

Jaunimo socialinių tinklų svetainių naudojimo įpročių ir galimybių tyrimo

ATASKAITA

Užsakovas: Jaunimo reikalų agentūra

Vykdytojai: Jolita Buzaitytė Kašalynienė

Patrik Borisovas

2024

TURINYS

ĮVADAS	3
Jaunimo naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis tendencijų Lietuvoje ir užsienyje apžvalga	5
Jaunimo naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis tyrimo rezultatai	13
Išmaniojo (skaitmeninio) darbo su jaunimu ir kitokios socialinių tinklų svetainių panaudojimo gerosios praktikos Europos Sąjungos šalyse	32
Apibendrinimai ir išvados	37
Rekomendacijos	39
Literatūra	40
Priedas Nr. 1	45
Priedas Nr.2	47

IVADAS

Technologijos ir skaitmeninimas veržiasi į visas gyvenimo sritis. Jaunimas, naudodamasis technologijomis, šiandien gali užsiimti labai įvairiomis veiklomis ir įvairiais tikslais: darbui, studijoms, laisvalaikiui, apsipirkimui, viešoms paslaugoms ir pan.

Lyginant 2010-2011 m., 2020 m. ir 2023 m. atliktų Lietuvos jaunimo problematikos tyrimų rezultatus, matoma akivaizdi tendencija – jaunimas vis daugiau laiko praleidžia internete. 2023 m. vidutiniškai 3-5 val. per dieną internete praleido 41 proc. jaunų žmonių (2020 m. tokių buvo 34 proc., 2010-2011 m. – 21 proc.). Dar 11 proc. jaunuolių 2023 m. internete vidutiniškai praleido 5 val. ir daugiau. Tikėtina, kad reikšmingą savo laiko internete dalį jaunimas skiria socialinių tinklų svetainėms. Tačiau išsamių ir patikimų tyrimų duomenų apie Lietuvos jaunų žmonių socialinių tinklų svetainių naudojimo tendencijas, įpročius ir kitus aspektus trūksta. Atsižvelgiant į socialinių tinklų svetainių populiarumą ir patrauklumą jauniems žmonėms, kyla klausimas, kokias galimybes jie atveria jaunimo politikai, ypač siekiant priartinti ją prie jaunų žmonių, labiau juos tiesiogiai pasiekti, įtraukti.

Lietuvos Respublikos jaunimo politikos pagrindų įstatyme socialinių tinklų svetainės konkrečiai minimi prie išmaniųjų darbo su jaunimu metodų. Šia sąvoka įstatymas papildytas 2020 m. Vadovaujantis įstatymo apibrėžimu, išmanieji darbo su jaunimu metodai – skaitmeninėmis medijomis ir išmaniosiomis technologijomis grindžiami darbo su jaunimu metodai: jaunimo informavimas ir konsultavimas per įvairias skaitmenines platformas, socialinių tinklų svetainės ir kitas skaitmenines priemones, mobiliųjų programų, vaizdo ir foto pranešimų kūrimas ir (ar) naudojimas ir kiti darbo su jaunimu metodai naudojant socialinių tinklų svetainės ir kitas skaitmenines priemones.

Tyrimo tikslas – išsiaiškinti jaunimo naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis įpročius bei pateikti rekomendacijas, kaip būtų galima išnaudoti socialinių tinklų svetainės plėtojant darbą su jaunimu ir apskritai įgyvendinant jaunimo politiką Lietuvoje.

Uždaviniai:

1. Atlikti jaunų žmonių naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis tendencijų tyrimų, aktualios mokslinės literatūros Lietuvoje ir kitose šalyse apžvalgą.
2. Išanalizuoti jaunų žmonių Lietuvoje patirtį naudojantis socialinių tinklų svetainėmis: nustatyti, kokius socialinių tinklų svetainės jie naudoja dažniausiai, kiek laiko tam skiria, kokiais tikslais tai daro ir pan.
3. Apžvelgti išmaniojo (skaitmeninio) darbo su jaunimu ir kitas socialinių tinklų svetainių panaudojimo darbui su jaunimu gerąsias praktikas bent 3 Europos Sąjungos šalyse.
4. Pateikti rekomendacijas, kaip būtų galima išnaudoti socialinių tinklų svetainės įgyvendinant jaunimo politiką Lietuvoje.

Tyrimo metodika

Tyrimui buvo taikyti du tyrimo metodai.

1. Dokumentų analizė: tyrimų, aktualios mokslinės literatūros analizė.
2. Fokusuotos diskusijų grupės su jaunais (14-29 m.) žmonėmis. Nuo 2024 m. lapkričio 15 d. iki gruodžio 13 d. įvyko 6 diskusijų grupės, kuriose dalyvavo 35 jaunuoliai ir viena atviro jaunimo centro jaunimo darbuotoja. Jauniausiam dalyviui buvo 14 m., o vyriausiam – 26 m. Tyrime dalyvavo 10 pažeidžiamų jaunuolių, 19 paauglių (14-18 metų), 16 suaugusiųjų, dirbančių ir / ar studijuojančių (19-26 metų), 12 vaikinių ir 23 merginos. Dvi fokusuotos grupės vyko regionuose ir keturios – Vilniuje. Abiejose regionuose vykusiose grupėse dalyvavo paaugliai, viena iš jų buvo vykdoma atvirajame jaunimo centre, kurį lanko mažiau galimybių turintys ir pažeidžiami paaugliai. Vilniuje vykusiose pirmose dvejose grupėse dalyvavo paaugliai, Vilniaus gimnazijų mokiniai, o kitose

dve jose – jauni suaugę. Vienoje jaunų suaugusių grupėje dalyvavo pažeidžiami atviro jaunimo centro lankytojai, o kitoje – dirbantys arba studijuojantys jaunuoliai.

Vadovaujantis tyrimo probleminiais klausimais, fokusuotoms diskusijų grupėms buvo parengtas pusiau struktūruotas klausimynas (Priedas Nr. 1). **Duomenų analizei** buvo taikyta kokybinė turinio analizė. Sudaromas kodų medis, išskiriant kodus ir subkodus.

Tyrimo etika

Prieš pradędant diskusijų grupes visi dalyviai buvo supažindinti su tyrimo tikslais, užsakovu ir vykdytojais, tyrimo duomenų konfidencialumo sąlygomis ir gauti jų raštiški sutikimai dalyvauti tyrime (Priedas Nr. 2). Pokalbiai buvo transkribuoti, o įrašai sunaikinti. Transkribuojant visi duomenys buvo nuasmeninti, tyrimo dalyviams buvo suteikti kodai sudaryti iš 4 raidžių ir skaičiaus.

Tyrimo dalyvių kodavimo sistema:

Pirma raidė: P – pažeidžiamas; O – nepažeidžiamas;

Antra raidė: M – paauglys mokykloje; S – suaugęs;

Trečia raidė: V – Vilnius; R – regionas;

Ketvirta raidė: V – vaikas; M – mergina;

Skaičius: numeruojami eilės tvarka nuo 01 – pirmas ir taip toliau iki paskutinio – 35;

Pvz., PSVV01 – pažeidžiamas suaugęs Vilnietis vaikas 01;

T ir T1 – tyrėjai, JD – jaunimo darbuotojas;

Ataskaitoje prie tyrimo dalyvių citatų skliausteliuose pateikiami cituojamų tyrimo dalyvių kodai.

Jaunimo naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis tendencijų Lietuvoje ir užsienyje apžvalga

Siekiant išsiaiškinti, kokį vaidmenį socialinių tinklų svetainės vaidina jaunų žmonių gyvenime, buvo atlikta jaunų žmonių naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis Lietuvos ir užsienio mokslinių tyrimų apžvalga. Tyrimų buvo ieškoma įvairiose mokslinėse duomenų bazėse (Google Scholar, Taylor & Francis online ir kt.) pasitelkiant įvairius raktažodžius: „smart youth work“, „digital youth work“, „social media and youth“, „social network and youth“ ir kt. Rasta daugiau nei 100 aktualių mokslinių publikacijų, iš kurių 71 remiamasi teorinėje apžvalgoje.

Socialinių tinklų svetainių samprata. Užsienio šaltiniuose socialiniams tinklams apibūdinti yra naudojami du terminai - „social network site“ ir „social media“. Socialinių tinklų svetainė – tai žiniatinklio paslauga, kuri leidžia asmenims (1) sukurti viešą arba pusiau viešą profilį uždaroje sistemoje, (2) suformuoti kitų vartotojų, su kuriais jie bendrauja, sąrašą ir (3) peržiūrėti ir naršyti jų ir kitų sistemoje esančių ryšių turinį. Nesi ir kt. (2018) socialinę mediją apibrėžia gan plačiai, tai – svetainės, programos ir skaitmeniniai įrankiai, leidžiantys žmonėms sąveikauti ir bendrauti. Šiame ataskaitos skyriuje vartojamos socialinių tinklų svetainių ir socialinių medijų sąvokos, atsižvelgiant į tai, kokia sąvoka yra vartojama cituojamame šaltinyje.

Boyd, Ellison Steinfield (2007) teigia, kad socialinių tinklų svetainės išskirtinėmis daro ne tai, kad jos leidžia susitikti su nepažįstamais žmonėmis, o tai, kad jos leidžia vartotojams aiškiai įvardinti savo socialinių tinklų svetainės ir padaryti jas matomus. Daugelyje didelių socialinių tinklų svetainių dalyviai nebūtinai „jungiasi į tinklą“ arba nori susipažinti su naujais žmonėmis; vietoje to jie pirmiausia bendrauja su žmonėmis, kurie jau yra jų išplėstinio socialinio tinklo dalis. Turimi ryšiai gali būti silpni, tačiau paprastai „į draugus“ socialinių tinklų svetainėse priimami asmenys, su kuriais yra kažkokia bendra patirtis, pvz., bendra klasė mokykloje, bendradarbiai, mokymų dalyviai ir pan. Yra tokių socialinių tinklų svetainių, kurių tikslas yra padėti užmegzti ryšius tarp asmenų (angl. networking), kurie kitais būdais nebūtų užmegzti, pvz., „Tinder“ ir „Badoo“.

Lampe, Ellison ir Steinfield (2006) nustatė, kad „Facebook“ vartotojai labiau „ieško“ žmonių, su kuriais palaiko ryšį neprisijungus, nei „naršo“ visiškai nepažįstamus žmones, panašiai ir Pew tyrimų centro tyrimas parodė, kad 91proc. JAV paauglių, naudojančių socialinių tinklų svetainės, tai daro norėdami susisiekti su draugais. Boyd ir Ellison (2007) teigia, kad socialinių tinklų svetainių kūrėjų sumanymas buvo apjungti įvairias visuomenės grupes į bendrus tinklus arba padaryti taip, kad jos būtų atviros įvairovei, tačiau daugelis jų iš pradžių pritraukia vienuarūšes populiacijas, todėl neretai grupės žmonių naudoja socialinių tinklų svetainės taip, kad išsiskirtų pagal tautybę, amžių, išsilavinimo lygį ar kitus veiksnius, t. y. visuomenės esama segmentacija persikelia į socialinių tinklų svetainės.

Socialinių tinklų svetainių privatumo klausimai ir tyrimai. 2006-2007 m. tyrimai rodė, kad jauni žmonės nėra labai atsargūs socialinių tinklų svetainių vartotojai. Acquisti ir Gross (2006) teigia, kad dažnai egzistuoja atotrūkis tarp studentų noro apsaugoti privatumą ir jų elgesio. Taip pat Barnes (2006) aprašė „privatumo paradoksą“, kuris atsiranda, kai paaugliai nesuvokia viešo interneto pobūdžio. Dwyer, Hiltz ir Passerini (2007) analizavo pasitikėjimą socialinių tinklų svetainėmis ir nustatė, kad „Facebook“ vartotojai išreiškė didesnę pasitikėjimą „Facebook“ nei „MySpace“ vartotojai „MySpace“ ir todėl buvo labiau linkę dalytis informacija „Facebook“ svetainėje.

Jagatic et al (2007) socialinių tinklų svetainėje laisvai pasiekiamus profilio duomenis panaudojo „sukčiavimo“ schemai sukurti, jų eksperimento metu prašymas pasidalinti informacija ateidavo iš tariamo tinklo draugo. Jaunuoliai buvo daug labiau linkę suteikti informaciją šiam tariamam „draugui“ nei nepažįstamam žmogui. Paauglių apklausų duomenys suteikia optimistiškesnę perspektyvą šiuo klausimu. Jos rodo, kad paaugliai žino apie galimas grėsmes privatumui internete ir kad daugelis imasi veiksmų, kad sumažintų galimas rizikas. Pavyzdžiui, JAV paauglių apklausos

(Lenhart, Madden, 2007 cit. pg. Boyd, Ellison, 2007) rodė, kad 55 proc. paauglių turėjo profilius socialinių tinklų svetainėse, o 66 proc. iš jų nurodė, kad jų profilis nėra matomas visiems vartotojams. 46 proc. paauglių, turinčių visiškai atvirus profilius, nurodė, kad juose pateikė bent dalį klaidingos arba tikrovės neatitinkančios informacijos.

Naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis tikslai ir rizikos. Viena vertus, socialinių tinklų svetainės leidžia bendrauti ir palaikyti ryšį su draugais ir artimaisiais nepaisant jų buvimo vietos. Taip pat rasti naujų bendruomenių ir diskutuoti su bendraminčiais. Socialinių tinklų svetainėse galima dalintis informacija apie rūpimas problemas ir kartu rasti aktualios informacijos saviraiškai, mokslams ir kt. Kita vertus, dėl neriboto socialinių tinklų svetainių vartojimo, jie dažniau siejami su neigiamu poveikiu asmens sveikatai, savivertei ir kt. Nesaikingai leidžiant laiką socialinių tinklų svetainėse išsivysto priklausomybė. Vartotojai praranda bendravimo įgūdžius, suprastėja fizinė, psichologinė sveikata. Pastarąjį dešimtmetį drastiškai išaugus išmaniųjų telefonų ir interneto naudojimui, daug dėmesio skiriama priklausomybei nuo socialinių tinklų svetainių tyrinėti. Taip pat nagrinėjamos sąsajos tarp suprastėjusios psichinės jaunimo sveikatos ir socialinių tinklų svetainių naudojimo (Banyai et. al. 2017; Abi-Jaoude, Naylor, Pignatiello 2019; Bozzola et. al. 2022).

Tarp jaunimo socialinių tinklų svetainių naudojimas paplitęs dėl įvairių priežasčių. Pirmiausia, pabrėžiamas ir išskiriamas komunikavimo aspektas. Antra, socialinių tinklų svetainėse galima viešai reikštis, formuoti savo identitetą, pasaulėžiūrą ir lygintis su kitais. Trečia, yra galimybė pačiam kurti turinį ir juo dalintis: rašyti įrašus, filmuoti vaizdo įrašus, reklamuoti produktus ir t.t. Ketvirta, galima būti tiesiog pasyviu vartotoju ir socialinių tinklų svetainėse paprasčiausiai naršyti, tikrinti kitų žmonių profilius, ieškoti informacijos ir pan. (Ariati, Holden, Yang 2021; Rao, Kalyani 2022).

Socialinių tinklų svetainėmis gali pasinaudoti tam tikros grupuotės savo ideologijoms skleisti. Pavyzdžiui, Schlegel ir Kowert (2024) aptaria ekstremizmo sužaidybinimo problemą. Ekstremistai naudoja žaidimus ir žaidimų socialinių tinklų svetaines, tokias kaip „Discord“, „Twitch“, „Steam“ ir „DLive“, siekdami radikalizuoti, verbuoti ir mobilizuoti jų vartotojus. Savo knygoje jie pristato naujausius kovos su terorizmu metodus, galimas smurtinio ekstremizmo prevencijos ir (arba) kovos su juo priemones.

Žaidimai internete palaiko arba skatina smurtinę komunikaciją. Pew Research Center (2024a) nustatė, kad JAV keiksmažodžiai yra gana dažnas vaizdo žaidimų gyvenimo bruožas, ypač berniukų. Maždaug keturi iš dešimties vaizdo žaidimus žaidžiančių paauglių (43 proc.) teigia, kad žaisdami vaizdo žaidimą patyrė priekabiavimą ar patyčias bent vienu iš trijų būdų: 41 proc. buvo pavadinti įžeidžiančiu vardu; 12 proc. buvo grasinama fiziniu smurtu; 8 proc. buvo siunčiami nepageidaujami seksualinio pobūdžio dalykai. Berniukai patyčias patiria dažniau nei mergaitės, laikantys save žaidėjais (angl. *gamer*) – du kartus dažniau nei visi kiti. Apklausoje dalyvavo 1,423 JAV 13-17 metų paauglių.

Abi-Jaoude, Naylor, Pignatiello (2020) atliko sistemingą socialinių tinklų svetainių rizikas tyrimų apžvalgą, kuri taip pat atskleidė, kad socialinių tinklų svetainės yra palanki terpė virtualioms patyčioms (angl. *Cyberbullying*). Lyginimasis su kitais gali turėti įtakos paauglių savivertei ir tarpasmeniniams santykiams. Didžioji dalis jaunimo daug laiko praleidžia išmaniuosiuose telefonuose ir socialinių tinklų svetainėse, todėl susiduria su nuolatiniu miego trūkumu, suprastėjusiais kognityviniais sugebėjimais, prastesniais akademineis rezultatais ir nekokybišku socialiniu gyvenimu.

Abi-Jaoude, Naylor, Pignatiello (2020) atskleidė, kad socialinių tinklų ir išmaniųjų telefonų naudojimas gali prisidėti prie jaunimo psichikos sutrikimų, polinkio į savižalą ir didinti savižudybės riziką. Pavyzdžiui, Sistemines tyrimų apžvalgos metu atrado 7 tyrimus, kuriais buvo nustatyta, kad priklausomybė nuo interneto yra susijusi su savęs žalojimu ar savižudišku elgesiu. Socialinių tinklų svetainėse neretai propaguojamas savęs žalojimas ir savižudybės. Jaunimas juose dalinasi ne tik mintimis apie savižudybę ir save žalojančią elgesį, bet ir savižalos vaizdais (nuotraukomis, vaizdo

įrašais). Savęs žalojimo, ypač pjaustymosi, vaizdavimo paplitimą socialiniuose tinkluose rodo socialinių tinklų svetainių turinio tyrimai, kurių metu buvo rasta nuotraukų ar tiesioginių vaizdo įrašų, vaizduojančių save žalojanti elgesį. Ypač didelį tyrėjų susirūpinimą kėlė žiūrovų / skaitytojų komentarai, kuriuose paprastai buvo teigiami atsiliepimai arba atskleidžiama asmeninė savęs žalojimo patirtis, tačiau retai kada buvo siūloma arba padrašinama kreiptis pagalbos ar ieškoti sveikimo būdų. Tokie tyrimų rezultatai rodo, kad jaunimas gali romantizuoti psichikos ligas ir skelbti pranešimus, kurie normalizuoja savęs žalojimą (Abi-Jaoude, Naylor, Pignatiello, 2020).

Bacio (2013) teigimu, priklausomybę nuo socialinių tinklų svetainių skatina interaktyvus turinys, nesudėtingas prieinamumas, anonimiškumas ir didesnis suvokiamas intymumas. socialinių tinklų svetainės suteikia galimybę užsiimti įvairiomis, lengvai pasiekiamomis veiklomis, pvz. žaisti, žiūrėti filmukus. Socialinių tinklų svetainės nereikalauja jokių gabumų ar išlaidų, todėl jas lengva pasiekti ir naudoti. Užtenka turėti internetą, kuris šiomis dienomis pasiekiamas beveik visur. Anonimiškumas leidžia vartotojui pasislėpti ir veikti be jokių suvaržymų. Negana to, socialinių tinklų svetainėse kur kas lengviau vystyti santykius ir bendrauti su kitais.

Vartotojams naudojimas socialinių tinklų svetainėmis yra nemokamas, tačiau jų savininkai uždirba didelius pinigus, įtariama, kad socialinių tinklų svetainės gauna didžiulius pelnus ir iš jaunų vartotojų. Raffoul ir kt. (2023) tyrimu buvo siekiama įvertinti JAV gyvenančių vaikų (0–12 metų) ir paauglių (13–17 metų) vartotojų skaičių ir šešių pagrindinių socialinių tinklų platformų metines iš jaunų vartotojų gaunamas pajamas. Trijų socialinių tinklų platformų 30–40 proc. iš reklamos gaunamų pajamų tenka jaunimui. 2022 m. metinės reklamos pajamos iš 0–17 metų amžiaus vartotojų buvo beveik 11 mlrd. JAV dolerių. Tyrimo autoriai pabrėžia būtinybę užtikrinti didesnę socialinių tinklų platformų skaidrumą ir galimai žalingos reklamos reguliavimą.

Jaunimo naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis paplitimas. Lietuvos jaunimo naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis paplitimo ir įpročių tyrimų nepavyko rasti. Pavyko rasti du studentų mokslo konferencijų darbuose paskelbtus nedidelės imties kiekybinius tyrimus. Vienas atliktas daugiau nei prieš 10 metų, o kitas – prieš 2-3 metus.

Bacys (2013) apklausė 100 15-18 metų paauglių. Tyrimo rezultatai rodė, kad 96,2 proc. respondentų naudojo „Facebook“. Didžiausia dalis (30 proc.) tyrimo dalyvių socialinių tinklų svetainėse praleisdavo vidutiniškai 2 val. per dieną, beveik po 20 proc. praleisdavo 30 min., 1 val. bei 3 val. ir daugiau, o apie 10 proc. – 4 val. ir daugiau. Tyrimas parodė, kad 80 proc. paauglių socialinių tinklų svetainėse bendravo, 76,3 proc. stebėjo naujienas, 51,3 proc. žaidė žaidimus, 41,3 proc. komentavo, 32,5 proc. atnaujino anketą, 30 proc. rašė žinutės ant sienos. 70 proc. apklaustųjų galėjo nevaržomai naudotis socialinių tinklų svetainėmis namuose. Vadinas, tėvai nekontroliavo nei socialinių tinklų svetainėse praleidžiamo laiko, nei veiklų (Bacys, 2013).

