

W ciągu 12 lat Fundusz Rozwiązywania Problemów Hazardowych dofinansował 94 badania poświęcone uzależnieniom behawioralnym. Realizacji tych badań podjęło się 29 ośrodków badawczych¹. Tylko dwa pisma – „Świat Problemów” i „Serwis Informacyjny Uzależnienia” – oraz portal uzależnieniobehawioralne.pl regularnie zapraszają na swoje łamy autorów tychże badań, by dzielili się wiedzą płynącą z ich pracy. Poza tymi periodykami zazwyczaj wiedza o badaniach nie wykracza poza wąski krąg odbiorców.

JAK W DOBIE INFOTAINMENTU PRZEBIĆ SIĘ Z WYNIKAMI BADAŃ NAUKOWYCH DO MEDIÓW?

*Maja Ruszpel
Fundacja Inspiratornia*

Ani Fundusz Rozwiązywania Problemów Hazardowych, ani Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom nie posiadają działu public relations. Organizacje i instytucje realizujące badania nie mają na takie działania środków lub wypracowanych mechanizmów promocji swojej pracy. Miejscem, które udostępnia przestrzeń na dzielenie się nowo powstającą wiedzą jest Międzynarodowa Konferencja Uzależnienia Behawioralne – jednak rzadko kiedy pojawiają się na niej media lub reprezentanci innych środowisk niż nasze.

Nie można jednak stwierdzić, że brak promocji badań naukowych jest piętą achillesową Funduszu – jest to zjawisko występujące w większości ośrodków naukowych i badawczych w Polsce. Podejmowano wiele inicjatyw, by zmienić ten stan rzeczy. Istnieje choćby Biuro Promocji i Popularyzacji Nauki na UMCS czy kolejne edycje promocji badań naukowych na UW. Powstał także podręcznik dla naukowców autorstwa Natalii Osicy pt. „Sztuka promocji nauki” – reklamowany chwytliwymi hasłami: *Jak opowiadać o nauce Kowalskiemu? Gdzie i kiedy promować wyniki badań naukowych? Jak się przygotować do wykładów popularnonaukowych czy wywiadów telewizyjnych?*

Jednak nikt nie wypracował – co mogłoby być proste w logistyce i organizacji choćby poprzez istnienie takich narzędzi, jak strona www, czy możliwość promowania za pomocą konferencji prasowych realizowanych online – ogólnopolskiej platformy systematycznie prezentującej najważniejsze i najciekawsze wyniki badań.

W tym sensie Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom (a wcześniej Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii), dofinansowując co roku projekt Fundacji Inspiratornia „Badania naukowe – promocja”, jest wyjątkiem.

Baza 94 raportów z badań

Raporty z każdego z badań dostępne są na stronie internetowej KCPU². Przewertowanie tysięcy stron ich wyników dostarcza często niezwykle interesującej wiedzy – niejednokrotnie nieznannej i mało popularnej. Badacze nie tylko starają się monitorować i opisywać skalę występowania uzależnień behawioralnych – uzależnienia od hazardu, pracy, zakupów czy internetu w Polsce – jak ma to miejsce w realizowanych co 4 lata badaniach Fundacji CBOS, ale często skupiają się na wybranych grupach społecznych i nierzadko wnoszą unikatową wiedzę na ten temat na skalę europejską czy nawet światową. Tak jest choćby w przypadku badań dr Bernadety Lelonek-Kulety, która specjalizuje się w tematyce uzależnienia od hazardu i w swoich poszukiwaniach badawczych skupiła się – we współpracy z badaczami francuskimi – na grupie seniorów³. Ze święcą szukać podobnych badań w innych krajach. Badania tej naukowczynie dostarczają wiedzy, którą mogłyby wykorzystać osoby odpowiadające za politykę zdrowotną. W projekcie Lelonek-Kulety udział wzięło 80 osób, które ukończyły 60 lat, były one na emeryturze i zaprzestały stałej, podstawowej aktywności zawodowej. Okazało się, że wielu ludzi

rozpoczyna swoją przygodę z hazardem dopiero na emeryturze – szczególnie w małych miejscowościach. A także, że dla wielu z nich jest on jedyną rozrywką oraz pomysłem na to, jak znaleźć dodatkowe środki finansowe na życie lub pomoc bliskim. I aż 1/5 z nich wykazuje objawy problemowego grania.

