

Vilniaus universiteto
Komunikacijos fakulteto
Informacijos ir komunikacijos katedra

Albina Žvirblytė,
Tarptautinės komunikacijos magistro studijų programos studentė

**PAAUGLIŲ KOMUNIKACIJOS SOCIALINIŲ TINKLŲ SVETAINĖSE YPATUMAI:
TARPTAUTINIS ASPEKTAS**

Magistro darbas

Vadovas: Lekt. Dr. Lijana Stundžė

Vilnius, 2011

Pildo magistro baigiamojo darbo autorius

(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)

Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudoti kitose aukštosiose mokyklose.

(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.

(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

Pildo magistro baigiamojo darbo vadovas

Magistro baigiamąjį darbą ginti _____

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

(data) (magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

Pildo instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja

Magistro baigiamasis darbas įregistruotas

(instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)

(data)

(instituto / katedros reikalų tvarkytojos parašas)

Pildo instituto / katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas

Recenzentu skiriu _____

(recenzento vardas, pavardė)

(data)

(instituto / katedros vadovo parašas)

Pildo recenzentas

Darbą recenzuoti gavau. _____

(data)

(recenzento parašas)

Žvirblytė, Albina

Žv 15 Paauglių komunikacijos socialinių tinklų svetainėse ypatumai: tarptautinis aspektas: magistro darbas / Albina Žvirblytė; mokslinis vadovas Lijana Stundžė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2011. – 66, [4] lap. : lent. – Maš. – Santr. angl. – Bibliogr.: lap. 58–61 (60 pavad.).

UDK indeksas 004:027

Reikšminiai žodžiai: interneto socialiniai tinklai, virtuali tapatybė, virtualios bendruomenės, paaugliai, kibernetinės grėsmės, priklausomybė nuo interneto socialinių tinklų, „Facebook“ socialinė svetainė.

Magistro *darbo objektas* – interneto socialiniai tinklai. *Darbo tikslas* - ištirti paauglių komunikacijos ypatumus interneto socialiniuose tinkluose. *Uždaviniai:* pateikti interneto socialinių tinklų sampratą bei išskirti pagrindinius socialinių tinklų svetainių naudojimosi motyvus; atskleisti virtualios tapatybės ir virtualių bendruomenių formavimosi tinkle principus; išskirti paauglių komunikacijos privalumus ir trūkumus socialinių tinklų svetainėse; aptarti pagrindines kibernetines grėsmes; ištirti, kokiomis priemonėmis paaugliai formuoja savo virtualų įvaizdį.

Išanalizavus mokslinę literatūrą, taikant etnografinį ir turinio analizės metodus, prieita prie išvados, jog interneto socialiniai tinklai užima ypatingą vietą paauglių gyvenime. Komunikuodami virtualiai, paaugliai keičiasi informacija, bendrauja su draugais ar pažįstamai, jungiasi į skirtingas virtualias bendruomenes ar grupes. Pagrindiniai motyvai, skatinantys individą komunikuoti virtualioje erdvėje, yra: anonimiškumas, saviraiška, tapatybės iliuziškumas, socialinio tinklo globalumas, smalsumo tenkinimas bei galimybė stimuliuoti, slėpti savo jausmus, nuotaikas ir reakcijas. Pabrėžtina, jog kibernetinių tapatybių formavimas tinkle yra sietinas su asmenybės iliuziškumu (t.y. virtualios tapatybės gali būti daugialypės: išgalvotos, nestabilios, sąlygiškos, falsifikuotos) bei savo idealiojo „Aš“ formavimu (t.y. narys save idealizuoja nepateikdami trūkumų ar blogų įpročių bei, ribodamas ir/ar falsifikuodamas asmeninės informacijos apie save pateikimą, mistifikuoja savo santykį su kitais svetainės nariais). Taip pat tapatybės formavimui įtakos turi tai, jog virtualiame pasaulyje galima „žaisti“ su keliomis tapatybėmis iš karto, modeliuojant jas nepriklausomai nuo aplinkos, komunikavimo pobūdžio bei tikslo, nuotaikos, situacijos ir pašnekovų, todėl vartotojai dažnai formuoja iliuzišką daugiaspektę tapatybę tinkle.

Analizės metu buvo pastebėta, jog virtualiuose svetainėse vykstanti komunikacija turi savų privalumų ir trūkumų. Bendraudami interaktyviai, individai gali anonimiškai reikšti savo mintis, realizuoti savo norus bei troškimus, ieškoti skirtingų socialinių kontaktų, išsilaisvinti iš stereotipų,

komunikacijos metu pasakyti tai, ką jie iš tiesų jaučia, galvoja bei išgyvena. Tačiau virtuali komunikacija turi ir neigiamų aspektų, vienas iš dažniausiai pasitaikančių - vadinamas „interneto paradokso“ sindromas, kuomet socialinių tinklų naudojimas ryšiams su kitais žmonėmis palaikyti, sukelia vienatvės bei izoliacijos jausmą. Reikšminga, jog dėl per dažno „sėdėjimo“ tinkle gali susilpnėti paauglio realūs socialiniai tarpusavio santykiai su šeimos nariais ir draugais bei išsivystyti priklausomybė nuo kompiuterio. Kitas virtualios komunikacijos trūkumas yra – kibernetinės grėsmės bei pavojai, t.y. seksualinis priekabiavimas, viliojimas, elektroninių duomenų vagystės, tapatybės klastojimas, virtualus šmeižtas.

Apibendrinus empirinio tyrimo rezultatus galima teigti, jog tiek tarptautinėje „The Simpsons“, tiek lietuviškoje „Simpsonai“ virtualiose bendruomenėse paaugliai savo įvaizdį formuoja naudodami elektroninio diskurso elementus (žodžių bei frazių trumpinimą, grafinius ženklus ir simbolius, anglicizmus, keiksmožodžius ir žargoną), asmeninę profilio informaciją (demografiniai duomenys, informacija apie paauglio pasiekimus, hobių, muzikinį skonį ir pan.) bei vizualizacijos priemones (asmeninės nuotraukos).

Mokslinis darbas gali būti naudingas informacijos ir komunikacijos studijų studentams ir dėstytojams, komunikacijos specialistams, pedagogams, paaugliams ir jų tėvams.

TURINYS

ĮVADAS.....	6
1. INTERNETO SOCIALINIAI TINKLAI	9
1. 1. Interneto socialinių tinklų samprata	9
1. 2. Virtualios tapatybės iliuziškumas socialinėse svetainėse.....	13
1. 3. Virtualūs bendruomenių formavimasis interneto socialiniuose tinkluose	15
2. PAAUGLIŲ KOMUNIKACIJOS PRIVALUMAI IR TRŪKUMAI SOCIALINIUIOSE TINKLUOSE	20
2.1. Paauglių komunikacija interneto socialiniuose tinkluose.....	20
2.2. Kompiuterinė priklausomybė nuo socialinių svetainių.....	23
2.3. Interneto socialiniai tinklai - grėsmė paauglio saugumui.....	26
3. PAAUGLIŲ ĮVAIZDIS SOCIALINIŲ TINKLŲ SVETAINĖSE.....	29
3. 1. Virtualaus paauglių įvaizdžio kūrimas socialiniuose tinkluose.....	29
4. TARPTAUTINĖS „THE SIMPSON“ IR LIETUVIŠKOS „SIMPSONAI“ VIRTUALIŲ BENDRUOMENIŲ NARIŲ ELEKTRONINIO DISKURSO IR ĮVAIZDŽIO FORMAVIMO EMPIRINIS TYRIMAS.....	39
4.2. Tyrimo metodika ir organizavimas	39
4.3. Virtualių bendruomenių charakteristika	42
4.4. Elektroninio diskurso pobūdis virtualių bendruomenių komunikacijoje	46
4.5. Paauglių įvaizdžio formavimo būdai ir priemonės	52
IŠVADOS.....	56
Bibliografinių nuorodų sąrašas	58
Features of adolescent communication in social networks: international aspect (summary)	62
Priedai	63
1 Priedas. Testas, priklausomybė nuo interneto socialinių tinklų.....	63
2 Priedas. Internetinių svetainių nuorodos	64
3 Priedas. Socialinių reklamų, vaizdo įrašų nuorodos.....	65
4 Priedas. Emiotikų pavyzdžiai.....	66

IVADAS

Interneto socialiniai tinklai sparčiai populiarėjantis socialinis ir ekonominis reiškinys, keičiantis individų tarpusavio komunikacijos formas bei bendravimo pobūdį. Suvokiama, jog virtualūs tinklai suteikia vartotojams galimybę patiems kurti pranešimų turinį, jungtis į tarpusavio tinklus ir tokiu būdu komunikuoti. Per pastaruosius metus ypač padidėjo socialinių tinklų vartotojų skaičius Lietuvoje. Remiantis Statistikos departamento duomenimis, beveik 60 proc. šalies interneto vartotojų naudojami socialinėmis svetainėmis, net 83 proc. pastovių tinklo vartotojų yra mokiniai ir studentai¹. Esant dabartinei situacijai (vis daugiau paauglių savo laiką praleidžia „Facebook“, „Twitter“ ir kt. interneto platformose) būtina tirti bei analizuoti paauglių komunikacijos ypatumus virtualių tinklų svetainėse.

Darbo aktualumas. Atsiradus internetui, tinklo - kaip sąvokos ar reiškinių svarba padidėjo, išaugo dėmesys socialinių tinklų tyrinėjimo metodams, pradėta kalbėti apie virtualios komunikacijos privalumus bei trūkumus, asmens virtualumą kibernetinėje erdvėje. Teigtina, jog paaugliai yra viena iš jautriausių bei imliausių šiuolaikinės visuomenės dalių. Komunikuodami virtualiai paaugliai siekia keistis informacija, bendrauti su draugais ar pažįstamais, jungtis į skirtingas virtualias bendruomenes ar grupes. Įvairių sričių mokslininkai savaip vertina virtualią komunikaciją socialinių tinklų svetainėse, vieni teigia, jog tokia komunikacija pasižymi socialinio ryšio paviršutiniškumu (pvz., J. Wartella, J. Sellman, Michael S. Hendryx, Melissa M. Ahern, Nicholas P. Lovrich, and Arthur H. McCurdy ir kt.), todėl gali silpnėti realūs tarpusavio individų socialiniai santykiai. Kiti laikosi nuomonės (pvz., L. Garton, C. Haythornthwaite, B. Wellman ir kt.), jog toks virtualus bendravimas tėra nauja kompiuterinė komunikacijos forma, kuri negali atstoti realių, tvirtais socialiniais ryšiais susietų individų tarpasmeninės komunikacijos.

Darbo naujumas ir problema. Mokslinių darbų, susijusių su interneto socialiniais tinklais ir jų specifika, yra daugelio disciplinų tyrimo objektas, tačiau pastebima, jog Lietuvoje nėra atliktų jokių tyrimų, susijusių su paauglių tarpusavio komunikacijos, jos pobūdžio tyrimais virtualių tinklų svetainėse. Įvertinus dabartinę situaciją (padažnęjė elektroninio priekabiavimo ir priklausomybės nuo socialinių tinklų atvejai, kibernetinių pavojų grėsmės ir kt.) galima teigti, jog tokie tyrimai yra naudingi norint išsiaiškinti, kokie yra teigiami ir neigiami paauglių komunikacijos virtualiose tinkluose aspektai. Taip pat reikšminga ištirti, koku būdu paaugliai formuoja savo įvaizdį socialinių tinklų svetainėse. Kaip jau buvo minėta, analogiški tyrimai Lietuvoje nebuvo atlikti, tačiau kiek panašios temos atspindėjo E. Butkevičienės ir L. Rinkevičiaus studijoje - „Bendruomenės

¹ *Statistikos departamento duomenys*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=2737>>.

sampratos kaita: bendrija virtualioje erdvėje“, kurioje lyginamos tradicinės ir virtualios bendruomenės. Daugiausia mokslinių tyrimų analizuojama tema atlikta užsienio autorių (pvz., M. Fraser ir M. Dutta knyga „*Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*“; B. Wellman ir J. Sellman ir kt. „*Computer networks as social networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community*“; E. Lanza ir A. Svendsen „*Tell me who your friends are and I might be able to tell you what language(s) you speak: Social network analysis, multilingualism, and identity*“ ir kt.). Moksliniuose darbuose analizuojama virtualios komunikacijos reikšmė individo emociniai bei socialiniai būklė, gilinamasi į virtualios tapatybės formavimąsi kibernetinėje erdvėje, taip pat tiriami virtualių bendruomenių tarpusavio komunikacija. Pabrėžtina, jog paaugliams ir jų tėvams dažnai trūksta informacijos apie tikrąsias internete tykančias grėsmes, M. Shaw ir M. Black straipsnyje „*Internet Addiction: Definition, Assessment, Epidemiology and Clinical Management*“ atskleidžiami pagrindiniai kibernetiniai pavojai, su kuriais paaugliai susiduria komunikuodami socialinių tinklų svetainėse.

Suvokiama, jog nepakankamas teorinis ir praktinis problemos pažinimas gali turėti reikšmės paauglių elgesio pokyčiui, jų psichologinei bei emociniai būklėi ateityje, todėl mokslinis darbas yra naudingas norint ištirti paauglių komunikacijos ypatumas socialinių tinklų svetainėse.

Magistro darbo objektas - interneto socialiniai tinklai.

Darbo tikslas - ištirti paauglių komunikacijos ypatumus interneto socialiniuose tinkluose.

Darbo tikslui pasiekti yra formuluojami tokie **uždaviniai**:

- pateikti interneto socialinių tinklų sampratą bei išskirti pagrindinius socialinių tinklų svetainių naudojimosi motyvus;
- atskleisti virtualios tapatybės ir virtualių bendruomenių formavimosi tinkle principus;
- išskirti paauglių komunikacijos privalumus ir trūkumus socialinių tinklų svetainėse;
- aptarti pagrindines kibernetines grėsmes;
- ištirti, kokiomis priemonėmis paaugliai formuoja savo virtualų įvaizdį.

Darbo metodai – siekiant realizuoti darbo tikslą bei uždavinius, buvo naudojamos mokslinės literatūros lyginamąja analize bei sinteze. Literatūros paieška atlikta „EBSCO“ duomenų bazėje (pvz., B. Wellman ir B. Salaff ir kt. „*Computer networks as social networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community*“, D. Memmi „*The nature of virtual communities ir kt.*). Taip pat buvo susipažinta su nagrinėjamos temos mokslininkų darbais (M. Castells „*Tinklaveikos visuomenės raida*“, M. Fraser ir S. Dutta „*Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*“ ir kt.), interaktyviais straipsniais (D. Gefen „*Virtual Community*

Attraction: Why people Hand out online“ D. H. Sonnenwald ir L. G. Pierce „Information behavior in dynamic group work contexts: Interwoven situational awareness, dense social networks, and contested collaboration in command and control ir kt..).

Tyrimui įgyvendinti buvo pasirinktas kokybinio tyrimo **naujasis etnografinis ir turinio analizės metodai**. Etnografinio metodo naudojimas suteikė galimybę tirti paauglių virtualią komunikaciją elektroninėje erdvėje. Tyrimo eigoje etnografinio metodas iš dalies buvo praplėstas **stebėjimo metodu**, taikant šį metodą buvo analizuojamas virtualių bendruomenių tarpusavio narių elgesys. Taip pat pranešimų bei komentarų analizei atlikti buvo naudojama turinio analizės metodas, kuris suteikė galimybę atlikti paauglių elektroninio diskurso pobūdžio analizę bei iširti paauglių talpinamų nuotraukų tipus. Gauti duomenys suteikė galimybę identifikuoti, koku būdu paaugliai formuoja savo įvaizdį interneto socialinių tinklų svetainėse.

Darbo struktūra. Magistro darbas sudarytas iš keturių dalių bei poskyrių. Pirmoje, teorinėje, darbo dalyje (*„Interneto socialiniai tinklai“*) nagrinėjama internetinių socialinių tinklų samprata, asmenų motyvacija jungtis bei naudotis socialinius tinklus. Gilinamasi į virtualios tapatybės daugiaspektiškumą bei iliuziškumą kibernetinėje erdvėje. Antrame skyriuje (*„Paauglių komunikacijos privalumai ir trūkumai socialiniuose tinkluose“*) atskleidžiama socialinių tinklų įtaka paauglių komunikacijai, aptariami teigiami bei neigiami virtualios komunikacijos aspektai. Taip pat gilinamasi į socialinių tinklų įtaką paauglio fiziologiniai, emocinei bei psichologinei būklei. Svarstomos pagrindinės socialinių tinklų priklausomybės priežastys bei analizuojami dažniausiai pasitaikantys kibernetinių nusikaltimų atvejai virtualiuose tinkluose. Trečioje darbo dalyje (*„Paauglių įvaizdis interneto socialiniuose tinkluose“*) analizuojami virtualaus įvaizdžio formavimo būdai, taip pat detalai aptariamos pagrindinės priemonės, kuriomis paaugliai formuoja savo įvaizdį elektroninėje erdvėje. Ketvirtas darbo skyrius – empirinis tyrimas (*„Tarptautinės „The Simpson“ ir lietuviškos „Simpsonai“ virtualių bendruomenių narių elektroninio diskurso ir įvaizdžio formavimo empirinis tyrimas“*). Šiame skyriuje analizuojamos tarptautinės ir lietuviškos virtualių bendruomenių charakteristika, atliekama elektroninio diskurso elementų detali analizė. Taip pat atskleidžiamos priemonės, kuriomis naudodamiesi paaugliai formuoja savo įvaizdį virtualių tinklų svetainėse.

Mokslinis darbas gali būti naudingas informacijos ir komunikacijos studijų studentams ir dėstytojams, komunikacijos specialistams, pedagogams, paaugliams ir jų tėvams.

1. INTERNETO SOCIALINIAI TINKLAI

Interneto socialiniai tinklai kiekvieną dieną vienija milijonus vartotojų visame pasaulyje. Komunikuodami virtualiai, individai tarpusavyje dalinasi informacija, jungiasi į skirtingas virtualias bendruomenes bei grupes. Šiame skyriuje apibrėžiama interneto socialinių tinklų samprata bei išskiriami pagrindiniai naudojimosi virtualiais tinklais motyvai. Gilinamasi į virtualios tapatybės daugiaaspektiškumą bei iliuziškumą kibernetinėje erdvėje, analizuojamos pagrindinės virtualių bendruomenių formavimosi priežastys bei jų įtaka individo socializacijai.

1.1. Interneto socialinių tinklų samprata

Interneto socialiniai tinklai (IST) šiandien yra neatsiejama informacinės visuomenės dalis, iš esmės keičianti žmonių santykius bei bendravimo įpročius. Virtualūs socialiniai tinklai dažniausiai vartojami kalbant apie tinklalapius, kurie suteikia individams galimybę patiems kurti pranešimų turinį, jungtis į tarpusavio tinklus (bendruomenes bei grupes) ir tokiu būdu komunikuoti². Anot M. Castellso, *šiuolaikinės informacinės visuomenės formuojasi aplink bipolinę „Tinklo“ ir „Savojo AŠ“ priešpriešą, ši opozicija tampa informacijos amžiaus pagrindinių pokyčių prielaida*³. Mokslinėje literatūroje yra išskiriami IST apibrėžimai:

- Socialinis tinklas - socialinė struktūra, susidedanti iš asmenų, kurie yra glaudžiai susiję vienu ar keliais virtualiais tarpusavio ryšiais (pvz., draugyste, ekonominiais santykiais, giminyste, simpatija/antipatija, hobiu, religija, išsilavinimu, pomėgiais ir pan.)⁴.
- Socialinis tinklas – tai interaktyviais tarpusavio ryšiais susietų individų, jų grupių ar organizacijų darinys⁵.
- Socialinis tinklas – interneto struktūra, vienijanti tam tikrą bendrų interesų turinčią vartotojų grupę ar bendruomenę, kuri virtualiai komunikuoja tarpusavyje, naudodamiesi automatizuotomis konkrečios svetainės priemonėmis⁶.
- Socialinis tinklas – tai žmonių socialinių santykių ar ryšių (jų pobūdžio) virtuali struktūra⁷.

² GUDAUSKAITĖ, S. *Žinių visuomenės link: organizacijos darbuotojo kompetencijų poreikis*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 8 d.]. Prieiga per internetą:< http://www.leidykla.eu/fileadmin/Informacijos_mokslai/40/66-72.pdf>.

³ CASTELLS, M. *Tinklaveikos visuomenės raida*. Vilnius, 2005. p. 338

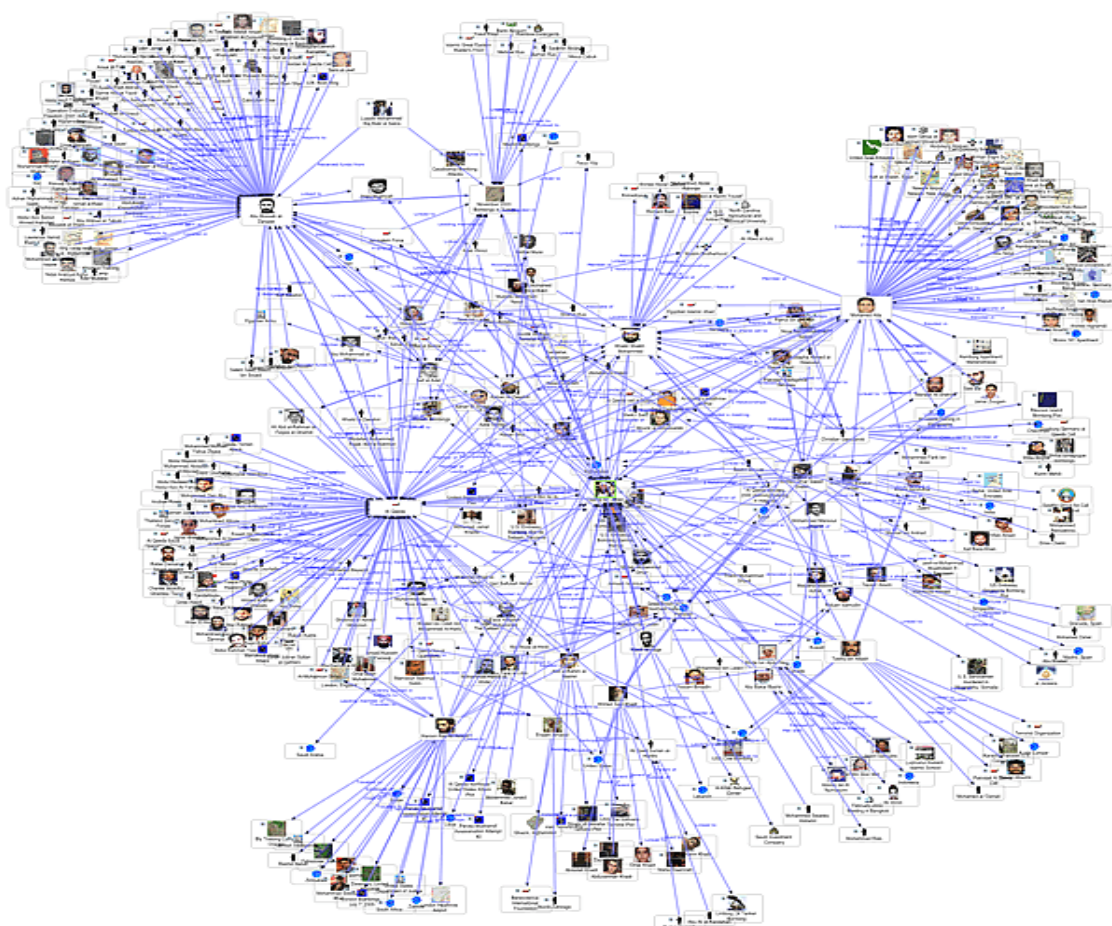
⁴ What is social networking? [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 8 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.whatissocialnetworking.com>>.

⁵ MEMMI, D. *The nature of virtual communitie*. [interaktyvi duomenų bazė]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 16 d.]. Prieiga per internetą:< <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&hid=6&sid=55168949-e7a9-41f8-82b6-122de9d6b5e0%40sessionmgr4>>.

⁶ WELLMAN, B; SALAFF, J. ir kt. *Computer networks as social networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community*. [interaktyvi duomenų bazė]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 6 d.]. Prieiga per internetą:< <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&hid=6&sid=55168949-e7a9-41f8-82b6-122de9d6b5e0%40sessionmgr4>>.

Pabrėžtina, jog socialinių tinklų svetainėse ryšiai tarp vartotojų atsiranda jiems besikeičiant informacija. Priklausomai nuo to, kokia informacija yra keičiamasi, kokiais kiekiais, kokia kryptimi ši informacija teka bei jos pasikeitimo dažnumas, nusako socialinio tinklo struktūrą. Virtuali tinklo struktūra gali būti pavaizduojama dviem būdais: **viso tinklo vaizdu ir personaliniu (egocentrinio) tinklo vaizdu**⁸. Egocentrinio tinklo vaizdas formuojamas vienam asmeniui, nurodant jo sąryšius su kitais vartotojais, kiti tinklo nariai nusakomi pagal jų specifinį ryšį su pagrindiniu asmeniu. Personalinis tinklo vaizdas yra naudingas, kai socialinio tinklo populiacija yra labai didelė, arba jos ribos yra sunkiai apibrėžiamos. Tinklo apimtis priklauso nuo to, kokią bendruomenę (mažą ar didelę) jis nusako. Sujungus visus mazgus ir juos rišančius ryšius gaunamas viso socialinio tinklo vaizdas (1 paveikslas).

1 paveikslas. Vartotojo kontaktų ryšiai su kitais socialinio tinklo vartotojais⁹



* Šaltinis: <http://www.fmsasg.com/SocialNetworkAnalysis/>.