Juzvaitė, Žuravlio (2022) apklausė 85 18-30 m. jaunas žmones. Rezultatai parodė, kad 41 proc. respondentų socialinių tinklų svetainėse praleidžia vidutiniškai 3–5 val. per parą, 28 proc. – 2–3 val., 18 proc. – 1–2 val., 7 proc. – mažiau negu valandą, o 6 proc. respondentų socialinių tinklų svetainėse per parą praleidžia daugiau negu 5 val. Taip pat nagrinėta, kokių tikslu jaunimas naudoja socialinių tinklų svetaines: 26 proc. respondentų socialinių tinklų svetainėse bendrauja, 24 proc. – ieško informacijos, 14 proc. – stebi kitų žmonių gyvenimą, 12 proc. – apsiperka, 8 proc. – dirba. 6 proc. tiriamųjų socialinių tinklų svetainėse žaidžia ar naudoja šiuos tinklus asmeninei informacijai viešinti, 2 proc. ieško naujų pažinčių, 1 proc. socialinių tinklų svetaines naudoja studijoms ir mokslui. Dažniausiai naudojamos socialinių tinklų svetainės – „Instagram“ ir „TikTok“. Taip pat gana dažnai naudojamas „Facebook“, „YouTube“, „Snapchat“ (1 lentelė).

1 lentelė. Socialinių tinklų svetainių naudojimo dažnumas (N = 85, proc.)

	Labai dažnai	Dažnai	Kartais	Nenaudoju
„Facebook“	29,4	32,9	34,1	3,5
„Instagram“	44,7	23,5	23,5	8,2
„TikTok“	43,5	22,4	10,6	23,5
„Snapchat“	16,5	18,8	15,3	49,4
„YouTube“	25,9	34,1	32,9	7,1
„WhatsApp“	0,0	10,6	20,0	69,4
„LinkedIn“	1,2	5,9	21,2	71,8
„Twitter“	0,0	1,2	7,1	91,8
„Reddit“	1,2	2,4	7,1	89,4
„Pinterest“	2,4	17,6	40,0	40,0
„Telegram“	8,2	1,2	16,5	74,1

Saltinis: Juzvaitė, Žuravliova (2022, 156)

Oficialiosios statistikos portalo duomenimis, 2024 m Lietuvoje net 98,7 proc. 16-24 m. asmenų informacinėmis technologijomis per pastaruosius tris mėnesius naudojosi kasdien, 93,3 proc. – keletą kartų per dieną, rečiau nei kartą per savaitę – tik 0,2 proc. jaunų žmonių (OSP, 2024).

Vengrijoje 2015 m. apklausti 5691 15-22 m. jaunuoliai, besinaudojantys socialinių tinklų svetainėmis. Jaunuoliai socialinių tinklų svetaines naudojo vidutiniškai 23 valandas per savaitę arba kiek daugiau nei 3 val. per dieną. Pastebėta, kad merginos socialinių tinklų svetainėmis naudojosi daugiau (25 val./sav.) nei vaikinai (20 val./sav.) (Bányai et al., 2017). Tyrimo dalyviai buvo suskirstyti į 3 grupes: nerizikingas socialinių tinklų svetainių naudojimas (78,3 proc.), mažos rizikos socialinių tinklų svetainių naudojimas (17,2 proc.) ir rizikingas socialinių tinklų svetainių naudojimas (4,5 proc.). Didesnę tikimybę rizikingam socialinių tinklų svetainių naudojimui turėjo: a) merginos; b) socialinių tinklų svetaines naudojantys daugiau nei 30 val./sav. ir c) pasižymintys žemesne saviverte ir depresiniais simptomais (Bányai et al., 2017).

Italijoje 2019 m. atlikto tyrimo duomenimis, 85,8 proc. 11-17 metų paauglių reguliariai naudojasi išmaniaisiais telefonais. Daugiausia išmaniuosius telefonus paaugliai naudoja bendrauti su bendraamžiais ir socialinių tinklų svetainėmis. Populiariausios programėlės paauglių tarpe – „Instagram“ (72 proc.), „TikTok“ (62 proc.) ir „YouTube“ (58 proc.) (Bozzola et al., 2022).

Estijoje apklausus 704 7-16 metų jaunuolius paaiškėjo, kad 94 proc. jaunuolių žaidžia video žaidimus, 73 proc. atsakiusiųjų žaidžia telefone ir 65 proc. - kompiuteryje. Populiariausi video žaidimai tarp jaunimo – „Roblox“ (59 proc.) ir „Minecraft“ (50 proc.). Taip pat išsiskyrė „GTA“, „Counter-Strike“ ir „Fortnite“. Berniukams labiau patinka žaisti žaidimus, susijusius su smurtu. Žaidimai yra svarbi jaunų žmonių gyvenimo dalis: 65 proc. visų apklaustųjų žaidžia žaidimus bent kartą per dieną ar dažniau, o 22 proc. žaidžia bent kartą per savaitę. Didžiausia dalis (43 proc.) visų vaizdo žaidimus žaidžiančių respondentų žaidimams vienu prisėdimu skiria 1-2 valandas, 27 proc. – 3-4 valandas, o 18 proc. – 5-6 valandas ar ilgiau. Tai reiškia, kad vienas iš devynių respondentų vaizdo žaidimus žaidžia bent penkias valandas per dieną, o beveik kas trečias - bent tris valandas per dieną. Berniukai dažniau žaidžia ilgiau: 22 proc. berniukų paprastai žaidžia bent penkias valandas iš eilės, palyginti su 8 proc. mergaičių (Aavik, Jurkov, Toomik, 2023).

Anot Pew Research Centre (2024b), 96 proc. (apklausoje dalyvavo 1391 paauglys) JAV 13-17 metų paauglių internetą naudoja kasdien. Populiariausios socialinių tinklų svetainės – „YouTube“ (naudoja 90 proc. apklaustųjų), „TikTok“ (63 proc.), „Instagram“ (61 proc.) ir „Snapchat“ (55 proc.). Tyrimo autoriai pastebi, kad per pastarąjį dešimtmetį ženkliai sumažėjo „Facebook“ ir „X“ (anksčiau - „Twitter“) programėlių naudojimas. 2024 m. duomenimis, 32 proc. paauglių naudojo „Facebook“,

palyginimui - 2014-2015 m. ją naudojo 72 proc. apklaustujų. „X“ programėlę naudojo 17 proc. paauglių, o tai dvigubai mažiau nei prieš dešimtmetį, kai ją naudojo 33 proc.

Socialinių tinklų svetainių naudojimas neapsiriboja vien tik bendravimu, žaidimais ir turinio vartojimu. Mokslininkai vis daugiau dėmesio skiria socialinių tinklų ir pilietinio aktyvumo sąsajoms tarp jaunimo. Socialinių tinklų svetainės suteikia galimybę jaunimui burtis į bendruomenes, reikšti savo nuomonę ir dalyvauti sprendimų priėmimo. Socialinių tinklų svetainių ir interneto dėka jaunuoliai gali komentuoti, dalintis ir reaguoti į įvairius įrašus, naujienas ar tinklalaides. Taip pat turi galimybę atiduoti savo balsą peticijose. Visa tai galima daryti saugiai, patogiai ir neišeinant iš namų. Taigi socialinių tinklų svetainės suteikia galimybę jaunimui domėtis ir dalyvauti pilietinėse bei politinėse iniciatyvose. Tačiau 16-25 m. jaunimo tyrimas Suomijoje (dalyvavo 883 jaunuoliai) ir Estijoje (dalyvavo 1250 jaunuolių) atskleidė, kad tai nebūtinai įvyksta. Suomijoje socialinių tinklų svetainės suteikia papildomų galimybių dalyvauti pilietinėse veiklose, t. y., jomis pasinaudoja tie, kurie ir taip yra aktyvūs. Estijoje jauni žmonės yra linkę šalintis nuo politikos, dėl negatyvaus požiūrio į politiką, o socialinių tinklų svetainės atveria galimybių, bet neįveikia jaunimo pasyvumo, vadinasi, jie gali pasinaudoti, bet nesinaudoja (Allaste, Saari 2020).

Socialinės medijos kaip jaunimo raidos aplinka. Pastaruoju metu augo ir suaugusiųjų naudojimas skaitmeniniais įrenginiais ir socialinėmis medijomis, vis dėlto Spies Shapiro ir Margolin (2014) pabrėžia, kad naudojimas Socialinių tinklų svetainėmis yra išskirtinai jaunimui būdingas reiškinys. Paaugliai ir besiformuojantys suaugusieji socialinių tinklų svetainėmis pradėjo naudotis ankstyvesniame amžiuje nei suaugusieji ir yra aktyviausi jų vartotojai. Atsižvelgiant į didėjantį naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis paplitimą, jos tapo pagrindine jaunų žmonių raidos aplinka (Michikyan, Subrahmanyam, 2012), socialinių medijų naudojimas yra integruotas į jaunimo kasdienį gyvenimą ir santykius (Manago et al., 2020). Ši skaitmeninė aplinka papildo tradicines, fizines jaunimo raidos aplinkas (Boyd, 2014; Reich et al., 2012). Paaugliai ir besiformuojantys suaugusieji naudojami socialinėmis medijomis, spręsdami jų raidos etapams būdingas užduotis, pavyzdžiui, užmegzti ir palaikyti draugystes (Manago et al., 2012; Reich et al., 2012), kovoti dėl autonomijos (Manago et al., 2020) ir pristatyti / pateikti save visuomenei (Chua, Chang, 2016).

Jaunimo raidos aplinkos skaitmeniniame amžiuje yra ir panašios ir skirtingos nei prieš tai, kai socialinės medijos tapo plačiai prieinamos. Viena vertus, naujosios technologijos tenkina panašius jaunų žmonių raidos poreikius (Subrahmanyam, Šmahel, 2011; Valkenburg, Peter, 2011) ir stebimi jaunimo gyvenimo ir elgesio panašumai fiziniame ir virtualioje realybėse (Boyd, 2014; Reich et al., 2012). Kita vertus, socialinės medijos suteikė jaunimo raidai naujų aspektų, galimybių ir iššūkių. Pavyzdžiui, jauni žmonės šiandien gali dažnai ir iš karto pasiekti savo bendraamžius, o tai greičiausiai padidina jauniems žmonėms galimybes gauti ir suteikti socialinį palaikymą, bet tuo pačiu padidina jiems keliamus reikalavimus ir lūkesčius santykių palaikymui (Nesi et al., 2018; Steele et al., 2020).

Socialinių tinklų svetainių turinio viešumas ir galimybės redaguoti skelbiamą turinį leidžia jaunimui pateikti pageidaujama savo įvaizdį didelėms auditorijoms (Forest, Wood, 2012; Orben, Dunbar, 2017). Socialinių tinklų svetainės taip pat suteikia lengvą prieigą prie turtingos socialinės informacijos, tačiau jos vartojimas gali paskatinti neigiamus jausmus tokius, kaip nepilnavertiškumas ir pavydas, kurie kyla lyginantis su kitais, pvz. esu blogesnis, negražesnis, turiu mažiau, patyriau mažiau, pasiekiau mažiau ir pan. nei kiti, o tai veda į asmeninės gerovės blogėjimą (Rosenthal-von der Pütten et al., 2019; Vogel et al., 2014). Socialinių medijų naudojimo psichologinės pasekmės priklauso nuo trijų pagrindinių kintamųjų: veiklos, motyvų ir bendravimo partnerių.

Yang (2016) veiklas socialinių tinklų svetainėse suskirstė į tris tipus: (1) interaktyvios / nukreiptos į bendravimą veiklos, tai sąveikos, nukreiptos į konkretų bendravimo partnerį (pvz., rašyti / siųsti žinutes, komentuoti kitų skelbiamą turinį, spausti „patinka“, pažymėti (angl. *taging*)); (2) aktyvios veiklos / transliavimas, kai bendrinamas arba kuriamas ST turinys yra skirtas ne konkrečiam adresatui, o bendrai visai galimai auditorijai (pvz., atnaujinti savo būseną, skelbti mintis, įspūdžius ir

pan.), tokia veikla nebūtinai yra interaktyvi; (3) pasyvios veiklos / turinio vartojimas, pvz., naršymas naujienų kanale, naršymas savo ar kitų profiliuose, turinio srauto stebėjimas, kai turinys nėra kuriamas, tiktai vartojamas.

Kas skatina naudotis socialinėmis medijomis? Norint nustatyti naudojimosi motyvus, dauguma esamų tyrimų remiasi naudojimo ir pasitenkinimo teorija (Katz et al., 1974), pagal kurią medijos vartotojai yra aktyvūs veikėjai, kurie selektyviai pasirenka ir naudoja mediją, kad patenkintų konkrečius, asmeniškai svarbiausius poreikius. Todėl šiuo požiūriu, asmenų motyvai yra susiję su tuo, ką jie tikisi gauti naudodami mediją, o socialinių medijų srityje jie pasinaudos tam tikromis platformos ypatybėmis ir elgsis tam tikrais būdais, siekdami patenkinti aktualius poreikius ir tikslus (Brandtzaeg, Heim, 2009).

Pertegal et al. (2019) nustatė septynias dažniausias socialinių tinklų svetainių naudojimo priežastis: informacijos paiešką, teigiamų pojūčių patyrimą, santykių palaikymą, naujų santykių užmezgimą, socialinio pripažinimo gavimą, socialinio ryšio kūrimą ir savęs išreiškimą. Kiti autoriai skirsto į: santykių kūrimą, santykių palaikymą, pramogą / laiko praleidimą, vengimą / pabėgimą (angl. *escapism*) ir baimę praleisti (angl. *fear of missing out – FoMO*). Balta et al. (2020) ir Beyens et al., (2016) baimę praleisti įvardino, kaip reikšmingą psichologinį veiksni, skatinantį bendrą ir probleminių socialinių medijų naudojimą.

Beyens et al. (2016) nustatė, kad didesni paauglių pripažinimo ir priklausymo poreikiai didino „Facebook“ naudojimą, ir tai buvo susiję su didesniu stresu dėl naudojimo. Oberst et al. (2017) pažymėjo, kad dėl paauglystei aukštai išreikštų pripažinimo ir priklausymo poreikių, paaugliai gali naudoti socialines medijas siekdami užtikrinti aukštą socialinio įsitraukimo lygį, tačiau neigiamas pasekmes sukelia intensyvus komunikacijos srautas ir baimė kažką praleisti, ne viską pastebėti, ne visur sudalyvauti.

Naudojimosi socialinių tinklų svetainių motyvų sąsajos su asmenine gerove. Tyrimai rodo, kad santykių palaikymo ir kūrimo motyvai skirtingai (priešingai) paveikia asmeninę jaunimo gerovę. Socialinių medijų naudojimas siekiant palaikyti esamus santykius buvo siejamas su geresne emocija (pvz., teigiamu poveikiu ir pasitenkinimu gyvenimu), socialine (pvz., socialiniu priėmimu, socialine integracija ir socialiniu aktualizavimu) ir asmenine gerove (pvz., savarankiškumu, asmeniniu augimu) (Perugini, Solano, 2020), taip pat su geresniu socialiniu prisitaikymu ir mažesniu vienvietės pojūčiu (Yang, Brown, 2013). Taip pat tų, kurie naudoja socialines medijas santykiams palaikyti, socialinių medijų naudojimas buvo siejamas su geresne emocijų kontrole ir pasitenkinimu gyvenimu (Rae, Lonborg, 2015). Priešingai - socialinių medijų naudojimas naujiems santykiams plėtoti buvo siejamas su blogesne emocija, socialine ir asmenine gerove (Perugini, Solano, 2020), taip pat blogesniu socialiniu prisitaikymu ir vienviete (Yang, Brown, 2013). Tie, kurie naudoja socialines medijas šiam tikslui, turi prastesnę psichologinę savijautą (nerimo, depresijos, kontrolės praradimo, sumažėjusių pasitenkinimo gyvenimu ir emociniais ryšiais derinį) (Rae, Lonborg, 2015).

Tyrimų duomenys apie pramogų / laiko praleidimo / linksmybių motyvų sąsajas su asmenine gerove nėra tokie aiškūs, nes priklauso nuo to, kaip šie motyvai buvo matuojami. Pavyzdžiui, Perugini ir Solano (2020) nustatė, kad laisvalaikio praleidimo motyvai buvo neigiamai susiję su emocija, socialine ir asmenine gerove, tačiau šie tyrėjai laisvalaikio motyvus (pvz., naudojimas socialinių tinklų svetainėmis praleisti laiką, kai nuobodu) buvo sujungę į tą patį kintamąjį kartu su ekshibicionizmo motyvais (pvz., socialinių tinklų naudojimas siekiant atkreipti kitų dėmesį). Kiti tyrimai matavę pramogų / laiko praleidimo / linksmybių motyvus, nustatė teigiamą koreliaciją tarp šių motyvų ir suvokto socialinio palaikymo, socialinio kapitalo ir mažesnio vienišumo socialinių medijų (Pertegal et al., 2019) ir vaizdo žaidimų (Yang, Liu, 2017) aplinkose.

Atrodo, kad vengimas / pabėgimas ir baimė praleisti iš esmės turi netinkamo prisitaikymo požymių. Visų pirma šie motyvai kyla iš neigiamos patirties ir bandymų išvengti neigiamų patirčių arba sumažinti jų intensyvumą. Pavyzdžiui, vengimas apibūdinamas kaip bandymas išvengti savo problemų arba atitraukti nuo jų dėmesį (Young et al., 2017), o pabėgimas iš įvairių skaitmeninių

medijų gali būti problemų įveikos vengimo forma, t. y. bėgama nuo veiklos, kuri gali duoti nepageidaujamų rezultatų (Goh et al., 2019). Baimė praleisti yra noras nuolat palaikyti ryšį su tuo, ką daro kiti (Przybylski et al., 2013), daugiausia dėl nerimo, kad, jei nebūsi nuolat įsitraukęs, tai prarasi teigiamas kitų gaunamas patirtis.

Tam tikrais atžvilgiais baimė praleisti atspindi socialinių ryšių troškimą, tačiau pagrindinis dėmesys skiriamas ne aktyviam tokio ryšio stiprinimui, o iškritimo iš grupės ir ryšio su draugais praradimo vengimui. Tiek vengimas / pabėgimas tiek baimė praleisti dažnai mokslininkų tyrinėjami sąsajoje su probleminio interneto naudojimo klausimais. Pavyzdžiui, pabėgimas / vengimas siejamas su problemiškesniu „Instagram“ naudojimu (Kircaburun, Griffiths, 2019), didesne priklausomybe nuo internetinių vaizdo žaidimų (Yee, 2006) ir socialinių tinklų svetainių (Gao et al., 2017; Masur et al., 2014). Panašiai baimė praleisti siejama su intensyvesniu socialinių medijų naudojimu (Beyens et al., 2016; Przybylski et al., 2013). Valkenburg et al. (2005) nustatė, kad socialinių medijų naudojimas **pastiprinimo** tikslais padidina arba yra teigiamai susijęs su asmenine gerove. Pavyzdžiui, esamų santykių palaikymas ir pramogų ar būdo praleisti laiką paieška yra priemonės, kurios padeda pagerinti neutralią arba teigiamą santykių būklę, o kasdienės akimirkas padaro malonesnėmis. Tačiau, žemesne asmenine gerove pasižymintys jaunuoliai socialines medijas naudoja siekdami kompensuoti tikrus ar tariamus trūkumus, arba išvengti neigiamos patirties.

Iš tiesų Perugini ir Solano (2020) teigia, kad asmenys, kurie jaučiasi nepatenkinti savo gyvenimu, dažniau naudojami socialine medija, kad susipažintų su naujais žmonėmis (bandymas kompensuoti tą nepasitenkinimą). Tai atitinka socialinio kompensavimo hipotezę, kad asmenys gali pasirinkti naudoti internetinius išteklius, siekdami kompensuoti asmeninius trūkumus (Valkenburg et al., 2005), pvz., menkus socialinius įgūdžius ir draugų trūkumą. Tai ypač svarbu jaunesniems paaugliams, nes nors jų motyvai drastiškai nesiskiria nuo vyresnių vartotojų, jie linkę dažniau naudotis socialinių tinklų svetainėmis, kad susitiktų su naujais žmonėmis ir pelnytų socialinį pripažinimą (Pertegal et al., 2019).

Tačiau ryšiai, kuriais pastiprinimo ir kompensavimo motyvai yra susiję su skirtingais asmeninės gerovės rezultatais, lieka neaiškūs. Kaip nurodyta ankstesniame santykių formavimo motyvų pavyzdyje, gali būti, kad tokių tyrimų asmeninės gerovės rezultatai yra susiję su egzistavusiomis asmeninės gerovės būsenomis, kurios skatino naudotis socialinėmis medijomis. Tai yra, jei žmogus prisijungia prie interneto susirasti draugų (galbūt todėl, kad jaučiasi vienišas) arba pabėgti nuo neigiamų išgyvenimų / jausmų, kai yra atstumtas, gali būti, kad tai, ką laikome žala savijautai (pvz., vienatvė, nemalonios emocijos) iš tikrųjų yra pradinė motyvacija naudotis socialinėmis medijomis, t. y. ne socialinių medijų vartojimo pasekmė, o priežastis. Priežastinių ryšių krypties negali atskleisti vienkartiniai skerspjūvio tyrimai, reikia ilgalaikių stebėjimų, kaip asmeninė gerovė keitėsi naudojant socialines medijas. Vienkartinis tyrimas tiesiog atspindi realius ar numanomus asmens gerovės pažeidimus, kuriuos asmuo jau turi ir bando pašalinti per socialines medijas. Vadinasi, prisijungimas prie interneto savaimė neišsprendžia draugų trūkumo dėl menkų socialinių įgūdžių, todėl be tinkamos intervencijos (pvz., socialinių įgūdžių lavinimo) socialinėse medijose patiriama tokia pati patirtis kaip gyvuose santykiuose, o bloga emocinė savijauta greičiausiai išlieka. Kim et al. (2009) tyrimas parodė, kad vienatvė gali sukelti problemišką interneto naudojimą, kuris neigiamai veikia gyvenimo pasiekimus ir dar labiau sustiprina vienatvę.