Podobnie w przypadku badań dotyczących poziomu i częstotliwości występowania uzależnienia od hazardu w grupie piłkarzy, autorstwa dr. Andrzeja Szymańskiego z Akademii Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach. W momencie ich powstawania istniało tylko jedno takie badanie zrealizowane na świecie. W polskich badaniach wzięło udział 50 klubów piłkarskich z województwa śląskiego, które w sezonie 2017/2018 i 2018/2019 brały udział w rozgrywkach do piątego poziomu. W sumie było to 817 sportowców. Piłkarze często zaczęli grać w gry losowe już w dzieciństwie, blisko 8% z nich wykazywało objawy uzależnienia od hazardu. Identyczna sytuacja miała miejsce w przypadku badań prof. J. Klingemann i prof. Ł. Wieczorka – gdzie autorzy skupili się na osobach w kryzysie bezdomności i ich stosunku do hazardu⁴. Respondenci (N=690) byli badani w schroniskach i noclegowniach w Warszawie w drugiej połowie listopada 2015 roku i w drugim tygodniu stycznia 2016 roku. Okazało się, że aż 11,3% z nich może mieć problem z graniem.

Inne badania koncentrują się na aktualnych problemach społecznych związanych z nowoczesnymi technologiami. Szereg badaczy, jak dr Magdalena Rowicka, dr Jolanta Jarczyńska, dr Katarzyna Warzecha czy badacze związani z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę, skupiali się na problemowym zaangażowaniu w korzystanie z internetu, portali społecznościowych czy gier przez dzieci i młodzież. Dzięki ich pracy mogliśmy poznać zarówno skalę tego zjawiska wśród małych dzieci (0.-6. rok życia), nastolatków, jak i stosunek do tego problemu ich rodziców oraz opiekunów, w tym pedagogów i nauczycieli. Doktor Lelonek-Kuleta, dr Katarzyna Dąbrowska i prof. Łukasz Wieczorek skupili się zaś na analizie hazardu online oraz podobieństwach gier hazardowych do gier komputerowych. Jest to bez wątpienia ważna, wnosząca nowe spojrzenie na współczesne problemy wiedza. Co ważne, ciekawa nie tylko dla wąskiego środowiska osób związanych z pomaganiem uzależnionym, ale dla całego społeczeństwa.

Są także badania, które opisują aktualnie toczące się debaty na tematy istotne dla środowiska terapeutów uzależnień – jak choćby ta, która trwa od lat i dotyczy rozważań, jakiego języka powinniśmy używać, opisując różne problemy w obszarze uzależnień. Pod redakcją prof. Klingemann powstał więc „Słownik uzależnień”⁵. Prace nad nim trwały wiele miesięcy i polegały na prowadzeniu dialogu z naukowcami, badaczami, terapeutami uzależnień i językoznawcami, by wypracować nowy, niezabarwiony stygmatyzacją język. W ten sposób powstały rekomendacje i konkretne propozycje – np. w miejsce słowa „narkoman” – rekomenduje się stosowanie zwrotu „osoba z doświadczeniem uzależnienia”.

To tylko wybrane przykłady, by zilustrować, jak różnorodna jest tematyka prowadzonych badań i jak szerokich obszarów dotyczy.

Konferencje prasowe

Od 2016 roku Fundacja Inspiratornia realizuje projekt, w ramach którego organizuje konferencje prasowe dla dziennikarzy, prezentujące wyniki wybranych badań naukowych z zakresu uzależnień behawioralnych. W to zadanie zaangażowanych jest kilka osób: copywriter, grafik, moderator konferencji, specjalista public relations. Taki zespół wspólnie opracowuje wiele materiałów, które pozwalają w przystępny dla dziennikarzy sposób, przekazać najważniejsze wnioski – tymi materiałami są: informacja prasowa rosyłana do mediów, wyciąg z badań w formie krótkiego raportu oraz infografiki ilustrujące wyniki badań.

