencji. Organizm i psychika dziecka są wrażliwsze, bardziej delikatne niż osoby dorosłej – łatwiej narazić je na szwank. Pośród obrazów, treści, rozrywek, używek, leków, kosmetyków, wyrobów spożywczych oraz wszelkich innych produktów i usług występują takie, z którymi kontakt może stanowić ryzyko dla zdrowia i prawidłowego rozwoju dzieci, mimo że nie są one groźne dla dorosłych albo również dla nich są niebezpieczne, ale akceptujemy autonomię przedstawicieli tej grupy społecznej w sferze korzystania z takich produktów czy usług.

Po trzecie: zagrożenie dla innych. Działania dziecka mogą prowadzić do krzywdy innych osób.

W związku z tym, że najmłodszy mają ograniczoną świadomość ryzyka oraz konsekwencji nieszczęśliwego zdarzenia, wprowadzamy dla nich np. wymóg minimalnego wieku do uzyskania pozwolenia na prowadzenie pojazdów mechanicznych czy posiadanie broni palnej. W ten sposób chronimy potencjalne ofiary, ale równocześnie wykazujemy troskę o dzieci, dla których sprawstwo w przypadku negatywnych konsekwencji ich czynów może prowadzić do urazu psychicznego.

I wreszcie po czwarte: kultura. Ze względu na biologię naszego gatunku dzieci w ludzkich społecznościach traktowane były zawsze inaczej niż dorośli. Przez kilka pierwszych lat życia nie są one w stanie przetrwać samodzielnie i zaspokoić nawet swoich elementarnych potrzeb. **Kultura** (tradycje, religie, porządek regulacyjny i polityka) – często bez bezpośredniego odniesienia do bezpieczeństwa czy dobrostanu najmłodszych – pośród wszelkich innych norm społecznych **określa również prawa i obowiązki, jakie przynależą jednostce po pokonaniu kolejnych granic wieku.** A ponieważ kultura stale ewoluje i ma w sobie wiele mechanizmów działających wedle różnych logik, w każdej społeczności pojawia się odmienny zestaw reguł. We współczesnym świecie – nawet w sferze obowiązującego prawa – widoczne są zatem różnice nie tylko pomiędzy krajami, ale i regionami.

Dobrze ilustruje to pojęcie „pełnoletniość”, które oznacza zakończenie obowiązku opieki rodziców lub innych opiekunów prawnych oraz ich kontroli nad młodym człowiekiem, a także uzyskanie przez niego zdolności do czynności prawnych (np. zawierania umów). W większości krajów pełnoletniość zyskuje się po ukończeniu 18 lat, ale znaleźć można przykłady państw, w których ten próg ustanowiono na 15. (Iran, Indonezja), 16., 17., 19., 20. lub nawet 21. (Singapur, Madagaskar) roku życia.



Różnice mogą pojawiać się nawet wewnątrz jednego kraju, np. wiek pełnoletniości w Szkocji (16 lat) jest inny niż w pozostałych częściach Wielkiej Brytanii (18 lat). Po- między poszczególnymi prowincjami i terytoriami kanadyjskimi również występują w tym zakresie różnice (18 lub 19 lat). Podobna sytuacja ma miejsce w Stanach Zjed- noczonych, gdzie wyjątkami od reguły 18 lat są Alabama i Nebraska (19 lat) oraz Missisipi i Portoryko (21 lat).

To nie koniec komplikacji. Wiek pełnoletniości nie musi pokrywać się z minimalnym wiekiem upraw- niającym do zawarcia małżeństwa bez zgody rodziców czy sądu, zakupu używek, posiadania prawa jazdy, głosowania lub kandydowania w wyborach. Od wieku pełnoletniości może również odbiegać minimalny wiek, przy którym sprawca sądzony jest za popełnione przestępstwo jak osoba dorosła albo przy którym obywatele zaczynają podlegać regulacjom dotyczącym służby wojskowej. Kolej- na granica to wiek przyzwolenia, od którego uznaje się, że młoda osoba może już świadomie za- decydować o podjęciu czynności seksualnych.

W Polsce:

- ❖ wiek przyzwolenia to 15 lat;
- ❖ kobieta za zgodą sądu rodzinnego może zawrzeć małżeństwo po ukończeniu 16 lat (zyskuje wtedy trwale status osoby pełnoletniej);
- ❖ odpowiedzialność karna za popełnienie przestępstwa pojawia się w wieku 17 lat;
- ❖ prawo jazdy kategorii D, uprawniające do prowadzenia m.in. autobusu, można zdobyć dopiero po ukończeniu 24 lat;
- ❖ swoją kandydaturę na urząd wójta można wystawić po ukończeniu 25 lat, a na urząd prezyden- ta RP – 35 lat.

Niniejsze opracowanie nie jest jednak analizą stanu prawnego w kontekście limitów wiekowych dla różnych aspektów prawa konstytucyjnego, cywilnego, karnego, rodzinnego i opiekuńczego, pracy, administracyjnego, finansowego czy gospodarczego. **Autorzy starają się raczej skupić na kilku wybranych obszarach polskiego życia społeczno-ekonomicznego, opisać praktykę trakto- wania tam osób niepełnoletnich (m.in. skuteczność obowiązujących regulacji), postawić hi- potezy w zakresie przyczyn stojących za taką praktyką i – jeśli to potrzebne – rekomendować możliwe kierunki zmian.**

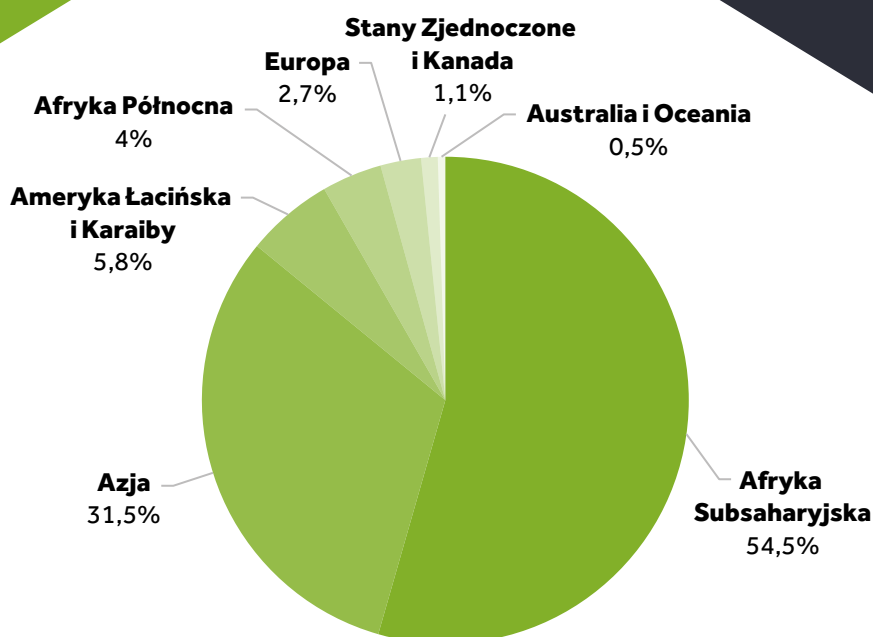
Jeśli nie zostanie to opisane inaczej, w dalszej części tekstu za dorosłego będzie uważana osoba, która ukończyła 18 lat. Tu warto jednak zauważyć, że niezależnie od tego, gdzie ustanowiono by taką cezurę, dorośli nie są grupą w pełni odporną na manipulację i wpływy otoczenia, nie zawsze dostrze- gają własny krótko- i długoterminowy interes, a więc nie zawsze też są racjonalni i samosterowni. Jesteśmy także niezwykle zróżnicowani, jeśli chodzi o wrażliwość na czynniki otoczenia, a przekro- czenie granicy dojrzałości nie tylko nie znaczy końca problemów, np. z alergiami czy fobiami, ale cza- sem właśnie początek. Konkludując, jesteśmy bardzo złożonymi istotami, których cechy prawie nigdy nie mają charakteru zero-jedynkowego i stałego – zmieniamy się przed i po osiągnięciu dojrzałości.



Dziecko jako pracownik

→ Konwencję Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP, agencji ONZ) nr 138 dotyczącą najniższego wieku dopuszczenia do zatrudnienia Polska ratyfikowała 22 marca 1978 roku, a wraz z nią 175 innych krajów (w 2022 roku do tego grona dołączyły Bangladesz i Liberia). Sygnatariusze zobowiązali się do całkowitego wyrugowania pracy zarobkowej dzieci do 10. roku życia, a w przypadku 11- do 14-latków zezwolenia jedynie na pracę lekką – nieszkodliwą dla zdrowia oraz rozwoju fizycznego i umysłowego, która ponadto nie zakłóca procesu edukacji szkolnej. Młodzież od 15. do 17. roku życia na mocy tej konwencji chroniona jest przed pracą w warunkach zagrażających zdrowiu i życiu, np. ze względu na ryzyko wypadku lub trudne warunki. Według statystyk prezentowanych przez MOP na świecie pracuje około 160 mln dzieci od 5. do 17. roku życia (z czego połowa w trudnych warunkach), a jeśli uwzględnimy pracę lekką, liczba ta wzrasta do 222 mln (13,3% populacji we wspomnianym przedziale 5–17 lat), z czego dwie trzecie znajduje zatrudnienie w rolnictwie, jednak czwarta – w usługach i jedna dziesiąta – w sektorze wytwórczym.

Według estymacji MOP w 2020 roku na naszym kontynencie pracowało 5,7 mln ludzi w wieku od 5 do 17 lat (5,5% populacji), wliczając prace lekkie. Oznacza to, że niespełna 3% pracujących dzieci z całego świata mieszka w Europie. Dwie trzecie tej grupy przypadało na Europę Wschodnią, czyli kraje byłego bloku wschodniego, w tym Polskę. Organizacja oszacowała, że w tym regionie zatrudnienie podjęło 1,7 mln obywateli w wieku 5–11 lat (7,3% ich populacji), 1,1 mln w wieku 12–14 lat (11,7%) i 0,8 mln w wieku 15–17 lat (9%). Dominowało zatrudnienie w sektorze usługowym (45%) oraz rolnictwie (42%), a na sektor wytwórczy przypadało 12% pracujących dzieci. Trzeba jednak zauważyć, że działalność zarobkowa najmłodszych jest zjawiskiem znaczącym w krajach mniej rozwiniętych od Polski oraz o większych nierównościach w zamożności pomiędzy mieszkańcami wsi i metropolii, np. Rosji, Białorusi, Ukrainie (600 tys. pracujących dzieci), Mołdawii, Bułgarii i Rumunii. **W zamożnych krajach Europy Wschodniej, do których zaliczają się m.in. Polska, Czechy, Słowacja i Słowenia, praca zarobkowa nieletnich jest zjawiskiem podobnie marginalnym jak w krajach Europy Zachodniej.** Z tego względu dla większości krajów rozwiniętych – w tym Polski – brakuje rzetelnych i aktualnych analiz zgłębiających temat pracy obywateli do 14. roku życia.



STRUKTURA GEOGRAFICZNA PRACUJĄCYCH DZIECI (5-17 LAT) W PODZIALE NA WYBRANE REGIONY GŁOBU (W %)

Źródło: opracowanie Łukasza Komudy na podstawie danych MOP

Z punktu widzenia państwa oraz rodziców podstawowym obowiązkiem dzieci jest nauka. Artykuł 35 ust. 2 ustawy Prawo oświatowe brzmi: „Obowiązek szkolny dziecka rozpoczyna się z początkiem roku szkolnego w roku kalendarzowym, w którym dziecko kończy 7 lat, oraz trwa do ukończenia szkoły podstawowej, nie dłużej jednak niż do ukończenia 18. roku życia”, ale ust. 1 mówi o obowiązku nauki do ukończenia 18. roku życia. Mówimy więc o dwóch obowiązkach: szkolnym (podjęcia próby ukończenia szkoły podstawowej) oraz nauki (do 18. roku życia). W połowie 2022 roku obowiązek szkolny realizowało 99,9% objętych nim dzieci, czyli poza nim znajdowało się 3,8 tys. dziewczynek i chłopców (dane → Systemu Informacji Oświatowej). Większość tej grupy stanowiły dzieci, które wraz z rodzicami zmieniły miejsce zamieszkania (zazwyczaj chodzi tu o emigrację), a dotychczasowe placówki edukacyjne nie zostały o tym fakcie poinformowane.

Według Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) w roku szkolnym 2021/2022 w systemie szkolnym kształciło się 96,9% wszystkich dzieci od 7. do 17. roku życia, czyli 4,2 mln. Nie oznacza to, że 132 tys. dzieci nie wykonywało wspomnianych obowiązków. Częściowo nieścisłości wynikają z błędów statystycznego: liczbę mieszkańców, a więc i dzieci, poznajemy co dekadę w wyniku spisu powszechnego (który sam nie jest przecież doskonały), a następnie jest ona estymowana dla kolejnych lat. Są także inne przyczyny rozbieżności, np. część najmłodszych dotknięta jest bardzo poważnymi i długotrwałymi chorobami, urazami i niepełnosprawnościami okresowo lub trwale uniemożliwiającymi naukę. Tysiące dzieci w wieku 7 lat uczęszcza nadal do przedszkola, tysiące

kształcone są w domach (zazwyczaj przez rodziców). Mamy ponadto kilka tysięcy niepełnoletnich studentów uczelni wyższych – ich również nie znajdziemy w edukacyjnych placówkach dla dzieci i młodzieży. Są jednak w tej grupie i takie osoby, które nie wypełniają obowiązku nauki, mimo że ich prawnych opiekunów może z tego powodu czekać dotkliwa kara finansowa. Do tego dochodzą dziesiątki tysięcy uczniów, którzy w szkołach nie pojawiają się miesiącami, a nawet latami. Zapewne część z nich pracuje zarobkowo, choć z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że jest to mniejszość. Niejednorodność i szczególne cechy tej grupy sprawiają, że uchwycenie jej w jakichkolwiek badaniach, np. dotyczących aktywności ekonomicznej, jest niezwykle trudne.

Jeśli chodzi o większość, czyli dzieci kształcące się w systemie edukacyjnym, to bardzo niewielka ich część podejmuje zajęcia zarobkowe. **Biorąc pod uwagę przeładowanie programów szkolnych, ilość czasu poświęcanego na naukę i odrabianie lekcji, oraz – w przypadku niektórych uczniów – godziny spędzane w drodze do i ze szkoły, dodatkowe zajęcia sportowe, edukacyjne i hobbystyczne, najmłodszy obywatel mają nieduże pole manewru, jeśli chcą dodatkowo pracować.** Nie zawsze takiej aktywności muszą też sprzyjać rodzice. Łączenie nauki i pracy występuje częściej dopiero na etapie kształcenia wyższego – a i tam nie pojawia się zbyt często. Według →Polskiego Instytutu Ekonomicznego w 2021 roku pracowało jedynie 27% studentów studiów licencyjnych i inżynierskich oraz 39% – magisterskich.

W III kwartale 2022 roku w →Badaniu Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL), czyli najważniejszym źródle informacji o polskim rynku pracy, GUS doliczył się 18 tys. pracujących w wieku 15–17 lat (BAEL nie docieka sytuacji osób młodszych). A to oznacza, że w tej grupie wiekowej 1,7% młodych ludzi przepracowało w tygodniu poprzedzającym badanie przynajmniej jedną godzinę (tak w uproszczeniu brzmi definicja osoby pracującej według BAEL). W tej grupie trzy czwarte stanowili chłopcy, podobna część przypadała na mieszkańców wsi, a 16 tys. pracowało w niepełnym wymiarze czasu pracy.



