

Suaugusiųjų kultūros multiplikacija vaikų ir paauglių žurnaluose

Regina Staniulienė

*Žurnalistų etikos inspektoriatas tarnybos
Viešosios informacijos stebėsenos ir analizės skyrius
T. Vrublevskio g. 6, 01100 Vilnius
El. paštas regina.staniuliene@lrs.lt*

Tyrimo ir dabarties problematika 2007/2008 metais¹

Nuo 2001 metų Lietuvoje sparčiai mažėjo laikraščių ir daugėjo žurnalų. Jau 2003 metais žurnalų skaičius viršijo laikraščių skaičių, o 2006 m. statistikos departamento duomenimis, žurnalų ir kitų periodinių leidinių skaičius buvo – 556, laikraščių 334. Ši tendencija ir toliau auga. Tokie rinkos pokyčiai rodo, kad vis labiau tampa paklausi žanrinė informacija, galinti patenkinti tikslinės auditorijos interesus ir pomėgius. Žurnalistų etikos inspektoriatas tarnyba atkreipė dėmesį į tai, kaip rinka paveikė spaudą, skirtą vaikams ir paaugliams. Buvo atliktas tyrimas², kuris parodė, kad žiniasklaidos verslas atrado naują nišą, suaugusiųjų kultūros „implantai“ sėkmingai prigijo leidiniuose, skirtuose vaikams ir paaugliams. Tenka pastebėti, jog pramoginė, komercinė kultūra plečia informacinę erdvę, prapaguoja tariamas vertybes ir formuoja jaunąjį skaitytoją. Problema jau tapo ne tai, kad toks reiškinys egzistuoja, bet tai, jog visuomenė su šiais pokyčiais apsiranta, tarsi palikdama vaikus ir paauglius „gatvei“, neigiamo socialinio konteksto epicentre, todėl jų perėjimas į suaugusiųjų pasaulį tampa komplikuotas ir iškreiptas. Kaip veikia viešojo erdvė, viešos komunikacijos laukas?

Esminiai žodžiai: jaunimo auditorija, žurnalai, socialinis kontekstas, kultūra, seksualizavimas, pramoga ir atsakomybė.

¹ Straipsnis parengtas iš pranešimo, paskelbto Lietuvos Respublikos Seime vykusioje apskrito stalo diskusijoje 2008 06 02.

² Visa apimtimi tyrimo rezultatai skelbiami tarnybos tinklalapyje www.zeit.lrs.lt – skiltyje „Tyrimai“.

Pranešimo tezės:

Kokią informaciją siunčia žiniasklaida?

Psichinis poveikis vaikams ir paaugliams.

Faktai ir komentarai.

Įstatymas, informacijos laisvė ir švietimas.

Dienraštyje „Respublika“, (2008 05 22) skelbiama laikraščio vasaros prenumeratos akcija (1 pav.). Reklamos poveikiui stiprinti – vaikų fotosesijos nuotraukos. Tie patys akcijos veideliai ir balsai per televiziją bei radiją. Vaikai suaugusiųjų akiratyje. Jais manipuliuojama ne tik tada, kai norima pasiekti tėvų pinigines.

Aptarkime vieną suaugusiųjų kultūros aspektą – **erotinio pobūdžio informacijos sklaidą**. Reiškinyms jau persikėlė į visas gyvenimo sritis ir suformavo naują ašį. Viešojo erdvėje dominuoja „Olia-lia mergaičių“ tipo išvaizdos, elgesio, kalbėjimo manieros ir gyvenimo būdo stereotipai. Laikraščiuose ir žurnaluose talpinamos erotinės merginų fotosesijos tapo neatskiriamu reklamos priedu. Propaguojama sėkmingo ir turtingo gyvenimo formulė, nutylint, kad kūnas tapo preke. Seksualizuota aplinka formuoja prioritetus, daro poveikį vaikų ir jaunimo psichofizinei raidai ir sveikatai. Pramoga, pasiūla, prekė – nūdienos „šventoji“ komercinė trejybė.