⁷ WELLMAN, B; SALAFF, J. ir kt. *Computer networks as social networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community*. [interaktyvi duomenų bazė]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 6 d.]. Prieiga per internetą:<<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&hid=6&sid=55168949-e7a9-41f8-82b6-122de9d6b5e0%40sessionmgr4>>.

⁸ Social Network Analysis (SNA). interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 11 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.fmsasg.com/SocialNetworkAnalysis/>>.

⁹ Ten pat, išnaša 8.

Kaip matoma iš pavyzdžio, komunikuodamas socialinėje svetainėje asmuo persiunčia bei paviešina savo informaciją kitiems vartotojo asmeniniame kontaktų sąrašė esantiems pažįstamiems ir draugams. Socialinio tinklo žvaigždė – tai vartotojas, turintis daugiausia kontaktų su kitais svetainės vartotojais¹⁰. Asmuo, kuris platina informaciją tarp kitų narių, vadinamas tarpininku. Kaip teigia J. Bernal¹¹, ryšiai tarp svetainės narių gali būti silpni – stiprūs/tvirti. Silpni ryšiai kinta nuolatos, dažniausiai jie egzistuoja trumpą laiko tarpą tarp individų ar grupės narių (pvz., būtinai informacijai apsikeisti). Stiprūs ryšiai dažniausiai yra abipusiai, glaudūs bei ilgalaikiai. Nariai, palaikantys tvirtus ryšius, yra labiau motyvuoti keistis turima informacija, ja dalintis su virtualias draugais. Taigi galima teigti, jog pagrindinis IST tikslas – palaikyti tvirtus bei ilgalaikius ryšius tarp individų, priklausančių bendram socialiniam tinklui.

Remiantis S. Dutta ir M. Fraser, socialinių tinklų svetainės pagal tipologiją gali būti suskirstytos į penkias kategorijas¹²:

- egocentrinės,
- bendruomeninės,
- oportunistinės,
- nukreiptos į aistras,
- dalijimosi informacija.

Egocentriniai tinklai - tai populiaros „profilinės“ svetainės, kurios yra kaip platformos „draugų“ tinklams, kur nariai savo internetiniame socialiniame tinkle „baksnoja“ ir „mėto avytes“ į kitus svetainės narius (pvz., MySpace, Facebook). Šie tinklai taip pat yra kaip platforma virtualiai tapatybei kurti. Antra - **bendruomeniniai** tinklai. Šios svetainės sujungia narius stipriais tapatumo ryšiais, paremtais tautybe, rase, religija, seksualine orientacija ir t. t.. Tokio pobūdžio svetainėse ypač giliai išsisknijęs bendrumo jausmas, jos dažnai atkartoja bendruomenes, kurios egzistuoja realiai gyvenime. Trečia - **oportunistiniai** tinklai. Tai tokios socialiai organizuotos svetainės, kurių nariai jungiasi ar komunikuoja dėl racionalių priežasčių, kaip: verslo ryšiai, bendri projektai ir pan.. Ši kategorija taip pat apima vertikalčiai apibrėžtas profesines svetaines. Ketvirta - **į aistras nukreipti** tinklai. Šios svetainės suburbia žmones, kuriuos vienija bendri interesai ir hobiai. Taip pat dar vadinamos „bendrų interesų bendruomenėmis“, narystė šiose svetainėse apibrėžiama horizontalčiai pagal „aistras“ (gyvūnai, automobiliai, kino filmai, kompiuteriniai žaidimai ir t.t.). Galiausiai - tokios **dalijimosi informacija** svetainės kaip **YouTube** ir **Flickr** yra apibūdinamos ne pagal narystę,

¹⁰ *Social Network Analysis (SNA)*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 11 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.fmsasg.com/SocialNetworkAnalysis/>>.

¹¹ BERNAL, J. *The relationship between Web 2.0. and social networking*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 11 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.ibmpressbooks.com/articles/article.asp?p=1400615&seqNum=5>>.

¹² FRASER, M; DUTTA, S. *Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*. Vilnius, 2010, p. 265

bet pagal jų turinį. **YouTube** buria žmones, kurie dalijasi vaizdo filmukais, o **Flickr** vienija vartotojus, kurie skelbia bei dalinasi savo nuotraukomis.

Suvokiama, jog IST yra vienas iš esminių šiuolaikinio žmogaus socialinės integracijos ir socialinės adaptacijos veiksnių. Remiantis D. H. Sonnenwald išvalgomis, pagrindiniai naudojami virtualiais tinklais motyvai yra:¹³:

- **anonimiškumas:** leidžia vartotojui jaustis laisvam, nes komunikacijos nevaržo išsigalėję stereotipai, socialinė, ekonominė padėtis visuomenėje, socialiniai vaidmenys, amžius, fiziniai požymiai, išvaizda, lytis, apranga ir kt.;
- galimybė tenkinti **smalsumą** ir žinoti, kokia veikla užsiima kiti tinklo vartotojai;
- **saviraiška:** narys gali ne tik kurti elektroninį diskursą, bet ir konstruoti savo virtualųjį „Aš“;
- **iliuziškumas:** tai, ką žmogus mano apie save, kaip save apibūdina bei vertina, nebūtinai turi reikšti, kad jis toks ir yra realiame gyvenime.
- rašytinis diskursas vartotojui leidžia **stimuliuoti, slėpti jausmus, nuotaikas, reakcijas**, kurios tiesioginio komunikavimo metu perduodamos neverbalinėmis kalbos priemonėmis.
- **tinklo globalumas:** svetainės narys gali nevaržomai komunikuoti su vartotojais, kurie yra nutolę lokaliai. Komunikacijai įtakos neturi nei bendravimo laikas, nei vieta.

Virtualūs socialiniai tinklai atlieka ne tik savęs reprezentacijos, bet ir socialinių santykių su draugais bei pažįstamais kūrimo funkcijas. IST puslapiai vartotojų yra naudojami informacijai apie gerai ir menkai pažįstamus žmones gauti. Individai registruojasi į socialines svetaines pirmiausia tam, kad gautų prieigą prie kitų vartotojų profilio bei jų sukurto pranešimų turinio. Galima išskirti pagrindines IST vartotojų funkcijas socialinėse svetainėse¹⁴:

- asmeninės informacijos administravimas (savo profilio kūrimas bei redagavimas);
- dalyvavimas socialinio tinklo veikloje (informacijos skleidimas, dalyvavimas diskusijose ar virtualiuose pokalbiuose, savo dienoraščio rašymas, ir pan.);
- naudingos ar reikalingos informacijos paieška;
- svetainės narių administravimas (galimybė pridėti ar ištrinti vartotojus iš savo kontaktų sąrašo).

¹³ SONNENWALD, D. H., PIERCE, L. G. *Information behaviour in dynamic group work contexts: Interwoven situational awareness, dense social networks, and contested collaboration in command and control*. Information Processing & Management, 2000, p. 461–479.

¹⁴ RICHER, A; KOCH, M. *Functions of social networking services*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 11 d.]. Prieiga per internetą: <http://unibw.academia.edu/MichaelKoch/Papers/77200/Functions_of_Social_Networking_Services>.

Apibendrinant galima teigti, jog socialinis tinklas - tai virtuali socialinė struktūra, sudaryta iš vartotojų, kurie sujungti vienu ar daugiau tam tikro tipo ryšiais (pvz., silpnais ar tvirtais/ilgalaikiais). Virtualiai komunikuodamas, teigdamas realią informaciją apie savo gyvenimą, pomėgius, pasiekimus, svetainės narys jaučiasi esąs virtualaus tinklo dalis (žvaigždė). Svarbiausi motyvai, skatinantys virtualią komunikaciją tinkle yra anonimiškumas, smalsumo tenkinimas, saviraiška, galimybė slėpti jausmus ir reakcijas, iliuziškumas bei tinklo globalumas. Pabrėžtina, jog IST yra tarptautiniai, todėl vartotojų tarpusavio komunikacijos neriboja nei laikas, nei geografinė vieta.

1.2. Virtualios tapatybės iliuziškumas socialinėse svetainėse

S. Dutta ir M. Fraser nuomone, *tapatybės realiame pasaulyje yra socialiai konstruojamos pagal institucines vertybes, o virtuali erdvė sukuria platesnę horizontalę erdvę, kuri palengvina individualų tapatybių kūrimą*¹⁵. Suvokiama, jog mūsų tapatybę formuoja net tik socio-ekonominis statusas, lytis, religija, amžius, tautybė, išsilavinimas, tačiau ir aplinkinių subjektyvus požiūris apie mus ir mūsų asmenybę. Tačiau virtualioje aplinkoje veikia visai kiti tapatybės kūrimo principai. Asmenys, kurie realiai komunikuodami susiduria su skirtingomis bendravimo problemomis, yra depresyvūs, vieniši, kibernetinėje erdvėje yra labiau linkę formuoti virtualią tapatybę kaip idealųjį savo „Aš“ atvaizdą¹⁶. Tokioms tapatybėms socialinio tinklo platforma tampa vieta, kur jos gali įgyvendinti savo fantazijas, pvz., asmuo, kuris realiame gyvenime yra tylus, uždaras, virtualioje realybėje gali tapti lyderiu, superherojumi, žaidimuose ir virtualiuose kontaktuose išgyventi trokštamą emocijas.

Remiantis E. Goffman dramaturgine savęs pateikimo teorija, galima teigti¹⁷, jog individai savo tapatybę kuria **savęs idealizacijos ir mistifikacijos principais**. Suvokiame, jog individai, konstruodami savo profilį (t.y. pildydami registracijos anketą) ir kurdami dekoracijas (t.y. pateikdami papildomą vaizdinę medžiagą: nuotraukas, video įrašus), save idealizuoja nepateikdami trūkumų ar blogų įpročių bei, ribodami asmeninių kontaktų ar kitos informacijos apie save pateikimą, mistifikuoja savo santykį su kitais svetainės nariais. Anot L. S. Miller, galima išskirti virtualius socialinių tinklų puslapių tipus, kuriuose vartotojas savireprezentuoja savo tapatybę¹⁸:

1. **Individualūs**. Toks puslapis yra skirtas savęs pristatymui, jo turinį paprastai sudaro: vartotojo profilio informacija, nuotrauka(-os), informacija apie pomėgius, hobi, išsilavinimą ir pan.

¹⁵ FRASER, M; DUTTA, S. *Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*. Vilnius, 2010, p. 265

¹⁶ Te pat, išnaša 15.

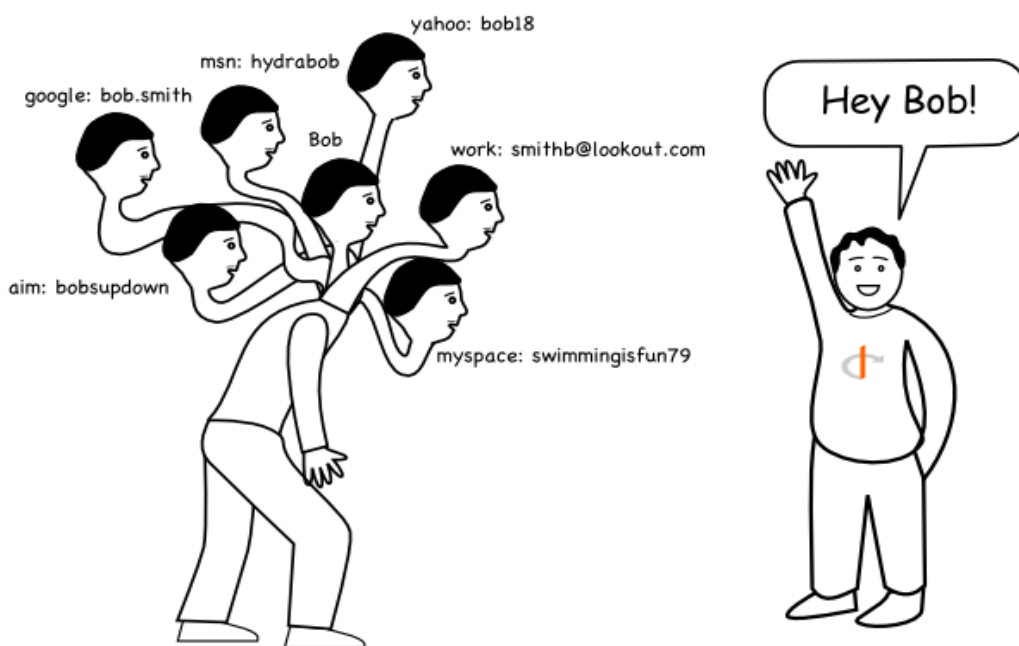
¹⁷ GOFFMAN, E. Savęs pateikimas kasdieniniame gyvenime. Vinius, 2000, p. 190

¹⁸ MILLER, H. *The presentation of self in WWW home pages*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 23 d.]. Prieiga per internetą: < <http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/millmath.htm> >.

2. **Informaciniai.** Juose pateikiamas vartotojo tvarkaraštis ar dienotvarkė, trumpas gyvenimo aprašymas, kontaktai ir pan.
3. **Šeimyniniai.** Dažniausiai tai šeimos puslapiai, kuriuose pateikiama informacija apie visus narius, nurodant jų pasiekimus, vietą šeimoje, visuomenėje ir pan.
4. **Orientuoti į informacijos sklaidą.** Tai pirmojo tipo puslapių kraštutiniai, t.y. juose labai mažai informacijos apie patį asmenį, tačiau daug nuorodų į tai, kas, jo (jos) manymu, yra šaunu, patrauklu bei madinga.
5. **Reklaminiai.** Šiame puslapyje svetainės narys akcentuoja, koks jis yra talentingas, kūrybingas, populiarus ar net šokiruojantis. Čia svarbiausia ne savo tapatybės pristatymas bei objektyvumas, tačiau savęs reklamavimas (angl. self-promotion).

Pabrėžtina, jog individualus savęs pateikimas (virtualios tapatybės formavimas) bei pristatymas per asmenines interneto svetaines dažnai yra neatsiejamas nuo neteisingos reprezentacijos (2 paveikslas)¹⁹. Tačiau, net jei individualioje asmeninėje svetainėje informacija pateikta tiksliai, atvirai ir išsamiai, dėl tam tikrų techninių ar netechninių priežasčių svetainės lankytojas gali susidaryti klaidingą arba neišsamią nuomonę apie socialinės svetainės vartotoją. 2 paveikslas.

2 paveikslas. Virtuali tapatybė socialiniuose tinkluose²⁰



*Šaltinis: <http://www.fmsasg.com/SocialNetworkAnalysis/>

¹⁹ MILLER, H. *The presentation of self in WWW home pages*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/millmath.htm>>.

²⁰ *Why should i use OpenID?* [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.openidexplained.com/>>.

Kaip matoma iš pavyzdžio, virtualiame pasaulyje galima „žaisti“ su keliomis tapatybėmis iš karto, modeliuojant jas priklausomai nuo aplinkos, komunikavimo pobūdžio bei tikslo, nuotaikos, situacijos ir pašnekovų. Mokslinėje literatūroje yra išskiriama tapatybės *disagregacijos* sąvoka²¹, kuri reiškia asmenybės suskilimą ar daugiaaspektiškumą. Internetiniame pasaulyje vienietinė asmenybė gali pavirsti daugialype bei iliuziška, t.y. išgalvota, nestabilia, sąlygiška, falsifikuota ir pan.. Taip pat gali kisti ir tapatybės egzistavimo socialiniam tinklė laikas, kuris gali svyruoti nuo kelių minučių iki kelių ar kelerių metų. Pabrėžtina, jog konfrontacija arba tapatybės kritika nėra gąsdinanti, nes patys individai yra virtualūs, o tapatybė dažnai iliuziška.

Apibendrinat galima teigti, jog virtualus tapatumas yra asmens idealusis „Aš“, kuris socialinių tinklų svetainėse išstumia netobuląjį realųjį „Aš“. Virtualus pasaulis tampa ta vieta, kurioje realizuojami patys slapčiausi individo norai bei troškimai, taip pat suteikiama galimybė išgyventi norimas emocijas. Tačiau reikšminga, jog tokios virtualios tapatybės gali būti daugialypės bei labai iliuziškuos, t.y. jos gali būti išgalvotos, nestabilios, sąlygiškos ar net falsifikuotos.

1.3. Virtualus bendruomenių formavimasis interneto socialiniuose tinkluose

Virtuali bendruomenė (v-bendruomenė) - žmonių grupė, kurią sieja bendri interesai, pomėgiai, hobiai, išsilavinimas ir pan. Ši bendruomenė tarpusavyje komunikuoja per elektroninius kanalus (pvz., socialines svetaines, pokalbių kanalus ir pan.). Remiantis E. Butkevičienės ir L. Rinkevičiaus išvalgomis galima teigti²², jog klasikinės bendruomenės neišvengiamai orientuojasi į geografinę vietovę (yra lokaliai apibrėžtos), tuo metu v-bendruomenėse geografinė vieta nebėra bendruomenės telkimosi pagrindas. Geografiškai lokalizuota, socialiai nusistovėjusi vietovė keičiama virtualia erdve, todėl sustiprėja kitų socialinės telkties veiksnių reikšmė.

Nemažai užsienio mokslininkų tyrinėjusių v-bendruomenes bei grupes (pvz., A. Smith ir P. Kollock, B. Daniel, B. Hunter ir kt.) sutinka, kad elektroninėje erdvėje susikūrusios bendruomenės pasižymi panašiomis charakteristikomis kaip ir tradicinės lokals bendruomenės, pvz., narystė bei su ja susijęs atsiribojimas nuo kitų grupių; grupės turi vertybės, taisyklės bei naudojasi specifiniais simboliais, grupės narius vienija pagalbos ir paramos ryšiai bei bendri emociniai ir socialiniai saitai. Pabrėžtina, jog bendruomeniškumo jausmas itin svarbus uždaro v-bendruomenėms, nes tokios bendruomenės yra labiau orientuotos į bendro tikslo siekimą, stipresnį narių identifikavimąsi su grupe. Suvokiama, jog šiuolaikinės v-bendruomenės ne tik tarpusavyje keičiasi informacija, bet ir

²¹ FRASER, M; DUTTA, S. *Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*. Vilnius, 2010, p. 26

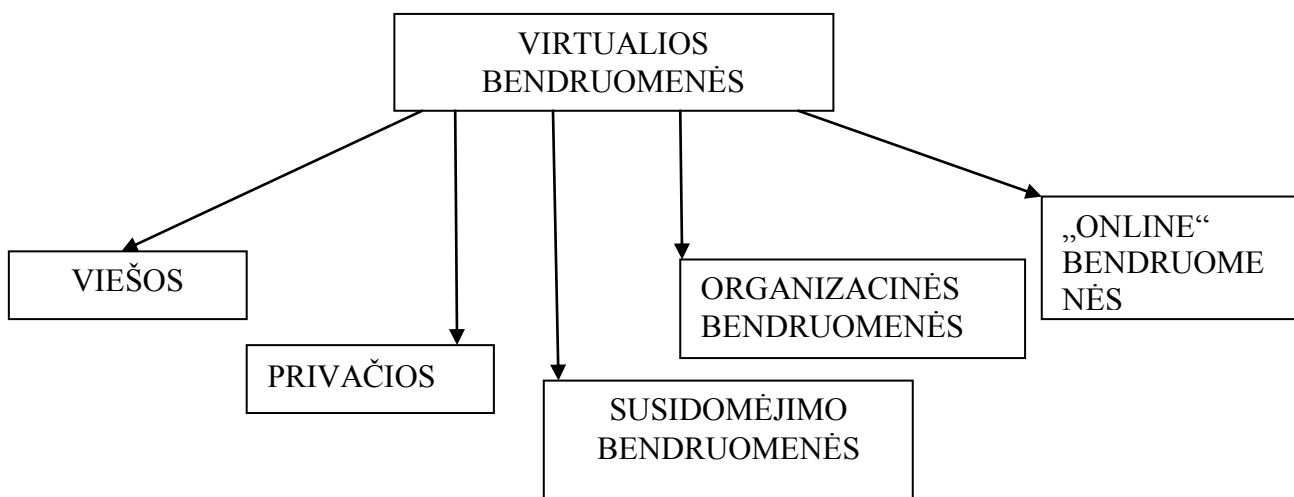
²² BUTKEVIČIENĖ, E; RINKEVIČIUS, L. E. *Rethinking the concept of community: communities in cyberspace*. [interaktyvus serialinis leidinys]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 18 d.]. Prieiga per internetą: <<http://info.smf.ktu.lt/Edukin/zurnalas/archive/pdf/2006%203%20%2853%29%204%20E.%20Butkeviciene,%20L.%20Rinkevicius.pdf>>.

virtualiai žaidžia internetinius žaidimus, diskutuoja, dalinasi muzikos ir vaizdo įrašais, taip pat ypač svarbus tarptautinis aspektas, nes IST svetainės narius sujungia su kitų šalių vartotojais. M. C. Ridings ir D. Gefen nuomone²³, bendravimas v-bendruomenėse gali suteikia net įvairių privilegijų, pvz., socialinę paramą, nes tokiose bendruomenėse jungia vartotojai, kurie ieško ne tik naudingos informacijos sau, bet padeda ir kitiems virtualaus tinklo nariams. Remiantis autorių atliktu tyrimu, galima išskirti pagrindines interaktyvių bendruomenių charakteristikas:

- Bendruomenės nariai turi bendrą **tikslą, interesą, poreikį** ar **užsiėmimą**, kuris ir yra pagrindinė priklausymo bendruomenei priežastis.
- Nariai nuolatos dalyvauja bendruomenės veikloje taip stiprindami tarpusavio emocinius ir komunikacinius ryšius.
- Nariai turi priėjimą prie bendrų **resursų, savo taisykles, vertybes, simbolius bei normas**.
- Nariams labai svarbus apsikeitimo informacija procesas, tarpusavio parama ir įsipareigojimai.

Suvokiama, jog interaktyvios v-bendruomenės gali būti ilgalaikės ir trumpalaikės. Trumpai gyvuojančios bendruomenės egzistuoja iki tol, kol jų tikslai būna pasiekti, pasiekus tikslą, jos disintegruojasi. Ilgainiui komunikuojant tarp bendruomenės narių atsiranda glaudūs ryšiai, kurie kartais persikelia ir į realybę (kitais atvejais realios bendruomenės persikelia į virtualius tinklus). Kaip buvo minėta, kibernetinės bendruomenės yra virtualios narių grupės, turinčios specifines taisykles, dinamiką bei sąveikaujančios su kitomis bendruomenėmis, grupėmis, subgrupėmis. Remiantis S. Boettcher²⁴, galima išskirti pagrindines v-bendruomenių tipus (1 schema).

1 schema. Virtualių bendruomenių tipai



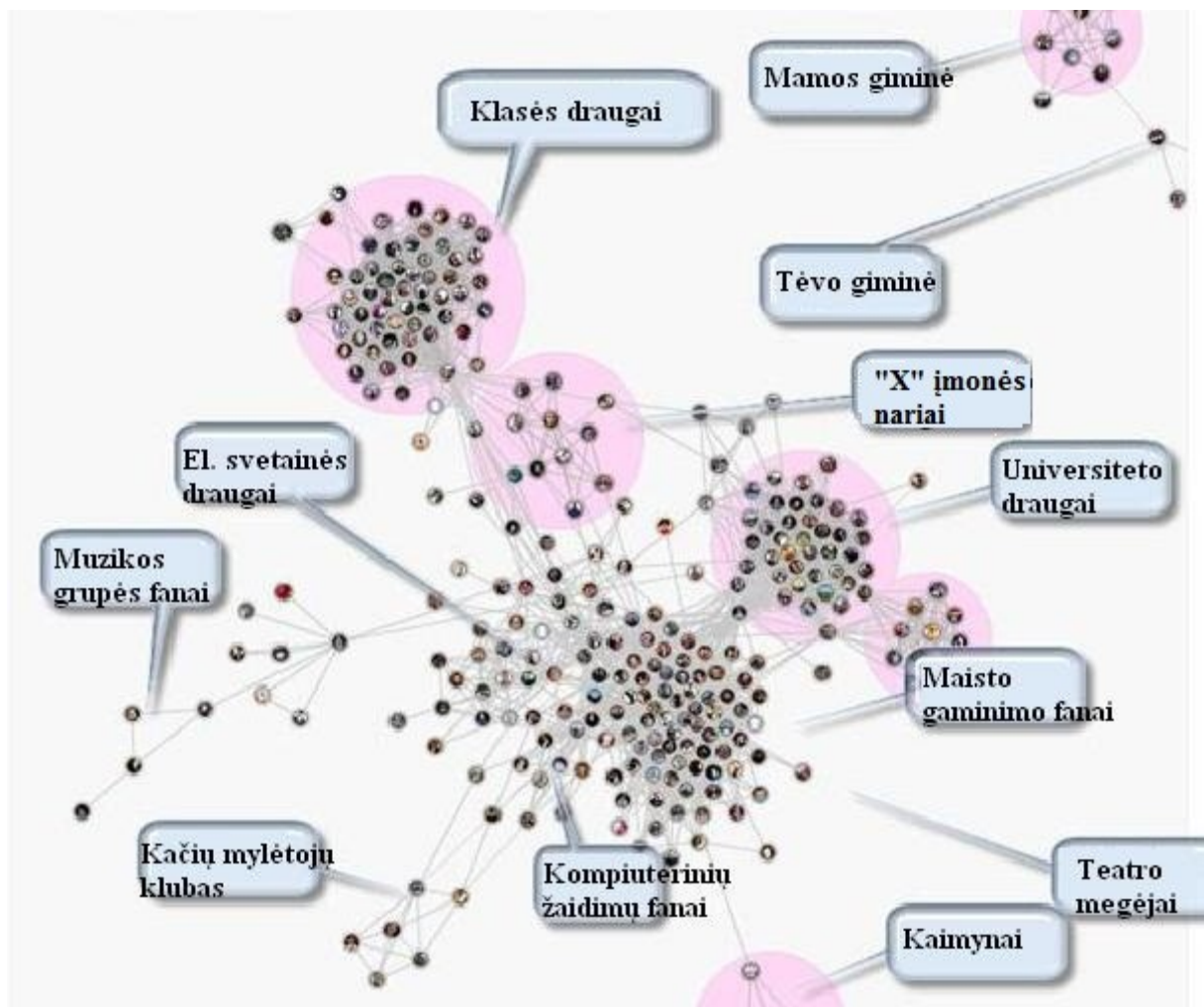
* Šaltinis: schema sudaryta pagal <http://www.fullcirc.com/community/communitytypes.htm>

²³ RIDINGS, M. C; GEFEN, D. *Virtual Community Attraction: Why people Hand out online*. [interaktyvus serialinis leidiys]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 18 d.]. Prieiga per internetą:< http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/ridings_gefen.html>.