Praca nieletnich w Polsce jest uregulowana szczegółowo, ale w skomplikowany sposób. Formalnie Kodeks pracy wyklucza zatrudnianie osób poniżej 15. roku życia oraz takich, które nie skończyły jeszcze szkoły podstawowej, ale od tej reguły są wyjątki, np. pracę może podjąć 14-latek, jeżeli ukończył taką szkołę, albo w sytuacji, gdy zatrudnienie wiąże się z przygotowaniem zawodowym. Jeśli zatrudnianie młodego człowieka w wieku od 15. do 18. roku życia nie wiąże się z przygotowaniem zawodowym, to może on wykonywać jedynie pracę lekką (patrz → konwencja MOP nr 138) i nawet jeśli akurat nie ma zajęć szkolnych (np. w trakcie ferii czy wakacji), to czas pracy nie może w jego przypadku przekraczać 7 godzin dziennie i 35 godzin w tygodniu.

Jednocześnie jednak umowę cywilno-prawną – za zgodą przedstawiciela ustawowego lub opiekuna (np. jednego z rodziców) – można podpisać już z 13-latkami. Oczywiście, relacja z pracodawcą nie może przypominać stosunku pracy, bo wtedy konieczne byłoby zastosowanie przepisów Kodeksu. Szczególny przypadek stanowi artykuł 304⁵ Kodeksu pracy, który dopuszcza wykonywanie pracy „lub innych zajęć zarobkowych” przez dziecko do ukończenia 16. roku życia na rzecz podmiotu prowadzącego działalność kulturalną, artystyczną, sportową lub reklamową (wymagana jest zgoda przedstawiciela ustawowego lub opiekuna tego dziecka, a także zezwolenie właściwego inspektora pracy). Kodeks pracy oraz stosowne rozporządzenia Rady Ministrów tworzą zaś ramy dla przygotowania zawodowego (nauki zawodu lub przyuczenia do wykonywania określonej pracy).

Większość płatnych zajęć, jakie wykonują nieletni Polacy, jest nierejestrowana. Formalizacji nie szukają ani pracujący nieletni (licząc na łatwiejsze otrzymanie zajęcia i więcej pieniędzy na rękę), ani pracodawcy czy zleceniodawcy (unikając formalności i często nie znając stosownych przepisów). Zazwyczaj płatne zajęcia wykonywane jest przez krótki czas i wiąże się ze skromnym wynagrodzeniem, co dodatkowo zniechęca obie strony do formalności.



Za pierwsze kroki w pozyskiwaniu kompetencji zawodowych (np. samodzielności, odpowiedzialności, samodyscypliny) można uznać wykonywanie przez dzieci obowiązków domowych oraz pomaganie rodzicom. Według → badania Zymetrii wykonanego w 2018 roku dla firmy Indesit 12% rodziców w naszym kraju deklaruje, że ich dzieci wykonują takie obowiązki zawsze (codziennie), 55% – że czasami, 18% – że rzadko, a jedynie 4% zgłaszało, że nigdy nie obarcza potomstwa tego typu zadaniami (11% zgłaszało, że ich dzieci są zbyt małe, by angażować je w ten sposób). **Pomaganie rodzicom może jednak wykroczyć poza sferę prac domowych, czyli np. sprzątanie, przygotowywanie posiłków, opiekę nad rodzeństwem.** Według ostatniego → spisu rolnego w 2020 roku w Polsce funkcjonowało 1,3 mln indywidualnych gospodarstw rolnych. **W rolnictwie tradycyjnie dzieci i młodzież pomagają rodzicom, wykonując część prac związanych z uprawą ziemi czy hodowlą zwierząt.** Oczywiście także poza rolnictwem najmłodszym w rodzinach zleca się niekiedy drobne prace ogrodnicze, karmienie przydomowych zwierząt albo czynności konserwacyjne (np. malowanie ogrodzenia wokół domu lub działki rekreacyjnej). **Taka pomoc zdarza się także wtedy, gdy rodzice prowadzą własny sklep, mały zakład usługowy czy nawet produkcyjny.**

Zjawisko to trudno jest badać, ponieważ aktywności nieletnich pod okiem rodziców zazwyczaj nie są uznawane za pracę, a ilość czasu poświęcona takim zajęciom przeważnie nie jest znacząca. W BAEL jeszcze dekadę temu szacowano liczbę „pomagających bezpłatnie członków rodzin” na 60–70 tys. osób w wieku od 20 do 24 lat i około 20 tys. w wieku od 15 do 19 lat. W III kwartale 2022 roku ta pierwsza liczba skurczyła się do 23 tys., a druga była tak mała, że ze względu na skalę błędu statystycznego GUS jej nie podał.

Natomiast liczba nieletnich odbywających praktyki zawodowe może być liczona w setkach tysięcy rocznie. **Do szkół ponadpodstawowych dla dzieci i młodzieży w roku szkolnym → 2021/2022 uczęszczało ponad 1,5 mln chłopców i dziewcząt,** z czego 43,7% do techników i ogólnokształcących szkół artystycznych dających uprawnienia zawodowe, 41,9% do liceów ogólnokształcących, 13,5% do szkół branżowych I i II stopnia, a 0,8% do szkół specjalnych przysposabiających do pracy. Praktyki zawodowe pojawiają się w programach większości szkół ponadpodstawowych – z wyjątkiem liceów ogólnokształcących, choć i tym placówkom zdarza się nawiązywać współpracę z lokalnymi urzędami pracy, by takie praktyki zorganizować. Ze względu na różnorodność kierunków kształcenia i dostępność miejsc odbywania praktyk ich formuła może być bardzo zróżnicowana. Zazwyczaj trwają kilka–kilkanaście dni i uczniowie nie uzyskują za nie wynagrodzenia.

Chociaż można znaleźć przykłady praktyk zawodowych bardzo wartościowych i docenianych przez praktykantów, to użyteczność większości z nich pozostawia wiele do życzenia. Lepiej w oczach młodzieży wypadają staże zawodowe, które odróżniają się od praktyk przede wszystkim tym, że stażysta otrzymuje konkretne obowiązki i zadania, zazwyczaj jest wynagradzany, a czas trwania to nie dni lub tygodnie, ale co najmniej trzy miesiące. Oczywiście staże i praktyki można też odbywać poza systemem edukacji, np. zgłaszając się bezpośrednio do pracodawców, w ramach działań realizowanych przez urzędy pracy albo oferując zaangażowanie wolontariackie w organizacji pozarządowej.

PODSUMOWANIE I REKOMENDACJE

- ❖ W Polsce dzieci pracują zarobkowo bardzo rzadko, zwykle dorywczo, czasem sezonowo. Często motywacją jest spełnienie marzenia o zakupie elektronicznego gadżetu, gry wideo, markowej odzieży, instrumentu muzycznego czy o wyjeździe na wakacje albo po prostu potrzeba pozyskania środków finansowych, które można wydać według własnego uznania.
-
- ❖ Absolutna większość dzieci wykonuje obowiązek szkolny i obowiązek nauczania. Na bazie dostępnych źródeł (np. raportów NIK) trudno doszukać się narastającego problemu z niewypełnianiem tych nakazów. Zapewne można zwiększyć sprawność instytucji publicznych w odnotowywaniu wszystkich takich przypadków i interweniowaniu możliwie jak najszybciej, ale w sytuacjach, gdy wynikają one z wieloczynnikowych, nakładających się na siebie problemów społecznych nawet najskuteczniejsze systemy nie dadzą 100-procentowej skuteczności.
-
- ❖ Pomijając nieletnich, którzy np. po ukończeniu szkoły branżowej praktykują w zakładzie pracy, większość pracujących dzieci podejmuje zajęcia zarobkowe, jednocześnie uczęszczając do szkoły. To oznacza, że ich praca wykonywana jest w silnie limitowanym zakresie godzinowym w tygodniu i/lub weekendy, w wakacje i ferie zimowe, a tylko niezwykle rzadko – jednocześnie regularnie i w większym zakresie godzin tygodniowo. Dominują zajęcia dorywcze, jak wyprowadzanie psów, udzielanie korepetycji, robienie sprawunków, a w mniejszym stopniu sezonowe, np. zrywanie owoców, zbieranie grzybów i owoców runa leśnego. Ze względu na motywację podejmowania takich czynności oraz ich specyficzny wymiar godzinowy, młodzi ludzie zazwyczaj pracują na czarno. Osoba niepełnoletnia do podpisania nawet umowy cywilnoprawnej potrzebuje zgody opiekuna prawnego, a dodatkowo dochodzi kwestia formalnego odnotowywania godzin pracy i płacenia składek (w przypadku umowy zlecenia). Poza tym, choć takich dochód nie jest opodatkowany, to musi zostać uwzględniony w PIT opiekunów prawnych. Przy niewielkiej liczbie godzin pracy i niewielkim wynagrodzeniu formalizacji nie sprzyjają także ci, którzy dają młodym ludziom płatne zajęcie, szczególnie że często nie znają przepisów regulujących tę sferę.
-
- ❖ Nie wydaje się, by praca dzieci wymagała dodatkowych regulacji. Trudno także uzasadnić potrzebę czujniejszego nadzorowania tego, czy przepisy są w tym zakresie przestrzegane. Rzadkość zjawiska pracy najmłodszych, specyfika jej wykonywania oraz fakt, że ani ich pracodawcy/zleceniodawcy, ani oni sami nie są zainteresowani formalizacją takiej relacji, nigdy nie będą sprzyjać ograniczaniu szarej strefy.
-
- ❖ Szczególnej opieki wymagają niepełnoletni, którzy pracują regularnie w dużym wymiarze godzin w tygodniu – tu ryzyka, jakie przynosi nieuregulowanie takiego zatrudnienia umową, są dla młodego człowieka znaczące. Zjawisko to ma jednak charakter marginalny – w raportach Głównego Inspektora Pracy łamanie przepisów dotyczących pracy osób niepełnoletnich nie jest osobno raportowane ze względu na to, jak rzadko inspektorzy się z nim stykają. Pomimo to można byłoby postulować szczególnie surowe traktowanie pracodawców, którzy łamią prawo w przypadku zatrudniania właśnie młodzieży.

Dziecko jako konsument

PRZYPADEK USŁUG BANKOWYCH I UŻYWEK

Dzieci do ukończenia 13. roku życia nie mają zdolności do czynności prawnych, a po przekroczeniu tego wieku do pełnoletniości ich zdolność w tym zakresie jest ograniczona. Przedstawiciele pierwszej grupy nie mogą skutecznie zawrzeć jakiegokolwiek umowy, zaciągać zobowiązań ani nabywać praw, o czym mówi → punkt 1 artykuł 14 Kodeksu cywilnego. W przypadku drugiej grupy nabywanie praw i zawieranie umów jest możliwe, ale za zgodą opiekuna prawnego.

Nie znaczy to jednak, że 8- czy 12-latek nie może zrobić zakupów w sklepie, a 14-latek ma prawo nabywać towary tylko za zgodą rodziców. → Punkt 2 przywołanego artykułu dopuszcza wyjątek, jeśli chodzi o transakcje o niewielkiej wartości w ramach umów powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego. Czyli dziecko może zrobić dla rodziców sprawunki. Prawo nie precyzuje, ile pieniędzy może wydać i na jakie produkty. Pozostawia decyzję sprzedawcom i normom życia społecznego. Przykładowo: jeśli maluch kupuje paczkę czipsów, to trudno oczekiwać od ekspedienta, by uniemożliwił ten zakup, ale już wydanie 500 zł na 100 paczek tych samych czipsów spotka się prawdopodobnie ze sprzeciwem sprzedawcy, podobnie jak np. zakup elektronicznego gadżetu za kilkaset złotych. Prawo nie stawia tu konkretnych granic – i słusznie, bo rzeczywistość zmienia się szybko, więc nadmierne uszczegółowienie przepisów prawdopodobnie przyniosłoby więcej szkody niż pożytku. Prawodawcy liczą na zdrowy rozsądek i odpowiedzialność uczestników życia społecznego. Sprzedawca, dokonując transakcji z osobą niepełnoletnią, powinien mieć świadomość, że w sklepie może pojawić się rodzic z produktem (niekoniecznie w stanie idealnym), żądając zwrotu pieniędzy. W razie sporu sądowego im większa kwota zakupu, tym większe szanse, że sąd przyzna rację rodzicowi.

Warto na koniec zwrócić uwagę, że za zgodą prawnych opiekunów dziecko 13-letnie i starsze może dokonywać większych transakcji zakupu i sprzedaży. Jeśli rodzice oddali takiemu młodemu człowiekowi do użytku np. komputer czy samochód, to może on te przedmioty sprzedać. Taka zgoda sprawia, że umowa nabycia samochodu przez 13-latkę również będzie ważna.



Konto bankowe

Rodzice (opiekunowie prawni) zakładają rachunki niepełnoletnim dzieciom z kilku powodów. Chcą nauczyć je korzystania z podstawowych funkcji systemu bankowego (m.in. płatności bezgotówkowych, zakładania lokat), bardziej świadomego panowania nad własnym budżetem i oszczędzania.

W ofertach polskich banków znajdziemy konta, które można założyć nawet dla niemowlęcia. W praktyce są to subkonta rodzica, nad którymi ma on całkowitą kontrolę. Inaczej mówiąc: jeśli dziecko ma poniżej 13 lat, to nie może mieć rachunku w innym banku niż rodzic. Nie uzyska też karty płatniczej, ale to mała przeszkoda, gdyż płatności będzie mogło dokonywać telefoniem przez aplikację bankową. Rodzic może skonfigurować ustawienia tak, by zatwierdzać wszystkie transakcje dziecka lub tylko te, które przekroczyły określony limit. Może również zdecydować, jakie funkcje (w aplikacji czy obsłudze online) będą dla jego córki lub syna dostępne, a jakie nie.

Po 13. urodzinach pojawia się możliwość założenia dziecku rachunku w innym banku niż ten, który obsługuje konto rodzica. Oczywiście opiekun prawny musi wyrazić zgodę na otwarcie takiego rachunku i uzyskuje nad nim ograniczoną kontrolę: to on ustala limity transakcji i ma stały wgląd w historię rachunku. Dodatkowo, osoba niepełnoletnia nie może bez zgody rodzica zaciągnąć zobowiązań, np. wziąć pożyczki czy kredytu.

Wyroby tytoniowe

Na przełomie lat 2019 i 2020 Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego – Państwowy Zakład Higieny przeprowadził badanie → PolNicoYouth na reprezentatywnej próbie 16,7 tys. uczniów szkół ponadpodstawowych. Jest to najsolidniejsza i jedna z największych oraz najbardziej aktualnych analiz popularności i form spożywania tytoniu przez niepełnoletnich Polaków. Aż 62,1% uczestniczących w badaniu uczniów szkół ponadpodstawowych deklarowało, że pierwszy kontakt z wyrobami tytoniowymi ma już za sobą. W tej grupie dla co najmniej 89,5% nastąpiło to przed ukończeniem 18. roku życia, co stanowiło 55,6% ogółu badanych, ponieważ 0,9% respondentów odmówiło odpowiedzi, a 8% nie potrafiło wskazać, kiedy ten kontakt miał miejsce. Pierwsze eksperymenty z nikotyną jeszcze przed ukończeniem 7. roku życia deklarowało 1,8% całej próby badawczej, dla 5,5% respondentów inicjacja nastąpiła w wieku 7–10 lat, dla 7,4% – w wieku 11–12 lat, dla 19,4% – w wieku 13–14 lat, dla 21,5% – w wieku 15–17 lat. **Średni wiek wynosił więc około 13,8 lat.**

Pytania w ankiecie dotyczyły również rodzajów papierosów i z odpowiedzi respondentów wynika, że 50,2% badanych miała za sobą przynajmniej jednego wypalonego papierosa tradycyjnego, 50,1% – papierosa elektronicznego innego niż marki Juul, a 12,8% – produkt tej właśnie marki, 25,3% próbowało już papierosów skręcanych ręcznie, 22,6% – tabaki, 17,7% – cygaretek, cygar lub fajki, 16,9% – fajki wodnej, 12,5% – papierosów podgrzewanych (np. Glo, Iqos). Codziennie papierosy (zwykłe lub skręcane) paliło 9,2% ogółu badanych, w ostatnich 30 dniach – 26,2% respondentów.