Tyrimo metu „Panelės“ žurnalo puslapiuose buvo reklamuojamas modelių konkursas, kuriame – cituoju: „laukiama mergaičių nuo 14 metų“. Organizatorių sąrašas – naktinių klubų ir pramogų centrų rykliai. „Panelės“ Nr. 6, p. 132, šio jau įvykusio konkurso atgarsiai – publikuojamose smulkaus formato serijinėse nuotraukose – dalyvių visu ūgiu atvaizdai, straipsnis vadinasi „Pirmas kartas ant podiumo“. Tekstas byloja atviriau: „*Į sceną pakilo reanimuotas PIRMAKARČIŲ MANEKENIŲ ŠOU! Jame sudalyvavusios ir nusifotografavusios merginos bet kada gali sulaukti skambučio iš didžiausių Lietuvos modelių agentūrų ir „Panelės“ žurnalo. Drąsuolės laimi!*“ Ar iš tiesų toks „lolitų“ dalyvavimas tampa natūraliu ir nieko nebestebinančiu reiškiniu?

Šiandien dar vienas verslo užmojis, dienraštyje „Respublika“ (2008 05 19) talpinamas straipsnis su nuotraukomis „Pasiruošk su mumis vasarai“ (2 pav.). Berniukai ir mergaitės su bikini demonstruoja augantį ir kintantį savo kūną. Dalyviai nuo 14 – iki 50. Ką sako šitokia informacija? Dar keli straipsniai iš didžiųjų dienraščių puslapių: („Respublika“, 2008 05 17) „Prekybos centre – erotinių prekių rojus“



1.



2.



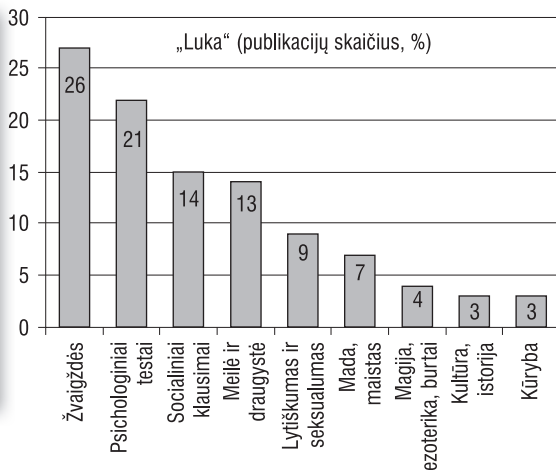
3.

(„Lietuvos rytas“, 2008 05 17) „Mokyklos tinklapyje – pornografiniai vaizdai“. Dienraščio „Lietuvos rytas“ straipsnyje „Vilniaus rajone savizudybių banga“, detalus savizudybės būdo aprašymas ir virvės kilpos nuotrauka (3 pav.).

Viešojo erdvėje matomos socialinio konteksto žaizdos. Įtaigus tampa ne tik teksto, bet ir **vaizdo** poveikis. Paauglystė – labai svarbus brendimo tarpsnis, pasižymintis kraštutinumais, jausmų sumaištimi, maištavimu bei didelėmis ambicijomis. Bandomi įvairūs elgesio modeliai, pasirenkami tam tikri socialiniai prioritetai. Paaugliui tampa svarbu suvokti savo tapatybę ir išsiaiškinti kas jis yra ir koks turėtų būti jo vaidmuo visuomenėje. Žiniasklaida jam tarsi pakiša veidrodį, kuris gali skatinti bei veikti jo tolimesnę psichofizinę ir psichosocialinę raidą. Net 90 proc. informacijos gauname per vaizdą. Jo poveikumas gali paskatinti iliuzijos ir realybės konfliktą, sukelti neigatyvius jausmus, menamą priimti už esamą.

Atlikus tyrimą, trys paveikiausi žurnalai vyresniojo amžiaus paaugliams liko mūsų stebėsenos akiratyje. Jie labiausiai atspindi socialinį kontekstą ir plečia paauglių ir vaikų elgesio rizikos lauką. Situacija sunkina tai, kad griežtos ribos tarp žurnalų skirtų vyresniojo amžiaus paaugliams ir suaugusiems nėra. Leidėjai orientuojasi į plačią auditoriją ir vengia fiksuoto žymėjimo. Žurnaluose kurie įvardijami, kad skirti „jau-noms panelėms“, skaitytojų amžius nuo 12... per 20 metų ir daugiau.