Bendravimo partneriai ir asmeninė gerovė. Bendrai Burke ir Kraut (2016) tyrimas atskleidė, kad bendravimas socialinių tinklų svetainėse su artimais pažįstamais yra susijęs su geresne psichosocialine gerove. Tyrimo metu buvo atliktos trys apklausų bangos ir registruojami dalyvių veiklos „Facebook“ tinkle duomenys. Priešingai - „draugavimas“ arba bendravimas su nepažįstamais žmonėmis yra susijęs su žemesne saviverte ir prastesniu socialiniu prisitaikymu bei pasitenkinimu gyvenimu kolegijoje (Eskisu et al., 2017; Yang, Brown, 2015; Yang ir Lee, 2020). Pirmasis atvejis atspindi stimuliavimo efektą, o antrasis – perkėlimo (angl. *displacement*) (Valkenburg, Peter, 2011). Stimuliavimo efektas atsiranda, kai bendravimas pasitelkus technologijas pastiprina bendravimą su

esamais draugais ir atvirumą, taigi gerina santykių kokybę ir artumą (Valkenburg, Peter, 2011). Priešingai - perkėlimo efektas pastebimas, kai daug laiko praleidžiama internete silpnems ryšiams palaikyti (kurti), vietoje prasmingesnių sąveikų su artimaisiais (stipriais ryšiais) ir šių santykių kokybės ir asmeninės gerovės gerinimo (Valkenburg, Peter, 2007, 2011). Šios išvados rezonuoja su poreikio priklausyti teorija, kuri teigia, kad ne visi ryšių tipai patenkina poreikį priklausyti ir skatina asmeninę gerovę; kad šis poreikis būtų patenkintas bendravimas turi būti reguliarus ir vykti tarp žmonių, kurie jaučiasi susiję ir artimi vienas kitam (Baumeister, Leary, 1995).

Nors ryšių stiprumas / santykinis artumas yra svarbus veiksnys, į kurį reikia atsižvelgti nagrinėjant skirtingų bendravimo partnerių indėlį į gerovę, reikėtų atsižvelgti ir į daugiau aspektų. Lin (2016) tyrė kolegijos studentų sąveikų su įvairiomis kontaktų grupėmis „Facebook“ tinkle sąsajas su įvairiais asmeninės gerovės aspektais. Išvados beveik patvirtino aukščiau keltą hipotezę: bendravimas su gerais draugais buvo nuosekliai susijęs su geresne savijauta įvairiais aspektais (mažiau vienatvės, intensyvesnis socialinis gyvenimas, didesni bendruomeniškumo jausmas ir suvoktas socialinis palaikymas), greičiausiai todėl, kad tokios sąveikos suteikia emocinę paramą. O bendravimas su silpnesniais ryšiais (vidutiniais draugais, pažįstamais ir tik internetiniais draugais) buvo susijęs tik su vienu arba nė vienu asmeninės gerovės aspektu (kintamuoju). Tiesą sakant, bendravimas su draugais tik internete buvo susijęs su didesne vienatve.

Kiek kitokius rezultatus atskleidė Massing-Schaffer et al. (2020) ilgalaikis tyrimas. Jis atskleidė apsauginį tik internete esančių draugų vaidmenį paaugliams. Paaugliai, kurie turėjo bent vieną draugą tik internete, mažiau patyrė viktimizacijos, streso draugystėje ir galimų minčių apie savižudybę, nei tie, kurie neturėjo nė vieno draugo nei internete, nei tikrovėje. Vienas iš galimų šių iš pažiūros prieštaringų išvadų paaiškinimų yra tas, kad komunikacijos technologijoms vis labiau įsigalint, jaunosios kartos atstovams yra būdinga turėti vien tik internetines draugystes (Massing-Schaffer et al., 2020). Vadinasi, galima daryti prielaidą, kad skirtumai atsiranda dėl skirtingų kohortų (kartu) bendravimo įpročių, t. y. kinta jaunimo bendravimo įpročiai arba tiesioginis bendravimas yra išstumiamas, pakeičiamas bendravimu naudojant technologijas.

Internetu esantys draugai gali būti pagrindinis marginalizuoto jaunimo paramos šaltinis. Selkie et al. (2020) aprašė transseksualių paauglių atvejį. Tie, kurie nemanė, kad jų gyvi kontaktai supras jų patirtis, emocinio palaikymo, įvertinimo ir informacinės paramos kreipėsi į translyčių asmenų bendruomenės socialinėse medijose. Šios paramos kitu atveju galbūt visai neturėtų.

Apibendrinant galima teigti, kad tobulėjant technologijoms ir plečiantis skaitmenizacijai beveik nebeliko socialinių tinklų nenaudojančių jaunų žmonių. Per pastarąjį dešimtmetį padidėjo jaunimo socialinių tinklų svetainėse praleidžiamas laikas. Anksčiau buvo kalbama apie bandymą riboti vaikų ir paauglių praleidžiamą laiką išmaniuosiuose įrenginiuose, tačiau dabar sunku pamatyti nuo ekrano pakeltas jaunimo akis. Taip pat keitėsi dažniausiai naudojamos programėlės: anksčiau itin populiari „Facebook“ išstūmė ir pakeitė „Instagram“, „TikTok“ ir „Snapchat“. Kas nepasikeitė – tai nuolatiniai moksliniai tyrimai, kurie nagrinėja socialinių tinklų poveikį jauniems žmonėms. Socialinių tinklų svetainės jaunuoliams gali turėti ir teigiamų, ir neigiamų padarinių. Kadangi absoliuti dauguma jaunimo nemažai laiko praleidžia socialinių tinklų svetainėse, tai galima pasvarstyti apie išmanaus arba skaitmeninio darbo su jaunimu plėtrą. Technologijos tapo neatsiejama jaunų žmonių gyvenimo dalimi, todėl jaunimo darbuotojams reiktų ne kovoti su tuo, o prisitaikyti ir mėginti socialinių tinklų, žaidimų ar kitomis panašiomis priemonėmis pasiekti jaunus žmones.

Jaunimo naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis tyrimo rezultatai

Fokusuotų diskusijų grupių tyrimo rezultatai yra aptariami pagal tyrimui keltus probleminius klausimus:

- kokiomis socialinių tinklų svetainėmis naudojasi jauni žmonės Lietuvoje? kuriomis iš jų dažniau, o kuriomis – rečiau arba niekada?
- kiek laiko vidutiniškai praleidžiama socialinių tinklų svetainėse? ar jauni žmonės neįsijaučia priklausomybės nuo socialinių tinklų svetainių?
- kokiems tikslams naudojamos socialinių tinklų svetainės? kokius savo poreikius jaunimas tenkina, naudodamasis jomis?
- kiek jauni žmonės jaučiasi saugūs naudodamiesi socialinių tinklų svetainėmis ir kiek jomis pasitiki?
- koks turinys ir kokia forma socialinių tinklų svetainėse jaunas žmones domina labiausiai?
- ar galimas ir koks galimas darbas su jaunimu socialinių tinklų svetainėse?

Tyrimo duomenų analizei buvo taikyta kokybinė turinio analizė. Sudaromas kodų medis, išskiriant kodus ir subkodus. Aprašant tyrimo rezultatus yra pristatomi kodai, subkodai, dalis subkodų yra iliustruojami citatomis. Kodai atspindi temą, o subkodai atspindi visus toje temoje nuskambėjusius pasisakymus, tiriamųjų pasisakymai perfrazuojami stengiantis atspindėti mintį. Tiriamųjų citatos yra išskirtos kursyvu, citatų kalba netaisyta. Prie citatų pateikiami tyrimo dalyvių kodai. Tyrimo dalyvių kodavimo sistema pateikta Įvade. Pristatant tyrimo rezultatus bus vartojama socialinių tinklų svetainių santrumpa STS.

Jaunimo naudojamos socialinių tinklų svetainės. Tyrimo dalyvių buvo klausama, kokiose socialinių tinklų svetainėse jie turi savo profilius ar paskyras, ir kokiomis STS jie dažniausiai naudojasi, ar praleidžia daugiausia laiko. Atsakydami į pirmąjį klausimą jaunuoliai nurodė, kad jie turi paskyras, yra prisiregistravę ir kitaip naudojasi šiomis STS: „Snapchat“, „Facebook“, „Messenger“, „Instagram“, „TikTok“, „Badoo“, „Tinder“, „Viber“, „Discord“, „Reddit“, „Twitter“, „Whatsapp“, „Telegram“, „YouTube“, „Spotify“, „Soundcloud“, „Pinterest“, „Twitch“, „Vinted“, „Teams“, „Zoom“, „LinkedIn“, „X“. Paminėtų STS paskirtis ir galimybės skiriasi, pvz., Vinted yra elektroninė dėvėtų rūbų pardavimo platforma, „Badoo“ ir „Tinder“ – pažinčių programėlės, o „Discord“ ir „Roblox“ – žaidimų ir jų kūrimo platformos. Tyrimo dalyviai nurodė po 3-4 dažniausiai naudojamas STS, bet ne visada konkrečiai įvardindavo rečiausiai naudojamas, kartais tiesiog pasakydavo, kad po dažniausiai naudojamų seka visos kitos. Toliau 2 lentelėje pateikiami jaunuolių konkrečiai paminėtos dažniausiai ir rečiausiai naudojamos STS.

2 lentelė. STS populiarumas pagal naudojimo dažnumą (paminėjimo kartai)

Dažniausiai	Rečiausiai	Citata
„TikTok“ - 20 „Instagram“ - 17 „Snapchat“ - 13 „Messenger“ - 8 „Facebook“ - 5 „Discord“ - 4 „YouTube“ - 4 „Whatsapp“ - 2 „Telegram“ - 2 „Reddit“ - 2	„Facebook“ - 6 „Messenger“ - 3 „Viber“ - 2 „Snapchat“ - 2 „Tinder“ - 1 „Twitter“ - 1 „Whatsapp“ - 1 „Instagram“ - 1 „Badoo“ - 1 „Telegram“ - 1	<i>Keli vienu metu: TikToke, instagrame, snapchate. OMVM23: Čia šitie 3. O jau mažiau populiarius nu messenger, facebookas. Facebookas tai išvis kai parašo mokytoja į klasės grupę arba kokia močiutė įkelia kažką ir pasveikina su gimtadieniu. Jo kažkiek yra tas, o „mesendžeris“, tai dažniausiai nu būna mokyklos tarkim dalykai, grupės, visokie ten šeimos „čiatai“ ir taip toliau. <...> O su draugais, bendraamžiais – „snapčatas“, „instagramas“, „TikTokas“.</i>

„Spotify“ - 1		
„Viber“ - 1		
„Soundcloud“ - 1		

Dažniausiai jaunimo naudojamos STS yra „TikTok“, „Instagram“ ir „Snapchat“, rečiausiai – „Facebook“. Tyrimo metu pastebėta, kad jaunimas daugiau laiko praleidžia „TikTok“ nei „Facebook“, jauni suaugę (19-26 m. jaunuoliai) minėjo abi tarp dažniausiai naudojamų, o paaugliai (14-18 m. jaunuoliai) pabrėžė, kad „Facebook“ ir „Messenger“ STS naudoja bendravimui su tėvais, giminėmis, mokytojais arba mokyklos reikalais, o tarpusavyje bendrauja per „TikTok“, „Instagram“ ir „Snapchat“.

Laikas, praleidžiamas socialinių tinklų svetainėse. Siekiant įvertinti, kiek laiko STS praleidžia jaunimas, tyrimo dalyvių buvo prašoma nurodyti, kiek laiko vidutiniškai per dieną jie praleidžia STS ir kiek gigabaitų interneto tam išnaudoja. Dauguma tiriamųjų atsakinėdami į šį klausimą žiūrėjo savo mobiliojo interneto duomenis, tačiau, kaip jie patys pastebėjo, šie duomenys nėra tikslūs, nes STS naudojamosi ne tik išmaniuosiuose telefonuose, bet ir kompiuteriuose. Pastarųjų duomenys tyrimo metu nebuvo prieinami, o ir apskaityti juos būtų sudėtinga, jei, pavyzdžiui, atidarant kompiuterį automatiškai atsidaro (pasikrauna) ir STS programėlės. 3 lentelėje pateikiami visi tyrimo metu gauti duomenys apie laiką, praleidžiamą STS.

3 lentelė. Laikas, praleidžiamas STS, pagal amžiaus grupes

Amžiaus grupė	Kodas: Laikas, praleidžiamas STS (stulpelyje pateikiami subkodai)
Paaugliai (14-18 m.)	Išjungta laiko, praleidžiamo ST, apskaita. 1-2 val. – 1 2,5 val. – 1 3 val. – 1 3-4 val. – 1 4-4,5 val. – 4 5 val. – 1 6 val. – 4 7 val. – 2 12 val. – 1 Stengiasi mažinti, riboti STS praleidžiamą laiką nuo 3-4 val. iki 1-2 val. Naudoja automatinį naršymo išjungimą, STS išsijungia pasibaigus nustatytam laikui.
Jauni suaugę (19-26 m.)	Darbo metu nuolatos STS, o per išeigines – mažiau. 6 val. darbo dieną, o laisvomis nuo darbo dienomis po 13-14 val. 1-2 val. per dieną – 2 2 val. per dieną telefone, bet pridėjus kompiuterio laiką, tai bus daugiau. 3 val. per dieną 3 val. per dieną, o savaitgaliais labai išauga. 4,5 val. per dieną 5 val. darbo dienomis, o savaitgaliais įvairiai, jei susitinka su draugais mieste – tai mažiau. 6 val. Darbo dienomis - 11-12 val., nes toks darbo pobūdis, o savaitgaliais 3-4 val.

	<p>Svarbu matuoti ne tik STS praleidžiamą laiką, bet ir bendravimo intensyvumą. Pvz., kiek pranešimų apie gautas žinutes ateina per dieną. (per 4,5 val. 250 pranešimai).</p> <p>Supranta, kad 13-14 val. per dieną yra blogai, bet pasiteisina, kad neturi kitos išeities, čia yra šioks ar toks, bet užsiėmimas.</p>
--	--

Vidutinė laiko, praleidžiamo STS, trukmė yra labai įvairi, ji kinta nuo 1 iki 14 val. per dieną. Tiriamoji grupė nėra pakankamai didelė, kad būtų galima aptarti tendencijas, tačiau aptarsime jaunuolių įvardintus veiksnius, turinčius įtakos laiko, praleidžiamo STS trukmei. Vyresni paaugliai arba paaugliai trumpiau būna STS, jeigu turi daugiau veiklų mokykloje arba neformaliojo ugdymo užsiėmimų, pvz., savanoriauja, sportuoja, žaidžia su draugais ir pan.. STS įsijungia vakare ir būna jose, kol užmiega. STS naudojimo laikas ženkliai didesnis savaitgaliais ir per atostogas lyginant su tomis dienomis, kai reikia eiti į mokyklą. Jauni suaugę taip pat mažiau laiko praleidžia STS darbo dienomis, tačiau ne visada, nes yra dar vienas svarbus veiksnys. Laikas STS ženkliai išauga, jeigu STS naudojamos darbo reikalais, pvz., bendravimui su vadovais, kolegomis arba klientais, šiais atvejais STS naudojimosi trukmė sumažėja savaitgaliais ir laisvomis nuo darbo dienomis, kuriomis jaunimas stengiasi atsiriboti nuo STS. Jeigu jaunuoliai nedirba ir nesimoko, tuomet darbo ir nedarbo dienos neturi įtakos STS laikui.

Gauti duomenų apie STS išnaudojamą gigabaitų kiekį nepavyko.

Paprašyti įvertinti, daug ar mažai laiko praleidžia STS, jaunuoliai sako, kad nemažai arba daug, kad galėtų praleisti mažiau laiko STS. Yra kritiški STS turinio ir poveikio atžvilgiu, nes STS yra „*pati blogiausia vieta, kurią žmonės galėjo sugalvoti*“ (iš asociacijų), tačiau tik vienas kitas stengiasi riboti savo laiką, praleidžiamą STS. Jaunimas supranta, kad STS praleidžia per daug laiko, bet kartu turi įvairių pasiteisinimų, kodėl taip daro:

1. nes įdomu arba įdomiau nei mokytis iš vadovėlio
„*Stimuliuoja tas TikTokas*“, o kai reikia eit mokytis – nuobodu tą vadovėlį žiūrėt. O „*TikToke*“ veiksmas, daug juda.“ (OMVM17);
2. lengviau ar mažiau reikalauja pastangų, nei knygų skaitymas;
3. nes, jei nustosi naudotis ST, tai iškrisi iš bendraamžių grupės, nežinosi svarbiausių naujienų ir apkalbų, nesužinosi apie susitikimus ir įvykius;
4. stimuliuoja (dopaminas).

Toliau duomenys apie priklausomybę nuo STS ir pasitikėjimą ar nepasitikėjimą STS pateikti pagal dvi jaunų suaugusių ir vyresnių paauglių grupes, nes be bendrų aspektų atsiskleidė ir skirtumų.

Jauni suaugę

STS yra daug klaidingos informacijos
Kiekvienas jaučiasi „ekspertas“,
išsako savo nuomonę, bando ją
„įbrukti“ kitiems.

Socialinių tinklų svetainėse visi rašo
bet ką, todėl jos nėra patikimi
informacijos šaltiniai. Informacijos
pasitikrinimui eina jos ieškoti į
internetą.

Reikia kritiškai vertinti viską, ką
skaitai socialinių tinklų svetainėse.

*PSVV02: nes ten, aš sakau, yra kiekvienas su savo
nuomone, kiekvienas žino geriau ir kiekvienas ten
parašyt gali bet ką.*

*PSVV02: Jo, nes politika, socialiniuose tinkluose
kiekvienas interpretuoja savaip. Prisiskaitai visokių
nuomonių. <...> ir jinai [nuomonė] formuojasi pagal
tai, ką tu skaitai socialiniuose tinkluose, todėl reikia
labai kritiškai žiūrėti į viską ir reikia vertinti viską nu
savaip. <...> Negali visko priimti už gryną pinigą.*

Socialinių tinklų svetainės sukurtos tam kad galėtum skleisti savo idėjas, propagandą.
Sudaro galimybę anonimiškai rašyti, viską, ką nori.
STS yra tinkama vieta, palanki erdvė rasizmui, seksizmui ir kitoms stereotipinėms pažiūroms plisti.

Visi žmonės priklausomi nuo STS.
STS – socialinis dopaminas.
Tai gali tapti priklausomybe – didele problema.
Pasikrauni stebėdamas kitų gyvenimus.

Vyresni paaugliai

Kai kurie jauni žmonės nejaučia skirtumo tarp STS ir tikrovės.

Per STS gyvename kitų gyvenimus, vietoje to, kad gyventume ir patirtume patys.

Kitų gyvenimas atrodo įdomesnis nei tavo.

Lyginiesi su kitais, ką kiti turi, gali, veikia, o tu – ne,

Dauguma dalijasi geromis istorijomis, naujienomis, todėl susidaro įspūdis, kad kiti gerai gyvena, nors iš tikrųjų tai ne.

Negali STS atsisakyti, nes baisu kažką praleisti, iškristi iš pokalbių konteksto, kai visi kalba, o tu nežinai apie ką.

Per STS naujienos, informacija greit sklinda, tačiau greit sklinda ne tik teisinga, bet ir klaidinga informacija ir netikros naujienos.

PSVV02: Kame esmė, kad socialiniai tinklai tam ir buvo sukurti, kad žmonės galėtų anonimiškai ir palyginti saugiai neišduodami savo asmenybių „no identity“ galėtų tiesiog rašyt viską, ką jie nori. Nes, pavyzdžiui, socialiniai tinklai, nu didele dauguma jų yra puiki vieta veistis visokiems seksistiniams šitiems rasistiniams visiems tiems stereotipiniams dalykams ir, pavyzdžiui, sklisti propagandai.

OSVV16: Faktiškai visi žmonės yra priklausomi nuo socialinių tinklų ir labai lengva šiaip laiką prastumt, laiką pamesti ir prastumti būtent socialiniuose tinkluose. Kadangi darai tam tikrus veiksmus, kurie sukelia tau tam emocijas. Tas yra taip, socialinis dopaminas.

OMVM22: Jo, nes labai daug žmonių tuo socialiniu lygiu jau nebeskiria nuo realybės. Per daug įsilieja į tą kitų gyvenimą ir tada atrodo taip įdomu, nors tu pats gali tą patį viską išgyventi ir nu.

OMVM19: Tavo gyvenimas atrodo nebeįdomus.

OMVM22: Jo, arba lygintis labai pradedi su kitais, pamatai kažką, kodėl aš tipo negaliu būt taip, dar kažką.

OMVM22: Daugiausiai, aišku, kelia apie tai, koks ten gyvenimas geras, ir kad jo, kad kažkas blogiau, tai beveik niekas nesidalina va, tai tada atrodo taip, kad kaip gerai gyvena, nors iš tikrųjų...

OMVM20: Jo. Tu nori kartais atsisakyt, bet tiesiog visi turi.

OMVM19: Ir bijai kažką praleist.

OMVM20: Praleidi ir tada tu nežinai ir tada toks neįdomu.

T: Net jeigu norėtumėt, negalėtumėt atsisakyti soc. tinklų?

OMVM18: Aš manau galėtume.

OMVM17: Jeigu labai norėtume, tai tikrai galėtume. Bet kai ateini į mokyklą ir buvo kažkoks „trendas“ ir klausia matei šitą? Kalba apie tai...o aš nemačiau, nes neturiu ir visi kalba apie tai.

OMVM17: Labai daug klaidingos.

OMVM21: Labai dažnai būna iškreipta informacija.

STS labai daug klaidingos, netikslios arba iškraipytos informacijos. Kartais informaciją iškreipia, sustiprina, kad ji sulauktų daugiau dėmesio.