Dla e-papierosów odsetki te były wyższe: odpowiednio 10,6% i 29,5%. E-papierosy wyprzedziły więc te tradycyjne. Dodatkowo, 4,2% ogółu badanych przynajmniej raz użyło e-papierosów do zażywania środków psychoaktywnych – głównie metamfetaminy, mefedronu, kokainy, kanabinoidów i heroiny.

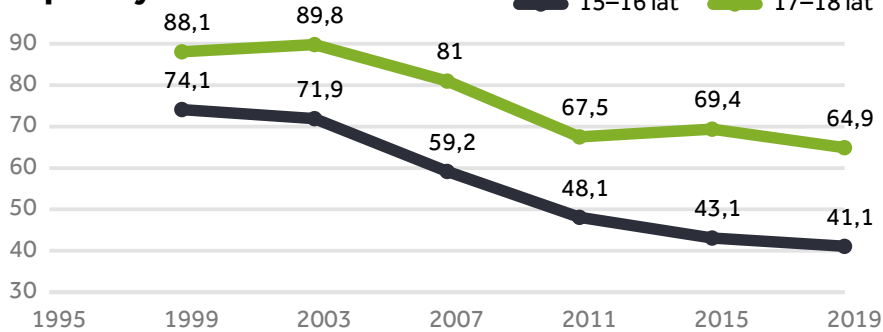
Pewnym pocieszeniem może być to, że **wyniki → Europejskiego Programu Badań Ankiety w Szkołach na temat Alkoholu i Narkotyków** (European School Survey Project on Alcohol and Drugs, ESPAD) **pokazują spadek popularności tradycyjnego palenia wśród młodzieży**. Badanie powtarzane jest co cztery lata i między 2003 a 2019 rokiem odsetek 15–16-latków, którzy nie wypalili ani jednego papierosa, zwiększył się z 33,3% do 50,1%, a 17–18-latków – z 22,7% do 34,5%. Odsetek 15–16-latków, którzy nie palili w ciągu ostatnich 30 dni, wzrósł z 67,9% do 77%, natomiast 17–18-latków – z 55,7% do 64,5%. W każdej ze statystyk nieco gorzej wypadają dziewczęta – paliły częściej niż chłopcy. O e-papierosy badacze zapytali dopiero w ostatniej edycji, stąd wiadomo jedynie, że w 2019 roku 56,3% 15–16-latków próbowało ich przynajmniej raz, a 30,3% korzystało z nich w ostatnich 30 dniach. W grupie 17–18-latków wskaźniki te wyniosły odpowiednio 64,8% i 36,5%. Tu z kolei widoczna była niewielka przewaga chłopców.

Sprzedaż wyrobów tytoniowych osobom poniżej 18. roku życia jest zakazana we wszelkiej postaci – mówi o tym → Ustawa o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych z 9 listopada 1995 roku. → Nowelizacja z 8 września 2016 roku dodała regulacje dotyczące e-papierosów: osobom poniżej 18. roku życia nie można sprzedawać także e-papierosów (urządzeń) oraz wkładów czy płynów (liquidów) do nich. Zakazano także oferowania tych produktów na odległość (m.in. za pośrednictwem internetu) – wcześniej obostrzenie to dotyczyło bardziej tradycyjnych wyrobów tytoniowych.

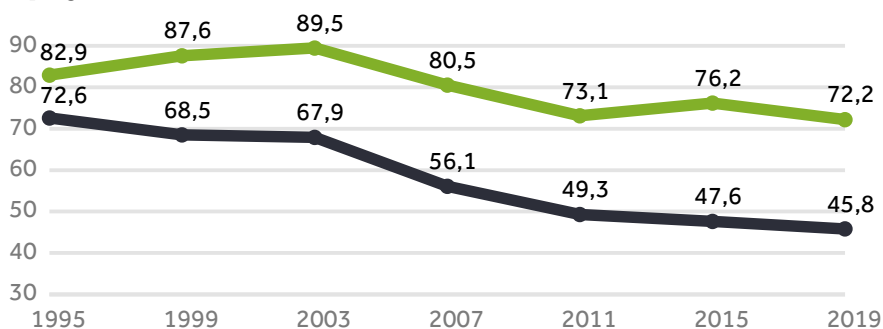
Trudno rozstrzygnąć, czy liquid niezawierający nikotyny również jest objęty tą regulacją, ale jest to o tyle mało istotne, że nawet w przypadku produktów, dla których zakaz obowiązuje od dekad i nie wzbudza wątpliwości, **prawo nie jest respektowane**. Pośród badanych w → PolNicoYouth, którzy palili papierosy lub korzystali z e-papierosa w ostatnich 30 dniach, odpowiednio aż 46,8% i 43,6% zdobyło dostęp do tych wyrobów, po prostu kupując je samodzielnie w sklepie, 24,3% i 16,5% otrzymało je od innych lub pożyczyło, 9,2% i 5,9% dokonało zakupu przez osobę trzecią, a 1,5% i 3,2% nabyło je w internecie. Ponad połowa respondentów (53,9% i 51,5%) w ciągu ostatnich 30 dni nie miało problemów z zakupem wynikających z wieku, zaś jedynie 9,6% i 5,5% spotkało się z odmową sprzedaży.



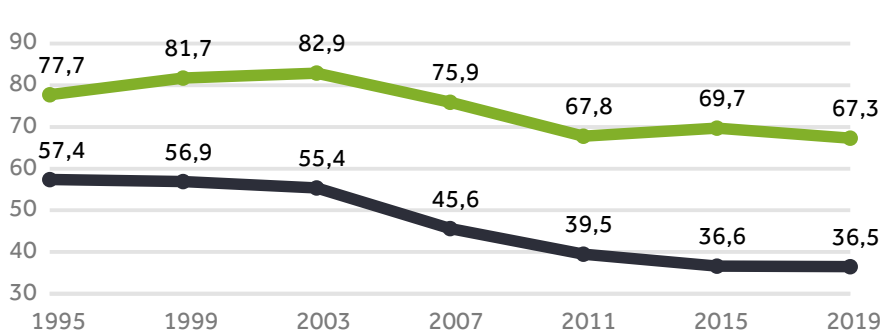
Papierosy



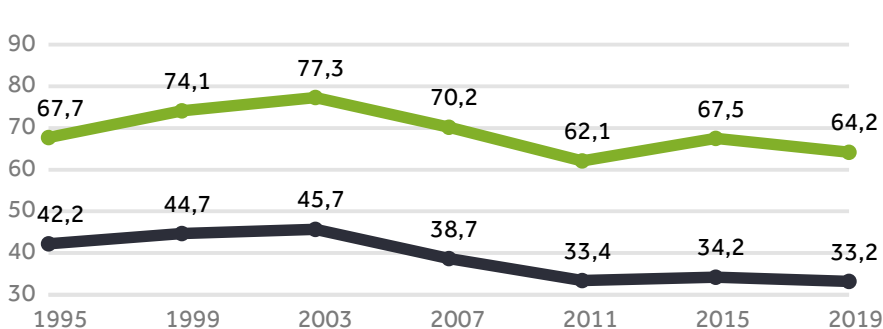
Piwo



Wino



Wódka



DOSTĘPNOŚĆ UŻYWEK W LATACH 1995-2019 – ODSETEK MIESZKAJĄCYCH W POLSCE MŁODYCH LUDZI, KTÓRZY UWAŻAJĄ, ŻE DANĄ UŻYWKĘ MOGĄ ZDOBYĆ BARDZO ŁATWO (W %)

Źródło: → ESPAD.



Nawet jeśli większość z tej podgrupy okazjonalnie i regularnie korzystających z tytoniu to osoby, które ukończyły 18 lat, liczby te brzmią alarmująco. Niestety, raporty z badania nie prezentują rozbięcia odpowiedzi w podziale na pełnoletnich i niepełnoletnich.

Zdaniem 41,1% 15–16-latków uczestniczących w → badaniu ESPAD w 2019 roku tradycyjne papierosy były bardzo łatwo dostępne, a kolejne 30,1% mówiło o „dostatecznej dostępności”, natomiast jedynie 3,9% uważało je za niedostępne, 3,8% – za bardzo trudno dostępne, zaś 7,5% – za dostatecznie trudno dostępne. Dla 17–18-latków odsetki te wyglądały następująco: 64,9%, 20,3%, 1,8%, 1,3% i 3,4%. Cieszy jednak fakt, że bardzo łatwy dostęp do papierosów deklarowało coraz mniej nastolatków. W 1999 roku aż 74,1% 15–16-latków oraz 88,1% 17–18-latków tak właśnie postrzegało łatwość pozyskania tej używki, co oznacza spadek wskazań o odpowiednio 33 pkt proc. i 23,2 pkt proc.

Napoje alkoholowe

Zakaz sprzedaży napojów alkoholowych osobom poniżej 18. roku życia wynika z → artykułu 15 Ustawy o wychowaniu w trzeźwości i zapobieganiu alkoholizmowi z 26 października 1982 roku. Ten akt prawny obowiązuje od ponad 40 lat, ale **alkohol jest nieustannie obecny w życiu dzieci i młodzieży**. Według wspomnianego → badania ESPAD, opracowanego przez Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii, Państwową Agencję Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (PARPA) i Instytut Psychiatrii i Neurologii, jest on częstym elementem życia nastolatków. Ostatnie edycje sugerują wprawdzie, że **atrakcyjność alkoholu nieco słabnie**, bo w 2019 roku odsetki 15–16-latków, którzy deklarują, iż sięgali po niego w ciągu ostatnich 30 dni, w ostatnim roku lub w ogóle próbowali go w swoim życiu, były najniższe w historii. Ciągłe jednak wskaźniki te utrzymują się na dość wysokim poziomie – odpowiednio 46,7%, 67,9% i 80%. Ostatni raz nie dalej niż tydzień wcześniej piło aż 28,1% z nich. Dla 17–18-latków ta sytuacja była mniej jednoznaczna – trudno wskazać trend. **Między płciami nie stwierdzono znaczących różnic**. Z grupy 15–16-latków w ciągu ostatnich 30 dni 47,5% piło piwo (bez większych różnic pomiędzy płciami), 33% – wódkę (przewaga chłopców), a 24,7% – wino (przewaga dziewcząt).

Wódka jest napojem szczególnym, co wynika nie tylko z tradycji. Gdy w 2019 roku zapytano 15–16-latków o to, ile jej wypili przy ostatniej okazji, gdy konsumowali alkohol, 28,4% tych, którzy w ogóle ją przy tej okazji spożywali, zadeklarowało ponad 240 ml, a 22,4% – 150–240 ml. Jeszcze większa dominacja pijących dużo tego mocnego alkoholu była w przypadku 17–18-latków (46,1% i 19,7%). Tak samo postawione pytania dla wina dały zgoła odmienny obraz – tu widoczne było bardziej powściągliwe spożycie. Wypicie do 200 ml deklarowało aż 60,4% 15–16-latków, a 200–400 ml – 22,3% (w przypadku 17–18-latków wskaźniki te wyniosły odpowiednio 49,9% i 26,1%). Nie inaczej było z piwem: 40,7% 15–16-latków, jeśli spożywało je przy ostatniej okazji picia alkoholu, nie wypilo więcej niż 500 ml, a 45,8% – 500–1000 ml (dla 17–18-latków było to odpowiednio 26,2% i 54,5%).



Zdaniem 45,8% 15–16-latków piwo było bardzo łatwo dostępne, a kolejne 29,8% mówiło o dosyć łatwej dostępności, natomiast jedynie 4,6% uważało je za niedostępne, 4,2% – za bardzo trudno dostępne, zaś 7,1% – za dosyć trudno dostępne. Dla 17–18-latków te wskaźniki wyglądały następująco: 72,2%, 18,4%, 1,7%, 1,1% i 2,8%. Oznacza to, że **piwo było dla nastolatków bardziej dostępne niż papierosy**. O bardzo łatwej dostępności wina wspominało 36,5% 15–16-latków, a 28,4% z nich mówiło o dosyć łatwej dostępności. Dla wódki pojawiło się 33,2% wskazań na bardzo łatwy i 24,9% na dosyć łatwy dostęp.

W 1995 roku o bardzo dużej łatwości pozyskania piwa wspominało 72,6% 15–16-latków, dla wina było to 57,4%, a dla wódki – 42,2%. Oznacza to, że przez ćwierćwiecze liczby te zmniejszyły się odpowiednio o 26,8 pkt proc., 20,9 pkt proc. i 9 pkt proc. Trend ten można dostrzec także w przypadku 17–18-latków. **Badania wskazują** zatem, że **subiektywna dostępność do trunków na szczęście maleje**, ale mimo to w ciągu 30 ostatnich dni w sklepach detalicznych zakupu piwa dokonało 24,2% 15–16-latków, wina – 9,6%, a wódki – 14,6%. Odmowę sprzedaży ze względu na wiek odnotowało w tym samym przedziale czasu 12,7% (piwo), 6,9% (wino) i 9,9% (wódka) młodych ludzi. W ciągu ostatnich 30 dni w miejscu publicznym (pub, kawiarnia, restauracja, dyskoteka) piwo spożywało aż 32,6% 15–16-latków, wino – 16,1%, a wódkę – 21,1%. **Picie alkoholu w takich lokalizacjach deklaruje coraz większy odsetek nastolatków.**

➔ PARPA w swoich zestawieniach statystycznych pokazuje niektóre negatywne skutki spożycia alkoholu. Na przykład w 2021 roku policja zatrzymała i odwiozła do domu lub policyjnej izby dziecka 3784 nietrzeźwych nieletnich, a 155 nieletnich znalazło się na izbie wytrzeźwień. Dla porównania: w celu wytrzeźwienia w pomieszczeniach policyjnych zatrzymano ogółem (bez podziału na wiek) 73,5 tys. osób, a do izb wytrzeźwień trafiło łącznie 29,4 tys. nietrzeźwych. Warto jednak zauważyć, że według ➔ statystyk Policji w 2008 roku ujawniono 24,1 tys. przypadków nietrzeźwości osób, które nie ukończyły jeszcze 18 lat, zaś w 2000 roku do izb wytrzeźwień odwieziono 7,5 tys. nieletnich (co wynika także z pewnych zmian systemowych, nowych procedur i praktyk postępowania z nieletnimi). **Zarówno dane PARPA, jak i Policji sugerują, że problem spożywania alkoholu przez nieletnich w ostatnich latach mała.**

PODSUMOWANIE I REKOMENDACJE

❖ Fakt, że osoba przed ukończeniem 18. roku życia może mieć własne konto bankowe i dokonywać z jego pomocą płatności bezgotówkowych, dla wielu Polaków może być zaskakujący i budzić mieszane uczucia. Wydaje się jednak, że obszar ten jest relatywnie dobrze uregulowany. Duży poziom kontroli opiekunów prawnych (zwykle rodziców) nad tym, co dziecko czy nastolatek robi ze swoimi pieniędzmi, pozwala uznać, że nie ma tu obszaru zagrożenia dla młodych ludzi, a jednocześnie zapewnia się im pewne pole autonomii. Rozważać można za to np. nadmierną kontrolę opiekunów nad środkami finansowymi zarobionymi przez osobę niepełnoletnią, która ma wszelkie prawo swobodnego z nich korzystania, ale w takiej sytuacji młody człowiek może postarać się o to, aby uzyskać wynagrodzenie w gotówce.