„Luka“ – žurnalas panelėms nuo 14 metų (tokią amžiaus grupę galima rasti skaitytojų laišku skiltyje). Pranešimai pilni nūdienos reiškinių ir socialinių žaizdų. Temų ašis – komplikuotos meilės istorijos ir socialinė psichologija.



Prie žurnalistų etikos inspektorius veikiančių ekspertų grupė svarstė žurnalo „Luka“ publikacijas (rubrikoje „Dainos“ paskelbtos dainos „Afigėnai“ tekste („Luka“, 2006, Nr. 4) ir „Erogeninės zonos“ („Luka“, 2006/5 ir nustatė vienu atveju, rubrikoje „Dainos“ paskelbtos dainos „Afigėnai“ tekste („Luka“, 2006, Nr. 4) yra palankiai vertinamas priklausomumas nuo narkotinių, psichotropinių medžiagų, skatinamas jų vartojimas, teigiamai vertinami nusikaltimai, skatinama agresija, savęs žalojimas, kitu atveju, pažymima, kad publikacijoje „Erogeninės zonos“ („Luka“, 2006/5) paskelbta erotinio pobūdžio informacija apie vyrų ir moterų erogenines zonas, skatina lytinę geismą. Žurnalistų etikos inspektorius du kartus buvo išpėjęs žurnalo „Luka“ redaktore (2006 m. gruodžio 7 d. Nr. SPR-14 ir 2007 m. sausio 19 d. Nr. SPR-1).

„Luka“ (2008, Nr. 5) temos paauglėms: skiltyje „Mano istorija“ – (Mano seserys lesbietės), (Nebenoriu gyventi), skiltis „Nuo 14“ (Masturbacija), (Kiberseksas) – XX amžiaus pabaigoje atsiradęs reiškinys, kuris jau spėjo tapti pelningu verslu. Virtualiam sekso propagavimui naudojama ir internetinė kamera. Erotiniais pokalbiais (ir ne tik) internetu užsiimančių agentūrų atsirado ir Lietuvoje. Žurnale talpinama nuoroda (www.saugesnisseksas.lt). Saugesnio Sekso portalas – bendras Šeimos planavimo ir seksualinės sveikatos asociacijos ir UAB „Interaktyvūs marketingo sprendimai“ projektas. Tai pirmas tokio pobūdžio portalas Lietuvoje. Nurodytame puslapyje įdėtas skelbimas *ieškau vaikiną iš Kauno, kuriam 12–13 metų* – galima pasidaryti atitinkamas išvadas. Cituoju skaitytojos

komentarą: „Anksčiau buvo geresnė (svetainė), net naujienos keisdavosi kad ir ne kas savaitę, bet kas dvi ir prizų dar buvo. Ir temų pokalbiams buvo po to visos buvo aptartos, ir žiūriu, liko paauglių seksualinių pažinčių svetainė“. Galima daryti prielaidą, kad projektas, gavęs finansinę paramą, išsikvėpė ir paliktas savieigai. Nebeaišku, kas atsakingas, nes administruojančių tinklalapį asmenų kontaktų nerasta.

Tų pačių metų „Luka“ žurnale yra skiltis „Tikiu“, joje publikuojama serijinė medžiaga apie religiją, naujus tikėjimus, įvairias Lietuvoje ir pasaulyje veikiančias sekta. 2008, Nr. 4 skelbiama informacija apie sektą „Žiurkininkės“, kuri, stačiatikių bažnyčios teigimu, yra Rusijoje egzistuojanti satanistinės pakraipos lesbietiška sekta.

BNS naujienų tarnyba išplatino informaciją, apie tai, kad Lenkijoje klesti paauglių prostitucija. Dienraščio „Polska“ duomenimis tuo užsiima net 30 tūkstančių vidurinių mokyklų moksleivių, o apie 20 proc. moksleivių tarp savo draugų turi tokių, kurie uždarbiauja iš sekso paslaugų. Sociologai teigia, kad tėvai nesuvokia problemų masto.

