



VILNIAUS UNIVERSITETAS
MEDICINOS FAKULTETAS

Visuomenės sveikata

Visuomenės sveikatos katedra, sveikatos mokslų institutas

Mintarė Buoželytė, II kursas, I grupė

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

***Socialinių medijų įtaka jaunų žmonių sveikatai: kaip socialinės platformos veikia
fizinį aktyvumą, mitybą ir psichikos sveikatą***

***The Impact of Social Media on the Health of Young People: How Social Media
Platforms Affect Physical Activity, Nutrition, and Mental Health***

Darbo vadovas

Asist. dr. Rokas Arlauskas

Katedros ar klinikos vadovas

Prof. dr. (HP) Rimantas Stukas

Vilnius, 2026.

Studento elektroninio pašto adresas: mintare.buozelyte@mf.stud.vu.lt

TURINYS

SANTRAUKA.....	4
ABSTRACT	6
SANTRUMPOS	8
1. ĮVADAS.....	10
2. LITERATŪROS APŽVALGA.....	12
1.1. Socialinių medijų naudojimo paplitimas ir trukmė jaunų žmonių tarpe	12
2.1.1. Socialinių medijų naudojimo ypatumai jaunų žmonių tarpe.	14
2.2. Socialinių medijų įtaka jaunų žmonių fiziniam aktyvumui	16
2.3. Socialinių medijų įtaka jaunų žmonių mitybos įpročiams.....	21
2.4. Socialinių medijų įtaka jaunų žmonių psichikos sveikatai	25
2.4.1. Neigiama socialinių tinklų įtaka jaunų žmonių psichikos sveikatai	25
2.4.2. Teigiama socialinių tinklų įtaka jaunų žmonių psichikos sveikatai.....	29
3. TYRIMO METODIKA	33
3.2. Tyrimo eiga.....	33
3.3. Tyrimo etika.....	33
3.4. Tiriamųjų imtis	34
3.5. Tyrimo instrumentas	34
3.6. Literatūros paieškos strategija	36
3.7. Statistinė duomenų analizė	37
4. REZULTATAI.....	38
4.1. Imties charakteristika.....	38
4.2. Jaunų žmonių socialinių medijų naudojimo ypatumai	39
4.2.1. Naudojamų platformų pasiskirstymas	39
4.2.2. Žiūrėjo turinio analizė	40
4.3. Socialinių medijų naudojimo įpročiai ir suvokiama įtaka sveikatai bei požiūriui	43

4.4. Socialinių medijų įtaka jaunų žmonių sveikatai	48
4.4.1. Socialinių medijų įtaka fiziniam aktyvumui	48
4.4.2. Socialinių medijų įtaka mitybai	55
4.4.3. Socialinių medijų įtaka psichikos sveikatai	62
5. REZULTATŲ APTARIMAS	76
5.1. Tyrimo privalumai ir trūkumai	81
6. IŠVADOS	83
7. REKOMENDACIJOS	84
8. LITERATŪROS SĄRAŠAS	85
9. PRIEDAI	98

SANTRAUKA

Tyrimo pagrindimas. Socialinės medijos tapo neatsiejama jaunų žmonių kasdienybės dalimi, todėl gali turėti įtakos jų fiziniam aktyvumui, mitybos įpročiams bei psichikos sveikatai. Nepaisant augančio mokslininkų susidomėjimo šia tema, Lietuvoje vis dar trūksta tyrimų, vertinančių socialinių tinklų naudojimo sąsajas su jaunų žmonių sveikata.

Darbo tikslas - įvertinti socialinių medijų poveikį jaunų žmonių sveikatai, nustatant naudojimosi trukmės ir turinio sąsajas su fiziniu aktyvumu, mitybos įpročiais ir psichikos sveikata.

Darbo uždaviniai: 1) Nustatyti jaunų žmonių socialinių medijų naudojimo trukmę bei žiūrimo turinio pobūdį. 2) Nustatyti socialinių medijų naudojimo trukmės ir turinio sąsajas su jaunų žmonių fiziniu aktyvumu. 3) Nustatyti socialinių medijų naudojimo trukmės ir turinio sąsajas su jaunų žmonių mitybos įpročiais. 4) Nustatyti socialinių medijų naudojimo trukmės ir turinio sąsajas su jaunų žmonių psichikos sveikata.

Tyrimo metodai. Atliktas kiekybinis internetinės apklausos tyrimas, taikant anoniminę apklausą. Tyrime dalyvavo 388 jauni asmenys (18-29 m.). Duomenys rinkti naudojant autorinį klausimyną, Godin'o laisvalaikio fizinio aktyvumo klausimyną (GLTEQ) ir DASS-12 skalę. Duomenų analizė atlikta taikant aprašomąją statistiką ir Pearson χ^2 kriterijų, statistiškai reikšmingu laikant $p < 0,05$.

Rezultatai. Socialiniai tinklai yra neatsiejama jauno žmogaus kasdienybės dalis. 62,4 proc. jaunų žmonių jais naudojami 3-4 val. per dieną, o populiariausios platformos yra „Facebook“ / „Messenger“ (85,3 proc.), „Instagram“ (69,6 proc.) bei „TikTok“ (43,0 proc.). Fiziniam aktyvumui turinio pobūdis yra reikšmingesnis nei bendra naudojimosi trukmė. 71,6 proc. jaunų žmonių nurodė tapę fiziškai aktyvesni dėl sporto turinio stebėjimo. Mitybos elgseną stipriai veikia socialinių medijų turinio pobūdis. Subalansuotos ir visavertės mitybos įrašus stebėjusių grupėje savo įpročius keitė net 84,7 proc. asmenų, lyginant su 15,3 proc. tų, kurie tokio turinio nematė. Psichikos sveikatos rodikliai statistiškai reikšmingai siejami su socialinių tinklų naudojimo trukme. Jauni žmonės, naršantys ≥ 5 val./d., dažniau pasižymėjo vidutinio ir stipresnio lygio depresijos, nerimo ir streso simptomais ($p < 0,05$). Nustatyta, statistiškai reikšminga sąsaja tarp dažno savęs lyginimo su kitais (57,7 proc.) bei jaučiamo spaudimo atitikti standartus ir prastesnės emocinės būsenos ($p < 0,001$).

Išvados: 1) Socialinių medijų naudojimas (vidutiniškai 3-4 val./d.) yra nuolatinė jaunų žmonių kasdienybės dalis, o populiariausios platformos („Facebook“, „Instagram“, „TikTok“) atlieka

pagrindinio informacijos apie gyvenseną šaltinio funkciją. 2) Socialinių medijų turinio pobūdis turi tiesioginį ryšį su jaunų žmonių fiziniu aktyvumu. Su fiziniu aktyvumu susijusio turinio stebėjimas koreliuoja su didesne motyvacija ir aukštesniu fizinio aktyvumo lygiu. 3) Socialinių tinklų turinys yra reikšmingas mitybos elgseną formuojantis veiksnys. Sveikos mitybos, subalansuoto gyvenimo būdo ar maisto gamybos turinio stebėjimas, taip pat nevisaverčio maisto, desertų ir užkandžių turys siejasi su mitybos įpročių pokyčiais. Šiuos įpročius dažniau keičia jauni asmenys, socialiniuose tinkluose praleidžiantys vidutinį laiką bei besinaudojantys jais valgymo metu. 4) Ilga naudojimosi trukmė (5 val. ir ilgiau), dažnas savęs lyginimas su kitais bei spaudimas atitikti socialiniuose tinkluose formuojamus standartus koreliuoja su didesniu depresijos, nerimo ir streso simptomų paplitimu.

Pagrindinės sąvokos (raktiniai žodžiai): socialiniai tinklai, jauni žmonės, fizinis aktyvumas, mitybos įpročiai, psichikos sveikata.

ABSTRACT

Background. Social media has become an inseparable part of young people's daily lives and may influence their physical activity, dietary habits, and mental health. Despite the growing scientific interest in this topic, there is still a lack of studies in Lithuania assessing the associations between social media use and young people's health.

The aim of research work – to evaluate the impact of social media on young people's health by determining the associations between usage duration, viewed content, physical activity, dietary habits, and mental health.

Tasks of work: 1) To determine the duration of social media use and the type of viewed content among young adults. 2) To identify the associations between social media use duration, content, and physical activity among young adults. 3) To identify the associations between social media use duration, content, and dietary habits among young adults. 4) To identify the associations between social media use duration, content, and mental health among young adults.

Materials and methods. A quantitative online survey study was conducted using an anonymous questionnaire. The study included 388 young adults aged 18-29 years. Data were collected using an author-developed questions, the Godin Leisure-Time Exercise Questionnaire (GLTEQ), and the DASS-12 scale. Data analysis was performed using descriptive statistics and Pearson's chi-square (χ^2) test, with statistical significance set at $p < 0,05$.

Results. Social media is an inseparable part of a young person's daily life. 62.4% of young people use them for 3-4 hours per day, and the most popular platforms are "Facebook / Messenger" (85.3%), "Instagram" (69.6%), and "TikTok" (43.0%). It was established that for physical activity, the nature of the content is more significant than the total duration of use. 71.6% of young people reported becoming more physically active due to observing sports-related content. In the group that observed healthy nutrition posts, as many as 84.7% of individuals changed their habits, compared to 15.3% of those who did not see such content. Mental health indicators are statistically significantly related to the duration of social media use. Young people browsing for ≥ 5 hours / day more frequently exhibited symptoms of moderate to severe depression, anxiety, and stress ($p < 0.05$). A statistically significant association was found between frequent self-comparison with others (57.7%) and perceived pressure to meet standards and poorer emotional well-being ($p < 0.001$).

Conclusions: 1) Social media use (on average 3-4 hours per day) is a constant part of young people's daily lives, and the most popular platforms ("Facebook", "Instagram", "TikTok") perform the function of a primary source of information on lifestyle. 2) The nature of social media content has a direct link to the physical activity of young people. Observation of content related to physical activity correlates with higher motivation to exercise and a higher level of physical activity. 3) Social media content is a significant factor in shaping dietary behavior. Observation of content related to healthy nutrition, a balanced lifestyle, or food preparation, as well as images of non-nutritious food, desserts, and snacks, are associated with changes in dietary habits. These habits are more frequently changed by young individuals who spend a medium amount of time on social networks and use them during meals. 4) Long duration of use (5 hours or more), frequent comparison of oneself with others, and pressure to meet standards formed on social networks correlate with higher prevalence of depression, anxiety, and stress symptoms.

Keywords: social media, young adults, physical activity, dietary habits, mental health.

SANTRUMPOS

Angl. – angliškai

COVID-19 – Koronaviruso liga 2019 (angl. coronavirus disease 2019)

DASS-42 / DASS-21 / DASS-12 – depresijos, nerimo ir streso įvertinimo skalė (angl. depression, Anxiety and Stress Scale)

DSM-5 – tarptautinis psichinių ligų registras (angl. Diagnostic and statistical manual of mental disorders)

ES – Europos Sąjunga

FB – Facebook

FOMO – baimės būti paliktam nuošalyje jausmas (angl. fear of missing out)

GLTEQ – Godin'o laisvalaikio fizinio aktyvumo klausimynas (angl. Godin Leisure-Time Exercise Questionnaire)

IG – Instagram

JAE – Jungtiniai Arabų Emyratai

JAV – Jungtinės Amerikos Valstijos

JK – Jungtinė Karalystė

Lent. – lentelė

LR – Lietuvos Respublika

Min. – minutės

Mlrs. – milijardas

NF – nuomonės formuotojai

Pav. – paveikslas

PSO – pasaulio sveikatos organizacija

PT – Pinterest

Pvz. – pavyzdžiui

SC – Snapchat

ST – socialiniai tinklai

TB - Tumblr

TT – TikTok

T. y. – tai yra

TW – Twitter / X

Val. – valandos

YT – YouTube

1. ĮVADAS

Remiantis Lietuvos Respublikos jaunimo politikos pagrindų įstatymu, jaunas žmogus yra apibrėžiamas kaip asmuo nuo 14 iki 29 metų (įskaitytinai) [1]. Tačiau remiantis Pasaulio sveikatos organizacija (angl. WHO) jaunimu yra vadinami 15-24 metų asmenys. Todėl dažnai kalbant apie jaunų žmonių sveikatą yra remiamasi skirtingu amžiaus faktoriumi. Šiame darbe analizuojama socialinių tinklų (ST) įtaka 14-29 metų amžiaus asmenų sveikatai.

Tokios platformos kaip „Facebook“ (FB), „YouTube“ (YT), „Snapchat“ (SC), „Instagram“ (IG) ir „TikTok“ (TT) sukūrė naują skaitmeninį pasaulį šių dienų jaunimui. Tokiose platformose vartotojai gali pasirinkti, ką sekti ar kam siųsti žinutes, ką turinį stebėti ar įkelti, ką paryškinti, o ką nuslėpti [2]. Tarptautiniai duomenys rodo, kad net 83 % 18-29 metų amžiaus asmenų naudoja socialinių tinklų platformomis [3]. Socialinių tinklų (ST) prieinamumas lemia tai, kad jauni žmonės juose veikia dvejopai, tiek aktyviai dalindamiesi su sveikata susijusiu turiniu (pvz., fiziniu aktyvumu ar mitybos įpročiais), tiek pasyviai susidurdami su turiniu, galinčiu skatinti nesveikų įpročių normalizavimą, pavyzdžiui, alkoholio vartojimą ar nevisavertę mitybą [4]. Be to, tyrimai rodo, kad ST naudojimas bei su kūno įvaizdžiu susijusio turinio stebėjimas gali neigiamai veikti jaunų žmonių kūno suvokimą ir mitybos pasirinkimus [5]. Ši ST ir sveikatos elgsenos (fizinio aktyvumo, mitybos bei psichikos sveikatos) sąsaja pastaruoju metu susilaukia vis didesnio mokslininkų dėmesio. Europoje atlikta internetinė apklausa parodė, kad net 77 proc. jaunų suaugusiųjų iki 25 m. amžiaus pripažįsta, jog ST motyvavo juos imtis tam tikrų su sveikata susijusių gyvenimo pokyčių [6].

Svarbu paminėti, kad socialinių tinklų poveikis sveikatai nėra vienakryptis. Moksliniai tyrimai rodo, jog skaitmeninės platformos gali veikti ir priešingomis kryptimis, t.y. vieni ST naudotojai patiria didėjančią nerimą, prastėjančią nuotaiką ar socialinę atskirtį, tuo tarpu kitiems tos pačios platformos tampa bendravimo, palaikymo ir motyvacijos šaltiniu [7]. Tai ypač akivaizdu fizinio aktyvumo ir mitybos srityse t.y. socialiniuose tinkluose matomas turinys vienus įkvepia sveikiau gyventi ir daugiau judėti, o kitus gali pastūmėti obsesinio ar kompulsyvaus elgesio link [8].

Nepaisant augančio mokslininkų susidomėjimo, Lietuvos kontekste socialinių tinklų poveikio jaunų žmonių sveikatai tyrimų vis dar trūksta. Dauguma esamų tyrimų atlikti užsienio šalyse ir ne visada atspindi Lietuvos jaunimo ST naudojimo ypatumus bei su tuo susijusius sveikatos iššūkius. Todėl svarbu iširti, kaip socialinės medijos veikia jaunų lietuvių fizinį aktyvumą, mitybos įpročius ir psichikos sveikatą. Atsižvelgiant į tai, kad socialinės medijos tapo neatsiejama jaunų žmonių kasdienio gyvenimo dalimi, būtina visapusiškai įvertinti jų poveikį sveikatai.

Darbo tikslas – įvertinti socialinių medijų poveikį jaunų žmonių sveikatai, nustatant naudojimosi trukmės ir turinio sąsajas su fiziniu aktyvumu, mitybos įpročiais ir psichikos sveikata.

Darbo uždaviniai

1. Nustatyti jaunų žmonių socialinių medijų naudojimo trukmę bei žiūrimo turinio pobūdį.
2. Nustatyti socialinių medijų naudojimo trukmės ir turinio sąsajas su jaunų žmonių fiziniu aktyvumu.
3. Nustatyti socialinių medijų naudojimo trukmės ir turinio sąsajas su jaunų žmonių mitybos įpročiais.
4. Nustatyti socialinių medijų naudojimo trukmės ir turinio sąsajas su jaunų žmonių psichikos sveikata.

2. LITERATŪROS APŽVALGA

1.1. Socialinių medijų naudojimo paplitimas ir trukmė jaunų žmonių tarpe

Remiantis „Global Digital Overview“ apžvalgos duomenimis, visame pasaulyje socialiniais tinklais naudojasi daugiau nei 4,33 mlrd. žmonių, tarp kurių didžiausia dalis ST vartotojų yra jauni žmonės. Šią tendenciją patvirtina ir moksliniai tyrimai, atskleidžiantys ne tik geografinį socialinių tinklų paplitimą, bet ir jų naudojimo ypatumus. Remiantis rezultatais, didžiausias paplitimas tarp žemynų fiksuojamas Azijoje, kur ST naudojimo pasiekiamumas siekia 22 proc. Jauni žmonės ST dažniausiai naudoja bendravimui, nuotraukų bei nuomonių dalijimuisi, pokalbiams, naujienų naršymui, reklamos turinio peržiūrai, aktualijų aptarimui ir akademinių užduočių atlikimui [9]. Toks platus socialinių medijų funkcijų prieinamumas lėmė, jog laikas, praleidžiamas skaitmeninėje erdvėje, per pastarąjį dešimtmetį išaugo keleriopai. Nuo 2005 iki 2015 m. jaunų saugusiųjų (t.y. 18-29 metų amžiaus) Jungtinėse Amerikos Valstijose (JAV) dalis, nurodžiusi naudojanti ST, padidėjo nuo 12 iki 90 proc. O pasauliniu lygiu socialinių medijų naudotojų skaičius per pastarąjį dešimtmetį išaugo daugiau nei dvigubai – nuo dviejų milijardų 2015 m. iki 4,9 milijardo 2023 m. o tai sudaro netgi 64 proc. pasaulio gyventojų [10].

Dar 2015 metais atliktame tyrime nustatyta, jog Jungtinėse Amerikos Valstijose vidutiniškai socialinių tinklų naudotojas per dieną jiems skyrė apie 1,7 val., tačiau Jungtinėje Karalystėje (JK) šie rodikliai buvo gerokai aukštesni ir pasiekė net 3.7 val. per dieną [11]. Lyginant šiuos duomenis matyti, kad net tuo pačiu laikotarpiu skirtingų šalių naudotojų įpročiai fiksavo daugiau nei dvigubą laiko praleidimo skirtumą. Svarbu pabrėžti, kad laiko praleidžiamo socialinėse medijose trukmė ženkliai skiriasi priklausomai nuo ST naudotojų lyties. 2025 m. atliktas tyrimas, apėmęs 27 Europos Sąjungos (ES) valstybes nares, parodė, kad jaunos moterys šiose platformose lankosi kurkas dažniau nei jauni vyrai, pavyzdžiui, 35 proc. moterų socialiniams tinklams skiria daugiau nei 2 valandas per dieną, tuo tarpu, vyrų šis rodiklis siekia 25 proc. [12]. Visgi naudojimosi ST intensyvumas varijuoja ne tik lyties aspektu, bet ir priklausomai nuo konkretaus regiono. Europos kontekste, pavyzdžiui, kaimyninėje Lenkijoje nustatyta, kad keturi iš penkių Lenkijos piliečių (16 metų paauglių) socialiniais tinklais naudojasi bent vieną valandą per dieną. O kas ketvirtas paauglys socialiniuose tinkluose praleidžia daugiau nei 3 val. per parą. Šiame tyrime lyginami rezultatai sutampa ir su Rumunijos, Graikijos, Švedijos ir Nyderlandų statistika. O Vokietijoje šis reiškinys yra dar labiau paplitęs, 2024 m. atlikto tyrimo metu nustatyta, kad net 93 proc. jaunimo (12-19 m.) kasdien naudojasi išmaniuoju telefonu [13]. Kitame 2020 m. Lenkijos mokslininkų atliktame jaunų suaugusiųjų tyrime išryškėja dar detalesni ST naudojimo įpročiai. Nustatyta, kad apie 36 proc. tiriamųjų socialiniams tinklams skiria 2-3 val., 42 proc.

net 3-4 val., o kas penktas respondentas (20 proc.) internete praleidžia daugiau nei 5 val. kasdien. Vertinant jaunų žmonių gebėjimą laikinai atsiriboti nuo skaitmeninės erdvės pastebėta, kad nors 39 proc. apklaustųjų teigia galintys lengvai praleisti visą dieną be socialinių tinklų, kas dešimtas asmuo (10 proc.) pripažįsta, jog jam būtų sunku susidoroti su tokiu iššūkiu, o 5 proc. užtikrintai teigia, jog visai nesugebėtų be jų išbūti net ir vieną parą [14]. Lyginant šiuos duomenis su anksčiau minėtu JAV tyrimu, matyti, kad Vidurio ir Rytų Europos jaunimo įsitraukimas į socialines medijas yra intensyvesnis. Be to, tyrėjai pabrėžia universalią tendenciją, visose tirtose šalyse merginos socialinius tinklus renkasi dažniau nei vaikinai, nepriklausomai nuo bendro šalies ST naudojimo lygio.