❖ Znacznie surowiej trzeba spojrzeć na problem dostępności dzieci i młodzieży do wyrobów tytoniowych i napojów alkoholowych. Pomimo subiektywnie deklarowanej przez młodych ludzi rosnącej trudności w nabywaniu tych używek, są one dla nich względnie dostępne. Wynika to z dwóch głównych przyczyn. Pierwszą jest ciągle **duże przyzwolenie społeczne na to, by młodzież kupowała i konsumowała wyroby tytoniowe i napoje alkoholowe**. Sięganie po nie traktowane jest jako element dorastania i spotyka się często z pobłażliwością otoczenia, a nawet rodziców i krewnych, którzy w podobnym wieku popełniali te same grzechy. W 2016 roku → CBOS zbadał stosunek rodziców do spożywania alkoholu przez ich niepełnoletnie dzieci. Wynika z niego, że 33,4% dzieci i młodzieży pierwszy kontakt z alkoholem miało pod okiem opiekunów prawnych lub innych członków rodziny, aż 33,8% zostało poczęstowane przez osobę dorosłą, np. podczas rodzinnej uroczystości. Z obiegową opinią wyrażoną w zdaniu: „lepiej poczęstować w domu, nie będzie pić z kolegami” zgadzało się 46,3% dorosłych uczestników badania. Wyroby tytoniowe z kolei uważa się za mniej szkodliwe dla młodych ludzi, bo nie powodują utraty przytomności, nie wzmacniają tendencji do ryzykownego zachowania, wybryków, przemocy. Trudno znaleźć osobę, do której nie dotarło, że palenie znacząco zwiększa ryzyko raka oraz wielu innych chorób, ale są to efekty palenia latami, co sprzyja bagatelizowaniu widoku palących nastolatków. Rodzice nie częstują dzieci papierosami (tak jak to ma miejsce z alkoholem), ale inni dorośli i sprzedawcy często nie dostrzegają niczego szczególnie nieetycznego w udostępnieniu tytoniu młodym ludziom, nawet niepełnoletnim. Jeszcze łagodniej postrzegane są e-papierosy czy papierosy podgrzewane, gdyż w obu przypadkach nie ma dymu z rakotwórczymi związkami.

❖ **Drugą przyczyną wysokiej dostępności używek dla osób poniżej 18. roku życia jest niedostateczny nadzór nad sklepami, które mają w swojej ofercie alkohol i wyroby tytoniowe.** Według → PARPA w 2021 roku alkohol można było kupić legalnie (zezwolenie) w 82,4 tys. sklepów i 41 tys. lokali gastronomicznych, co oznacza, że na jedno miejsce, w którym można nabyć na wynos lub do spożycia na miejscu napoje alkoholowe przypadało 299 mieszkańców naszego kraju. Trudno skutecznie kontrolować tak gęstą sieć. Nic dziwnego, że w 2021 roku zezwolenie na sprzedaż alkoholu odebrano jedynie w 139 przypadkach naruszenia zakazu sprzedaży tego typu napojów osobom poniżej 18. roku życia – co stanowiło nieco ponad 1% wszystkich punktów sprzedających lub serwujących alkohol.



- ❖ Z przyzwoleniem społecznym na widok niepełnoletnich ludzi pijących i palących można walczyć głównie za sprawą edukacji dzieci, młodzieży i dorosłych. Zmiany społeczne sprawiają, że w wielu krajach rozwiniętych obserwujemy odwrót od tradycyjnych używek. Część badaczy wiąże to zjawisko z rosnącym wpływem mediów społecznościowych, których ekspansja koreluje z ograniczeniem ryzykownych zachowań przez młodych ludzi (nie tylko korzystania z używek, ale też uczestniczenia w bójkach, ryzykownego postępowania za kierownicą auta itd.). Lokalnie (np. we Francji) zaczyna się mówić o modzie na abstynencję, choć zjawisko to może mieć bardziej złożone przyczyny, m.in. wzmacnianie postaw prozdrowotnych u młodych ludzi, zmiany demograficzne, zwiększenie odsetka młodzieży korzystającej z pomocy psychologicznej i psychiatrycznej, możliwy wzrost popularności innych używek oraz napojów zero – wina, piwa i drinków ze zredukowaną lub zerową zawartością etanolu. Tę modę na abstynencję można i trzeba wzmacniać za sprawą uczciwego i skutecznego tłumaczenia mechanizmów neurologicznych i społecznych, które czynią używki tak popularnymi, oraz uwrażliwiać na kwestię uzależnienia. **Dodatkowo warto rozważyć, czy piwo nie powinno znaleźć się po stronie wszystkich innych napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych, których nie można w naszym kraju reklamować, oraz czy zakazu reklamy alkoholu nie poszerzyć o wszelkie formy promocji stosowane w internecie (np. w mediach społecznościowych lub na stronach WWW, gdzie sprawdzany jest deklaracyjny wiek odwiedzających).**
- ❖ Z niedostatecznym nadzorem nad łamiącymi prawo sprzedawcami i właścicielami lokali serwujących napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe można radzić sobie dwojako. Zmniejszać liczbę miejsc, w których używki są dostępne, oraz zwiększać liczbę osób, które mogą dokonywać w tym zakresie kontroli. W przypadku alkoholu za jego sprzedaż osobie w wieku poniżej 18 lat za każdym razem powinno grozić odebranie zezwolenia – jest to kara niezwykle dotkliwa w polskich realiach. Natomiast warto rozważyć podobne rozwiązania w przypadku sprzedaży wyrobów tytoniowych lub inaczej wzmocnić surowość obowiązujących sankcji, bo mandat w wysokości 500 zł czy nawet grzywna do 5000 zł nie odstrasza w stopniu wystarczającym. Niemniej to nie wysokość sankcji, ale prawdopodobieństwo pochycenia na łamaniu prawa działa silniej, jeśli mierzyć efekt zmiany zachowania.



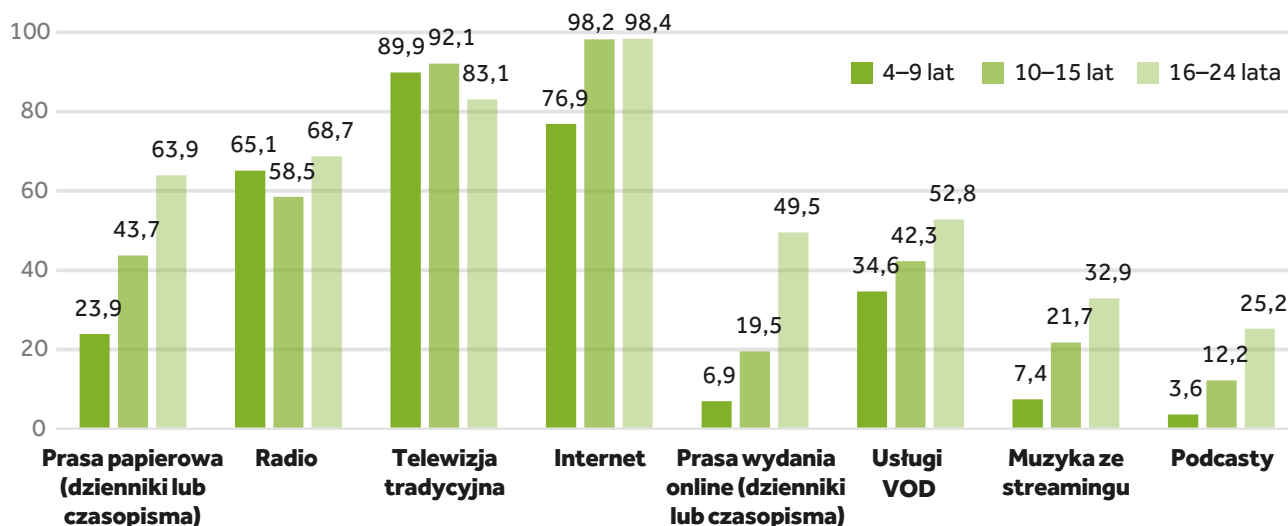
Dziecko jako odbiorca treści

Dzieci i młodzież są konsumentami treści, które mogą mieć postać obrazów, tekstu, dźwięków i filmów. Specyficzną formą treści są gry wideo, w których dziecko, zanurzone w środowisku złożonym z obrazów, elementów filmowych i dźwiękowych, nie jest tylko biernym odbiorcą, ale ma wpływ na to, co dzieje się na ekranie i co płynie z głośników. Kanałów przekazywania treści jest bardzo wiele, np. nośniki reklamy zewnętrznej i ulotki, książki, komiksy, gazety i czasopisma, płyty z filmami, muzyką i innymi treściami audio, radio i telewizja, publiczne placówki kultury (np. muzea) i wydarzenia kulturalne (np. koncerty). Rewolucja internetowa przyniosła nowe kanały – komplementarne z tymi tradycyjnymi lub substytucyjne, które konkurują z nimi, szczególnie gdy chodzi o czas i uwagę odbiorców. Wymienić można np. strony zawierające treści w postaci tekstów i obrazów, materiałów audio i wideo, w tym strony świadczące usługi *video-on-demand* (VOD), oraz media społecznościowe.

Kanały wykorzystujące internet dały odbiorcom swobodę sięgania po interesujące ich treści wtedy, kiedy akurat mają na to ochotę. W ten sposób powstała zupełnie nowa przestrzeń zagrożenia, które wynikają z tego, że niełatwo takie przekazy poddać filtrowaniu służącemu bezpieczeństwu dzieci i młodzieży. Dla większości mieszkańców Polski obcowanie z internetem trwa nie dłużej niż dwie dekady. Kończący dziś studia młodzi ludzie mogą nie pamiętać świata przed internetem, a korzystając z niego od wczesnego dzieciństwa, to właśnie różne internetowe formuły dostępu do treści traktują jako kluczowe. Nie znaczy to jednak, że rezygnują z innych kanałów.

→ *Badanie założycielskie* Krajowego Instytutu Mediów (KIM), przeprowadzone w pierwszej połowie 2022 roku na losowej próbie 8,5 tys. gospodarstw domowych i 19,6 tys. osób w wieku 4 lata i więcej, pokazały, że nie dalej niż 30 dni przed momentem badania telewizję oglądało 94% respondentów w wieku 4–12 lat i 93,7% – w wieku 13–15 lat (kolejna grupa wiekowa obejmowała osoby od 16. do 29. roku życia), podczas gdy dla usług VOD (wliczając YouTube) te wskaźniki wynosiły odpowiednio 73,1% i 83,3%, dla radia – 64,2% i 56,8%, dla treści audio (bez radia) – 37,8% i 46%, natomiast dla internetu – 82,9% i 99,4%. Większość uczestników badania korzysta z trzech głównych mediów, czyli TV, radia i internetu (53,8% i 54,2%). Druga co do wielkości grupa ankietowanych wybiera TV lub internet, ale nie radio (24,9% i 39%). Papierową gazetę lub czasopismo w ostatnich 30 dniach trzymało w ręku po 16,4% 4–12-latków i 13–15-latków.

Edycja → *Badania założycielskiego* z okresu lipiec 2021–marzec 2022 zawiera kilka ciekawych danych o odbiorcach w wieku 4–9 lat: nie wcześniej niż 30 dni do chwili badania 89,9% z nich miała okazję oglądać telewizję, 76,9% korzystało z internetu, 65,1% – z radia, 34,6% – z usług VOD, a 23,9% – z prasy papierowej.



ODSETEK DZIECI I MŁODZIEŻY, KTÓRA W CIĄGU OSTATNIICH 30 DNI KORZYSTAŁA Z USŁUG MEDIOWYCH – BADANIE REALIZOWANE W OKRESIE LIPIEC 2021–MARZEC 2022 (W %)

Źródło: → KIM, *Badanie założycielskie*

Czas spędzany w internecie

W Polsce brakuje badań, które na dużej próbie i w przekonującej metodologii pokazałyby to, jak faktycznie spędzają czas dzieci i młodzież (deklaracje opiekunów są w tej kwestii mało wiarygodne, a im młodsza grupa wiekowa, tym badanie jest z wielu względów trudniejsze do przeprowadzenia).

Obszerne analizy mają też tę cechę, że ze względu na koszty ośrodki badawcze podejmują się ich rzadko. Dobrym przykładem może być → *Budżet czasu ludności*, badanie GUS, którego ostatnia edycja zawiera informację sprzed dekady. Pokazuje ono, że to właśnie nastolatki w wieku 15–19 lat (to najmłodsza grupa, dla której GUS agreguje dane w tym badaniu) spośród wszystkich grup wiekowych poświęcają najwięcej czasu na czynności związane z uczestnictwem w kulturze i rozrywce. Nie powinno nikogo dziwić, że dużą część swojego dnia najmłodszy spędzają obecnie przed ekranami smartfonów, komputerów i telewizorów, dlatego ten aspekt wydaje się jednym z istotniejszych, jakie należy w niniejszym opracowaniu rozwinąć.

Według → raportu NASK *Nastolatki 3.0* w 2020 roku przeciętny polski nastolatek przed ekranem komputera lub smartfona spędzał około 12 godzin na dobę. Warto jednak pamiętać, że część tego czasu była poświęcona na zajęcia zdalne, a ponadto w wyniku lockdownu ograniczono możliwość spotykania się z rówieśnikami, dlatego również aktywność związana z podtrzymywaniem relacji przeniosła się do sieci.

Zdaniem autorów wyżej wspomnianego raportu **co trzeci nastolatek przejawia symptomy tzw. problematycznego użytkownika internetu** (oznacza to między innymi zachowania ryzykowne czy nadmiernie długie przebywanie online). „Obecnie nastolatki spędzają w sieci w czasie wolnym średnio 4 godziny i 50 minut dziennie. W dni wolne od zajęć szkolnych czas ten wydłuża się średnio do 6 godzin i 10 minut. Blisko co dziesiąty (11,5%) nastolatek w wolnym czasie jest aktywny w sieci ponad 8 godzin dziennie, a co piąty (21,3%) spędza tyle czasu przed monitorem w dni wolne od lekcji. Co szósty nastolatek (16,9%) intensywnie korzysta z internetu w godzinach nocnych (po godz. 22)” – czytamy w →raporcie NASK. Dokument ten został opracowany na podstawie badania ankietowego przeprowadzonego na grupie ponad 1700 uczniów klas VII szkół podstawowych i klas II szkół ponadpodstawowych (czyli największą grupę spośród respondentów stanowiły osoby w wieku 13 i 16 lat). Instytucja monitoruje użytkownika internetu przez młode osoby od 2014 roku, a swoje raporty publikuje co dwa lata. Według jej ekspertów **liczba godzin spędzanych w internecie stale rośnie**.

Według →badania wykonanego na zlecenie Rzecznika Praw Dziecka w czerwcu 2021 roku 15% uczniów klas II szkół podstawowych spędzało w internecie od 2 do 4 godzin dziennie. Od 6 do 8 godzin pozostawało online 2% dzieci, a kolejne 2% – ponad 12 godzin. Powyższe wskazania nie obejmują zajęć szkolnych. **Ilość czasu spędzanego online wzrasta z wiekiem**. Co trzeci uczeń klas VI spędzał w internecie od 2 do 4 godzin dziennie, niemal co dziesiąty – od 6 do 8 godzin, a 4% – ponad 12 godzin. Dzieci z klas II szkół średnich pozostawały online jeszcze więcej czasu – 25% z nich – 2–4 godziny dziennie, 17% – 6–8 godzin, a co dwudziesty nastolatek – ponad 12 godzin.

→Portal Statista.com zbiera dane na temat czasu spędzanego przed ekranem (*screen time*) przez dzieci amerykańskie. Ponad pół z nich poświęca na tę aktywność ponad 3 godziny dziennie. Raport portalu został opracowany na podstawie deklaracji rodziców. Analitycy z →NASK zwracają jednak uwagę, że **opiekunowie nie doszacowują zarówno czasu spędzanego online przez ich dzieci, jak i momentu inicjacji samodzielnego korzystania z sieci**. Może to wynikać co najmniej z trzech powodów. Pierwszy, najbardziej oczywisty to fakt, że rodzice nie monitorują czasu spędzanego przez dzieci w internecie. Mało tego, ogromna większość z nas nawet nie wie, ile sama poświęca na to godzin w ciągu dnia. Po drugie – dzieci, wiedząc o tym, że rodzice nie są szczególnie szczęśliwi, kiedy te grają w gry i przeglądają Tik Toka, okłamują opiekunów co do czasu, jaki przeznaczają na te czynności. Trzeci powód to efekt społecznych oczekiwań. Rodzice, zdając sobie sprawę z faktu, że powszechnie nie jest dobrze postrzegane, kiedy ich córki i synowie całymi dniami pozostają w trybie online, zaniżają te wartości w ankietach. W przeciwnym razie – jak sądzą – w oczach innych, ale też własnych stają się złymi opiekunami, zaniedbującymi swoje pociechy.