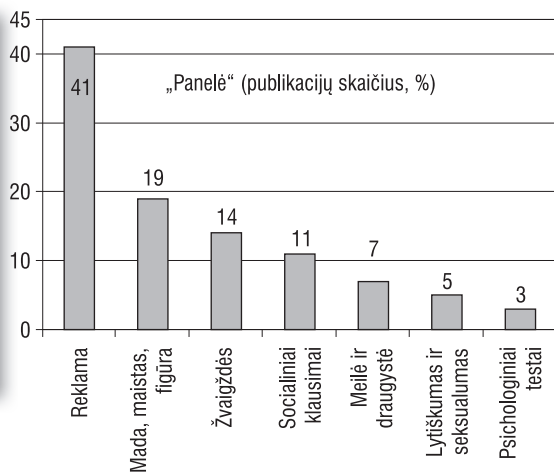
Italų nevyriausybinės organizacijos duomenimis, 2007 m. internete registruoti daugiau nei 39 tūkst. pedofilinės medžiagos pasirodymo atvejų, didžioji dalis tinklo Europoje. Kokia situacija Lietuvoje?

Prie žurnalistų etikos inspektoriatų tarnybos veikia naujai sukurta ekspertų grupė, ji tiria tokio pobūdžio pažeidimus, medžiagos gausa tik patvirtina plintantį reiškinio mastelį.

Informacijos, atitinkančios Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo 4 straipsnyje numatytus kriterijus (ribojamos viešai skelbti), paskelbimo atvejai 2008 m.

4.1.1. (susijusi su fizinio ar psichinio smurto vaizdavimu)	[Shaded bar]									
4.1.2 (kurioje rodomas mirusio arba žiauriai sužaloto žmogaus kūnas)	[Shaded]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	
4.1.3 (erotinio pobūdžio)	[Shaded bar]						[White]	[White]	[White]	
4.1.4 (sukelianti baimę ar siaubą)	[Shaded]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	
4.1.6 (kurioje palankiai vertinamas priklausomumas nuo narkotinių, toksinių, psichotropinių medžiagų, tabako ar alkoholio)	[Shaded]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	
4.1.7 (skatinanti savęs žalojimą ar savižudybę)	[Shaded bar]						[White]	[White]	[White]	
4.1.11 (kurioje dažnai vartojami nešvankūs posakiai, žodžiai ar gestai)	[Shaded]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	[White]	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

„Panelė“ – mėnesinis žurnalas panelėms (laimingas gyvenimas, meilė, grožis, sveikata, moda, darbas, kelionių nuotykių).



Vienas iš populiariausių ir seniausiai leidžiamų žurnalų tikslinei auditorijai. Pranešimų temos aštrios, provokuojančios, skaudžios. Turinyje gyvenimo realybės atspindžiai, suaugusiųjų pasaulio grimasos. Būtų paprasčiau vertinti, jei ne mišrus skaitytojų amžius (12–21...). Propaguojamas suaugusiųjų gyvenimo būdas gali sužadinti ankstyvą jaunų šio žurnalo skaitytojų susidomėjimą seksualumu ir neigiamomis tendencijomis. Nors žinios ir plečia socialinės kompetencijos ribas, tačiau dar psichologiškai nebrandžiai asmenybei gali pridaryti daugiau žalos, negu naudos. Gerai, kad svarbiais lytiškumo ir seksualumo klausimais pasisako savo srities žinovai: psichoterapeutas, ginekologė, seksologas, teologas. Žurnalas turi ir savo leidinio internetinį puslapį www.panele.lt, kuris jau žymimas su ženklu N-18, tačiau ir jame rašo jauno amžiaus skaitytojos.

