

Oddziaływanie mediów na dzieci i młodzież

Anna Wawrzonkiewicz-Słomska, Ewelina Cholewa

Wydział Nauk Społecznych, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie

A b s t r a k t: Obok tradycyjnych mediów, jak prasa i radio, pojawiły się nowe, bardziej atrakcyjne dla młodego pokolenia. Są to komputer i Internet, które bez wątpienia zdominowały pozostałe środki masowego przekazu. Są na tyle interesujące dla odbiorców, że wielu zaczyna żyć wirtualnie, a traci kontakt z rzeczywistością. Celem artykułu jest sprawdzenie, w jaki sposób media oddziałują na młodych odbiorców. Ukazano pozytywny i negatywny aspekt mediów. Sprawdzone, jak często dzieci i młodzież korzystają z komunikatorów internetowych i czy jest to dobry sposób komunikowania się z innymi, a także czy postrzegają media i nowe technologie jako zagrożenie dla tradycyjnych książek i czytelnictwa. Wyniki badań ukazują, iż coraz młodszy użytkownicy korzystają z mediów, a ponad połowa ankietowanych poświęca na czytanie mniej niż godzinę dziennie.

S ł o w a k l u c z o w e: mass media, zagrożenia wirtualne, uzależnienie od komputera, użytkownicy mediów, Internet, dziecko a komputer

1. Wprowadzenie

Mass media, szczególnie komputer i Internet, w krótkim czasie zyskały dużą popularność wśród odbiorców. Z mediów elektronicznych korzystają zwłaszcza najmłodszy użytkownicy. Nierzadko odbywa się to kosztem innych czynności, jak nauka, praca czy obowiązki domowe.

Niniejszy artykuł ma na celu poszerzenie informacji na temat wpływu mediów na dzieci i młodzież. Autorki szukały odpowiedzi na następujące pytania: W jaki sposób media i nowe technologie wpływają na relacje międzyludzkie? Czy pojawienie się nowych technologii może spowodować spadek czytelnictwa oraz czy media uzależniają?

W celu uzyskania odpowiedzi na te i inne pytania wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego. Ankiety poddano sto dziewięćdziesięcioro czworo uczniów różnych kategorii wiekowych, w tym dziewięćdziesięcioro dzieci ze Szkoły Podstawowej w Oleśnie,

pięćdziesięcioro jeden z Gimnazjum w Oleśnie oraz pięćdziesięcioro troje z Zespołu Szkół Ponadgimnazjalnych w Dąbrowie Tarnowskiej.

2. Postawy wobec mediów

Przez postawę należy rozumieć „względnie trwałe, pozytywne lub negatywne ustosunkowanie się człowieka do konkretnego przedmiotu, np. osoby, rzeczy, zjawiska, angażujące w nim intelekt, wolę, uczucia i aktywność” (Lepa, 2002, s. 10). Można wyróżnić postawy zarówno pozytywne, obojętne, jak i negatywne wobec mediów. Zdecydowana większość społeczeństwa przejawia postawę pozytywną. Tacy ludzie akceptują media mimo różnych niedociągnięć czy braków. Chętnie podejmują współpracę z osobami ze świata mediów oraz przyjmują sobie za cel ulepszanie i rozwój mediów. Innego zdania są odbiorcy o negatywnej postawie. Widzą oni zagrożenie ze strony mediów i starają się ostrzegać nieświadomych użytkowników. Sami ograniczają korzystanie z nich, ponieważ nie dostrzegają w nich żadnych zalet. Ostatnią grupę stanowią ludzie, których stosunek do mediów jest obojętny. Czasami korzystają z mediów, ale nie poświęcają im zbytnej uwagi. Nie atakują, ale i nie popierają działalności mediów (Lepa, 2002, s. 29–34).

3. Uzależnienie medialne

Światowa Organizacja Zdrowia definiuje uzależnienie jako „stan psychiczny, a czasami także fizyczny, wynikający z interakcji między żyjącym organizmem a środkiem uzależniającym, charakteryzujący się zmianami zachowania lub innymi reakcjami, które zawsze zawierają przymus brania tych środków w sposób ciągły lub okresowy w celu uniknięcia złego samopoczucia związanego z ich brakiem. Tolerancja może wystąpić lub nie wystąpić. Jednostka może być uzależniona od więcej niż jednego środka” (Andrzejewska, 2007, s. 42–43).