Wpływ czasu spędzonego przed **ekranami** na dzieci i młodzież

Istnieje wiele badań, które przyglądają się temu, w jaki sposób czas spędzony przed ekranem przez młode osoby wpływa na różne obszary ich życia. W → artykule zamieszczonym na stronie Uniwersytetu Kalifornijskiego w San Francisco możemy przeczytać, że **im więcej czasu nastolatki spędzają przed ekranami, tym mniej czują się związane z innymi osobami**. → To samo źródło informuje również o innych niekorzystnych skutkach. U dzieci w wieku 9–11 lat, które poświęcają nadmierną liczbę godzin na aktywność w social mediach oraz oglądanie telewizji, **wzrasta ryzyko wystąpienia epizodów objadania się**. Zdaniem badaczy bingowanie seriali (oglądanie wielu odcinków jeden po drugim) jest związane ze spożywaniem pokarmów mimo braku uczucia głodu, co z kolei osłabia kontrolę nad procesem jedzenia.

→ Badanie przeprowadzone przez naukowców z wyżej wymienionego Uniwersytetu Kalifornijskiego wskazało również, że choć w trakcie pandemii znacznie wzrosła ilość czasu spędzanego przed ekranami przez niemal wszystkich 12- i 13-latków, to w przypadku nastolatków niebiałych oraz z biedniejszych domów czas ten był dłuższy. Na pewne zjawiska **bardziej podatne są osoby z klas niższych**.

Ważne jest oczywiście nie tylko to, ile dzieci spędzają czasu przed ekranami smartfonów i komputerów, ale również z jakich treści korzystają. Są to istotne rozróżnienia, ponieważ **najmłodszy (tak jak wszyscy ludzie) różnią się między sobą zarówno pod względem korzystania z sieci i telewizji, jak i wrażliwości na różne rodzaje bodźców**. W przypadku jednego nastolatka oglądanie brutalnych filmów nie będzie miało większego znaczenia, jednak u innego, bardziej wrażliwego, może powodować długotrwały dyskomfort lub zmiany behawioralne. To samo dotyczy korzystania z mediów społecznościowych – dla niektórych osób są one neutralne albo nawet pomocne w zacieśnianiu więzów społecznych, u innych natomiast będą pogarszać dobrostan psychiczny z uwagi np. na silny dyskomfort wywoływany porównaniami społecznymi.



Media społecznościowe

Media społecznościowe od lat zajmują jedno z centralnych miejsc w debacie publicznej, co nie dziwi, ponieważ spora jej część odbywa się właśnie tam. Wielu z nas spędza w social mediach bardzo dużą część życia. Dotyczy to oczywiście również (a może w szczególności) osób młodych. Według → portalu Statista.com w 2022 roku przeciętny użytkownik internetu korzystał z portali społecznościowych przez 147 minut dziennie. W 2012 roku było to 90 minut. Według → raportu Pew Research Center około 90% osób w wieku 18–29 lat w USA jest użytkownikami przynajmniej jednej platformy mediów społecznościowych (wysycenie na tym poziomie w tej grupie wiekowej nastąpiło około roku 2012). Z uwagi na podobieństwo w tym zakresie rynków amerykańskiego i europejskich nie należy się spodziewać między nimi dużych różnic. Obecnie ci, którzy nie mają kont w social mediach, to albo osoby, które nie mogą ich mieć z uwagi na stan zdrowia lub głęboki poziom niepełnosprawności, albo bardzo nieliczna garstka kontestatorów.

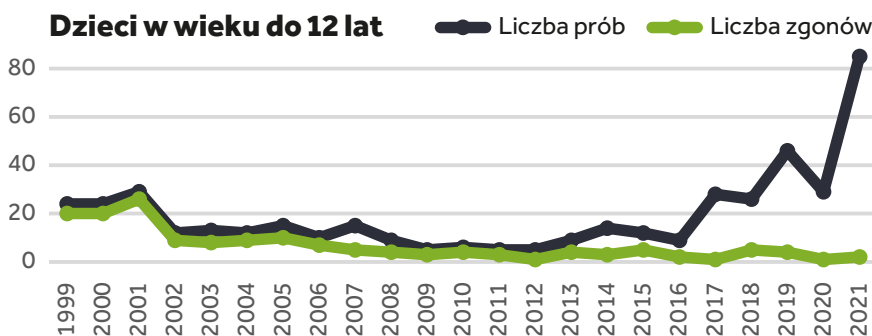
Od mniej więcej dekady wśród młodych nie przybywa użytkowników mediów społecznościowych, ponieważ niemal wszyscy mają już tam swoje konta. Do niedawna rósł czas przeznaczany na korzystanie z social mediów, ale i w tym zakresie zbliżamy się prawdopodobnie do maksimum. Według → portalu Statista.com wzrost w roku 2022 wyniósł już tylko 5 minut dziennie.

Istnieje gorący spór na temat szkodliwości korzystania z mediów społecznościowych. Jedną z ważniejszych dostępnych na rynku pozycji dotyczących tego zagadnienia jest książka Jean Twenge o wiele mówiącym (i długim) tytule *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości*. Autorka publikacji zwraca uwagę na pogorszenie się licznych wskaźników kondycji psychicznej młodych ludzi. Powołuje się przy tym na badania *Monitoring the Future*, prowadzone w USA w grupach 14-, 16- i 18-latków od lat 70. XX wieku. Od 1993 roku deklarację: „jestem bardzo szczęśliwy” składało 15–18% młodych ludzi. Potem, do 2012 roku, ten odsetek rósł do 20–23%, a następnie gwałtownie zaczął spadać, cofając się do wyników sprzed roku 2000. Pogorszenie widać również w takich kategoriach, jak deklaracje zadowolenia z życia i poczucie osamotnienia. Zauważalnie więcej młodych osób w ostatniej dekadzie podpisuje się pod takimi stwierdzeniami, jak „nie cieszy mnie życie”, „moje życie jest beznacne”, „niczego nie mogę zrobić dobrze”.

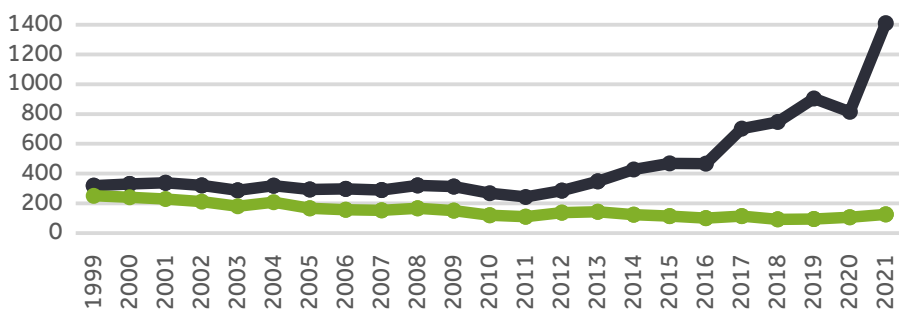
Ostatnimi laty **wśród osób młodych zauważalnie wzrósł również odsetek osób cierpiących na depresję**. W tym przypadku moglibyśmy mówić o wzroście świadomości problemu, a więc również o częstszym diagnozowaniu, jednak pogorszenie się kondycji psychicznej widać w innych, bardziej twardych (i tragicznych) statystykach – **od mniej więcej dekady znacznie podniósł się odsetek prób samobójczych**. Ten ostatni proceder widoczny jest nie tylko w Stanach Zjednoczonych, ale również w Polsce. Według → statystyk policyjnych liczba prób samobójczych w naszym kraju przeprowadzanych przez dzieci do 12. roku życia oraz młodzież w wieku 13–18 lat wzrosła z odpowiednio 5 i 243 w 2011 roku do 46 i 905 w roku 2019, aby w 2021 wystrzelić do 85 i 1411. W latach 2011–2021 w pierwszej grupie widoczny jest 17-krotny wzrost, a w drugiej – 6-krotny. O ile wartości z 2021 roku można w części przypisać pandemii, o tyle wcześniejszy kilkuletni trend wzrostu jest bardzo niepokojący i nie da się go przecież wytłumaczyć koronawirusem. Niewielką pociechą jest to, że za wzrostem liczby prób samobójczych dzieci i nastolatków nie idzie skok liczby zgonów.



Dzieci w wieku do 12 lat



Dzieci w wieku 13–18 lat



LICZBA DZIECI I MŁODYCH LUDZI PODEJMUJĄCYCH PRÓBY SAMOBÓJCZE ORAZ LICZBA ZGONÓW SPOWODOWANA TAKIMI PRÓBAMI W LATACH 2017-2021

Źródło: opracowanie Łukasza Komudy na podstawie → danych MOP.

Wspomniana wyżej Jean Twenge wskazuje na koincydencję wysycania się mediami społecznościowymi pokolenia osób młodych i pogarszania się ich stanu psychicznego. Twierdzi ona, że to właśnie **przez spędzanie czasu w internecie młodzi mają się psychicznie gorzej niż ich rodzice.**

Dlaczego social media miałyby pogarszać kondycję psychiczną młodych? Po pierwsze – twierdzi Twenge – mniej czasu spędzają oni na kontaktach z rówieśnikami twarzą w twarz, a to powoduje, że nie mają sposobności, aby nauczyć się interakcji społecznych – nie wiedzą, jak reagować na zniewagę, zaczepkę czy zwykłą różnicę zdań. To wszystko sprawia, że w momentach społecznych interakcji odczuwają znacznie więcej lęku i niepokoju niż starsze pokolenia, które nie chowało się za ekranem smartfona czy laptopa przed tymi mniej przyjemnymi przejawami życia społecznego.

Druga sprawa to kwestia społecznych porównań. Młode osoby, które funkcjonują w social mediach jak żadne pokolenie wcześniej, obcują niemal na wyciągnięcie ręki (czy raczej: na wyciągnięcie komentarza) ze swoimi znacznie bogatszymi i sławniejszymi rówieśnikami – influencerami. Ta cienka granica powoduje, że część nastolatków, zwłaszcza tych, które są szczególnie wrażliwe na społeczne porównania, czuje się gorsza.

Kolejny powód gorszego samopoczucia psychicznego młodych może wynikać z ekosystemu ocen obecnego w social mediach. Przeciwnieństwem lajków, serduszek i szerów jest milczenie. Taka reakcja na wrzucony контент dla wielu jest jasnym sygnałem: nie lubimy cię, nie cenimy twojego zdania, nie należysz do naszej wspólnoty, jesteś nieważny. Ten rodzaj internetowej banicji może być niezwykle bolesny zwłaszcza dla osób w młodym wieku – okresie tak dużej wrażliwości na sygnały płynące z grupy rówieśniczej.

Innym istotnym głosem w debacie publicznej na temat wpływu social mediów na kondycję psychiczną młodych były doniesienia sygnalistki Frances Haugen, byłej pracownicy Facebooka. Twierdziła ona, że firma przeprowadzała wewnętrzne badania na temat negatywnego oddziaływania algorytmów, zwłaszcza Instagrama, na część użytkowników. Portal społecznościowy miał powodować, zwłaszcza wśród części dziewczynek, zaburzenia postrzegania swojego ciała, zaburzenia odżywiania i obniżenie nastroju. Problem w tym, że – jak wskazuje → metaanaliza wykonana przez grupę naukowców pod kierownictwem Elizabeth J. Ivie – **korelacja między korzystaniem przez nastolatki z social mediów i epizodami depresyjnymi jest bardzo niska, choć istotna statystycznie.**

Naukowcy podkreślają jednak wysokie zróżnicowanie wyników badań, które przejrzeni. Co istotne, autorzy metaanalizy zaznaczają, że istnieją również prace, które wskazują na pozytywny związek korzystania z social mediów i kondycji psychicznej. Część osób właśnie w mediach społecznościowych znajduje grupy wsparcia i wzmacnia relacje społeczne, które są bardzo silnym predyktorem dobrostanu psychicznego. **Badacze wskazują również, że aby precyzyjnie namierzyć pola, na których social media są szkodliwe, należy przyglądać się grupom ryzyka i czynnikom ryzyka.** Właśnie tego zdania jest → psycholog Jonathan Haidt, który zwraca uwagę na to, że potrzebujemy „większej rozdzielczości” badawczej. W kontekście social mediów należy jego zdaniem przyglądać się szczególnie dziewczynkom. To one ponad dwa razy częściej niż chłopcy cierpią na depresję. I choć w obu grupach od mniej więcej 2010 roku widać wzrost epizodów depresyjnych (chodzi o osoby w wieku 12–17 lat, które w ostatnim roku doświadczyły epizodu depresyjnego), to wśród dziewczynek krzywa wspina się bardziej stromo.

Cytowane badania mają pewną wadę. Od pewnego czasu niemal wszyscy młodzi ludzie mają dostęp do mediów społecznościowych. Trudno znaleźć odpowiednią grupę kontrolną, ponieważ młodzież, która nie korzysta z social mediów, to dość specyficzna (i niewielka) społeczność, której przedstawiciele różnią się znacznie od przeciętnego nastolatka. Wydaje się, że → grupa naukowców pod przewodnictwem Luki Braghieriego poradziła sobie z tym metodologicznym kłopotem. Cofnęli się oni do początków Facebooka. Przypomnijmy, że produkt Marka Zuckerberga, zanim został wypuszczony jako platforma o zasięgu globalnym, najpierw pojawiał się na kolejnych amerykańskich kampusach. To z kolei było formą naturalnego eksperymentu: studenci poszczególnych elitarnych uczelni, którzy stawali się użytkownikami platformy społecznościowej, nie różnili się od siebie szczególnie. Byli uprzywilejowanymi, zdolnymi i zamożnymi Amerykanami (oraz migrantami o podobnym profilu).

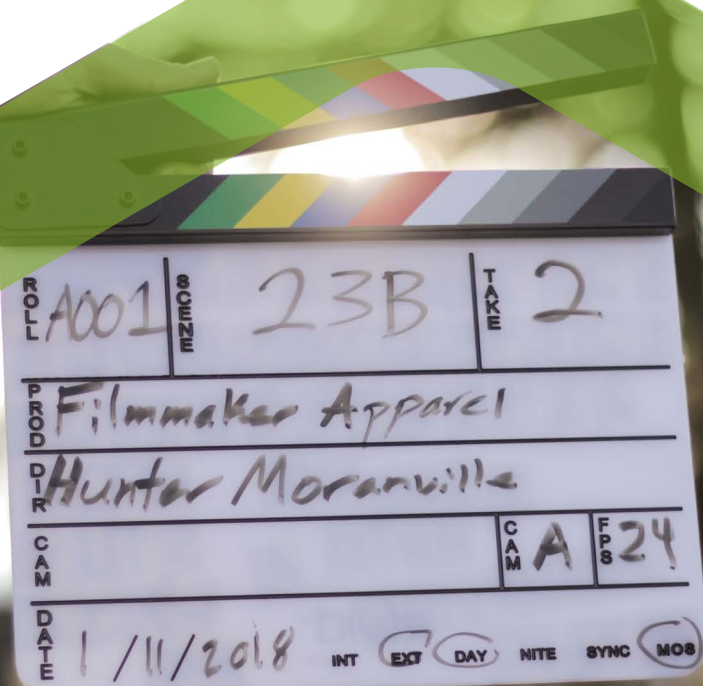
Badacze porównali rekordy medyczne kampusów, gdzie Facebook się pojawiał, z tymi, w których jeszcze go nie było. Okazało się, że wśród studentów z pierwszej grupy ryzyko wystąpienia epizodów depresyjnych było większe o 7%, a stanów lękowych – aż o 20%. Z czego to wynika? Badacze mówią o mechanizmie, o którym wspominała również Jean Twenge – chodzi o efekt porównań społecznych. Osoby bardziej wrażliwe i (prawdopodobnie) mniej popularne czuły się po prostu gorsze.