Žurnale „Panelė“, (2008, Nr. 4) yra straipsnis „Bekojė vyrų gundytoja“ (4 pav.). Siužetas apie merginą be kojos, kuri dirba modeliu Vokietijoje. Straipsnyje pristatyta, kad „ši vienakojė mergina priklauso slaptai uždarai fetišų grupei, kuriuos seksualiai jaudina deformuotos arba amputuotos kūno dalys. Pati straipsnio herojė teigia: „(...) nedarau nieko bloga. Tiesiog savo išvaizda jaudinu vyrus“. Visa istorija praranda nekaltos informacijos skraistę, kai nejučia įvardijamas merginos tikslas surasti šiam verslui reikalingų panašių traumų ar prigimtinių sužalotų jaunu-

lių. Tarsi tarp kitko paminima, kad videoprodukcijos gamybai reikalingi panašaus likimo žmonės, galintys tokiu būdu atrasti savo laimę. Istoriją gaubia, kaip teigia straipsnio tekstas, „turtingi, bet pavojingi klientai“ ir „tai labai slapta informacija“, esą „panašias interneto svetaines turinčios merginos man pasakojo, kad būna tokių iškrypėlių, jog net persekioti pradeda“...



4.



5.



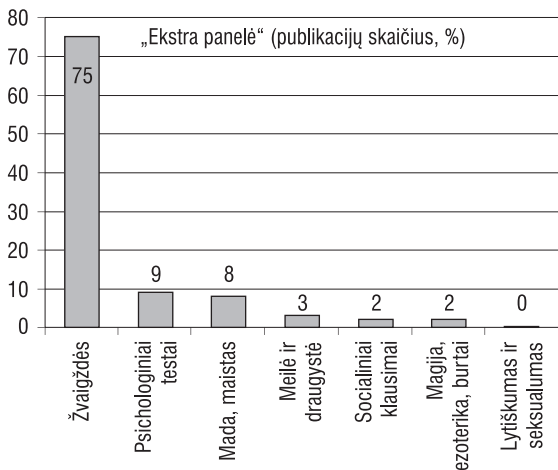
6.

Kitame straipsnyje „Jauniausia Lietuvos nuotaka“ „Panelė“, (2008, Nr. 3) plačiai aprašinėjami nepilnametės herojės nuotykių, kuri seksualinę patirtį įgijo būdama 11 metų, turi septynerių klasių išsilavinimą (5 pav.). Atkreiptinas dėmesys į žurnalisto, palindusio po personažo supermeno „Skerso“ kauke, kalbos stilių ir provokuojančių temų dvi-prasmybės. Žurnalisto etika – dar viena leidinių vaikams ir paaugliams problema.

Straipsnyje „Garsus kaip „Maxima“ („Panelė“, 2008 vasaris, Nr. 2) pristatomas dainininkas Soliaris ir realybės šou „Hello Jurmala“ dalyviai. Visas turinys pateikiamas per seksualinę prizmę; ir tekstinė, ir vaizdinė medžiaga persunkta paauglių silogizmų ir geidulingumo.

„**Ekstra panelė**“ – modernus žurnalas šiuolaikinėms panelėms apie įdomius žmones ir jų gyvenimą, kosmetiką, kelionės. Išoriškai žurnalas panašus į leidinį „Panelė“, tačiau vienpusis ir vieno plano. Žurnalo turinys – tarsi TV programų tinklelio tęsinys. Jame aprašomi šių programų herojai, jų gyvenimai, kaip nesibaigiantis nuotykių serialas. Publikacijų kie-

kis rodo sparčiai platinamą „žvaigždiškumo“ užkratą. Masyvi pramoginės informacijos ataka jaunoms smegenims, akivaizdi TV realybės šou ir kitų laidų herojų multiplikacija. Netenka stebėtis, kad laidos TV ekrane ir toliau pačios save multiplikuoja: „Kelias į žvaigždes“ 1, 2, 3, „Dangus“ 1, 2, „Šokių dešimtukas“ 1, 2, „Šok su žvaigžde“ ir t. t. Nuolatinis žiūrovų ir skaitytojų emocinis dirginimas paverčia vartotojus „žvaigždžių stratosferos“ įkaitais.



„Ekstra panelė“ (2008, Nr. 5) informatyvi ir sėkminga straipsnio „Chuliganai muša žvaigždes!“ publikacija, nūdienos aktualijų tema – smurtas, užgauliojimai, patyčios. Problemos svarbą tęsia to paties numerio kiti straipsniai „Smurtas – silpnųjų ginklas“, „Akistata: auka prieš savo budelę“. Savo aiškiai išreikšta pozicija susivienija įvairūs scenos atlikėjai, kurie pasisako prieš tokio reiškinio plitimą. Toliau temą analizuoja profesionalai, savo srities specialistai. Tai atsakingai pateikta publikacija.