Osoba uzależniona od mediów zaczyna żyć światem wirtualnym, fikcyjnym, a traci kontakt z rzeczywistością. Korzystanie z mediów przeradza się w obsesję, a uzależniony nie panuje ani nad czasem, który poświęca mediom, ani nad swoim zachowaniem. Tak naprawdę trudno określić, kiedy zaczyna się uzależnienie od mediów, dlatego że każdy użytkownik inaczej odbiera te same treści oraz posiada inną wrażliwość i osobowość. Jednak z całą pewnością można stwierdzić, że odporniejsi psychicznie rzadziej ulegają uzależnieniom i lepiej radzą sobie z problemami. Nie bez znaczenia są również relacje między rodzicami a dziećmi. Dzieci i nastolatki niedoceniane, zaniedbywane (także emocjonalnie), mające kompleksy szukają potwierdzenia swojej wartości np. w sieci, częściej też ulegają nałogom. Jeżeli świat realny i życie rodzinne nie są dla nich wystarczająco atrakcyjne, zaczynają szukać wrażeń w mediach. To tam nawiązują nowe znajomości i żyją życiem online (Holtkamp, 2011, s. 94).

Zależność między czasem użytkowania a objawami uzależnienia przedstawia poniższa tabela.

Tabela 1. Czas a objawy uzależnienia

Czynnik uzależniający	Faza eksperymentalna	Faza używania	Faza uzależnienia
Internet	Nie występuje	2–3 lata	Dzieci po 1–2 latach Dorośli po 4–5 latach
Telewizja	Nie występuje	5–6 lat	Dorośli po kilku latach bardzo intensywnego używania Małe dzieci po kilkunastu miesiącach
Gry sieciowe	Kilkanaście tygodni	8–12 miesięcy	Po 8–12 miesiącach

Źródło: opracowanie własne na podstawie Jędrzejko, Taper, 2012, s. 47.

Dane zawarte w tabeli pozwalają na stwierdzenie, że najszybciej uzależnia telewizja i gry sieciowe. U dzieci uzależnienie może pojawić się po kilkunastu miesiącach korzystania. Faza uzależnienia od Internetu wynosi u nich natomiast nieco ponad rok. U dorosłych następuje ona znacznie później.

Aby sprawdzić, czy media wypełniają czas wolny uczniów, zadano następujące pytania: Jak spędzasz czas wolny? Z jakich mediów korzystasz? Do jakich celów wykorzystujesz media? Sprawdzone również, czy badani mają telewizor w swoim pokoju oraz jakie programy oglądają. Odpowiedzi ankietowanych zamieszczono w tabeli 2.

Tabela 2. Sposób spędzania czasu wolnego

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek badanych
Ze znajomymi	32	16,5%
Słucham muzyki	14	7,2%
Korzystam z mediów	44	22,7%
Uprawiam sport	70	36,1%
Inne	34	17,5%
Razem	194	100,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Najpopularniejszą aktywnością czasu wolnego respondentów jest uprawianie sportu. Ponad 20% badanych w czasie wolnym korzysta z mediów. 16,5% ankietowanych w wolnym czasie spotyka się ze znajomymi. Niewielki odsetek uczniów (7,2%) słucha muzyki w wolnej chwili, a 17,5% wybiera inne aktywności. Media, z jakich korzystają młodzi odbiorcy, prezentują dane zawarte w tabeli 3.