²⁴ BOETTCHEER, S. *What types of virtual communities can I build and what tools are available?* [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 18 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.fullcirc.com/community/communitytypes.htm>>.

Viešos bendruomenės yra atviros kiekvienam, nepriklausomai ar nariai priklauso šiai v-bendruomenei ar ne, t.y. ar jie turi identifikavimo kodą ar neturi. Privati bendruomenė atvira tik tiems jos nariams, kuriems yra specialiai suteikta prieiga prie privačios bendruomenės (pvz., siunčiamas individualus prisijungimo prie grupės pakvietimas). Virtualios susidomėjimo bendruomenės buria žmones, kurie tarpusavyje dalinasi informacija, aptaria aktualias gyvenimo temas bei įvykius (mokslas, muzika, pramogos ir pan.). Organizacinės bendruomenės telkia narius, kurie priklauso vienai ar kitai organizacijai, įmonei (pvz., yra organizacijos darbuotojai, darbdaviai, klientai, investuotojai ir pan.). Vietinės "Online" bendruomenės dažnai kuriamos gyvenviečių kaimynystėje, kaimuose, miesteliuose ar miestuose. Šių bendruomenių paskirtis - išlaikyti realiai egzistuojančias bendruomenės narius arčiau vieni kitų, dalintis svarbiausiais įvykiais, padėti vieni kitiems (pvz., tautinių mažumų bendruomenės ir pan.). Antrame paveiksle galima pamatyti IST vartotojo sąveiką bei ryšius su skirtingomis v-bendruomenėmis bei grupėmis (3 paveikslas).

3 paveikslas. IST vartotojo sąveiką bei ryšius tarp virtualių bendruomenių



* Šaltinis: <http://suifaijohnmak.wordpress.com/2011/03/22/cck11-networked-learning/>

Kaip matoma iš pavyzdžio, svetainės vartotojas gali priklausyti skirtingų tipų bendruomenėms ar grupėms. Rausva spalva apibrėžtos bendruomenės yra virtualios ir tuo pačiu realiai egzistuojančios (pvz., Tėvo, Motinos giminė, klasės ir universiteto draugai, kaimynai). Šias v-bendruomenės galima priskirti „Online“ tipo bendruomenėms. Virtualios susidomėjimo bendruomenės: Kačių mylėtojų klubas, Kompiuterinių žaidimų fan klubas, Teatro mėgėjų grupė ir pan.. Šios grupės dažniausiai buriasi pagal pomėgius ir hobi. Priklausomai nuo virtualių ryšių stiprumo, šių bendruomenių nariai gali bendrauti ir susitikinėti realiame gyvenime. Organizacinės bendruomenės sieja svetainės vartotoją su įmone, kurioje jis dirba (ryšiai tarp bendradarbių, darbdavių ar klientų). Reikšminga, jog v-bendruomenės nebūtinai yra griežtai susiformavusios ar komunikabiliai ribotos, jos gali pintis tarpusavyje, priklausyti viena nuo kitos ir pan. Taigi v-bendruomenės dalyviai lygiagrečiai gali priklausyti neribotam skaičiui virtualių bendrijų ir grupių.

Pabrėžtina, jog virtualios bendruomenės suteikia galimybę ieškoti pažinčių iš viso pasaulio (t.y. bendruomenės yra tarptautinės), realizuoti bendravimo poreikį, bendrauti su draugais, kurie yra lokaliai nutolę, ieškoti psichologinės paramos ir pan. J. Hagel ir A. G. Armstrong mokslininkų manymu²⁵, narių sąveikos virtualioje bendruomenėje yra pagrįstos individų noru realizuoti savo poreikius. Remiantis P. Kollock²⁶, galima išskirti pagrindinės jungimosi į v-bendruomenes priežastis:

- Galimybė gauti **operatyvią informaciją ar pagalbą**;
- **Pripažinimas** – vartotojai nori būti pripažinti, svarbūs bei reikšmingi internetinėje erdvėje.
- **Populiarumas**. Populiarumo siekis yra vienas iš dažniausių vartotojų motyvacijos priežasčių. Kuo daugiau bendruomenės narių pamato konkretaus vartotojo nuopelnus bei indelį į grupės veiklą, tuo didesnę populiarumą jis įgauna.
- **Prisidėjimo jausmas** – dalis svetainės narių prisideda prie bendruomenės veiklos, vien tam, jog padėtų kitiems bendruomenės dalyviams. Palikdami informaciją ar įrašą, jie tarsi įprasmina save internetinėje erdvėje.
- **Tarpusavio ryšiai**. Kuo daugiau draugų narys turi bendruomenės viduje, tuo svarbesnis ir dažnesnis jam tampa dalyvavimas tos bendruomenės veikloje.
- **Emocinis saugumas** – priklausomybės bendruomenei jausmas. Sistemingai komunikuojant bendruomenėje atsiranda saugumo bei pastovumo pojūtis.

²⁵ HAGEL, J. A. G. ARMSTRONG. *Expanding markets through virtual communities*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 18 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.questia.com/googleScholar.qst?docId=5000569332>>.

²⁶ KOOLLOCK, P. *Design principles for online communities*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 18 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.sscnet.ucla.edu/soc/faculty/kollock/papers/design.htm>>.

- **Altruizmas** – vartotojams tarpusavyje keičiantis pozityvia multimedine medžiaga (pvz., linksmi paveiksliukai, optimistinės dainos, smagūs vaizdo įrašai ir pan.) atsiranda abipusės laimės bei pasitenkinimo pojūtis.

Reikšminga paminėti, jog v-bendruomenių egzistavimas kibernetinėje erdvėje turi ir neigiamų aspektų. Anot S. G. Jones, galimybė nesunkiai užsiregistruoti ar išsiregistruoti iš socialinių svetainių gali lemti v-bendruomenės egzistavimo trumpalaikiškumą ar visišką išnykimą²⁷. Tikėtina, jog tokios „nesudėtingos“ įstojimo į virtualias grupes sąlygos gali keisti individo atsakomybės laipsnį, nes narys gali „išstoti“ iš tam tikros virtualios grupės ar bendruomenės, nebedalyvauti arba pasyviai dalyvauti bendruomenės veikloje. Tačiau analogiškai pasišalinti iš geografiškai lokalizuotos grupės ar bendruomenės, rišančios giminystės, draugystės ar kitokiais socialiniais saitais yra kur kas sudėtingesnės, o kartais apskritai sunkiai įmanomos.

Apibendrinant galima teigti, jog socialiniai tinklai užima ypatingą vietą individo gyvenime bei keičia jo socialinius ir komunikacinius tarpusavio santykius. Pagrindiniai motyvai, skatinantys individą komunikuoti virtualiai, yra anonimiškumas, saviraiška, tapatybės iliuziškumas bei galimybė stimuliuoti ir keisti savo rašytinį diskursą. Individas, kurdamas savo tapatybę, ją modeliuoja priklausomai nuo aplinkos, komunikavimo pobūdžio bei tikslo, nuotaikos, situacijos ir pašnekovų, todėl dažnai susiduriama su tapatybės iliuziškumo ir daugiaspektiškumo kibernetinėje erdvėje problemomis. Pabrėžtina, jog virtuali komunikacija yra paremta tam tikrų tarpusavio ryšių (t.y. silpnų, stiprių/tvirtų) palaikymu. Stiprių bei tvirtų ryšių palaikymas yra charakteringas v-bendruomenėms. Virtualių bendruomenių formavimosi procese svarbiausias veiksnys - bendri svetainių vartotojų interesai bei siekiai. Dalyvavimas v-bendruomenės veikloje individams suteikia saugumo bei reikalingumo pojūtį, taip pat komunikuojant virtualiai yra stiprinami abipusiai tarpusavio narių socialiniai ryšiai.

²⁷ JONES, S. G. *Cybersociety: computer-mediated communication ad community*. Sage, 1998, p. 220

2. PAAUGLIŲ KOMUNIKACIJOS PRIVALUMAI IR TRŪKUMAI SOCIALINIUOSE TINKLUOSE

Pastebima, jog paaugliai vis dažniau savo laisvalaikį praleidžia virtualių tinklų svetainėse. Komunikuodami virtualiai jie ieško naujų pažinčių bei socialinių kontaktų, keičiasi naujausia informacija, rašo žinutes ar paprasčiausiai žaidžia kompiuterinius žaidimus. Skyriuje toliau analizuojama socialinių tinklų svetainių įtaka paauglių komunikacijai, aptariami teigiami bei neigiami virtualios komunikacijos aspektai. Taip pat gilinamasi į socialinių tinklų įtaką paauglio fiziologiniai, emociniai bei psichologiniai būklei. Svarstomos pagrindinės socialinių tinklų priklausomybės priežastys bei analizuojami reikšmingiausi kibernetinių grėsmių atvejai, su kuriais paaugliai gali susidurti komunuodami virtualiose socialinėse svetainėse.

2.1. Paauglių komunikacija interneto socialiniuose tinkluose

Šiuolaikinių paauglių gyvenimas balansuoja tarp nuolatinės įtampos, tarpusavio konkurencijos, savarankiškumo ir finansinės priklausomybės, tradicijos ir šiuolaikiškumo. Paauglystei ypač būdinga identifikacijos krizė, kurios metu jaunuolis savąjį „aš“ lygina su įsivaizduojamu. Toks noras konstruoti virtualias tapatybes yra susijęs su nepakankama įvairių „aš“ aspektų realizacija gyvenime arba kai realus paauglio gyvenimas atrodo pernelyg nuobodus.

Komunuodami socialinių tinklų svetainėse, paaugliai siekia dalintis informacija, žiniomis, nuomonėmis, palaikyti tarpusavio ryšius, kurie dažnai grindžiami asmeninėmis simpatijomis, pomėgiais bei interesais. Pastebima, jog mokslininkai skirtingai vertina virtualaus bendravimo svarbą bei reikšmę. Kritiškai į virtualią komunikaciją žiūrintys teoretikai teigia (pvz., Michael S. Hendryx, Melissa M. Ahern, Nicholas P. Lovrich, and Arthur H. McCurdy)²⁸, kad dėl laiko ir prioritetų perskirstymo gali sumažėti šeimos nariams, draugams bei laisvalaikiui skiriamas dėmesys, todėl gali susilpnėti paauglio realūs tarpusavio socialiniai ryšiai. Kiti teoretikai teigia (L. Garton, C. Haythornthwaite, B. Wellman)²⁹, jog virtuali erdvė yra alternatyva tradiciniuose žmonių santykiuose, tačiau jokių būdu ne tarpusavio komunikacijos pakaitalas.

J. Wartella komunikaciją socialiniuose tinkluose vertina palankiai, jis teigia, jog virtualūs ryšiai stiprina paauglio komunikacinę kompetenciją, suteikia galimybę palaikyti senus bei užmegzti

²⁸ MICKAEL, S.; HENDRYX, S; ir kt. *Access to health care and community social capital*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010 m. Balandžio 17 d.]. Prieiga per internetą: < <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1475-6773.00111/full>>.

²⁹ GARTON, L; ir kt. *Studying online social networks*. Journal of Computer-Mediated Communication. 1997, p.14

naujus kontaktus³⁰. Suvokiama, jog paaugliai bendraudami virtualiai jaučiasi mažiau suvaržyti, laisviau komunikuoja, leidžia sau pasakyti daugiau, nei išdrįstų realiame gyvenime. Bendraudami interaktyviai jaunuoliai gali rinktis, su kuo ir kada komunikuoti, turi galimybę apgalvoti siunčiamų pranešimų turinį ir taip kontroliuoti sąveikas su kitais svetainės vartotojais. Taip pat paauglys gali perkelti tradicinius tarpusavio santykius į virtualią erdvę, todėl atsiranda galimybė santykius padaryti dar gilesnius ir nuoširdesnius, o komunikaciją intensyvesnę. Pabrėžtina, jog paaugliams tapatybės kūrimas socialiniuose tinkluose yra saviraiškos forma, turinti azartinio žaidimo elementų, nes galima eksperimentuoti su savo asmenybe, pasirinkti įvairius socialinius vaidmenis, nuslėpti/nutylėti nepageidaujamą informaciją (pvz., amžių, lytį, rasę, tautybę ir pan.), vienu metu kurti kelias skirtingas virtualias tapatybes.

Gilinantį į psichologines bei socialines priežastis skatinančias paauglius bendrauti virtualioje erdvėje, reiktų paminėti K. S. Young. Autoriaus manymu, galima išskirti keletą svarbiausių faktorių, lemiančių norą dalyvauti IST veikloje³¹:

- **Daugybės anoniminių socialinių sąveikų galimybė bei saugumo pojūtis.** IST suteikia galimybę anonimiškai dalyvauti komunikacijoje. Paauglys virtualioje aplinkoje labiau pasitiki savimi, elgiasi laisviau, nes nebijo būti identifikuotas.
- **Virtualus savo fantazijų ir troškimų realizavimas.** Stimuliuojanti socialinės svetainės aplinka yra patraukli savo daugiaspektiškumu, įvairialypės informacijos gausa, socialinių kontaktų galimybėmis bei sąveikomis.
- **Grižtamasis ryšys.** IST suteikia galimybę surasti norimus „pašnekovus“, užmegzti su jais kontaktą ir tą kontaktą kontroliuoti. Svetainėje lengva jungtis į skirtingas v-bendruomenes bei grupes, tokiu būdu paauglys gali palaikyti pastovų kontaktą bei dalyvauti virtualioje veikloje su kitais grupės nariais.
- **Prieinamumas.** Dalyvavimas stimuliuojančioje bei įdomioje socialinėje veikloje nereikalauja didelių kaštų, kompiuteriai yra lengvai prieinami namuose, mokyklose ar bibliotekose.

Suvokiama, jog vienas iš reikšmingiausių motyvų, skatinančių jaunuolius komunikuoti IST yra virtualus anonimiškumas, kuris sudaro sąlygas pasakyti tai, ką paauglys iš tiesų jaučia, galvoja bei išgyvena. Virtualios komunikacijos metu paaugliai modeliuoja santykius su tokiais pat anonimais, kaip ir jie patys. Anonimiškumas socialiniuose tinkluose suteikia galimybę atidėti tam tikrus

³⁰ WARTELLA, A. E. *Children and computers: new technology old concerns // The future of children*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 17 d.]. Prieiga per internetą: <www.futureofchildren.org> .

³¹ YOUNG, K. S. *New trends in the study of pathological Internet Use*, Invited panelist for Symposia at the American Psychological Association. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://etd.ohiolink.edu/send-pdf.cgi/DiNicola%20Michael.pdf?ohiou1088177898>> .

individo tapatumo aspektus tam, kad paauglys nevaržomai galėtų saugiai išreikšti kitus. Kaip jau buvo minėta, interaktyvioje erdvėje išnyksta fizinis kontaktas su pašnekovu, dėl to daugelis tiesioginės komunikacijos bendravimui būdingų bruožų (pvz., kūno kalba, akių kontaktas) praranda prasmę. Virtualios komunikacijos metu jaunuolis savo tapatybę gali konstruoti bei keisti daugybę kartų, todėl IST tampa niša, kurioje jaunimas gali išbandyti daugelį skirtingų vaidmenų, taip tenkindami savo komunikacinius bei emocinius poreikius. Taip pat bendraujant socialiniuose tinkluose ypač svarbus socialinis palaikymas ir grįžtamasis ryšis. K. S. Young teigia³², jog socialinis palaikymas formuojasi tuomet, kai žmogus įsijungia į kokią nors socialinę bendruomenę ar grupę. Suvokiama, jog neretai dalyvaudamas v-bendruomenės veikloje jaunuolis elgiasi drąsiau, nevaržomai reiškia savo nuomonę.

Lanza ir Svetsen prieštarauja šiam požiūriui ir teigia, jog socialiniai tinklai bei dažnas „sėdėjimas“ juose gali mažinti asmeniniu bendravimu paremtus tarpusavio santykius. Šį požiūrį patvirtinta mokslininkų atlikti tyrimai³³, pvz., JAV valstijoje atliktas socialinių tinklų vartotojų tyrimas patvirtino, jog paaugliai, pradėję komunikuoti socialiniuose tinkluose, ėmė mažiau bendrauti su šeimos nariais, susilpnėjo jų socialiniai ryšiai su draugais, jie dažnai jautėsi vieniši, izoliuoti. Iškyla vadinamasis „interneto paradoksas“, kuomet socialinių tinklų naudojimas ryšiams su kitais žmonėmis palaikyti sukelia vienatvės bei izoliacijos pojūtį³⁴. Panašius IST poveikio socialiniams tinklams rezultatus atskleidžia N. Norman ir L. Erbring³⁵ tyrimai. Šių tyrimų rezultatai patvirtino socialinių tinklų susiaurėjimą dėl virtualių socialinių tinklų naudojimo. Suvokiama, jog virtuali komunikacija IST gali daryti neigiamą įtaką paauglio psichologinei bei emocinei būklei. Galima išskirti kelis pavyzdžius³⁶:

- psichologinė trauma dėl elektroninių įžeidinėjimų, šmeižto bei patyčių;
- virtualaus seksualinio priekabiavimo grėsmė (pvz., prostitucijos bei pedofilijos grėsmė);
- paauglio tapatybės klastojimas (pvz., pasisavinama paauglio tapatybė);
- intymios, asmeninės informacijos paviešinimas;
- dažnai pasitaikantys privataus gyvenimo, reputacijos ir asmens orumo pažeidimai,
- jaunų žmonių viešos savižudybės propagavimas naudojantis socialinių tinklų informacine platforma (pvz., neigiamų v-bendruomenių ar grupių egzistavimas virtualioje erdvėje).

³² GORNY, E. *The Virtual Self. Self-presentation and self-knowledge on the Internet*. 2003, p. 345

³³ LANZA, E; SVENDSEN, A. *Tell me who your friends are and I might be able to tell you what language(s) you speak: Social network analysis, multilingualism, and identity*. [interaktyvi duomenų bazė]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 19 d.]. Prieiga per internetą: < <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&hid=6&sid=55168949-e7a9-41f8-82b6-122de9d6b5e0%40sessionmgr4> >.

³⁴ ŽILIUKAITĖ, R. *Socialinis kapitalas ir internetas* Sociologija: mintis ir veiksmai, 2004, Nr.1, p. 105-106.

³⁵ NORMAN, N; ERBRING, L. *Debating the Social Effects of the Internet: Connecting with the World*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą: < <http://www.gwu.edu/~ccps/etzioni/A273.html> >

³⁶ *Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymas*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 17 d.]. Prieiga per internetą: < <http://www.teisidas.lt/index.php?newsid=661> >.

Apibendrinat galima teigti, jog paauglio komunikacija socialiniuose tinkluose yra įvairialypė. Naudodamas virtualią erdvę paauglys gali išsilaisvinti iš stereotipų, kurie varžo jį realiame gyvenime, išgyventi neįprastas emocijas, eksperimentuoti su savo virtualia tapatybe. Apskritai paauglys virtualioje erdvėje gali būti tuo, kuo jis trokšta, taip tenkindamas savo emocinius, psichologinius bei komunikacinius poreikius. Tačiau IST turi ir neigiamų aspektų. Pastebima, jog per dažnas „sėdėjimas“ socialiniuose tinkluose gali turėti įtakos paauglio asmenybei, nes virtuali komunikacija pasižyminti socialinio ryšio paviršutiniškumu, todėl gali silpnėti realūs tarpusavio socialiniai santykiai.

2.2. Kompiuterinė priklausomybė nuo socialinių svetainių

Priklausomybė nuo socialinių tinklų – tai liguistas potraukis kasdien arba kiek įmanoma dažniau leisti laiką socialinių tinklų svetainėse, nežiūrint į tai, kad nuo to kenčia paauglio psichinė ir fizinė sveikata. Priklausomybė nuo socialinių tinklų pastaruoju metu laikoma priklausomybės nuo kompiuterio porūšiu, nes pasižymi panašiais simptomais. Teigtina (M. Shaw, M. Black, N. G. Osuagwu), jog priklausomybei išsivystyti įtakos turi tiek psichologinės, tiek socialinės paauglio problemos, kurios gali atsirasti dėl³⁷:

- negatyvių santykių šeimoje, mokykloje ar draugų rate;
- žemos paauglio savigarbos;
- pasitikėjimo savimi, savo jėgomis nebuvimo;
- dėl patiriamų stresų (pvz., priekabiavimo, patyčių, nepritapimo klasėje ir pan.);
- dėmesio trūkumo (pvz., gali išprovokuoti tėvų skyrybos);
- bendravimo sunkumų (pvz., uždarumo, kuklumo, silpnų komunikacinių gebėjimų ir pan.);
- asmenybės konfliktų (pvz., abejonių, problemų sprendimo nebuvimo),
- vienatvės ir pan.

Kaip jau buvo minėta, paaugliai virtualioje erdvėje tenkina savo komunikacinius poreikius, bando išreikšti savo jausmus, kurie realiame gyvenime dažnai yra slopinami. Paauglys, ieškodamas virtualių pažinčių, siekia surasti bei „kolekcionuoti“ kuo daugiau draugų ir pažįstamų. Mokslinėje literatūroje yra išskiriamas terminas – „virtualus ekshibicionizmas“³⁸ (t.y. malonumo patyrimas paverčiant savo gyvenimą vieša erdve), savas gyvenimas atveriamas plačiai kaip langas, pvz.,

³⁷ SHAW, M; BLACK, M. *Internet Addiction: Definition, Assessment, Epidemiology and Clinical Management*. [Interaktyvi duomenų bazė]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&hid=6&sid=55168949-e7a9-41f8-82b6-122de9d6b5e0%40sessionmgr4>>.

³⁸ JONES, M. T. *Mediated exhibitionism: The naked body performance and virtual space*. [interaktyvi knyga]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.springerlink.com/content/7u1829013162241t/fulltext.pdf>>.

viešas savo nuotraukų demonstravimas, kvietimai apsilankyti asmeniniuose forumuose, palikti komentarą ant vartotojo „sienos“, yra ne kas kita, kaip gerų atsiliepimų iš kitų lūkestis bei savo tuštybės auginimas laikant savo asmenybę svarbia, jei ši nestokoja populiarumo. Taip pat viena dažniausiai pasitaikančių veiklų IST yra vojarizmas, t.y. vartotojas jaučia pasitenkinimą stebėdamas kitų narių nuotraukas, video medžiagą, susirašinėjimą su kitais tinklo nariais. Šie psichologiniai aspektai iš dalies paaiškina IST populiarumą tarp paauglių.

Nnamdi G. Osuagwu pastebi³⁹, jog dažniausiai priklausomi nuo socialinių tinklų yra tie paaugliai, kurie realiame gyvenime jaučiasi vieniši, stokoja emocinių bei socialinių įgūdžių, turi psichologinių bei fiziologinių problemų. Galima išskirti pagrindines fiziologinės ir psichologinės socialinių tinklų priklausomybės pasekmes paauglio asmenybei (1 lentelė).

1 lentelė. Fiziologinės ir psichologinės socialinių tinklų priklausomybės pasekmės⁴⁰

Fiziologinės IST priklausomybės pasekmės:	Psichologinės IST priklausomybės pasekmės:
- miego ciklų sutrikimai — vėlesnis užmigimas bei ankstesnis pabudimas;	- vienatvė;
- galvos skausmai;	- (savi)izoliacija;
- regos sutrikimai;	- nuotaikos sutrikimai – depresija, nerimas ir kt.;
- juntamas nuovargis, apatija, irzlumas;	- dėmesio sutrikimai, išsiblaškymas, nekantrumas, vangumas;
- dėl sumažėjusio fizinio krūvio gali išsivystyti nutukimas arba distrofija;	- neigimas arba melas apie padažnęjusių naudojimąsi IST;
- įsipareigojimų šeimai ir kasdienių darbų apleidimas;	- dažnesnis bendravimas su vartotojais virtualiame nei realiame pasaulyje;
	- socialinių ryšių su šeimos nariais ir draugais silpnėjimas;
	- naudojimasis IST kaip būdu pabėgti nuo liūdno nuotaikos, depresijos ar problemų;
- atsisakoma anksčiau mėgtų laisvalaikio praleidimo būdų tam, kad būtų galima daugiau laiko praleisti IST;	- sumažėjęs darbo produktyvumas arba neigiami požymiai dėl dažno naudojimosi IST;
	- pastovus noras tikrinti socialinių tinklų pranešimų turinį, draugų profilius, nuotraukas;

³⁹ NNAMDI; OSUAGWU, G. *Facebook addiction: The life and times of social networking addicts*. 2009, p. 23

⁴⁰ *Kai internetas tampa žalingu įpročiu*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010 m. Balandžio 19 d.]. Prieiga per internetą: http://www.silutepsc.lt/photos/Interneto_zala.pdf.