Tarp asmenų iki 30 metų amžiaus populiariausių platformų sąrašė įsitvirtino „YouTube“, „Snapchat“, „Twitter“ (dabar „X“), „Instagram“, „TikTok“, ir „Facebook“ [15]. Nors socialinių platformų įvairovė vis didėja, kai kurie ST išlaiko dominuojančias pozicijas dėl savo didelio informacijos srauto. Bene vienas pagrindinių socialinių tinklų išlieka „Facebook“, sukurtas 2004 m. Šia platforma 2016 m. naudojosi apie penktadalis pasaulio gyventojų, o kas minutę buvo paskelbiamas 510000 komentarų ir 136000 nuotraukų. Tačiau tai nėra vienintelė socialinių tinklų platforma, 2010 m. sukurtas „Instagram“ skirtas dalintis vaizdiniu turiniu, o 2011 m. pristatytas „Snapchat“, leidžiantis dalytis laikinu naujienų ir nuotraukų turiniu [11]. Pavyzdžiui, 2022 m. Australijoje atliktas tyrimas atskleidė, kad dauguma jaunų žmonių prioritetą teikia FB, IG, YT, SC platformoms, tuo tarpu „Twitter“ (TW) (dabar „X“), „Pinterest“ (PT) ar „Tumblr“ (TB) naudojami gerokai rečiau [16]. Panašios tendencijos stebimos ir minėtame 2020 m. Lenkijoje atliktame tyrime, kur FB išlieka viena pagrindinių socialinių platformų, ją kasdien naudojami net 86 proc. jaunų žmonių, o šios platformos populiarumas 84 proc. viršija TW naudojimą. Lyginant šiuos rodiklius su kitais ST matyti, kad IG (70 proc. kasdienio naudojimo) Lenkijoje taip pat gerokai lenkia tokias platformas kaip PT (kasdien naudojasi tik 3 proc.) ar TT [14]. Lyginant šių platformų populiarumo pasiskirstymą matyti, kad jauni suaugusieji pamažu pereina nuo informacinių/tekstinių socialinių platformų prie vaizdinio turinio (ypač „Instagram“) platformų. Tokia, platformų kaita yra reikšminga, nes skirtingi algoritmai ir turinio pateikimo būdai nevienodai veikia ST naudotojų savijautą. Tai patvirtina Serbijoje atliktas tyrimas, kurio metu nustatyta, kad apie du trečdaliai universitetų studentų pastebi algoritmų vykdomą personalizaciją bei specialų naujienų ir turinio filtravimą savo ST srautuose [17].

Apibendrinant, socialinių tinklų paplitimas ir nuolatinis naudotojų augimas rodo, kad šios platformos tapo pagrindine jaunų žmonių kasdienybės dalimi. Literatūros analizė atskleidžia, kad socialinių medijų naudojimo intensyvumas pasižymi didele geografinė ir sociodemografinė variacija, nuo 1,7 val. JAV iki daugiau nei 3 val. Vidurio ir Rytų Europos regione. Lyginant ST naudotojų elgseną pagal lytį visose tirtose šalyse išryškėja tendencija, jog jaunos moterys socialiniams tinklams skiria kur

kas daugiau laiko nei jauni vyrai. Visgi toks intensyvus įsitraukimas į vizualinio turinio platformas, skatinamas ne tik praktinių poreikių, bet ir psichologinių veiksnių ir taip suformuoja specifinius naudojimo įpročius, kuriuos svarbu apžvelgti detaliau.

2.1.1. Socialinių medijų naudojimo ypatumai jaunų žmonių tarpe.

Intensyvus skaitmeninis aktyvumas ypač ryškus jaunimo kasdienybėje, kur internetinis ryšys tampa beveik nepertraukiamas. JAV jauni žmonės socialines medijas naudoja taip dažnai, jog tai prilygsta pilno etato darbo dienos veiklai. Net 95 proc. jaunimo JAV turi prieigą prie išmaniojo telefono, o 45 proc. nurodo esantys prisijungę prie interneto beveik nuolat. Vienas pagrindinių jaunų suaugusiųjų veiklos internete šaltinių yra socialinių tinklų svetainės. Socialinių tinklų svetainės apibrėžiamos kaip tinklinės komunikacijos platformos, kuriose dalyviai: (1) turi savo profilius, sudarytus iš naudotojo pateikto turinio, kitų naudotojų turinio ir (arba) sistemos pateiktų duomenų; (2) gali viešai išreikšti ryšius, kuriuos gali matyti ir peržiūrėti kiti; (3) gali naudoti, kurti ir (arba) sąveikauti su kitų naudotojų sukurtu turiniu. Tokioms platformoms priskiriamos, jau anksčiau minėtos, „Twitter (dabar „X“), „Facebook“, „YouTube“, „Instagram“, „TikTok“, „Snapchat“ ir kt. [18].

Mokslininkų teigimu, toks nuolatinis įsitraukimas nėra atsitiktinis, jį lemia specifiniai ST naudotojų poreikiai. Julia Brailovskaia ir bendra autorių atlitame tyrime išsiaiškinta, kad socialines medijas jauni suaugusieji pasitelkia pramogai, laiko praleidimui, atsipalaidavimui, pabėgimui nuo realybės ir saviraiškai ar savęs pateikimui (angl. self-presentation). Galimybė save pristatyti plačiai auditorijai tapo vienu populiariausių parametrų. Kadangi socialinė medija šiandien yra laikoma kasdienio gyvenimo dalimi, neatmetama galimybė, kad veikla internete nebesuvokiama kaip sąmoningas savęs pateikimas, o veikiau kaip įprasta gyvenimo dalis, ypač tarp jaunų žmonių. Analizuojant jauno amžiaus ST naudotojų elgseną, pastebima, kad socialinių medijų turinys pasirenkamas tikslingai. 2020 m. Vokietijoje atlikto tyrimo duomenimis, pastebima, kad maždaug viena trečioji (33 proc.) tirtų asmenų savo ST naudojimo priežastį priskyrė kategorijai „nuobodulio mažinimas ir laiko praleidimas“, tuo tarpu priežastis, priskiriamas kategorijoms „pabėgimas nuo neigiamų emocijų“ ir „teigiamų emocijų paieška“, atitinkamai nurodė mažiau nei penktadalis (mažiau nei 20 proc.) dalyvių [19]. Socialinių medijų aktualumą dar labiau sustiprina tai, kad dažnai jaunimas jas pasitelkia informacijos paieškai (pvz. naujienų). Ispanijoje atliktas tyrimas teigia, jog didžioji dauguma (70,7 proc.) jaunų suaugusiųjų juos naudoja būtent šiam tikslui [20]. Visgi nors informacijos paieška yra plačiai paplitusi, įsitraukimas į specifinį politinį turinį išlieka fragmentiškas. JK atliktas tyrimas atskleidė, kad tik 15,7 proc. respondentų (22-29 m.) sekė (angl. follow) ar pamėgo (angl. like) politiką, o mažiau nei ketvirtadalis (25 proc.) buvo

prisijungę prie politinių kampanijų grupių. Beveik du trečdaliai (57 proc.) apklaustųjų socialinių tinklų politinei veiklai niekada nenaudojo [21]. Sisteminant tyrimų duomenis galima teigti, jog pramoginio turinio vartojimas ir informacijos paieška sudaro esminę socialinių tinklų naudojimo dalį, dažnai konkuruodami su socialinio ryšio palaikymu [22]. Taip pat socialines medijas jauni suaugusieji naudoja siekdami gauti informacijos ypač jautriomis temomis, apie kurias jiems gali būti nejauku kalbėti su artimaisiais ar draugais, pavyzdžiui apie lytinę elgesį ar sveikatą. Šį teiginį pagrindžia Australijoje atliktas tyrimas, kur nustatyta, jog net 67,8 proc. jaunų suaugusiųjų socialines medijas pasitelkia norėdami diskutuoti arba sužinoti daugiau apie sveikatą [16]. Tačiau atkreiptinas dėmesys jog tokio turinio tikslumas ne visuomet yra garantuotinas, todėl ST naudotojai turėtų kritiškai vertinti matomą turinį. Visgi dominuojančia priežastimi išlieka noras palaikyti ryšį su draugais, šeima ir bendraamžiais [18]. Pavyzdžiui, Lenkijoje atliktame tyrime, norą palaikyti ryšį su draugais nurodė net 55 proc. tyrime dalyvavusių apklaustųjų. Pramoginis aspektas, apimantis YT ar TT platformų turinį, yra svarbus 29 proc. tiriamųjų, tuo tarpu kitos ST naudojimo priežastys nurodomos kur kas rečiau. Pavyzdžiui, tik nedidelė dalis (7 proc.) socialines medijas naudoja edukaciniais tikslais ar tiesiog neturėdami įdomesnės veiklos, o komercinio turinio (prekių ženklų reklamavimo) vos 1 proc [14]. Šie rodikliai patvirtina, kad ST jaunimui pirmiausia yra pramogos ir tarpusavio bendravimo priemonė.

Šiandien, jaunų žmonių kasdienybė pasižymi nenutrūkstamu skaitmeniniu aktyvumu, kai socialinės medijos integruojamos į visus dienos etapus. Tyrimų duomenimis, daugiau nei 40 proc. apklaustųjų socialines medijas naudoja bent vieną vakarą per paskutinę valandą prieš miegą, o 2019 m. JAV atliktas tyrimas rodo dar intensyvesnius įpročius – net 58 proc. apklaustųjų prieš pat užmiegant kasdien naudoja ST [23]. Socialinių tinklų įtaka išlieka reikšminga ir pradedant dieną. 2021 m. Australijoje atlikto tyrimo duomenimis, net du iš penkių (40 proc.) dalyvių socialiniuose tinkluose apsilanko per pirmąsias 10 minučių po prabudimo [24]. Tačiau skaitmeninis įsitraukimas išlieka dominuojantis ir darbinėje bei akademinėje aplinkoje. Suomijoje atlikta darbuotojų analizė parodė, kad ST naudojimas darbe yra visuotinis reiškinys – net 99,47 proc. respondentų jomis yra naudojęsi darbo metu [25]. Chansukree ir bendraautorių atlikto tyrimo duomenys tai tik papildo, daugiau nei 72 proc. respondentų darbe socialiniams tinklams (tiek darbo, tiek asmeniniais tikslais) skiria bent valandą per dieną [26]. Šią tendenciją patvirtina ir akademinės aplinkos duomenys, rodantys kad daugiau nei 60 proc. studentų ST naudojasi net pačių studijų metu [27]. Skaitmeninis turinys tampa neatsiejamas net ir būtiniausiuose dienos procesuose. Tai patvirtina 2025 m. Turkijos tyrimas rodantis, kad 56,3 proc. asmenų socialinėmis medijomis naudojasi net valgio metu [28]. Tuo tarpu grįžtant prie anksčiau minėtos Lenkijoje atliktos analizės rezultatų, kas antras respondentas (50 proc.) pripažįsta, jog dėl pernelyg intensyvaus ST naudojimo nepaiso namų ruošos darbų [14]. O Švedijoje atliktas tyrimas atskleidžia, kad

ST yra naudojami užpildyti bet kokias „tuščias laiko vietas“ kasdienybėje įskaitant namų ruošos ar kitus monotoniškus darbus [29].

Apibendrinant galima teigti, kad nors socialinės medijos gali tapti puikia saviraiškos, laiko praleidimo bei informacijos šaltinių platforma, ilgalaikėje perspektyvoje tai gali lemti stiprų emocinį prisirišimą prie platformų ir stiprinti priklausomybės riziką. Šis virtualus įsitraukimas ne tik keičia jaunų žmonių laiko planavimo įpročius, bet ir tiesiogiai koreliuoja jų dienotvarkę. Todėl, kitame skyriuje (2.2.) bus nagrinėjamas socialinių medijų poveikis jaunų žmonių fiziniam aktyvumui, siekiant suprasti, kaip šis skaitmeninis įsitraukimas keičia jų judėjimo įpročius.

2.2. Socialinių medijų įtaka jaunų žmonių fiziniam aktyvumui

Reguliarus fizinis aktyvumas suteikia naudos tiek fizinei, tiek psichinei sveikatai. Be to, suaugusiems fizinis aktyvumas padeda užkirsti kelią neužkrečiamosioms ligoms, tokioms kaip širdies ir kraujagyslių ligos, onkologiniai susirgimai, diabetas, mažina depresijos bei nerimo simptomus, gerina smegenų veiklą ir bendrą savijautą. Tuo tarpu vaikams ir paaugliams fizinis aktyvumas skatina kaulų ir raumenų augimą bei vystymąsi ir gerina motorinę ir kognityvinę raidą. Nepaisant to, 31 proc. suaugusiųjų ir net 80 proc. paauglių nepasiekia rekomenduojamo fizinio aktyvumo lygio [30].

Viena iš priežasčių, kodėl šie rodikliai išlieka žemi, yra kintantis laisvalaikio pobūdis, kurį vis dažniau užpildo skaitmeninis turinys. Paradoksalu, tačiau viena dominuojančių temų socialinių tinklų erdvėje yra būtent fizinis aktyvumas. 2022 m. Vokietijoje atliktame tyrime nustatyta, kad net 47,8 proc. jaunų suaugusiųjų (18-25 m.) socialiniuose tinkluose stebi su sportu susijusį turinį. Vertinant su sportu susijusio ST turinio žiūrėjimą, net 61,4 proc. tiriamųjų ST pasitelkia sporto ir pratimų patarimų paieškai, o 52,6 proc. motyvacijos sportuoti paieškai [31]. O JK atliktas tyrimas atskleidė, kad net 46 proc. respondentų (13-18 m. jaunimas) yra keitę su sveikata susijusį elgesį (pvz. tapo fiziškai aktyvesniais ar pakeitė mitybą) dėl ST matyto turinio [32]. Tokią elgsenos kaitą dažniausiai skatina būtent vizualinis turinys.

Tokiose ST platformose kaip „YouTube“ naudotojai gali stebėti vaizdo turinį, kuriame sporto treneriai ir įvairūs nuomonės formuotojai dalinasi savo sporto pasiekimais, sporto treniruočių ar įvairios fizinės veiklos turiniu. Dauguma jų siekia motyvuoti savo auditoriją perimti jų rekomenduojamas sporto programas [33]. Julia Durau ir bendraautorius tyrimė išsiaiškinta, kad nuomonės formuotojai, kurie dalinasi su fiziniu aktyvumu susijusiu turiniu, yra vertinami pagal jų patikimumą, kompetenciją ir patrauklumą. Todėl patikimi, kompetetingi ir patrauklūs nuomonės formuotojai gali veiksmingai prisidėti prie fizinio aktyvumo didinimo. Minėtame tyrime, priešingai nei buvo prognozuota, fizinis pasirengimas

teigiamai veikė ST naudotojų ketinimus sportuoti. Tai leidžia manyti, kad tam tikras fizinio pasirengimo lygis yra suvokiamas kaip būtina prielaida ketinimui užsiimti fizine veikla. Todėl pozityvesnis savo fizinio pasirengimo vertinimas tikėtina didina ketinimus sportuoti pagal treniruočių vaizdo įrašus talpinamus ST [34]. Tokią tendenciją, kai vizualinis turinys tiesiogiai koreliuoja su jauno žmogaus motyvacija ir elgsena, patvirtina ir kiti moksliniai tyrimai. Pavyzdžiui, Victoria A. Goodyear ir bendraautorių JK atliktame tyrime nustatyta, kad tarp mokyklos mokinių (13-18 m.) „prieš ir po“ kūno transformacijų ST talpinami įrašai buvo vieni dažniausiai pastebimų (su sveikata susijusio turinio kategorijoje), o daugelis mokinių nurodė, kad būtent tokio turinio matymas daro įtaką jų fiziniam aktyvumui. Daugiausia mokinių t.y. 43 proc. respondentų taip pat nurodė, kad su sportu susijęs ST turinys jiems daro teigiamą poveikį, 24 proc. daugiausia neigiamą, o likusieji 33 proc. respondentų vertino poveikį kaip mišrų arba nebuvo tikri [32]. Kitame tyrime, Serbijoje, universitetų studentų imties tyrimas parodė, kad studentai, kurie naudojo FB platformos grupę, kurioje skelbiamas su fiziniu aktyvumu susijęs bendraamžių palaikymas ir grįžtamasis ryšys, per vieną mėnesį padidino fiziškai aktyvių studentų dalį nuo 85,4 iki 90,4 proc. Be to FB grupės nariai turėjo 3,5 karto didesnę tikimybę būti fiziškai aktyvesni lyginant su FB grupėje nedalyvavusiais studentais [35]. Kitas Austrijoje atliktas tyrimas nustatė, kad YT platformoje talpinamų sporto turinio kūrėjų (angl. fitness influencers) įrašai stipriai motyvuoja jaunų suaugusiųjų ketinimą sportuoti (standartizuotas koeficientas $\approx 0.27-0.43$) [34]. Lyginant Serbijos studentų ir Austrijos jaunų suaugusiųjų tyrimus, matoma bendra tendencija. ST bendruomenės ir sporto turinio nuomonės formuotojų turinys reikšmingai didina norą sportuoti. Tačiau, priešingai nei motyvacinė FB grupių įtaka V. Goodyear pabrėžia, kad vizualinis „prieš ir po“ turinys JK moksleiviams sukelia dvilypius jausmus, t.y. atsiranda rizika neigiamam kūno vaizdo suvokimui [32].

Vertinant ne tik subjektyvų ST poveikį, bet ir faktinį jaunų žmonių elgesį, tikslinga atsižvelgti į objektyvius fizinio aktyvumo matavimo duomenis. Šiuo požiūriu reikšmingas Turkijoje atliktas tyrimas tyręs universiteto studentus kuriame, naudojant Godin Leisure-Time Exercise Questionnaire (GLTEQ), buvo vertinamas vienos savaitės fizinio aktyvumo lygis. Tyrimo rezultatai parodė, kad nepaisant skaitmeninėje erdvėje vyraujančių sporto tendencijų, net 43 proc. studentų nebuvo fiziškai aktyvūs, o aktyvaus lygio ribą pasiekė tik 39 proc. respondentų [36]. Tai rodo, jog nors ST ir kuria stiprią motyvacinę aplinką, reali fizinė veikla dažnai išlieka žemesnė nei rekomenduojama norma.