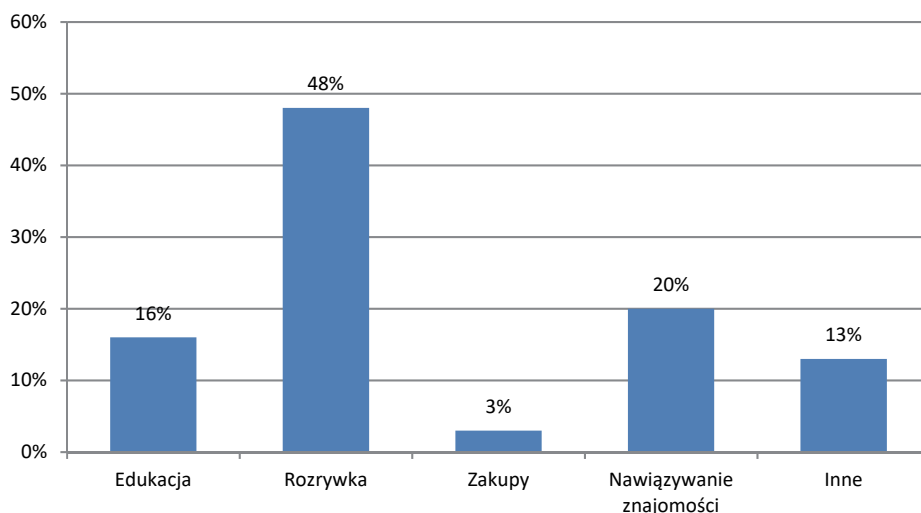
Tabela 3. Media popularne wśród uczniów

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek badanych
Internet	97	50,0%
Telewizja	76	39,2%
Radio	18	9,3%
Czasopisma	3	1,5%
Razem	194	100,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ulubionym medium uczniów jest Internet. Blisko 40% badanych najchętniej korzysta z telewizji, a ponad 9% wybiera radio. Niespełna 2% wszystkich ankietowanych najbardziej ceni czasopisma.

Sprawdzono także, w jakim celu uczniowie korzystają z mediów. Odpowiedzi respondentów ilustruje rysunek 1.



Rysunek 1. Cel wykorzystywania mediów przez uczniów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Prawie połowa ankietowanych (48%) wykorzystuje media dla rozrywki. Blisko 20% uczniów za ich pomocą nawiązuje znajomości. W celach edukacyjnych z mediów korzysta 16% badanych. 3,1% ankietowanych robi zakupy online, a pozostali wykorzystują media w innych celach.

Czy każdy respondent posiada telewizor w pokoju oraz co ogląda, zilustrowano w tabelach 4 i 5.

Tabela 4. Telewizor w pokoju uczniów

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek badanych
Tak	98	51%
Nie	96	49%
Razem	194	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tabela 5. Programy popularne wśród uczniów

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek badanych
Dokumentalne	26	13,4%
Komedie	64	33,0%
Horrory	33	17,0%
Inne	59	30,4%
Przyrodnicze	12	6,2%
Razem	194	100,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Z przytoczonych danych wynika, że 51% uczniów posiada własny telewizor. Ankietowani najchętniej oglądają komedie (33%). 17% przyznaje, że ogląda horrory, a 13,4% programy dokumentalne. Programy przyrodnicze ogląda zaledwie 6,2% badanych.

4. Nowe technologie i media a relacje międzyludzkie

Człowiek jest istotą społeczną i nie może żyć w izolacji od społeczeństwa – ludzi. Kontakty międzyludzkie są niezbędne dla prawidłowego rozwoju. Współcześnie występuje wiele wynalazków, które pozwalają komunikować się z otoczeniem bez względu na odległość i czas. Dominującą formą komunikacji międzyludzkiej jest Internet. Różnego rodzaju komunikatory, portale społecznościowe umożliwiają szybki przepływ informacji bez uszkodzenia i zniekształceń (Bednarek, 2008, s. 32–33). W ten sposób komunikują się przede wszystkim młodzi. Wadą komunikacji online jest ryzyko uzależnienia od środków masowego przekazu, wycofanie społeczne oraz trudności w nabywaniu i podtrzymywaniu relacji bezpośrednich w życiu codziennym (Pasternek, Urbańska-Bulas, 2013, s. 26–29).

Dane dotyczące popularności tej formy komunikacji wśród młodych przedstawiono w tabeli 6.

Tabela 6. Częstotliwość korzystania z komunikatorów internetowych

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek badanych
Bardzo często	96	49,5%
Od czasu do czasu	71	36,6%
Rzadko	11	5,7%
Nigdy	16	8,2%
Razem	194	100,0%

Ź r ó d ł o: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Jak często badani spotykają się ze znajomymi, przedstawiono w tabeli 7.