Filmy

Istnieje wiele opracowań na temat wpływu filmów na nasze postrzeganie świata i to, w jaki sposób modyfikują one ludzkie zachowania. → Tina Kubrak w opublikowanym w Behavioral Sciences artykule przywołuje następujące opisane w literaturze efekty: filmy o tematyce związanej z wirusem HIV przyczyniły się do zwiększenia sympatii do osób zarażonych, seriale z transpłciowymi bohaterami spowodowały wzrost pozytywnego nastawienia do osób transpłciowych, produkcja na temat dramatu uchodźców zwiększyła wrażliwość na problemy związane z migracjami, obejrzenie filmu z wątkiem nieheteronormatywnym zmniejszyło homofobię. Oczywiście efekty te nie były obserwowane w przypadku każdego widza.

Tina Kubrak badała m.in. wpływ filmów z wątkiem osób starszych na oceny tej społeczności wśród studentów studiów licencjackich i podyplomowych w Rosji. Co ciekawe, okazało się, że oglądanie takich produkcji wzbudziło sympatię do seniorów w drugiej grupie respondentów, natomiast w przypadku studentów studiów licencjackich negatywne stereotypy jeszcze się pogłębiły. To wskazuje na niezwykle istotny fakt: **te same zmienne mogą działać z przeciwnymi wektorami na różne grupy społeczne.**

Mało tego, badane przez Kubrak **efekty nie utrzymywały się w czasie.** Po kilku tygodniach od obejrzenia nagrania poglądy na temat osób starszych wróciły do stanu wyjściowego. Prawdopodobnie oznacza to, że aby za pomocą filmów trwale zmienić postawy i/lub poglądy na jakiś temat, potrzebne jest oglądanie wielu podobnych obrazów. To z kolei może być spowodowane albo pewną wrażliwością danej osoby (np. są wśród nas ludzie przedkładający horrory nad komedie romantyczne lub odwrotnie), albo modą na określoną tematykę.



Odrębnym pytaniem jest to, czy filmy mogą szkodzić, a jeśli tak, to jakie filmy. Pośrednio odpowiedź można uzyskać w przytoczonych efektach: jeżeli obrazy ukazujące pewne grupy w pozytywnym świetle mogą budzić sympatię do przedstawicieli tych społeczności, to przedstawienie ich w świetle negatywnym prawdopodobnie wywoła antypatię. **Od lat przedmiotem debat jest to, w jaki sposób (i czy w ogóle) oglądanie brutalnych filmów wpływa na nastolatki.** Zanim odpowiemy na to pytanie, zastanówmy się, jak wiele młodych osób takie obrazy ogląda. Oczywiście niezwykle trudno jest w sposób precyzyjny odpowiedzieć na tak zadane pytanie, ale dostępne są wyniki badania przeprowadzonego w Stanach Zjednoczonych, które rzuca światło na ten problem. Artykuł opublikowany w 2008 roku w renomowanym → czasopiśmie naukowym *Pediatrics* przez grupę naukowców pod kierownictwem Keilah A. Worth wykazał, że 12,5% z ponad 22 mln amerykańskich nastolatków w wieku od 10 do 14 lat oglądało brutalne filmy. Chodziło o 40 tytułów, które British Board of Film Classification uznała za pokazujące skrajną przemoc. Wśród obrazów znalazły się takie filmy, jak *Blade*, *Dzień próby*, *Człowiek widmo* czy *Koszmar następnego lata*. Można zapytać, dlaczego aż tyle dzieci zetknęło się z produkcjami, które ewidentnie nie były dla nich przeznaczone. Wynika to z faktu, że niektórzy młodzi (zapewne ci, którzy mają silniejszą dyspozycję do poszukiwania wrażeń) po prostu umykają kontroli rodzicielskiej. Ścisły nadzór nad wszystkimi przedstawicielami tej grupy społecznej jest praktycznie niemożliwy, zwłaszcza że część nastolatków dobrze wie, jak sięgnąć po zakazane owoce.

→ Badacze Anjana Madan, Sylvie Mrug i Rex A. Wright opublikowali artykuł naukowy, z którego wynika, że podczas oglądania brutalnych scen z filmów u nastolatków wzrasta poziom niepokoju. Badanie przeprowadzono zarówno za pomocą kwestionariuszy, jak i pomiarów ciśnienia krwi oraz pulsu. Co ciekawe, u uczestników, którzy wcześniej oglądali więcej filmów zawierających przemoc, efekt był mniejszy. Był on również słabszy wśród tych respondentów, którzy w prawdziwym życiu częściej stykali się z przemocą. Mamy tu więc do czynienia z habituacją: ludzie mają zdolność do dostosowywania się do warunków otoczenia. Jednym z efektów tego zjawiska jest (przynajmniej do pewnego stopnia) uodparnianie się na przemoc, co niektórzy mogliby nazwać znieczuleniem się.

A czy brutalne filmy powodują agresję? Temu zagadnieniu przyjrzeni się → Gordon Dahl i Stefano DellaVigna. Sprawdzili oni, czy po licznie odwiedzanych seansach brutalnych produkcji kinowych, które miały premierę w latach 1995–2004, wzrastała liczba napaści. Okazało się, że jest odwrotnie – w godzinach wieczornych i porannych następnego dnia przemocy na amerykańskich ulicach jest mniej. Badacze wyjaśniają to efektem substytucji i preferencji – osoby o skłonnościach do bardziej agresywnych zachowań idą w tym czasie oglądać filmy, które stanowią dla nich rodzaj zastępczego bodźca w stosunku do realnej przemocy. Czy to znaczy, że powinniśmy pokazywać nastolatkom brutalne obrazy? Cóż, badanie skupiało się na godzinach po wyświetleniu filmów. Nie wiadomo, jakie były efekty długotrwałe. Pewnym wskazaniem są analizy odnoszące się do gier komputerowych.

Gry wideo

Pierwszą rzeczą, jaka przychodzi do głowy w kontekście wpływu gier wideo na nastolatki, jest pytanie o to, czy produkcje zawierające elementy przemocy oddziałują na psychikę najmłodszych. Z → meta-analیزی opublikowanej w czasopiśmie Media Psychology przez badaczy Johannę Burkhardt i Wolfganga Lenharda z Uniwersytetu w Würzburgu wynika, że gry wideo, w których występuje przemoc, rzeczywiście są skorelowane z agresją osób, które w nie grają. Pytanie tylko, jak wygląda kierunek zależności. Czy młodzież wybierająca gry wideo, w których występuje przemoc, jest bardziej agresywna niż średnia? Czy osoby grające w gry wideo właśnie w wyniku tej czynności stają się bardziej agresywne? Z cytowanych przez Burkhardt i Lenharda badań wynika, że związek ten jest przyczynowy – **u młodych osób grających w gry pełne przemocy zwiększa się ryzyko występowania zachowań agresywnych**. Takie produkcje wpływają na sferę poznawczą i afektywną oraz przekładają się na większe pobudzenie, co prowadzi do zmian w zachowaniu samych graczy.

Z ankiet przeprowadzonych wśród amerykańskich i niemieckich nastolatków wynika, że ilość czasu poświęcanego na granie w gry wideo zmienia się w trakcie życia i osiąga szczyt w wieku 12–14 lat. Zmienia się również preferencja, jeśli chodzi o rodzaj gier – w kierunku bardziej brutalnych strzelanek pierwszoosobowych. Zdaniem badaczy wpływ agresywnych gier wideo na agresywne zachowania jest większy w przypadku osób młodszych z uwagi na wrażliwość układu nagrody w okresie dojrzewania – silniej działa wtedy informacja zwrotna związana z wynikami (na przykład z pokonaniem wrogów w grze). Burkhardt i Lenhard zwracają uwagę, że między innymi z tego powodu to właśnie osoby we wczesnym etapie dojrzewania są najbardziej chłonne, jeśli chodzi o naukę. Dotyczy to niestety również zachowań agresywnych. **Warto zaznaczyć, że metaanalizy, które badają korelację między graniem w brutalne gry i zachowaniem agresywnym, wskazują, że choć jest ona statystycznie istotna, to bardzo słaba.**

Innym zjawiskiem dostrzeżonym przez badaczy jest ryzyko wystąpienia symptomów zaburzeń obsesyjno-kompulsywnych. Według → Jasona Nagaty z Uniwersytetu Kalifornijskiego w San Francisco dzieci, które nadmiernie dużo czasu spędzają na graniu, odczuwają potrzebę poświęcania go na tę czynność jeszcze więcej i mimo chęci mają trudności z odejściem od komputera, konsoli lub smartfona. W badaniu zaobserwowano mechanizmy typowe dla uzależnienia. W tym miejscu warto zwrócić uwagę na ciekawą różnicę między płciami. Z → artykułu opublikowanego w czasopiśmie naukowym Computers in Human Behavior wynika, że przedstawiciele obu płci uzależniają się od innych sposobów spędzania czasu przed ekranem. **Chłopcy częściej uzależniają się od gier wideo (prawdopodobnie z uwagi na ich statystycznie wyższe zapotrzebowanie na rywalizację), a dziewczynki – od mediów społecznościowych (prawdopodobnie z uwagi na ich zauważalnie silniejsze nastawienie na świat społeczny).**

Trigger warning

W kontekście brutalnych treści warto wspomnieć o narzędziu, jakim jest *trigger warning* (TW, czyli ostrzeżenie przed niepokojącą treścią). Jest to kategoria nieco zbliżona do tradycyjnych oznaczeń treści niewłaściwych dla pewnych grup wiekowych (dzieci i nastolatków), które stosowane są od dawna, co wynika z bezpośrednich zaleceń ustawodawców albo jest sposobem producentów kontentu na uniknięcie odpowiedzialności prawnej w ewentualnych procesach wytaczanych firmom, np. przez prawnych opiekunów dzieci. Jeśli chodzi o TW, jest to kategoria stosunkowo nowa, która popularność zyskała w ostatnich kilku latach. Twórcy i edukatorzy wykorzystują ją raczej w serwisach społecznościowych, takich jak Instagram czy Facebook.

Pierwotną funkcją TW była ochrona ofiar przemocy (zwłaszcza seksualnej) przed retraumatyzacją związaną z wystawieniem na negatywne wspomnienia. Z czasem jednak kategoria ta poszerzała swój zakres o kolejne pola: informowała o możliwym retraumatyzowaniu w przypadku przemocy w ogóle, śmierci bliskich, śmierci zwierząt, zażywania narkotyków, picia alkoholu, kłótni itd. Wraz z jej wzrastającą popularnością zasadne stało się pytanie, czy spełnia swoją funkcję. To znaczy, czy dzięki niej rzeczywiście u części osób występuje jakiś rodzaj łagodzenia lęku wynikającego z kontaktu z niepokojącymi treściami. Sprawie przyjrzał się → zespół naukowców w składzie Payton J. Jones, Benjamin W. Bellet i Richard J. McNally. Wykazali oni, że **trigger warning jako informacja zamieszczana przed treścią nie ma wpływu na poziom niepokoju osób, które cierpią na PTSD** (a przypomnijmy: właśnie taką funkcję ostrzeżenie to miało pełnić), **a także na poziom lęku tych, którzy nie doznali wcześniej traumy.**

Niektórzy obrońcy kategorii TW twierdzą, że pozwala ona selekcjonować treść zwłaszcza dla osób w jakiś sposób szczególnie wrażliwych. Wyżej wspomniani badacze zwracają jednak uwagę, że *trigger warning* nie sprawdza się również na tym polu – nawet jeśli nie przepadamy za treściami, przed którymi nas ostrzega, to sam komunikat sprawia, że czujemy pokusę poznania tych materiałów. Statystycznie trudno zauważyć, by TW faktycznie pomagały użytkownikom w selektywnym doborze treści. Wygląda więc na to, że **trigger warning nie spełnia żadnej z funkcji, dla których jest stosowany – oprócz zabezpieczenia twórców treści i platform służących do ich rozpowszechniania przed odpowiedzialnością prawną.**

PODSUMOWANIE I REKOMENDACJE

- ❖ Sfera dostępności dzieci do treści jest tym lepiej uregulowana, im bardziej tradycyjny jest kanał przekazywania treści, co jest naturalne: mieliśmy czas, by sprawę przedyskutować i wypróbować różne rozwiązania. Brak cenzury i wolność wydawców pozwala im drukować przekazy, z którymi dzieci nie powinny mieć kontaktu. Typowy przykład to treści erotyczne i pornograficzne, które mogą się okazjonalnie pojawiać na oferowanych w sprzedaży plakatach, kalendarzach czy książkach, ale chodzi przede wszystkim o branżę czasopism z tego typu zawartością. Artykuł 202 Kodeksu karnego dotyczy różnych aspektów upowszechniania pornografii i pojawia się w nim ochrona dzieci do 14. roku życia. W praktyce jednak duża część handlowców – częściowo z powodu niewiedzy, częściowo ze względu na nadmierną ostrożność – może odmówić sprzedaży tego typu materiałów nawet 17-latkowi. To, że najmłodszy nie powinni mieć możliwości nawet zerknięcia do tego typu treści, doprowadziło do praktyki, że takie publikacje znajdują się raczej poza zasięgiem ręki i wzroku dzieci, nie są eksponowane i zazwyczaj są zafoliowane (choć trudno znaleźć paragraf, który literalnie nakazywałby to robić).
-
- ❖ Prawo reguluje dość ściśle działalność stacji radiowych i telewizyjnych, które skrupulatnie poddają się tym nakazom, ponieważ poza karami finansowymi za łamanie prawa mogą stracić koncesję na nadawanie. Telewizja ma dodatkowy zestaw reguł, który ma utrudnić dzieciom kontakt z przekazami, z jakimi nie powinny mieć one do czynienia. Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji precyzuje, jakie treści są niepożądane, i narzuca nadawcom obowiązek wyświetlania w rogu ekranu symbolu graficznego wskazującego opiekunom, kto nie powinien ich oglądać. Swoją rolę mają programy, wobec których nie ma wiekowych zastrzeżeń (uśmiechnięta buzia w zielonym kwadracie), oraz produkcje dozwolone dla dzieci od lat 7, 12, 16 i 18 (klucz w czerwonym kwadracie). Tych oznaczeń nie trzeba wyświetlać w czasie reklam i programów informacyjnych. Dodatkowo treści stosowne dla osób od 16. roku życia mogą być emitowane między godzinami 20.00 a 6.00, a dla osób w wieku 18 lat i więcej – między 23.00 a 6.00.



❖ Co ciekawe, prawo nie zmusza właścicieli kin czy dystrybutorów filmów do kategoryzowania produkcji trafiających do Polski, jeśli chodzi o zalecany wiek widzów. W praktyce dzieje się to na zasadzie dobrowolności – kina same narzucają sobie taki reżim, po części dla uniknięcia kłopotów ze strony np. rodziców dzieci, które dostały się na film, jakiego nie powinny obejrzeć. Łatwo zgadnąć, że takich zaleceń nie przestrzega się restrykcyjnie – dość popularnym zjawiskiem jest rodzic z przedszkolakiem na projekcji horroru, filmu kryminalnego czy wojennego. Zdarza się nawet, że taki dorosły straszy pozwem pracowników kina, którzy nie chcą go wpuścić na salę z dzieckiem. Większość filmów trafia do naszego kraju z zagranicy, gdzie prawo ściśle reguluje limit wieku widzów, więc dystrybutorzy i kina nie muszą dokonywać własnej oceny w tym zakresie – zazwyczaj kopiują oznaczenia z rynku amerykańskiego czy wybranego kraju europejskiego.