Tačiau tokio pobūdžio turinys turi ir kitą pusę, jis gali ne tik motyvuoti, bet ir suformuoti nepasiekiamus kūno idealus. Moterims savo kūno įvaizdžio suvokimas turi reikšmingą neigiamą poveikį motyvacijai sportuoti. Tai reiškia, kad prastesnis moterų kūno įvaizdžio suvokimas yra susijęs su didesniais ketinimais užsiimti fizine veikla. Dauguma tyrimų rodo, jog ST naudotojai nuolat matantys geresnio fizinio pasirengimo ir liekno kūno sudėjimo nuomonės formuotojus gali turėti tiek neigiamų,

tiek teigiamų pasekmių sveikatai. Vokietijoje atlikto tyrimo duomenimis, net 74,9 proc. jaunų žmonių atpažįsta grožio ir kūno idealus, vaizduojamus su sportu susijusiame ST turinyje, o beveik trečdalis (29,8 proc.) nurodė kartais bandantys juos atkartoti realybėje. Be to, pastebimi ryškūs lyčių skirtumai lyginant savo kūną su ST matomais pavyzdžiais, tai daro beveik pusė (47,8 proc.) moterų ir 35,6 proc. vyrų [31]. Viena vertus, neigiamas poveikis gali kilti dėl lyginimosi su „idealią figūrą“ turinčiais nuomonės formuotojais, kurie didina nepasitenkinimą savo išvaizda. Kita vertus, teigiamas poveikis pasireiškia tuomet, kai tokie nuomonės formuotojai įkvepia asmenis siekti sveikesnio gyvenimo būdo, imituojant jų elgesį. Tuo tarpu vyrams kūno įvaizdis yra mažiau reikšmingas sportuojant pagal vaizdo įrašus, kas atitinka ankstesnius tyrimus, rodančius, jog vyrai mažiau dėmesio skiria socialinėms normoms, susijusioms su fizine išvaizda, nei moterys [37].

Analizuojant šiuos skirtumus, pastebima, kad ST turinys tampa labiau specializuotas, o tai dar labiau sutelkia naudotojų dėmesį į kūno estetiką bei vizualinius standartus. Itin liekno ir atletiško kūno vaizdavimas, taip pat naujų socialinių tinklų tendencijų atsiradimas, tokių kaip „fitspiration“ (terminas sudarytas iš žodžių fitness (liet. fizinis parengtumas) ir inspiration (liet. įkvėpimas), dažnai trumpinamas „fitspo“) dar labiau sustiprina visuotinį susirūpinimą [38]. Terminas fitspiration iš pradžių tapo itin populiarus „Instagram“ platformoje [39], o vėliau išpopuliarėjo ir kitose, įskaitant „Facebook“, „Tumblr“ (TB), „Twitter“, kur šių programėlių naudotojai galėdavo dalytis nuotraukomis ir vaizdo įrašais susijusiais su itin „atletišku“ kūnu. Tipiškas „fitspiration“ turinys apima asmenukes ir „prieš“ ir „po“ kūno vaizdavimą, kuris pabrėžia fizinius pokyčius. Įdomu tai, kad iki „fitspiration“ tendencijos paplitimo ST buvo paplitusios ir dvi kitos panašios tendencijos - „thinspiration“ (terminas sudarytas iš žodžių thin (liet. lieknas) ir inspiration (liet. įkvėpimas)) ir „bonespiration“ (terminas sudarytas iš žodžių bone (liet. kaulas) ir inspiration (liet. įkvėpimas)), akcentuojančios itin liekną kūno sudėjimą ir buvo kritikuojamos kaip galimai skatinančios anoreksiją. Galima teigti, kad „fitspiration“ išpopuliarėjęs vėliau, iškilo kaip „sveikesnė“ alternatyva „thinspiration“ fenomenui, propaguojantis pozityvesnes sveikatos žinutes, tokias kaip, rūpinimasis savimi, sveika mityba ir motyvacija būti fiziškai aktyviems, užuot palaikęs itin lieso kūno idealą [40].

Viename tyrime analizavusiame „fitspiration“ fenomeną „Instagram“ socialinėje platformoje, buvo nustatyta, kad dauguma paskelbtų nuotraukų (63,7 proc.), vaizdavo žmones, tarp kurių daugiausia buvo moterų nuotraukų. 25 proc. nuotraukų vaizdavo asmenis atliekančius fizinio aktyvumo veiklas, 19 proc. vaizdavo sveiko maisto pasirinkimus (pvz. vaisiai arba baltyminiai kokteiliai), o likusią dalį sudarė pozityvios įkvepiančios citatos, statistiniai duomenys, sporto salės įranga ir sportinė apranga [41]. Kito tyrimo, kuriame taikyta ta pati analizė, keliose ST platformose, tokiose kaip IG, FB, „Twitter“ (TW) (dabar vadinamas „X“) ir TB, rezultatai parodė, kad didžiąją dalį (36,4 proc.) nuotraukų sudarė sudarė

moterų, o jų nuotraukos buvo reikšmingai seksualizuojamos, akcentuojant rankų, kojų ir sėdmenų sritis. Palyginimui vyrų nuotraukos sudarė tik 27,5 proc. nuotraukų ir dažniausiai vaizduodavo perdėtai raumeningo (angl. hypermuscular) kūno atvaizdus [42]. Keli tyrimai rodo, kad „fitspiration“ turinys atspindi potencialiai sveikatai žalingas temas. Viename jų, nustatyta, jog jaunų moterų imtyje, mažėjo pasitenkinimas savo kūnu, o šie pokyčiai buvo proporcingi laikui praleistam sąveikaujant su tokiu turiniu ST [43]. „Fitspiration“ tendencija ST yra susijusi su nerealistišku ir tariamai „sveikų kūnų“, kurie yra patrauklūs akiai, propagavimu, tačiau, neskatina fizinio aktyvumo kaip priemonę siekti su sveikata susijusių, o ne su išvaizda susijusių tikslų. Dažniausiai bendrinamos ir ST plintačios nuotraukos pasižymi „prieš ir po“ kūno (daugiausia juosmens ir šlaunų) vaizdais, o su fizinio aktyvumo nauda sveikatai jos siejamos retai. Nustatytas, tiesioginis ryšys tarp šio pobūdžio įrašų skelbimo ir neigiamo poveikio ST naudotojų psichikos sveikatai. Įvairūs veiksniai, susiję su psichosocialine rizika, yra siejami su „Fitspiration“ turinio poveikiu [44].

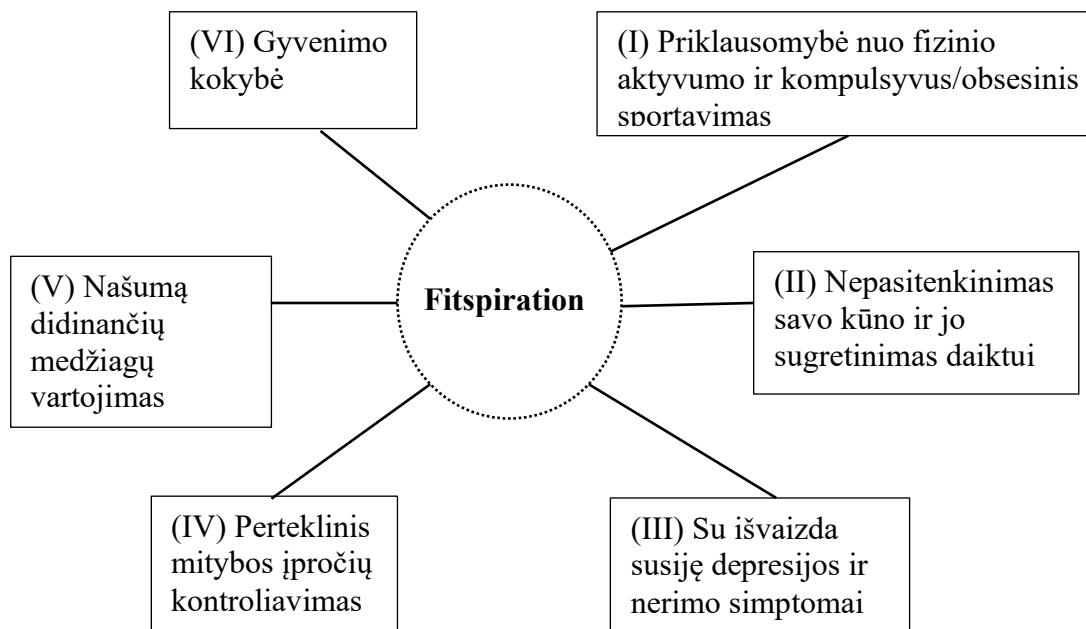
Netinkamas ST turinio interpretavimas sporto kontekste ne tik neigiamai veikia jaunų žmonių savivertę, bet ir transformuoja jų fizinio aktyvumo įpročius į rizikingą, sveikatai nepalankią elgseną. Šio skyriaus (2.2.) gale grafiškai vaizduojama schema (1 pav.) nurodo pagrindines temas susijusias su „Fitspiration“ turiniu: (I) priklausomybė nuo fizinio aktyvumo ir kompulsyvus/obsesinis sportavimas; (II) nepasitenkinimas savo kūnu ir jo sugretinimas daiktui; (III) su išvaizda susiję depresijos ir nerimo simptomai; (IV) perteklinis mitybos įpročių kontroliavimas; (V) našumą didinančių medžiagų vartojimas; (VI) gyvenimo kokybė [44]. „Fitspiration“ įrašai dažnai skatina peržengti ribas, ignoruoti skausmą arba paversti jį malonumu, o tai tiesiogiai didina traumų tikimybę bei skatina priklausomybę nuo fizinio aktyvumo ir obsesinio sportavimo (I). Tiek „priklausomybė nuo fizinio aktyvumo“, tiek pernelyg intensyvios, organizmą alinančios sporto treniruotės yra siejamos su bendru sveikatos būklės blogėjimu [45].

Kitas svarbus „Fitspiration“ turinio komponentas yra nepasitenkinimas savo kūnu ir jo sugretinimas daiktui (II). Būtent nepasitenkinimas savo kūno įvaizdžiu, mokslinėje literatūroje yra apibrėžiamas kaip „neatitikimas tarp savo paties fizinio kūno (tikrojo) identifikavimo ir kūno, pasirinkto kaip pageidaujamo savęs įvaizdžio“ ir yra siejamas su įvairiomis psichikos ligomis, tokiomis kaip depresija, nerimas, valgymo sutrikimai ir prasta gyvenimo kokybė [46]. Susirūpinimas kūno įvaizdžiu ir fizine išvaizda yra pagrindinis kūno dismorfinio sutrikimo (F45.2 (TLK-10)) požymis, kuris penktajame tarptautiniame psichinių ligų registro (DSM-5) leidime priklauso obsesinio kompulsinio sutrikimo pogrupiui [47]. Socialinėse platformose „Fitspiration“ turinys yra daugiausia grindžiamas nuotraukomis ir vizualiniu turiniu, todėl gali būti siejamas su didesne savo kūno išvaizdos kontrole [48]. Tarp „Fitspiration“ turinio kūrėjų sportavimas retai vertinamas kaip sveikatą gerinanti priemonė ar būdas

pagerinti fizinį pajėgumą, o dažniausiai kaip priemonė „įgyti formą“, gerai atrodyti ir pasiekti grožio idealą [49]. Tai gali lemti ST naudotojų su išvaizda susijusius depresijos ir nerimo simptomus (III). Kokybiniai tyrimai rodo, kad „Fitspiration“ turinio poveikis gali mažinti žmogaus savivertę (ypač jaunų moterų grupėje) [50], kas daro įtaką depresijos ir nerimo simptomų vystymuisi [51]. Šią sąsają patvirtina ir detalesnė ST naudojimo analizė. Rezultatai rodo, jog „Fitspiration“ turinio peržiūra IG platformoje yra susijusi su didesniu savo kūno savikritišku vertinimu ($B = 0.21$, 95% CI = [0.12, 0.29]) ir didesniu savo kūno smerkimo (angl. body shame) jausmu ($B = 0.13$, 95% CI = [0.05, 0.21]) [51].

Dauguma tyrimų nustatė „Fitspiration“ ir anksčiau apibrėžto „Thinspiration“, turinio persidengimą, kuris pasiekia skirtingas auditorijas vienu metu ir tiesiogiai prisideda prie ST naudotojų perteklinio mitybos įpročių kontroliavimo (IV) [52]. Greta intensyvių treniruočių režimo, dar vienu svarbiu rizikos veiksniu tampa nekontroliuojamas maisto papildų vartojimas, kurį nesikonsultavus su gydytoju ar vaistininku dažnai paskatina socialinių tinklų įžymybės ar nuomonės formuotojai, kas gali lemti potencialiai klaidinančią informaciją turinčią įtakos ST naudotojų sveikatai [53]. Šie ir įvairūs našumą didinantys produktai (IV) apima platų vitaminų, mineralų ir augalinių preparatų spektrą, kurie dažnai parduodami pateikiant klaidinančią informaciją apie jų naudą svorio mažinimui ar raumenų didinimui. Vartotojai šiuos produktus suvokia kaip saugius ir būtinus siekiant atletiško ir stangraus kūno, tačiau jų nekontroliuojamas vartojimas gali sukelti neigiamų pasekmių emocinei būsenai, taip pat skatinti dopingo vartojimo kultūrą bei priklausomybę [54]. Kokybiniam Easton ir bendraautorijų atliktame tyrime, atliktame su 18-25 metų jaunais suaugusiais, tiriamieji, kurie save laikė šiek tiek turinčiais atsvario, nurodė išgyvenantys atskirties, nepritapimo ir „bjaurumo“ jausmus, o tai lemia gyvenimo kokybės pablogėjimą per visus anksčiau aptartus aspektus [38].

Apibendrinat šią dalį, galima teigti, kad socialinės medijos suformavo sudėtingą ryšį tarp virtualių idealų ir realaus gyvenimo būdo. Matomas turinys gali tapti tiek įkvėpimu judėti, tiek obsesinio elgesio priežastimi. Todėl kitame skyriuje (2.3.) bus nagrinėjamas socialinių tinklų poveikis jaunų žmonių mitybai, siekiant suprasti, kaip šis virtualus įsitraukimas veikia jų mitybos įpročius.



1 pav. Su „fitspiration” turiniu susijusias temas nagrinėjančių klasterių reprezentacija [44].

2.3. Socialinių medijų įtaka jaunų žmonių mitybos įpročiams

Jaunas žmogaus amžius dažnai siejamas su mitybos įpročių formavimusi, o socialinės medijos šiame procese atlieka dominuojantį vaidmenį. JK atlikta internetinė apklausa patvirtina šį aktyvų įsitraukimą, nustatyta, kad net 53 proc. jaunų žmonių ST naudoja kaip pagrindinį šaltinį su sveikata susijusios informacijos paieškai. Dažniausiai jie ieško duomenų apie fizinį aktyvumą (60 proc.) bei mitybą (55 proc.), o juos labiausiai domina kūno pokyčiai, pasiekti sportuojant ar vartojant specialius papildus [32]. ST turinys tiesiogiai koreliuoja jaunų žmonių maisto pasirinkimą, valgymo dažnumą bei požiūrį į dietų laikymąsi. Būtent ilgas socialinių tinklų naudojimas daro reikšmingą įtaką jaunų žmonių dietiniams pasirinkimams ir mitybos režimo stabilumui, kuris neretai tampa neigiamas ir laikomas vienu iš pagrindinių valgymo sutrikimų rizikos veiksnių [55]. Vis dėlto socialiniai tinklai gali turėti ir teigiamą poveikį jaunimui, pavyzdžiui skatindami socialinę paramą, didindami informuotumą apie sveikatą bei sudarydami galimybes pozityviam elgesio formavimui, įskaitant sveikesnius mitybos pasirinkimus [8]. Tačiau, nepaisant šių teigiamų aspektų, jaunimas, kuris praleidžia daug laiko ST ir yra aktyvūs socialinių tinklų naudotojai, dažniau rinkdamiesi produktus orientuojasi į populiarias skaitmenines mitybos

tendencijas, o ne į realią maistinę vertę, todėl dažniau susiduria su neigiamu savo kūno įvaizdžio suvokimu [56].

Helen Thai ir bendraautorių atliktas tyrimas parodė, kad kontruočiuojant ir mažinant laiką, praleidžiamą socialiniuose tinkluose, gerėja tiriamųjų savo kūno išvaizdos ir svorio suvokimo vertinimas [56]. Kiti tyrimai taip pat rodo, jog socialinių tinklų naudojimas jaunimo tarpe gali ženkliai didinti valgymo sutrikimų riziką, todėl ši problema yra svarbi visuomenės sveikatos kontekste. Internetinėje erdvėje jaunimas susiduria su besikeičiančiomis „idealaus kūno“ normomis, kurių tobulumas tampa sunkiai pasiekiamu tikslu. Todėl jauni žmonės stebintys tokio pobūdžio turinį ST dažnai susiduria su nepasitenkinimu savo kūnu, o tai keičia jų mitybos racioną, apribojant būtinų maistinių medžiagų suvartojimą arba laikymąsi nepagrįstų, mokslinškai nepatikrintų dietų [2]. Pavyzdžiui TA Patel ir kt. autorių atliktame tyrime įvertintas „TikTok“ (TT) platformoje naudojamos grotažymės „thinspiration“ (lieknumą akcentuojantis turinys) turinio poveikis socialiniam lyginimuisi ir neigiamai nuotakai. Nustatyta, kad TT platformoje su lieknumu susijęs žiūrimas turinys tiesiogiai skatina jaunimą griežtai riboti suvartojamų kalorijų kiekį bei perimti nesveikus valgymo įpročius. Tyrimas atskleidžia, kad TT platformos naudojimas ir įsitraukimas į lieknumą skatinantį turinį gali sukelti momentinius neigiamus savo kūno suvokimo padidėjimus. Tai ypač svarbu atsižvelgiant į TT algoritmą, kuris gali užtikrinti nuolatinį tokio provokuojančio turinio srautą [57]. Šio tyrimo rezultatai atitiko ir daugelį kitų tyrusių šiuo grotažodžiu paženklinto turinio ST poveikį jaunų žmonių sveikatai [58].

Visgi socialinių tinklų poveikis sveikatai neapsiroboja vien tik kūno vaizdo suvokimu, ST platformos veikia ir per kitą svarbią prizmę t.y. naudotojų elgsenos bei mitybos įpročių formavimą, kurį didžia dalimi lemia tikslinė rinkodara. Socialinės medijos yra viena pagrindinių priemonių maisto prekėms reklamuoti ir taip jų naudotojams daryti didelę įtaką. Tyrimų duomenys atskleidžia šios problemos mastą. Itin klaidingas suvokimas pastebimas vertinant turinio populiarumą, Australijoje atlikto tyrimo metu, du trečdaliai (65,8 proc.) apklaustųjų manė, kad tie patiekalai, kurie gauna daugiau „patinka“ (angl. likes) paspaudimų ar pasidalinimų, yra sveikesni. Be to, beveik pusė (49 proc.) jaunų suaugusiųjų nurodė sekantys ir vartojantys būtent tą maistą, kurį rekomenduoja jų stebimi nuomonės formuotojai [59]. Tačiau socialiniuose tinkluose reklamuojamas maistas/maisto produktai daro įtaką ne tik pačio prekės ženklo žinomumo didinimui. Toks turinys tiesiogiai veikia ST naudotojų mitybos sprendimus ir taip prisideda prie bendros sveikatos būklės formavimo. Ypač reikšminga socialinių tinklų reklamos dalimi tapo nuomonės formuotojų (NF) įtaka. Nuomonės formuotojai dažnai laikomi patikimais informacijos ir patarimų šaltiniais, turinčiais didelę ir lojalą auditoriją. Reklamuodami konkrečius maisto produktus, restoranus ar mitybos tendencijas NF gali reikšmingai paveikti socialinių tinklų naudotojų mitybos pasirinkimus. Tokią įtaką dar labiau sustiprina skaitmeninių platformų suteiktos

galimybės maistą bei jo pristatymo paslaugas užsisakyti lengviau nei bet kada anksčiau. Maisto pristatymo programėlės sparčiai išplito, siūlydamos patogumą ir greitą paslaugų prieinamumą. O vizualiai patrauklus maisto turinys skelbiamas ST, išsiskirdamas informacijos sraute, skatina vartotojus stabtelėti bei atkreipti dėmesį. Šios tendencijos mastą patvirtina šešiose šalyse atlikta 10-17 metų jaunimo apklausa, kurioje nustatyta, kad 27-60 proc. respondentų per pastarąsias 30 dienų ST matė nevisaverčio maisto ir gėrimų reklamas. Kasdienę greito maisto reklamų įtaką patyrė 19-44 proc., o saldintų gėrimų 10-43 proc. respondentų [60]. Emocijas ir asociacijas keliantys vaizdiniai, pavyzdžiui gardžių patiekalų, desertų ar estetiškai pateikto maisto nuotraukos daro didelį poveikį žmogaus jausmams. Tokio pobūdžio maisto nuotraukos gali sužadinti tokias emocijas kaip noras, laukimas ir pasitenkinimas. Objektīvūs ST stebėjimo duomenys rodo, kad didžioji dalis maisto turinio išlieka nepalanki sveikatai, apie du trečdalius jaunų žmonių matomų vaizdų ar įrašų sudaro mažos maistinės vertės produktai, o vaisiai ir daržovės matomi, maždaug tik penktadalyje viso turinio [61]. Pavyzdžiui, Belgijoje atlikta ST matomo vizualinio turinio analizė parodė, kad net 67 proc. ST platinamų maisto nuotraukų sudaro mažos maistinės vertės (angl. non-core) produktai, tarp kurių dominuoja žinomų prekės ženklų greitas maistas bei užkandžiai [62]. Tuo pasinaudodama ST rinkodara taip sukuria emocinį ryšį tarp žiūrovo ir reklamuojamo produkto ir lemia impulsyvius pirkimo sprendimus, dažnai pasirenkant perdibtus, maistine verte skurdžius produktus [63]. Pasitelkdamos platų skaitmeninių platformų (tokių kaip FB, YT, TT) tinklą, maisto pramonės įmonės rado veiksmingą būdą pasiekti jaunąją kartą. Jos sėkmingai naudoja algoritmus, rinkdamos duomenis apie naudotojų naršymo įpročius, pageidavimus ir demografinius rodiklius, siekdamos ne tik pasiekti tikslinę auditoriją, bet ir maksimaliai prisitaikyti prie jos interesų bei poreikių. Galiausiai dėl tokios nuolatinės ir tikslingos rinkodaros jaunimui tampa vis sunkiau atsispirti greito maisto, saldžių užkandžių ir kitų mažai maistingų produktų patrauklumui [64]. Šią tendenciją patvirtina ir moksliniai tyrimai, rodantys, kad tiesioginė ST sąveika veikia ne tik psichologinius, bet ir fiziologinius jaunų žmonių poreikius. Pavyzdžiui, 2021 m. Pakistane atliktas tyrimas atskleidė, kad 29 proc. jaunų žmonių pajunta stiprų potraukį nevisaverčiam maistui (angl. junk food) būtent naršydami socialiniuose tinkluose [65].