Daugeliui vaikų ir paauglių TV produkcija tapo pagrindiniu pažinimo šaltiniu. Laikraščių šiai amžiaus kategorijai veik nebėra. Liko keli kultūrinės, pažintinės sklaidos žurnalai jauniausiojo amžiaus vaikams ir paaugliams „Bitutė“, „Laimiukas“, (tyrime dėl savo specifikos nenagrinėtas žurnalas „Lututė“), remiami Spaudos rėmimo fondo. Jų tiražai nedideli, nuo 5 iki 3 tūkst. palyginkim: „Panelės“ tiražas 50 tūkst., „Ekstra panele“ – ~ 32 tūkst., „Luka“ – ~ 13 tūkst. Jei norime, kad vaikai skaitytų knygas, neužtenka paskelbti iniciatyvą „Skaitymo metus“, reikalingas ir dvasinio poreikio ugdymas, kuris neišvengiamai siejasi su kultūra ir grožine literatūra.

Už mažėjančią vaikiškos pasaulėjautos žemę pirmiausia yra atsakingi suaugusieji. Kol žiniasklaidos verslas bruka savo interesus atitinkančią informaciją, stokojama valstybės dėmesio. Sprendimai gimsta labai lėtai. Reikia mokyklose diegti žiniasklaidos raštingumo (*media literacy*) programą, sukurti (*media education*) tinklapį vaikams, tėvams, mokytojams. Reikalingas pozityvios socialinės reklamos tinklas, ši sritis Lietuvoje žengia pirmus žingsnius. Gyvenimo realijos mus lenkia, atnešdamos naujus iššūkius. Europoje seniai yra tarpkultūrinių mainų, kultūrinio pažinimo ir tarpusavio bendravimo, konfliktų sprendimų praktiniai seminarai – mokymai. Nespėjame su pakitusios tarpkultūrinės terpės įvertinimais, įvairių subkultūrų iššūkiais, pripažindami laisves, bet nesuteikdami teisių. Žiniasklaida tuose procesuose galėtų aktyviau dalyvauti. Masyvi komercinės informacijos ataka paaugliams - ne vien žurnalistų problema, tai leidėjų bei redakcijų sąmoningai pasirinktos veiklos strategijos problema. Įstatymai nepajėgūs reglamentuoti moralės normas ar etikos sritis. Pati žurnalistų bendruomenė, galėtų pastebimiau tvarkytis savo kieme. Nėra ir negali būti tema bloga ar negalima pati savaime. Svarbu saikas, proporcijos, atsakomybė, pagarba. Pagarba bazinis santykis į žmogų, juolab jauną, gal dar nespėjusį atrasti savas vertybes, kurios kuria, o ne griaua. Jomis bus matuojami kiekvieno jauno žmogaus savarankiško gyvenimo žingsniai, kokie jie bus, priklauso ir mūsų valstybės ateitis.

Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo nuostatų įgyvendinimo priežiūrą suvokiame ne vien kaip administracinio poveikio priemonių taikymą, bet ir kaip tam tikrą aiškinamąjį darbą.³

Išvados

Dalis žurnalų vaikams ir paaugliams propaguoja pramoginę suaugusiųjų kultūrą. Vaikai ir paaugliai atsiduria neigiamo socialinio konteksto rizikos zonoje. Stokojama valstybės dėmesio edukaciniams projektams. Informacijos laisvė atsidūrė verslo interesų rėmuose.

³ 2008 m. birželio 26 d. Nacionalinėje Martyno Mažvydo bibliotekoje vyko Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybos organizuotas seminaras „Vaikų, paauglių spaudos turinys ir etika“. Dalyvavo atsakingų valstybinių institucijų vadovai, deleguoti asmenys, nevyriausybinių organizacijų nariai, leidėjai, redaktoriai, žurnalistai, rašytojai, akademinės visuomenės atstovai, mokytojai.