❖ Analogiczna sytuacja występuje w przypadku gier wideo. Polskie prawo nie buduje systemu, który oceniałby i określał ich dopuszczalność wiekową. Krajowi dystrybutorzy stosują certyfikację Pan European Game Information (PEGI), z której czerpią informacje o minimalnym dopuszczalnym wieku gracza i o tym, jakie niewłaściwe treści można w grze znaleźć (np. przemoc, seks, dyskryminację, narkotyki itd.). Ogromna większość tego typu produkcji trafia dziś do użytkowników drogą internetową – płyty i pudełka z instrukcją odeszły do lamusa. W sieci użytkownik, zakładając konto, podaje swój wiek, który jednak nie jest w żaden sposób weryfikowany.

❖ Aby założyć konto na dowolnym portalu mediów społecznościowych, trzeba zadeklarować ukończone 13 lat. Ten limit wynika z Children's Online Privacy Protection Act, bo dla większości platform społecznościowych kluczowy jest rynek amerykański. W Polsce nie mieliśmy dotąd poważnej debaty na temat tego, czy 13 lat to faktycznie wiek odpowiedni, czy może za niski w kontekście social mediów.

❖ Warto też wspomnieć, że rejestrując konto na YouTube, podajemy swój wiek nie tylko po to, żeby utrudnić dostęp dzieciom, ale także, by osoby poniżej 18. roku życia mogły przed wyświetleniem filmu, który platforma zaklasyfikowała jako dla dorosłych, zobaczyć stosowne ostrzeżenie. Tymczasem wiele stron z treścią nieprzeznaczoną dla najmłodszych (m.in. pornograficznych lub związanych tematycznie z używkami) przy każdym wejściu pyta użytkownika o to, czy spełnia on kryterium wieku. Łatwo zauważyć, że wszystkie **formuły, w których całe utrudnienie w dostępie do treści polega na konieczności skłamania w odpowiedzi na proste pytanie o wiek, jest daleko niewystarczające. Brakuje jednak odpowiedzi na to, jak chronić dzieci, jednocześnie nie tworząc systemu, który da państwu albo wielkim technologicznym korporacjom dodatkowe narzędzie gromadzenia informacji o prywatnym życiu nas i naszych bliskich.**

❖ Osobny wątek stanowią regulacje odnoszące się do algorytmów, które należałoby testować przed wprowadzeniem na rynek. Pomysł polega na tym, aby algorytm zarządzający wyświetlanymi każdemu użytkownikowi treściami przechodził wcześniej testy podobne do testów bezpieczeństwa stosowanych w przypadku samochodów. Bez uzyskania odpowiedniego atestu po prostu nie mogłyby być używane w danym państwie czy wspólnocie gospodarczej.

❖ Wobec niezwyklej łatwości, z jaką dzieci mogą sięgać po niewłaściwe dla nich przekazy w internecie, kwestia troski o inne kanały pozyskiwania treści traci na znaczeniu. Można byłoby zastanowić się, czy regulacje dotyczące dostępu do papierowej pornografii są w Polsce respektowane, ale zostanie to bez znaczenia tak długo, jak długo każde dziecko ze smartfonem w dłoni jest o kilka kliknięć od całej pornografii świata, a także innych niebezpiecznych dla niego treści, np. tych, które pokazują przemoc. Wydaje się, że w zakresie ochrony psychiki najmłodszych zmian nie potrzebują regulacje dotyczące telewizji i radia, natomiast kwestia reguł wpuszczania dzieci i młodzieży na określone projekcje w kinie wymaga głębszej refleksji (jak klasyfikować wiekowo filmy, kto ma to robić, czy obecność dorosłego opiekuna ma znaczenie, kto powinien pilnować przestrzegania prawa i jakie sankcje mogą grozić za jego łamanie).

❖ Analizując różne aspekty bezpieczeństwa dzieci i młodzieży w kontakcie z poszczególnymi kanałami przekazującymi treści, należy zachować pewną intelektualną czujność. Jak możemy przeczytać w → opracowaniu OECD *Impacts of technology use on children. Exploring literature on the brain, cognition and well-being*, w wielu badaniach na temat wpływu technologii na dzieci i młodzież uwiadcza się pewien *bias* (nieuświadomiane przez badacza społeczne i ideowe przekonania, które mogą zniekształcić wyniki jego pracy badawczej; uprzedzenie, zniekształcenie poznawcze): koncentrują się one znacznie częściej na negatywnych aspektach wpływu jakiegoś medium na dobrostan psychiczny najmłodszych. Działa tu zarówno potencjalny lęk przed technologią, której poprzednie pokolenia nie miały okazji sprawdzić (i być może naprawić), jak i to, że za sprawą ludzkiej natury dzieci traktujemy w sposób szczególny i każde ryzyko, jakie pojawia się w ich przypadku, odbieramy wielokrotnie bardziej poważnie, niż gdy dotyczy ono każdej innej grupy wiekowej. Zakrzywiona, negatywna perspektywa może, np. poprzez dobór określonych metod badawczych i prób, sprzyjać potwierdzaniu tezy o szkodliwości nowych mediów.

❖ Wspomniany *bias* w postaci **nadmiernej koncentracji badaczy na szkodach, jakie powoduje kontakt najmłodszych z niektórymi rodzajami treści, nie oznacza jednak, że wszystkie wyniki analiz na ten temat można zignorować, uznając, że dzieci są niewrażliwe na treści w postaci obrazów, filmów, dźwięków i tekstu**. Przede wszystkim warto podkreślić, że problem naruszenia dobrostanu psychicznego u dzieci i młodzieży na skutek ekspozycji na określone rodzaje przekazów jest niezwykle trudny do analizowania i jednoznacznego wykazania. Po pierwsze – przy badaniach prowadzonych na najmłodszych wachlarz narzędzi, jakimi dysponują naukowcy, jest skromniejszy niż ten, na który reguły etyki pozwalają przy analogicznych badaniach osób dorosłych. Po drugie – takie analizy powinny być prowadzone na relatywnie dużych grupach respondentów, a jednocześnie w długim, licznym w latach, a może nawet dekadach, przedziale czasu. Wówczas możliwa staje się ocena wspomnianego wpływu w odpowiednio szerokiej perspektywie. Ze względu na koszt i skalę tak długotrwałych projektów badawczych właściwie nie ma. Po trzecie w końcu – złożoność ludzkiej psychiki sprawia, że nawet wtedy, gdy udaje się z dużą dozą pewności wskazać na korelację między ekspozycją na dany rodzaj treści a wybranym miernikiem dobrostanu psychicznego czy – w skrajnej sytuacji – prawdopodobieństwem występowania zaburzenia psychicznego, to niełatwo jest jednoznacznie udowodnić związek przyczynowo-skutkowy między nimi (szczególnie przy badaniach prowadzonych w długim przedziale czasu). Wysiłki naukowców nie ustają i każdy rok zwiększa ilość danych oraz potwierdzonych i obalonych hipotez w tej dziedzinie.



❖ **Zanim jednak zjawisko wpływu przekazów na dzieci poznamy lepiej, ze wszystkimi jego niuansami, od twórców i dystrybutorów treści, a szczególnie biznesu, powinniśmy oczekiwać elementarnej troski o młodych odbiorców.** Tę można wykazywać na dwóch polach. Pierwsze to kwestia oznaczania tworzonych i dystrybuowanych treści tak, by potencjalny odbiorca z góry wiedział o możliwych zagrożeniach. Chodzi z jednej strony o ryzyka natury medycznej, np. określone efekty wizualne mogą wywoływać napady padaczki fotogennej (migotanie światła, przejścia kolorystyczne do lub od nasyconej czerwieni, elementy obrazu pokryte wzorem z figur geometrycznych o na przemian jasnych i ciemnych barwach). Rozwój technologii (wyższe częstotliwości wyświetlania, technologia 3D itd.) wpływa na poszerzanie tego obszaru zagrożeń. Ten typ ostrzeżeń służy bezpieczeństwu ludzi w każdym wieku, ale w praktyce to właśnie dzieci mają dziś większe szanse na ekspozycję na niebezpieczny dla nich zestaw bodźców: na przykład częściej korzystają z gier komputerowych oraz seriali animowanych, w których najłatwiej natknąć się na wyzwalacze ataków padaczkowych.

❖ Równie istotna jest kwestia oznaczania treści, które określone osoby (szczególnie dzieci) mogą narażać na krzywdę – najlepiej zarówno kategorii wiekowej, do której są one skierowane, jak i typu (seks, przemoc itd.). Badania potwierdzają nieskuteczność TW w przypadku treści dystrybuowanych w internecie, ale prowadzono je wyłącznie na grupie osób dorosłych, a nie dzieci. Jeśli chodzi o najmłodszych, strażnikiem bezpieczeństwa pozostają rodzice zapewniający lub ograniczający dostęp do różnych kanałów i przekazów. Chociaż zawsze dzieci i młodzież znajdowały sposoby na sięganie po zakazane treści, to trudno uznać, że ochronna rola rodziców była i pozostaje bez znaczenia. A rolę tę pełnić trudno, gdy brakuje klarownego systemu opisującego możliwe ryzyka. Oczekiwanie, że dorosły przeczyta każdą książkę, komiks, obejrzy każdy serial i film oraz przejdzie każdą grę wideo, zanim zdecyduje o tym, czy nadaje się ona dla jego latorośli, jest utopijne. Fakt, że telewizja stosuje oznaczenia wiekowe dla treści i materiały nieodpowiednie dla dzieci emituje nocą, jest daleko niewystarczający w rzeczywistości, w której najważniejszym obszarem komunikacji staje się internet. I tutaj pojawia się drugie pole, na którym przedstawiciele biznesu mogą wykazać się troską o najmłodszych obywateli: aktywnie uczestnicząc w standaryzacji określania wymienionych wyżej oznaczeń oraz otwierając się na rozwiązania informatyczne, które pozwolą rodzicom filtrować treści wedle wybranych kryteriów, tak by ograniczać ekspozycję najmłodszych na konkretne bodźce. Beneficjentami takich rozwiązań będą nie tylko dzieci, ale też dorośli, którzy są wrażliwi na niektóre bodźce i świadomie ich unikają.

Dzieci i młodzież a reklama



Dzieci, zwłaszcza najmłodsze, są szczególnymi odbiorcami reklam. Wynika to ze wspomnianego już faktu, że do około 4. roku życia nie potrafią one odróżnić rzeczywistości od fikcji. Widząc w reklamie jakieś postaci, uznają je za prawdziwe, w czym tkwi ogromny potencjał w zakresie manipulacji, który mogą wykorzystać twórcy tego typu przekazów. Najmłodszy nie tylko nie rozumieją, że postaci w reklamach nie są rzeczywiste. Nie pojmują również tego, iż część właściwości prezentowanych przedmiotów nie jest prawdziwa. „W wieku wczesnoszkolnym (do 7. roku życia) mali odbiorcy nie dostrzegają jeszcze perswazyjnego celu reklamy, ale za to odczuwają powszechnie frustrację dotyczącą rozczarowania po zakupie zabawki, która w reklamie wydawała się atrakcyjniejsza” – stwierdza → Iga Dudzik w artykule *Dziecko i reklama – uwarunkowania reklam kierowanych do dzieci*.

W nieco późniejszym wieku dzieci rozumieją już, że duża część przekazu reklamowego jest fikcją, dlatego reklamodawcy uciekają się do innych strategii. Używają wizerunków rówieśników i znanych postaci, wykorzystując podatność młodzieży na konformizm. Iga Dudzik stwierdza, że **najmłodszy są dla twórców reklam istotni z trzech powodów**. Po pierwsze – **stanowią rynek pierwotny**, co oznacza, że reklamy można kierować do nich bezpośrednio, ponieważ są to bezpośredni konsumenci dóbr. Po drugie – **tworzą rynek przyszły**. Już dziś można w dzieciach kreować wizerunki marek, aby w ten sposób wpływać na przyszłych konsumentów. Po trzecie w końcu – dzieci **częściowo decydują o tym, co kupią ich rodzice**. Aż 96% Polaków potwierdza, że ich pociechy mają wpływ na rodzinne decyzje zakupowe. „Wierzą oni, że dzieci mają bardzo szeroką i kompleksową

wiedzę, przez co stają się dobrymi doradcami w kwestii zakupów, na przykład elektroniki. Uwzględniane są także opinie dzieci związane z zabawkami, ubraniami, żywnością w postaci słodczy. Ich doradztwo nie kończy się jednak na przedmiotach przeznaczonych do ich użytku. W przypadku 60% Polaków dzieci są również konsultantami w sprawie wyboru kierunku wakacji, a prawie w 17% przypadków mali konsumenci wpływają na zakup samochodu, np. poprzez presję na konkretny kolor” – czytamy w artykule Igi Dudzik.

Według badaczki jednym z negatywnych aspektów wpływu reklamy na dzieci i młodzież jest **rozbudowywanie roszczeniowych postaw wobec rodziców oraz normalizowanie zachłannej konsumpcji jako sposobu społecznego pozycjonowania**. Jest to szczególnie szkodliwe w przypadku dzieci z biedniejszych rodzin, których opiekunowie nie mogą nadążyć za konsumpcyjną karuzelą.

Przed reklamowym wpływem osoby poniżej 18. roku życia chroni wiele regulacji z różnych obszarów: np. w dwóch osobnych ustawach znaleźć można zakaz reklamowania wyrobów tytoniowych i napojów alkoholowych (z wyjątkiem piwa – tu z różnymi obwarowaniami), który pośrednio wynika z ochrony zdrowia wszystkich mieszkańców naszego kraju, ale szczególnie dotyczy dzieci i młodzieży. Warto wspomnieć o → Ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, która zabrania wykorzystywać łatwowierność najmłodszych (np. sugerować, że zabawka samolot faktycznie lata). Z kolei → Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w artykule 9 mówi o zakazie bezpośredniego wzywania dzieci do zakupu produktów lub nakłaniania do niego opiekunów. → Ustawa o radiofonii i telewizji (art. 16b) ogranicza reklamy zamieszczane w radiu i TV, a ponadto mowa w niej (podobnie jak w Ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym) o zakazie wykorzystywania zaufania dzieci, jakie pokładają „w rodzicach, nauczycielach i innych osobach”, a także o tym, że reklama nie może bez uzasadnienia ukazywać małoletnich w niebezpiecznych sytuacjach i oddziaływać w ukryty sposób na podświadomość. W dalszej części ustawa mówi też bardziej ogólnie o tym, że przekaz marketingowy nie może zagrażać fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich.



PODSUMOWANIE I REKOMENDACJE

- ❖ Reklama oddziałuje na młode umysły, ale nie pozostaje także bez wpływu na osoby w każdym innym wieku. Najtętsze umysły wykorzystują najbardziej przemyślnie metody naukowe, by skutecznie wpłynąć na konsumentów przekazem marketingowym, a stały wzrost branży dowodzi, że inwestycje w tej dziedzinie przynoszą pozytywne skutki dla wyników sprzedaży firm. Trudno jednak uznać, że ten reklamowy wyścig zbrojeń między firmami konkurującymi o ten sam portfel konsumencki przynosi pozytywne skutki zdrowiu psychicznemu, dobrostanowi ludzi czy jakości życia.

- ❖ Dzieci i młodzież są szczególnie podatne na niektóre formy manipulacji, dobrze zatem, że regulacje – lepiej w tradycyjnych mediach, gorzej w mediach elektronicznych – szczególnie chronią właśnie ludzi młodych. Trzeba jednak pamiętać, że każdy z nas jest podatny na jakąś formę manipulacji ze strony ekosystemu reklamowego, który skolonizował wszystkie nowoczesne kanały przekazywania treści. Nawet serwisy streamingowe, gdzie nie wyświetla się reklam, nie chronią nas przed przekazem w postaci lokowania produktu w filmie czy serialu.