Nutukimo paplitimas tarp jaunų žmonių šiandien laikomas viena didžiausių visuomenės sveikatos problemų visame pasaulyje. Viena pagrindinių šio reiškinio priežasčių yra gausus kaloringo, bet mažai vertingų maistinių medžiagų turinčio maisto vartojimas [66]. Pastaruoju metu, vis daugiau dėmesio skiriant maisto rinkodarai socialiniuose tinkluose, ši neabejotinai daro įtaką jaunų žmonių mitybos pasirinkimams. Tyrimai atskleidžia, kad jaunimas nuolat susiduria su intensyvia greito maisto, saldžių gėrimų bei užkandžių reklama, kuri dėl savo vizualinio patrauklumo ir įtraukiančio pobūdžio skatina nesveikų produktų vartojimą. Būtent tokia intensyvi ST maisto rinkodara daro reikšmingą poveikį

valgymo įpročiams. Jauni žmonės linkę rinktis kaloringus, mažos maistinės vertės maisto produktus, kurie dažniausiai dominuoja reklamos srautuose. Ši poveikį papildomai sustiprina bendraamžių rekomendacijos ir socialinė sąveika, skatinanti bendrą / kolektyvinį vartojimą bei naujų maisto produktų išbandymą. Nors dauguma jaunų žmonių teoriškai suvokia sveikos mitybos svarbą, tyrimai atskleidžia egzistuojantį prieštarinę elgesį, sveiki maisto pasirinkimai dažnai keičiami pirmenybę teikiant reklamuojamiems nesveikiems produktams. Šis paradoksas, tiesiogiai susijęs su nuolatine reklamos įtaka bei didėjančia antsvorio ir nutukimo rizika, pabrėžia būtinybę griežtinti maisto rinkodaros reguliavimą jaunimui skirtose skaitmeninėse platformose [67].

Be tiesioginės rinkodaros įtakos, reikšmingą poveikį turi ir pats ST naudojimo pobūdis. Nuolatinis poreikis tikrinti pramoginį turinį bei gaunamus pranešimus neigiamai veikia vaikų ir paauglių dėmesio koncentraciją. Šis efektas ypač rizikingas valgymo metu, nes „nesąmoningas valgymas“ (angl. mindless eating) naudojantis išmaniosiomis technologijomis yra tiesiogiai susijęs su persivalgymu, o tai ilgalaikėje perspektyvoje gali tapti antsvorio bei nutukimo priežastimi [68]. Tokie neigiami mitybos pokyčiai dažnai tampa pirminiu žingsniu link rimtesnių sveikatos problemų, kurios skaitmeninėje erdvėje neretai lieka nepastebėtos. Todėl iki 80 proc. asmenų, turinčių valgymo sutrikimų, nepatenka į oficialią sveikatos priežiūros sistemą ir laiku negauna suteiktos pagalbos, todėl dažnu atveju diagnozė nustatoma tik vėlyvose ligos stadijose [69]. Jauniems žmonėms kreiptis pagalbos dažnai trukdo vyraujanti stigma bei baimė, kad jų sutrikimas nėra pakankamai rimtas. Kadangi šiandien jaunimas „gyvena“ skaitmeninėje erdvėje, kurioje noras pakeisti savo kūną, perteklinis fizinis aktyvumas ir nuolatinis dėmesys maistui dažnai suvokiami kaip norma, atpažinti problemą tokiose aplinkybėse tampa itin sudėtinga. Nors PSO 2013-2030 m. psichikos sveikatos veiksmų plane pabrėžiama, kad investicijos į jaunimą ir jo psichinę gerovę teikia didelę naudą visuomenei, o valgymo sutrikimai pripažinti prioritetine sritimi, jie vis dar nėra pakankamai nagrinėjami ir sudaro tik nedidelę dalį psichikos sveikatos tyrimų [2].

Visgi socialiniai tinklai mitybos kontekste gali turėti ne tik neigiamą poveikį. Tai pagrindžia Australijoje atliktas tyrimas vertinęs 18-25 m. amžiaus jaunimą. Nustatyta, kad net 71 proc. respondentų ST matytas turinys įkvėpė juos rinktis sveikesnius maisto produktus, o 51 proc. apklaustųjų nurodė dėl šios priežasties realiai pakeitę savo mitybos įpročius [70]. Kitas tyrimas atliktas Jungtiniuose Arabų Emyratuose (JAE) atskleidė, kad net 65,2 proc. universiteto studentų naudoja socialinėmis medijomis mitybos informacijai gauti, o 64 proc. tai daro ieškodami sveiko maisto receptų [71]. Taip pat kitas Australijoje atliktas tyrimas parodė, kad net 72 proc. ST naudotojų nuolatos susiduria su maisto reklamavimo turiniu. Atlikus detalią 215 maisto reklamos atvejų analizę, paaiškėjo, kad didžioji dalis reklamuojamų produktų (44 proc.) buvo greitas maistas, o 9 proc. sudarė saldinti gėrimai [72]. JAE atlikto tyrimo duomenimis, beveik visi respondentai (95 proc.) prisipažino, kad ST platformos turi

tiesioginę įtaką jų sprendimams dėl maisto vartojimo [59]. Panašias tendencijas rodo ir Turkijoje atliktas tyrimas atskleidęs, jog socialinės platformos gali veikti teigiamai, skatindamos aktyvų ST naudotojų įsitraukimą į maisto gaminimą ir receptų paiešką. Tyrimo duomenimis, tokie kanalai kaip „Instagram“, „WhatsApp“, „YouTube“ ir „Facebook“ yra pagrindinės erdvės, kuriose dalijamasi receptais bei sveikos gyvensenos patarimais. Tinkamai parengtas ir individualizuotas ST turinys gali daryti reikšmingą įtaką naudotojų sveikatai ir gerovei, kartu skatinant sveikesnių įpročių ugdymą ir jų sklaidą jaunimo tarpe [73].

Apibendrinant, galima teigti, kad socialinių tinklų įtaka jaunų žmonių mitybos įpročiams bei sveikatai yra kompleksinė. Nors rinkodara bei nuolatinis savęs lyginimas didina valgymo sutrikimų ir nutukimo riziką, tinkamai pritaikytas skaitmeninis turinys gali tapti efektyvia priemone sveikai gyvensenai skatinti. Tad galutinis poveikis fizinei sveikatai ir mitybai priklauso ne tik nuo platformų algoritmų ar reklamos intensyvumo, bet ir nuo paties naudotojo. Kadangi netinkami mitybos pasirinkimai ar nepasitenkinimas savo kūnu dažnai tampa rimtesnių psichologinių iššukių pradžia, svarbu detaliau išnagrinėti, kaip ST platformos veikia bendrą jaunų žmonių psichikos sveikatą.

2.4. Socialinių medijų įtaka jaunų žmonių psichikos sveikatai

Pastarajame dešimtmetyje sparčiai išpopuliarėjus socialiniams tinklams (pvz., FB, IG ir kitiems), iš esmės pasikeitė žmonių bendravimo ir socialinio ryšio palaikymo būdai. Šiuo metu daugiau nei vienas milijardas žmonių aktyviai naudoja „Facebook“ – didžiausiu socialiniu tinklu pasaulyje. FB pasitelkiamas tiek asmeniniam, tiek profesiniam bendravimui, o jo naudojimas vertinamas kaip turintis teigiamą įtaką bendravimo galimybėms, idėjų sklaidai ar nuotoliniam mokymuisi [74]. Pasaulio sveikatos organizacija (PSO) psichikos sveikatą apibūdina kaip geros žmogaus savijautos būseną, leidžiančią žmogui įveikti gyvenimo sunkumus, suvokti savo gebėjimus, sėkmingai mokytis ir dirbti, bei prisidėti prie bendruomenės gerovės [75]. Todėl socialiniai ryšiai, nepriklausomai nuo to, ar jie palaikomi skaitmeninėje erdvėje, ar tiesioginio bendravimo kontekste, yra esminė psichikos sveikatos palaikymo dalis [76].

2.4.1. Neigiama socialinių tinklų įtaka jaunų žmonių psichikos sveikatai

Didėjant įsitraukimui į skaitmeninį pasaulį, socialinių tinklų (ST) naudojimas tampa vis populiarese veikla, ypač tarp jaunimo. Būtent jauni žmonės (18-29 metų asmenys) yra unikali socialinių tinklų naudotojų grupė, nes jie yra pirmoji karta užaugusi itin skaitmenizuotoje visuomenėje. Dauguma tyrimų rodo, kad intensyvus socialinių tinklų naudojimas yra siejamas su padidėjusiais nerimo ir depresijos simptomais, prastėjančia psichine sveikata, žemesniu savęs vertinimu, emocine įtampa ir vienatvės jausmu [77]. Kai kurie ankstesni tyrimai pabrėžia, jog depresijos rizika ypač išauga praleidžiant

platformose perteklinį laiką [78]. Pavyzdžiui, nustatyta, kad depresijos požymiai tampa pastebimi net ir tarp tų asmenų, kurie socialiniais tinklais naudojami vos vieną valandą per dieną [79]. Mingli Liu ir bendraautorių atliktame tyrime, nagrinėjusiame ryšį tarp laiko, praleidžiamo socialiniuose tinkluose ir paauglių depresijos rizikos, paaiškėjo, kad daug laiko šiose platformose leidžiamtys paaugliai susiduria su 59,6 proc. didesne depresijos rizika, lyginant su kontroline grupe. Be to, kiekviena papildoma valanda, praleista socialiniuose tinkluose depresijos riziką padidina dar 13 proc., o šis ryšys pasirodė esąs žymiai stipresnis merginų grupėje [80]. Panašus dėsningumas pastebimas ir Kanadoje atliktame tyrime, tyrusiame studentus, nustatyta, kad net 33-40 proc. respondentų pasireiškė nuo lengvos iki sunkios formos depresijos simptomai, 24-39 proc. nerimo simptomai, o didžioji dalis (38-80 proc.) patyrė vidutinį arba stiprų stresą [81]. Panašios tendencijos stebimos ir kituose regionuose, pavyzdžiui, Turkijos sveikatos mokslų studentų grupėje (N=704) nustatytas itin aukštas vidutinės ir stiprios depresijos (47,6 proc.), nerimo (48,4 proc.) ir patiriamo streso (39 proc.) paplitimas [82]. Vidurio Rytų šalyse (N=1057) atlikta 15-24 m. jaunimo analizė parodė dar didesnę bendrą depresijos lygį, siekiantį net 57 proc., nerimo, 40,5 proc. ir streso 38,1 proc [83]. Tuo tarpu Ispanijos studentų (N=1074) rodikliai, nors ir išlieka aukšti, yra nuosaikesni, pavyzdžiui, depresija fiksuojama 18,4 proc., nerimo 23,6 proc., o streso 34,5 proc. apklaustųjų [84]. Globalų šios problemos mastą dar labiau išryškino septyniuose šalyse (Vokietija, JK, Danija, Nyderlandai, Prancūzija, Portugalija, Italija) COVID-19 pandemijos metu atliktas tyrimas. Nustatyta, kad tikėtina depresija pasireiškė 24-27 proc., o nerimas 22-26 proc. suaugusiųjų, tačiau visose tyrime dalyvavusiose šalyse patys aukščiausi rodikliai buvo nustatomi būtent jauniausioje t.y. 18-29 metų asmenų grupėje [85]. Tokie skirtingi regionų duomenys patvirtina, kad jaunoji karta susiduria su rimtais emociniais iššūkiais, kurie glaudžiai siejasi su jų socialinio gyvenimo ypatumais.

Greta tiesioginio poveikio emocinei būsenai, ST naudojimo intensyvumas glaudžiai siejasi ir su fiziologiniais sveikatos sutrikimais, iš kurių dažniausiai išskiriamas kokybiško poilsio trūkumas. Insomnija arba užmigimo sutrikimai ir nemiga (G47.0(TLK-10)) yra gana dažnas miego sutrikimas pasireiškiantis sunkumais užmigti, dažnais prabudimais naktį ar nekokybišku miegu. Moksliniuose tyrimuose gausu koreliacijų tarp ST naudojimo ir insomnijos ar kitų miego sutrikimų [86]. Pavyzdžiui, Irane atliktas tyrimas nustatė, kad priklausomybę primenantis ST naudojimas yra tiesiogiai susijęs su prasta miego kokybe, o intensyvus naudojimas platformomis siejamas su sunkesnėmis nemigos formomis [87]. Lenkijoje atlikto tyrimo duomenys atskleidžia, kad net 59 proc. jaunų žmonių dėl socialinių tinklų naudojimo neišsimiega [14]. Šias sąsajas dar labiau atskleidžia tyrimai, analizuojantys naršymą prieš pat miegą. 2020 m. Anglijoje atliktame tyrime nustatyta, kad net trumpa (vidutiniškai apie 9 min.) ST naudojimo trukmė per paskutinę valandą prieš užmiegant gali turėti reikšmingą poveikį. Beveik pusė (49 proc.) tirtų jaunų žmonių, pasižyminčių intensyvesniu ST naudojimu vėlyvu metu,

patyrė padidėjusius depresijos simptomus [88]. Tokie dėsniumai patvirtina, kad ne tik bendra naudojimo trukmė, bet ir konkretus paros laikas turi kritinę reikšmę jauno žmogaus psichinei sveikatai.

Sisteminis miego trūkumas bei prastėjanti psichinė savijauta gali tapti kritiniais veiksniais, lemiančiais dar tragiškesnes pasekmes. Pagal PSO duomenis, kasmet dėl savižudybių miršta daugiau nei 800 tūkstančių žmonių. Klinikiniai psichologai ir akademiniai tyrėjai vis dažniau pastebi psichikos sveikatos problemų augimą ir jų sąsajas su socialinių tinklų platformomis [89]. Savęs žalojimo atvejų tarp jaunų suaugusiųjų pastaraisiais metais daugelyje šalių išaugo, o savižudybė tapo antra pagal dažnumą mirties priežastimi tarp paauglių ir jaunų suaugusiųjų. Manoma, kad tai gali lemti pasikeitę jaunimo socializacijos įpročiai [90]. Norvegijoje atliktas tyrimas parodė, kad savęs žalojimo rizika buvo didesnė tarp tų, kurie socialiniuose tinkluose praleisdavo tris ar daugiau valandų per dieną [91]. Taip pat nustatytas teigiamas ryšys tarp įvairių skaitmeninių technologinių naudojimo modelių (t.y. priklausomybės nuo išmaniojo telefono, savižudiško turinio ST) ir savižudiško elgesio bei minčių tarp paauglių ir jaunų suaugusiųjų [92].

Be vidinių išgyvenimų, jauno žmogaus psichikos sveikatai didelę grėsmę kelia ir išoriniai veiksniai, atsirandantys dėl nevaldomos socialinės sąveikos internete. Socialinių tinklų prieinamumas taip pat sukūrė naujas galimybes agresijai ir patyčioms. Laikas, kurį jauni suaugusieji ir paaugliai praleidžia šiose platformose, probleminis jų naudojimas ir bendravimas su nepažįstamaisiais yra susijęs su elektroninėmis patyčiomis (angl. cyberbullying), kurios reikalauja visuomenės sveikatos intervencijų [93]. Nustatyti ryšiai tarp socialinio statuso, amžiaus, lyties, elgesio ir elektroninių patyčių atsiradimo tikimybės. Identifikuota, jog asmens socialinė aplinka ir fizinė išvaizda yra susiję su rizika tapti internetinių patyčių auka arba jų vykdytoju [94]. Jauni žmonės, kurie tampa elektroninių patyčių aukomis, patiria didesnę įvairių emocinių ir elgesio problemų riziką [95].

Tačiau agresija ne visada būna nukreipta iš išorės – dažnai ji pasireiškia per vidinę kritiką ir neigiamą savęs vertinimą, kurį provokuoja vizualinis ST turinys. Mokslininkai vieningai sutaria, kad socialinių tinklų naudojimas siejasi su neigiamu savo kūno įvaizdžio suvokimu [96]. Plačiai paplitęs lyginimasis su kitais skatina nepasitenkinimą savo kūnu bei stiprina siekį būti itin liekniems, todėl ST naudotojai tampa labiau pažeidžiami valgyto sutrikimų atžvilgiu [97]. Šio reiškinio mastą patvirtina tyrimas, kuriame net 96 proc. respondentų nurodė bent kartą per dvi savaites lyginę save su kitais socialiniuose tinkluose, o analizuojant kasdienę dalyvių patirtį paaiškėjo, kad lyginimasis su kitais buvo fiksuojamas net 63,6 proc. visų apklausos dienų [98]. Kadangi didžioji dalis ST turinio yra orientuota į vizualinį patrauklumą, toks nuolatinis savęs vertinimas per kitų asmenų prizmę tiesiogiai veikia pasitenkinimą savo kūnu. Nustatyta, kad turinio apie svorio mažinimą žiūrėjimas koreliuoja su prastesniu

savo kūno įvaizdžio suvokimu ir sutrikusiais valgymo įpročiais. Tuo tarpu į kūno pozityvumą orientuotas turinys tokio neigiamo poveikio nedaro [99].