	- praleistos pamokos, susitikimai, siekiant daugiau laiko praleisti IST;
- higienos nesilaikymas.	- nesugebėjimas kontroliuoti laiko.

Pastebima, jog paaugliai, priklausomi nuo IST, turi įkyrų norą nuolat tikrinti savo ir savo draugų virtualius profilius, domėtis kitų vartotojų pasisakymais bei pranešimais, sistemingai peržiūrinėti draugų nuotraukas. Tačiau priklausomybę pastebėti sunku, nes dažnai paaugliai yra gan uždari, labai suirzta ir dar labiau užsidaro, kai juos bando kritikuoti arba užsiminti apie galimą psichologinę problemą. Ilgainiui nutrūksta buvę reikšmingi socialiniai santykiai su šeimos nariais bei realiais draugais, jų vietą užima „draugai“, esantys virtualioje realybėje. I. Goldberg teigia, jog interneto priklausomybę pasireiškia per tam tikrus požymius⁴¹, kuriuos galėtume pritaikyti ir IST priklausomybei identifikuoti:

- **Toleravimas.** Tam, kad paauglys pasiektų emocinį pasitenkinimą, jam reikia vis daugiau laiko praleisti socialiniam tinkle.
- **„Atsisakymo sindromas“.** Jis pasireiškia tuomet, kai priklausomas asmuo nustoja naršyti IST arba mažina laiką, praleidžiamą tinkle. Tuomet gali pasireikšti tokie požymiai kaip nerimas, įkyrus galvojimas apie tai, kas dabar vyksta tinkle, fantazijos ir mintys apie virtualų pasaulį ir kt.
- Pasireiškia stiprus noras arba atliekami nesėkmingi bandymai **nutraukti arba pradėti kontroliuoti** IST vartojimą ar ribojamas laikas, praleidžiamas IST.
- **Didelės laiko sąnaudos** yra skiriamos veiklai, susijusiai su IST vartojimu (savo profilio redagavimas, nuotraukų talpinimas bei koregavimas, svetimų žinučių skaitymas, draugų profilių tikrinimas ir pan.).
- Nutrūksta arba sutrumpėja laikas, skiriamas pamokų ruošimui ar po pamokinėms veikloms, būreliams, draugų susitikimams ir pan..
- IST vartojimas tęsiasi net tuomet, kai pats asmuo puikiai žino apie periodiškai arba nuolat pasireiškiančias fizines, psichologines, emocines problemas, susijusias su besaikiu interneto ir IST vartojimu (nuolatinis neišsimiegojimas, problemos su tėvais ir mokytojais, bendraklasiais, vėlavimas rytais į mokyklą, pamokų praleidinėjimai ir pan.).

⁴¹ BREIDOKIENĖ, R. *Kai realybė tampa virtuali arba dar kartą apie priklausomybę nuo interneto.* [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. kovo 19 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.psyvirtual.lt/straipsniai/priklausomybe_nuo_interneto.html>.

Priklausomybės nuo interneto diagnostikai dažnai naudojamas prof. K. S. Young klausimynu (1 Priedas) ⁴². Anot autoriaus, jeigu asmeniui tinka daugiau nei keturi teiginiai ir jo įsitraukimas į interneto vartojimą tęsiasi ilgiau nei dvejus metus, tai gali liudyti apie susiformavusią priklausomybę nuo interneto ir jam gali būti reikalinga psichologinė pagalba. Gydant asmenis nuo IST priklausomybės paprastai yra taikoma kognityvinė - biheivioristinė (elgesio) terapija bei išvalgą orientuota terapija ⁴³. Kognityvinė teorija paremta teiginiu, kad žmogaus mąstymas ir valia daro įtaką individo elgesiui. Asmeniui leidžiama analizuoti tai, kaip jis mąsto ir elgiasi. Biheivioristinė teorija (elgesio) – elgesio išmokimas. Elgesį kontroliuoja aplinkybės arba stimulus. Taip pat, pasitelkiant specialisto pagalbą, gali vykti individualus ir grupinis darbas su paaugliu. Individualaus darbo metu specialistas naudoja tiesioginį tarpusavio kontaktą, siekiant asmens situacijos pokyčio ir veiksmingo problemų sprendimo. Grupinio darbo metu yra panaudojamos bendros veiklos galimybės esamoms problemoms spręsti (pvz., kartu su paaugliu į terapiją įsitraukia ir jo šeimos nariai, mokytojai ar tokią pačią priklausomybę išgyvenantys paaugliai). Akcentuojama, jog gydymo nuo priklausomybės metodai yra labai panašūs į valgymo sutrikimų gydymą arba polinkio į alkoholį kontroliavimo programas. Dėmesys sutelkiamas į naują išmokimą - kaip socialinių tinklų svetaines naudoti saikingiau, trumpinti „sėdėjimo“ tinkle laiką. Pabrėžtina, jog gydymas nuo priklausomybės galimas tik tuomet, kai pats paauglys suvokia ir pripažįsta, jog jis yra priklausomas nuo socialinių tinklų svetainių bei interneto.

Apibendrinant galima teigti, jog priklausomybė nuo socialinių tinklų yra gan nauja, bet ypač rimta šiuolaikinio pasaulio problema. Paaugliai ne visada sugeba kritiškai vertinti informacijos kokybę, juos domina bet kokios socialinės sąveikos galimybės bei virtualūs kontaktai tinkle. Dėl šio susidomėjimo, kurio nevaržo moralės ir etikos normos, paaugliais lengva manipuliuoti bei pasinaudoti. Reikšminga, jog tėvai, mokytojai domėtusi paauglio poreikiais bei norais, tuo, kaip jis jaučiasi, gebėtų pastebėti bet kokius paauglio emocinius bei psichologinius pokyčius, kurie gali turėti įtakos IST priklausomybei išsivystyti.

2.3. Interneto socialiniai tinklai – grėsmė paauglio saugumui

Socialinių svetainių egzistavimas panaikino bet kokias ribas tarp vieša ir privatu. Kompiuteriniai nusikaltimai – vienas iš dažniausiai vartojamų terminų, kai apibūdinamos pavojingos veikos panaudojant kompiuterius. Pabrėžtina, jog anksčiau virtualioms tapatybėms negrėšė tokie pavojai - apsimetinėjimo kitu, sukčiavimo, virtualaus priekabiavimo, seksualinio

⁴² *Kai internetas tampa žalingu įpročiu*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 28 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.vpsc.lt/bukletai/redaguotas%20Internetas%20bukletukas.pdf>>.

⁴³ YOUNG, K. S; RODGERS, R. C. *The relationship between depression and internet addiction*. 1998, p. 26

persekiojimo ir pasikėsavimo į privatumą. Lietuvoje visą internete skelbiamą informaciją reglamentuoja įvairūs teisės aktai, už kurių nesilaikymą numatyta administracinė, civilinė ar net baudžiamoji atsakomybė. Draudžiamas pornografinės, pedofilinės, rasinę ir tautinę nesantaiką kurstančios informacijos skelbimas. Neleidžiama viešinti ir platinti pornografinio turinio informaciją; informaciją, kurioje tyčiojamasi, niekinama, skatinama neapykanta ar kurstoma diskriminuoti žmonių grupę ar jai priklausantį asmenį dėl lyties, seksualinės orientacijos, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų. Taip pat draudžiama skleisti informaciją, susijusią su⁴⁴:

- fizinio ar psichinio smurto vaizdavimu, nusikalstamos veikos modeliavimu;
- erotinio pobūdžio informacija, kai skatinamas lytinis geismas, rodomas lytinis aktas, jo imitacija ar kitoks seksualinis pasitenkinimas, lyties organai, seksualiniai reikmenys;
- informacija, kurioje rodomas mirusio arba žiauriai sužaloto žmogaus kūnas (išskyrus atvejus, kai tai būtina tapatybei nustatyti);
- informacija, sukelianti baimę ar siaubą, skatinanti savęs žalojimą ar savižudybę;
- kita įstatymais ribojama informacija.

Pabrėžtina, jog dažniausiai pasitaikantys pažeidimai IST yra vaikų ir paauglių pornografija, šmeižtas bei seksualinis priekabiavimas. Taip pat socialinių tinklų svetainėse yra didelė galimybė susidurti su išgalvota virtualia tapatybe (suaugusieji dažnai falsifikuoja anketas tam, jog galėtų pasinaudoti paaugliu), todėl ypač svarbu, jog paauglys gebėtų apsisaugoti nuo neigiamos IST įtakos.

2009 m. Liuksemburge pasirašytas susitarimas (inicavo Europos Komisija), kuriuo siekiama apsaugoti paauglius nuo socialinių tinklų pavojų. Šie pavojai – tai priekabiavimas prie paauglių interneto svetainėse, viliojimas (pvz., kai suaugęs žmogus susidraugauja su paaugliu, siekdamas seksualiai jį išnaudoti), pavojingas elgesys (pvz., asmeninės informacijos atskleidimas). Šia sutartimi nuspręsta, jog socialiniai tinklų svetainės bus apribotos tokiais būdais⁴⁵:

- Socialinių tinklų svetainėse bus įdiegtas specialus mygtukas – „Pranešk apie neleistiną elgesį“, kurį vieną kartą spustelėję naudotojai galės pranešti apie netinkamą kito naudotojo bandymą užmegzti ryšį arba netinkamą elgesį.
- Bus užtikrinta, kad socialinių svetainės naudotojų, kurie užsiregistravę kaip nepilnamečiai, internetiniams profiliams ir kontaktų sąrašams būtų automatiškai suteikiamas statusas

⁴⁴ *Draudžiama ir ribojama informacija*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 4 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.draugiskasinternetas.lt/lt/adult/law/info>>.

⁴⁵ *Socialiniai tinklai. Komisija tarpininkauja sudarant didžiųjų interneto bendrovių susitarimą*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. balandžio 9 d.]. Prieiga per internetą:<<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/232&format>>.

„privatu“. Taip piktavaliams asmenims bus sudaryta kliūčių susisiekti su paaugliu internautu.

- Užtikrinta, kad nepilnamečių naudotojų privatūs profiliai būtų neprieinami (interneto svetainėse arba ieškant per paieškos sistemas).
- Garantuota, kad privatumo parinktys būtų nuolat matomos ir prieinamos, t. y. kad naudotojai galėtų lengvai suprasti, kas matys jų internete skelbiamą informaciją – visi norintys ar tik jų draugai.
- Neleisti jaunesniems nei nustatyto amžiaus asmenims naudotis teikiamomis paslaugomis: jei socialinių tinklų svetainė skirta vyresniems nei 13 metų paaugliams, jaunesniems asmenims turėtų būti neįmanoma užsiregistruoti tinkle.

Pažymėtina, jog vien susitarimų ir draudimų nepakanka, naudingos informacijos apie IST neigiamą poveikį bei galimus apsaugojimo būdus tėvai bei paaugliai gali rasti specializuotose interneto svetainėse (internetinių svetainių nuorodas galima pasižiūrėti 2 priede). Šiuose svetainėse tėvai bei paaugliai yra supažindinami su saugaus naršymo internete bei IST nuostatais. Reikšminga, jog Lietuvoje taip pat veikia socialinė programa - „Saugesnis internetas“ (prieiga per internetą - www.draugiskasinternetas.lt), skirta atkreipti visuomenės dėmesį į nelegalią ir žalingą informaciją internete, susijusią su tokiais Lietuvos įstatymų numatytais pažeidimais kaip pornografija, pedofilija, rasizmas, ksenofobija. Lietuviu kalba taip pat galima pažiūrėti (elektroninis adresas - <http://games1.one.lt/tinklas/>) filmą „Tinklas“. Pagrindinis filmo tikslas – atkreipti visuomenės dėmesį į virtualios erdvės ir interneto įtaką vaikams ir paaugliams. Filme „Tinklas“ yra pateikiama naudinga informacija apie būdus kaip reikia apsaugoti savo tapatybę IST, atkuriami realūs įvykiai, kuriuose paaugliai buvo susidūrę su seksualinio priekabiavimo, elektroninio šmeižto avejais. Vienas iš tokių reiškinių - patyčios kibernetinėje erdvėje, kai paaugliai vieni kitus provokuoja ir filmuoja, o po to vaizdus ar informaciją platina internete. Filme pateikiami pavyzdžiai, kurie turėtų paskatinti Lietuvos mokytojus, mokinius ir jų tėvus kalbėti apie naujus dėl technologijų raidos atsiradusius reiškinius, kurie neigiamai veikia paauglių psichiką.

Pabrėžtina, jog vienas iš efektyvių prevencijos būdų yra socialinės reklamos, kurios užsienyje yra ypač populiarios (socialinių reklamų pavyzdžiai 3 priede). Dažniausiai socialinė reklama sukelia diskomfortą bei atmetimo jausmą. Todėl pažymėtina, jog socialinė, prevencijai skirta reklama visų pirma turi būti suprantama, lengvai įsimenanti bei patraukianti žmonių dėmesį.

Apibendrinat galima teigti, jog vaikai bei paaugliai yra sparčiausiai auganti socialinių svetainių vartotojų grupė. Virtualiose svetainėse vykstanti komunikacija turi teigiamų bei neigiamų aspektų. Paaugliai bendraudami interaktyviai gali anonimiškai bei laisvai reikšti savo mintis, ieškoti skirtingų socialinių kontaktų bei sąveikų, išsilaisvinti iš stereotipų, tačiau vis dažniau pastebimas

vadinamas „interneto paradokso” sindromas, kuomet socialinių tinklų naudojimas ryšiams su kitais žmonėmis palaikyti sukelia vienatvę bei izoliacijos jausmą. Pastebima, jog dėl dažno IST vartojimo gali silpnėti realūs socialiniai tarpusavio santykiai su šeimos nariais bei draugais. Taip pat per dažnas „sėdėjimas“ virtualiuose tinkluose gali lemti paauglio priklausomybės nuo IST išsivystymą. Todėl ypač svarbu ugdyti paauglių atsakingumą naudojant IST. Svarbiausi auklėjimo aspektai gali būti šie:

- atsakingumas bei tinkamas gebėjimas kontroliuoti ir apsaugoti asmeninę informaciją, pateiktą IST;
- asmeninių pavojų, tykančių IST, bei tų pavojų išvengimo technikų supratimas;
- sugebėjimas pritaikyti ir laikytis šių principų.

Reikšminga, jog paaugliai suvoktų, kad virtualioje aplinkoje jiems gresia įvairūs pavojai ir gebėtų tinkamai apsaugoti savo tapatybę socialinių tinklų svetainėse.

3. PAAUGLIŲ ĮVAIZDIS INTERNETO SOCIALINIUOSE TINKLUOSE

Įvaizdis yra dinamiškai suprantama, prasminga, daugiau ar mažiau struktūruota idėjų, jausmų, suvokimų ir įsivaizdavimų, kuriuos asmuo ar asmenų grupė turi tam tikro individo atžvilgiu, visuma⁴⁶. Suvokiama, jog virtualus įvaizdis yra kuriamas tikintis kitų socialinės svetainės narių emocinio atsako bei siekiant, jog kibernetinė tapatybė taptų populiari bei patraukli elektroninėje erdvėje. Skyriuje analizuojami virtualaus įvaizdžio kūrimo būdai, taip pat detalios aptariamos pagrindinės priemonės, kuriais naudodami paaugliai formuoja savo įvaizdį elektroninėje erdvėje.

3.1. Virtualaus paauglio įvaizdžio kūrimas socialinėse svetainėse

Virtualiame pasaulyje tapatumas ir įvaizdis yra trapios sąvokos. Kaip jau buvo minėta, kibernetinėje erdvėje galima kūrybingai žaisti su savo tapatybe, ją formuoti, keisti bei modeliuoti, nepriklausomai nuo aplinkos, socialinių ryšių, komunikacijos pobūdžio ir tikslo, nuotaikos, pašnekovų ir t.t. Anot H. Liu⁴⁷, virtualūs socialiniai tinklai vartotojų suprantami kaip individualių įvykių ir veiksmų reklamavimo puslapiai, leidžiantys vartotojo kontaktų sąrašė esantiems individams pateikti informaciją apie vartotojo vykdomą veiklą socialiniame tinkle. Nuotraukų talpinimas, straipsnių, nuorodų, video ar muzikos siužetų pateikimas draugams, dalinimasis informacija gali būti traktuojamas kaip šiuolaikinės informacinės visuomenės mados pavyzdys. D. D. J. Boorstino požiūriu, *virtualus asmens įvaizdis priklauso vertybių pasauliui, kuris yra pasyvus, sintetinis, tikėtinas, ryškus, supaprastintas bei dviprasmiškas. Įvaizdžio sintetiškumą apsprendžia tai, jog jis - planuotas: sukurtas, kad sudarytų atitinkamą išpūdį*⁴⁸.

Subjektyvusis „Aš“ vaizdas – tai žmogaus nuostata savo paties atžvilgiu. Vertindamas savo asmenybę, paauglys lygina savo „Aš“ vaizdą su visuotinai priimtinomis normomis bei stereotipais. Pabrėžtina, jog virtualioje socialinėje erdvėje, kur statusas pripažįstamas pagal sukauptų „draugų“ skaičių, savęs pateikimas dažnai transformuojasi į savo tapatybės klastojimo ritualą. Tai vadinama savo geriausio kibernetinio veido iškėlimu⁴⁹. Statuso įgijimas yra galingas motyvatorius socialinių tinklų svetainėse. Skirtumą tarp realaus ir virtualaus pasaulių statuso atskleidžia sąsaja tarp socialinio statuso ir tapatybės. Pabrėžtina, jog realiame pasaulyje statusu paprastai apdovanojami

⁴⁶ DRŪTEIKIENĖ, G. *Organizacijos įvaizdžio kūrimo procesas ir jo vadyba: socialinių mokslų, vadybos, administravimo ir daktaro disertacija*. Vilnius, 2000, p. 13.

⁴⁷ LIU, H. *Social network profiles as taste performances*. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, p. 252-275.

⁴⁸ BOORSTIN, D. J. *From news-gathering to news-maging: a flood of pseudo-events*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 6 d.]. Prieiga per internetą: < <http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/14.pdf> >.

⁴⁹ FRASER, M; DUTTA, S. *Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*. Vilnius, 2010, p. 56

tie, kurių tapatybės yra sukurtos *socialiai* pagal atitiktą institucinėms vertybėms, o virtualioje realybėje statusas gali būti pasiektas per *asmeninių* tapatybių išreiškimą⁵⁰. Galima teigti, jog **virtualus įvaizdis** – tai interneto vartotojo kuriamas įvaizdis, kuomet asmuo susikuria tikrą arba iliuzišką virtualią tapatybę, paviešindamas savo asmeninius duomenis apie įgimtus, įgytus bei pasiektus socialinius pasiekimus, talpindamas nuotraukas iš savo asmeninio archyvo, arba susikuria realybės visiškai neatitinkančią virtualią tapatybę, siekdamas išvengti identifikavimo ir/ar norėdamas „išsikūnyti“, prisistatyti ir reikštis, atsiedamas save nuo realios kūniškos tapatybės⁵¹.

Suvokiama, jog paaugliai savo kibernetinį įvaizdį kuria pasinaudodami socialinių svetainių suteiktomis techninėmis priemonėmis, pvz., galimybė susikurti savo unikalų virtualų profilį, asmeninių nuotraukų talpinimas, žinučių rašymo funkcija, galimybė jungtis į v-bendruomenes ir pan. E. Gorny manymu, asmuo virtualioje erdvėje save reprezentuoti įvairiais metodais, kurių vieni gali būti labiau tiesioginiai, o kiti – mažiau. Autoriaus požiūriu, galima išskiria dvi pagrindines savęs reprezentacijos virtualioje erdvėje formas⁵²:

- savęs apibūdinimas (self-description);
- savęs išraiška (self-expression).

Savęs apibūdinimas - individas sukuria savo įvaizdį panaudodamas naratyvines ar vaizduojamąsias priemones ir šiam įvaizdžiui priskiria save kaip asmenybę. Antruoju atveju vaizduojamasis objektas nėra atvaizduojantysis asmuo ir taip individas save pristato netiesioginiu ar simboliniu būdu (t.y. kuria iliuzišką virtualią tapatybę). E. Gorny pabrėžia, kad asmenį gali reprezentuoti ir kitų svetainės narių rašomi komentarai bei vieši įrašai, profilyje talpinama informacija su vartotojo nuorodomis į kitas virtualias svetaines ir pan.⁵³.

Suvokiama, jog paaugliai savo virtualų įvaizdį kuria panaudodami skirtingas vizualines (pvz., papildomai prideda nuotraukas ir sukuriama video įrašus) bei rašytines svetainės (pvz., žinutės, komentarai ir pan.) priemones. Taip pat registruodamiesi į svetainę bei kurdami savo individualų profilį nariai automatiškai įrašo savo asmeninius demografinius duomenis (pvz., amžių, lytį, gyvenamą vietą, išsilavinimą ir pan.), atskleidžia savo pomėgius, interesus, muzikinis skonį ir t.t. Visi šie elementai taip pat kuria virtualų individo įvaizdį kibernetinėje erdvėje. 2 schemeje yra pavaizduotos priemonės, kurių pagalba yra formuojamas virtualus įvaizdis.

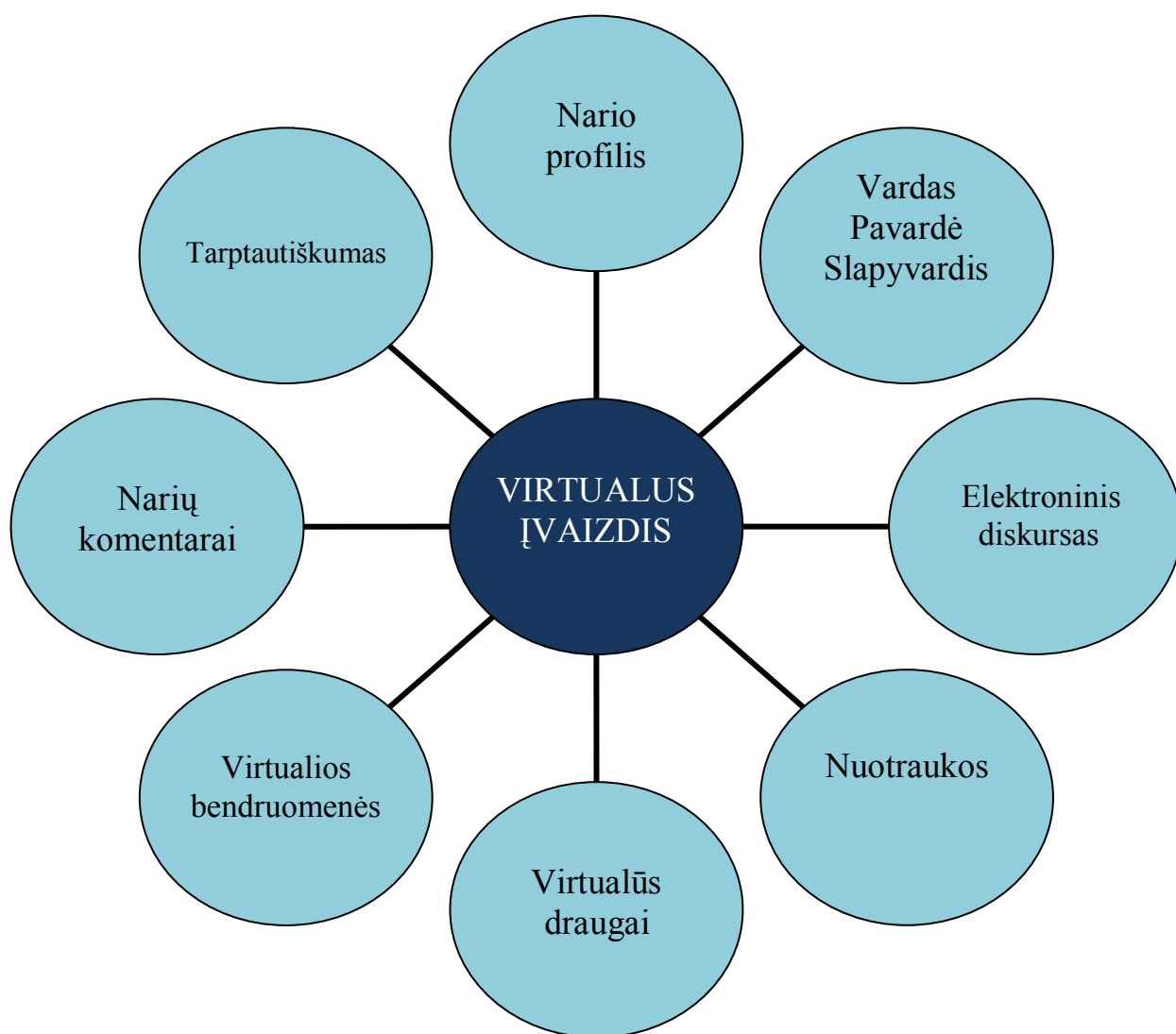
⁵⁰ FRASER, M; DUTTA, S. *Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*. Vilnius, 2010, p. 137

⁵¹ Autorius

⁵² GORNY, E. *The Virtual Self. Self-presentation and self-knowledge on the Internet*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 1 d.]. Prieiga per internetą: < <http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/english/self> >

⁵³ Ten pat, išnaša 52.