OMVM17: Arba tiesiog žmonės sugalvoja informaciją. Pasklinda po visur ir tada paaiškėja, kad kažkoks žmogus sugalvojo

STS mados, t. y. kartais kyla tam tikrų veiklų populiarumo bangos, kai įsitraukia daug žmonių, jų populiarumas pakyla ir nusileidžia, pvz. serijų (angl. *streak*) rinkimas – kasdien turi paskelbti bent po vieną nuotrauką. Tai savotiškos varžybos, kai nori pasirodyti, kad esi „kietas“. Daug įsitraukia, nors iš šono žiūrint, tai gali atrodyti kvaila, beprasmiška. Socialinių tinklų svetainėse visi vienodi, čia ne vieta išsiskirti, stengiesi rengtis, veikti, mėgti, tai ką visi.

OMVM22: Anksčiau prisimenu, kad kai nustojau rinkti, tai buvo toks, kad čia daug praleisiu, čia gi taip populiariu, o tiesiog po to nustojau daryti ir viskas. Dabar vat, kai praėjo ta visa banga šitą dalyką daryti, tai tada iš šono man atrodo kvaila. Tipo kam?

OMVM17: Žmonės dėl to ir renka, nes nori didesnio taškų skaičiaus, nes tipo kietas tada.

T: Statusas kažkoks?

OMVM22: Čia yra tas, kad ką kiti daro – tą ir tu darai. Čia kaip avys.

Beprasmiškas laiko praleidimas, kitos veiklos – ne telefone – irgi gali būti įdomios.

Apibendrinant galima pasakyti, kad visi jauni žmonės, nepriklausomai nuo amžiaus, adekvačiai vertina STS, kritiškai vertina STS informacijos patikimumą ir priklausomybę nuo STS. Tačiau atsiskleidžia ir tam tikri skirtumai, kurie yra susiję su raidos etapu. Jauni suaugę STS įžvelgia manipuliavimo, propagandos, stereotipų ir diskriminacijos dėl rasės, lyties, tautybės ir kt. sklaidos priemonę arba įrankį, t. y. jie supranta, kad per STS sklindanti informacija turi neigiamą poveikį, ir kaip STS gali būti naudojamos tam tikrų grupių tikslams pasiekti. Tuo tarpu paaugliai nekalba apie poveikį, bet jie jaučia, kad per STS sklinda daug neapykantos, smurtinės komunikacijos, kad į STS keliamas netikroviškas, o pagražintas arba tiksliai gražus, pozityvus turinys. Jie supranta, kad per daug laiko praleidžia STS, kad jį būtų galima, reikėtų mažinti, tačiau jie to nedaro. Nes į naudojimąsi STS žiūri ne iš priklausomybės, o iš neišvengiamybės perspektyvos. Naudodamiesi STS jie tenkina priklausymo bendraamžių grupei poreikį. Atsisakę naudotis STS, jie iškristų iš bendraamžių grupės, o šiame raidos etape priklausymas jai yra vienas svarbiausių poreikių. O norėdamas priklausyti, būti bendraamžių priimtas negali išsiskirti, t. y., turi elgtis, domėtis, kalbėti taip ir apie tai, kuo domisi ir kaip elgiasi tavo grupė. Paaugliai labai jautriai reaguoja į smurtinę komunikaciją, nes jiems dar yra labai svarbi kitų nuomonė ir vertinimai, tuo tarpu pasiekus jauno suaugusiojo amžiaus tarpsnį jaunimas išmoksta atsiriboti nuo kitų vertinimų ir nuomonės, todėl ji mažiau paliečia savivaizdį ir savivertę:

„Oi ne, man nesvarbu. Aš kitų nuomonės, man dabar nesvarbi. Anksčiau man kitų nuomonė buvo svarbi, o dabar aš irgi taip pro vieną įėjo, pro kitą išėjo. Galiu ten įsiklausyt, bet vis tiek.“ (PSVM03)

STS naudojimo tikslai ir tenkinami poreikiai. Aptarėme, kad STS tenkina priklausymo bendraamžių grupei poreikį. Kokius dar jaunimo poreikius tenkina STS, galima atsekti pagal tai, ką jaunimas STS veikia, kam arba kokiais tikslais STS naudoja, kokias asociacijas sukelia ir kokią vaidmenį jų gyvenime atlieka STS. 4 lentelėje pirmame stulpelyje yra pateikti subkodai išryškėję

temoje, kokiais tikslais tyrimo dalyviai naudoja STS, antrame stulpelyje yra pateiktos su STS susijusios asociacijos (kokias asociacijos kyla išgirdus socialinių tinklų sąvoką), o trečiame stulpelyje tyrėjai įvardino poreikius, kuriuos galima atpažinti po šiais naudojimosi STS tikslais ir asociacijomis. Pirmame ir antrame stulpeliuose yra pateikti tyrimo rezultatai (subkodai), o trečiame - tyrėjų rezultatų suskirstymas.

4 lentelė. Naudojimosi STS tikslai ir asociacijos, atspindinčios tenkinamus poreikius

Naudojimosi STS tikslai	Asociacijos	Poreikiai
<p>Naujienos: įvykiai, Lietuvos ir užsienio politika, krepšinis ir kt.</p> <p>Filmų rekomendacijos, nuomonės apie peržiūrėtus filmus</p> <p>Informacija apie renginius. Susižinojimui, kas kur vyksta, kaip būtų galima praleisti vakarą ar savaitgalį.</p> <p>Linksmi / įdomūs faktai</p> <p>Apie galimas darbo vietas užsienyje per užsienyje dirbančių lietuvių ST grupes.</p> <p>Sužino apie koncertų anonsus, apie bilietų pardavimo pradžią ir pan. Net jei muzikantų neseka asmeniškai, tai iš draugų žinučių sužino apie artėjančius koncertus.</p> <p>Ypač apie nišinius arba mažai žinomus.</p> <p>Mokykloje „TikTok“ paieška atstoja paiešką „Google“.</p>	<p>Reklamos</p> <p>Informacija</p> <p>Naujienos</p> <p>„Influenceriai“ – nuomonės formuotojai</p> <p>Karjera</p>	<p>žinoti, būti informuotam</p>
<p>Ką kiti žmonės veikia, kaip gyvena.</p> <p>Kitų žmonių istorijos, pvz., sėkmingos arba liūdnos.</p> <p>Seka dainininkus, muzikantus, aktorius, fotografus, domisi jų gyvenimais ir kūryba.</p> <p>Stebi tiesiogines transliacijas, pvz., kasdienio gyvenimo liudijimai, kuriuos žmonės patys apie save platina, o visa Lietuva žiūri ir juokiasi.</p>	<p>„Pletkai“ – apkalbos</p>	<p>Smalsauti</p>
<p>Apie keliones, keliautojų įspūdžius</p> <p>„Stand up“ komedijų pasirodymai</p> <p>Stilius</p> <p>Tiesiog gražūs vaizdai</p> <p>Holai – grįžę iš parduotuvės filmuoja ir rodo, ką kur nusipirko. Pirkinų apžvalga.</p> <p>Stebi tiesiogines arba gyvas transliacijas, pvz., įvykių liudininkų.</p>	<p>Atsipalaidavimas</p> <p>Poilsis</p> <p>Laisvalaikis</p> <p>Laiko praleidimas</p> <p>Pabėgimo ir atsipalaidavimo vieta</p> <p>Pabėgimas nuo tikrovės</p>	<p>Pailsėti, atsitraukti</p>
<p>Pramogai: pasijuokti iš ko nors</p> <p>Žaidžia žaidimus.</p> <p>„TikTok“ naudoja automatinę muzikos paiešką, pvz., tam tikros rūšies muziką (viena baigiasi, kitą suranda ir automatiškai paleidžia) (alternatyva „YouTube“).</p> <p>Stebi tiesiogines arba gyvas transliacijas, pvz., koncertų arba žaidimų dalyvių.</p> <p>Patys daro tiesiogines transliacijas.</p>		<p>Pramogauti</p>

<p>Susirašinėja, bendrauja su draugais Žiūri ką draugai veikia, kuo dalinasi Ieško idėjų dovanoms Mokyklos renginių organizaciniams reikalams Susijungę per ST drauge daro namų darbus. „TikTok“ – kaip prisiminimų saugykla. „Instagramas, kaip kaip albumas“. Peržiūri vasaros ar praėjusių metų įspūdžius: nuotraukas, istorijas, video... Seka draugus, tetas ir dėdes, kad žinotų, ką jie veikia. „Discord“, „Roblox“ žaidžia žaidimus, o kitus ST naudoja pokalbiui žaidimo metu palaikyti.</p>	<p>Bendravimas Susisiekimas</p>	<p>Bendrauti, palaikyti ryšius su kitais</p>
<p>Receptai, kaip ką pasidaryti Žaidimų įrašai, nufilmuoja žaidimus ir padaro video, kaip žaidė, pereidinėjo į aukštesnius lygius, per 5 val. gali pažiūrėti 2 mėnesius trukusį žaidimą. Mokomieji video, kaip atlikti įvairius darbus (pvz., kloti trinkeles, gaminti patiekalus, pasidažyti, pasigaminti kalėdines dekoracijas...) Pasiaiškinti sunkią temą, užduotį su draugais. Mokslams, jei kažko nesupranta, susiranda video, kuriame paaiškina.</p>		<p>Mokytis</p>
<p>„Pinterest“ platformoje išsaugo savo eilėraščius, piešinius ir kt. kūrybą.</p>		<p>Išsaugoti savo kūrinius</p>
<p>Daro gyvas transliacijas arba dalyvauja jas filmuojant. Būdas uždirbti iš sekėjų aukų, dovanų. Parduoda vogtus daiktus, narkotikus. Užsiima internetine prekyba. Darbdavys kontroliuoja (prašo atsiųsti nuotraukas, įrašus) ar gražiai, tinkamai išdėstė prekes Kripto valiuta Reklamai renginių, produktų, veiklų.</p>		<p>Užsidirbti</p>
<p>Leisti kaip foną, užsiimant kitomis atsikartojančiomis veiklomis. Darbo metu susijungia per ST su draugėmis, sesėmis ir plepa, kad greičiau prabėgtų laikas Laikui „prastumti“</p>		<p>Gintis nuo nuobodulio</p>
<p>Parodyti kitiems, ką moki, gali, koks esi, kad kiti pastebėtų, pvz., gali būti pakviestas būti modeliu. Kad gautų patiktukų</p>		<p>Būti pripažintiems</p>

Apibendrinant lentelėje pateiktus duomenis, galima sakyti, kad STS jaunimas naudoja labai įvairiais tikslais. Tiriamieji įvardino plačias STS panaudojimo galimybes. Bet tai dar nereiškia, kad visi jaunuoliai jomis pasinaudoja, nes ir šio nedidelės imties tyrimo metu išryškėjo jaunimo amžiaus,

užimtumo ir interesų skirtumai. Paaugliai kalbėjo apie įvairiausias informacijos per STS paiešką ir galimybę sužinoti apie renginius, laiko praleidimo būdus, apie koncertų tiesiogines transliacijas.

Pažeidžiami jaunuoliai pasakojo, kad STS naudoja nelegalioms veikloms, pvz., prekybai narkotikais, vogtų daiktų pardavimui. Ši grupė taip pat stebi skirtingo turinio tiesiogines transliacijas. Juos domina įvairios gyvenimo dramos ir galimybė užsidirbti per tiesiogines transliacijas: (1) moteris, kuri neteko globos savo vaikui su negalia, filmavo visus socialinių darbuotojų, policijos, vaikų teisių apsaugos darbuotojų, gaisrininkų vizitus, ji pavišino savo adresą, tada „TikTok“ vartotojai kvietė į jos namus įvairias tarnybas, o ji darė tiesiogines transliacijas; (2) jaunuoliai muša kitus jaunuolius; (3) moteris filmuoja savo intymias vietas ir dalijasi įrašais už pinigus; (4) sunkiai besiverčiantis ūkininkas filmavo savo ūkį, arklį, dėdę ir kt. (5) žmonės kažką valgo, pvz., visokias bjaurastis, arba tiesiog valgo, kuo ilgiau valgo, kad ir visą dieną, tuo daugiau uždirba.

Jauni suaugę skyrėsi pagal tai, ar dirba, ar yra bedarbiai. Dirbantiems STS yra pagalbinė darbo priemonė, t. y. STS naudoja klientų paieškai ir komunikacijai, arba, priešingai - dėmesį nuo darbo atitraukianti pramoga, smalsumą tenkinantis šaltinis. Nedirbantiems ir nesimokantiems STS yra priemonė pabėgimui nuo nuobodulio ir tikrovės.

Pagal tai, kas STS domina ir ką veikia STS, buvo atgaminti (dekonstruoti) **10 poreikių, kuriuos jaunimas tenkina naudodamasis STS: informavimo, smalsumo, poilsio, pramogos, bendravimo ir ryšių palaikymo, mokymosi, kūrybos, pajamų šaltinio, pabėgimo nuo tikrovės ir nuobodulio, pripažinimo.** Toks suskirstymas yra sąlyginis, gali būti ir kitokių suskirstymo variantų, konkrečios veiklos gali tenkinti kelis poreikius.

Kuriuos poreikius jaunimas dažniausiai tenkina pasitelkdamas STS, galima įvertinti atsižvelgus į tai, kokias asociacijas STS jaunimui kelia, t. y. su kuo STS asocijuojasi. Tyrimo dalyvių pateiktos STS asociacijos daugiau nei per pusę sumažina STS tenkinamų poreikių sąrašą. STS keliamas asociacijas galima priskirti tikrai 4 poreikiams: informavimo, smalsumo, poilsio ir bendravimo bei ryšių palaikymo.

STS praleidžiamo laiko dalis, kurią jaunuoliai skiria bendravimui su draugais, šeimos nariais, darbui, studijoms. Duomenys (subkodai) pateikiami pagal tyrimo dalyvių amžių, pažeidžiamumą ir užimtumo pobūdį. Pažeidžiami šiuo atveju yra atvirų jaunimo centrų lankytojai, kurie yra įvairaus pažeidžiamumo pvz., išgyvenantys trauminės patirtis šeimose, mažiau galimybių turintys, asmenys su negalia, nedirbantys ir nesimokantys, besigydantys priklausomybes, asmenys, kuriems paskirta kardomoji priemonė (apykojė) ir kt. O jauni suaugę yra 19-26 metų tyrimo dalyvavę jaunuoliai.

Pažeidžiami jauni suaugę:

10 proc. bendravimui.

2-3 proc. bendravimui, o tada visos kitos veiklos.

80 proc. bendravimui ir darbui (darbdaviui siunčia nuotraukas ir žinutes, o su seserimi visą darbo dieną „kabo“ pokalbyje).

Tiktai darbui – nelegaliai veiklai.

Jauni suaugę dirbantys ir / ar studijuojantys:

20 proc. bendravimui su šeima, draugais, o 80 proc. darbui.

10 proc. laisvalaikiui, o 80-90 proc. darbui.

100 proc. komunikacijai su draugais ir šeima.

Darbo dieną 50-50 laisvalaikiui ir bendravimui, savaitgalį 90 proc. laisvalaikiui, o likę - susirašinėjimui.

Paaugliai

Visą dieną bendrauja.

Priklauso nuo dienos: kartais bendrauja, o kartais nori ramiai pabūti, atsijungti nuo kitų.

Daugiausia laiko praleidžia „skrolinimui“. Dieną atsibendravus, vakare nori ramiai pabūti.

Tiktai „skrolina“, vakare būna pavargę ir tingi bendrauti.

1-2 valandas skiria bendravimui su draugais.

50 proc.

80-90 proc.

Priklauso nuo STS galimybių. „Instagram“ žiūrėti greitai nusibosta, tai daugiau susirašinėjimui. „Snapchat“ tik susirašinėjimui. „TikTok“ stebėjimui („skrolinimui“).

Pažeidžiami paaugliai

Bendravimui skiria nuo 10 min iki 1 val. (apie 15 proc. viso STS laiko).

Apibendrinant galima pasakyti, kad amžius ir pažeidžiamumas bendravimui skiriamam STS laikui nėra reikšmingi veiksniai. Visos grupės pasižymėjo bendravimui skiriamo STS laiko dalies įvairove nuo kelių iki 100 procentų. Bendravimo būdų tendencijos taip pat atsikartojo visose grupėse. Kam labiau patinka rašyti žinutes, o kam skambinti ir kalbėti, vieni skambina be vaizdo, o kiti – su vaizdu. Skambina dažniausiai artimiems draugams, o su mažiau pažįstamais labiau linkę susirašinėti. Dažniau susirašinėja, nei susiskambina, tačiau, jei skubu, arba nori greitai sužinoti atsakymą, o draugas į žinutę nereaguoja, tuomet skambina. Populiarios ne tik teksto, bet ir garso žinutės. Naudodamasis STS jaunimas tenkina informavimo, smalsumo, poilsio, pramogos, bendravimo ir ryšių palaikymo, mokymosi, kūrybos, pajamų šaltinio, pabėgimo nuo tikrovės ir nuobodulio, pripažinimo poreikius. Tačiau STS jaunimui STS asocijuojasi tikrai su keturiais iš jų: informavimo, smalsumo, poilsio ir bendravimo bei ryšių palaikymo.

Jaunus žmones dominantis ST turinys ir formos. Didžiąją laiko dalį jaunimas tiesiog stebi STS („skrolina“) pateikiamo turinio srautą, jauniems žmonėms patinka žiūrėti trumpus vaizdo įrašus (angl. *reels*), „memus“, žaisti žaidimus. Jie nenoriai įvardina, ką konkrečiai žiūri, arba, koks konkretus turinys juos patraukia, tiesiog seka srautą, o netikėtumo aplinkybė, kad niekada nežinai, koks bus kitas įrašas, skatina nenustoti stebėti arba neišeiti iš STS. Smalsu, kokį turinį parodys toliau, o kokį turinį pasirinks žiūrėti, skaityti, priklauso nuo nuotaikos, dienos meto, momentinio tikslo (ko tuo momentu reikia):

„Ką ten konkrečiai skrolini sunku pasakyti, kas ten būtent, nes tu nežinai, koks bus kitas video, kaip pasakyt?“ (OSVV15)

„Nežinau iš tikrųjų. Per „TikToką“ tiesiog ką meta. Tiesiog tas „fydas“ yra ir „skrolini“, ką meta tą ir žiūrim.“ (OMVM17)

„Nu pagal nuotaiką aš. Man pagal nuotaiką, ką žiūriu. Ten, kur smegenys nuplūsta tą dieną.“ (OMRV07)

Tyrimo dalyviai stengėsi nutylėti tas veiklas ir turinį, kuris, jų manymu, tyrėjams būtų nepriimtinas arba visuomenės blogai vertinamas, bet žalingas nepilnamečiams, pvz., kad žiūri pornografiją, žiauraus elgesio aktus ir pan. Apie pažeidžiamų paauglių pomėgį žiūrėti kontraversiškas tiesiogines transliacijas paskatino atskleisti drauge su jaunuoliais tyrime dalyvavusi jaunimo darbuotoja, kuria jaunuoliai pasitiki ir noriai dalinasi savo stebimu turiniu. Jaunuoliai patys padėjo jaunimo darbuotojai susikurti asmeninį profilį „TikTok“ socialiniame tinkle.

„JD: Kiek žinau, „laivuose“ dalyvauji.

T: O kas „laivuose“ yra?

PMRM29: Tiesioginė transliacija.

JD: Kaip ir „TikTok“? Kai 1000 sekėjų surenki, tada „laivą“ darai.

PMRV35: Tiesiogiai transliuoji.

PMRV35: Dovanėles siunčia.

T1: Čia turim, kas transliuoja?

PMRM30: Jo.“

Paklausti apie konkretų STS stebimą turinį, jaunuoliai sako, kad renkasi žiūrėti tai, kas jiems įdomu, juokinga arba tiesiog nesąmonės. Ne tik patys žiūri, bet pasidalina jomis su draugais, kad ir kiti pasijuoktų:

„Šiaip aš tai, nu, kas man įdomu, pasijuokt, va ten tokias vat nesąmones. <...> Pati pasidalint nesąmonėm.“ (PSVM03)

„Kai atsidarau socialinius tinklus, tai aš tiesiog apsiukeičiu su kažkuo irgi tam tikrais „vidosais“, „rylsais“, tai vadinamais juokingais kažkokiais momentais, vis tiek siunčiu kažkam tą informaciją, kad kitas žmogus irgi pamatytų.“ (OSVV16).

„TikTokas“ šiaip labiau nesąmonėms, žmonės kelia visokias nesąmones kaip turinį ir kad <...> Laikų gautų <...> peržiūrų visokių.“ (OMVM22)

Į klausimą, kokius konkrečiai informacijos šaltinius, dainininkus ar nuomonės formuotojus seka, atsakė nedaugelis. Išryškėjo skirtingos politinės pažiūros pažeidžiamų jaunų suaugusiųjų grupėje, vieni šios grupės dalyviai sekė Laisvės TV ir A. Tapiną, o kiti – prorusiškus kanalus. Pastarieji teigė, kad Rusijos ir Putino politika yra geresnė nei Lietuvos, kad Lietuvos politinis gyvenimas nuobodus, o politikai yra neįdomūs. Taip pat JAV (Trumpo) rinkimai įdomesni nei Lietuvos prezidento ar Seimo rinkimai¹. Suaugę dirbantys ir / ar studijuojantys vengė pasakyti, kokiu konkrečiai turiniu patys domisi, kalbėjo apibendrintai apie kitus, o ne save, apie STS vertinimus. Politikos temų neiškilo, jie minėjo, kad seka virtuvės šefus, krepšininkus ar krepšinio klubus. Paauglių grupėse buvo vienas, kuris seka A. Tapiną ir vienas - socialdemokratas.

Nepaisant to, kad patys jaunuoliai mažai domisi politika, Lietuvos ir pasaulio naujienomis, retas kuris seka žiniasklaidos šaltinius, naujienos juos vis tiek pasiekia per STS. Kaip patys jaunuoliai įvardina, STS būna „žinių bangos“ - naujienos, kurios pasklinda per STS. Taip jie apibūdina STS metamą ar siūlomą turinį, nepriklausomai nuo paieškos istorijos. „Žinių bangos“ jaunimą pasiekia, net jei jie tikslingai naujienų neieško ir nesidomi. Tyrimo dalyviai pateikė kelis „žinių bangų“ pavyzdžius:

Uraganai (stichinės nelaimės); Anglijos karalienės mirtis;

Daug rinkiminių reklamų; Buvo daug Žemaitaitį menkinančių žinučių.