Każdorazowo wybór badań, które będą promowane, dokonywany jest wspólnie z Krajowym Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom. Dzieje się to na podstawie ściśle określonych kryteriów – po pierwsze, wyniki badań muszą być aktualne. Skąd takie założenie? Z doświadczenia w pracy z mediami – badania zrealizowane i zakończone przykładowo 3 lata wcześniej lub dawniej nie zainteresują mediów. A zatem promowane są te z badań, których termin zakończenia ma miejsce w roku bieżącym, w którym realizowany jest projekt konferencji prasowych. Kolejną kwestią jest temat badań – temat musi dotyczyć tego, co zainteresuje tzw. przeciętnego Kowalskiego. Będzie to więc choćby „Brzdąc w realu”, który analizuje zaangażowanie w gry komputerowe małych dzieci

oraz stosunek ich rodziców do tego zachowania, wraz z rekomendacjami profilaktycznymi; nie sposób zaś zainteresować mediów badaniami na temat narzędzi diagnostycznych czy bardzo wąskimi obszarami badań, jak np. lęk dentystyczny a używanie Facebooka, które także znajdują się na liście zrealizowanych badań.

Dotychczas działaniami objęto 15 projektów badawczych. Wśród naukowców, z którymi podjęto współpracę, znaleźli się: dr Katarzyna Dąbrowska, dr Jolanta Jarczyńska, prof. Justyna Klingemann, dr Ewa Krzyżak-Szymańska, dr Bernadeta Lelonek-Kuleta, dr Dominika Ochnik, dr Aneta Przepiórka, dr Andrzej Szymański, dr Katarzyna Warzecha, prof. Łukasz Wieczorek, dr Emilia Zabielska-Mendyk.

Założenie jest proste: na każdej z konferencji, poświęconej wybranym badaniom, występują ich autorzy, czyli wymienieni powyżej badacze. Prezentują oni w skondensowanej formie prezentacji PPT najważniejsze wnioski ze swoich badań. Odbiorcami konferencji są dziennikarze – choć z czasem okazało się, że uczestniczy w nich coraz chętniej także środowisko osób związanych z pomaganiem osobom uzależnionym czy środowiska zawodowe związane z danym tematem. Zależnie więc od tematyki badań konferencje gromadziły od 7 do 32 uczestników – w tym terapeutów uzależnień, profilaktyków, pedagogów, nauczycieli oraz urzędników odpowiadających za politykę zdrowotną na poziomie samorządowym czy firmy oferujące gry hazardowe.

Równolegle prowadzony był monitoring mediów, który analizował liczbę artykułów prasowych oraz wywiadów, jakie publikowane były w odpowiedzi na podejmowane działania promocyjne. Monitoring ten polegał na wyszukiwaniu określonych zagadnień (po zdefiniowanych słowach kluczowych) w artykułach i wzmiankach prasowych oraz w informacjach i audycjach nadawanych przez radio, telewizję, agencje informacyjne, a także dostępnych w internecie. Przypisać należy, że nie zawsze i nie każde badanie – pomimo podjętych działań, które spełniały najwyższe standardy działań public relations – odbiło się szerokim echem. Mniejsza liczba reprezentantów mediów, a tym samym artykułów, pojawiała się na przykład wtedy, kiedy promowaliśmy badania dotyczące wąskiej grupy respondentów oraz tematu ściśle specjalistycznego i niszowego. Tak było w przypadku badań dr Krzyżak-Szymańskiej poświęconych nadużywaniu gier komputerowych

w grupie osób z niepełnosprawnością intelektualną w stopniu lekkim⁶ i wiązało się z faktem, że redakcji zajmujących się problematyką życia osób z niepełnosprawnościami było w tamtym czasie jedynie trzy (np. portal Integracja czy portal niepełnosprawni.pl). Podobnie – w przypadku badań dr Lelonek-Kulety poświęconych grupie osób odbywających karę pozbawienia wolności⁷, gdzie jedyną redakcją zajmującą się opisywaniem codzienności zakładów karnych jest magazyn „Służba Więzienna”.

Jednocześnie na obecność dziennikarzy miały wpływ wydarzenia niezależne od organizatorów konferencji. Jakże to mogą być zdarzenia, zilustruję przykładem, który pokazuje specyfikę funkcjonowania mediów, a szczególnie ich skupienie na bieżącym wydarzeniu. W 2009 roku, kiedy pracowałam jeszcze w Open Society Foundations w Międzynarodowym Programie Polityki Narkotykowej, zaplanowałam na 26 czerwca we współpracy z redakcjami telewizyjnymi, radiowymi i prasowymi szereg wywiadów na temat restrykcyjnej polityki narkotykowej. Mieli brać w nich udział m.in. dr Katarzyna Malinowska z OSF, Jacek Charmast ze Stowarzyszenia JUMP'97, prawniczka Agnieszka Sieniawska z Polskiej Sieci Polityki Narkotykowej czy Kajetan Dubiel, ówczesny dyrektor Służby Więziennej. Tego dnia w nocy czasu europejskiego zmarł Michael Jackson. Rano każda z umówionych redakcji odwołała wywiad, ponieważ tematem dnia stała się śmierć legendarnego piosenkarza. W ten sposób padł wysiłek mojej miesięcznej pracy i 14 umówionych przeze mnie i przeze mnie zainicjowanych wywiadów m.in. w TVN24 i I Programie Polskiego Radia.