2 schema. Priemonės, kurių pagalba paauglys kuria savo virtualų įvaizdį



- **NARIO PROFILIS**

Individas, prisijungdamas prie socialinių tinklų svetainių, privalo įrašyti tam tikrą asmeninę informaciją (pvz., amžių, gyvenamą vietą, išsilavinimą, informaciją apie šeimyninę padėtį ir pan.) apie save, kuri vėliau sugeneruojama į jo profilį. Dauguma virtualių svetainių suteikia galimybę vartotojams padidinti bei išplėsti savo profilio turinį, leidžia pakeisti svetainės lango išvaizdą (dažnai ši paslauga yra mokama), pridėti suprogramuotus kompiuterinius modulius (aplikacijas). Asmeninio profilio matomumą bei prieinamumą narys renkasi savo nuožiūra, pvz., vienose svetainėse, vartotojų profiliai gali būti prieinami interneto paieškos sistemoms bei juos gali matyti prie svetainės sistemos neprisijungę asmenys, kitose, pats vartotojas gali nustatyti, kam prieinama, o kam ne, asmens profilio informacija.

Tikslinga paminėti, jog ne visada svetainės nariai pateikia korektiškus asmeninius duomenis. R. Estoisia, N. Pithia ir kt. mokslininkų atliktas tyrimas atskleidė⁵⁴, jog vartotojai dažnai save reprezentuoja įrašydami neteisingą ar iškraipytą asmeninę informaciją, klastoja savo demografinius duomenis, tapatybę konstruoja pasitelkdami idealizacijos ir mistifikacijos principais. Tikėtina, jog tokiu būdu svetainės vartotojas ne tik kuria iliuzišką tapatybę, bet ir tikisi, jog jo „pakoreguota“ tapatybė sulauks didesnės sėkmės bei populiarumo IST.

Suvokiama, jog paaugliams ypač svarbu, kaip juos vertina kiti svetainės nariai, todėl dažnai pildydami anketą jie atskleidžia ne tik savo asmeninius demografinius duomenis, bet įvardija informaciją apie savo pasiekimus, pomėgius, muzikinį skonį, hobį ir pan. Paauglys, paviešindamas savo asmeninę informaciją profilyje siekia populiarumo, kitų svetainės narių dėmesio, komentarų bei pripažinimo.

• **VARDAS - PAVARDĖ - SLAPYVARDIS**

Realiaame pasaulyje individas savo tapatybę identifikuoja asmenvardžiu: vardu ir pavarde. Vardas turi simbolinę, socialinę ir psichologinę reikšmę. Virtualaus bendravimo kodas – slapyvardis, dažnai vienintelis vartotojo atpažinimo ženklas ir vienas pagrindinių įvaizdžio formavimo elementų. Tekstinėje interneto komunikacijoje žmogus susikuria savo internetinę asmenybę su pseudonimu(-ais) – tai jo virtuali vizitinė kortelė. Kiekvienas vartotojo pasirinktas slapyvardis turi savo atsiradimo istoriją bei kelia tam tikrų asociacijų. Anot R. Jocytės⁵⁵, kuriant savo virtualų slapyvardį siekiama:

- paslėpti tikrąjį „AŠ“ (pvz., sukurti iliuzišką tapatybę be jokių identifikacijos ženklų);
- atkreipti dėmesį į savo virtualųjį „AŠ“ (pvz., populiarinti, sudominti, daryti įspūdį kitiems svetainės nariams ir pan..)

Pabrėžtina, jog virtualus pasaulis suteikia galimybę keisti savo tapatybę daugybę kartų, užtenka susikurti naują nario profilį bei pasikeisti slapyvardį. Bechar – Israeli atliko tyrimą (buvo apklausta 260 interneto vartotojų)⁵⁶, kurio metu buvo išsiaiškinta, jog vartotojai dažniausiai savo slapyvardžius kuria pasitelkdami savo tikruosius vardus (7,8 proc.); taip pat naudoja žodžius, susijusius su pačiu asmeniu (45 proc.); žodžius, susijusius su technologijomis (16,9 proc.); žodžius

⁵⁴ ESTOISIA, R; PITHIA, N; ir kt. *Identity Construction and Self-Representation on Facebook*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:< file:///G:/identity-construction-and-self.html>

⁵⁵ JOCYTĖ, R. *Slapyvardis virtualaus bendravimo kontekste*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:< http://www.minfolit.lt/arch/21501/21817.pdf>.

⁵⁶ BECHAR-ISRAREL, H. *Nicknames, Play, and Identity on Internet Relay Chat*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(2). [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga internete: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol11/issue2/bechar.html> >.

iš floros, faunos pasaulio; naudoja daiktų vardus(15,6 proc.); žodžius, susijusius su literatūra, filmais bei įžymiais žmonėmis (6,1 proc.); provokuojančius ar su seksu susijusius žodžius (3,9 proc.)⁵⁷. Remiantis analogiškai atliktu S. Baranauskienės tyrimu, galima išskirti dažniausiai Lietuvoje egzistuojančias slapyvardžių formas⁵⁸:

- *Kriptonimai* (pavardžių, vardų inicialai ar kelių parašai, kuriuos sudaro tikrų ar sugalvotų raidžių junginiai ir bet kokie kitų formų slapyvardžiai).
- *Alonimai* (slapyvardžiu vartojamos tikros kitų žinomų žmonių vardai, pavardės, pseudonimai);
- *Pseudoandronimai* (vyriškosios giminės pseudonimai, pasirinkti moterų);
- *Pseudoginimai* (moteriškosios giminės pseudonimai, pasirinkti vyrų);
- *Geonimai* (slapyvardžiui panaudojami vietovių, kraštų, žinomų vietų pavadinimai);
- *Aanonimai* (slapyvardžiai, sudaryti iš tikrų pavardžių, sukeičiant raidžių tvarką),
- *Kolektyviniai slapyvardžiai* (kai keli žmonės pasirašo vienu vardu).

Paaugliai, kurdami savo tapatybę siekia būti populiarūs bei įdomūs virtualioje erdvėje. Didelis dėmesys yra skiriamas ne tik profilio informacijos skelbimui, bet ir slapyvardžių kūrimui. Įdomu tai, jog neformalioje kibernetinėje erdvėje paaugliams yra siūlomi būdai, kurių pagalba jaunuolio sukurtas slapyvardis būtų „kietas“ bei išsiskiriantis virtualiame tinkle. Svetainėje yra rekomenduojama:⁵⁹,

- Kuriant slapyvardį panaudoti įsimintinus bei originalius žodius (pvz., indigo, pegasus ir pan.)
- Slapyvardžio galūnę užbaigti raidėmis „-iux“ (pvz., Mariuks, sauliuks, pupulix ir pan.).
- Taip pat skiemenį „du“ pakeisti skaičiumi „2“ (pvz., 2n2kaz, 2rklaz).
- Naudoti angliškų žodžių trumpinius – „DJ“, „Mr.“, pvz., Dj-tomaz, djmorka, mr.vilius ir pan.
- Grafinių bei dekoratyvinių simbolių panaudojimas (pvz., ^ [{ @ \$ » _ ☺ ♥ ir kt.) slapyvardyje.
- Slapyvardį rašyti derinant didžiąsias bei mažąsias raides (pvz., TerMinaTorius, BraCHke ir pan.).
- Naudoti žodžius, kurie atskleidžia jėgos bei seksualumo simbolius (pvz., sexylina, super_tadas, badgedukas, lina69 ir pan..).

⁵⁷ BECHAR-ISRAREL, H. *Nicknames, Play and Identity in Internet Reay Chat*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.ascusc.org/jcmc/vol11/issue2/bechar.html>>.

⁵⁸ BARANAUSKIENĖ, S. *Lietuvių kalba interneto labirintuose*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.minfolit.lt/arch/9501/9918.pdf>>.

⁵⁹ *Kaip pasirinkti interneto slapyvardį?* [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.blevyzgos.lt/main.php?1=1&2=slapyvardziai>>.

- Slapyvardyje vartoti angliškus žodžius (pvz., sun, badboy, toronto, killer ir pan.).
- Naudoti populiarių aktorių, dainininkų, sportininkų vardus (pseudonimus) bei žinomų prekių ženklų pavadinimus (pvz., IGLESIJAS, Cicinas, rolex, puma, zara, audi ir pan.).
- Slapyvardyje panaudoti skirtingą asmeninę informaciją: įvardinti savo amžių (pvz., agniux_16), akių spalvą (pvz., žydra_akė), hobi (pvz., fulesasass), plaukų spalvą (pvz., blondinukas).

Paaugliai, kurdami slapyvardžius, siekia save įprasminti, suteikti savo virtualiai tapatybei kitoniškumo. Tačiau reikšminga, jog dauguma paauglių vartojamų slapyvardžių struktūra neatitinka lietuvių kalbos gramatikos bei leksikos taisyklių, tokiu būdu yra darkoma kalba, iškreipiami lietuviški žodžiai bei raidės. Ši tendencija ypač pasireiškia nariams tarpusavyje virtualiai susirašinėjant, siunčiant žinutes bei rašant komentarus.

• RAŠYTINIS ELEKTRONINIS DISKURSAS

Elektroninis diskursas – stilistinė elektroninės kalbos atmaina⁶⁰. Elektroninį diskursą sieja tam tikros bendravimo stiliaus ir kalbos ypatybės, jam būdingas kalbos spontaniškumas ir neparengtumas (pranešimai nėra kuriami iš anksto, todėl tekste gausu pasitaisymų, elipsių, pertekliaus, pertarų bei inversijų), neoficialiosios leksikos elementai (nenorminiai, necenzūriniai žodžiai, žargonas, keiksmazodžiai ir pan.)⁶¹. Suvokiama, jog rašytinis diskursas leidžia stimuliuoti, slėpti/ryškinti jausmus, reakcijas, nuotaikas, kurios tiesioginės komunikacijos metu perduodamos neverbalinėmis kalbos priemonėmis: veido išraiška, gestais, kūno kalba ir pan. Paaugliai socialiniuose tinkluose žinutėmis, pranešimais komunikuoja tarpusavyje. Pastebima, jog bendraudami virtualiai paaugliai naudoja tam tikrus specifinius kodus bei rašymo stilistiką, pavyzdžiui, dažniausiai visas tekstas rašomas mažosiomis raidėmis, skyrybos ženklai kartais iš viso ignoruojami, po taško naujas sakinys pradedamas mažąja raide, kaip ir slapyvardžių rašyme, naudojamos svetimų kalbų raidės (pvz, x, q ir pan.). Taip pat paaugliai dažnai komunikodami panaudoja ir tipografinius ženklus, t. y. vadinamus „emotikais“ (t. y. iš skyrybos ženklų ir simbolių sudaromi miniatiūriniai „veidai“, išreiškiantys kalbančiojo nuotaiką, savijautą ir pan.).

:))) – plati šypsena;

:o) – šypsena su „nosimi“;

:| – neutrali veido išraiška;

:(– liūdna veido išraiška;

:* – bučinys;

⁶⁰Žodynas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:<
http://ualgiman.dtiltas.lt/literaturos_terminai_e.html>.

⁶¹ ŽUPERKA, K. *Stilistika*. Šiauliai: Šiauliu universitetas, 1997, p. 13

:@ – aistringas bučinys ir t. t.

Paauglių pranešimų turinį dažniausiai sudaro informacija apie jų pomėgius, įvykius bei pasisiekimus. Jaunuoliai siekdami išlaikyti ypač "kieta" rašymo stilių, nevengia vartoti ir keiksmazodžių. Ypač įdomus elektroninio diskurso elementas - koduoti žodžiai⁶². Kaip jau buvo minėta, paaugliai kuria naują virtualios komunikacijos stilių bei manierą, todėl atsiranda tam tikri specifiniai žodžiai, turintys prasmę bei reikšmę virtualioje komunikacijoje ir yra dažnai suprantami tik pačių paauglių:

- „idc“ (i don't care) – man nesvarbu;
- „H8" - tai angliško žodžio hate [h e i t] „nekenčiu" sutrumpinimas, skaičiaus 8 tarimas anglų kalba yra [e i t], tai pridėję h raidę gauname heit „hate";
- „noliferis“ – žmogus, visą dieną praleidžiantis prie kompiuterio, dažniausiai žaidžia internetinius žaidimus. Neturi asmeninio gyvenimo, yra visiškai priklausomas nuo kompiuterio (dažnai taip paaugliai vadina vienas kitą socialiniuose tinkluose);
- „fake“ (angl. netikras). Fake - tai virtualus apgavikas, kuris socialiniuose tinkluose apsimeta netikra tapatybe. Jį galimam atpažinti pagal neaiškia nuotrauką, nuotrauką, kurioje pavaizduotos žvaigždės ir pan..
- „u2" (angl. you too – tau taip pat). Vartojamas linkit sėkmės, ypač populiarius tarp paauglių;

Anot R. Lauruškiėnės ir S. Toropovienės, formuojasi tam tikras **interžargonas**⁶³. Interžargonas - tai emocinis ir ekspresyvus tiesioginės virtualios komunikacijos stilius, kuris leidžia paaugliams atsiriboti nuo suaugusių, sukurti savo iliuzinį pasaulį. Toks specifinės komunikacijos demonstravimas parodo vartotojo meistriškumą tarp kitų socialinės svetainės narių. Suvokiama, jog paaugliai naudodami skirtingus tipografinius ženklus bei simbolius, kuria ir naują savitos stilistikos bei manieros virtualią kalbą.

• **NUOTRAUKOS**

Daugelis socialinių svetainių, pildant registracijos nario profilį, prašo patalpinti ir savo asmeninę nuotrauką(-as). Remiantis R. Estoisia, N. Pithia ir kt. autorių atliktu tyrimu⁶⁴, kurio metų buvo analizuojamas virtulių tapatybių kūrimas ir konstravimas IST buvo pastebėta, jog dauguma

⁶² Jaunimo žodynas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 11 d.]. Prieiga per internetą:< <http://zodynas.kriu.lt/zodis/d-oh>>.

⁶³ LAURUŠKIENĖ, R. TOROPOVIENĖ, S. *Šiaulių kolegijos studentų požiūris į anglų kalbos skolinių vartojimą tyrimas*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. kovo 11 d.]. Prieiga per internetą:< http://www.su.lt/filemanager/download/6391/12_Lauruskiene.pdf>.

⁶⁴ ESTOSIA, R; PITHIA, N; ir kt. *Identity Construction and Self-Representation on Facebook*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:< file:///G:/identity-construction-and-self.html>.

virtuali tapatybė yra populiarinama socialiniuose tinkluose. Mokslininkai išvelgia tendenciją (R. Estoisia, N. Pithia ir kt.), jog asmenys, kurie labiau pasitiki savimi, svetainėje talpina savo nuotraukas, kuriose jie yra gražūs, tokiu būdu jie tikisi kitų narių komplimentų bei dėmesio, o labiau kompleksuoti individai bei turintys psichologinių bei fiziologinių problemų, vengia talpinti bei viešinti savo asmenines nuotraukas.

Pastebima, jog dauguma paauglių savo nuotraukose kopijuoja žinomų aktorių, sportininkų ar kitų televizijos bei šou verslo atstovų išvaizdą bei fotografavimosi manierą. Viename iš neformalių interneto puslapių buvo pateikti siūlymai⁶⁵, kaip padaryti, jog vartotojo patalpinta nuotrauka sulauktų kuo didesnio kitų narių dėmesio, pvz., vyriškos lyties atstovams buvo siūloma save fotografuoti visu ūgiu, išryškinant pilvo, rankų raumenis, fotografuotis šalia automobilio (geriau, jeigu ji būtų kuo prabangesnis), namo, žinomų pasaulio vietų, pastatų ar skulptūrų. Paauglėms bei merginoms buvo rekomenduojama nuotraukoje išryškinti savo patraukliausias kūno vietas, pvz., krūtine, putlias lūpas, ilgus plaukus ir pan.⁶⁶. Daug dėmesio fotografavimosi metu turi būti skiriama pozai – prieš fotoaparataus jaunuoliai elgiasi taip, kad atitiktų tam tikrus stereotipus. Mergaitės šypsosi, tarytum bando suvilioti žiūrovus žiūrėdamos tiesiai į objektyvą. Berniukų žvilgsnis nukreiptas į šoną, taip sukuriant rimto žmogaus įvaizdį. Jie stengiasi atrodyti stiprūs ir nepriklausomi, o merginos – seksualios.

Taip pat jau minėtoje svetainėje siūlomi nuotraukų šifravimas būdai⁶⁷, pavyzdžiui, jeigu nuotraukoje esantis žmogus fotografuojasi šešėlyje, kadre jis nutolęs ar nusisukęs – didelė tikimybė, jog jis turi išvaizdos defektų. Nuotraukoje matoma tik viršutinė kūno dalis (veidas), tikėtina, jog narys turi atsvario arba yra neįgalus (asmuo su ratukais ar pan.). Kitas pavyzdys, neadekvačios vartotojo pozos (t.y. pozavimas su ginklais, savęs žalojimo vaizdiniai ir pan.), netiesioginis akių kontaktas su fotoobjektyvu, galimybė, jog toks vartotojas linkęs į agresiją, sadizmą, kamuojamas psichologinių kompleksų. Alkoholio, cigarečių rūkymo ar kitų psichotropinių medžiagų vartojimo vaizdavimas nuotraukose, nepilnametį paverčia itin „kieta“ socialinės svetainės figūra.

Suvokiama, jog nuotraukose paaugliai bando atskleisti savo statusą, dažniausiai jie virtualų įvaizdį internete formuoja iš lyčių stereotipų. Lytiškumo stereotipai – tai, ką paaugliai mano apie vyrų ar moterų elgesį, kokie vaidmenys jiems priskiriami, ko iš jų tikimasi⁶⁸. Lytiškumo stereotipai

⁶⁵ *Free Online Dating Advice*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. kovo 1 d.]. Prieiga per internetą:<http://www.allreaders.com/online_dating/dating.asp?autonumber=2>.

⁶⁶ Ten pat, išnaša 65.

⁶⁷ Ten pat, išnaša 65.

⁶⁸ KAZINEC, A. *Moters įvaizdis viešojoje erdvėje*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 11 d.]. Prieiga per internetą:<http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2008~D_20080924_184431-15267/DS.005.0.01.ETD>.

formuojasi drauge su lyties identifikacijos ir socializacijos procesais. Paaugliai moteriškumo ar vyriškumo išmoksta stebėdami, kopijuodami ar imituodami suaugusiųjų veiklos modelius. Paauglių pasaulio suvokimas, pasaulio pažinimo procesai yra implikuojami ir sąlygojami užsienio gamintojų formuojamų stereotipų (pvz., TV reklamos, vaizdo klipų, žurnaluose spausdintų žvaigždžių nuotraukų ir kt.)⁶⁹. Pabrėžtina, jog paaugliai žiniasklaidos perduodamą informaciją yra linkę vertinti kaip realų gyvenimą atspindinčią informaciją. Anot V. Pruskaus⁷⁰, *stereotipizacijos itakoje sukuriamas supaprastintas aplinkinio pasaulio vaizdas, paremtas tam tikrais stereotipais, kurie padeda suklasifikuoti įvairias socialines grupes ir atskirus individus pagal išankstinį numatymą ir tikėtis iš jų atitinkamo elgesio*. Stereotipai yra informatyvūs visuomenės vertybinės ir pasaulėžiūrinės brandos diagnostinis indikatorius. Doc. dr. E.Macevičiūtės, R.Matkevičienės, dr. M.Stonkienės („**Socialinių lyčių stereotipų formavimas žiniasklaidoje**“) atlikti tyrimai atskleidė, jog šiuolaikinės žiniasklaidos formuojamas vyro stereotipas – aktyvus, agresyvus, dominuojantis, jo elgesys socialiai neapribotas. Tuo metu moteris nebėra silpna bei gležna, šiuolaikinės moteris – taip pat stipri, agresyvi bei dominuojanti⁷¹.

• **VIRTUALŪS DRAUGAI – BENDRUOMENĖS. NARIŲ KOMENTARAI**

Vienas iš socialinių tinklų funkcijų – galimybė ieškoti bei įregistruoti savo virtualius draugus į asmeninių kontaktų sąrašą. Virtualiose svetainėse žodis „draugai“ gali apibūdinti ne tik tvirtais socialiniais ryšiais susietus individus, draugas gali būti ir kaimynai, bendradarbis ar šiaip mažai pažįstamas asmuo. Kaip jau buvo minėta, paauglys, siekia surasti bei „kolekcionuoti“ kuo daugiau draugų bei pažįstamų. Kuo daugiau virtualių kontaktų, tuo kibernetinė tapatybė yra populiarsnė. Pabrėžtina, jog prisijungę prie socialinių tinklų svetainių, vartotojai yra skatinami susirasti savo draugus (pvz., „Facebook“ svetainėje galima ieškoti savo draugus pagal gyvenamą miestą, mokyklą ir pan.) ir taip maksimaliai išplėtoti savo individualų kontaktų tinklą. Pabrėžtina, jog viešas ryšių demonstravimas yra svarbus įvaizdžio kūrimo elementas.

Prisijungimą prie konkrečios v-bendruomenės sąlygoja tai, kad ta bendruomenė yra patraukli bei įdomi nariui. Priklausomybė vienai ar kitai v-bendruomenei gali atspindėti nario pomėgius, požiūrį, interesus, religines pažiūras ir pan. Registruodamiesi į skirtingas bendruomenes ar grupes, vartotojai turi pripažinti ir tos bendruomenės vertybes, taisykles, ritualus bei simbolius. Suvokiama,

⁶⁹ MACEVIČIŪTĖ, E., MATKEVIČIENĖ, E; ir kt. *Socialinių lyčių stereotipų formavimas žiniasklaidoje*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 11 d.]. Prieiga per internetą:<<http://politika.osf.lt/kiti/dokumentai/SocialiniuLyciuStereotipai.pdf>>.

⁷⁰ V. PRUSKUS. Stereotipai ir jų devizualizacija tarpkultūrinėje komunikacijoje. *Filosofija. Sociologija*. 21 (1), 2010, p. 29–36.

⁷¹ Ten pat, išnaša 69.

jog priklausymas vienai ar kitai v-bendruomenei ar grupei gali būti inspiruotas kitų narių rekomendacijų ar virtualios mados tendencijų.

Savireprezentuodami save, paaugliai tikisi kitų narių dėmesio bei komentarų. Komentarai - tai atsiliepimai apie svetainės vartotoją iš kitų narių. Komentarai gali susidaryti iš kelių dalių: teksto ir įvertinimo. Tekste dažniausiai aprašoma nario statusas, žavimasi jo atliktais darbais bei pasiekimais. Nario statuso populiarumas gali susidaryti iš reitingavimo (pvz., prašoma patinkančio nario profilį pažymėti žvaigždute ar įvertinti balais), „like“ mygtukų paspaudimo gausos ir pan. Komentarų rašymas yra vienas iš dažniausių vartotojų veiklų socialiniuose tinkluose.

• **TARPTAUTIŠKUMAS**

Kaip jau buvo minėta, socialiniai tinklai yra globalūs, jie suteikia galimybę nevaržomai bendrauti su visu pasauliu, dalintis informacija su lokaliai nutolusiais draugiais ar pažįstamais. Pabrėžtina, jog vienintelė tokios komunikacijos kliūtis - kalbų nemokėjimas, nes susiaurinama galimybė nariui dalyvauti tarptautiniuose virtualiose diskusijose, pokalbiuose bei palaikyti komunikacinius ryšius su kitų šalių svetainių vartotojais. IST globalumas suteikia galimybę plėsti akiratį, susipažinti su kitų šalių papročiais bei tradicijomis. Paaugliai, bendraudamas ne tik susipažįsta su naujomis kultūromis, bet ir dalinasi abipuse patirtimi.

Apibendrinant galima teigti, jog paaugliai savo įvaizdį formuoja naudodami naratyvines (elektroninis diskursas) ir vaizduojamąsias (pateikiama papildoma vaizdinę medžiaga: nuotraukos, video įrašai) priemones. Dažnai save reprezentuoja nepateikdami trūkumų ar blogų įpročių, falsifikuoja asmeninės informacijos apie save pateikimą. Nuotraukų talpinimas yra pagrįstas savo virtualios tapatybės reklamavimu. Reikšminga, jog paaugliai fotografuodamiesi kopijuoja žinomų muzikos atlikėjų, aktorių, sportininkų išvaizdą bei pozavimo manieras, tam įtakos turi šiuolaikinių medijų formuojami lyties stereotipai. Suvokiama, jog sąmoningai pasirinktas stereotipas gali riboti paauglio individualybę, nes jis tampa kažkuo kitu, skolintu iš televizijos, žurnalų viršelių, visiškai atitolęs nuo savo realaus „AŠ“.

Skaitydami informaciją apie paauglio pomėgius bei žiūrėdami į jo talpinamas nuotraukas, kiti svetainės nariai atitinkamai vertina nario statusą svetainėje. Kuo virtuali asmenybė yra patrauklesnė (pvz., gražios vartotojo nuotraukos, didelis sukauptų draugų skaičius, aktyvus dalyvavimas virtualių bendruomenių veikloje ir pan.), tuo tas narys yra patrauklesnis ir populiariesnis viešojoje erdvėje. Individas, kurdamas savo įvaizdį bei siekdamas virtualaus pripažinimo, turi laikytis ir tam tikros socialinių tinklų bendravimo maneros, komunikuodami naudotis specifinio elektroninio diskurso elementais.