Galiausiai, visi šie veiksniai – nuo prasto miego iki nepasitenkinimo savimi – susilieja į bendrą izoliacijos jausmą, kuris paradoksaliai stiprėja nepaisant nuolatinio „ryšio“ internete. Vienišumas laikomas subjektyviu jausmu, atsirandančiu, kai socialiniai ryšiai vertinami kaip nepakankami arba nesuteikiantys pasitenkinimo. Vienatvė tampa vis svarbesne visuomenės sveikatos problema dėl jos glaudaus ryšio su padidėjusiu sergamumu ir mirtingumu, taip pat gausu įrodymų, jog vieniši žmonės dažniau susiduria su įvairiais psichikos sveikatos sutrikimais, ypač nerimo ir depresijos rizika [100]. Daugelis tyrimų nagrinėja veiksnius prisidedančius prie jaunų žmonių vienišumo. Pavyzdžiui, teigiama, kad socialinių tinklų naudojimas gali didinti vienišumo jausmą kai internetinė veikla pakiečia tiesioginę bendravimo patirtį [101]. Tyrimų duomenys rodo, kad socialiniams tinklams skiriant daugiau nei dvi valandas per dieną, vienišumo tikimybė išauga 10,5 procentinio punkto (tiesioginis tikimybės prieaugis). Lyginant šį skaičių su jau anksčiau minėta statistika, jog net 35 proc. jaunų moterų ES šalyse naršo ilgiau nei nurodyta kritinė riba (2 val.), galima daryti išvadą, kad didelė dalis jaunosios kartos moterų patenka į padidintos socialinės izoliacijos rizikos grupę [12]. Nepaisant tyrimų, palaikančių ST naudojimo ir padidėjusio vienišumo ryšį, kai kurios publikacijos rodo, kad ST gali padėti palaikyti esamus arba užmegsti naujus santykius, taip mažinant vienišumo jausmą [102].

Socialinių tinklų naudojimas yra daug laiko reikalaujanti ir užimanti veikla. Pernelyg dažnas arba netinkamas socialinių tinklų naudojimas siejamas su kasdienės veiklos sutrikimais, suprastėjusia savijauta, psichinės sveikatos problemomis ir bendru gyvenimo kokybės pablogėjimu [103]. Tyrimai rodo, kad didesnis ST platformų naudojimas ir ilgesnis laikas praleidžiamas ST yra reikšmingai susijęs su žemesniu gyvenimo kokybės rodikliu [104].

Taigi, neigiamas socialinių tinklų poveikis pasireiškia per platų psichikos sveikatos sutrikimų spektrą. Nuo nemigos ir nuolatinio nerimo iki itin tragiškų pasekmių, tokių kaip depresija ar savižalos rizika. Šias problemas dažniausiai provokuoja nevaldomas informacijos srautas, lyginimasis su iškreiptais gyvenimo standartais bei patiriamos elektroninės patyčios. Vis dėlto, vertinant bendrą ST įtaką, svarbu pabrėžti, kad socialinės medijos nėra vien tik neigiamas reiškinys, todėl toliau (poskyris 2.4.2.) aptariamos jų teikiamos galimybės stiprinant jaunų suaugusiųjų psichinę sveikatą.

Šio poskyriaus (2.4.1.) pabaigoje yra pateikiama Hassan Ebrahimpour Sadagheyani ir bendraautorių sudaryta neigiamo socialinių tinklų poveikio psichikos sveikatai lentelė (1 lentelė), kuria remiausi šiame skyriuje.

1 lentelė. Neigiamas socialinių tinklų poveikis psichikos sveikatai [105].

Diagnostiniai kriterijai	Radinių aprašas
Vienišumas	Nustatyta teigiama sąsaja tarp socialinių tinklų naudojimo ir vienišumo
Sąmoningas savęs žalojimas / savižudybė (bandymas)	Ilgesnis laiko praleidžiamas naudojantis socialiniais tinklais yra siejamas su padidėjusiais depresinių simptomų rodikliais ir didesne savižudybe susijusių baigčių rizika
Miego sutrikimai	„Twitter/X“, „Facebook“, „Snapchat“ ir „Instagram“ naudojimas mažina miego trukmę ir kokybę
Nerimas ir depresija	„Facebook“, „Twitter/X“ ar „Instagram“ naudojimas siejamas su prastesne psichikos sveikata ir išreikštais nerimo ar depresijos simptomais
Gyvenimo kokybė / pasitenkinimas gyvenimu	„Facebook“ naudojimo ribojimas reikšmingai didina pasitenkinimą gyvenimu ir mažina depresinius simptomus
Patyčios internete	Ilgalaikis socialinių tinklų naudojimas didina jaunų žmonių pažeidžiamumą patyčioms internete ir kitoms internetinio priekabiavimo formoms
Nepasitenkinimas savo kūno įvaizdžiu	Moterys naudojančios „Facebook“, labiau nerimauja dėl savo kūno įvaizdžio nei tos, kurios šia platforma nesinaudoja

2.4.2. Teigiama socialinių tinklų įtaka jaunų žmonių psichikos sveikatai

Vis dėlto, kai kurie tyrimai rodo ir galimą socialinių tinklų naudą. Pavyzdžiui, socialinių tinklų naudojimas taip pat yra siejamas su aukštesne gyvenimo kokybe (angl. quality of life), geresne bendra savijauta, bei sumažėjusiu patiriamu stresu [106].

Tai patvirtina Nyderlanduose atliktas tyrimas, kuris atskleidė, kad po pasyvaus ST naršymo beveik pusė (46 proc.) tiriamųjų jautėsi geriau (buvo laimingi, atsipalaidavę, ar motyvuoti), 44 proc. jautėsi

neutraliai ir tik 10 proc. nurodė pajutę neigiamas emocijas, tokias kaip nerimas ar prislėgta nuotaika [107]. Viena iš priežasčių, kodėl šios platformos gali veikti teigiamai, yra jų suteikiamos galimybės spręsti įsisenėjusias visuomenės sveikatos problemas, pradedant nuo informacinio atotrūkio mažinimo. Psichikos sveikatos sutrikimai yra penktas pagal dydį veiksnys, prisidedantis prie pasaulinės ligų naštos. Tačiau daugiau nei 80 % žmonių, turinčių psichikos sveikatos sutrikimų negauna tinkamo gydymo. Psichikos sveikatos raštingumas apibrėžiamas kaip žinios ir supratimas apie psichikos sveikatos sutrikimus bei jų atpažinimą ir valdymą. Visuomenėje vis dar egzistuoja daug neišskumų dėl psichikos sveikatos informacijos, o tai trukdo didinti informuotumą šioje srityje. Vienas iš būdų mažinti psichikos sveikatos stigmatizaciją yra psichikos sveikatos informuotumo didinimas ir švietimas. Būtent socialiniuose tinkluose yra galimybė leidžianti susisiekti bendrų interesų turintiems žmonėms ir dalintis aktuali informacija psichikos sveikatai aktualiais klausimais [108]. ST gali padėti išvengti neigiamų psichikos sveikatos pasekmių, suteikdami socialinę paramą jaunimui, kuriam trūksta paramos realioje (neinternetinėje) aplinkoje. Tai patvirtina Airijoje atliktas tyrimas, kurio duomenimis, net 51,4 proc. respondentų (18-25 m. jaunų suaugusiųjų) ST naudojo būtent psichikos sveikatos palaikymui ir pagalbos ieškojimui [109]. Socialinė medija taip pat gali būti naudojama psichikos sveikatai stiprinti t.y. kaip priemonė švietimui, prevencijai ar intervencijai [110]. Tyrimų duomenys atskleidžia, kad net 67,8 proc. jaunų žmonių naudoja šias platformas diskusijoms apie sveikatą arba informacijos paieškai. Lyginant skirtingų platformų panaudojimą šiam tikslui, pastebima, kad apie pusę ST naudotojų sveikatos klausimais pasitiki FB, YT, IG ir PT turiniu, o SC ir TW šiam tikslui naudojamos rečiau [16].

Šis informacinis ir socialinis prieinamumas tampa ypač reikšmingas, kai kalbame apie tiesioginį emocinį palaikymą krizinėse situacijose ar esant socialinei izoliacijai. Emocinė parama yra vienas svarbiausių apsauginių veiksnių, saugančių nuo prastos psichinės sveikatos. Būtent socialinė medija gali būti pasitelkta kaip emocinės paramos šaltinis. Socialinės medijos prieinamumas daro ją patrauklia priemone bendrauti su kitais, ypač asmenimis, kurie yra geografiškai ar socialiai izoliuoti [111]. Be to, socialinė medija turi didelį potencialą pasiekti psichologinį stresą patiriančius jaunos žmones, nes tai yra komunikacijos būdas, kuris yra daugeliui prieinamas, pažįstamas ir patogus [112].

Be emocinės paramos, skaitmeninė erdvė taip pat veikia kaip terpė, palengvinanti socialinių įgudžių lavinimą bei tokių ryšių stiprinimą. Didėjant socialinės medijos populiarumui ir sparčiam vystymuisi, internetiniai socialiniai tinklai tapo nauja priemone bendrauti ir užmegsti tarpasmeninius santykius visame pasaulyje. ST suteikia daugybę privalumų, kurie gali reikšmingai sumažinti draugystės palaikymui reikalingas laiko ir pastangų sąnaudas. Be to, jų asinchroninis pobūdis leidžia žmonėms, patiriantiems komunikacijos sunkumų, sukaupti sėkmingos bendravimo patirties dar prieš tiesiogines sąveikas. Taip pat ST įvairiais aspektais atlieka esminį palengvinantį vaidmenį tarpkultūrinių draugysčių

formavimosi procese. Visgi tyrimai rodo, kad ST neveikia izoliuotai – jie veikiau plečia bei gilina jau egzistuojančius socialinius ryšius, o ne yra priemonė naujoms draugystėms užmegsti [113].

Galiausiai, sėkmingas socialinis įsitraukimas internete tampa neatsiejama jauno žmogaus savivokos dalimi. Daugeliui jaunų žmonių nuolatinė prieiga prie skaitmeninių technologijų ir jų naudojimas tapo svarbia tapatybės formavimosi dalimi [114]. Šios platformos suteikia jų naudotojams laisvę saviraiškai, bendravimui ir savo skaitmeninės tapatybės kūrimui [115]. Socialinių tinklų ir savivertės ryšys yra sudėtingas, nes tyrimai dažnai atskleidžia nevienareikšmius rezultatus. Tai leidžia daryti prielaidą, kad tikrasis ST naudojimo ir savivertės ryšys yra individualizuotas ir priklauso nuo asmeninių savybių ir konkrečių ST naudojimo ypatybių [116]. Šį subjektyvumą patvirtina Norvegijoje atlikta plati apklausa (N=3568), kurioje jaunimo (vidutinis amžius 17,3 m.) buvo tiesiogiai klausama apie jų nuomonę dėl ST poveikio jų psichikos sveikatai. Daugiau nei trečdalis (apie 37 proc.) respondentų manė, jog šios platformos jiems daro tiek teigiamą, tiek neigiamą įtaką, o kraštutinius požiūrius („tik teigiamas“ arba „tik neigiamas“) palaikė kur kas mažesnė dalis [7]. Šį individualumą pagrindžia ir išsamus Nyderlandų tyrimas, kuriame dalyviai buvo suskirstyti į grupes pagal tai, kaip ST veikia jų emocinę gerovę. Nustatyta, kad beveik pusei respondentų (45 proc.) ST naudojimas neturėjo jokio pastebimo poveikio nuotaikai. Likusi dalis pasiskirstė beveik tolygiai, t.y., 28 proc. apklaustųjų nurodė jaučiantys tik neigiamą poveikį, 26 proc. tik teigiamą, o vos 1 proc. ir teigiamą ir neigiamą [117]. Be to, JAV atliktas tyrimas atskleidė aukštą jaunų suaugusiųjų savireguliacijos potencialą. Net 79 proc. 18-24 metų tiriamųjų sutiko dalyvauti vienos savaitės trukmės „skaitmeninėje detoksikacijoje“ (angl. social media detox), kai jiems buvo pasiūlyta struktūruota pagalba. Tai rodo, kad esant tinkamoms sąlygoms, jauni suaugusieji noriai renka riboti savo laiką skaitmeninėje erdvėje [118]. Todėl tinkamas naudojimas šiomis platformomis gali skatinti pasitenkinimą gyvenimu. Šis ryšys dažniausiai kyla dėl ST teikiamos naudos stiprinant socialinius santykius [119].

Apibendrinant, socialinių tinklų poveikis jaunų žmonių psichikos sveikatai priklauso nuo jų naudojimo pobūdžio. Nors perteklinis laikas internete, patyčios ar lyginimasis su kitais didina depresijos, nemigos ir savižalos riziką, tos pačios platformos gali suteikti reikiamą emocinę paramą bei padėti mažinti socialinę izoliaciją. Galutinis rezultatas priklauso nuo to, kiek jaunas žmogus geba kritiškai vertinti turinį ir kontroliuoti savo įpročius skaitmeninėje erdvėje.

Šio poskyriaus (2.4.2.) pabaigoje yra pateikiama Hassan Ebrahimpour Sadagheyani ir bendraautorijų sudaryta teigiamo socialinių tinklų poveikio psichikos sveikatai lentelė (2 lentelė), kuria remiausi šiame skyriuje.

2 lentelė. Teigiamas socialinių tinklų poveikis psichikos sveikatai [105].

Diagnostiniai kriterijai	Radinių aprašas
Psichikos sveikatos raštingumas	Socialiniai tinklai – kaip naudingas informacijos šaltinis psichikos sveikatos sutrikimų analizei
Emocinė parama	Jauni žmonės gali jaustis pažeidžiami aptardami jautrias temas tiesioginio bendravimo metu, todėl skaitmeninė komunikacija suteikia daugiau galimybių atvirumui
Santykių palaikymas	Socialinės medijos suteikia platformą, leidžiančią žmonėms įveikti atstumo barjerus, užmegsti ir atnaujinti ryšius su kitais
Saviraiška	Jauni žmonės naudoja socialinius tinklus dėl įvairių priežasčių, įskaitant tapatybės formavimą, pramogas, socialinį įsitraukimą ir tarpasmeninių ryšių palaikymą
Pasitenkinimo gyvenimu ir savivertės didėjimas	Socialiniai ryšiai gali didinti psichinės gerovės rodiklius, tokius kaip savivertė ir pasitenkinimas gyvenimu

3. TYRIMO METODIKA

3.1. Tyrimo metodika

Tyrimui atlikti pasirinktas kiekybinis tyrimo metodas. Kiekybiniam tyrimui būdingas orientavimasis į išorinių reiškinių požymių identifikavimą, siekiant išgauti įvairius rodiklius, kurie gali būti kiekybiškai išreikšti ir objektyviai išmatuoti. Todėl kiekybinio tyrimo mokslinė vertė pirmiausia grindžiama gautais kiekybiniais duomenimis ir jų analize [120]. Šiame tyrime taikomas metodas sudaro prielaidas statistiškai analizuoti ryšius tarp jaunų žmonių (18-29 m.) sveikatos ir jų socialinių medijų naudojimo įpročių.

3.2. Tyrimo eiga

Duomenys tyrimo analizei rinkti 2025 m. spalio mėn. – 2026 m. kovo mėn. Tyrimo duomenims rinkti pasirinktas apklausos metodas. Tyrimui pasitelktas instrumentas – klausimynas (1 priedas). Klausimynas sudarytas ir viešai patalpintas naudojantis „Apklausa.lt“ apklausų internetine svetaine. Sudarytas klausimynas platintas socialiniuose tinkluose. Anketos įžanginėje dalyje respondentai buvo supažindinti su tyrimo tikslu, paaiškinta, kaip bus naudojami gauti duomenys, bei pabrėžtas tyrimo savanoriškumas ir anonimiškumas. Siekiant užtikrinti maksimalią duomenų kokybę, visi anketos klausimai buvo nustatyti kaip privalomi, o techninis amžiaus filtras leido dalyvauti tik asmenims, patenkantiems į nurodytas amžiaus ribas (18-29 m.).

Iš viso tyrimo metu surinkti 388 atsakymai. Kadangi imtis viršijo minimalų apskaičiuotą reprezentyvų dydį, visi gauti atsakymai buvo pripažinti tinkamais ir įtraukti į tolesnę statistinę analizę. Tyrimo vykdymo metu interesų konfliktų, galėjusių turėti įtakos rezultatų objektyvumui, nebuvo fiksuota.

3.3. Tyrimo etika

Tyrimas vykdytas vadovaujantis LR Biomedicininio tyrimų etikos įstatymu bei Lietuvos bioetikos komiteto rekomendacijomis [121]. Kadangi tyrimo metu nebuvo atliekama intervencija į asmens sveikatą, netaikyti invaziniai ar kiti žmogaus fiziniam bei psichiniam neliečiamumui įtaką darantys metodai, šis darbas neatitinka biomedicininio tyrimo apibrėžimo. Remiantis šia nuostata, specialus bioetikos komiteto leidimas tyrimui atlikti nebuvo privalomas.

Visi tyrimo dalyviai apie apklausos tikslą, eigą bei duomenų panaudojimą buvo informuoti įžanginėje anketos dalyje, o jų savanoriškas anketos užpildymas ir pateikimas buvo traktuojamas kaip informuotas sutikimas dalyvauti tyrime. Siekiant užtikrinti anonimiškumą ir konfidencialumą, iš respondentų nebuvo renkami jokie asmens tapatybę identifikuojantys duomenys, o gauti rezultatai

analizuojami ir pateikiami tik apibendrinta forma. Respondentai anketą pildė savarankiškai, skaitmeninėje erdvėje, taip išvengiant galimos tyrėjo įtakos atsakymams ir užtikrinant tyrimo duomenų objektyvumą. Surinkta informacija naudojama išskirtinai moksliniais šio darbo tikslais, garantuojant visišką tiriamųjų privatumą.

3.4. Tiriamųjų imtis

Siekiant užtikrinti tyrimo rezultatų reprezentatyvumą, minimalus reikalingas imties dydis buvo nustatytas naudojantis internetine „Calculator.net“ skaičiuokle [122], taikant formulę baigtinei populiacijai. Remiantis Valstybės duomenų agentūros (Lietuvos oficialiosios statistikos portalo) pateikiamais 2026 m. prognozuojamais duomenimis [123], tyrimo generalinę aibę sudaro 347766 jauni asmenys (18-29 m. amžiaus grupė). Skaičiavimams pasirinkti šie statistiniai parametrai: 95 proc. patikimumo lygmuo, 5 proc. paklaida, 50 proc. numatomas reiškinių pasiskirstymas. Nustatyta, kad reprezentatyvią imtį turėtų sudaryti 384 respondentai.

Duomenų rinkimui, taikyta netikimybinė patogioji atranka, buvo apklausti 388 respondentai. Kadangi visi klausimyno laukai buvo nustatyti kaip privalomi, gauti duomenys yra pilni ir tinkami analizei be papildomų korekcijų.

Siekiant užtikrinti duomenų validumą, buvo taikyti šie atrankos kriterijai:

- Tiriamųjų įtraukimo kriterijai: 18-29 m. amžiaus asmenys (anketoje įdiegtas privalomas pasirinkimo filtras), lietuvių kalbos mokėjimas ir sutikimas dalyvauti apklausoje.
- Tiriamųjų atmetimo kriterijai: asmenys, neatitinkantys numatytos amžiaus grupės

3.5. Tyrimo instrumentas

Apklauskos anketa sudaryta iš penkių tikslinių dalių, kurias iš viso sudaro 32 klausimai. Anketoje pagrindą sudaro uždaro tipo klausimai, tačiau siekiant gauti kuo tikslesnius duomenis, tam tikruose klausimuose respondentams buvo suteikta galimybė pasirinkti atsakymą „kita“ ir įrašyti savo variantą.

Instrumento struktūra:

- I dalis: sociodemografiniai rodikliai (2 klausimai)
- II dalis: bendroji socialinių medijų naudojimo charakteristika ir jų poveikio vertinimas (9 klausimai)
- III dalis: socialinių medijų naudojimo sąsajos su fiziniu aktyvumu (8 klausimai)
- IV dalis: socialinių medijų naudojimo sąsajos su mityba (6 klausimai)
- V dalis: socialinių medijų naudojimo sąsajos su psichikos sveikata (7 klausimai)

Klausimyno III dalyje pateiktas Godin'o laisvalaikio fizinio aktyvumo klausimynas (angl. Godin Leisure-Time Exercise Questionnaire, GLTEQ). Tai standartizuotas ir plačiai naudojamas įrankis fiziniam aktyvumui vertinti. Šiuo instrumentu vertinamas asmens subjektyvus fizinis aktyvumas per paskutines septynias dienas. Respondentų prašoma nurodyti, kiek kartų per savaitę jie užsiėmė bent 15 minučių trukmės mažo, vidutinio bei didelio intensyvumo veikla. Galutinis rodiklis apskaičiuojamas dviem etapais, pirmiausia savaitinis intensyvaus, vidutinio ir lengvo fizinio aktyvumo dažnis dauginamas iš atitinkamų koeficientų (9, 5 ir 3), kurie atspindi veiklos MET (metabolinio ekvivalento) vertes. Galutinis laisvalaikio fizinio aktyvumo balas gaunamas susumavus visas gautas vertes pagal formulę – savaitinis fizinio aktyvumo balas = (9 x didelio intensyvumo fizinės veiklos dažnis) + (5 x vidutinio intensyvumo fizinės veiklos dažnis) + (3 x mažo intensyvumo fizinės veiklos dažnis). Gauti balai interpretuojami suskirstant tiriamuosius į tris fizinio aktyvumo grupes: fiziškai aktyvūs (24 balai ir daugiau), vidutiniškai aktyvūs (nuo 14 iki 23 balų) ir nepakankamai fiziškai aktyvūs (mažiau nei 14 balų) [124].