I z tym, mając świadomość, że współczesne media to głównie infotainment, czyli gatunek dziennikarstwa określany zbitką wyrazową łączącą w sobie informację i rozrywkę, a zatem przebicie się z wynikami badań naukowców jest niezwykle trudne – musimy się godzić.

Sukcesy projektu konferencji prasowych

Tym bardziej więc warto pokazać, że efekty konferencji prasowych nierzadko bywały imponujące. Naukowcy biorący udział w projekcie udzielali wywiadów w mediach ogólnopolskich, jak Polskie Radio Program Czwarty, TOK FM, Newsweek, magazyn Wprost, miesięcznik Charaktery, Polska Agencja Prasowa,

RMF FM, Eska itp. Szczególnie miało to miejsce w przypadku tematów dotyczących szerokich grup społecznych, wówczas liczba artykułów prasowych, wywiadów radiowych i telewizyjnych oraz innego rodzaju publikacji przekraczała najśmielsze oczekiwania. A liczba dotarcia artykułów prasowych i wywiadów wybranych badań szacowana była na 1-2 mln odbiorców. Gdyby chcieć wykupić powierzchnię reklamową do prezentacji badań kosztowałoby to średnio 25 tys. złotych. Tak było z badaniami dr. Szymańskiego na temat uzależnienia od hazardu wśród piłkarzy⁸, tak było z badaniami dr Lelonek-Kulety na temat uzależnienia od hazardu wśród seniorów⁹. Tak było w przypadku badań dr Jarczyńskiej i wielu innych. Warto podkreślić, że konferencje prasowe zorganizowane poza Warszawą – skupiające się na promocji badań lokalnych – cieszyły się dużym zainteresowaniem mediów regionalnych. Podkreślam to, ponieważ media skupione w innych aglomeracjach niż Warszawa, chętniej i z większym zaangażowaniem promują „swoje” ośrodki badawcze i naukowców związanych z danym regionem.

W ciągu 7 lat trwania projektu powstało setki artykułów opisujących pracę badaczy – część artykułów i raporty z monitoringu znajduje się na stronie www.fundacja-inspiratornia.pl. I pomimo świadomości, że część wybranych badań może być adresowana do wąskich grup odbiorców, Fundacja każdorazowo przygotowywała dokładnie taki sam pakiet materiałów dla dziennikarzy, a następnie rozsyła go do bazy mediów (ponad 3 tys. adresów). Baza ta obejmowała zarówno redakcje prasowe, radiowe, internetowe, jak i telewizyjne; redakcje stołeczne i regionalne. Nie zawsze efekt takich działań był natychmiastowy – media nie muszą od razu wykorzystywać wiedzy płynącej z danych badań. Przede wszystkim powinny wiedzieć, do kogo mogą się zwrócić o informację, kto może im polecić ekspertów z danej dziedziny oraz jak szukać badań. W takim przypadku korzyścią jest fakt, że media są poinformowane i mogą wykorzystać to później.

Szesc bez butów chodzi?

Promując od lat pracę kolegów i koleżanek – naukowców, terapeutów uzależnień czy profilaktyków – nie tylko przy pomocy projektu, który jest tematem tego artykułu, ale także podcastów i audycji radiowych, których byłam autorką, i konkursu dla dziennikarzy,