Tyrimo dalyviai nemažai kalbėjo apie tai, ko STS nedaro arba vengia daryti. Tai suteikia mums informacijos apie STS naudojimo taisykles ir įveda į saugumo STS temą. Duomenys pateikiami pagal diskusijų grupes.

Pažeidžiami suaugę

Nežiūri jiems neįdomaus turinio
Nesidomi politinėmis, religinėmis
temomis.

Neskaito to, ką kiti apie save kelia.
Stebi kitų turinį, labai mažai skelbia apie
save.

PSVV02: Ten į tas scenas, kurios yra kontraversiškos ir turi daugiausiai nuomonių, aš tikrai nesineriu, pavyzdžiui, „Twitter“ visokias ten politines, religines temas aš ten nesiveliu, nes ten, aš sakau, yra kiekvienas su savo nuomone, kiekvienas žino geriau ir kiekvienas ten parašyt gali bet ką, tai kažkaip nelabai ir norisi veltis į visą šitą nesąmonę, tai.

Suaugę dirbantys ir / ar studijuojantys

Niekada neskaito komentarų po video
turiniu ir nuotraukomis, nes neįdomu.

Žiūri skaito, bet nekomentuoja.

¹ Tyrimas vyko netrukus po Seimo rinkimų Lietuvoje ir Prezidento rinkimų JAV.

Skaito tik draugų komentarus, paliktus po jų paskelbtu turiniu, nes juose nėra patyčių.

Paaugliai regionas

Stengiasi žiūrėti ne lietuvių, o užsieniečių turinį, nes lietuviškame yra labai daug neapykantos ir keiksmažodžių.

Stengiasi nekomentuoti, nes pastebėjo, kad jei kažkokią temą komentuoja, tai jos dar daugiau ir meta.

Nerašo ir neskaito komentarų, nes juose daug neapykantos.

Paaugliai Vilnius

Nuotraukomis ne visi dalinasi.

Persiunčia draugams patikusį video turinį.

Po patikusiu turiniui deda patiktukus ir emociukus.

Paskaito kitų komentarus po kitų paskelbtu turiniu, nes įdomu, ką kiti apie tai galvoja, kokia yra kitų nuomonė, vertinimai.

Kitų turinio nekomentuoja, nes neturi, ką pasakyti.

Po patikusiais, asmeninę nuomonę atspindinčiais komentarais padeda patiktukus.

„Snapchat“ lokacija dalinasi tik su artimaisiais.

„Snapchat“ ir „TikTok“ pasirenka nustatymuose, su kuriais draugais, koku turiniu nori pasidalinti.

Pažeidžiami paaugliai regionas

Komentuoti

Kelti savo nuotraukas. Savo nuotraukas kėlė iki 12-13 metų, o tada nustojo. Sako, kad pasidarė protingesni.

Prieš 3-4 metus jaunimas noriai fotografuodavosi, filmuodavosi, noriau sutikdavo, kad nuotraukos būtų keliamos į jaunimo centro paskyrą, o dabar to vengiama. Stengiasi veiklas filmuoti ar fotografuoti, taip, kad nesimatytų veidų.

OSVM12: Bet ten draugai, jokių patyčių.

OMRV06: Taip. Tu realiai, jeigu žiūri, tai aš labai nedaug lietuviško kontento žiūriu, bet jeigu kažką atsiverti, pasižiūri komentarus, tai nesvarbu, kokia tema, šneka / nešneka ar tik vaizdą rodo, tai visą laiką rasi bekiek žmonių tiesiog besikeikiančių be jokios žinutės ar minties. Atrodo, kad grynai tam, kad parašytų savo keiksmažodį.

OMRV05: Neapykantos daug komentuose. Nematau prasmės. Kaip šunys puola tave.

OMVM17: Kartais pažiūriu kokį video ir norisi įsijungti komentarus ir pažiūrėti, kaip kiti galvoja, ką mano. Ypač jeigu keistas video: ką kiti mano?

OMVM17: Per „Snapchatą“ gali viską susirašyt, jei keli kokius „storius“, gali pasidaryt, kam kelti, susižymėt, nuo ko paslėpti. Ta pati lokacija ten.

OMVM21: Kuriems žmonėms: artimiems, draugams gali tik „storius“ kelti.

JD: Kai buvo kokių 12-13 [metų] panašiai, tai nuotraukų buvo keliamas daug.

PMRM32: Nu jo.

JD: Nu, savo nuotraukų. Dabar kažkaip jos keliamos labai retai arba tiesiog pasirenkama, kas gali matyti.

PMRM29: Išaugom.

T: Tai yra tas, kad nuo amžiaus šiek tiek priklauso, ir vis tiek yra kažkokia patirtis?

PMRM32: Labiau nuo amžiaus.

PMRM30: Suprotingėjam.

Apibendrinant, galima sakyti, kad jauni žmonės vengia rašyti STS komentarus, nebent po artimų draugų paskelbtu turiniu, ir labai retai skaito kitų komentarus. Po viešai skelbiamu turiniu

jaunimas komentarų, net ir gerų, pozityvių nerašo, nes gali sulaukti įžeidimų ir patyčių, užgauliojimų ir keiksmažodžių virtinės. Taip pat jauni žmonės retai skaito kitų komentarus, pvz., po juokingu turiniu skaito komentarus, kad pasijuokytų, arba jei paskelbtame turinyje kažko nesuprato, tada skaito po juo esančius komentarus, kad suprastų. Jie neskaito komentarų po (žiniasklaidos)naujienomis, nes ten kiekvienas stengiasi įbrukti kitiems savo nuomonę ir labai nepagarbiai, įžeidžiamai komunikuoja. Neskaito ir komentarų po kitų paskelbtu turiniu, nes juose yra labai daug neapykantos.

Naudojimosi socialinių tinklų svetainėmis įpročius atskleidžia duomenys apie tai, kaip ir kokią STS turinio dalį jauni žmonės konstruoja patys. Kiek jie yra sąmoningi STS dalyviai, o kiek – nesąmoningi vartotojai. Jaunimas skirtingai vertina savo galimybes konstruoti STS turinį: vieni mano, kad 100 proc. o kiti – 50 proc., STS turinio konstruoja patys. Tačiau iš esmės jauni žmonės supranta ir gali įvardinti pagrindinius skirtingų STS veikimo principus, nes skirtingus STS naudoja skirtingiems tikslams.

Konstruoti STS turinį arba kontroliuoti STS pateikiamo turinio srautą galima keliais būdais:

1. dedant patiktukus ir emociukus po žinutėmis. Kai dedi patiktukus po žinutėmis, STS pasiūlo kitų autorių žinutes toje pačioje temoje. „TikTok“ leidžia išsaugoti patiktukais pažymėtas žinutes, taip pat jas suskirstyti į skiltis pagal temas:

„Ten gi galima pasirinkt kategorijas, kurie ten pasireiškia arba man nebepatinka ir viskas daugiau algoritmas supras, kad jums šitą kategoriją netinka ir nebemes.“ (OSVV16)

2. tampant paskyros sekėju arba atšaukiant jos sekimą. „Instagram“ rodo tik sekamų paskyrų turinį;

3. turinio srautas ateina ne tik pagal tai, ką esame žiūrėję ar sekame STS, bet taip pat internetiniai puslapiai turi slapukus, kurie įsimena mūsų paieškas ir meta mums reklamas STS;

4. išmanūs telefonai (dirbtinis intelektas) „klausosi“ mūsų pokalbių ir įsimena raktinius žodžius, pagal kuriuos vėliau mums pasiūlo reklamas ir turinį;

5. formuoti savo srauto turinį galima pranešant apie nepageidaujamas reklamas, blokuoti puslapius ir konkrečias paskyras:

„Galite užblokuoti. Pavyzdžiui, nepatinka reklama, „reportinat“ turinį ir tos reklamos nebemes.“ OSVV16:

6. Jei naujiena labai netikėta, svarbi, pvz., nukritęs Vilniuje lėktuvas, tai žinia apie tai gali įkristi visiems, nebūtinai priklausomai nuo paieškų. Pastaruoju metu dėl rinkimų Lietuvoje ir JAV buvo siūloma žiūrėti daug politikos naujienų:

„Aš tai gal pagal kas tuo metu man yra aktualu, nu, tai peržiūriu daugiausiai, irgi tikriausiai muzika, filmai, nes tai yra mano pomėgiai ir tuo metu dar kažkuo susidomiu, tai ir to meta. Ir kartu pasaulio tuometinės aktualijos. Paskutiniu metu buvo daugiau politikos, kas man nėra būdinga ir kažkokius specifinius tuo metu. Jei kažkas vyksta, tai aš ir nesistengiu susirasti, bet paskutiniu metu nemažai mačiau.“ (OMRM08).

7. Asmens naudojamas STS turinys yra nuspėjamas:

„T2: Ar būna, kad jus dar nustebina socialiniai tinklai, kur jūs nustembat pamatę kažką ant savo sienos?

OSVV13: Va čia tai nustebčiau.“

8. Naudojasi paieškos funkcijomis. „TikTok“ ST turi paieškos funkciją, kuri leidžia vykdyti paiešką „TikTok“ viduje;

9. „TikTok“ algoritmas labai greitai fiksuoja domėjimosi tema pokyčius:

„TikTokas“ „paskrolinti“, bet praleidžiu nemažai irgi. Nes „TikTok“ algoritmas labai greitas ir kartais net keista, kaip jis greit supranta, ką tu tuo metu nori.“ (OMRM10)

„Kažkaip nepastebiu, kad būtų sunku. Tu sklandžiai viskas ir, ir atsibosta nežinau, kaip veikia ten tie algoritmai, bet jeigu atsibosta, tai žiūriu po kurio laiko ir nebemeta gana greitai.“ (OMRM11)

Apibendrinant galima pasakyti, kad jauni žmonės supranta pagrindinius STS veikimo principus. Kad STS algoritmai įvairiais būdais „stebi“ vartotojų elgseną: įsimena paieškas, sustojimo ties žinute laiką (užsilaikai ar paskubomis prastumi), „klausosi“ raktinių žodžių, - ir atitinkamai suasmenina siūlomą turinį. STS vartotojai gali naudotis įrankiais savo turiniui formuoti: per patiktukus, komentarus, paskyrų sekimą arba atšaukimą, turinio, reklamų ar paskyrų blokavimą, naudotis paieškos funkcijomis, jei STS suteikia tokią galimybę.

Saugumas ir pasitikėjimas STS. Tyrimo dalyvių buvo klausama, ar jie jaučiasi saugūs STS, ar yra kada nors nukentėję per STS ir kitų su saugumu ir pasitikėjimu STS susijusių klausimų. Tyrimo duomenys rodo, kad jaunimas iš esmės nelaiko STS nėra saugiais, nes juose gausu smurtinės komunikacijos, patyčių, taip pat juose galima patirti seksualinį priekabiavimą, tapti finansinių sukčių ir apgavikų aukomis. Per STS galima sužinoti labai daug informacijos apie žmogų: pomėgius, ryšius, gyvenimo būdą. Dirbtinis intelektas žino apie mus daugiau, nei mes žinome apie save.

„Niekas ten nesaugu. Jeigu į „Facebooką“ įkeli nuotrauką, kitas gali pasiimti ir pagedaguoti. Ir vuolia - patyčių objektas, nežinau, nu. Saugumas tas pats gali „nuhakinti“ „akauntą“, nu paskyrą. Nu tai ką aš žinau.“ (PMRM30)

Tyrimo dalyvių nuomone, tie kurie STS dalinasi asmeniniu turiniu, nori sulaukti kitų dėmesio, tačiau nebūtinai tas dėmesys bus pozityvus - yra tikimybė sulaukti patyčių. ST gausu rasizmo, seksizmo ir kt. Jauni žmonės sako, kad jie nebando, netiki, kad gali pakeisti komunikacijos STS kultūrą rašydami gerus komentarus, nes į vieną gerą, arba ginančią žinutę, galima sulaukti 10 negatyvių.

OMRM08: Būna geras komentaras ir tada visi pravardžiuoja, prakeikia tą žmogų.

T: O bandot kažkaip keisti tą ir pasakyti kažką gero?

OMRV05: Gal nereikia.

OMRV06: Kažką parašysi – būsi gaidys, tai nieko nerašau.

OMRV05: Geriau nesikišiu.

T: Tikrai? Tai ta prasme, jei kažką gero parašysi, tai sulauksi priešingai tam kas..?

OMRM10: Gausi atgal 10 žinučių.

Smurtinės komunikacijos yra gausu „TikTok“ ir „Snapchat“ socialinių tinklų svetainėse. Tačiau „Instagram“ rašyti blogus, neigiamus komentarus yra gėda, nes rašai viešai ir visi mato, kad tu tai parašei. Saugiausias „Snapchat“, nes parodo, jei kažkas pasidarė ekrano nuotrauką su tavo paskelbtu turiniu, tai pastebėjus galima klausti, kodėl ją padarė. „TikTok“ nesaugiausias, jame lengva išpopuliarėti, nes keliamas turinys prieinamas ne tik draugams. Gali susilaukti daug neapykantos komentarų.

Kompiuterinių žaidimų žaidėjų bendruomenėse neapykantos kalba yra normali kalba. Konkurencija, azartas žadina aistras, įsijautę į žaidimą daug negražių dalykų prisako vieni kitiems. Bet dėl to neverta užsigauti, nes šioje bendruomenėje tai yra priimtina, leidžiama. Draugų rate juokai ir pasišaipymai vieniems iš kitų yra priimami kaip bendravimo dalis.

Jaunimas STS yra atsargus, žino kaip apsisaugoti. Jaunimo naudojamos apsaugos nuo smurtinės komunikacijos strategijos:

- kuo mažiau kelti asmeninio turinio;
- asmeniniu turiniu dalintis tik su draugais, nustatymuose nustatyti, kas gali matyti asmeninį turinį;
- nerašyti komentarų;
- jei kažkas parašo įžeidžiantį, užgaulų komentarą – neatsiliepti, nereaguoti: „neliečiu aš – neliečia manęs“;
- nekreipti dėmesio į užgauliojimus, nepriimti jų į širdį: čia tavo nuomonė, ji manęs neliečia;

„Ten žmogus pradeda rašyti tu ten toks, toks. Tai jam tiesiog parašai. <...> Jeigu tu sakai, kad aš toks, tai pasilik savo nuomonę sau arba eik močiutei papasakok.“ (PSVV01)

Populiarumo siekiantys ir daug turinio socialinių tinklų svetainėse kuriantys turi susitaikyti su tuo, kad sulauks neapykantos žinučių, įžeidžiančių komentarų ir pašaipų. Jei supranti, kad kiti taip elgiasi iš pavydo, tai neapykantos komunikaciją ignoruoji, jos nepaisai.

OMVM22: Aš pati nesu susidūrus, nes aš realiai nei dalinuosi kažkuo, tai man nelabai manęs ir. Išvis manęs neliečia, bet yra žmonių.

OMVM18: Kurie dalinasi.

OMVM20: Ir didžiąja savo gyvenimo dalimi dalinasi.

OMVM18: Ir tada visiems nepatinka tas.

OMVM19: Nepatinka vienam, tada pradeda nepatikt kitam ir tada visi pradeda rašyti ir tada tiesiog.

OMVM18: Bet čia tiems, kuriems reikia dėmesio. Kai pasidalina kažką per daug, ne tokio dėmesio sulaukia.

Jauni žmonės mano, kad ST nėra saugumo, kiekvienas turi būti atsargus ir saugotis.
„Socialiniai tinklai yra saugūs ant tiek, kiek mes... Patys juos saugom“ (PSVV01, PSVV02).

Apsisaugojimo nuo sukčių ir apgavikų būdai:

1. Į draugus nepriimti nepažįstamų žmonių (tų kurių gyvai nepažįsta arba kurie nėra draugų draugai). Nustatyti, kad asmeninį profilį STS galėtų rasti (jis būtų matomas) tik draugai ir draugų draugai:

„Jeigu nepažįsti – geriau nepasitikėti. Nes tipo per feik nuotraukos dar kažkas yra, daug kas.“ (PSVV01)

„Dar dabar kai tas yra dirbtinio intelekto išvis tie „image“ generatoriai, tai išvis. Kartais net būna sunku atpažinti ar tikra „profile picture“ ar „feikkas“ yra. Dabar tai labai pavojinga tokiais dalykais užsiiminėt, sakau.“ (PSVV02)

2. Tikrinti visus, kurie prašosi priimami į draugus. Merginos laikosi taisyklės, kad į draugus galima priimti merginas, bet ne vyrus:

„Nu pasižiūri. Jei bus kažkoks neaiškus vyras, iš neaišku, kur - tai nepriimsiu. Bet jei klaipėdiete mergina ar kažkur ten bendri interesai, tai priimu. <...> Nes ten, kaip ir OMRM07 sakė, priimi ne tą, tai tikrai nedelsiant atsiųs savo nuotrauką.“ (OMRM08)

3. Nereaguoti į iš užsieniečių ateinančias žinutes:

„Aš nepriimu, aš nepažįstu, aš ir nepriimu, nereikia. Ten kažkokie užsieniečiai, kažkokie, eik tu sau, net neįmanoma.“ (PSVM03).

4. Nustatyti, kad žinutės ne iš „draugų“ atsidurtų ne srauto viršuje, o apačioje, o to, kas yra apačioje – neskaityti. Neatrašyti, jei komentaras, žinutė iš nepažįstamo žmogaus profilio; jei nepažįstamas „paseka“, „nesėkti“ atgal. Jei atvirą profilį kažkas pažymi („užtagina“), visada tą žymę galima nuimti;

5. Kuo mažiau skelbti asmeninio turinio, nuotraukų, nustatyti, kas gali matyti asmeninį turinį;

6. Nepirkti per STS, susirasti tą patį pardavėją per „Google“ paiešką, patikrinti, ar jis tikras ir saugu;

7. Niekuo STS nepasitikėti, atidžiai skaityti, net iš draugų paskyrų ateinančias žinutes:

T2: O jeigu, kaip vat, visi sako, paims tą vat vaizdą ar nuotrauką to žmogaus, kurį tu pažįsti ir tau parašys? PSVV01: Nu, jeigu tu pažįsti patį žmogų, ane, tu žinai, kaip jisai bendrauja. Tu žinai, kaip jisai rašo. Jeigu žmogus bent kažkur padaro klaidą – tu viskas supranti, kad kažkas ne to. Ir šiaip turi suprast, kas vyksta.

Jauni žmonės nesijaučia saugūs STS, nes:

- STS yra vieši, „kadangi visi viską apie mus žino“;
- STS algoritmai renka duomenis apie kiekvieną vartotoją;
- kiti gali matyti vartotojo buvimo vietą, jei įjungta vietos nustatymo funkcija;
- jei iš STS eini apsipirkti, įsimena tavo adresą, banko sąskaitos duomenis.

STS nesaugios, bet jaunimas dėl to nesijaudina. Tyrimo duomenys atskleidė tris jaunimo apsiėjimo su nesaugumu jausmu STS strategijas:

- paranojiškai bijoti, „slapstyti“, neskelbti informacijos, ištrinti žinutes, uždaryti profilius ir pan.;
- nesukti galvos dėl to, kad kažkam informacija yra prieinama ir kažkas ja naudojasi. Jei nėra žalos, tai kam dėl to jaudintis?

„Asmeniškai anksčiau labai būdavo nesmagu, nejauku, žinot, kad apie tave renka informaciją, bet paskui susitaikiau, kad kas man asmeniškai nėra. Nei žalos, nei ką, tai nėra jokio skirtumo.“ (OSVM14);

- neprarasti budrumo – saugotis.

Tyrimo dalyviai yra nukentėję per STS, bet kai buvo jaunesni ir nepatyrę. Pavyzdžiui, mergina priėmė į draugus nepažįstamą vyrą, o šis atsiuntė jai nepadorią nuotrauką, kita mergina pakliuvo į finansinių sukčių rankas, susidomėjo beždžionėlės „Bongo Bongo“ ateities burtais. Visgi jauni žmonės mano, kad vyresnio amžiaus asmenis (tėvus, senelius) sukčiams yra lengviau apgauti, nes vyresnieji yra patiklesni ir atviresni naujoms pažintims. Jauni žmonės nepatikliau ir atsargiau žiūri į nepažįstamus ir labiau linkę bendrauti savo draugų uždaruose ratuose:

„Jo vyresnius labai [galima apgauti], nu tipo į pasitikėjimą labiau žmonės žiūri. O tas jaunimas, tai labiau jisai turi savo bendravimo ratą ir jisai bendrauja su tuom, kuo bendrauja, ir viskas. Ir jam kitų nereikia, savų užtenka.“ (PSVV01)

Jauni žmonės nėra patrauklus jaukas finansiniams sukčiams, nes, viena vertus, nėra sukaupę atliekamų pinigų, neturi santaupų, kita vertus, greičiau atpažįsta sukčius ir perpranta sukčiavimo schemas, greitai mokosi iš kitų blogų patirčių.

„Ne. Aš manau mes neįdomūs jiems, mes iškart suprantam. Žinokit, nelabai neapsimoka jaunimo bandyti vogti, nes jie nieko neturi, o žmonės 35 plus jau ten kažką, yra ką vogt.“ (OSVV16)

Sukčiai ir apgavikai gali tapti jaunuolių aukomis, nes jei jie atpažįsta, kad juos nori apgauti, tai apsimeta, kad „užkibo“ ant apgavystės ir gaišina apgavikų laiką, apsimetinėja kvailėliais ir daro juokus iš apgavikų. Svarbus apgavysčių prevencijos būdas yra dalintis patirtimis, atskleisti kitiems tau žinomus apgavimo būdus, kad jie žinotų ir nesileistų apgaunami.