Klausimyno V dalyje pateikta DASS-12 skalė. DASS-42 skalė yra savęs vertinimo instrumentas, skirtas atskirti depresijos ir nerimo simptomus bei atskleisti jų bendrą komponentą – stresą. Vienas iš DASS-42 klausimyno ribotumų yra jo ilgis, nulemtas didelio klausimų skaičiaus, kuris prailgina tyrimo atlikimo laiką. Dėl šios ir kitų priežasčių buvo sukurtos sutrumpintos versijos: 21 klausimo, 18 klausimų, 12 klausimų ir 9 klausimų versijos [125]. Šiame tyrime pasirinkta būtent DASS-12 skalė, dėl jos trumpumo ir patogumo taikyti. Šis klausimynas yra išverstas į daugelį kalbų, įskaitant ir lietuvių (2 priedas) [126]. DASS-12 sudaro po keturis teiginius iš kiekvienos iš trijų atitinkamų DASS-42 subskalų: depresijos (10, 17, 31 ir 42 klausimai), nerimo (20, 28, 40 ir 41 klausimai) ir streso (6, 22, 35 ir 39 klausimai). Reikėtų pažymėti, kad DASS yra tik patikros (angl. screening) klausimynas ir neleidžia identifikuoti depresijos. Vis dėlto visos trys DASS versijos yra vertingas įrankis, tinkamas tiek diagnostiniams, tiek moksliniams tyrimams. DASS-12 skalėje kiekvienas klausimas yra vertinamas nuo 0 (simptomas nepasireiškia) iki 3 balų (simptomas labai stipriai pasireiškia), t.y. DASS-12 skalėje kiekvienas klausimas vertinamas standartinė 0-3 balų Likerto skale, 0 - „beveik niekada“ ir 3 - „beveik visada“. Bendras DASS-12 balų intervalas svyruoja nuo 0 iki 36, o kiekvienos iš trijų subskalų nuo 0 iki 12. Didesni balai rodo didesnį streso, nerimo ir depresijos simptomų išreikštumą [127]. Siekiant apskaičiuoti galutinį kiekvienos subskalės ir bendrą skalės įvertį, sumuojami atskirų klausimų balai, o gauta suma padauginama iš dviejų, siekiant rezultatus prilyginti standartizuotai DASS-21 skalei. Galutinis kiekvienos subskalės balų intervalas svyruoja nuo 0 iki 24. Kadangi DASS-12 skalė, neturi oficialiai patvirtintų standartizuotų ribinių verčių (angl. severity cut-offs), leidžiančių priskirti respondentus konkrečioms simptomų sunkumo kategorijoms, šiame tyrime rezultatai buvo analizuojami

kaip tolydieji kintamieji. Didesni balai interpretuojami kaip didesnis depresijos, nerimo ir streso simptomų išreikštumas. Tokia interpretacija remiasi prielaida, kad aukštesnis įvertis atspindi didesnę simptomatikos intensyvumo tikimybę. Papildomai, siekiant palyginamumo su ankstesniais tyrimais, rezultatai buvo interpretuojami orientaciniu būdu lyginant su DASS-21 skalės struktūra. Depresijos išreikštumas vertinamas: 0-9 balai – simptomai neišreikšti, 10-13 – lengvas, 14-20 – vidutinis, 21-27 – stiprus, 28 ir daugiau – labai stiprus. Nerimo subskalėje: 0-7 balai – simptomai neišreikšti, 8-9 – lengvas, 10-14 – vidutinis, 15-19 – stiprus, 20 ir daugiau balų – labai stiprus išreikštumas. Streso: 0-14 balų – simptomai neišreikšti, 15-18 – lengvas, 19-25 – vidutinis, 26-33 – stiprus, 34 ir daugiau balų – labai stiprus išreikštumas [128].

Tyrimo instrumentų patikimumas vertintas nustačius Cronbach's Alpha (α) koeficientą. Šiame tyrime tiek DASS-12, tiek GLTEQ skalės pasižymėjo aukštu patikimumu, nes gautos koeficientų reikšmės viršijo metodologinę 0,7 ribą. Tai patvirtina, kad pasirinkti įrankiai yra tinkami patikimiems duomenims rinkti ir jų analizei atlikti.

3 lentelė. Tyrimo instrumentų patikimumas.

Instrumentas	Cronbach's Alpha	Klausimų sk.
DASS-12 (bendra)	0,927	12
DASS-12 (depresijos poskalė)	0,886	4
DASS-12 (nerimo poskalė)	0,858	4
DASS-12 (streso poskalė)	0,814	4

3.6. Literatūros paieškos strategija

Teoriniam darbo pagrindui parengti buvo atlikta mokslinės literatūros, oficialių informacijos šaltinių bei teisės aktų apžvalga. Pagrindinė mokslinių publikacijų paieška vykdyta tarptautinėse duomenų bazėse „PubMed“, „ScienceDirect“ ir „Google Scholar“. Siekiant užtikrinti duomenų aktualumą, bei pagrįsti tyrimo kontekstą, papildomai analizuoti PSO informaciniai leidiniai bei Lietuvos Respublikos (LR) institucijų teikiama statistinė informacija, strateginiai dokumentai bei aktualūs LR įstatymai.

Informacijos paieškai naudoti tiksliniai raktiniai žodžiai anglų kalba: „young adults“, „social media“, „mental health“, „problematic social media use“. Paieška lietuvių kalba buvo orientuota į institucinius ir teisinius šaltinius.

Atrankos procese taikyti šie literatūros įtraukimo ir atmetimo kriterijai:

- Straipsnių įtraukimo kriterijai: moksliniai recenzuojami straipsniai, publikuoti per paskutinius 10 metų, klasikiniai ir fundamentiniai mokslo šaltiniai, nepriklausomai nuo jų leidimo metų, naudoti siekiant pateikti originalius autorių suformuluotus apibrėžimus bei pagrindines teorijas.
- Straipsnių atmetimo kriterijai: publikacijos kitomis negu anglų ir lietuvių kalbomis, nerenzuojami šaltiniai.

3.7. Statistinė duomenų analizė

Tyrimo duomenų kaupimui ir statistinei duomenų analizei naudota „Microsoft Excel“ programa ir „IBM Statistics (SPSS)“ programinis paketas. Analizė atlikta naudojant visus respondentų atsakymus ($n = 388$).

Statistinė analizė atlikta keliais etapais:

- **Aprašomoji statistika.** Duomenų pasiskirstymui įvertinti naudoti dažniai (n) ir procentinės išraiškos (proc.). Šie rodikliai taikyti kategoriniams kintamiesiems apibūdinti. Skaitiniams kintamiesiems aprašyti naudoti vidurkiai (m), standartiniai nuokrypiai (SD), mediana (Md), didžiausios ($max.$) ir mažiausios reikšmės ($min.$). Kiekybiniai kintamieji, reikalingi tolimesnei analizei, buvo sugrupuoti į kategorijas.
- **Išvadų statistika** (inferencinė statistika). Kintamųjų tarpusavių sąsajoms vertinti taikytas Pearson χ^2 (Chi kvadrato) testas (dvipusis). Šis testas naudotas vertinant ryšius tarp kategorinių kintamųjų. Pasirinktas statistinio reikšmingumo lygmuo $p < 0,05$, užtikrinantis rezultatų patikimumą. Siekiant užtikrinti statistinio testo prielaidų tenkinimą, kai kuriose analizėse kategorijos buvo sujungiamos, kad tikėtinų dažnių reikšmės atitiktų χ^2 testo taikymo reikalavimus.

4. REZULTATAI

4.1. Imties charakteristika

Tyrimė dalyvavo 388 respondentai, iš kurių 265 (63,3 proc.) buvo moterys ir 123 (31,7 proc.) vyrai. Nors ši lentelė skirta aprašyti imtį, papildomai pateikiami statistinio reikšmingumo rodikliai siekiant įvertinti skirtumus tarp lyčių. Dalyvių pasiskirstymas pagal amžių statistiškai reikšmingai skyrėsi tarp lyčių ($\chi^2 = 31,810$; $df = 2$; $p < 0,001$). Didžiausia dalis moterų buvo 21-25 m. amžiaus grupėje (62,6 proc.), tuo tarpu tarp vyrų dominavo 26-29 metų amžiaus grupė (53,7 proc.).

Vertinant ST naudojimo trukmę per dieną, nustatyti statistiškai reikšmingi skirtumai tarp lyčių ($\chi^2 = 29,883$; $df = 2$; $p < 0,001$). Dauguma respondentų ST naudojo 3-4 val. per dieną (62,4 proc.), tačiau ši proporcija buvo didesnė tarp vyrų (81,3 proc.) nei tarp moterų (53,6 proc.). Moterys dažniau nei vyrai nurodė ilgesnį ST naudojimo laiką (≥ 5 val. per dieną), kas gali rodyti didenį jų įsitraukimą į ST veiklas.

ST naudojimo dažnis per pastarąją savaitę tarp lyčių statistiškai reikšmingai nesiskyrė ($\chi^2 = 0,152$; $df = 2$; $p = 0,927$). Didžioji dauguma tiek moterų, tiek vyrų ST naudojo 5-7 dienas per savaitę (atitinkamai 92,8 proc. ir 92,7 proc.).

Analizuojant respondentų išsakytą laiką, sugebant nesinaudoti ST per dieną, nustatyti statistiškai reikšmingi skirtumai tarp lyčių ($\chi^2 = 48,660$; $df = 3$; $p < 0,001$). Vyrai reikšmingai dažniau nei moterys nurodė, kad per dieną nesinaudoti ST galėtų ≥ 8 val. (atitinkamai 86,2 proc. ir 49,1 proc.), kas gali rodyti mažesnį jų priklausomumą nuo socialinių tinklų (4 lentelė).

4 lentelė. Tyrimo dalyvių pasiskirstymas pagal demografines charakteristikas ir ST naudojimo ypatumus (n, proc.).

Kintamieji	Moterys n=265 n (proc.)	Vyrai n=123 n (proc.)	Iš viso n=388 n (proc.)	χ^2	df	p
Amžius				31,810	2	< 0,001
18-20	31 (11,7)	15 (12,2)	46 (11,9)			
21-25	166 (62,6)	42 (34,1)	208 (53,6)			
26-29	68 (25,7)	66 (53,7)	134 (34,5)			
ST naudojimo trukmė per dieną				29,883	2	< 0,001
≤ 2 val.	58 (21,9)	16 (13,0)	74 (19,1)			
3-4 val.	142	100	242			

Kintamieji	Moterys n=265 n (proc.)	Vyrai n=123 n (proc.)	Iš viso n=388 n (proc.)	χ^2	df	p
	(53,6)	(81,3)	(62,4)			
≥ 5 val.	65 (24,5)	7 (5,7)	72 (18,6)			
ST naudojimo dažnis per savaitę				0,152	2	0,927
≤ 2 dienos	7 (2,6)	4 (3,3)	11 (2,8)			
3-4 dienos	12 (4,5)	5 (4,1)	17 (4,4)			
5-7 dienos	246 (92,8)	114 (92,7)	360 (92,8)			
Laikas be ST				48,660	3	< 0,001
≤ 1 val.	19 (7,2)	3 (2,4)	22 (5,7)			
2-3 val.	43 (16,2)	5 (4,1)	48 (12,4)			
4-7 val.	73 (27,5)	9 (7,3)	82 (21,1)			
≥ 8 val.	130 (49,1)	106 (86,2)	236 (60,8)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

4.2. Jaunų žmonių socialinių medijų naudojimo ypatumai

4.2.1. Naudojamų platformų pasiskirstymas

Atlikto tyrimo duomenimis, dažniausiai jaunų suaugusiųjų naudojamos ST platformos buvo „Facebook“ / „Messenger“ (85,3 proc.) ir „Instagram“ (69,6 proc.). Rečiau naudojamos „TikTok“ (43,0 proc.) ir „YouTube“ (40,7 proc.) platformos. Mažiausiai naudojamos „Snapchat“ (13,9 proc.) bei kitos platformos (3,4 proc.). Kategorijoje „kita“ respondentų įvardintos ST platformos buvo: „Threads“, „Telegram“, „Pinterest“, „Twitter / X“, „Linkedin“, „WhatsApp“, „Viber“, „Strava“ (5 lentelė).

5 lentelė. Socialinių tinklų platformų naudojimas tarp respondentų (n, proc.).

Kintamieji	n	proc.
Facebook / Messenger	331	85,3
Instagram	270	69,6
TikTok	167	43,0
YouTube	158	40,7
Snapchat	54	13,9
Kita	13	3,4

Pastaba: respondentai galėjo pasirinkti kelias platformas, todėl procentų suma viršija 100 proc.

Analizuojant ST platformų naudojimą pagal amžių nustatyta, kad tam tikrų ST platformų pasirinkimas statistiškai reikšmingai skyrėsi tarp amžiaus grupių. Tarp jų, socialinė platforma „Instagram“ ($\chi^2 = 31,527$; $p < 0,001$), platforma „TikTok“ ($\chi^2 = 44,048$; $p < 0,001$) ir platforma „Snapchat“ ($\chi^2 = 38,765$; $p < 0,001$). Jauniausi tiriamieji (18-20 m.) pasižymi didžiausiu aktyvumu „TikTok“ ir „Snapchat“ socialinėse platformose, o „Instagram“ platforma populiariausia 21-25 m. amžiaus grupėje. „Facebook“/ „Messenger“ išlieka stabiliai populiarius visose amžiaus grupėse, statistiškai reikšmingų skirtumų nenustatyta ($p = 0,529$). Statistiškai reikšmingų skirtumų „kita“ platformos pasirinkime nenustatyta, tačiau rezultatai interpretuojami atsargiai dėl mažų stebėtų dažnių (6 lentelė).

6 lentelė. Socialinių tinklų platformų naudojimas pagal amžių (n, proc.).

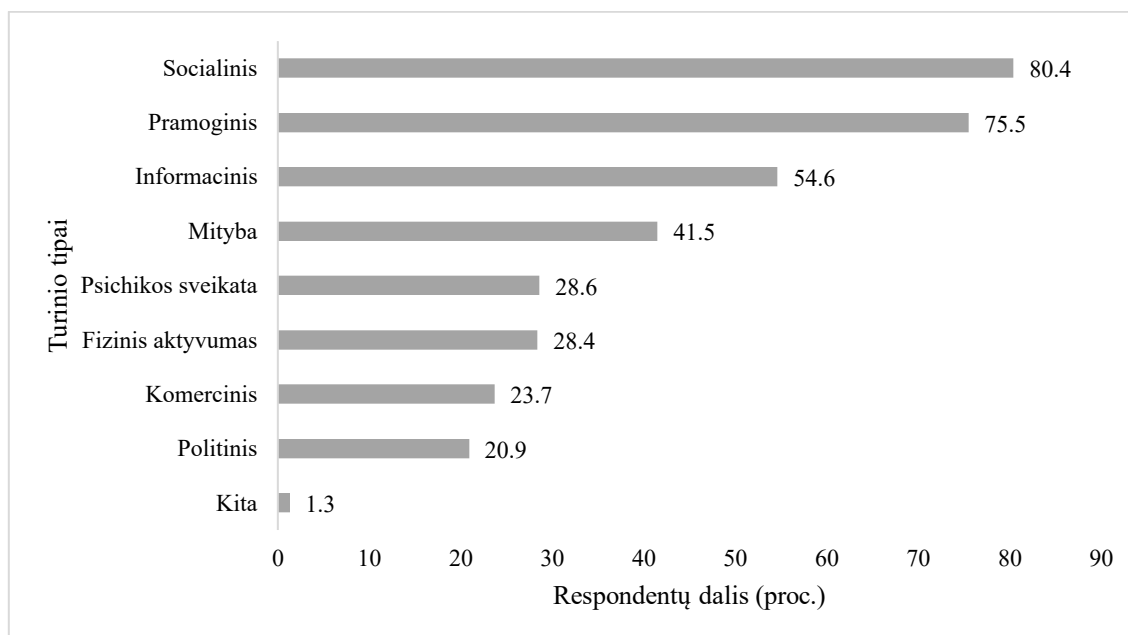
Kintamieji	18-20 m. n (proc.)	21-25 m. n (proc.)	26-29 m. n (proc.)	χ^2	df	p
Facebook / Messenger	39 (80,8)	174 (83,7)	118 (88,1)	1,274	2	0,529
Instagram	27 (58,7)	170 (81,7)	73 (54,5)	31,527	2	< 0,001
TikTok	27 (58,7)	113 (54,3)	27 (20,1)	44,048	2	< 0,001
YouTube	19 (41,3)	95 (45,7)	44 (32,8)	5,571	2	0,062
Snapchat	19 (41,3)	29 (13,9)	6 (4,5)	38,765	2	< 0,001
Kita	1 (2,2)	7 (3,4)	5 (3,7)	-	-	-

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

4.2.2. Žiūrimo turinio analizė

Analizuojant jaunų žmonių ST naudojimo ypatumus, nustatyta, kad dominuojančios turinio kategorijos yra socialinis (80,4 proc.) ir pramoginis (75,5 proc.) turinys. Daugiau nei pusė respondentų (54,6 proc.) socialinėse medijose ieško informacinio pobūdžio turinio. Svarbu pabrėžti, kad reikšminga tiriamųjų dalis ST naudoja kaip informacijos šaltinį apie mitybą (41,5 proc.), psichikos sveikatą (28,6 proc.) bei fizinį aktyvumą (28,4 proc.). Nors šių sričių informacija domisi mažesnė dalis respondentų nei laisvalaikio turiniu, gauti duomenys rodo, kad beveik kas trečias jaunas žmogus socialinėje erdvėje domisi su sveikata susijusiomis temomis. Mažiau respondentų domėjosi komercinio (23,7 proc.) ir politinio (20,9 proc.) pobūdžio informacija. Kategoriją „kita“ nurodė tik 1,3 proc. visų respondentų. Šioje skiltyje tiriamieji patikslino, jog juos domina specifinis turinys: „medicina“, „sveikos mitybos receptai“,

„įvairios mankštos“, „motyvaciniai sprendimai“ bei „savęs priežiūros patarimai“. Tai patvirtina jaunų žmonių polinkį socialiniuose tinkluose ieškoti su sveikata susijusio turinio (2 pav.).



Pastaba: respondentai galėjo rinktis kelis atsakymo variantus, todėl bendras procentų skaičius viršija 100 proc.

2 pav. Tiriamųjų žiūrimo turinio ST pasiskirstymas (proc.).

Detalesnei analizei pasirinktos trys dažniausiai respondentų naudojamos ST platformos: „Facebook / „Messenger“, Instagram“, „TikTok“. Kitos platformos nebuvo įtrauktos dėl mažesnio jų naudojimo dažnio. Atlikta ryšio analizė atskleidė, kad su sveikata susijusio turinio pasirinkimas yra susijęs su tam tikrų ST platformų naudojimu. Statistiškai reikšmingas ryšys nustatytas tarp naudojimosi „Instagram“ platforma ir domėjimosi mitybos ($\chi^2 = 33,817$; $df = 1$; $p < 0,001$), psichikos sveikatos ($\chi^2 = 11,286$; $df = 1$; $p < 0,001$), bei fizinio aktyvumo ($\chi^2 = 9,298$; $df = 1$; $p = 0,002$) temomis. „TikTok“ platformos naudojimas taip pat buvo statistiškai reikšmingai susijęs su domėjimusi mitybos ($\chi^2 = 16,812$; $df = 1$; $p < 0,001$) ir psichikos sveikatos ($\chi^2 = 5,38$; $df = 1$; $p = 0,020$) turiniu, tačiau ryšio su fiziniu aktyvumu nenustatyta ($\chi^2 = 0,142$; $df = 1$; $p = 0,707$). Tuo tarpu „Facebook“ / „Messenger“ platformos naudojimas nebuvo statistiškai reikšmingai susijęs nė su viena analizuota sveikatos turinio kategorija (visais atvejais $p > 0,05$) (7 lentelė).