Tabela 7. Częstotliwość spotkań respondentów ze znajomymi

Częstotliwość	Liczba odpowiedzi	Odsetek badanych
Codziennie	53	27,3%
Tylko w szkole	110	56,7%
W weekend	31	16,0%
Razem	194	100,0%

Ź r ó d ł o: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Z zestawienia danych wynika, że prawie połowa uczniów bardzo często korzysta z komunikatorów, portali itp. 36,6% deklaruje, że od czasu do czasu komunikuje się w ten sposób ze znajomymi. Niespełna 6% przyznaje, że rzadko wybiera taką formę komunikacji. Natomiast 8,2% badanych deklaruje, że nie korzysta w ogóle z komunikatorów itp. Zapytano respondentów, czy jest to dobry sposób porozumiewania się z innymi. Zdecydowana większość badanych (86%) uważa, że komunikatory internetowe są dobrym sposobem prowadzenia konwersacji. Przecząco odpowiedziało 15% uczniów.

Dla porównania ponad połowa ankietowanych (56,7%) spotyka się ze znajomymi tylko w szkole. 27,3% respondentów spędza z nimi czas codziennie. Natomiast 16% uczniów wszystkich kategorii wiekowych widuje znajomych w weekendy.

5. Media a czytelnictwo

Nastały czasy, kiedy to papierowe książki zastępowane są przez e-booki, czyli książki elektroniczne. Małgorzata Sopyło (2008, s. 9–10) podaje następującą definicję e-booka: jest to „treść (tekst, także hipertekst, wzbogacony ewentualnie o statyczny bądź ruchomy obraz, dźwięk, system wyszukiwawczy i nawigacyjny) wprowadzona do pamięci komputera, zapi-

sana w pliku w odpowiednim formacie, dystrybuowana za pomocą dysków optycznych, pamięci przenośnych (dyski twarde, pamięci flash) lub sieci komputerowych, możliwa do odczytania za pomocą określonego oprogramowania zainstalowanego w urządzeniu komputerowym (jak zwykły komputer PC, czytnik e-książek czy nowoczesny telefon) i nawiązująca do tradycyjnego rozumienia książki”.

Obecnie wszystko staje się elektroniczne i wirtualne, w tym także rozmowy i czytelnictwo (Ziaja, 2012). Młodzi odbiorcy rzadko mają bariery wobec mediów, które w dużym stopniu wypełniają ich czas. Nie potrafią wyobrazić sobie życia bez mediów i elektronicznych udogodnień – technologii. Zaprezentowane niżej dane obrazują, czy zainteresowanie nowinkami technologicznymi i mediami przekłada się na poziom czytelnictwa dzieci i młodzieży. Ankietowanych zapytano też, czy w ich miejscu zamieszkania znajduje się biblioteka oraz jak często z niej korzystają.

Tabela 8. Biblioteka w miejscu zamieszkania

Odpowiedź	Liczba odpowiedzi	Odsetek badanych
Tak	113	58%
Nie	81	42%
Razem	194	100%

Ź r ó d ł o: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Powyższe dane ukazują, że blisko 60% uczniów posiada bibliotekę w miejscu zamieszkania. Jak często sięgają po literaturę, przedstawiono w tabeli 9.

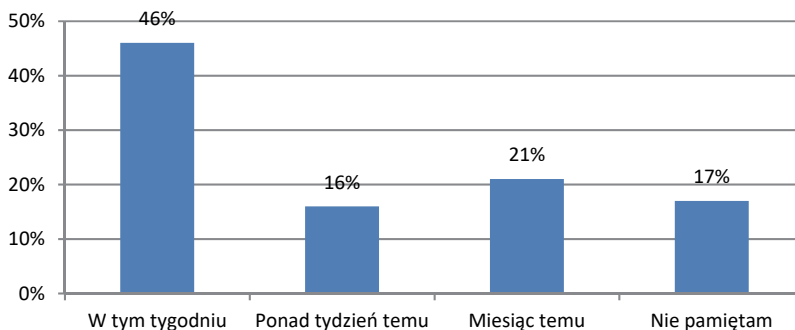
Tabela 9. Częstotliwość czytania

Czas w minutach	Liczba uczniów	Odsetek badanych
0–60	104	53,6%
60–120	63	32,5%
120–180	15	7,7%
180–240	12	6,2%
Razem	194	100,0%