Apibendrinant galima sakyti, kad nors jauni žmonės mano, kad STS nėra saugūs, bet iš esmės juose yra saugu, jei žinai, kaip saugotis. Jaunimas STS yra labiau stebėtojai: žiūri kitų keliamą turinį, o patys beveik nekuria turinio. Atidžiai renkasi, su kuo dalijasi asmeniniu turiniu, neviešina savo nuotraukų, nustato, kas gali matyti skelbiamą turinį, nepriima į draugus nepažįstamų asmenų. Saugumo jausmą palaiko galimybė užblokuoti nepageidaujamą turinį ir profilius. Jaunimo elgsena STS labai panaši į elgseną gatvėje: išėjęs į gatvę, sutinki pažįstamų ir nepažįstamų žmonių, nesikalbi arba esi atsargus su nepažįstamais žmonėmis, matai reklamas – parduotuvių vitrinas, kurios gundo užėiti, stebi įvykius aplinkui, skirtumas tik toks, kad STS vaizdai ir temos labai greitai keičiasi, gali „šokinėti“ iš vienos gatvės, miesto, šalies į kitus kontekstus.

Apie STS panaudojimą darbui su jaunimu. Vyresnių paauglių grupėse buvo klausiama, kaip jie mano, ar įmanomas darbas su jaunimu socialinių tinklų svetainėse, ir koks jis galėtų būti. Toliau pateiktos pokalbių apie darbą su jaunimu socialinių tinklų svetainėse ištraukos ir apibendrinimai pagal gyvenamąją vietą ir pažeidžiamumą.

Vilnius Paaugliai

„TikTok“ paskyrą siūlo naudoti darbo su jaunimu viešinimui. Kurti ir skelbti akį ir dėmesį patraukiantį video turinį apie vykdomas veiklas.

Kaip pavyzdį pateikia ISM paskyrą ir joje dedamą turinį „TikTok“ STS.

Reklama autobusų stotelėse nepatraukli, nepakankama, nežadina vaizduotės, nesuteikia tiek informacijos, kiek vaizdo įrašas.

OMVM23: Manau, čia geras būdas pasiekti, nu, jaunesnius žmones yra per socialinius tinklus, tai tarkim, jeigu susikuri paskyrą ir ten, tarkim, keli kažką ir ten per „tiktoką“ labai geras būdas.

T: Nu gerai, jeigu aš, jaunimo darbuotojas, susikuriu per „tiktoką“ paskyrą, ir ką man ten kelti?

OMVM23: Tada turėtumėt pradėti kelti, ką jūs norit perteikti jaunimui jaunimo kalba, kad jiems, pvz. būtų įdomu, juokinga ir aš, manau, kad tai geras dalykas ir, manau, kad daug kas taip daro, jeigu nori pareklamuoti kavinę ar dar kažką, jie įkelia video per tą patį „tiktoką“, jie įkelia video per savo paskyrą.

OMVM23: Tai tada būtų jaunimo darbuotojo paskyra su kokia linksma muzikėle: „sveiki, ar norite prisijungti į tą, tą, tą.“ Tada parodo tą veiklą, geras montažas, įtraukus.

OMVM26: Labai įtraukiančiai, įdomiai, kad mes irgi žiūrėtume, galvotume: „mhm čia fainai“.

OMVM24: Atrodo, susidomėtų būtent mūsų amžiaus žmogus.

OMVM23: Man atrodo yra ISM, turi savo „instagramą“ ar „tiktoką“, kur kelia savo veiklas, pramogas, kviečia prisijungti. Ir patys tipo paaugliai, kurie yra tame ISME.

OMVM23: Tai va tokie pritraukia, nes labai prisitapatini, nu tipo, artimiau negu, kad būtų kažkoks

Pažeidžiami paaugliai regionas

Kad patrauktų, atkreiptų dėmesį, turi sudominti veikla – įdomiai, paprastai kalbėti.

Jei susidomėtų, tai ateitų į tą vietą, kur darbą su jaunimu dirba.

Kaip juos pasiekti STS, jei jie yra „pasislėpę“ po privatumo nustatymais? Sudominti savo paskyroje skelbiamu turiniu. Koks turinys sudomintų - neatskleidžia. Per STS pagalbą neieškotų ir nesikreiptų.

Su anoniminiu jaunimo darbuotoju nesusirašintų, nekalbėtų, nes nepasitikėtų. O jei ir pasitikėtų, kad tai tikrai gera linkintis jaunimo darbuotojas, o ne koks apgavikas, tai netiki, kad jie gali padėti – išklausk ir viskas.

Yra skambinę į „Jaunimo liniją“, teigia, kad tai darė ne pagalbos ieškodami, o norėdami pasijuokti.

ten reklama stotelėj, nu, kur būna. Arba per žinias nieks nežiūri. Nu ne taip, kaip „tik toką“.

T: Bet tai čia būtų toks daugiau ne tai, kad naudotis, bet, kaip pritraukti ane į tam tikras erdves, ane? Kad ateitų.

OMVM23: Jo. Kad žinokit, mes egzistuojam ir mes labai faini.

T: Ar įsivaizduojat? Kaip galima, ką galima su jaunimu daryt soc. tinkluose? Ar įmanoma? Jeigu ,nu vat, aš ten jaunimo darbuotojas ir noriu su jaunimu dirbti soc. tinkluose, ką man reiktų daryti?

PMRM30: Išpopuliarėt „tiktoke“.

T1: Ką reiktų daryt, kad jum būtų įdomu? Kad galvotumėt, kad verta dėmesio?

PMRM29: Įdomiai šnekėt, nemoksliskai, paprastai.

PMRM30: Kaimietišškai.

T: Bet tai gal, nežinau, bet siūlot, kaip tiesiog reklamuot ir kviesti jus ar kaip?

PMRM29: Nu, ne, kažką įdomiai pasakoti, ką žinau, kažką.

T: Nu, gerai, tai aš kažką įdomiai papasakojau, sakykim, jūs susidomėjot ir ką toliau aš turėčiau daryt?

PMRM29: Mes pas jus ateitume tada.

T: Kad ateitumėt į kažkokią vietą?

T1: Jeigu būtų kvietimas, tai gal tada ateitumėt?

PMRM29: Nu jo, jeigu įdomu.

T1: O ar įmanoma vystyti tą bendravimą su jumis „onlain“, jei nėra, kur ateiti arba jūs negalit ateiti?

PMRM29: Nu, galima.

T1: Nu, nes jūs sakėt, kad nepriimsit mūsų į draugus, nes nepažįstami mes esam, arba jūsų profilio nepasieksim, nes jūs esat „užsprivatinę“.

PMRM30: Tai jei pakliūsit kažkur „tiktoke“ ir mes susidomėsime.

PMRM29: Tai reklamuokit kažką gero, kad pas mus „tiktoke“ atsirastumėt ir mes jus pakviesim.

T: Tai tas geras, nu vat, vis tiek nu mums kažkokio to turinio jūsų, nu vat, reikia, kas tas jūsų, nu kas jums tas dalykas „geras“?

PMRM30: Kačiukus kelkit ir aš jus paseksiu.

T1: Nu gerai, pabandom paklaust kitaip. Jei jums būtų blogai – ar rašytumėt, kur nors ir kreiptumėtės pagalbos?

PMRM32: Ne.

PMRV35: Ne.

PMRM31: Ne.

PMRM30: Ne.

PMRM29: Ne.

T1: Tai ką darot tada?

PMRM32: Nieko.

PMRM30: Pati išgyvenu.

T1: O jei atsirastų „onlain“ susirašyt apie tai, pabendraut?

PMRM30: Ne. nereikia pasitikėt, kas už ekrano.

T1: Tai darom, kad matot, kad galima pasitikėt.

PMRM30: Tai pasipasakosi, sakys pas tave sunkios problemos – nusižudyk.

T1: Nu jei matysi, kad jaunimo darbuotojas, siūlytų gali anonimiškai, konfidencialiai pabendrauti.

PMRM29: Kad nieko įdomaus jie nepasako. Tiesiog. Išklauso ir viskas.

T: O kada nors skambinot į jaunimo liniją?

PMRM29: Kai mažytės būdavom. Tiesiog nesąmonių pašnekėt.

T: Pažiūrėt, kaip reaguos?

PMRM29: Ir niekaip nereaguodavo.

T: Tai gal suprasdavo, kad nesąmonę varai?

PMRM29: Nu nemanau. Kad mes nesijuokdavom, mes normaliai bandydavom.

JD: Šiaip, kad pradėtų šnekėti bet koku atveju reikia laiko. <...> Santykį užmegzti galima bet kur. Ir tik tai užmegzti lengva. Sunku išlaikyti.

T: O kaip jūs galvot, vat darbas su jaunimu galėtų vykti soc. tinkluose?

OMRV06: Ne. Turi būti gyvas.

M: Kaip suprast?

OMRM08: Skambučių forma? Aš manau, kad, nu, žiūrint kaip, kokia forma tas darbas ateina, jeigu skambučio forma, per „tysus“ susiskambint, per „zūmą“ - tikrai ne. Aš tikrai nenorėčiau dalyvauti, labai nejauku man, nepatinka. Ir skambučiai, nes, nu, kur tie vaizdiniai. Tu, kai šneki, turi įsijungt mikrofoną, pradedi šnekėt, visi į tave žiūri iš savo namų. Nežinau, kažkoks yra nejaukumo aspektas ir aš manau, žmonės nenorėtų jungtis, o jei prisijungtų, nemanau, kad darbas vyktų sklandžiai.

OMRM09: Aš pamenu, nenorėjau nei kameros įsijungti, nei nieko. Nors mokykloje mane visi mato. Nesvarbu, kad panašiai yra, bet per nuotolį išskirtinis jausmas, nejaukumas.

OMRM10: Pritariu visiškai, nu nežinau, kaip. Manęs nepaveiktų toks. Nesvarbu su vaizdu, be vaizdo.

T: „Čiatai“?

OMRM10: Ne.

M: Nežinau, ar tai būtų produktyvu. „Čiatai“ arba skambučiai be vaizdo - jau geriau. Skambutis su vaizdu turi savų plusų, bent jau matai žmogų. Kitu atveju šneki

Paaugliai regionas

Darbas su jaunimu turi vykti gyvai, ne per STS.

Iš nuotolinio ugdymo patirties per karantiną sako, kad nuotoliniai skambučiai nepatinka, nejauku. Kai kalbi, atkreipi visų dėmesį į save, visi dalyviai yra ne bendroje, o skirtingose fizinėse, savo namų aplinkose. Šios aplinkybės nesukuria bendrumo jausmo, todėl nebūtų ir veiksminga.

su siena. Tai vis tiek gali gale tai yra tikriausiai įmanoma padaryti, bet tas ryšys ir tas produktyvumas nebus toks pat, kaip, jei vyktų gyvai. Vis tiek tie patys rezultatai, nemanau, kad būtų pasiekti, ypač, kai yra drovesnių žmonių, kurie dar labiau nenori savęs rodyti, apie save kalbėti.

Apibendrinat tyrimo duomenys rodo, kad jaunimas pasisako už gyvai vykdomą darbą su jaunimu. STS ir konkrečiai „TikTok“ gali būti naudojamas darbo su jaunimu veiklų viešinimui ir jaunimo pritraukimui. Viešinimui jaunimas rekomenduoja naudoti ne tekstus ir net ne nuotraukas, o vaizdo įrašus. Šie vaizdo įrašai turi būti akį traukiantys, t. y. kad išsiskirtų iš bendro turinio srauto, ir sudominantys. Jaunimo darbuotojai turėtų susikurti asmeninius profilius „TikTok“ STS ir skelbti jaunimui įdomų, patrauklų turinį. Jei jaunimas susidomėtų skelbiamu turiniu, pasektų jaunimo darbuotojo paskyrą ir tada jaunimo darbuotojui susidarytų galimybė užkalbinti jaunuolį.

Išmaniojo (skaitmeninio) darbo su jaunimu ir kitokios socialinių tinklų svetainių panaudojimo gerosios praktikos Europos Sąjungos šalyse

Skaitmeninis (išmanusis / sumanusis) darbas su jaunimu nėra naujas reiškinys. Pirmą kartą „išmaniojo darbo su jaunimu“ (angl. *smart youth work*) terminas paminėtas 2017 m. ES Tarybos (Council conclusions on smart youth work, 2017). Skaitmeninis darbas su jaunimu (angl. *digital youth work*) apibrėžiamas kaip įvairių technologijų ir medijų naudojimas įvairiose darbo su jaunimu situacijose, laikantis darbo su jaunimu tikslų, vertybių ir principų (Eur-Lex, 2019). Mokslininkai, nagrinėjantys išmanų darbą su jaunimu, pabrėžia, kad skaitmeninis darbas su jaunimu apima ne tik darbą su jaunimu socialinių tinklų svetainėse ar internete (angl. *online youth work*) (Vermiere et al. 2022).

Belgijos Flandrijos regione buvo atlikta 74 su jaunimu dirbančių organizacijų apklausa apie skaitmeninį darbą su jaunimu (Vermiere et al. 2022). Dauguma organizacijų skaitmeninį darbą su jaunimu tapatina su darbu su jaunimu internete, nors skaitmeninis darbas su jaunimu apima daugiau nei tik virtualų darbą su jaunimu. Tyrimas atskleidė 4 skirtingus skaitmeninio darbo su jaunimu tipus:

1. Sinchroninis darbas internetu (50 proc. skaitmeninio darbo su jaunimu veiklų), kai darbuotojai ir jaunuoliai yra prisijungę vienu metu.
2. Asinchroninė internetinė veikla (14 proc. skaitmeninio darbo su jaunimu veiklų). Darbuotojai ir jaunuoliai nėra prisijungę vienu metu.
3. Mišrios veiklos (19 proc. skaitmeninio darbo su jaunimu veiklų), dalis veiklų internetu, ir dalis gyvai.
4. Gyvos praktikos, susijusios su skaitmeninėmis medijomis ir technologijomis (17 proc. skaitmeninio darbo su jaunimu veiklų). Įvairios užduotys, kurioms naudojamos technologijos; turinio kūrimas ir pan.

Dažniausiai darbui su jaunimu naudojamos STS: „Zoom“ (55 proc.), „Instagram“ (19 proc.), „YouTube“ (15 proc.), „Facebook Live“ (12 proc.). Dažnai naudojami įrankiai: „Kahoot“ (21 proc.), „Mentimeter“ (19 proc.), „Miro“ ir „Padlet“ (15 proc.) (Vermiere et al. 2022).

Vermiere et al. (2022) išskyrė skaitmeninio darbo su jaunimu galimybes ir iššūkius. Galimybės:

1. Darbas su jaunimu internete gali mažinti jaunimo atskirtį. Jaunuoliai turi galimybę lankytis virtualiuose jaunimo dienos centruose ir įsitraukti į virtualias veiklas, jei neturi tinkamų sąlygų dalyvauti gyvai;
2. STS gali būti įrankis, padedantis užmegzti santykį ar organizuoti veiklas, nes tam tikrais atvejais jaunuolius STS pasiekti patogiau ir paprasčiau, o susirašinėjimą galima pradėti spontaniškai;
3. Pasitelkiant žaidybines priemones, kūrybines erdves, socialinių tinklų laboratorijas, galima leisti jaunuoliams žaisti ir mokytis;
4. Skaitmeninis darbas su jaunimu leidžia įtraukti jaunuolius į veiklų, įrankių, platformų kūrybą ir dalyvavimą jose.

Iššūkiai:

1. Ribotos darbuotojų žinios ir skaitmeninės kompetencijos;
2. Skaitmeninė atskirtis: ne visi jaunuoliai turi galimybes dalyvauti, prieigą prie interneto, įrenginius;
3. Organizacijų ribota prieiga prie interneto ir techninių įrenginių (telefonai, planšetės, kompiuteriai);

4. Tinkamas skaitmeninio darbo su jaunimu panaudojimas t. y. ne visos skaitmeninio darbo su jaunimu formos yra tinkamos ir ne visada padeda pasiekti tikslų (Vermiere et al. 2022).

Technologijos gali padėti pasiekti daugiau jaunų žmonių. Suomija ir Švedija reguliariai rengia ataskaitas apie jaunimo darbuotojų technologijų naudojimą, požiūrį į tai ir pan. 2021 m. atliktoje apklausoje dalyvavo 907 respondentai, iš kurių 784 jaunimo darbuotojai (86 proc.) ir 123 (14 proc.) vadovai, vidutinis dalyvių amžius – 39 metai. 94 proc. dalyvių nori neatsilikti nuo skaitmeninio darbo su jaunimu pokyčių. 45 proc. atsakiusių mano, kad tikslų trūkumas yra pagrindinis iššūkis skaitmeninti darbą su jaunimu. 51 proc. dalyvių mano, kad virtualus bendravimas prilygsta gyvam bendravimui. 72 proc. jaunimo darbuotojų ir vadovų teigia, kad jiems trūksta skaitmeninių įgūdžių, o 53 proc. atsakiusių skaitmeninių įgūdžių trūkumas yra pagrindinis iššūkis.

Išmanusis darbas su jaunimu gali padėti pasiekti jaunuolius, kurie neturi galimybės gauti paslaugų ir dalyvauti darbo su jaunimu formose gyvai. Tai gali būti regionuose ir nutolusiose vietovėse gyvenantis jaunimas, jaunuoliai, turintys negalią, ar atskirtį patiriantis jaunimas. Be to, išmanusis darbas su jaunimu gali suteikti galimybę geriau prisitaikyti prie jaunimo poreikių ir suteikti individualizuotą pagalbą. Jaunuoliams galima pasiūlyti naujus būdus įsitraukti ir dalyvauti įvairiose veiklose, edukaciniuose užsiėmimuose ir pan. Rekomenduojama kuriant naujas išmaniojo darbo su jaunimu formas būtinai įtraukti patį jaunimą, kuris geriau nei bet kas kitas nusimano interneto ir technologijų naudojime. Įtraukus jaunimą į skaitmeninių paslaugų kūrimą didesnė tikimybė, kad jaunimas šiomis paslaugomis naudosis ir jos duos siekiamų rezultatų. Svarbu atkreipti dėmesį į privatumo ir duomenų apsaugos, saugaus naudojimosi internetu, nevienodų galimybių naudotis technologijomis klausimus (Aavik et al., 2023).

Prieš pereinant prie išmaniojo darbo su jaunimu pavyzdžių, taip pat svarbu paminėti ir skaitmeninio raštingumo (angl. *digital literacy*) temą. Skaitmeninis raštingumas apibrėžiamas kaip kompetencijos ir įgūdžiai, reikalingi norint orientuotis sudėtingoje ir fragmentuotoje informacinėje ekosistemoje (Tinmaz et. al. 2022). Kadangi išmaniaisiais įrenginiais pradeda naudotis vis ankstesniame amžiuje, svarbu užtikrinti skaitmeninio raštingumo švietimą tokiu būdu apsaugant jaunimą nuo internete slypinčių pavojų ir dezinformacijos.

Darbo su jaunimu organizacijos gali užsiimti skaitmeninio raštingumo didinimu. Ypač tai aktualu mažiau galimybių turinčiam (MGT) ir neaktyviam (NEET) jaunimui, kuris patiria atskirtį ir susiduria su patyčiomis, smurtu virtualioje erdvėje. Skaitmeninis švietimas gali padėti jaunuoliams apskritai išmokti naudotis technologijoms, kas šiais laikais yra būtina norint sėkmingai funkcionuoti visuomenėje. Chauke (2024) tyrimas parodė, kad NEET jaunuoliams trūksta bazinių skaitmeninių įgūdžių todėl jie negali įsidarbinti. Jaunuoliai 6 mėnesius ugdė skaitmeninius įgūdžius nevyriausybinėje darbo su jaunimu organizacijoje ir įgijo šias kompetencijas:

- verslumo (kaip pradėti, prižiūrėti ir vystyti savo verslą pvz. tinklaraštininkui);
- bazinių kompiuterinių įgūdžių (kaip naudotis kompiuteriu, rašyti laiškus, kurti CV ir pan.);
- pilietiškumo (supažindinimas su savanoryste, bendruomeniškumu ir pan.);
- bendradarbiavimo / komandinio darbo.

Pavyzdys Nr. 1: **Skaitmeninis darbas gatvėje** - tai bandomasis Bavarijos jaunimo tarybos projektas, kurio metu į internetą perkeltos socialinio darbo su jaunimu koncepcijos. Jį finansuoja Bavarijos socialinių reikalų ministerija, o moksliaiškai remia JFF Medijų švietimo institutas. Projekto „Digital Streetwork“ tikslas - teikti konsultacijas ir paramą 14-27 m. Bavarijos jaunimui. Projekte buvo numatyta teikti specialistų pagalbą psichikos sveikatos, mokyklos, darbo, santykių ir kitais

klausimais. Skaitmeninė pagalba gatvėje ją gaunantiems asmenims yra nemokama ir anoniminė. Skaitmeniniai gatvės darbuotojai yra saistomi konfidencialumo, be to, jie yra apmokyti konsultuoti internetu ir spręsti krizes.

Darbo su jaunimu tikslas - sukurti saugią erdvę, kurioje jauni žmonės galėtų kalbėti apie savo patirtį skaitmeninėje aplinkoje.

Tai paslauga, leidžianti jaunimui bendrauti su jaunimo darbuotojais ir užduoti jiems rūpimus klausimus. Santykis veikia abiem kryptimis: jauni žmonės gali susisiekti su gatvės darbuotojais (nusprendami, ar likti anonimiškais, ar ne). Patys gatvės darbuotojai per socialinių tinklų svetaines ir forumus taip pat gali ieškoti jaunų žmonių, kuriems gali prireikti pagalbos. Jei remdamiesi jaunuolio elgesiu internete ir (arba) skelbiamais pranešimais, jie mano, kad jaunuoliui gali reikėti pagalbos, konsultacijų, bando su juo susisiekti. Dėl griežtų Vokietijos duomenų apsaugos ir privatumo taisyklių darbuotojai paprastai nesikreipia į jaunuolį privačia žinute (nebent atrodo, kad tai labai rimta situacija), bet, pavyzdžiui, atsakydami parašo į jaunuolio asmeninį el. pašta. Pradiniame projekto etape gatvės darbuotojai taip pat leido laiką įvairiuose socialinių tinklų svetainėse ir bandė juose užmegzti kontaktą su jaunuoliais, tačiau ši praktika nepasiteisino, nes jaunuoliai daugiau dėmesio skyrė žaidimams. Darbuotojams buvo sunku nustatyti, ar jaunuoliai, kuriems buvo skirta pagalba, buvo iš Bavarijos (atitiko tikslinę grupę).