4. TARPTAUTINĖS „THE SIMPSONS“ IR LIETUVIŠKOS „SIMPSONAI“ VIRTUALIŲ BENDRUOMENIŲ NARIŲ ELEKTRONINIO DISKURSO IR ĮVAIZDŽIO FORMAVIMO EMPIRINIS TYRIMAS

4.1. Tyrimo metodika ir organizavimas

Mokslinės literatūros analizė atskleidė, jog paaugliai komunikuodami IST naudoja tam tikrus elektroninio diskurso elementus, savo įvaizdį kuria panaudodami naratyvines ir vaizduojamąsias priemones. Bendraudami tarpusavyje bei jungdamiesi į skirtingas virtualias bendruomenes jaunuoliai ne tik keičiasi informacija, rašo pranešimus, dalyvauja diskusijose, bet ir kuria tam tikrą virtualią komunikaciją, paremtą specifinių žodžių, simbolių vartojimu ir pan. **Tyrimo problema.** Mokslinių darbų, susijusių su interneto socialiniais tinklais ir jų specifika, yra daugelio disciplinų tyrimo objektas, tačiau pastebima, jog Lietuvoje nėra atliktų jokių tyrimų, susijusių su paauglių elektroninio diskurso bei įvaizdžio formavimo tyrimais virtualių tinklų svetainėse. Suvokiama, jog vis didėjantis socialinių tinklų populiarumas tarp paauglių skatina prabilti apie šių tyrimų būtinumą bei praktinę naudą.

Tyrimui įgyvendinti pasirinktas **kokybinio tyrimo naujasis etnografinis ir turinio analizės metodai**. Kokybinis tyrimas – sistemingas situacijos, įvykio, atvejo, individo ar grupės tyrimas natūralioje aplinkoje, siekiant suprasti tiriamus reiškinius⁷².

Naujoji etnografija – tai tyrimo metodas, naudojamas virtualių grupių tyrimams, kuriose kibernetinė asmenybė yra pirmame plane. Naujoji etnografija yra kaip technologija ar kultūrinis artefaktas, kuris siejasi su kontekstu, kuriame jis naudojamas⁷³. Etnografiniai tyrimai siekia atskleisti prasmes, kuriomis grindžiama socialinė veikla internete. Reikšminga, jog etnografinio metodo panaudojimas suteikia galimybę tirti kasdieninę individų, socialinių bendruomenių ar virtualių grupių komunikaciją elektroninėje erdvėje⁷⁴. Tačiau didžiausias etnografinio metodo privalumas yra tas, kad tyrimas yra vykdomas natūraliomis sąlygomis, esant natūraliai įvykių eigai, taigi jis suteikia turtingą detalėmis ir subtilumais duomenis. Tyrimo eigoje etnografinio metodas iš dalies buvo praplėstas **stebėjimo metodu**. Stebėjimo metodas labiau susijęs su

⁷² ŽUKAUSKIENĖ, R. *Kokybiniai ir kiekybiniai tyrimo metodai*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. balandžio 11 d.]. Prieiga per internetą: <rzukausk.home.mruni.eu/wp.../kokybiniai-ir-kiekybiniai-tyrimai1.ppt>

⁷² HINE, C. *Virtual ethnography*. Sage, 2000, p. 45

⁷² KOZINETS, R, V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage, 2009, p. 233

aprašymu ir paaiškinimu⁷⁵, taikant šį metodą atsirado galimybė analizuoti virtualių grupių narių elgesį. Pabrėžtina, jog šis metodas yra vienas efektyviausių v-bendruomenių narių elgesio tyrimo būdų, nes kaip ir etnografinis metodas leidžia tirti vartotojus, jų komunikaciją jiems natūralioje aplinkoje be stebėtoje įsikišimo. Tokiu būdu tyrimo metu buvo gauta objektyvi informacija.

Atliekant kokybinę turinio analizę atsižvelgiama į teksto sociokultūrinį kontekstą, tai leido išgauti labiau reikšmingą ir detalią informaciją bei giliau išnagrinėti paauglių pranešimų, žinučių bei komentarų turinį. Vykdamas tyrimą buvo gilinama į pranešimų prasmę – kiek stiprūs ar silpni žodžiai savo santykyje su visuminiu sakinio fonu bei kodėl pasirinkti būtent tokie žodžiai. Be to, kokybinė turinio analizė įtraukia ne tik pranešimų nagrinėjimą, bet ir įvairiausių su tuo tekstu susijusių socialinio bei kultūrinio konteksto elementus⁷⁶. Didžiausias kokybinės turinio analizės privalumas – galimybė suvokti ryšius tarp paauglio ir pranešimo, tarp pranešimo ir v-bendruomenės, kas praturtino tyrimo analizę.

Tyrimo objektas (dalykas) – virtualių bendruomenių narių (paauglių) komunikacija socialinių tinklų svetainėse.

Tyrimo tikslas – ištirti paauglių elektroninio diskurso pobūdį bei atskleisti būdus ir priemones, kuriais naudodamasis paauglys formuoja savo virtualų įvaizdį socialinių tinklų svetainėse. **Tyrimo uždaviniai:**

1. Pateikti lietuviškos ir tarptautinės v-bendruomenių charakteristikas, išskirti jų bendrumus bei skirtumus.
2. Ištirti paauglių elektroninio diskurso pobūdį abiejuose v-bendruomenėse.
3. Identifikuoti pagrindines paauglių virtualaus įvaizdžio formavimo priemones.
4. Atlikti abiejų v-bendruomenių elektroninio diskurso pobūdžio ir įvaizdžio formavimo lyginamąją analizę.

Tyrimo hipotezė – paaugliai, jungdamiesi į v-bendruomenes bei komunikuodami su kitais grupės nariais, *formuoja naują virtualią subkultūrą*, kurioje veikia tam tikri virtualios komunikacijos principai, įvaizdžio formavimo bei elektroninio diskurso elementai.

Atrankos principo pateikimas - atliekant kokybinį tyrimą buvo pasirinktas netikimybinės atrankos būdas - tikslinė atranka (tyrimas nereprezentatyvus). Tikslinė atranka suteikė galimybę atrinkti tam tikrų paauglių profilius⁷⁷, kuriuose talpinama informacija turėjo tyrimui reikšmingos vertės. Tyrimo metu buvo analizuojamos dvi analogiškos tematikos v-bendruomenės „Facebook“

⁷⁵ KARDELIS, K. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. 2-asis pataisytas ir papildytas leidimas*. Kaunas, 2002, p. 288

⁷⁶ Ten pat, išnaša 75 ir p. 125

⁷⁷ Socialinių tinklų nario profilis – užpildyta interneto svetainės nario anketa, kurią gali sudaryti rašytinė ir/ar vaizdinė informacija apie asmenį.

socialiniam tinkle, viena lietuviška - „Simpsonai“, kita tarptautinė - „The Simpsons“⁷⁸. Narių profiliai buvo atrenkami pagal šiuos kriterijus:

- paauglys yra v-bendruomenės narys;
- paauglio profilis turi viešą prieigą (t.y. paauglio profilis neturi užkardų, jo duomenys bei asmeninė informacija yra prieinama visiems „Facebook“ tinklo nariams);
- paauglio amžius nuo 13-18 metų;
- paauglys yra aktyvus v-bendruomenės dalyvis (t.y. narys rašo pranešimus, diskutuoja su kitais grupės nariais ir pan.).

Vieša profilio prieiga suteikė galimybę surinkti demografinę informaciją apie paauglių amžių, lytį, gyvenamą vietą ir tautybę. Taip pat atviras nario profilis leido stebėti bei interpretuoti talpinamos asmeninės informacijos bei nuotraukų pobūdį. Nors visuotinai yra nusistovėjusi nuomonė, kad paauglystė apima 12 – 18 metų amžiaus periodą, tačiau „Facebook“ svetainės nuostatuose teigiama, jog svetainės vartotojas gali būti narys, sulaukę trylikos ir daugiau metų. Tam, jog būtų apsaugoti privatus jaunuolių duomenys bei nepažeistas paauglių privatumas, tyrimo metu jų vardai, pavardės bei slapyvardžiai buvo žymimi inicialais (pvz., Vardenis Pavardenis: V. P.)

Tyrimo laikas. Tyrimas buvo vykdomas 2011 metų vasario – kovo mėnesiais. „Facebook“ socialiniame tinkle narių pranešimai bei komentarai yra saugomi bei archyvuojami, todėl tyrimo metu tekstinė informacija nebuvo papildomai fiksuojama bei perrašoma į kitas elektronines laikmenas.

Numatomi rezultatai. Įgyvendinus tyrimo tikslą bei uždavinius, išanalizavus elektroninio diskurso pobūdį bei identifikavus pagrindines įvaizdžio formavimo priemones, galima įvardinti numatomus tyrimo rezultatus. Tikėtina, jog paaugliai jungdamiesi į v-bendruomenes bei komunikuodami su kitais grupės nariais, *formuoja naują virtualią subkultūrą*, kurioje veikia tam tikri virtualios komunikacijos principai, įvaizdžio formavimo bei elektroninio diskurso elementai.

4.2. Virtualių bendruomenių charakteristika

Tyrimui įgyvendinti buvo pasirinktos dvi v-bendruomenės: lietuviška - „Simpsonai“ (prieiga per internetą: <http://www.facebook.com/#!/patinka.simpsonai?sk=wall>) ir tarptautinė - „The Simpsons“ (prieiga per internetą:

⁷⁸ „Simpsonai“ – tai Matt Abram Groening režisuojama animacinė komedija, Amerikoje pradėta rodyti nuo 1989 m. Tai trumpametražiai filmukai, kurių kiekviena serija pristato vis naują situaciją. Seriale parodijuojamas vidurinės klasės amerikietiško stiliaus šeimynos gyvensena, amerikietiška kultūra, visuomenė. Simpsonai yra visos televizijos istorijoje ilgiausiai rodoma ir aukščiausiai reitingą turinti kultinė animacinė situacijų komedija.

<http://www.facebook.com/help/?topic=suggestions#!/TheSimpsons?sk=wall>). Siekiant atskleisti tyrimo tarptautiškumo aspektą bei patvirtinti ar paneigti iškeltą hipotezę, analogiški tyrimo metodai buvo pritaikyti abiem v-bendruomenėm tirti. Kaip jau buvo minėta teorinėje darbo dalyje, v-bendruomenės nariai turi bendrą tikslą, interesą, poreikį ir užsiėmimą, kuris ir yra pagrindinė priklausymo bendruomenei priežastis. Reikšminga pateikti šių v-bendruomenių charakteristikas bei išskirti jų tarpusavio panašumus bei skirtumus 2 lentelė.

2 lentelė. Virtualių bendruomenių charakteristika

Požymis	Tarptautinė - „The Simpsons“ virtuali bendruomenė	Lietuviška - „Simpsonai“ virtuali bendruomenė	PANAŠUMAI	SKIRTUMAI
Narių skaičius (tūkst.)	24.478.981	91.162	Abi v-bendruomenės turi didelį narių skaičių. Vertinant lietuviškos svetainės vartotojų skaičių galima teigti, jog tai viena iš daugiausiai „Facebook“ narių turinti v-bendruomenė Lietuvoje.	Analizuojant bendruomenių narių profilių informaciją, jų demografinius duomenis pastebima, jog tarptautinė - „The Simpsons“ virtuali bendruomenė jungia narius iš viso pasaulio, tačiau lietuviškoje svetainėje pagrindiniai vartotojai yra lietuviai.
Komunikavimo kalba	Anglų ir kitos pasaulio kalbos	Lietuvių	Nors lietuviškoje v-bendruomenėje pagrindinė komunikavimo kalba yra lietuvių, tačiau kartais vartotojai tarpusavyje komunikuoja panaudodami angliškus žodžius ir/ar frazes.	Reikšminga, jog tarptautinėje v-bendruomenėje pagrindinė komunikavimo kalba yra anglų, tačiau pastebima, jog svetainės vartotojai dažnai rašo pranešimus ir komentarus savo gimtąja kalba.

Tematika	<p>Puslapyje talpinama informacija susijusi su „Simpsonai“ animaciniu serialu bei neseniai išleistu to pačio pavadinimo filmu. Puslapyje v-bendruomenės nariai gali pasižiūrėti bei parsisiųsti visus multfilmo sezono serijas. Svetainėje taip pat talpinamos humoristinės nuotraukos, susijusios su Simpsonų šeimos nariais ir pan.</p>	<p>Analogiškos tematikos puslapis, kuriame talpinami su „Simpsonų“ multfilmu susiję vaizdo įrašai, nuotraukos ir pan.</p>	<p>Abejas v-bendruomenės sieja „Simpsonų“ animacinis serialas. Bendruomenės nariai dalinasi pranešimais apie naujausias multfilmo serijas, komentuoja vaizdo įrašus bei nuotraukas. Dalinasi skirtingomis internetinėmis nuorodomis.</p>	<p>Nors v-bendruomenės skleidžia tos pačios tematikos pranešimų ir vaizdo įrašų turinį, tačiau pastebimi šių svetainių skirtumai, pvz., puslapiuose talpinami pranešimai bei nuorodos dažnai adaptuoti pagal šalių bei jų vartotojų poreikius.</p>
----------	---	---	--	--

Kaip matoma iš lentelės duomenų, abiejų v-bendruomenių narius jungia bendras interesas ir pomėgis (t.y. „Simpsonai“ animacinis serialas). Svetainės vartotojai diskutuoja tarpusavyje, keičiasi nuorodomis, komentuoja, vertina nuotraukas bei vaizdo įrašus. Pastebima, jog tarp šių svetainių yra skirtumų. Vienas iš reikšmingiausių - tai komunikavimo kalba. Lietuviškoje svetainėje (vasario – kovo mėnesiais) užfiksuoti vos keli narių pranešimai bei komentarai (iš viso 6 pranešimai) publikuoti rusų, vokiečių bei anglų kalbomis (pvz., **O.G:** *Мне очень нравится, смешные сериу ☺*; **D.H:** *Hello my names is D... , and I love „The Simpsons“*; **A.L:** *was hast du für eine sprache?:P*). Tačiau analizuojant tarptautinės v-bendruomenės pranešimų turinį pastebima, jog šios v-bendruomenės nariai daug dažniau rašo pranešimus savo gimtąja kalba, pvz.,:

Ispanų kalba:

- **A.R.A:** *no entendi nada solo lo q esta en castellano;*
- **V.De.S:** *esta serie nunca pasa de moda y nunca pasara es lo maximo;*
- **M.L:** *uy simsons que ah esta buena no hoy y todos los dias!!!!*

Italų kalba:

- **E.C:** *non si può dire che i simpson fanno schifo, ehehehe ragaaa, è tipo dire che essere ricco fà schifooo pensiamociiii. Lo sò sto dicendo una grossa cavolata perchè credo e immagino che nessuno dica che fanno schifo però voglio far capire cosa significa ignorare i simpson!!;*

- **O.T:** *Passate da me => ci sono tante cose belle.. =P ♥.*

Galisų kalba:

- **W.D:** *ñ tenho vergonha de dizer adoro os simpsons o Homer é muito engraçado;*

- **P.J.** *Homer är en cool snubbe,,barnuppfostran är en klart stark sida han har detsamma gäller moral,,det finns en liten Homer i oss alla...*

Pracūzų kalba:

- **C.F:** *faux penser a une choses le français est une langue vivante mettez en FRANCAIS et pas quand ENGLAIS merci beaucoup, d'avance !!!!;*

- **S.J:** *regarder les simpsons le lendemain d ' une fete bien arrosé et complètement afalé sur le canapé a moitié endormie . mdr;*

- **D.T:** *Homer !!!! l'amour de ma vie !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!*

Japonų kalba:

-**A.P.P.H:** 新年快樂!!!

Švedų kalba:

- **E.M:** *simpson är sämst!!!!).*

Lotynų kalba:

- **B.M:** *O Homer é uma mula).*

Farsi kalba:

- **A.M:** ;

- **H.M:** ;

- **I.J:** *الامشهور الا سم صاحب الرجل سد يمسون هومر.*

Rusų kalba:

- **L.J:** *самый лучший мультсериал ☺;*

- **R.R:** *Привет, я очень люблю „Симпсонов“.*

Vokiečių kalba:

- **O.L:** *ich liebe sie;*

- **M.G:** *de beste serie wos gib.....echt geil!!!;*

- **G.Y:** *ich hab kein fernsehen aber ich liebe simpson besonders homer mag ich:).*

Azerbaidžaniečių kalba:

- **K.D:** *Adıma Gir Beğen .:).*

Galima daryti prielaidą, jog paaugliai komunikuodami tarptautinėje v-bendruomenėje savo gimtąja kalba siekia susipažinti su naujais virtualiais draugais, pvz., čekas rašydamas savo gimtąja

kalba gali sulaukti kito čeko ar čekiškai suprantančio v-bendruomenės nario dėmesio (**R.P:** *zda je mluvit český?*; **L.L:** *Vous parlé pas francéé ☺?*). Taip pat gimtosios kalbos vartojimas gali būti sietinas su savo kultūrinio identiteto palaikymu (**Z.G:** *新年快. I am a CHINESE and I am proud of it~*). Anot E. Krukauskienės⁷⁹, jaunimas paprastai siekia išsiskirti, todėl kultūrinis identitetas gali reikšti jų savęs reprezentavimo poziciją, atskleisti ne tiek panašumus, kiek skirtumus nuo kitų. Suvokiama, jog kurdami savo identitetą vyraujančioje kultūroje, jaunimas identifikuojasi su savo kultūra, kalba, vertybėmis bei tradicijomis, tokiu būdu paaugliai ne tik supažindina kitus bendruomenės narius su savo kultūra, bet ir formuoja savo virtualų įvaizdį. Reikšminga pabrėžti, jog ne visada gimtosios kalbos vartojimas sietinas su noru atkreipti kitų narių dėmesį ar išreikšti savo kultūrinį identitetą, tai gali lemti ir paprasčiausiai blogos anglų kalbos žinios, todėl paaugliai, nenorėdami padaryti gramatinių ar stiliaus klaidų bei sulaukti kritikos iš kitų tinklo vartotojų, rašo pranešimus savo gimtąja kalba.

Apibendrinant galima teigti, jog tiek tarptautinės, tiek lietuviškos v-bendruomenės narius sieja bendras interesas bei pomėgis (t.y. „Simpsonai“ animacinis serialas). Elektroninėje erdvėje paaugliai dažniausiai tarpusavyje komunikuoja vartodami dvi kalbas (t.y. gimtąją kalbą ir anglų kalbą). Dvikalbystę internete lemia socialinio tinklo „Facebook“ tarptautiškumas bei globalumas, jis suteikia galimybę paaugliams nevaržomai bendrauti su visu pasauliu, dalyvauti tarptautiniuose v-bendruomenių forumuose, diskusijose, pokalbiuose ir tokiu būdu plėsti savo socialinius ryšius bei kontaktus.

4.3. Elektroninio diskurso pobūdis virtualių bendruomenių komunikacijoje

Kaip jau buvo minėta, elektroninį diskursą sieja tam tikras virtualaus bendravimo stiliaus ir kalbos ypatybės. Reikšminga, jog diskursas apima visą komunikacijos aktą: ne tik pranešimus, bet ir vartotojus, situaciją, kontekstą, nekalbines raiškos priemones. Tam, jog būtų galima iširti paauglių elektroninio diskurso pobūdį, reikšminga atlikti virtualių pranešimų bei komentarų turinio analizę. Tyrimo metu buvo lyginama abiejų v-bendruomenių pranešimų bei komentarų rašymo stiliai, grafinių elementų panaudojimas tekste, keiksmažodžių, anglicizmų vartojimas ir pan.

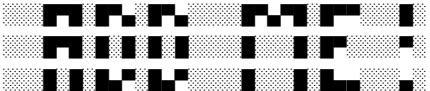
Turinio analizė atskleidė, jog abiejų v-bendruomenių narių pranešimai dažnai rašomi nenaudojant skyrybos ženklų, taip pat nepaisoma didžiųjų bei mažųjų raidžių rašybos taisyklių (pvz., **A.T:** *This is A jOke suitAbLe fOr HOmer,,,,,,,,,,,,, BecAusE its Already a dAy aheAd fOr ChiNa aNd he wOuld thiNk it's.....>*; **G.I:** *SuPeR FiiLmUkAS, SimPsoNai VAIDo ☺*), po taško naujas sakinytis pradėdamas mažąja raide. Pabrėžtina, jog paaugliai, rašydami lietuviškai, vengia naudoti diakritinius kalbos ženklus, t.y. balsės rašomos be nosinių, afrikatos be varnelių

⁷⁹ KRUKAUSKIENĖ, E; ir kt. *Jaunimo kultūrinis identitetas: prioritetai, nuostatos, etninė kultūra (monografija)*. 2003. p. 58

(pvz., **D.G:** *nerealiai noriu, ziuriu simpsonus nuo vaikystes, tikrinu kiekviena diena ar neatsirado nauju seriju, renku ju zurnalus, ziauriai butu faina ir marskinelius turet :D*), o angliški žodžiai rašomi nenaudojant opostrofų (pvz., **B.M:** *its halarous and good*; **T.M:** *Dont forget about NASCAR, Homer! Its the sport just perfect for some Duff beer!*).

Kaip vieną iš dažniausiai pasitaikančių elektroninio diskurso elementų galima būtų išskirti specifinių grafinių ženklų bei simbolių naudojimą tekste. Ženklų ir simbolių pavyzdžiai pateikti 3 lentelėje.

3 lentelė. Grafinių ženklų ir simbolių naudojimas

Požymis	Tarptautinė - „The Simpsons“ virtuali bendruomenė	Lietuviška - „Simpsonai“ virtuali bendruomenė
Grafinių ženklų naudojimas, pvz., „emotikai“, skaitmenys, simboliai, šauktukai, klausukai ir pan.).	<p>M.G: <i>HyHyHy!! volll coool!!!;</i></p> <p>D.S: <i>Ah, so he dunno me (‘_’);</i></p> <p>D.A.H: <i>hahahahahahahah happy nth 4u2 ^_^;</i></p> <p>D.T: <i>Homer!!!! l’amour de ma vie !!!! ♥♥♥;</i></p> <p>J.C:</p>  <p>D.H: <i>Unimarwels !!!!!!!!!!!!!!!!!!!! !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!;</i></p> <p>R.W: <i>the \$impson\$ is well good go homer...</i></p> <p>O.S: <i>@Fatma :wie oft denn noch ? :D;</i></p> <p>S.E.A: <i>SOOOOO True!!!!!!LoL!!! :-).</i></p>	<p>V.B: <i>nu Simpsonai, palaukit :DDDD;</i></p> <p>M.A: <i>pasakyk kur, ir as duosiu 20 LT :DDD man i pm atsakyma :));</i></p> <p>R.O: <i>nu kas cia per vejai????????????/!!!!!!!!!! prie ko cia dabar multikas, manau kad perdeda hebryte;</i></p> <p>M.M: <i>jus gal 2rniai, nesamone kokia >:@;</i></p> <p>J.P: <i>;((((((((((((neturiu nuot aikos ziuret filmuka;</i></p> <p>V.P: <i>ziurim, zurim....., mmmmmmm, Saunu!!!</i></p> <p>V.S: <i>:DDDDDDDDDD.</i></p> <p>G.J: <i>(-_-).....zzzZzz.....;</i></p> <p>G.P: <i>Smagumelis cia pabendraut ;D~*.</i></p> <p>T.Y: <i>:P.</i></p>

Suvokiama, jog paaugliai virtualios komunikacijos metu negali tiesiogiai perteikti savo emocijų, todėl dažnai į pranešimus įterpia tam tikros reikšmės emiotikus, pvz., :) :((-_-) :* :/ :@ :D :* ir t.t. (daugiau emiotikų ir jų reikšmių – 2 priede). Šypsniukų naudojimas suteikia vartotojams galimybę perteikti savo jausmus, nuotaikas bei reakcijas. Atliekant tyrimą buvo pastebėta, jog kai

kurie v-bendruomenių nariai apskritai nerašo tekstinių pranešimų, o savo reakcijas perduoda tik emiotikų pagalba (pvz., **V.S:** :DDDDDDDD; **T.Y:** :P). Reikšminga, jog be šypsniukų, jaunuoliai vartoja ir kitus grafinius ženklus bei simbolius, pvz., šauktukus bei klaustukus (pvz., **D.H:** *Unimarwels !!!*; **R.O:** *nu kas cia per vejai????????????/!!!!!!!!!! prie ko cia dabar multikas, manau kad perdeda hebryte*), grafinius simbolius (pvz., **Simpson\$;** ♥♥♥) bei piešinėlius. Galima daryti prielaidą, jog paaugliai naudodami grafinius simbolius bei specifinius ženklus ne tik stengiasi perduoti savo emocijas, bet ir siekia atkreipti kitų svetainės narių dėmesį, pabrėžti savo pranešimų svarbą, vizualiai išsiskirti iš srauto kitų vartotojų komentarų.

Taip pat reikšmingas yra skaičių vartojimas tekste (pvz., **M.M:** *jus gal 2rniai, nesamone kokia >:@;* **D.A.H:** *hahahahahahah happy nth 4u2 ^_^*). Suvokiama, jog skaičių rašymas yra sietinas su sakytine kalba, nes žodžiu tariamas skaičius atitinka rašomo žodžio skiemenį, todėl siekiant sutaupyti laiko ir kuo greičiau parašyti žodį, paaugliai vietoj skiemenų ar žodžių rašo skaičius, pvz., 2durniai (durniai „kvailiai“) arba 4u2 (angl. for you too „tau taip pat“).

Kitas elektroninio diskurso pobūdis virtualiuose socialinių tinklų svetainėse – žodžių bei žodžių junginių trumpiniai (koduoti žodžiai). Žodžių ir žodžių junginių trumpiniai pateikti 4 lentelėje.