7 lentelė. Ryšys tarp populiariausių socialinių tinklų platformų naudojimo ir domėjimosi su sveikata susijusiu turiniu (n, proc.).

Kintamieji	Facebook n (proc.)			Instagram n (proc.)			TikTok n (proc.)		
Mityba	136 (41,1)			138 (51,1)			89 (53,3)		
	χ^2 0,154	df 1	p 0,695	χ^2 33,817	df 1	p < 0,001	χ^2 16,812	df 1	p < 0,001
Psichikos sveikata	95 (28,7)			91 (33,7)			58 (34,7)		
	χ^2 0,009	df 1	p 0,922	χ^2 11,286	df 1	p < 0,001	χ^2 5,381	df 1	p 0,020
Fizinis aktyvumas	91 (27,5)			89 (33,0)			49 (23,3)		
	χ^2 0,817	df 1	p 0,366	χ^2 9,298	df 1	p 0,002	χ^2 0,142	df 1	p 0,707

Pastaba: χ^2 kriterijus taikytas vertinant ryšį tarp konkrečios platformos naudojimo ir domėjimosi atitinkamu sveikatos turiniu. χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Analizuojant ST su sveikata susijusio turinio pasirinkimą pagal lytį nustatyti statistiškai reikšmingi skirtumai. Moterys reikšmingai daugiau neigu vyrai domėjosi su mityba susijusiu turiniu (atitinkamai 54,0 proc. ir 14,6 proc.; $\chi^2 = 53,523$; $p < 0,001$) bei su psichikos sveikata susijusiu turiniu (38,5 proc. ir 7,3 proc.; $\chi^2 = 39,972$; $p < 0,001$). Taip pat nustatyta, kad su fiziniu aktyvumu susijęs turinys buvo dažniau pasirenkamas moterų (32,1 proc.) nei vyrų (20,3 proc.) ir šis skirtumas buvo statistiškai reikšmingas ($\chi^2 = 5,710$; $p = 0,017$) (8 lentelė).

8 lentelė. Su sveikata susijusio turinio pasirinkimas pagal lytį (n, proc.).

Kintamieji	Moteris n = 265 n (proc.)	Vyras n = 123 n (proc.)	χ^2	df	p
Mityba	143	18	53,523	1	< 0,001

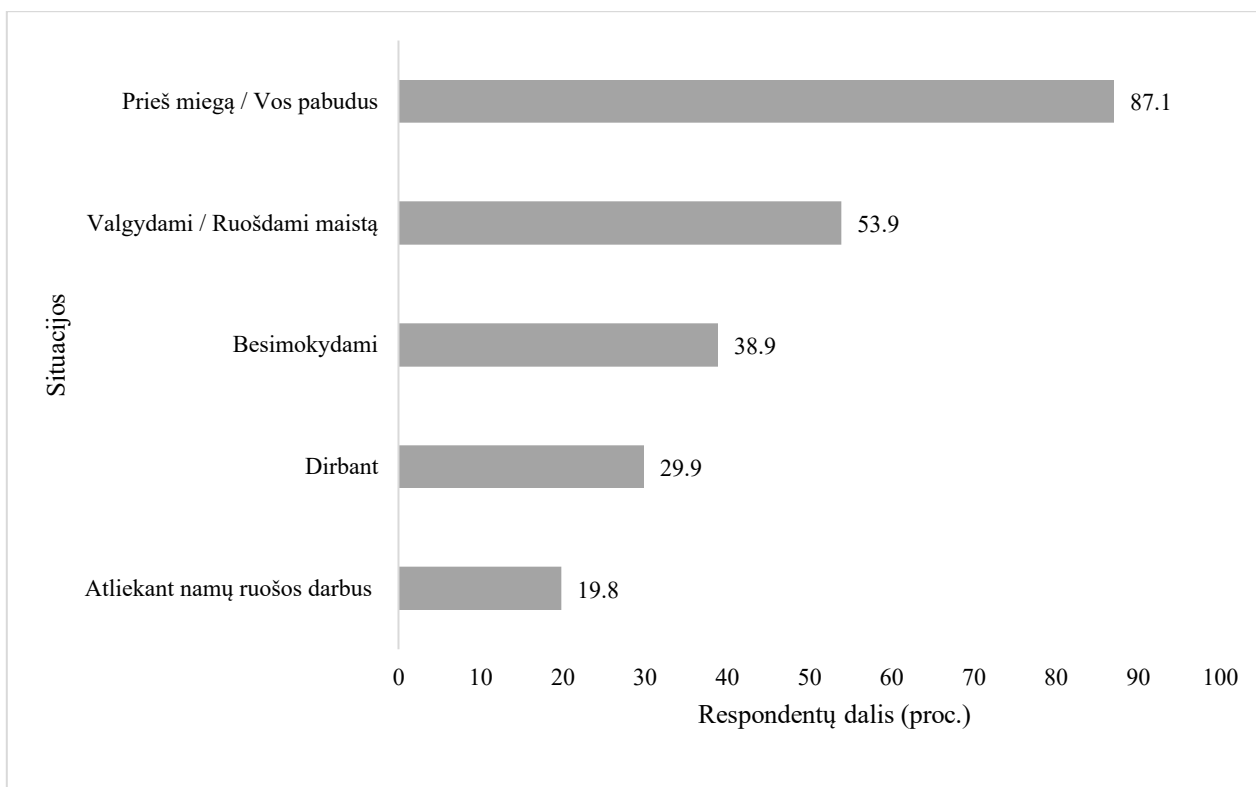
Kintamieji	Moteris n = 265 n (proc.)	Vyras n = 123 n (proc.)	χ^2	df	p
	(54,0)	(14,6)			
Psichikos sveikata	102 (38,5)	9 (7,3)	39,972	1	< 0,001
Fizinis aktyvumas	85 (32,1)	25 (20,3)	5,710	1	0,017

Pastaba: pateikiami respondentai, pasirinkę atitinkamą turinio tipą. χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

4.3. Socialinių medijų naudojimo įpročiai ir suvokiama įtaka sveikatai bei požiūriui

Analizuojant tiriamųjų ST naudojimo įpročius kasdienėse situacijose, nustatyta, kad didžioji dalis jaunų žmonių (87,1 proc.) šias platformas naudoja prieš miegą arba tik pabudę. Tai rodo, kad socialinių platformų naudojimas gali turėti reikšmingą įtaką tiriamųjų miego kokybei ir psichikos sveikatai. Daugiau nei pusė apklaustųjų (53,9 proc.) nurodė, kad ST naudojami valgant arba ruošiant maistą. Tai rodo, kad ST naudojimas valgymo metu gali slopinti sotumo jausmą ir neigiamai veikti sąmoningo valgymo (angl. mindful eating) įpročius.

Mažesnė dalis respondentų socialines platformas pasitelkia besimokydami (38,9 proc.), dirbdami (29,9 proc.) ar atlikdami namų ruošos darbus (19,8 proc.). Šie rezultatai rodo, kad socialinių medijų naudojimas yra neatsiejamas nuo jauno žmogaus poilsio, mitybos ir darbinės veiklos (3 pav.).

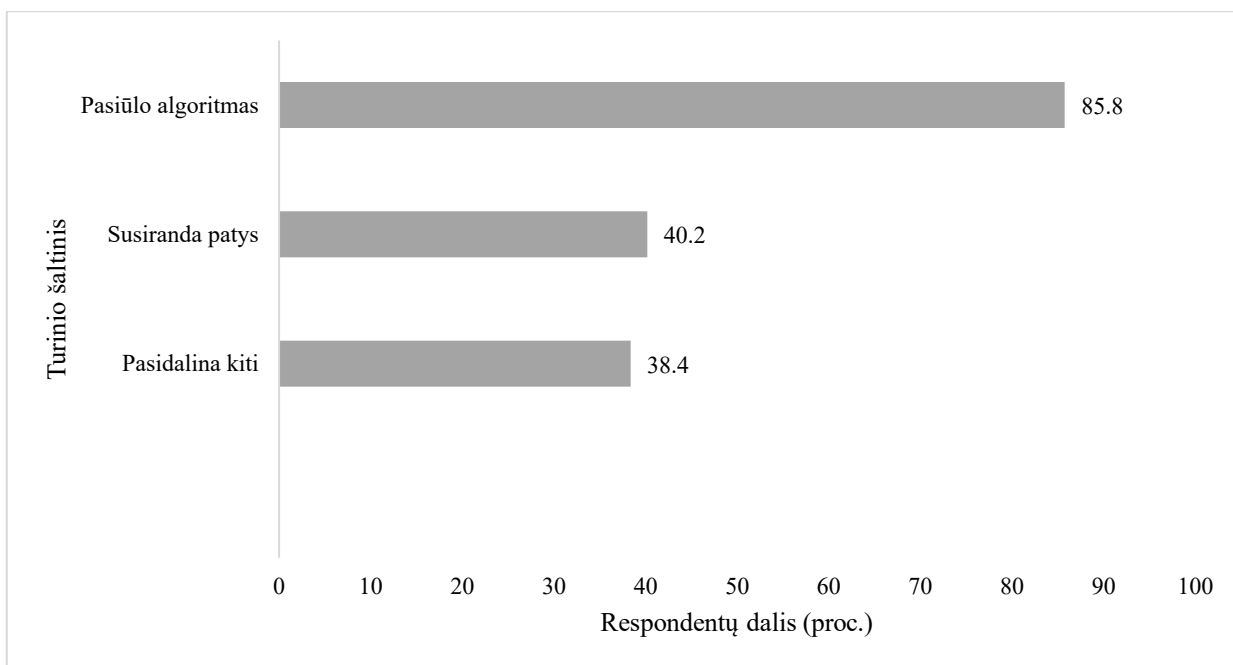


Pastaba: respondentai galėjo rinktis kelis atsakymo variantus, todėl bendras procentų skaičius viršija 100 proc.

3 pav. Tiriamųjų naudojimosi socialiniais tinklais situacijos (proc.).

Analizuojant turinio šaltinį ST, nustatyta, kad didžioji dalis jaunų suaugusiųjų (85,8 proc.) dažniausiai žiūri algoritmų pasiūlytą turinį. Beveik du kartus rečiau respondentai nurodė patys susirandantys dominantį turinį (40,2 proc.), arba žiūri draugų ir sekamų (angl. followed) žmonių pasidalintą turinį (38,4 proc.).

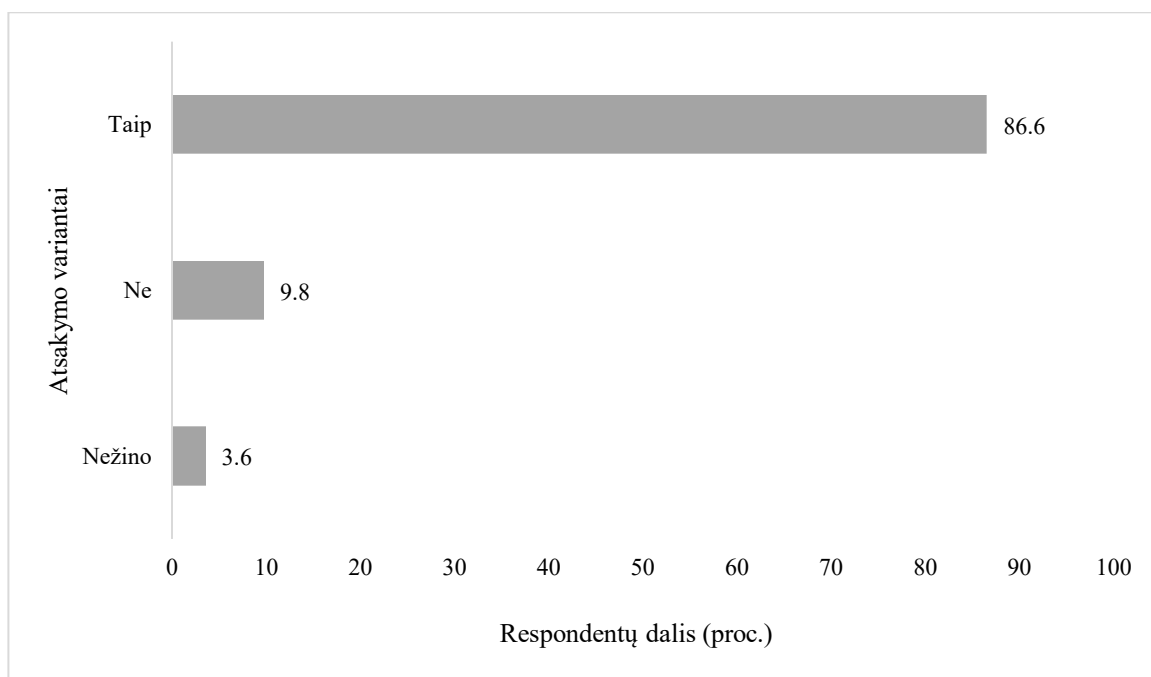
Tai rodo, kad algortmų vaidmuo formuojant jaunų žmonių aplinką ST yra dominuojantis (4 pav.).



Pastaba: respondentai galėjo rinktis kelis atsakymo variantus, todėl bendras procentų skaičius viršija 100 proc.

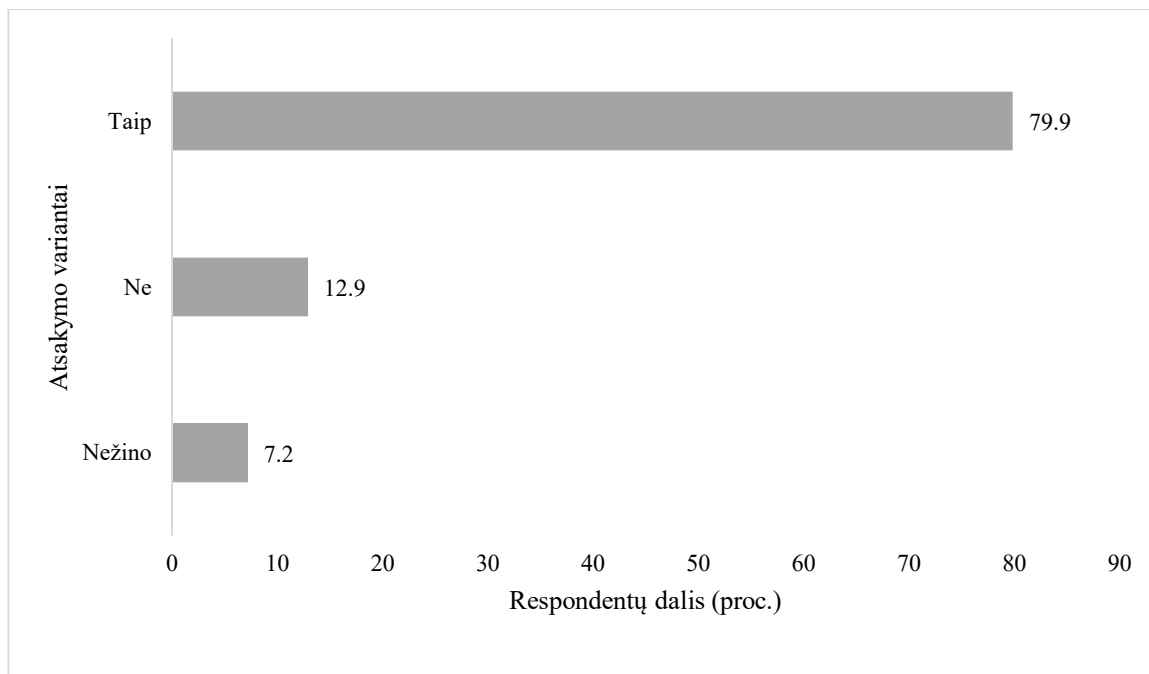
4 pav. Tiriamųjų žiūrimo turinio šaltinių pasiskirstymas (proc.).

Didžioji dauguma tiriamųjų (86,6 proc.) mano, kad socialiniuose tinkluose žiūrimas turinys daro įtaką jų nuomonei ar požiūriui. Tik 9,8 proc. respondentų su tuo nesutiko, o 3,6 proc. negalėjo atsakyti (5 pav.).



5 pav. Tiriamųjų nuomonė apie socialinių tinklų turinio įtaką jų nuomonei arba požiūriui (proc.)

Didžioji dauguma jaunų žmonių (79,9 proc.) mano, kad ST žiūrimas turinys daro įtaką jų sveikatai ir gyvenimo būdui. Neigiamą atsakymą pateikė 12,9 proc. respondentų, o 7,2 proc. negalėjo atsakyti (6 pav.).



6 pav. Tiriamųjų nuomonė apie socialinių tinklų turinio įtaką jų sveikatai ar gyvenimo būdui (proc.)

Analizuojant jaunų žmonių ST naudojimo įpročių ir jų subjektyvaus poveikio vertinimo sąsajas, nustatyti du statistiškai reikšmingi ryšiai. Asmenys, kurie linkę naudotis ST prieš miegą ar tik pabudę, reikšmingai dažniau pripažįsta, kad ši veikla daro įtaką jų sveikatai ar gyvenimo būdui ($\chi^2 = 9,186$; $df = 2$; $p = 0,010$) (9 lentelė). Taip pat nustatytas patikimas ryšys tarp ST naudojimo valgymo ar maisto ruošimo metu ir domėjimosi mitybos turiniu ($\chi^2 = 8,706$; $df = 1$; $p = 0,003$). Tai leidžia daryti prielaidą, kad ST turinys yra integruojamas į tiesioginę naudotojų elgseną, pavyzdžiui, maisto gaminimą pagal receptus ar informacijos paiešką valgymo metu (10 lentelė).

9 lentelė. Socialinių tinklų naudojimo prieš miegą ar vos pabudus sąsajos su subjektyviu socialinių tinklų įtakos sveikatai vertinimu (n, proc.)

Kintamieji	Taip n (proc.)	Ne n (proc.)	Nežinau n (proc.)	χ^2	df	p
Nesinaudoja	35 (70,0)	13 (26,0)	2 (4,0)	9,186	2	0,010

Kintamieji	Taip n (proc.)	Ne n (proc.)	Nežinau n (proc.)	χ^2	df	p
Naudojasi	275 (81,4)	37 (10,9)	26 (7,7)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

10 lentelė. Socialinių tinklų naudojimo valgant ar ruošiant maistą sąsajos su domėjimusi su mityba susijusiu turiniu (n, proc.)

Kintamieji	Nesidomi n (proc.)	Domisi n (proc.)	χ^2	df	p
Nenaudoja ST valgydami / Ruošdami maistą	119 (66,5)	60 (33,5)	8,706	1	0,003
Naudoja ST valgydami / Ruošdami maistą	108 (51,7)	101 (48,3)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Analizuojant ST naudojimo trukmės ir suvokiamos įtakos sveikatai sąsajas, nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 20,217$; df = 4; p < 0,001). Didžiausia dalis jaunų suaugusiųjų, socialiniuose tinkluose praleidžiančių 3-4 val. per dieną, nurodė jaučiantys socialinių tinklų poveikį sveikatai ar gyvenimo būdui (86,4 proc.), tuo tarpu tarp ≤ 2 val. praleidžiančių ši dalis buvo mažesnė (70,3 proc.). Respondentai, ST praleidžiantys ≥ 5 val., dažniau nei 3-4 val. grupėje nurodė nejaučiantys poveikio arba nežinantys jo poveikio (11 lentelė).

11 lentelė. Socialinių tinklų naudojimo trukmės sąsajos su suvokiama įtaka sveikatai (n, proc.)