nie zajmowałam się promocją swojej pracy. Zgodnie z przysłowiem „szewc bez butów chodzi”, sprawdziłam, czy sam projekt konferencji prasowych Inspiratorni jest wystarczająco szeroko zaprezentowany w środowisku, a jego cel właściwie rozumiany. Podczas pisania tego artykułu poprosiłam więc o opinię kilku badaczy i badaczek. I choć w większości przypadków dostałam informacje pozytywne i doceniające pracę Inspiratorni i FRPH – choćby tę, że bez mojego pomysłu i dofinansowania ze strony KCPU nikt nie podjąłby się działania, by dane badania ujrzały światło dzienne, to jednak pojawiały się również informacje krytyczne. Spotkałam się choćby z opinią, że konferencje prasowe są najmniej efektywnym narzędziem ze wszystkich, które realizuje Inspiratornia. Głównie dlatego, że zdarza się, że na samej konferencji jest tylko... trzech dziennikarzy. Ktoś stwierdził także, że błędem jest promowanie jednego badania, ponieważ promocja powinna obejmować od 3 do 5 badań podczas jednej konferencji. Dodatkowo pojawił się problem, że naukowcy nie znają specyfiki działania mediów i nie umieją prezentować w prosty sposób swoich badań, więc powinnam prowadzić dla nich – w ramach projektu – odpowiednie szkolenia pod tym kątem.

Cieszy mnie ta krytyka, ponieważ jest dowodem na to, że projekt jest dostrzegany, ważny i budzi emocje w samym środowisku. Odpowiadając na te uwagi przyznam, że widząc trzech dziennikarzy na konferencji, można mieć poczucie frustracji i nieskuteczności działań. Jednak nie jest to prawdą. Poza tymi trzema dziennikarzami, informację o badaniach otrzymuje około 3 tys. dziennikarzy. To, kiedy i jak ją wykorzystają – zależy od nich. Konferencja jest więc jedynie narzędziem, dzięki któremu w krótkim czasie, efektywnie mogę dotrzeć do ogromnej rzeszy dziennikarzy. Jeśli którykolwiek z nich zainteresuje się tematem, powstaje wywiad czy reportaż. I tu znów mogę odesłać zainteresowanych na stronę Fundacji Inspiratornia, gdzie poza artykułami informacyjnymi, mamy cały pakiet reportaży, które nie powstałyby gdyby nie wcześniejsze nagłośnienie wyników badań.

Odnosząc się do pozostałych dwóch sugestii – faktycznie, konferencja prasowa obejmująca wyniki 5 badań jest świetnym rozwiązaniem. Istnieje jednak ryzyko, że stałaby się ona konferencją naukową. Poza tym dochodzą kwestie praktyczne: rzadko kiedy w jednym roku publikowanych jest kilka wyników badań, które można tematycznie

połączyć. Co do kwestii pomagania naukowcom w przekazaniu uzyskanych wyników badań w sposób prosty, tak by był zrozumiały dla dziennikarza, każdorazowo to oferuję. Zacytuję dr Lelonek-Kulebę, z którą miałam okazję współpracować najczęściej: *Ze względu na to, że naukowcy dysponują w bardzo ograniczonym zakresie narzędziami pozwalającymi na popularyzację wyników badań naukowych, projekt Fundacji Inspiratornia świetnie wypełnia tę lukę. Jako badacz otrzymałam „w pakiecie” opracowane infografiki, które tak dobrze nie potrafiłabym przygotować (i najprawdopodobniej brakowałoby mi na to czasu), opracowanie informacji medialnych o badaniach (przystępny dla nienaukowców język), rozsyłanie informacji o wynikach badań do przedstawicieli wielu mediów, umawianie spotkań z dziennikarzami, pomoc w organizacji spotkania z nimi, a wreszcie zorganizowanie konferencji prasowej przy moim naprawdę ograniczonym wysiłku. Tego wszystkiego badacz nie miałby, kiedy zrobić. Ponieważ w projekcie było ujętych kilka moich badań, miałam możliwość zobaczenia, jaki jest odbiór społeczny konkretnej tematyki. Z wynikami niektórych badań przez długie miesiące występowałam w licznych audycjach lub udzielałam na ich temat wywiadów, inne z kolei szybko traciły zainteresowanie mediów. Z tego płynie dla nas pewna informacja na temat tego, co dla ludzi w społeczeństwie jest ważne, a tym samym po części może ukierunkowywać nasze, badaczy, działania.*