4 lentelė. Žodžių ir žodžių junginių trumpiniai

Požymis	Tarptautinė - „The Simpsons“ virtuali bendruomenė	Lietuviška - „Simpsonai“ virtuali bendruomenė
Žodžių ir žodžių junginių trumpiniai	<p>H.I: <i>u</i> (you „tu“) <i>rock man!!!! \../;</i></p> <p>A.S: <i>hi homer wassup</i> (what’s up „kaip einasi“)?;</p> <p>S.S.Q: <i>Lo</i> (Hello „labas“) OMER (Homer) HW R U (how are you „kaip tau sekasi?? TAKE CARE OF u (you) BYE;</p> <p>M.A: <i>homert oh ure</i> (you are „tu esi“) da (dumb ass „kvailys“) <i>best pervertish character ive</i> (I have „aš esu“) <i>ever seen;</i></p> <p>S.M: MDR (prac. Mort De Rire = ang. LOL „garsiai juokiuosi“) ;)))));</p> <p>B.T.C: <i>U</i> (you „jūs“) <i>guys r</i> (are „esat“) <i>all freaks! I’m his biggest fan cuz</i> (because „nes“) <i>I’m marrying</i></p>	<p>A.L: <i>plz</i> (please „prašau“) <i>rodikit naujas impsonu (simpsonu) serijas tsibodo (atsibodo)....!!!</i></p> <p>D.J: <i>bent per intika</i> (internetą) <i>galima paziet</i> (pažiūrėti) <i>o per tv</i> (televizorių) <i>tai senas nusibodusias rodo</i> ☺;</p> <p>E.G: <i>Dq</i> (<i>dėkui</i>);<i>D;</i></p> <p>K.M: <i>gers</i> (<i>geras</i>) <i>tu mldec</i> (<i>maladec</i> „šaunuolis“) :);</p> <p>S.L: <i>la</i> (labas), <i>tai snd</i> (šiandien) <i>svente tavo didele, svejkinu?!!! ;]</i></p> <p>K.K: <i>Nzn</i> (nežinau) <i>nk</i> (nieko) <i>blatno, mergu trukumas :S;</i></p> <p>V.M: <i>Oras visai nk</i> (nieko „neblogas“) . <i>Saule db</i> (dabar) vln (Vilniuje) <i>sviecia.</i></p>

	<p><i>Homer!!!;</i></p> <p>N.H: OMG (Oh My goodness „o, Dieve“)! Lol (laughing out loud „garsiai juokiuosi“);</p> <p>H.U: CWYL (Chat With You Later „susirašysim.susibendrausim vėliau“), <i>byeee</i> 😊</p> <p>M.M: nw (now „dabar“) <i>dats cool, im</i> (I‘m„as esu“) <i>addited to the simsons.</i></p>	<p><i>P.S. Kas ten pas Barta ant nugaros?! :D;</i></p> <p>A.G: ziu (žiūriu) <i>kad blogs</i> (blogas „nekokybiškas“) <i>vertimas, kdl</i> (kodėl) <i>nepalieka filmuku be LT</i> (lietuviško) <i>vertimo?????</i></p> <p>E.G: lb lb (labai, labai) <i>ddidelis aciux</i> (ačiū) <i>uz pagalba, dabar rodo geriau ;))</i>.</p>
--	---	---

Kaip matoma iš pavyzdžio, trumpinių vartojimas yra būdingas abiejų v-bendruomenių nariams. Suvokiama, jog paaugliai komunikuodami linksta dažnai pasikartojančius žodžius ar frazes trumpinti ar jungti tarpusavyje (pvz., *wassup* „what's up“; *dq* „dėkui“; **OMG** „Oh My Goodness/God“; *kdl* „kodėl“; *nzn* „nežinau“ ir t.t.). Galima daryti prielaidą, jog šis reiškinys sietinas su kalbos ekonomija bei pranešimų rašymo efektyvumu, nes paaugliams būdingas greitos komunikacijos bei spartaus spausdinimo poreikis. Taip pat reikšminga pabrėžti, jog žodžių ir frazių trumpinimas būdingas tiek tarptautiniai, tiek lietuviškai v-bendruomenėi, tai įrodo elektroninio diskurso pobūdžio panašumus abejuose v-bendruomenėse.

Kaip jau buvo minėta, dvikalbystė IST yra vienas iš dažniausiai pasireiškiančių elektroninio diskurso elementų. Tyrimo metu buvo pastebėta, jog kartais gimtoji ir anglų kalbos yra vartojamos vienu metu, pvz., rašydami pranešimus jaunuoliai įterpia tam tikras anglų kalbos frazės ar žodžius, lietuviškas raides keičia angliškomis. Anglų kalbos raidžių, žodžių ir frazių vartojimas pateiktas 5 lentelėje.

5 lentelė. Anglų kalbos raidžių, žodžių ir frazių vartojimas

Požymis	Tarptautinė - „The Simpsons“ virtuali bendruomenė	Lietuviška - „Simpsonai“ virtuali bendruomenė
Anglų kalbos raidžių, žodžių ir frazių vartojimas	<p>A.M: <i>şıkLar Mekanı alatasaraylıların sohbet sayfası için profilime tıkla sende katıl hadi... hot enough to chat on clicking my name;</i></p> <p>M.G.S: <i>Aiii carramba ! Homer rules. My the best turbo cartoon yo ;);</i></p> <p>A.S: <i>新年快乐...nice!;</i></p> <p>E.P: <i>Lovely, lebe Homer Simpson! Nur das Duff Bier sollte besser</i></p>	<p>T.P: Geriausias kai išlindo iš tos ledo skulptūros ir sako nice to see you (malonu tave matyti) :DD;</p> <p>A.A: <i>as is antro karto įsitaginau</i> (tagging „pažymėjau“) ^_^;</p> <p>G.M: <i>nzn kaip jus bet as like it</i> (mėgstu tai) ;D;</p> <p>V.J: <i>Jei turetu 100 tai isvis butu The Best</i> (būtų geriausias) :P;</p> <p>T.A: labux (labas) visiems, <i>taj ka ir</i></p>

	<p><i>schmecken.</i></p> <p>J.Y.B. Thanx ☺;</p> <p>L.P: <i>Passate da me => ci sono tante cose belle..im love the simpsons!;</i></p> <p>D.P: <i>el mas chistoso es el mula d l Homero, the Simpsons forever :P;</i></p> <p>J.W: <i>Hello, quero também que Jafa Selemani vá tomar no cú;</i></p> <p>C.Y: <i>Tro cool les Simpson c tro bien sur w9;</i></p> <p>A.S.G: <i>fogot to watch the eposodes of simpsons damm, jeg er forvirret..;</i></p> <p>B.E.K: <i>Me encante los the simpsons, my favorite movie, jeejeeeee....</i></p>	<p><i>in Lithuania (Lietuvoje) nerodys?!;</i></p> <p>M.R: <i>NAUJIU SERIUJIU ANGLU KALBA!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! Press "Like" if you agree</i> (paspausk mygtuką „Patinka“, jeigu sutinki su mano pasiūlymu)!!!;</p> <p>R.N: <i>like like like</i> (patinka, patinka, patinka) :D <i>nebedaug liko laukti</i> :>>>>;</p> <p>M.Z: <i>Shaunu!</i>(šauņu) <i>pagaliau pataiset sawo</i> (savo) <i>didžiausia truqma</i> (trūkuma)!;o)</p> <p>O.J: <i>ok</i> (gerai), <i>veliau ta serija pačekinsiu</i> (angl. check “patikrinsiu, pažiūrėsiu”) <i>jeigu bus laiko;</i>);</p> <p>D.I: <i>sorry</i> (atsiprašau) <i>bet jeigu neturi ka veikti</i> (veikti) <i>eik siena ravet</i> :P;</p>
--	---	---

Galima teigti, jog anglišku frazių bei žodžių vartojimas sietinas su kibernetinė mada, nes paauglys parodo ne tik tai, jog jis moka užsienio kalbą, bet ir demonstruoja savo tarptautines žinias bei gebėjimus. Taip pat anglų kalbos žodžių naudojamas gali būti surištas su kalbos ekspresijos bei kitų narių dėmesio pritraukimu, kadangi paaugliai virtualioje erdvėje siekia populiarumo, todėl sąmoningai vartoja „madingo“ rašytinio diskurso elementus, pvz., angliškus žodžius bei frazes (pvz., **V.J:** *Jeit turetu 100 tai isvis butu The Best:P;* **A.A:** *as is antro karto isitaginau^_^*), lietuviškuose žodžiuose vartoja angliškas raides (pvz., *labux, ka veikti*). Reikšmina, jog šis elektroninio diskurso elementas pasireiškia ir tarptautinės bendruomenės narių pranešimuose, pvz., **L.P:** *Passate da me => ci sono tante cose belle...i love the simpsons!;* **A.S:** *新年快乐...nice!;* **M.G.S:** *Aiii carramba! Homer rules. My the best turbo cartoon yo ☺*). Pastebima, jog anglų kalbos žodžių bei frazių vartojimas yra bendras abejoms v-bendruomenėms, šis aspektas iš dalies patvirtina tyrimo hipotezę, jog paaugliai iš tikrųjų formuoja tam tikrą elektroninį diskursą socialinių tinklų svetainėse.

Teorinėje darbo dalyje buvo teigiama, jog vienas iš reikšmingiausių motyvų skatinančių paauglius komunikuoti socialiniuose tinkluose, yra populiarumo bei kitų narių pripažinimo siekis. Paaugliai, norėdami būti populiarūs, dažai savo komunikacijoje vartoja ypač ”kieta” rašymo stilių, pvz., į pranešimo tekstą įterpia keiksmažodžius ir/ar žargoną. Keiksmažodžių ir žargono vartojimo pavyzdžiai pateikti 6 lentelėje.

6 lentelė. Keiksmazodžiai ir žargonas

Požymis	Tarptautinė - „The Simpsons“ virtuali bendruomenė	Lietuviška -, „Simpsonai“ virtuali bendruomenė
Keiksmazodžiai ir žargonas	<p>Q.P: <i>That's the most fucked</i> (angliškas keiksmazodis) <i>up piece of shit</i> (angliškas keiksmazodis) <i>I've ever heard in my life, the simsons the best!!!!!!!!!!!!!!!;</i></p> <p>L.L: <i>f**g</i> (angliškas keiksmazodžio trumpinys) <i>films. :-);</i></p> <p>F.W: <i>WTF</i> (what the fuck), <i>very Stupid episode :S;</i></p> <p>R.O: <i>G....., u r real bitch</i> (angliškas keiksmazodis) <i>>:<;</i></p> <p>R.S: <i>Awesome</i> (amazing, wonderful, cool „pasakiška, nuostabu“), <i>im luv luv luv the simpsons ☺;</i></p> <p>B.M: <i>F***ing S**t</i> (anglišku keiksmazodžių trumpiniai);</p> <p>R.W: <i>You're Full Of S**t</i> (angliškas keiksmazodžio trumpinys), <i>byeeeee☺;</i></p> <p>E.I.U: <i>Cha, cha, Bart is a idiot</i> (kvailys) <i>and asshole</i> (angliškas keiksmazodis) ;P ;</p> <p>A.P: <i>U are freak man</i> (iškrypėlis) <i>!!!!!!!</i></p>	<p>A.B: <i>jus krw</i> (karoče „trumpai tariat“) <i>rimtai tokie debilai</i> (kvailiai)? <i>parasyta blet</i> (rusiškas keiksmazodis) <i>vokietijojs tv7 kanale neberodys tai pricom nx</i> (rusiško keiksmazodžio trumpinys) <i>ta lietuva? Kausai</i> (žiopliai) <i>tai bbd</i> (rusiško keiksmazodžio trumpinys);</p> <p>S.M: <i>Jie durni</i> (kvaliai) <i>ar cia man tik waidenas?</i></p> <p>J.Ž: <i>gaidziai</i> (žargonas) <i>ar kompais</i> (kompiuteriais) <i>nemokat naudotis ... taigi bl</i> (rusiško keiksmazodžio trumpinys) <i>naujausios serijos ikeltos ir visi kiti sezonai is kur jis istrauks tas naujas serijas? tkr lopai</i> (tikri nevykėliai);</p> <p>P.M: <i>atsiranda tokiu kuriem visikas px</i> (rusiško keiksmazodžio trumpinys) <i>ir nesugeba padeti vieno zingsnio iki siukslines ir bent keliomis siukslemis padaryti pasauli svaresni;</i></p> <p>T.A: <i>Ahujienas</i> (rusiškas keiksmazodis) <i>bajris</i> (juokelis) <i>!!! ;))</i></p> <p>D.J: <i>maciau visa serija simsonu ir ji lieva</i> (neįdomi) <i>labai :(</i></p> <p>D.B: <i>Duhai</i> (nevykėliai, kvailiai), <i>tai ką aš žesiu (žiūrėsiu) 3h?????</i></p>

Kaip matoma iš pavyzdžio, abiejų v-bendruomenių nariai savo kalboje vartoja keiksmazodžius. Lietuviškoje v-bendruomenėje populiariausi ir dažniausiai vartojami – slaviški. Tokią tendenciją galėtų lemti tai, kad būtent slaviški keiksmazodžiai yra perduodami iš kartos į kartą, senelių, tėvų ir t.t. Tarptautinėje svetainėje taip pat rasta nemažai keiksmazodžių bei žargono pavyzdžių (pvz., *idiot*, *asshole*, *bitch*, *what the fuck* ir pan.). Suvokiama, jog paaugliai virtualiai komunikodami tarpusavyje formuoja tam tikrą interžargoną, kuris leidžia paaugliams atsiriboti nuo suaugusių, sukurti savo iliuzinį pasaulį, kuriame veikia tam tikri komunikacijos principai.

Taip pat atliekat turinio analizę buvo pastebėta, jog v-bendruomenės nariai ne tik tarpusavyje keičiasi informacija, rašo pranešimus, bet ir ieško naujų virtualių pažinčių, pvz., **F.K.M:** *HELP HELP I NEED A NEW GIRL FRIENDS* (padėkite, padėkite, aš ieškau merginos)!!!; **T.Y:** *gal kas shi penktadieni nori nulekt kartu i simpsonu filma*), guodžiasi (**O.P:** *Pervargau mokykloje (joje galima išprotēt @; **R.W:** *Im upset and very lonely* (aš esu nusiminęs ir labai vienišas), pykstasi (**P.Ž:** *Henrikai, nevykėli nezysk*), sveikina vieni kitus gimtadienio proga (**R.G:** *monikiux, sveikinu su gimse, daug visko visko :); **B.Z:** *Happy Birthday, Tom!!!!!!!!!!* (Su gimtadieniu, Tomai) ir kt. Suvokiama, jog tokiu būdu formuojasi tam tikra virtuali subkultūra, kuriai būdingas tvirtų tarpusavio narių ryšių palaikymas.**

Apibendrinant galima teigti, jog paaugliai, komunikuodami tarpusavyje, kuria tam tikrą bendravimo stilių bei manierą, naudoja skirtingus elektroninio diskurso elementus (pvz., žodžių bei frazių trumpinimą, grafinius ženklus bei simbolius, keiksmazodžius, žargoną ir pan.). Pabrėžtina, jog virtualaus diskurso elementų naudojimas sietinas su kibernetine mada bei paauglio noru būti populiariu bei pripažintu kitų tinklo narių. Reikšminga, jog „Facebook“ socialinės svetainės globalumas lemia paauglių dvikalbystę tinkle, nes narys mokėdamas užsienio kalbą gali nevaržomai bendrauti su visu pasauliu, dalintis informacija su lokaliai nutolusiais draugiais ar pažįstamais. Suvokiama, jog tokiu būdu paaugliai formuoja naują virtualią subkultūrą, kurioje veikia tam tikri virtualios komunikacijos principai bei elektroninio diskurso elementai.

4.4. Paauglių įvaizdžio formavimo būdai ir priemonės

Kaip žinoma, virtualus įvaizdis – tai interneto vartotojo kuriamas įvaizdis, kuomet asmuo susikuria tikrą arba tariamą tapatybę, paviešindamas savo asmeninius duomenis apie igimtus ar pasiektus socialinius statusus, nuotraukas iš asmeninio archyvo ir kitą informaciją, arba susikuria realybės visiškai neatitinkančią virtualią tapatybę. Atliekant tyrimą buvo pastebėta, jog paaugliai dažnai savo realią asmenybę tapatina su virtualia, pvz. pateikia tikslus savo demografinius duomenis (nurodo savo amžių, lytį, tautybę ir pan.), aprašo savo pomėgius bei hobį, talpina savo bei savo šeimos, draugų nuotraukas, Pabrėžtina, jog registruodamiesi į „Facebook“ socialinį tinklą, paaugliai įrašo savo tikrus vardus bei pavardes (tyrimo metu buvo identifikuoti tik keli nariai, kurie buvo susikūrę slapyvardžius). Suvokiama, jog „Facebook“ svetainės populiarumas yra grįstas ne anonimiškų tapatybių tarpusavio komunikacija, o realių socialių kontaktų sąveika, todėl paaugliai sąmoningai, nebijodami ir/ar nesuvokdami galimų pasekmių (pvz., tapatybės klastojimo, elektroninio priekabiavimo, patyčių grėsmė) viešina savo asmeninius duomenis socialiniam tinkle.

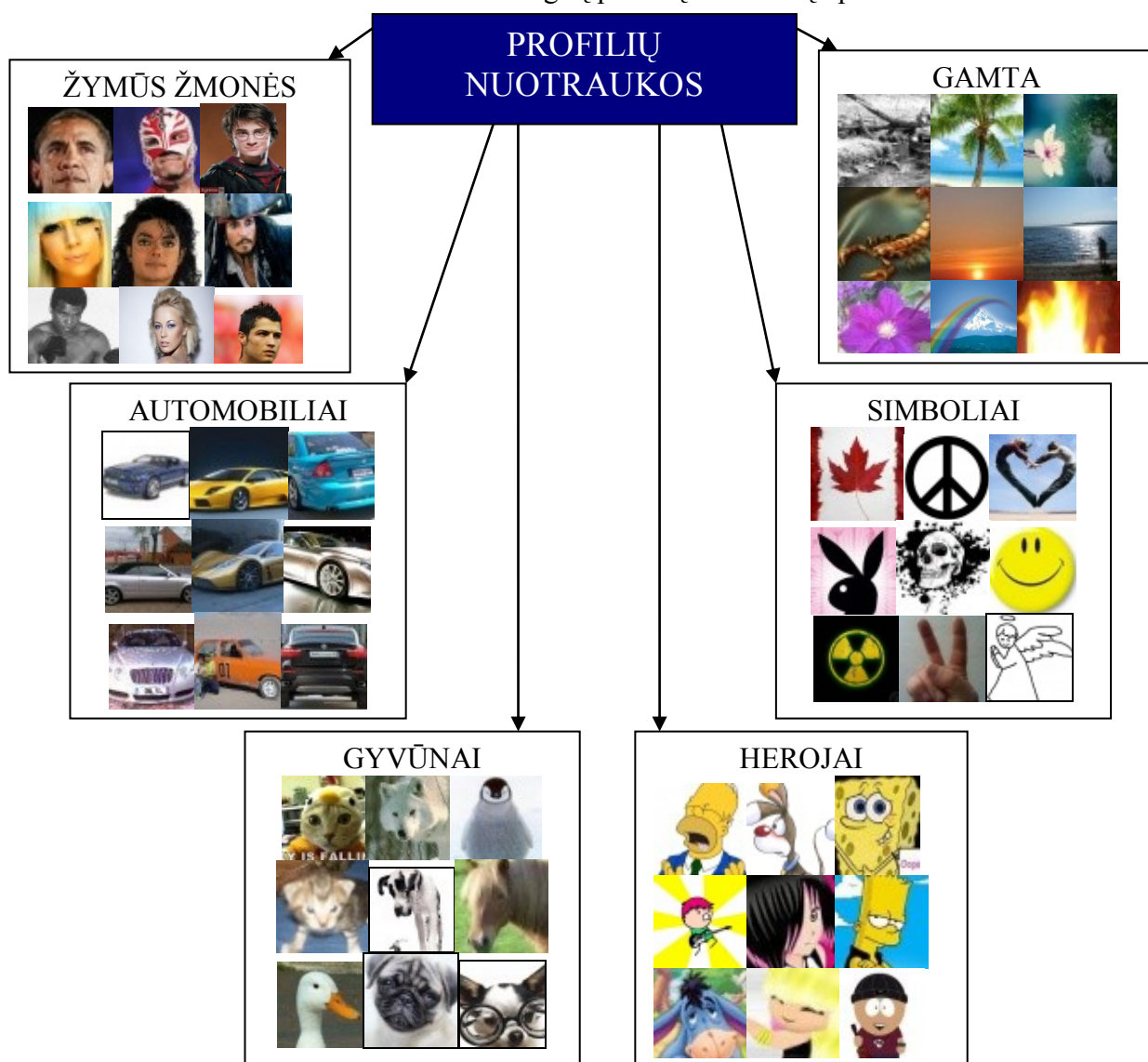
Virtualų įvaizdį formuoja ne tik elektroninio diskurso elementų naudojimas, asmeninės informacijos viešinimas, bet ir narių talpinamos nuotraukos. Tyrimo metu atlikta nuotraukų analizė

atskleidė, jog tiek tarptautinėje, tiek lietuviškoje v-bendruomenėje vyrauja panašios fotografavimosi tendencijos. Pabrėžtina, jog paaugliams ypač svarbu, kaip jie atrodo nuotraukose ir kaip jų draugai tas nuotraukas vertina bei komentuoja. Buvo pastebėta, jog mergaitės dažniau fotografuojasi besišypsančios, draugų kompanijose, taip pat paauglės yra labiau linkusios talpinti nuotraukas, kuriose pavaizduoti šeimos nariai, draugai, nuotraukos su naminiais gyvūnais, įamžintos švenčių akimirkos. Lyginant abiejų v-bendruomenių nuotraukų pobūdį pastebima, jog lietuviškoje svetainėje paauglių nuotraukos yra labiau erotikuotos, t.y. mergaitės fotografuojasi su seksualiais rūbais, stengiasi apnuoginti kuo daugiau kūno, demonstruoja įvairias erotines pozas. Tuo metu tarptautinėje v-bendruomenėje tokių nuotraukų buvo identifikuota vos keletas, galbūt tam įtakos turi užsienyje taikoma griežtesnė paauglių asmeninės informacijos viešinimo kontrolė bei priežiūra, efektyvus socialinių reklamų poveikis, pačių paauglių sąmoningumas (paaugliai suvokia IST grėsmes, todėl atsakingai talpina asmeninę informaciją).




Analogiškai buvo tirtos ir vaikinų nuotraukos. Buvo pastebėta, jog berniukai, atvirksčiai nei mergaitės, renkasi solidesnį fotografavimosi stilių (pvz., rimta veido išraiška, nuotraukose matomas tik veido profilis, jaunuolis stovi prie automobilio ar motociklo). Taip pat vaikinai dažniau talpina tas nuotraukas, kuriose užfiksuota, kaip jie sportuoja, žvejoja, dalyvauja draugų sambūriuose bei vakarėliuose. Reikšminga, jog lietuviškoje svetainėje jaunuoliai pateikia mažiau nuotraukų, kuriose matytusi jų šeimos nariai, dažniausiai tai pavienės mistifikuotos nuotraukos (pvz., nuotraukos nespaltotos, paaugliai dėvi gobtuvus, kurie slepia veido bruožus, kadre jie nutolę ar pasislėpę šešėlyje). Tam įtakos gali turėti kultūriškai susiformavę vyriškumo stereotipai Lietuvoje (pvz., vyras turi būti vyriškas, rimtas, solidus ir pan.).

Pabrėžtina, jog ne visi paaugliai talpina savo autentiškas nuotraukas, kartais jie naudoja tam tikro tipo nuotraukas, kuriose nufotografuoti žymūs žmonės, pavaizduoti prekių ženklai, specifiniai simboliai, daiktai ir pan. 3 schemeje galima pamatyti penkis dažniausiai pastebimus paauglių nuotraukų tipus v-bendruomenių svetainėse.

3 schema. Paauglių profilių nuotraukų tipai



Reikšminga, jog paaugliai savo profiliuose dažnai naudoja animacinių herojų atvaizdus. Vykdam tyrimą buvo pastebėta, jog dauguma tokių nuotraukų yra susijusios su „Simpsonų“ animaciniu serialu bei jo herojais. Taip pat paaugliai talpina žymių žmonių nuotraukas, pvz., vaikinai dažniausiai naudoja aktorių, sportininkų bei visuomenės veikėjų atvaizdus; mergaitės labiau tapatinasi su muzikos atlikėjomis bei aktorėmis, pvz., lietuviškoje svetainėje buvo pastebėta net dviejų paauglių mergaičių profilių nuotraukos su Lietuvoje populiarios dainininkės Mijos atvaizdu. Vaikinai mėgsta talpinti skirtingų automobilių fotografijas, tai gali būti sietina su galios bei skonio demonstravimu (prabangi mašina dažnai asocijuojasi su galia bei statusu). Taip pat abiejų v-bendruomenių nariams būdinga naudoti gyvūnų (dažnai tokios nuotraukos yra humoristinio pobūdžio) bei gamtos atvaizdus (gamtos vaizdavimas gali būti sietinas su paauglio polinkiu į romantiką bei melancholiją). Ypač įdomus aspektas - simbolių vartojimas, jie suteikia daugiausiai informacijos apie individą, nes atskleidžia paauglio pažiūras (pvz., ☺ - taikos simbolis, paauglys

pasisako prieš karą, nesantaiką, smurtą), nurodo stilių (pvz.,  - tai „Playboy“ firminis ženklas, simbolizuojantis seksualumą), suteikia informacijos apie paauglio tautybę (pvz.,  - Kanados vėliava), priklausimą tam tikrai subkultūrai (pvz.,  - šis simbolis yra siejamas su „metalistais“ (t.y. sunkiojo metalo muzikos fanais), kuriems būdingas tam tikras aksesuarų bei simbolių naudojimas), taip pat naudojami simboliai gali atskleisti paauglio muzikinį skonį, seksualinę pakraipą, tikėjimą, socialinį statusą ir kt.