Ź r ó d ł o: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

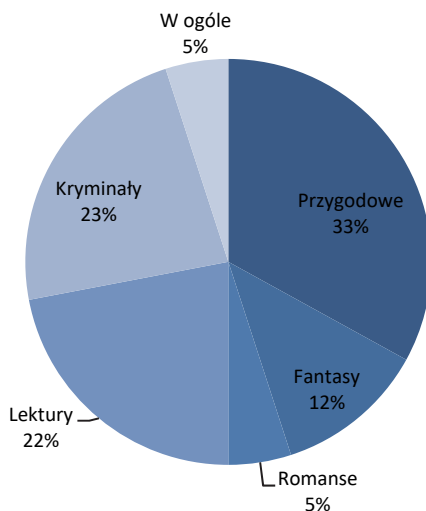
Najwięcej badanych (53,6%) poświęca na czytanie 0–60 minut dziennie. Ponad 30% uczniów czyta przez 60–120 minut dziennie. Niespełna 8% przeznaczają na czytanie od 120 do 180 minut dziennie. Więcej niż 3 godzinny dziennie czyta niewielki odsetek uczniów (6,2%).

Dane dotyczące tego, kiedy ankietowani ostatnio czytali książkę oraz jaki rodzaj literatury preferują, zamieszczono na rysunkach 2 i 3.



Rysunek 2. Ostatnio czytana przez badanych książka

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.



Rysunek 3. Rodzaj książek preferowanych przez uczniów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Dane ukazują, że w tygodniu, w którym przeprowadzono badania, 45,9% ankietowanych czytało już książkę. Ponad tydzień temu po książkę sięgnęło 16,5% badanych. Prawie co piąty uczeń czytał ostatnio książkę miesiąc temu. Natomiast 17% respondentów nie pamięta ostatnio czytanej książki.

Najwięcej ankietowanych (33,5%) preferuje książki przygodowe. Do gustu uczniów przypadły również kryminały, po które sięga 22,7%. Ponad 20% badanych deklaruje, że najczęściej sięgają po lektury. Ponad 12% respondentów czyta chętnie książki typu fantasy, a 5,2% – romanse. Prawie 5% uczniów przyznaje, że nie czyta książek w ogóle.

Prawie trzy czwarte badanych postrzega nowe technologie i media jako zagrożenie dla czytelnictwa, pozostali badani (26%) nie widzą zagrożenia ze strony mediów. Jak uzasadniają to ankietowani, przedstawia tabela 10.

Tabela 10. Zagrożenia dla czytelnictwa ze strony nowych mediów i technologii

Odpowiedź	Liczba badanych	Odsetek badanych
Nie da się zastąpić książek	25	12,9%
Nowe technologie ułatwiają dostęp do książek	19	9,8%
Media zastępują książki	97	50,0%
Brak uzasadnienia	53	27,3%
Razem	194	100,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Analiza zebranego materiału badawczego wskazuje, że według połowy ankietowanych nowe technologie oraz środki masowego przekazu zastępują książki. 12,9% respondentów sądzi, iż nie da się zastąpić książek. Niespełna 10% badanych twierdzi, że nowe technologie ułatwiają dostęp do książek. 27% ankietowanych nie uzasadniło swojej odpowiedzi.

6. Pozytywny wpływ mediów

Środki masowego przekazu zazwyczaj kojarzone są jednoznacznie z negatywnym wpływem na odbiorcę: przemoc, pornografia, uzależnienie. Pomimo tych i innych zarzutów należy dostrzec pozytywny aspekt mediów. Media względem odbiorców pełnią szereg różnych funkcji. Bez wątpienia można do nich zaliczyć funkcję kulturalną, edukacyjną i informacyjną. To poprzez media ludzie dowiadują się o odkryciach, poznają informacje ze świata i najbliższego otoczenia (Siemieniecki, 2008, s. 92–93). Aby media mogły naprawdę pozytywnie wpływać na swych odbiorców, należy dostosować treści przekazu, programów do wieku i etapu rozwoju. I tu uaktywnić powinni się rodzice i opiekunowie, którzy znając potrzeby i wrażliwość swych dzieci lub podopiecznych, mogą dobrać odpowiedni dla nich program.