Udział w projekcie przede wszystkim „oswoił” mnie z mediami i pomógł w nabyciu większej swobody w kontakcie z nimi. Bardzo cenne były dla mnie uwagi Mai, która pilnowała tego, żeby mówić „do ludzi”, czyli prostym, zrozumiałym dla niespecjalistów językiem. Niektóre projekty były wyzwaniem, kiedy o rzeczach trudnych należało mówić „łatwo”. Nauczyłam się także, że w kontaktach z dziennikarzami należy starannie ważyć słowa, ponieważ wszelki brak precyzji może doprowadzić do zniekształcenia przekazu. Poza tym teraz wiem, że autoryzacja materiału zawsze jest potrzebna i zawsze o nią proszę. Bez udziału w projektach popularyzujących wyniki moich badań na pewno nie dotarłyby one do tak wielu ludzi, świadomość, że „idą one w świat”, daje wielką satysfakcję. Ostatnią rzeczą jest też w pewnym stopniu większa wrażliwość na potrzeby społeczne w badaniach, czyli myślenie o tym, co dla ludzi jest ważne, co chcieliby lepiej zrozumieć.

I tutaj dotykamy ważnej kwestii – celem tego projektu jest zarówno to, by dziennikarze mogli lepiej rozumieć

i znać aktualnie powstające badania naukowe, jak i to, by naukowcy mogli lepiej rozumieć działanie mediów. Niestety, nie każde badanie można z powodzeniem wypromować w mediach. Coś, co jest wąskim, choć bardzo ważnym obszarem zainteresowań badawczych, ciekawym dla naukowców, nie musi być takim dla dziennikarza. Nie dlatego, że dziennikarze popełniają błęd, nie interesując się danym obszarem i nie dlatego, że dane badania nie są istotne – po prostu współczesne media interesuje ściśle określony obszar: to, o czym piszą, musi dotyczyć przeciętnego człowieka, musi być tematem współczesnym i aktualnym.

Pozwolę sobie na koniec na osobisty komentarz – ten projekt powstał w wyniku mojej osobistej pasji i ciekawości tego, co wiemy na temat uzależnień: jaka jest ich skala, jak je diagnozować, leczyć, jak realizować skuteczne działania profilaktyczne oraz mojej własnej frustracji tym, że w społeczeństwie dominuje tak wiele stereotypów i przekonań ukształtowanych 20-30 lat temu. Chciałabym więc wyrazić wdzięczność pani Danucie Muszyńskiej i całemu Zespołowi FRPH za zaufanie mi, a także badaczom, którzy poświęcili swój czas na udział w projekcie. A wszystkich badaczy, naukowców zachęcam do kontaktu ze mną, jeśli miałby uwagi lub sugestie dotyczące rozwoju projektu w kolejnych latach.

Przypisy

- ¹ Wiele z nich zostało zrealizowanych przez badaczy związanych m.in. z Instytutem Psychiatrii i Neurologii, Centrum Badań Opinii Społecznej, Akademią Pedagogiki Specjalnej w Warszawie, Uniwersytetem Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Katolickim Uniwersytetem Lubelskimi, Uniwersytetem Warszawskim i Jagiellońskim oraz organizacjami pozarządowymi, jak Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę czy Fundacja Praesterno.
- ² <https://kcpu.gov.pl/uzaleznienia-behawioralne/badania/>
- ³ <https://kcpu.gov.pl/wp-content/uploads/2022/11/hazard-w-zyciu-seniorow.pdf>
- ⁴ <https://kcpu.gov.pl/wp-content/uploads/2022/11/badania-realcji-pomiedzy-hazardem-problemowym-a-bezdomnoscia.pdf>
- ⁵ <https://kcpu.gov.pl/wp-content/uploads/2022/11/jezyk-pomocy-w-uzalezniach-sownik-terminologiczny.pdf>
- ⁶ <https://kcpu.gov.pl/wp-content/uploads/2022/11/charakterystyka-zjawiska-problemowego-uzywania-internetu-oraz-telefonu-komorkowego-przez-mlodziez-uczaca-sie-z-niepelnosprawnoscia-intelektualna-w-stopniu-lekkim.pdf>
- ⁷ <https://kcpu.gov.pl/wp-content/uploads/2022/11/hazard-problemowy-i-patologiczny-wsrod-osob-odbywajacych-kare-pozbawienia-wolnosci-%E2%80%93-poglebione-badanie-jakosciowe.pdf>
- ⁸ <https://kcpu.gov.pl/wp-content/uploads/2022/11/zaburzenia-uprawiania-hazardu-i-problemowe-korzystanie-z-internetu-wsrod-pilkarzy.pdf>
- ⁹ <https://kcpu.gov.pl/wp-content/uploads/2022/11/hazard-w-zyciu-seniorow.pdf>