Apibendrinant tyrimo rezultatus galima teigti, jog abiejuose v-bendruomenėse paaugliai savo įvaizdį formuoja naudodami elektroninio diskurso elementus: žodžių bei frazių trumpinimą, grafinius ženklus ir simbolius, anglicizmus, keiksmazodžius ir žargoną. Reikšminga, jog dažniausiai komunikuojama dvejomis kalbomis (t.y. gimtąją ir anglų), dvikalbystę tinkle lemia „Facebook“ socialinės svetainės globalumas, nes svetainės narys, mokėdamas užsienio kalbą gali nevaržomai bendrauti su visu pasauliu, dalintis informacija su lokaliai nutolusiai draugiais ar pažįstamais. Reikšminga, jog rašydami pranešimus, jaunuoliai įterpia tam tikras anglų kalbos frazės ir/ar žodžius, lietuviškas raides keičia angliškomis, naudoja keiksmazodžius ir interžargoną, toks elektroninio diskurso pobūdis sietinas su kibernetine mada, nes paaugliai norėdami būti populiarūs bei pripažinti kitų tinklo narių, sąmoningai vartoja „madingo“ diskurso elementus.

Be elektroninio diskurso elementų, paauglio įvaizdį IST formuoja skelbiamos asmeninės informacijos pobūdis (pvz., demografiniai duomenys, informacija apie paauglio pasiekimus, hobių, muzikinį skonį ir pan.) bei vizualizacijos priemonės (asmeninės nuotraukos). Tyrimo metu atlikta nuotraukų analizė atskleidė nuotraukų pobūdžio panašumus abiejuose v-bendruomenėse. Buvo pastebėta, jog mergaitės dažniausiai fotografuojasi besišypsančios, draugų kompanijose, talpina nuotraukas, kuriuose pavaizduoti šeimos nariai, draugai, nuotraukos su naminiiais gyvūnais, įamžintos švenčių akimirkos. Berniukai, atvirkščiai, renkasi solidesnį fotografavimosi stilių, dažnai nuotraukose vaizduojamos žvejybos, sporto, vakarėlių ir draugų sambūrių akimirkos, taip pat vaikinai labiau linkę savo nuotraukas mistifikuoti (pvz., nuotraukose paaugliai dėvi gobtuvus, kurie slepia veido bruožus, kadre jie nutolę ar pasislėpę šešėlyje). Reikšminga paminėti, jog ne visi paaugliai talpina savo autentiškas nuotraukas, kartais jie naudoja tam tikro tipo nuotraukas, kuriose nufotografuoti žymūs žmonės, gamtos atvaizdai, gyvūnai, pavaizduoti specifiniai simboliai, automobiliai.

Tyrimo metu atlikta elektroninio diskurso pobūdžio analizė, identifikuotos įvaizdžio formavimo priemonės, atlikta abiejų v-bendruomenių duomenų lyginamoji analizė leido patvirtinti iškeltą tyrimo hipotezę, jog paaugliai jungdamiesi į v-bendruomenes bei komunikuodami su kitais grupės nariais, *formuoja naują virtualią subkultūrą*, kurioje veikia tam tikri virtualios komunikacijos principai, įvaizdžio formavimo bei elektroninio diskurso elementai.

IŠVADOS

- Interneto socialinis tinklas - tai virtuali socialinė struktūra, sudaryta iš vartotojų, kurie susieti vienu ar daugiau interaktyviais tarpusavio ryšiais (silpnais ar tvirtais/ilgalaikiais). Komunikuodami virtualiai, paaugliai keičiasi informacija, bendrauja su draugais ar pažįstamai, jungiasi į skirtingas virtualias bendruomenes ar grupes. Pagrindiniai motyvai, skatinantys individą komunikuoti virtualioje erdvėje, yra: anonimiškumas, saviraiška, tapatybės iliuziškumas, socialinio tinklo globalumas, smalsumo tenkinimas bei galimybė stimuliuoti, slėpti savo jausmus, nuotaikas ir reakcijas.
- Kibernetinių tapatybių formavimas tinkle yra sietinas su asmenybės iliuziškumu (t.y. virtualios tapatybės gali būti daugialypės: išgalvotos, nestabilios, sąlygiškos, falsifikuotos) bei savo idealiojo „Aš“ formavimu (t.y. narys save idealizuoja nepateikdami trūkumų ar blogų įpročių bei, ribodamas ir/ar falsifikuodamas asmeninės informacijos apie save pateikimą, mistifikuoja savo santykį su kitais svetainės nariais). Taip pat tapatybės formavimui įtakos turi tai, jog virtualiame pasaulyje galima „žaisti“ su keliomis tapatybėmis iš karto, modeliuojant jas nepriklausomai nuo aplinkos, komunikavimo pobūdžio bei tikslo, nuotaikos, situacijos ir pašnekovų, todėl vartotojai dažnai formuoja iliuzišką daugiaspektę tapatybę tinkle.
- Virtualių bendruomenių formavimosi procese svarbiausiais veiksnys - bendri narių tikslai, interesai, poreikiai bei siekiai. Dalyvavimas v-bendruomenės veikloje individams suteikia saugumo bei reikalingumo pojūtį, taip pat komunikuojant virtualiai yra stiprinami abipusiai tarpusavio narių socialiniai ryšiai.
- Virtualiuose svetainėse vykstanti komunikacija turi savų privalumų ir trūkumų. Bendraudami interaktyviai, individai gali anonimiškai reikšti savo mintis, realizuoti savo norus bei troškimus, ieškoti skirtingų socialinių kontaktų, išsilaisvinti iš stereotipų, komunikacijos metu pasakyti tai, ką jie iš tiesų jaučia, galvoja bei išgyvena. Tačiau virtuali komunikacija turi ir neigiamų aspektų, vienas iš dažniausiai pasitaikančių - vadinamas „internetu paradokso“ sindromas, kuomet socialinių tinklų naudojimas ryšiams su kitais žmonėmis palaikyti, sukelia vienatvės bei izoliacijos jausmą. Reikšminga, jog dėl per dažno „sėdėjimo“ tinkle gali susilpnėti paauglio realūs socialiniai tarpusavio santykiai su šeimos nariais ir draugais bei išsivystyti priklausomybė nuo kompiuterio. Kitas virtualios komunikacijos trūkumas yra – kibernetinės grėsmės bei pavojai, t.y. seksualinis priekabiavimas, viliojimas, elektroninių duomenų vagystės, tapatybės

klastojimas, virtualus šmeižtas. Pabrėžtina, jog būtina informuoti paauglius bei jų tėvus (*būdai*: naudingos informacijos skelbimas žiniasklaidos priemonėse, socialinių reklamų kūrimas, specialių paskaitų paaugliams ir jų tėvams vedimas ir pan.) apie tinkle tykančias grėsmes ir pavojus, tokiu būdu apsaugant paauglio tapatybę tinkle.

- Virtualus įvaizdis - tai interneto vartotojo kuriamas įvaizdis, kuomet asmuo susikuria tikrą arba tariamą tapatybę, paviešindamas savo asmeninius duomenis apie igimtus ar pasiektus socialinius statusus, nuotraukas iš asmeninio archyvo ir kitą informaciją, arba susikuria realybės visiškai neatitinkančią virtualią tapatybę. Pagrindinės paauglio įvaizdžio formavimo priemonės tinkle yra asmeninės informacijos skelbimas (demografiniai duomenys, informacija apie nario pasiekimus, hobių, muzikinį skonį ir pan.), elektroninio diskurso elementų naudojimas ir vizualizacijos priemonės (nario nuotraukos ir vaizdo įrašai).
- Atliktas tarptautinės „The Simpson“ ir lietuviškos „Simpsonai“ virtualių bendruomenių empirinis tyrimas atskleidė, jog abiejuose virtualiose bendruomenėse paaugliai savo įvaizdį formuoja naudodami elektroninio diskurso elementus (žodžių bei frazių trumpinimas, grafinių ženklų ir simbolių, anglicizmų, keiksmažodžių ir žargono vartojimas), viešindami savo asmeninę informaciją (profilyje įrašo savo demografinius duomenis, skelbia informaciją apie savo pasiekimus, hobių, muzikinį skonį ir pan.) bei vizualizacijos priemones (asmeninių nuotraukų talpinimas).
- Atlikta nuotraukų analizė atskleidė nuotraukų pobūdžio panašumus abiejuose v-bendruomenėse. Buvo iširta, jog mergaitės dažniausiai fotografuojasi besišypsančios, draugų kompanijose, talpina nuotraukas, kuriuose pavaizduoti šeimos nariai, draugai, nuotraukos su naminiiais gyvūnais, įamžintos švenčių akimirkos. Berniukai, atvirksčiai, renkasi solidesnį fotografavimosi stilių, dažnai nuotraukose vaizduojamos žvejybos, sporto, vakarėlių ir draugų sambūrių akimirkos, taip pat vaikinai labiau linkę savo nuotraukas mistifikuoti (pvz., nuotraukose paaugliai dėvi gobtuvus, kurie slepia veido bruožus, kadre jie nutolę ar pasislėpę šešėlyje). Taip pat savo profilyje paaugliai talpina tam tikro tipo nuotraukas, kuriose nufotografuoti žymūs žmonės, gamtos atvaizdai, gyvūnai, pavaizduoti specifiniai simboliai, automobiliai.
- Tyrimo metu atlikta abiejų virtualių bendruomenių elektroninio diskurso pobūdžio analizė, identifikuotos įvaizdžio formavimo priemonės, atlikta gautų duomenų lyginamoji analizė leidžia patvirtinti hipotezę, jog paaugliai jungdamiesi į v-bendruomenes bei komunikuodami su kitais grupės nariais, *formuoja naują virtualią subkultūrą*, kurioje veikia tam tikri virtualios komunikacijos principai, įvaizdžio formavimo bei elektroninio diskurso elementai.

Bibliografinių nuorodų sąrašas

1. *All computer slangs*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. balandžio 21 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.internetslang.com/all.asp>>.
2. BARANAUSKIENĖ. *Lietuvių kalba interneto labirintuose*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.minfolit.lt/arch/9501/9918.pdf>>.
3. BECHAR-ISRAREL, H. *Nicknames, Play, and Identity on Internet Relay Chat*", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(2). [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol11/issue2/bechar.html>>.
4. BERAL, J. *The relationship between Web 2.0. and social networking*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 11 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.ibmpressbooks.com/articles/article.asp?p=1400615&seqNum=5>>.
5. BOETTCHE, S. *What types of virtual communities can I build and what tools are available?* [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 18 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.fullcirc.com/community/communitytypes.htm>>.
6. BOORSTIN, D. J. *From news-gathering to news-maging: a flood of pseudo-events*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010 m. gruodžio 6 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/14.pdf>>.
7. BREIDOKIENĖ, R. *Kai realybė tampa virtuali arba dar kartą apie priklausomybę nuo interneto*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. kovo 19 d.]. Prieiga per internetą:<http://www.psyvirtual.lt/straipsniai/priklausomybe_nuo_interneto.html>.
8. BUTKEVIČIENĖ, E; RINKEVIČIUS, L. E. *Rethinking the concept of community: communities in cyberspace*. [interaktyvus serialinis leidinys]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 18 d.]. Prieiga per internetą:<<http://info.smf.ktu.lt/Edukin/zurnalas/archive/pdf/2006%203%20%2853%29/4%20E.%20Butkeviciene,%20L.%20Rinkevicius.pdf>>.
9. CASTELLS, M. *Tinklaveikos visuomenės raida*. Vilnius, 2005. 536 p.
10. *Draudžiama ir ribojama informacija*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 4 d.]. Prieiga per internetą:<<http://www.draugiskasinternetas.lt/lt/adult/law/info>>.
11. DRŪTEIKIENĖ, G. *Organizacijos įvaizdžio kūrimo procesas ir jo vadyba: socialinių mokslų, vadybos, administravimo ir daktaro disertacija*. Vilnius, 2000, 40 p.
12. ESTOISIA, R; PITHIA, N; ir kt. *Identity Construction and Self-Representation on Facebook*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:< <file:///G:/identity-construction-and-self.html>>.
13. FRASER, M; DUTTA, S. *Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*. Vilnius, 2010, 476 p.
14. *Free Online Dating Advice*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. kovo 1 d.]. Prieiga per internetą:<http://www.allreaders.com/online_dating/dating.asp?autonumber=2>.
15. GARTON, L; ir kt. *Studying online social networks*. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 1997, 535 p.
16. GOFFMAN, E. *Savęs pateikimas kasdieniniame gyvenime*. Vinius, 2000, 286 p.
17. GORNY, E. *The Virtual Self. Self-presentation and self-knowledge on the Internet*. 2003, 360 p.
18. GUDAUSKAITĖ, S. *Žinių visuomenės link: organizacijos darbuotojo kompetencijų poreikis*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 8 d.]. Prieiga per internetą:<http://www.leidykla.eu/fileadmin/Informacijos_mokslai/40/66-72.pdf>.

19. HAGEL, J. A. G. ARMSTRONG. *Expanding markets through virtual communities*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 18 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://www.questia.com/googleScholar.qst?docId=5000569332>>.
20. HINE, C. *Virtual ethnography*. Sage, 2000, 179 p.
21. KOOLLOCK, P. *Design principles for online communities*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 18 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://www.sscnet.ucla.edu/soc/faculty/kollock/papers/design.htm>>.
22. YOUNG, K. S; RODGERS, R. C. *The relationship between depression and internet addiction*. 1998, 85 p.
23. YOUNG, K. S. *New trends in the study of pathological Internet Use*, Invited panelist for Symposia at the American Psychological Association. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 7 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://etd.ohiolink.edu/send-pdf.cgi/DiNicola%20Michael.pdf?ohiou1088177898>>.
24. Jaunimo žodynas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 11 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://zodynas.kriu.lt/zodis/d-oh>>.
25. JOCYTĖ, R. *Slapyvardis virtualaus bendravimo kontekste*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://www.minfolit.lt/arch/21501/21817.pdf>>.
26. JONES, M. T. *Mediated exhibitionism: The naked body performance and virtual space*. [interaktyvi knyga]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 20 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://www.springerlink.com/content/7u1829013162241t/fulltext.pdf>>.
27. JONES, S. G. *Cybersociety: computer-mediated communication ad commuity*. Sage, 1998, 326 p.
28. Kai internetas tampa žalingu įpročiu. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 28 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://www.vpsc.lt/bukletai/redaguotas%20Internetas%20bukletukas.pdf>>.
29. Kaip pasirinkti interneto slapyvardį? [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://www.blevyzgos.lt/main.php?1=1&2=slapyvardziai>>.
30. KARDELIS, K. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. 2-asis pataisytas ir papildytas leidimas*. Kaunas, 2002, 400 p.
31. KAZINEC. Moters įvaizdis viešojoje erdvėje. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 11 d.]. Prieiga per internetą:<
http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2008~D_20080924_184431-15267/DS.005.0.01.ETD>
32. KOZINETS, R. V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage, 2010, 232 p.
33. KRUKAUSKIENĖ, E; ir kt. *Jaunimo kultūrinis identitetas: prioritetai, nuostatos, etninė kultūra (monografija)*. 2003. 104 p.
34. LANZA, E; SVENDSEN, A. *Tell me who your friends are and I might be able to tell you what language(s) you speak: Social network analysis, multilingualism, and identity*. [interaktyvi duomenų bazė]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 19 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&hid=6&sid=55168949-e7a9-41f8-82b6-122de9d6b5e0%40sessionmgr4>>.
35. LAURUŠKIENĖ, R. TOROPOVIENĖ, S. *Šiaulių kolegijos studentų požiūrio į anglų kalbos mokymų svarbą tyrimas*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. kovo 11 d.]. Prieiga per internetą:<
http://www.su.lt/filemanager/download/6391/12_Lauruskiene.pdf>
36. LIU, H. *Social network profiles as taste performances*. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, p. 252-275.
37. MACEVIČIŪTĖ, E., MATKEVIČIENĖ, E; ir kt. *Socialinių lyčių stereotipų formavimas žiniasklaidoje*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 11 d.]. Prieiga per internetą:<
<http://politika.osf.lt/kiti/dokumentai/SocialiniuLyciuStereotipai.pdf>>.

38. MEMMI, D. *The nature of virtual communities*. [interaktyvi duomenų bazė]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 16 d.]. Prieiga per internetą:< <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&hid=6&sid=55168949-e7a9-41f8-82b6-122de9d6b5e0%40sessionmgr4>>.
39. MICKAEL, S.; HENDRYX, S; ir kt. *Access to health care and community social capital*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2010 m. Balandžio 17 d.]. Prieiga per internetą:< <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1475-6773.00111/full>>
40. MILLER, H. *The presentation of self in WWW home pages*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 23 d.]. Prieiga per internetą:< <http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/millmath.htm>>.
41. MILLER, H. *The presentation of self in WWW home pages*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 23 d.]. Prieiga per internetą:< <http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/millmath.htm>>.
42. Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 17 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.teisidas.lt/index.php?newsid=661>>
43. NNAMDI; OSUAGWU, G. Facebook addiction: The life and times of social networking addicts. 2009, 117 p.
44. NORMAN, N; ERBRING, L. *Debating the Social Effects of the Internet: Connecting with the World*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. kovo 7 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.gwu.edu/~ccps/etzioni/A273.html>>
45. PRUSKUS, V. Stereotipai ir jų devizualizacija tarpkultūrinėje komunikacijoje. Filosofija. Sociologija. 21 (1). Vilnių: Lietuvos Mokslų Akademijos leidykla, 2010, p. 29–36.
46. RICHER, A; KOCH, M. *Functions of social networking services*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 11 d.]. Prieiga per internetą:< http://unibw.academia.edu/MichaelKoch/Papers/77200/Functions_of_Social_Networking_Services>.
47. RIDINGS, M. C; GEFEN, D. *Virtual Community Attraction: Why people Hand out online*. [interaktyvus serialinis leidys]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 18 d.]. Prieiga per internetą:< http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/ridings_gefen.html>.
48. SHAW, M; BLACK, M. *Internet Addiction: Definition, Assessment, Epidemiology and Clinical Management*. [Interaktyvi duomenų bazė]. [žiūrėta 2011 m. Sausio 20 d.]. Prieiga per internetą:< <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&hid=6&sid=55168949-e7a9-41f8-82b6-122de9d6b5e0%40sessionmgr4>>.
49. Social Network Analysis (SNA). [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 11 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.fmsasg.com/SocialNetworkAnalysis>>
50. *Socialiniai tinklai. Komisija tarpininkauja sudarant didžiųjų interneto bendrovių susitarimą*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. balandžio 9 d.]. Prieiga per internetą:< <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/232&format=HTML&aged=0&language=LT&guiLanguage=en>>
51. SONNENWALD, D. H., PIERCE, L. G. *Information behavior in dynamic group work contexts: Interwoven situational awareness, dense social networks, and contested collaboration in command and control*. Information Processing & Management, 2000, p. 461–479.
52. *Statistikos departamento duomenys*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Kovo 8 d.]. Prieiga per internetą:< <http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=2737>>.
53. ŽILIUKAITĖ, R. *Socialinis kapitalas ir internetas* Sociologija: mintis ir veiksmai, 2004, Nr.1, p. 104 -114.
54. Žodynas. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. sausio 6 d.]. Prieiga per internetą:< http://ualgiman.dtiltas.lt/literaturos_terminai_e.html>.
55. ŽUKAUSKIENĖ, R. *Kokybiniai ir kiekybiniai tyrimo metodai*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. balandžio 11 d.]. Prieiga per internetą:< rzukausk.home.mruni.eu/wp.../kokybiniai-ir-kiekybiniai-tyrimai1.ppt>

56. ŽUPERKA, K. *Stilistika*. Šiauliai: Šiaulių universitetas, 1997, 42 p.
57. WARTELLA, A. E., Jennings N. *Children and computers: new technology old concerns // The future of children*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 17 d.]. Prieiga per internetą: www.futureofchildren.org.
58. What is social networking? [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 8 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.whatissocialnetworking.com>.
59. Why should i use OpenID? [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. Balandžio 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.openidexplained.com/>.
60. WELLMAN, B; SALAFF, J. ir kt. *Compiuter networks as social networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community*. [interaktyvi duomenų bazė]. [žiūrėta 2011 m. Vasario 6 d.]. Prieiga per internetą: <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&hid=6&sid=55168949-e7a9-41f8-82b6-122de9d6b5e0%40sessionmgr4>.

Albina Žvirblytė

Summary

Topicality of the work: the origin of the internet brought the concept of the web, therefore the mentioned concept's importance has grown together with the significance of social network researching methods and the discussions of virtual communication advantages and disadvantages, personal virtuality in cyber space. When communicating virtually, adolescents seek for information exchange, socialization, consolidation into virtual communities and/or groups. Scientific works on internet social networks and its specifics, is a topic of many subject researches, however it should be noticed, that there has been no research made on adolescent inter-communication in Lithuania, its characteristics in virtual adolescent websites. It is perceived, that an insufficient theoretical and practical knowledge of the problem may have influence on adolescent behavior alteration, their future psychological and emotional conditions, therefore this work is useful for analyzing adolescent communication characteristics in social network websites.

The object of Master's work: internet social networks. The purpose of the work - to analyze adolescent communication features in the internet social networks. Goals: to present internet social network concept and the main motives for social network websites usage; to reveal virtual identity and the principles of virtual communities formation on the net; to distinguish adolescent communication advantages and disadvantages in social network websites; to discuss main cyber-threats; to analyze, in what ways adolescents form their image.

Methods and results of the work – in order to implement the work's purpose and goals, the comparative method and synthesis of scholar literature sources was employed. Literature analysis revealed the characteristics of virtual communication in the net. The empirical analysis of the electronic discourse identified image-forming means, the performed comparative analysis of both v-communities data proved the raised research hypothesis, that adolescents when consolidating into v-communities and communicating with other group members form a new virtual sub-culture, where certain communication, image forming and electron discoursing rules exist.

1 priedas. Testas, priklausomybė nuo interneto socialinių tinklų

Nr.	KLAUSIMAS	TAIP	NE
1.	Naudojatės IST paslaugomis tuomet, kai siekiate pabėgti nuo problemų arba pagerinti savo nuotaiką.		
2.	Jūs negalite kontroliuoti laiko, praleisto IST.		
3.	Jaučiate poreikį vis daugiau laiko skirti IST tam, kad pasiektumėte emocinį pasitenkinimą.		
4.	Kiekvieną kartą jūs užsibūnate socialiniam tinkle ilgiau, nei planavote.		
5.	Meluojate savo tėvams, mokytojams ir draugams, kiek laiko jūs praleidžiate socialinių tinklų svetainėse.		
6.	Jaučiate susierzinimą ir nerimą, kai jus negalite prisijungti prie socialinio tinklo.		
7.	Nuolat galvojate apie socialinių tinklų svetaines, kai nesate arba neturite galimybės prisijungti.		
8.	Būdami ne socialiniame tinkle jaučiatės apatiški, jus nedomina supanti aplinka.		

- <http://www.draugiskasinternetas.lt/lt;>
- <http://www.us-cert.gov/cas/tips/ST06-003.html;>
- <http://www.getsafeonline.org/;>
- <http://www.safefamilies.org/;>
- <http://www.microsoft.com/protect/default.aspx;>
- <http://www.onguardonline.gov/topics/social-networking-sites.aspx;>
- <http://www.connectsafely.org/;>
- <http://mosclinic.ru/articles/zoom/7254/20;>
- <http://www.staysafeonline.org/in-the-home/social-networking;>
- <http://www.facebook.com/WhatsWhat.me;>
- <http://www.networkworld.com/> ir kt..

Lietuviškos socialinės reklamos ir vaizdo įrašai:

- <http://www.youtube.com/watch?v=DchfEuUo4fk;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=6ZFNoEWsV1Y&feature=related;>
- http://www.youtube.com/watch?v=VjnFF_npKlo&feature=related;
- <http://www.youtube.com/watch?v=agiPLN7yrsc;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=tEFGGL2OaTk&NR=1;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=sTs7BMDtHdw&NR=1;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=9XWZnS0lAWU&feature=related;>

Užsienietiškos socialinės reklamos ir vaizdo įrašai:

- <http://www.youtube.com/watch?v=X7gWEgHeXcA;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=wogtTQs8Kzw&feature=related;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=nWq7SXaXj8g&NR=1;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=n2Z48UcTdQo&feature=related;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=9lMgzjVlwoI;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=2RukNBSMcWM;>
- <http://www.youtube.com/watch?v=FwqYIBheRJM&feature=related;>
- [http://www.youtube.com/watch?v=i8WQhOMmWiQ&feature=related.](http://www.youtube.com/watch?v=i8WQhOMmWiQ&feature=related;)

- **:S** - Embarrassed - Drovus
- **:'(** Crying – Verkiantis
- **:')** - Crying with joy – Verkia iš džiaugsmo
- **:(** - Unhappy, sad – Liūdnas, nusiminęs
- **:(:** - Pig - Kiaulė
- **:(l)** - Monkey - Bezdžionė
- **:)** - Happy - Laimingas
- **:*** - Kiss - Bučinyš
- **:-)** - Sad - Prislėgtas
- **:-)** - Smile - Besišypsantis
- **:/** - Sarcasm - Sarkastiškas
- **:0** - Surprised, shocked – Nustebintas, šokiruotas
- **:3** - Cute - Mielas
- **:?** - Confused - Pasimetęs
- **:@** - Angry – Supykęs
- **:C** - Very Sad – Labai nusiminęs
- **:D** - Happy - Laimingas
- **:J** - Smirk - Besišaipantis

* Šaltinis: *All computer slangs*. [interaktyvus]. [žiūrėta 2011 m. balandžio 21 d.]. Prieiga per internet1:<
<http://www.internetslang.com/all.asp>>.