- ❖ Najgroźniejszą sferą oddziaływania na podświadomość konsumentów pozostaje oczywiście internet. Oferuje on najlepszy poligon doświadczalny skuteczności wysiłków marketingowych. Dziś – gdy wyświetlane są reklamy produktów czy usług, które nigdy by nas nie zainteresowały – możemy traktować to z obojętnością. Z czasem jednak rosnąca skuteczność będzie budziła większe wątpliwości dotyczące ochrony naszych danych i władzy, jaką reklamodawcom daje coraz lepsze mapowanie indywidualnej psychicznej charakterystyki każdego z nas. Niezależnie od tego, czy mówimy o internecie, czy innych obszarach obecności reklamy, sama idea tak bogatej i potężnej maszynerii manipulującej naszą skłonnością do konsumpcji i konkretnymi wyborami powinna być kwestionowana. Czy jej obecność czyni nasze życie lepszym? Co nam daje, a co nam odbiera?

- ❖ Skupiając się jednak na kontekście najmłodszych konsumentów, **warto poddać dyskusji zakaz reklamy wszelkich produktów i usług adresowanych do osób niepełnoletnich: mody dziecięcej i młodzieżowej, elektronicznych gadżetów, zabawek, gier, książek, filmów.** Oczywiście są towary, z których korzystają tak dzieci, jak i dorośli, ale wspomniany zakaz i tak objąłby znaczącą część rynku. Trudno uargumentować pogląd, że świat, w którym w ogóle nie można reklamować produktów i usług skierowanych do dzieci, byłby gorszy niż ten, w którym żyjemy.

- ❖ Nie można pominąć kwestii udziału dzieci w reklamach (zdjęcia, filmy) – również produktów i usług innych niż te, z których korzystają głównie najmłodszy, np. usług turystycznych, ubezpieczeń, aut. Pojawia się tu problem przyszłych konsekwencji upublicznienia wizerunku osoby niepełnoletniej, a także dysponowania uzyskanym w ten sposób dochodem. Dotyczy to także, a może przede wszystkim, mediów społecznościowych, gdzie wykorzystywanie dzieci do budowania zasięgów oraz pozyskiwania partnerów do płatnej współpracy od lat budzi silne kontrowersje. Także w tym przypadku warto postawić pytania: Co stracilibyśmy jako społeczeństwo, gdyby dzieci w ogóle nie było w reklamach? Co zyskujemy z faktu, że w nich występują?



Kariera **influencera** – młodzieńcze marzenia a rzeczywistość

Badająca ekosystem amatorskich i profesjonalnych twórców treści w internecie firma → Signal-Fire oszacowała dwa lata temu, że takich kreatorów kontentu jest na świecie około 50 mln. Pośród nich większość marzy o karierze influencera. Problem w tym, że na Ziemi nie ma takiej widowni, by tej armii zapewnić wystarczającą publikę potrzebną do uzyskania upragnionego statusu i sukcesu materialnego. Według danych portalu → Statista.com w 2022 roku na świecie z social mediów korzystało 4,5 mld ludzi. Gdyby każdy z nich obserwował aktywność 50 kreatorów (co jest bardzo mało prawdopodobne), a uwaga rozkładała się równomiernie, to pojedynczy twórca mógłby liczyć na 4,5 tys. followersów. To o wiele za mało, by uzyskać wystarczająco liczne i intratne propozycje współpracy od reklamodawców. Czyli nawet jeśli dzięki tej aktywności pojawiają się pieniądze, to nie takie, aby można było się za nie utrzymać.

Tu warto wprowadzić kategorię „rynków, na których zwycięzca bierze wszystko”. Spopularyzował ją ekonomista Robert H. Frank w książce pod tytułem *Spółeczeństwo, w którym zwycięzca bierze wszystko*, napisanej z Philipem J. Cookiem. Rynki, na których zwycięzca bierze wszystko, czy też rynki gwiazd to takie przestrzenie ekonomiczne (ale też społeczne), gdzie bardzo wiele osób konkuruje o ograniczone zasoby – uwagę, pieniądze, zwycięstwo na olimpiadzie, angaż w kolejnej odsłonie *Avengersów*. Nie wszyscy pretendujący mogą być mistrzami olimpijskimi, nie wszyscy mogą grać w wielkich produkcjach kinowych, nie wszyscy, którzy przyjeżdżają do Los Angeles z nadzieją na wielką karierę, zrealizują swoje marzenia. Ci, którzy zostaną z tyłu, to tzw. długi ogon. Osób, które pretendowały do wielkiego sukcesu, ale którym nie uda się osiągnąć niczego poza niewielką sławą, zawsze będzie znaczna większość. Tymczasem to właśnie bycie influencerem jako pomysł na życie obstawia wiele młodych osób, o czym świadczy cytowany przez → Vox.com sondaż *Morning Consult*, zgodnie z którym wskazaną ścieżkę kariery chętnie wybrałoby 54% Amerykanów w wieku od 13 do 38 lat, oraz → dane rozpowszechniane przez CBS News, z których wynika, że w 2019 roku 86% młodych Amerykanów chciało wykonywać ten zawód.

Vox.com pokazuje również, czym w rzeczywistości jest wspomniany długi ogon – 85% ruchu na YouTube generowane jest przez 3% kanałów, a 96% youtuberów zarabia mniej niż stanowi granica ubóstwa w USA. Tak w praktyce wyglądają rynki, na których zwycięzca bierze wszystko. Cechuje je ogromne rozwarstwienie ekonomiczne i prestiżowe.

Nie mamy niestety zbyt dokładnych danych z Polski na temat preferencji młodych osób do bycia influencerami. Jednym z tropów, na których możemy się oprzeć, jest → raport *Aspiracje dziewczynek w Polsce* Fundacji Inspiring Girls Polska. Organizacja zleciła przebadanie dzieci płci żeńskiej w wieku 10–15 lat oraz ich matek w kontekście preferowanych zawodów. Niestety nie mamy dostępnych danych dla chłopców. Możemy jednak wnosić, że wyniki, przynajmniej na samym szczycie tabeli preferencji, mogłyby być zbliżone. Jeśli chodzi o preferowany zawód, to na pierwszym, niekwestionowanym miejscu znalazły się youtuberka, instagramerka, tiktokerka. W ten sposób chciałyby w życiu zarabiać 46% nastolatek. Druga pozycja przypadła kategorii „graficzka komputerowa, projektantka stron WWW” (26% wskazań). Na dalszych miejscach znalazły się prawniczka (18%), nauczycielka (17%) i trenerka osobista (16%). A jak wyglądały preferencje matek? Jedynie 12% z nich chciałyby, żeby ich dzieci podążyły śladem influencerki, ale w roli projektantki stron WWW swoje córki widzi 26% matek. Na kolejnych miejscach znalazły się takie zawody, jak lekarka, farmaceutka i administrator systemu informatycznego. Jako ciekawostkę można dodać, że na 21 wymienionych profesji aż 8 odnosiło się do branży IT, mimo że w Polsce według → danych Eurostatu skupiała ona jedynie 3,5% ogółu pracowników. Niestety, trudno znaleźć lepsze, aktualne badania preferencji zawodowych nastolatków.

W kontekście omawianego problemu należy sobie uczciwie powiedzieć o dwóch rzeczach. Po pierwsze – prawdopodobnie od bardzo dawna jest tak, że horyzonty aspiracji ludzi młodych wyznaczają celebryci. Dekadę temu byli to znacznie częściej aktorzy i piosenkarze, jeszcze wcześniej – muzycy rockowi. Nie mamy na ten temat danych dla Polski, ale wielu z nas może się cofnąć wspomnieniami do okresu nastoletniości. Prawdopodobnie nieduża część osób marzyła wtedy o pracy w NGO, byciu copywriterem, urzędnikiem, księgową bądź specjalistką do spraw logistyki. Drugą niezwykle istotną kwestią jest uświadomienie sobie faktu, że nastolatki w wieku dziewczynek przebadanych na zlecenie Fundacji Inspiring Girls Polska nie mają większego pojęcia na temat tego, jak wygląda dorosła praca. Aspiracje najmłodszych są więc kreowane raczej przez zrozumiałe dla nich punkty odniesienia, którymi są postacie z social mediów, bo tam właśnie w dużej części żyją współczesne dzieci.





JAKI ZAWÓD CHCIAŁYBY WYKONYWAĆ MIESZKANKI POLSKI W WIEKU 10–15 LAT, A JAKI PREFEROWAŁYBY DLA NICH ICH MATKI – MARZEC 2021 ROKU (W %)

Źródło: → Fundacja Inspiring Girls Polska, *Aspiracje dziewczynek w Polsce*.

PODSUMOWANIE I REKOMENDACJE

- ❖ Rzeczywistość, w jakiej żyją dzieci i młodzież, daje im okazję do obserwacji dorosłych pracujących w różnych zawodach – przede wszystkim handlowych i usługowych (nauczyciele, lekarze, sprzedawcy, kierowcy, robotnicy budowlani, fryzjerzy, kosmetyczki, policjanci, kurierzy, dostawcy, mechanicy samochodowi itd.). Jeśli mieszkają w mieście, mogą mieć bardzo niewielkie pojęcie o uprawie ziemi i hodowli zwierząt, ale największą zagadką jest dla nich prawdopodobnie praca w sektorze produkcyjnym, który daje zatrudnienie jednej trzeciej wszystkich pracujących w naszym kraju.

- ❖ Samodzielna obserwacja to jednak za mało, by świadomie dostrzegać specyfikę danego zawodu, konieczne do jego wykonywania kompetencje, zarobki, możliwą ścieżkę rozwoju oraz drogę do rozpoczęcia pracy w takiej specjalności, nie mówiąc już o umieszczaniu samego siebie w kontekście wykonywania danej pracy zarobkowej. Tymczasem już w wieku 14 lat dzieci (a właściwie ich rodzice) podejmują decyzję, która może w znaczący sposób określić przyszłe możliwości wyboru: szkoła branżowa, technikum czy liceum? Polska szkoła nie potrzebuje jeszcze jednego przedmiotu, który dostarczałby niezbędnych w tym zakresie informacji, ale młodzi ludzie potrzebują doradztwa zawodowego – indywidualnego, dostępnego na wyciągnięcie ręki od połowy szkoły podstawowej. Za pomocą testów i rozmów dobrze przeszkolony i opłacony specjalista mógłby na jednym (absolutne minimum w czasie nauczania w szkole podstawowej) lub kilku kolejnych spotkaniach ułatwić młodym ludziom nawigowanie po akwenach systemu edukacji i wyborów zawodowych. Takie doradztwo potrzebne jest stale także uczniom szkół ponadpodstawowych oraz dorosłym – studentom i pracownikom. Taka usługa powinna być darmowa, łatwo dostępna, do 18. roku życia w niewielkim zakresie obowiązkowa (np. jedno spotkanie podczas danego etapu edukacji), ale fakultatywna dla tych, którzy potrzebują postawić więcej pytań i otrzymać więcej uwagi doradcy.

- ❖ Wycieczki do miejsca pracy rodziców czy potencjalnych pracodawców to jedna z możliwych metod pokazywania młodym ludziom realiów pracy zarobkowej. Dla najmłodszych zatrudnienie to ciągle rzecz niezwykle abstrakcyjna. Potrzeba namysłu nad tym, jak promować użyteczne dla nich i akceptowalne dla pracodawców programy stażowe albo po prostu sezonową pracę młodych ludzi w różnych zawodach, tak by każdy nastolatek wiedział przynajmniej to, czego zawodowo nie może lub nie chce robić (np. nie cierpi pracy w zamkniętym pomieszczeniu albo źle znosi powtarzalność obowiązków).

- ❖ Kolejny kanał oddziaływania na nastolatki w zakresie kształtowania realistycznego podejścia do zawodowych wyborów to dostępne publicznie bazy danych i informatory pokazujące zarobki w różnych specjalnościach w zależności od np. długości stażu pracy (oraz trendy zmian tych wynagrodzeń w ostatnich latach) i ilustrujące to, jak zawód zdobyć, z uczciwie oszacowanym prawdopodobieństwem sukcesu. Chodzi o to, aby dostarczać racjonalnej części umysłów młodych ludzi argumenty za tym, że może lepiej wybrać drogę, na której po zakończeniu studiów i okresie poszukiwania pracy na 90% będziemy zarabiać pensję początkującego inżyniera, niż tę, na której po latach innych wysiłków mamy 3% szans na kilkukrotnie wyższe zarobki pierwszoligowego piłkarza, influencera czy aktora.

- ❖ Młodzi nie przestaną marzyć – i mają do tego prawo, ale w nie mniejszym stopniu zasługują na to, by pokazywać im świat, jakim naprawdę jest, a do tego otrzymać uczciwą prognozę na drogę, którą zamierzają wybrać. I wsparcie, jeśli postanowią tę drogę zmienić.



Komitet Dialogu Społecznego Krajowej Izby Gospodarczej jest centrum myśli, które ma na celu poprawę jakości życia w Polsce, a w szczególności poprawę wzajemnych relacji między pracodawcami, pracownikami oraz administracją rządową i samorządową. Inspirują nas zasady dobrego wspólnego, solidarności i pomocniczości. Wierzymy, że najlepszą odpowiedzią na problemy społeczno-ekonomiczne Polski jest wspólne poszukiwanie rozwiązań. Dialog oznacza dla nas poszanowanie różnych punktów widzenia, poglądów i ról społecznych. W sposób szczególny zainteresowani jesteśmy poznawaniem i promowaniem dobrych, opartych na kulturze dialogu i współpracy praktyk w zakresie zarządzania organizacjami biznesowymi, publicznymi i pozarządowymi.

www.dialogkig.pl

Fundacja 

Fundacja Orange powstała w 2005 roku do realizacji celów, które wpisują się w strategię społecznej odpowiedzialności Orange Polska. Dba o rozwój cyfrowych kompetencji dzieci, młodzieży i nauczycieli, ucząc zasad bezpiecznego korzystania z internetu, zdrowych nawyków cyfrowych, a także podstaw programowania, robotyki i druku 3D. Działa na rzecz ochrony praw dziecka w środowisku (nie tylko) cyfrowym. Swoje inicjatywy opiera na wynikach badań i konsultacjach z ekspertami. Wydaje raporty, publikacje i poradniki. W 2022 roku Fundacja otrzymała wyróżnienie w konkursie im. Janusza Korczaka dla instytucji wcielających w życie korczakowskie idee oraz tytuł Dobroczyńcy Roku 2022 w kategorii „Kultura i edukacja”.

www.fundacja.orange.pl

Autorzy:
Łukasz Komuda
Kamil Fejfer

Partner publikacji:
Fundacja Orange

Redakcja i korekta: Agata Mościcka / biały-ogród.pl
Projekt makiety i opracowanie graficzne: Agata Mościcka / biały-ogród.pl

© Copyright by Komitet Dialogu Społecznego KIG and authors
Warszawa 2023

Przeznaczone do bezpłatnego rozpowszechniania.
Powołując się na raport lub cytując jego fragmenty, należy podać źródło.

Zdjęcia

Freepik: © Freepik (8, 14, 41); © Freepic.diller (36); © Lookstudio (5, 10),
© Marymarkevich (17); Senivpetro (1)

Unplash: © Aedrian (21); © Allison Archer (6); © Annie Spratt (22, 27);
© Galina Kondratenko (33); © Glenn Carstens Peters (31); © Hunter Moranville (29); © Johnny Cohen (37); © Josh Olalde (19); © Laura Chouette (40);
© Lilartsy (16); © Ny Menghor (11); © Thomas Park (25); © Vita Marija Murenaite (38)

Zdjęcia Łukasza Komudy wykonał © Jakub Lichwa (2),
a Kamila Fejfera – © Piotr Szewczyk (2)