Temat pozytywnego oddziaływania mediów na odbiorców podejmowało kilku badaczy. Pod koniec lat sześćdziesiątych XX wieku prowadzono badania na temat pozytywnego wpływu telewizji – w tym programów edukacyjnych – na dzieci. Sprawdzano, czy ma to wpływ na późniejsze osiągnięcia szkolne. Grupę badawczą stanowiły dzieci w wieku 3–5 lat. W rezultacie wykazano, że dzieci, które oglądały programy edukacyjne, są lepiej przygotowane do rozpoczęcia nauki szkolnej. W późniejszych stadiach rozwoju również można było zaobserwować efekty. Młodzież wychowana na programach edukacyjnych miała większe poczucie własnej wartości, realnie oceniała swoje możliwości oraz częściej uzyskiwała wyższe oceny (Kołodziejczyk, 2007, s. 148–149).

Jednakże porównując wpływ różnych mediów na rozwój dzieci, badacze doszli do wniosku, że telewizja w mniejszym stopniu wpływa na ich kreatywność. Bardziej stymulujące okazały się radio i media drukowane (Kubicka, 2007, s. 175).

Wraz z rozpowszechnieniem mediów pojawił się e-learning, czyli nauczanie/kształcenie na odległość przy pomocy odpowiednio zaprogramowanej platformy (Siemieniecki, 2008, s. 64). Niewątpliwie jest to korzystna forma edukacji, szczególnie dla

osób niepełnosprawnych, starszych lub posiadających małe dzieci; dla osób, które nie mogą studiować w systemie stacjonarnym i niestacjonarnym.

Za pomocą mediów udzielana jest także pomoc psychologiczna. Relacja specjalisty i pacjenta sprowadza się do rozmowy za pośrednictwem telefonu lub Internetu. Terapeuta wspiera emocjonalnie pacjentów, słucha cierpliwie ich opowieści, a także udziela informacji na temat zdrowia psychicznego. E-terapia ze względu na anonimowość ma wielu zwolenników. Pozwala przezwyciężyć strach i podzielić się z terapeutą swoimi trudnościami i niepowodzeniami. E-terapeuta ma pomóc pacjentowi obiektywnie zdefiniować sytuację, w jakiej się znajduje, tak by potrafił nazwać i określić problem, z którym nie może sobie poradzić, a także zrozumieć siebie i motywy, które nim kierują (Aouil, 2008, s. 96–100).

Jak widać, media mogą przyczynić się do rozwoju odbiorców i to zarówno w sferze edukacyjnej, jak i kulturalnej. Jest to także narzędzie, które służy do komunikacji oraz rozrywki, będąc jednocześnie zagrożeniem dla nieświadomych użytkowników. Wszystko zależy od tego, w jakim celu i kto korzysta z mediów i technologii. Adekwatny będzie tutaj cytat Sebastiana Taboła (2006, s. 60), który Internet i komputer porównuje do noża, „który może służyć zarówno do krojenia chleba, jak i zabijania. Podobnie jest z komputerem, który został wynaleziony, aby człowiekowi lepiej się pracowało. Z całą odpowiedzialnością można stwierdzić, że komputer i Internet może się dla człowieka okazać groźny, głównie jednak dla nieostrożnych użytkowników”.