Žurnalų vaikams, paaugliams ir šeimai leidėjai – rinkos dalyviai

UAB „Ekspress leidyba“ „AS Ekspress Grupp“	„50 panoramų“, „Aha“, „Justė“, „Klubas“, „Luka“, „Mano namai“, „Moteris“, „Naminukas“, „Naminukas plus“, „Pagunda“, „Pagunda 5 min“, „Pagunda plus“, „Panelė“, „Penki“, „Perlas“, „Sudoku“, „Super bumai“, „Sveika“, „Tavo vaikas“, „Klubas“
UAB Egmont Lietuva	„Mergaitė“, „Magija“, „Greiti ratai“, „Donaldas ir kiti“, „Mikė pūkuotukas“, „Barbė“ ir jos priedas „Barbie Princesės“, „Princesės“
„Lietuvos rytas“ įmonių grupė UAB „Ekstra žurnalas“	„Ekstra panelė“, „Pana“, „Mes“, „Ekstra sveikata“, „Ekstra“, „Moters savaitė“
UAB „ŽLG“ (Žurnalų leidybos grupė)	„Top Girl“, „Žmonės“
Leidėjas A. Vereckio įmonė „NIEKO RIMTO“	„Laimiukas“
Ateitininkų federacija	„Bitutė“, „Ateitis“
UAB „Jūsų Flintas“	„Flintas“, „Flinto bumai“, „Ups“, „Ups Rock plakatai“, „Ups Pop plakatai“, „Su p.e.r.“
UAB „MG Baltic Media“	
UAB „NEO-PRESS“	Moterims: „Istorijos“, „Nuo...Iki...“, „Viltys ir likimai“
UPG Baltic	Vaikams: „Musė pusė“, „Nykštukas“, „Oho klasė“, „Oho Planeta“, „Pritrenkiantys X-men“, „SUP.E.R.“, „U.P.S.“
	Vyrams: „A-ZET“, „Intymios paslaptys“, „Stuff“, „Tik vyrams“, „Tik vyrams biblioteka“, „Tik vyrams kolekcija +DVD“, „Žvejys ir žuvis“
	Šeimai: „2 x oho“, „A-ZET kryžiažodžiai“, „Computer actinė“, „Oho“, „Oho Fortūna“, „Oho galvosūkių be klausimų“, „Oho Lengvi“, „Oho Litas“, „Oho Manija“, „Oho Moterims“, „Oho Vinis“, „Top Japoniški kryžiažodžiai“, „Top Panorama“, „Žaidimai.com“

The Multiplication of the Adults' Culture in the Lithuanian Magazines for Children and Teenagers

Investigation and the Present Time Problems 2007/2008

The article focuses attention on the information furnished by the Inspection Service for the Journalists' Ethics about the influence of the market on the press for children and teenagers. The carried out investigation showed that the mass media market had discovered a new niche and the „implants“ of the adults' culture have successfully taken root in the publications for children and teenagers. Noteworthy is the fact that an entertainment, commercial culture expands its information space, propagates pseudo-values and forms for „itself“ a young reader. The essence of the problem is not only the existence of this kind of phenomenon but the fact that society gets accustomed to those changes as if leaving children and teenagers for the „street“, in the epicentre of a social context, therefore their way to the world of adults becomes complicated and distorted.

They are manipulated not only wishing to reach their parents' wallets... Erotic photo session featured in newspapers and magazines have become an integral part of advertising. The sexualized environment forms priorities and influences the children's and young people's psycho-physical development and health.

A public place unfolds the wounds of a social context. Both the text and visual impact become important. Adolescence is a very important maturation period full of extremities, confusion of feelings, rebelling and great ambitions. The teenagers try various models of behavior and choose certain social priorities. It is very important for them to perceive their identity and to make out what they are and what kind of role they should play in society. The mass media serve as a kind of mirror which can stimulate and influence their psycho-physical and psycho-social development. Even 90 per cent of information comes through an image. Its influence can induce a conflict of illusion and reality, give rise to negative emotions, take apparent for real. After the investigation, the most effecting three magazines for senior teenagers remain in the field of our observation. They most widely reflect a social context and expand the field of risk concerning the behavior of teenagers and children. The trouble is that there is no strict limit between the magazines for senior teenagers and adults. Publishers orient themselves towards a wide audience and avoid a fixed marking.