Projekte dalyvavę vokiečių specialistai interviu taip pat teigė, kad nors iš pradžių reikėjo skaitmeninį darbą gatvėje reklamuoti ir informaciją apie šią paslaugą skleisti jaunimui, tačiau laikui bėgant padaugėjo kreipimųsi iš pačių jaunų žmonių, o darbuotojams liko mažiau darbo jaunų žmonių paieškai internete.

Keletas sričių, kuriose įgyvendinant projektą darbuotojai patarė projekte dalyvavusiems jaunuoliams: muzika, priklausomybės, žiniasklaida, „TikTok“, elektroninės patyčios, neapykantos kalba, kompiuteriniai žaidimai, vaizdo įrašų kūrimas, socialinė žiniasklaida ir žaidimai, LGBTQ+, netikros naujienos, psichikos sveikata. Jei gatvės darbuotojas nebegalėjo padėti (pavyzdžiui, problema peržengė jų kompetencijos ribas), jie nukreipdavo jaunuolius į kitus specialistus / paslaugas teikiančias organizacijas. Jaunuoliai galėjo susisiekti su gatvės darbuotojais įvairiais komunikacijos kanalais (Digital Streetwork Bayern, <https://www.digital-streetwork-bayern.de/fach/>).

Pavyzdys Nr. 2: **Kompiuterinių žaidimų integravimas** į darbą su jaunimu Estijoje (taip pat Airijoje, Švedijoje, Suomijoje). Kompiuteriniai žaidimai darbe su jaunimu ypač paplito Covid-19 pandemijos metu, kai jaunimo darbuotojai turėjo atrasti naujų būdų kaip bendrauti su jaunimu virtualioje erdvėje. Todėl keletas jaunimo centrų Taline ir kitose Estijos vietose organizavo virtualių žaidimų turnyrus, kuriuose dalyvavo ne tik jaunuoliai, bet ir patys jaunimo darbuotojai. Organizatorių teigimu, žaidimai padeda ugdyti jaunuolių komandinį darbą ir loginį mąstymą.

Amerikoje atlikto tyrimo metu paaiškėjo, kad iš 1423 apklaustų 13-17 m. paauglių 85 proc. žaidžia kompiuterinius žaidimus. 4 iš 10 paauglių save priskiria nuolatiniams žaidėjams (angl. *gamer*) ir kompiuterinius žaidimus žaidžia kasdien. Didžioji dalis (72 proc.) žaidžia kompiuterinius žaidimus, nes tokiu būdu gali leisti laiką su kitais. Beveik kas antram paaugliui pavyksta susirasti draugą žaidžiant kompiuterinius žaidimus. Taip pat paaugliai teigia, kad žaidimai lavina jų gebėjimą spręsti problemas. Pagrindiniai pavojai yra prastesnė miego kokybė ir patyčios. Žvelgiant iš socialinių tinklų svetainių perspektyvos, galima atkreipti dėmesį, kad tarp žaidėjų paplitęs „Discord“ ir „Twitch“ programėlių naudojimas. Jas jaunuoliai naudoja bendravimui su draugais ir kitais žaidėjais (Pew Research Centre, 2024).

Svarbu paminėti, kad kompiuteriniai žaidimai yra skirtingi ir pasižymi įvairiomis savybėmis, todėl svarbu apsvaistinti, kokius įgūdžius norima ugdyti ir tada atitinkamai parinkti žaidimo žanrą ir pobūdį (žr. pav. 1). Pavyzdžiui, jei norime ugdyti bendravimo ir socialinius įgūdžius, tai turėtų būti komandiniai žaidimai. Jei norime ugdyti mąstymą ir sprendimų priėmimą, tam tiktų galvosūkių, užduočių vykdymas. Taip pat, norint įtraukti kompiuterinius žaidimus į darbą su jaunuimu, svarbu įtraukti ir pačius jaunuolius, kad būtų kuo geriau ugdomi įgūdžiai ir kompetencijos (Aavik et al., 2023)

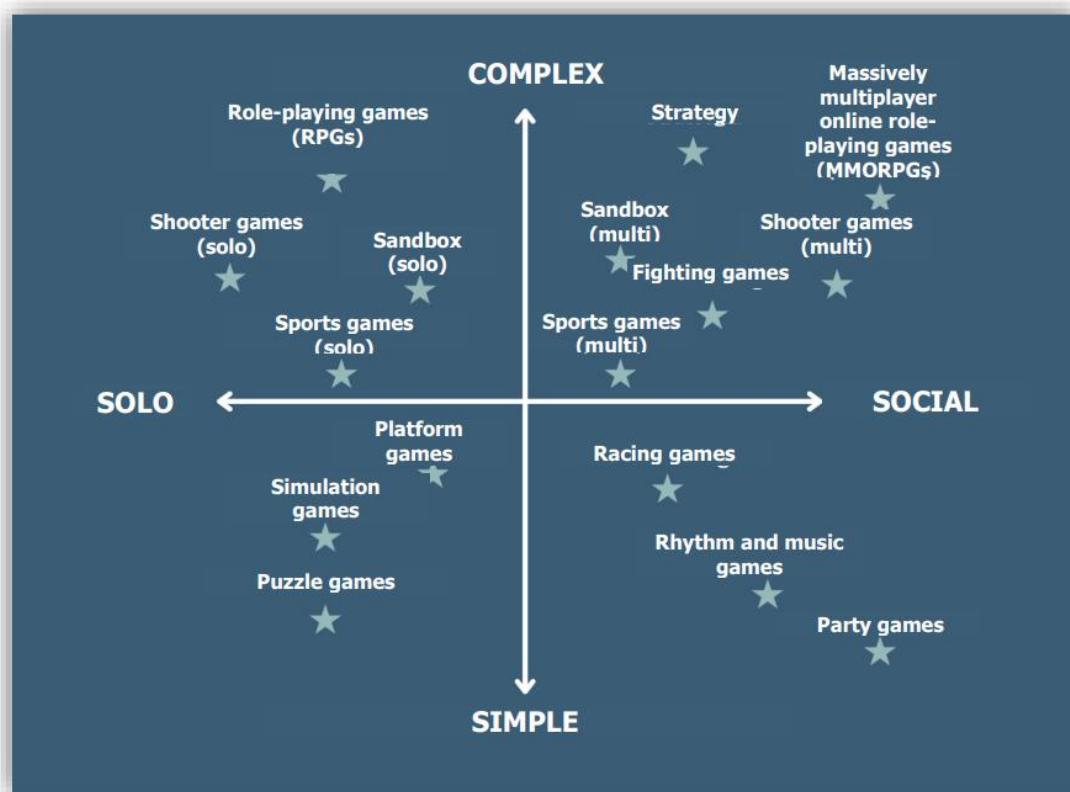


Figure 2. A map of the main video game types and genres. Video games have been categorised by their level of complexity and extent of social interaction.³⁰ Source: Granic, I., Lobel, A., Engels, R. C. M. E.. 2013. 'The Benefits of Playing Video Games' *American Psychologist* 69(1): 66-78.

pav. 1

Pavyzdys Nr. 3: **Norvegijoje** Trondheimo savivaldybėje darbo dienomis nuo 10:30 iki 22:00 val. veikia skaitmeninis jaunimo klubas, kuriame dirba vietos jaunimo klubų darbuotojai. Skaitmeninis jaunimo klubas veikia kaip serveris ar puslapis, kuris suskirstytas į skirtingus kambarius pagal turinį. Serveryje galima rasti atskirus pokalbių kanalus, skirtus žaidimams, dalijimusi nuotraukomis, vaidmenų žaidimams, pagalbai ruošiant namų darbus, muzikai ir t.t. Kanalai gali būti ir tekstiniai, ir su balsu. Taip pat yra sukurtas atskiras kanalas, kuriame lankytojai gali pateikti savo siūlymus dėl tolesnės klubo plėtros. Norintys įsitraukti į klubo veiklą tobulinimą gali tapti moderatoriais (lyg savotiška savanorystė) (Youth work in Norway, 2020).

Pavyzdys Nr. 4: **Kinijoje, Honkongo** mieste 2017 m. buvo pradėta „YouChallenge“ programa, skirta per skaitmeninę programėlę teikti paslaugas mažiau galimybių turinčiam 14-30 m. jaunimui. Principas toks, kad programėlė veikia kaip internetinis žaidimas (angl. *gamified app*), kuris skatina dalyvius įsitraukti, vykdyti įvairias užduotis gyvenime ir internete, rinkti taškus ir vėliau juos iškeisti į tam tikrus prizus ir apdovanojimus. Šio metodo privalumai – neformalumas, lankstumas,

draugiška jaunuoliams aplinka. Tai savotiška alternatyva tiems jaunuoliams, kuriems įprasti konsultavimo ir darbo su jaunimu metodai netinka.

Buvo atlikta 591 jaunuolio, naudojančio minėtą programėlę, apklausa. Klausimai buvo užduoti prieš įsitraukiant į programą ir po to, kai tapo dalyviais. Rezultatai rodo, kad „YouChallenge“ skatina pro-socialų jaunuolių elgesį, taigi jaunuoliai formuoja į tikslus ir gyvenimo ateitį nukreiptą gyvenimo modelį. Pagrindiniai tyrimo atradimai:

1. „YouChallenge“ - veiksminga ir efektyvi priemonė pasiekti mažiau galimybių turintį jaunimą, kuris nepatenka į socialinių paslaugų teikėjų akiratį, tačiau pasižymi socialine rizika. 39 proc. tyrimo dalyvių prieš tai nebuvo gavę jokių socialinių paslaugų;
2. „YouChallenge“ gali sumažinti rizikingą elgesį ir pakeisti jaunuolių gyvenimo modelį, kuris būtų orientuotas į tikslų siekimą ir ateitį. Tyrimo dalyviai, kol naudojo programėlę, buvo linkę atsisakyti žalingų įpročių (alkoholio vartojimo, lošimo ir pan.);
3. Kuo daugiau užduočių jaunuoliai įvykdavo, tuo labiau tapdavo orientuoti į tikslų siekimą ir savo ateities kūrimą. Rizikingą elgesį pakeitė „teisingų“ užduočių vykdymas (Lau, et al., 2022).

Apibendrinimai ir išvados

Dažniausiai jaunimo naudojami STS yra „TikTok“, „Instagram“ ir „Snapchat“, rečiausiai – „Facebook“. 14-18 metų jaunuoliai „Facebook“ ir „Messenger“ STS naudoja išskirtinai bendravimui su tėvais, giminėmis, mokytojais arba mokyklos reikalais, o tarpusavyje bendrauja per minėtus tris STS. Juzvaitė, Žuravliova (2022) jaunesnių suaugusiųjų (18-30 m.) tyrimas parodė, kiek kitokius rezultatus, „Facebook“ buvo trečioje vietoje pagal vartojimo dažnumą, antroje – „TikTok“ ir „Instagram“, o „Snapchat“ – penktoje, po „YouTube“. Gali būti, kad situacija per tuos kelis metus jau yra pasikeitusi.

Kaip atskleidė fokusuotos diskusijų grupės su jaunais (14-29 m.) žmonėmis, vidutinė laiko, praleidžiamo STS, trukmė varijuoja nuo 1 iki 12 val. per dieną. Tiriamoji grupė nebuvo pakankamai didelė, kad būtų galima išskirti laiko, praleidžiamo STS, paplitimo tendencijas. Daugiau laiko jauni žmonės praleidžia STS, jei turi mažiau veiklų, nesimoko, nedirba, nesavanoriauja, nedalyvauja neformaliojo ugdymo ir kitose veiklose. STS naudojimo laikas ženkliai didesnis savaitgaliais ir per atostogas lyginant su tomis dienomis, kai reikia eiti į mokyklą arba darbą. Nedarbantys ir nesimokantys ST gali praleisti visą dieną, dirbantys – taip pat, jei STS yra naudojami darbo tikslais.

Neriboti interneto naudojimo planai ir didelis viešų WiFi prieinamumas suteikia galimybę jaunimui būti nuolatos „prisijungus“ prie STS ir neskaičiuoti, kiek gigabaitų jau išnaudojo, kam išnaudojo, nes nereikia taupyti. Taip jauni žmonės vengia tikrinti, kiek gigabaitų išnaudojo STS, nes supranta, kad daug arba per daug, ir kad galėtų naudotis STS mažiau.

Jauni žmonės daug laiko praleidžia stebėdami STS turinio srautą todėl, kad jis įdomesnis nei vadovėliai, knygos, pamokos, nereikalauja pastangų, stimuliuoja (dopaminas), sunku sustoti, turinys įvairus ir nuolat keičiasi, todėl smalsu, kas bus arba ką pasiūlys toliau.

Jauni žmonės adekvačiai kritiškai vertina STS informacijos patikimumą ir priklausomybę nuo STS. Tačiau atsiskleidžia raidos tarpsnio nulemti skirtumai. Jauni suaugę supranta, kad STS naudojami kaip manipuliavimo, propagandos, stereotipų, rasizmo, seksizmo sklaidos priemonės arba įrankiai. Supranta, kad yra priklausomi arba yra rizikoje tapti priklausomais nuo STS, todėl stengiasi valdyti juose praleidžiamą laiką.

Tuo tarpu paaugliai supranta, kad per daug laiko praleidžia STS, tačiau nesistengia jo mažinti, nes į naudojimąsi STS žiūri ne iš priklausomybės, o iš neišvengiamybės perspektyvos. Atsisakę naudotis STS, jie iškristų iš bendraamžių grupės, o šiame raidos etape priklausymas jai yra vienas svarbiausių poreikių. Paaugliai labai jautriai reaguoja į smurtinę komunikaciją STS, nes jiems dar yra labai svarbi kitų nuomonė ir vertinimai, tuo tarpu pasiekus jauno suaugusiojo amžiaus tarpsnį jaunimas išmoksta atsiriboti nuo kitų vertinimų ir nuomonės, todėl ji mažiau paliečia savivaizdį ir savivertę.

STS formuojasi panašiai mėstančių socialiniai burbulai, nes yra galimybė iš STS draugų išmesti kitaip mėstančius, blokuoti asmeninės nuomonės, interesų neatitinkantį turinį. Kita vertus, jaunimo bendraamžių grupės per STS turi didelę įtaką asmeninių pažiūrų formavimuisi. T. y. daro socialinį spaudimą, kad grupės nariai priimtų grupės nuomonės, elgseną ir vertybes, laikytųsi grupės bendravimo normų. Socialinių tinklų svetainėse galima atpažinti tuos pačius socialinius fenomenus, kaip ir tiesioginiame arba realiame gyvenime, pvz. socialinės kontrolės, diskriminacijos, smurto, subkultūrų ir kt.

Kadangi socialinių tinklų svetainės yra naudojamos bendravimui, santykių kūrimui ir palaikymui, todėl jose galima atpažinti tuos pačius fenomenus, kaip ir tiesioginiame bendravime, pvz. socialinės kontrolės, diskriminacijos, smurto ir kt.

Tyrimo duomenų analizė atskleidė 11 poreikių, kuriuos jaunimas tenkina su STS pagalba: priklausymo, informavimo, smalsumo, poilsio, pramogos, bendravimo ir ryšių palaikymo, mokymosi, kūrybos, pajamų šaltinio, pabėgimo nuo tikrovės ir nuobodulio, pripažinimo. Tačiau pagal STS keliamas asociacijas galima įvardinti 4 svarbiausius: informavimo, smalsumo, poilsio ir bendravimo bei ryšių / santykių palaikymo.

Bendravimui skiriamo laiko STS dalis varijuoja nuo kelių iki 100 procentų. Vieniems labiau patinka rašyti žinutes, kitiems – skambinti. Skambina dažniausiai artimiems draugams, o su mažiau pažįstamais labiau linkę susirašinėti. Populiarios ne tik teksto, bet ir garso žinutės.

Tyrimo metu pavyko nedaug sužinoti, kokį konkrečiai STS turinį jaunimas stebi. Jaunuoliai teigė, kad renkasi žiūrėti tai, kas jiems įdomu, juokinga arba tiesiog nesąmonės.

Net jei jaunimas nesidomi politika ar žiniasklaidos naujienomis, nepriklausomai nuo jų paieškų ir stebėto turinio istorijos, juos pasiekia „žinių bangos“ - naujienos, kurios pasklinda per STS.

Jaunimas supranta pagrindinius STS veikimo principus. Kad STS „stebi“ savo vartotojus, renka ir išsaugo apie ne tik paieškų istoriją, bet ir asmeninę informaciją. Kad STS naudoja algoritmus, kurie formuoja asmeninį turinio srautą, atsižvelgdami į konkretaus vartotojo domėjimosi sritis. Kad STS vartotojai gali naudotis įrankiais savo turiniui formuoti: per patiktukus, komentarus, paskyrų sekimą arba atšaukimą, turinio, reklamų ar paskyrų blokavimą, naudotis paieškos funkcijomis, jei STS suteikia tokią galimybę.

Jauni žmonės vengia rašyti STS komentarus ir labai retai skaito kitų komentarus. Komentaruose yra daug smurtinės komunikacijos, skaitydamas prisirenki labai daug negatyvių emocijų, o rašydamas – rizikuoji pritraukti neapykantą į save.

Jauni žmonės mano, kad STS nėra saugūs, juose gausu pavojų. Todėl juose privalai pats saugotis: saugu, jei žinai, kaip saugotis. Pavyzdžiui, jaunimas STS renkasi būti stebėtojais, sekti kitų keliamą turinį ir nekurti savo turinio. Atidžiai renkasi, su kuo dalijasi asmeniniu turiniu, neviešina savo nuotraukų. Nustato, kas gali matyti skelbiamą turinį, nepriima į draugus nepažįstamų asmenų. Saugumo jausmą palaiko galimybė užblokuoti nepageidaujamą turinį ir profilius.

Buvo tyrimo dalyvių, nukentėjusių socialinių tinklų svetainėse, tačiau tai nutiko, kai jie buvo jaunesni, dabar jie jau yra labiau patyrę. Dalinasi informacija apie sukčiavimo būdus ir sukčius ir tokiu būdu padeda apsisaugoti. Mano, kad vyresnės kartos yra patiklesnės, todėl jų tėvai ir seneliai dažniau tampa sukčių aukomis.

Jaunimas pasisako už gyvai vykdomą darbą su jaunimu. STS ir konkrečiai „TikTok“, gali būti naudojamas darbo su jaunimu veiklų viešinimui ir jaunimo pritraukimui. Viešinimui jaunimas rekomenduoja naudoti ne tekstus ir net ne nuotraukas, o vaizdo įrašus. Šie vaizdo įrašai turi būti akį traukiantys, kad išsiskirtų iš bendro turinio srauto, ir sudominantys. Jaunimo darbuotojai turėtų susikurti asmeninius profilius „TikTok“ STS ir skelbti jaunimui įdomų, patrauklų turinį. Jei jaunimas susidomėtų skelbiamu turiniu, pasektų jaunimo darbuotojo paskyrą ir tada jaunimo darbuotojai susidarytų galimybę užkalbinti jaunuolį.

Rekomendacijos

Tyrimo rezultatai rodo, kad STS yra tapusi neatsiejama jaunimo, ypač paauglių, gyvenimo dalimi, todėl jaunimo darbuotojai būtinai turi turėti žinių apie tai, kokios yra socialinių tinklų svetainės, kuo jos skiriasi, kokios jų galimybės, turinys ir pan. Jie turėtų susikurti paskyras jaunuolių dažniausiai naudojamuose STS, kaip parodė šis tyrimas „TikTok“, „Instagram“ ir „Snapchat“. Bet kartu nepamiršti, kad STS populiarumas keičiasi, galbūt tai susiję su kartų skirtumais, galbūt jaunimas traukiasi iš tos aplinkos, kurioje yra jų tėvai, mokytojai, nes nori turėti savo erdvę.

STS aplinka yra labai panaši į gatvę, atvirą ir pilną pavojų pasaulį. Vyresnieji paaugliai (14-18 metų jaunimas) jau yra patyrę šios aplinkos lankytojai, žino pagrindines saugaus elgesio taisykles. Iš vienos pusės tai yra gerai, nes gali apsaugoti nuo jiems bloga linkinčių asmenų. Iš kitos pusės jų atsargus elgesys, galimybė pasislėpti ir žinučių iš nepažįstamų paskyrų ignoravimas sudaro rimtas kliūtis jaunimo darbuotojui užmegzti ryšį su naujais ir jo nepažįstančiais jaunuoliais socialinių tinklų svetainėse. Todėl darbui su jaunimu STS tiktų darbo gatvėje principai. Ir pagalbėtų Bavarijos jaunimo tarybos sumaniojo darbo gatvėje patirtis.

Darbas su jaunimu socialinių tinklų svetainėse turėtų būti ne kaip pakaitalas, o kaip tiesioginio darbo su jaunimu pratęsimas, ne alternatyva, o papildymas. Tyrimo rezultatai rodo, kad jaunimas STS naudoja bendravimui su pažįstamais žmonėmis. Kuo artimesni žmonės, tvirtesnis ryšys, tuo dažnesni pokalbiai, t. y., susirašinėjama ne tik žinutėmis, bet skambinama be vaizdo ir su vaizdu, įvairiai pagal esamas aplinkybes. Kartu kuo daugiau pasitikėjimo jaunimo darbuotoju jaunuolis turi, tuo dažniau socialinių tinklų svetainėse dalinasi su jaunimo darbuotoju jį dominančiu turiniu ir taip atsiranda galimybė jaunimo darbuotojui geriau pažinti jaunuolį.