7. Podsumowanie

Podsumowując dotychczasowe rozważania, stwierdza się, iż media oddziałują na człowieka znacząco niemal we wszystkich sferach jego życia. Niniejszy artykuł potwierdza hipotezę główną, iż media negatywnie oddziałują na dzieci i młodzież. Połowa ankietowanych stwierdza, że media zastępują książki, a niespełna 13% badanych uważa, że nie da się zastąpić książek. Ponad połowa respondentów poświęca na czytanie 0–60 minut dziennie. Na podstawie analizy badań stwierdza się, iż szczególnie wpływom mediów ulegają młodzi odbiorcy, bez względu na płeć czy miejsce zamieszkania. Żyjemy w społeczeństwie informacyjnym, gdzie niemal każdy ma dostęp do komputera i Internetu (biblioteki, świetlice, kafejki). Jednak nie każdy, kto korzysta z mediów, jest świadomy zagrożeń i niebezpieczeństw, jakie wiążą się z byciem online. „(...) każde medium zmienia jakąś część naszego życia – nasze sposoby porozumiewania się, pracy czy rozrywki – Sieć zmienia to wszystko naraz, a przy okazji wiele innych jeszcze rzeczy” (Siwek-Szczepanik, 2013, s. 123).

Bibliografia

- Andrzejewska, A. (2007). *Magia szklanego ekranu*. Warszawa: Fraszka Edukacyjna.
- Aouil, B. (2008). Edukacja, profilaktyka i pomoc psychologiczna online w obliczu problemów w polskich szkołach. W: T. Lewowicki, B. Siemieniecki (red.). *Media w procesie informacyjno-komunikacyjnym*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Bednarek, J. (2008). *Multimedia w kształceniu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Holtkamp, J. (2011). *Co oglupia nasze dzieci?*. Kraków: Salwator.
- Jędrzejko, M., Taper, A. (2012). *Dzieci a multimedia*. Warszawa – Dąbrowa Górnicza: Aspra.

- Kołodziejczyk, A. (2007). Wpływ oglądania telewizji na rozwój umysłowy i osiągnięcia szkolne młodych widzów. W: A. Kołodziejczyk, D. Kubicka (red.). *Psychologia wpływu mediów*. Kraków: Impuls.
- Kubicka, D. (2007). Telewizja a twórcza wyobraźnia dziecka. W: A. Kołodziejczyk, D. Kubicka (red.). *Psychologia wpływu mediów*. Kraków: Impuls.
- Lepa, A. (2002). *Media a postawy*. Łódź: Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie.
- Pasternek, A., Urbańska-Bulas, M. (2013). Wirtualna relacja eurosieroty z eurorodzicem komunikacja w rodzinie. W: M. Sitarczyk (red.). *Rodzina w mediach, media w rodzinie* (s. 26–29). Warszawa: Difin.
- Siemieniecki, B. (2008). *Pedagogika medialna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Siwek-Szczepanik, A. (2013). Młode pokolenie – uzależnione od mass mediów?. W: M. Sitarczyk (red.). *Rodzina w mediach, media w rodzinie*. (s. 123–138). Warszawa: Difin.
- Sopyło, M. (2008). *Estetyka książki elektronicznej*. Gdynia: Novae Res – Wydawnictwo Innowacyjne.
- Taboń, S. (2006). Komputer i Internet – nóż do chleba i zabijania. *Edukacja i Dialog*, 10, 60.
- Ziaja, J. (2012). Literatura elektroniczna a czytelnictwo młodzieży akademickiej. *Podkarpackie Studia Biblioteczne*, 1 [online, dostęp: 2016-08-18]. Dostępny w Internecie: http://psb.ur.edu.pl/sites/default/files/pdf/literatura_elektroniczna_a_czytelnictwo_mlodziemy_akademickiej.pdf.

Impact of the media on children and young people

A b s t r a c t: Apart from the traditional media such as the press and radio, new and more attractive to young generation ones appeared. These are computer and the Internet, which, without a doubt, dominated other mass media. They are so interesting to viewers that many of them start to live in a virtual world and lose touch with reality. The aim of this article is to check how the media affect young people. The positive as well as negative aspects were demonstrated. It was checked how often children and young people used internet communicators and whether it was a good method of communicating with others as well as whether children and young people perceive the media and new technologies as a threat to traditional books and reading. The results of this study show that younger and younger people use the media and more than half of the surveyed people spend less than an hour a day on reading.

Key words: mass media, virtual threats, computer addiction, users of the mass media, Internet, kids and computers