Nuotolines arba veiklas socialinių tinklų svetainėse jaunimo darbuotojai gali pasiūlyti pagal jaunimo poreikius ir galimybes, pvz., kai dėl vieno ar kitų aplinkybių jaunas žmogus negali atvykti į jaunimo centrą. Galima pasinaudoti pristatytu Norvegijos pavyzdžiu.

Kartais jaunimo darbuotojas gali su jaunuoliais žaisti kompiuterinius žaidimus, bet tai negali būti jo pagrindinė veikla, arba kompiuteriniai žaidimai negali virsti atskira darbo su jaunimu forma. Į juos patartina žiūrėti kaip ir į kitus stalo, lauko žaidimus, kuriuos jaunimo darbuotojai panaudoja savo darbe. Tyrimas atskleidė, kad kompiuterinių žaidimų žaidėjų bendruomenėse yra priimtina neapykantos komunikacija, todėl svarbu, kad įsitraukdamas į žaidimus jaunimo darbuotojas elgtųsi pagarbiai, neužsimirštų ir nesielgtų taip, kaip elgiasi jaunimas. Nemoralizuotų, bet savo elgsena rodytų kitokio bendravimo pavyzdį. Taip pat jaunimo darbuotojui, kaip ir jaunuoliams, yra rizika tapti priklausomu nuo kompiuterinių žaidimų.

Socialinių tinklų svetainės nekeičia jaunimo motyvacijos: jaunimo dalyvavimas, naudojimasis socialinių tinklų svetainėmis priklauso nuo jo motyvacijos. Socialinių tinklų svetainės yra ne tik informacijos sklaidos ir paieškos įrankis, bendravimo erdvė, kurioje gali vykti sąveikos, bet ir atsipalaidavimo, pabėgimo nuo tikrovės ir pramogos šaltinis. Kyla klausimas, ar ir kiek jaunimo darbuotojai gali sukurti jaunimui įdomaus, patrauklaus, dėmesį patraukiančio turinio, kad galėtų konkuruoti su jau esamu ir nuolatos kuriamu.

Literatūra

1. Aavik, A.-L., Jurkov, K., Kivistik, K., & Toomik, K. (2023). The applicability of video games in youth work. *Institute of Baltic Studies*. https://api.hp.edu.ee/sites/default/files/2024-01/E-mang_ENG.pdf
2. Abi-Jaoude, E., Naylor, K. T., & Pignatiello, A. (2020). Smartphones, social media use and youth mental health. *Cmaj*, 192(6), E136-E141. <https://doi.org/10.1503/cmaj.190434>
3. Acquisti, A., Gross, R. (2006). Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook. In: Danezis, G., Golle, P. (eds) Privacy Enhancing Technologies. PET 2006. Lecture Notes in Computer Science, vol 4258. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/11957454_3
4. Allaste, A.-A., & Saari, K. (2020). Social Media and Participation in Different Socio-political Contexts: Cases of Estonia and Finland. *YOUNG*, 28(2), 138-156. <https://doi.org/10.1177/1103308819828879>
5. Bacys, T. (2013). Paauglių priklausomybė nuo socialinių tinklų internetinėje erdvėje. *Socialinė Teorija, Empirija, Politika Ir Praktika*, 7, 9-23. <https://doi.org/10.15388/STEPP.2013.0.1390>
6. Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M.D., et al. (2017). Problematic Social Media Use: Results from a Large-Scale Nationally Representative Adolescent Sample. *PLoS ONE* 12(1), e0169839. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
7. Barnes, S. B. (2006). A privacy paradox: Social networking in the United States. *First Monday*, 11(9). <https://doi.org/10.5210/fm.v11i9.1394>
8. Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health Addiction*, 18, 628–639. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9959-8>
9. Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
10. Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
11. Boyd, D. (2014). It’s complicated: The social lives of networked teens. Yale University Press.
12. Boyd, D.M. & Ellison, N.B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
13. Bozzola, E., Spina, G., Agostiniani, R., Barni, S., Russo, R., Scarpato, E., Di Mauro, A., Di Stefano, A. V., Caruso, C., Corsello, G., & Staiano, A. (2022). The Use of Social Media in Children and Adolescents: Scoping Review on the Potential Risks. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(16), 9960. <https://doi.org/10.3390/ijerph19169960>
14. Brandtzaeg, P. B., & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. In A. A. Ozok & P. Zaphiris (Eds.), *Online communities* (pp. 143–152). Springer-Verlag.
15. Burke, M., & Kraut, R. E. (2016). The relationship between Facebook use and well-being depends on communication type and tie strength. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21, 265–281. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12162>

16. Chauke, T. A. (2024). Skills learnt in youth work practice necessary for the digital age: A qualitative study of NEET Youth. *Research in Social Sciences and Technology*, 9(1), 351-368. <https://doi.org/10.46303/ressat.2024.20>
17. Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
18. Conclusions of the Council and of the Representatives of the Governments of the Member States meeting within the Council on Digital Youth Work. (2019) (OJ C, C/414, 10.12.2019, p. 2, CELEX: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019XG1210\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019XG1210(01)))
19. Council conclusions on smart youth work (2017). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52017XG1207%2801%29&qid=1635335534712>
20. Dwyer, C., Hiltz, S. R., Passerini, K. (2007) Trust and Privacy Concern Within Social Networking Sites: A Comparison of Facebook and MySpace. *AMCIS 2007 Proceedings*. 339. <http://aisel.aisnet.org/amcis2007/339>
21. Eskisu, M., Hosoglu, R., & Rasmussen, K. (2017). An investigation of the relationship between Facebook usage, Big Five, self-esteem and narcissism. *Computers in Human Behavior*, 69, 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.036>
22. Forest, A. L., & Wood, J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23(3), 295–302. <https://doi.org/10.1177/0956797611429709>
23. Gao, W., Liu, Z., & Li, J. (2017). How does social presence influence SNS addiction? A belongingness theory perspective. *Computers in Human Behavior*, 77, 347–355. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.002>
24. Goh, C., Jones, C., & Copello, A. (2019). A further test of the impact of online gaming on psychological wellbeing and the role of play motivations and problematic use. *Psychiatric Quarterly*, 90, 747–760. <https://doi.org/10.1007/s11126-019-09656-x>
25. Yang, C.-c. (2016). Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703–708. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0201>
26. Yang, C.-c., & Brown, B. B. (2013). Motives for using Facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents' social adjustment to college. *Journal of Youth and Adolescence*, 42, 403–416. <https://doi.org/10.1007/s10964-012-9836-x>
27. Yang, C.-c., & Brown, B. B. (2015). Factors involved in associations between Facebook use and college adjustment: Social competence, perceived usefulness, and use patterns. *Computers in Human Behavior*, 46, 245–253. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.015>
28. Yang, C.-c., Holden, S.M. & Ariati, J. (2021). Social Media and Psychological Well-Being Among Youth: The Multidimensional Model of Social Media Use. *Clin Child Fam Psychol Rev* 24, 631–650. <https://doi.org/10.1007/s10567-021-00359-z>
29. Yang, C.-c., & Lee, Y. (2020). Interactants and activities on Facebook, Instagram, and Twitter: Associations between social media use and social adjustment to college. *Applied Developmental Science*, 24(1), 62–78. <https://doi.org/10.1080/10888691.2018.1440233>
30. Yang, C.-c., & Liu, D. (2017). Motives matter: Motives for playing Poke'Mon Go and implications for well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(1), 52–57. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0562>
31. Yee, N. (2006). Motivations for play in online games. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 9(6), 772–775. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.772>

32. Young, N. L., Kuss, D. J., Griffiths, M. D., & Howard, C. J. (2017). Passive Facebook use, Facebook addiction, and associations with escapism: An experimental vignette study. *Computers in Human Behavior*, 71, 24–31. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.039>
33. Jagatic, T., Johnson, N., Jakobsson, M. and Menczer, F. (2005). Social Phishing. *Communications of the ACM*, 50, 94-100. <https://doi.org/10.1145/1290958.1290968>
34. Juzvaitė, G., Žuravlio, V. (2022). Socialinių tinklų įtaka Lietuvos jaunimo psichologinei sveikatai. *Jaunimas besikeičiančioje visuomenėje. 12-osios tarptautinės studentų konferencijos straipsnių leidinys*, 151-159. <https://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:201956025/datastreams/MAIN/content>
35. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19–32). Sage.
36. Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2019). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- Kramer, M. (2020) Country Sheet on youth work in Norway. <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/58820665/Youth-work-Norway2020.pdf/0b8eaf42-834c-f05f-d622-fd5c95ec7acd?t=1590153607000>
37. Kim, J., LaRose, R., & Peng, W. (2009). Loneliness as the cause and the effect of problematic internet use: The relationship between internet use and psychological well-being. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(4), 451–455. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0327>
38. Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2019). Problematic Instagram use: The role of perceived feeling of presence and escapism. *International Journal of Mental Health Addiction*, 17, 909–921. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9895-7>
39. Kramer, M. (2020). Country sheet on youth work in Norway.
40. Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. *Proceedings of CSCW-2006*, 167–170. New York: ACM Press.
41. Lau, E. K.-L., Lee, T. K.-W., & Chan, G. W.-C. (2022). Engaging new generation virtually: A new era for social service. *Hong Kong Journal of Social Work*, 56(1n02), 119–134. <https://doi.org/10.1142/S0219246222000109>
42. Lin, J.-H. (2016). Need for relatedness: A self-determination approach to examining attachment styles, Facebook use, and psychological well-being. *Asian Journal of Communication*, 26(2), 153–173. <https://doi.org/10.1080/01292986.2015.1126749>
43. Lin, R., & Utz, S. (2015). The emotional responses of browsing
44. Manago, A. M., Brown, G., Lawley, K. A., & Anderson, G. (2020). Adolescents' daily face-to-face and computer-mediated communication: Associations with autonomy and closeness to parents and friends. *Developmental Psychology*, 56(1), 153–164. <https://doi.org/10.1037/dev000085>
45. Massing-Schaffer, M., Nesi, J., Telzer, E. H., Lindquist, K. A., & Prinstein, M. J. (2020). Adolescent peer experiences and prospective suicidal ideation: The protective role of online-only friendships. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 51(1), 49–60. <https://doi.org/10.1080/15374416.2020.1750019>
46. Masur, P. K., Reinecke, L., Ziegele, M., & Quiring, O. (2014). The interplay of intrinsic need satisfaction and Facebook specific motives in explaining addictive behavior on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 39, 376–386. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.047>

47. Michikyan, M., & Subrahmanyam, K. (2012). Social Networking Sites: Implications for Youth. In Z. Yan (Ed.), *Encyclopedia of Cyber Behavior*, 132-147. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-0315-8.ch011>
48. Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of adolescent peer relations in the social media context: Part 1- A theoretical framework and application to dyadic peer relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 267–294. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x>
49. Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
50. Oficialiosios statistikos portalas (2024) [žiūrėta 2025-01-12] - https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=b3603975-ca07-47cb-aaaf-bc3a3a403a1f#).
51. Orben, A. C., & Dunbar, R. I. M. (2017). Social media and relationship development: The effect of valence and intimacy of posts. *Computers in Human Behavior*, 73, 489–498. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.006>
52. Pertegal, M.-N., Oliva, A., & Rodri'guez-Meirinhos, A. (2019). Development and validation of the Scale of Motives for Using Social Networking Sites (SMU-SNS) for adolescents and youths. *PLoS ONE*, 14(12), e0225781. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0225781>
53. Perugini, M. L. P., & Solano, A. C. (2020). Normal and maladaptive personality traits as predictors of motives for social media use and its effects on well-being. *Psychological Reports*. 124(3), 1070-1092. <https://doi.org/10.1177/0033294120922495>
54. Pew Research Centre (2024a). Teens and video games today. Prieiga internete: <https://www.pewresearch.org/internet/2024/05/09/teens-and-video-games-today/>
55. Pew Research Centre (2024b). Teens, social media & technology overview 2024. Prieiga internete: <https://www.pewresearch.org/internet/2024/12/12/teens-social-media-and-technology-2024/>
56. Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
57. Raffoul, A., Ward, Z. J., Santoso, M., Kavanaugh, J. R., & Austin, S. B. (2023). Social media platforms generate billions of dollars in revenue from U.S. youth: Findings from a simulated revenue model. *PloS one*, 18(12), e0295337. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0295337>
58. Rao, B. N., & Kalyani, V. (2022). A study on positive and negative effects of social media on society. *Journal of Science & Technology (JST)*, 7(10), 46-54. <https://doi.org/10.46243/jst.2022.v7.i10.pp46-54>
59. Reich, S. M., Subrahmanyam, K., & Espinoza, G. (2012). Friending, IMing, and hanging out face-to-face: Overlap in adolescents' online and offline social networks. *Developmental Psychology*, 48(2), 356–368. <https://doi.org/10.1037/a002698>
60. Rosenthal-von der Pütten, A. M., Hastall, M. R., Köcher, S., Meske, C., Heinrich, T., Labrenz, F., & Ocklenburg, S. (2019). “Likes” as social rewards: Their role in online social comparison and decisions to like other people’s selfies. *Computers in Human Behavior*, 92, 76–86. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.017>
61. Schlegel, L., & Kowert, R. (Eds.). (2024). *Gaming and Extremism: The Radicalization of Digital Playgrounds* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003388371>

62. Selkie, E., Adkins, V., Masters, E., Bajpai, A., & Shumer, D. (2020). Transgender adolescents' uses of social media for social support. *Journal of Adolescent Health*, 66, 275–280. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2019.08.011>
63. Spies Shapiro, L.A., Margolin, G. (2014). Growing Up Wired: Social Networking Sites and Adolescent Psychosocial Development. *Clin Child Fam Psychol Rev* 17, 1–18 <https://doi.org/10.1007/s10567-013-0135-1>
64. Steele, R. G., Hall, J. A., & Christofferson, J. L. (2020). Conceptualizing digital stress in adolescents and young adults: Toward the development of an empirically based model. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 23, 15–26. <https://doi.org/10.1007/s10567-019-00300-5>
65. Subrahmanyam, K., & Šmahel, D. (2011). Digital youth: The role of media in development. Springer.
66. Tinmaz, H., Lee, Y.-T., Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2022). A systematic review on digital literacy. *Smart Learning Environments*, 9(1), 21–18. <https://doi.org/10.1186/s40561-022-00204-y>
67. Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Internet communication and its relation to well-being: Identifying some underlying mechanisms. *Media Psychology*, 9(1), 43–58. <https://doi.org/10.1080/15213260709336802>
68. Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121–127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>
69. Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. *New Media & Society*, 7(3), 383–402. <https://doi.org/10.1177/1461444805052282>
70. Vermiere, L., Van den Broeck, W., Van Audenhove, L., & Mariën, I. (2022). Digital Youth Work in Flanders: practices, challenges, and the impact of COVID-19. *Seminar.net*, 18(1). <https://doi.org/10.7577/seminar.4701>
71. Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>

Fokusuotų diskusijų grupių klausimynas

Įvadiniai klausimai:

Su kuo jums asocijuojasi socialiniai tinklai? Arba Kaip apibūdintumėte, kokį vaidmenį jūsų gyvenime atlieka socialiniai tinklai?

Turinio klausimai:

Kokiuose socialiniuose tinkluose turite savo profilius? Kuriuose iš jų lankėtės dažniau, o kuriuose rečiau? Ar juos galima išdėstyti kažkokia tvarka pagal praleidžiamo laiko kiekį arba apsilankymų dažnumą?

Ką dažniausiai veikiate socialiniuose tinkluose? Arba kokia veikla socialiniuose tinkluose jums yra įdomiausia ir patraukliausia?

Jeigu reikėtų paskaičiuoti, kiek maždaug laiko per parą praleidžiate socialiniuose tinkluose, kiek valandų iš viso tai būtų? Kaip manote, tai daug ar mažai? Kodėl daug arba kodėl mažai? (PAPILDOMAS KLAUSIMAS VISIEMS: O gal žinote, kiek duomenų išnaudojate per dieną? Mėnesį?)

PAPILDOMAS NEPILNAMEČIAMS: Ar tėvai kažkokiais būdais stebi arba kontroliuoja, bando stebėti arba kontroliuoti, ką jūs veikiate socialiniuose tinkluose, kiek laiko praleidžiate internete?

O kokią dalį to laiko, kurį praleidžiate socialiniuose tinkluose, skiriate bendravimui su kitais žmonėmis, pvz., draugais, tėvais, mokytojais ir kt.? (PAPILDOMAS TIKSLINIMUI, JEI APIE TAI NEATSAKYS: kiek arba kokią dalį laiko skiriate skrolinimui, kiek bendravimui su draugais, kiek informacijos paieškai? Kiek socialiniais tinklais naudojate laisvalaikiui, o kiek studijoms, darbui?)

Ką dar veikiate socialiniuose tinkluose? Koks jo turinys jus domina? Gal yra kažkokios turinio pateikimo ar bendravimo formos, kurios jums yra labai patrauklios?

Kaip manote kiek tikslingai naudojate socialiniais tinklais? Kiek tikslingai renkatės veiklas ar turinį socialiniuose tinkluose, pvz., naudojate paieškos galimybes, o kiek stebite tai, ką jums socialiniai tinklai pasiūlo?

Ar jaučiate saugūs socialiniuose tinkluose? Gal esate, kada nors nukentėję per socialinius tinklus? Pvz., patyrėte patyčias, jus apgavo sukčiai ir pan.? Kokia ji buvo?

Ar žinote, kuris socialinis tinklas saugiausias? Ar jus svarbu, kad tinklas būtų saugus? Kokie saugumo aspektai svarbūs?

Kaip manote, ar galite atskirti piktavalių internautą nuo gera jums linkinčio nepažįstamo, bet bandančio su jumis per socialinius tinklus susipažinti asmens? Kaip elgiate su nepažįstamais kalbintojais?

Baigiamasis klausimas:

Pabandykite įsivaizduoti, kaip pasikeistų jūsų gyvenimas, jei vieną rytą nubudus suprastumėte, kad nebėra interneto ir nebėra galimybės naudotis technologijomis ir socialiniais tinklais? Ką darytumėte, kaip jaustumėtės?

INFORMUOTO ASMENS SUTIKIMO FORMA
Jaunimo naudojimosi socialiniais tinklais įpročiai

Ataskaitos ir mokslinio tyrimo aprašymas:

Technologijos ir skaitmeninimas veržiasi į visas gyvenimo sritis. Jaunimas, naudodamasis technologijomis, šiandien gali užsiimti labai įvairiomis veiklomis ir įvairiais tikslais: darbui, studijoms, laisvalaikiui, apsipirkimui, viešoms paslaugoms ir pan. Tikėtina, kad reikšmingą savo laiko internete dalį jaunimas skiria socialinių tinklų svetainėms. Tačiau išsamių ir patikimų tyrimų duomenų apie Lietuvos jaunų žmonių socialinių tinklų naudojimo tendencijas, įpročius ir kitus aspektus trūksta. Atsižvelgiant į socialinių tinklų populiarumą ir patrauklumą jauniems žmonėms, kyla klausimas, kokias galimybes jie atveria jaunimo politikai, ypač siekiant priartinti ją prie jaunų žmonių, labiau juos tiesiogiai pasiekti, įtraukti.

		<i>Jeį sutinkate, pažymėkite varnelę</i>	<i>Jeį nesutinkate, pažymėkite varnelę</i>
1.	Aš patvirtinu, kad perskaičiau ir suprantu minėto mokslinio tyrimo „Jaunimo naudojimosi socialiniais tinklais įpročiai“ informacinį lapą. Turėjau galimybę susipažinti su informacija, užduoti klausimus ir į juos gauti atsakymus.		
2.	Aš esu informuotas, kad mano dalyvavimas yra savanoriškas ir kad aš galiu iš tyrimo pasitraukti bet kuriuo metu, nenurodydamas priežasties, nepatirdamas jokių neigiamų padarinių ar negaudamas baudų.		
3.	Aš esu informuotas, kad tyrimo metu surinktus duomenis gali peržiūrėti įgalioti asmenys, nepriklausantys tyrėjų grupei (pvz., mokslo ir studijų institucijos Komitetui ir / ar duomenų apsaugos pareigūnui, Lietuvos Respublikos Akademinės etikos ir procedūrų kontrolieriaus tarnybai, Valstybinei duomenų apsaugos inspekcijai, Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybai, teismui).		
4.	Aš patvirtinu, kad perskaičiau ir suprantu minėto mokslinio tyrimo „Jaunimo naudojimosi socialiniais tinklais įpročiai“ informacinį lapą. Turėjau galimybę susipažinti su informacija, užduoti klausimus ir į juos gauti atsakymus.		
		<i>Jeį sutinkate, pažymėkite varnelę</i>	<i>Jeį nesutinkate, pažymėkite varnelę</i>
5.	Aš esu informuotas, kad šio tyrimo projektą peržiūrėjo Vilniaus universiteto Filosofijos fakulteto Sociologijos ir socialinio darbo instituto ir ugdymo mokslų instituto Atitikties mokslinių tyrimų etikai komitetas ir šis tyrimas buvo patvirtintas.		
6.	Aš esu informuotas, kas turės prieigą prie mano pateiktų asmens duomenų, kaip duomenys bus saugomi ir kas bus su duomenimis pasibaigus projektui.		
7.	Aš esu informuotas, kad tyrimo rezultatai bus paskelbti viešai.		
8.	Aš esu informuotas, kur kreiptis dėl tyrimo.		

9.	Aš sutinku, kad būtų daromas garso įrašas.		
10.	Aš esu informuotas, kaip garso įrašai bus naudojami apibendrinant tyrimų rezultatus.		
11.	Aš sutinku, kad mano pasisakymai / citatos būtų cituojamos tik nenurodant mano asmens duomenų.		
12.	Aš sutinku dalyvauti tyrime.		
13.	Aš sutinku, kad mano asmeninę kontaktinę informaciją (vardas, telefonas, el. paštas) 5 metus galima laikyti saugioje duomenų bazėje, kad tyrėjai galėtų susisiekti su manimi dėl kitų būsimų mokslinių tyrimų.		

Dalyvio vardas, pavardė

Data

Parašas