Kintamieji	Poveikio sveikatai suvokimas			χ^2	df	p
	Jaučia poveikį n (proc.)	Nejaučia n (proc.)	Nežino n (proc.)			
≤ 2 val.	52	17	5	20,217	4	

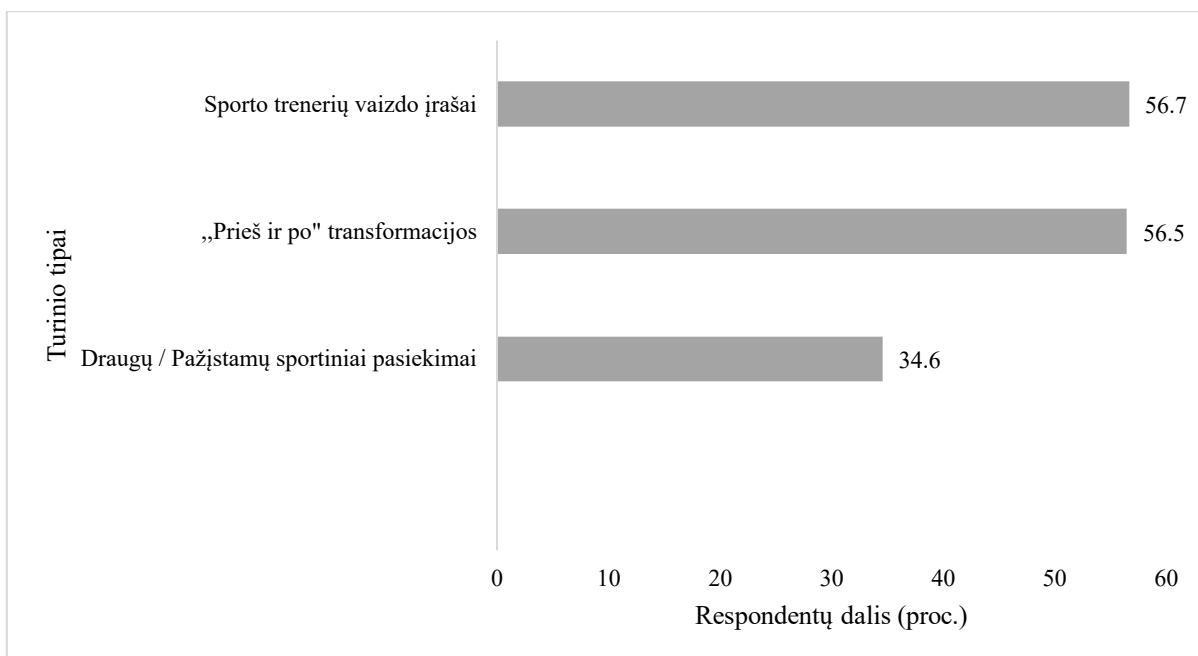
Kintamieji	Poveikio sveikatai suvokimas			χ^2	df	p
	Jaučia poveikį n (proc.)	Nejaučia n (proc.)	Nežino n (proc.)			
	(70,3)	(23,0)	(6,8)			< 0,001
3-4 val.	209 (86,4)	18 (7,4)	15 (6,2)			
≥ 5 val.	49 (68,1)	15 (20,8)	8 (11,1)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

4.4. Socialinių medijų įtaka jaunų žmonių sveikatai

4.4.1. Socialinių medijų įtaka fiziniam aktyvumui

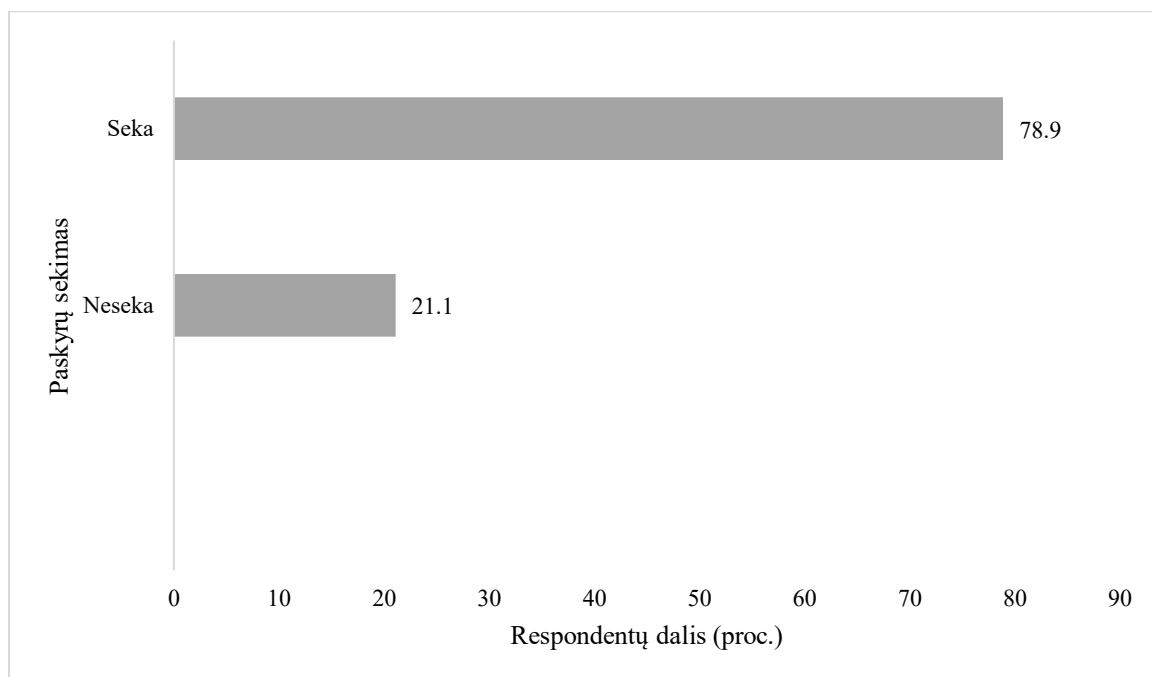
Analizuojant, koks ST pateikiamas turinys labiausiai motyvuoja būti fiziškai aktyviems, nustatyta, kad dažniausiai jaunos žmonės motyvuoja (56,7 proc.) sporto trenerių vaizdo įrašų ir „prieš ir po“ transformacijų (56,5 proc.) turinys. Minimalus skirtumas tarp šių dviejų kategorijų leidžia daryti prielaidą, kad ST naudotojams vienodai svarbus tiek profesionalus turinys, tiek vizualinis rezultato įrodymas. Mažesnę dalis respondentų kaip motyvacinį šaltinį išskyrė draugų ar pažįstamų sportinius pasiekimus (34,6 proc.). Tai rodo, kad vizualus turinys yra paveikesnis negu artimiausios socialinės aplinkos pavyzdžiai (7 pav.).



Pastaba: respondentai galėjo rinktis kelis atsakymo variantus, todėl bendras procentų skaičius viršija 100 proc.

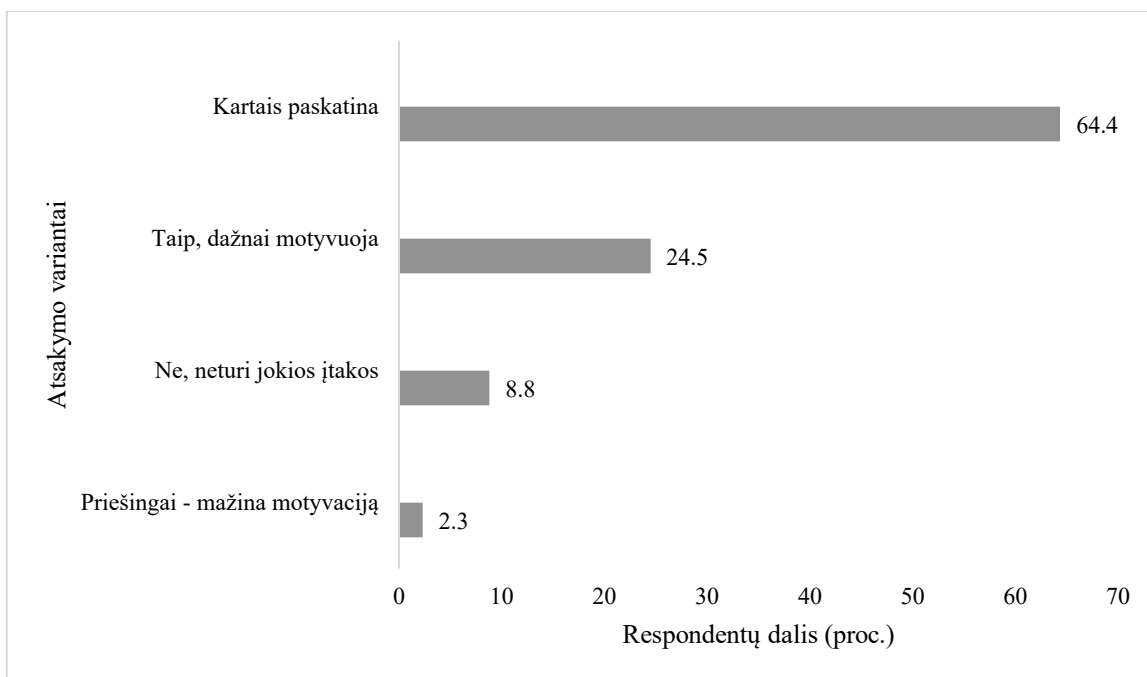
7 pav. Socialiniuose tinkluose matomo turinio, labiausiai motyvuojančio fizinį aktyvumą, pasiskirstymas (proc.)

Siekiant įvertinti ST turinio pasiekiamumą, pirmiausia tirta, kokia dalis respondentų tikslingsi domisi su sportu ir fiziniu aktyvumu susijusiu turiniu. Nustatyta, kad didžioji dauguma tiriamųjų (79,9 proc.) ST seka paskyras susijusias su fiziniu aktyvumu. Tik kas penktas respondentas (21,1 proc.) nurodė, kad tokio turinio neseka. Toks aukštas įsitraukimo lygis sudaro prielaidas tolesnei analizei apie šio turinio poveikį jaunų žmonių motyvacijai ir fiziniam aktyvumui (8 pav.).



8 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal su fiziniu aktyvumu ar sportu susijusių paskyrų sekimą socialiniuose tinkluose (proc.)

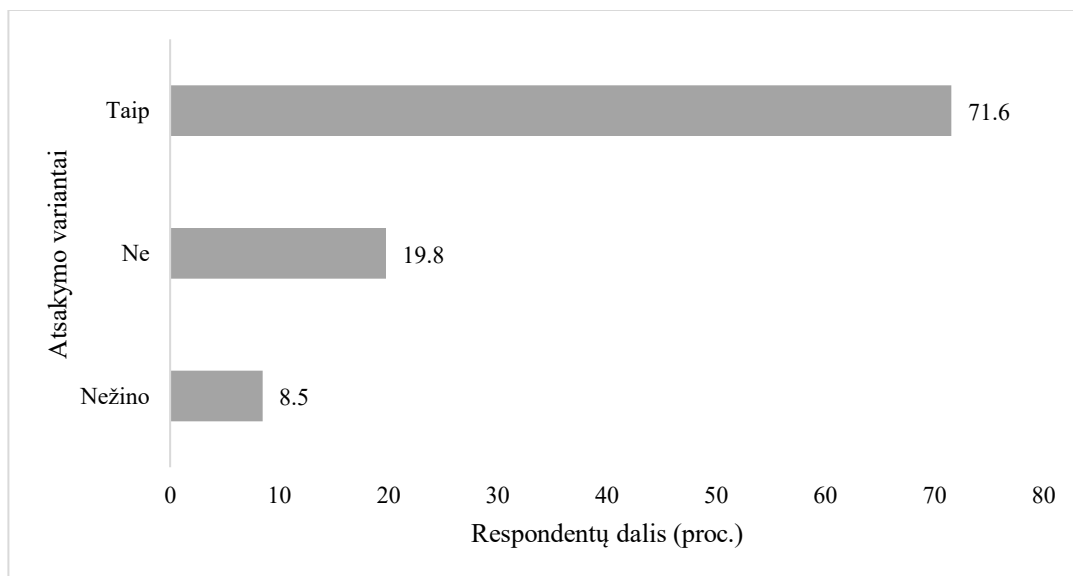
Analizuojant ar ST matomas turinys skatina jaunus suaugusiuosius būti fiziškai aktyvesniais, nustatyta, kad didžioji dalis jų nurodė, jog toks turinys kartais paskatina užsiimti fizine veikla (64,4 proc.). Beveik ketvirtadalis respondentų teigė, kad ST matomas turinys juos dažnai motyvuoja būti fiziškai aktyvesniais (24,5 proc.). Tuo tarpu 8,8 proc. respondentų nurodė, kad toks turinys neturi įtakos jų ketinimams sportuoti. Ir tik 2,3 proc. nurodė priešingą poveikį, jog toks turinys atima laiką nuo fizinės veiklos (9 pav.)



9 pav. Socialiniuose tinkluose matomo turinio poveikis fizinio aktyvumo motyvacijai (proc.)

Analizuojant jaunų suaugusiųjų atsakymus nustatyta, kad ST matomas sporto turinys turi reikšmingą poveikį fiziniam aktyvumui. Daugiau nei du trečdaliai tyrimo dalyvių (71,6 proc.) nurodė, kad yra pradėję sportuoti arba tapę fiziškai aktyvesni būtent dėl ST matomo sporto turinio. Tuo tarpu 19,8 proc. respondentų teigė, kad toks turinys jų elgsenos nepakeitė, o 8,5 proc. negalėjo įvertinti šio poveikio.

Šie rezultatai įrodo, kad ST turinys gali veikti ne tik respondentų požiūrį, bet ir realų jų elgesį, skatindami didesnę fizinę aktyvumą (10 pav.).



10 pav. Respondentų fizinio aktyvumo pokytis dėl socialiniuose tinkluose matomo sporto turinio (proc.)

Analizuojant fizinio aktyvumo lygį pagal GLTEQ klausimyną nustatyta, kad vidutinis fizinio aktyvumo balas siekė 58,38 (SN = 39,78), mediana – 53,0. Reikšmės svyravo nuo 0 iki 306, kas rodo gana didelę fizinio aktyvumo įvairovę tarp tiriamųjų (12 lentelė).

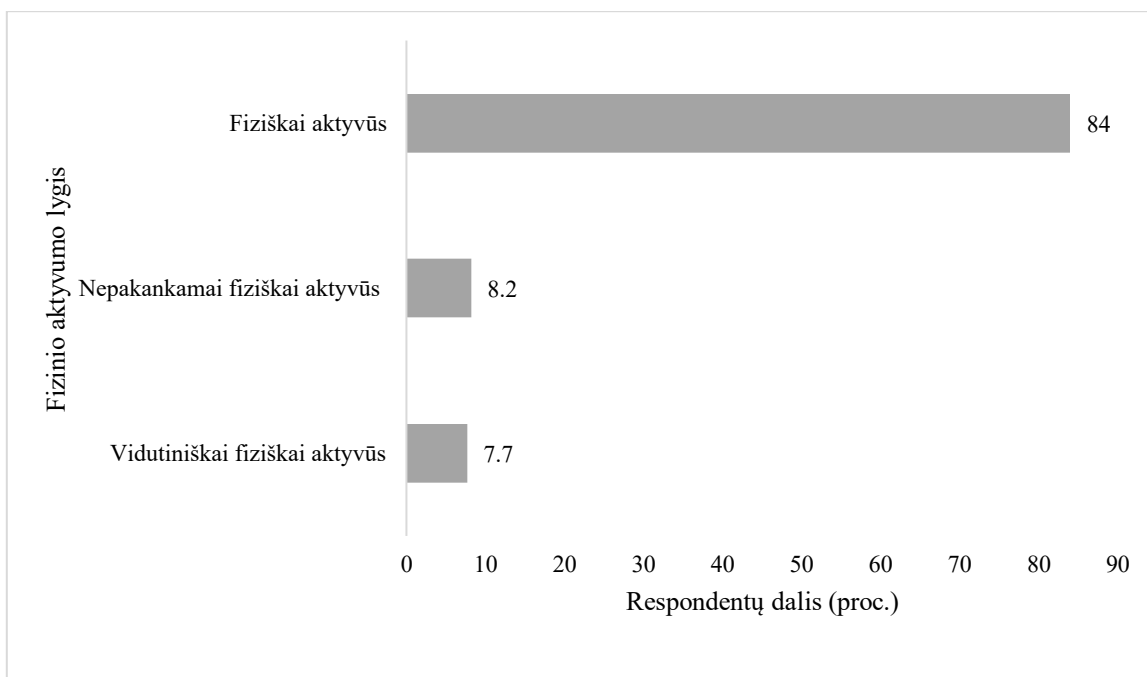
Fizinio aktyvumo lygis buvo vertinamas naudojant GLTEQ klausimyną. Gauti balai analizės tikslais buvo suskirstyti į tris kategorijas: nepakankamai fiziškai aktyvūs, vidutiniškai aktyvūs ir fiziškai aktyvūs respondentai.

12 lentelė. Fizinio aktyvumo (GLTEQ) balų aprašomoji statistika

Klausimynas	Tiriamųjų skaičius (n)	Vidurkis (m)	Standartinis nuokrypis (SN)	Mediana (Md)	Mažiausia reikšmė (min)	Didžiausia reikšmė (max)
GLTEQ	388	58,38	39,78	53,0	0,0	306

Analizuojant respondentų fizinio aktyvumo lygį pagal GLTEQ klausimyną nustatyta, kad didžioji dalis jaunų suaugusiųjų (84,0 proc.) yra fiziškai aktyvūs. Tuo tarpu 7,7 proc. respondentų priskirti vidutiniškai fiziškai aktyvių grupei, o 8,2 proc. nepakankamai fiziškai aktyvių grupei.

Gauti rezultatai rodo, kad dauguma tyrime dalyvavusių jaunų žmonių pasiekia pakankamą fizinio aktyvumo lygį, tačiau dalis respondentų vis dar išlieka nepakankamai fiziškai aktyvūs, todėl svarbu toliau analizuoti ST turinio poveikį jų fizinio aktyvumo elgsenai (11 pav.).



11 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal fizinio aktyvumo lygį pagal GLTEQ klausimyną (proc.)

Analizuojant ST matomo turinio motyvacinio poveikio ir fizinio aktyvumo lygio sąsajas nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 12,994$; $df = 4$; $p = 0,011$). Jauni suaugusieji, nurodę, kad ST matomas turinys juos dažnai motyvuoja, dažniausiai buvo fiziškai aktyvūs. Tarp tų, kuriuos turinys kartais paskatina, taip pat dominavo fiziškai aktyvūs respondentai, o grupėje, kurioje turinys neturi arba mažina motyvaciją, fiziškai aktyvių dalis buvo mažesnė (13 lentelė).

13 lentelė. Socialiniuose tinkluose matomo sporto turinio motyvacinio poveikio ir fizinio aktyvumo lygio sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Nepakankamai fiziškai aktyvūs n (proc.)	Vidutiniškai aktyvūs n (proc.)	Fiziškai aktyvūs n (proc.)	χ^2	df	p
Dažnai motyvuoja	3 (9,4)	4 (13,3)	88 (27,0)	12,994	4	0,011
Kartais motyvuoja	21 (65,6)	24 (80,0)	205 (62,9)			
Neturi / Mažina motyvaciją	8 (25,0)	2 (6,7)	33 (10,1)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Analizuojant ST poveikio fiziniam aktyvumui vertinimo ir fizinio aktyvumo lygio sąsajas nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 13,998$; $df = 4$; $p = 0,007$). Tai rodo, kad respondentų vertinamas ST poveikis yra susijęs su jų fizinio aktyvumo lygiu. ST poveikio fiziniam aktyvumui vertinimas (Likerto skalė, 1-5) sugrupuotas į tris kategorijas: „neigiamas“ (1-2), „neutralus“ (3), „teigiamas“ (4-5).

Detalesnė analizė atskleidė, kad tarp fiziškai aktyvių jaunų žmonių didesnė dalis ST poveikį vertino kaip neutralų (56,4 proc.), tuo tarpu nepakankamai fiziškai aktyvių respondentų grupėje dažniau buvo nurodomas neigiamas poveikis (43,8 proc.) (14 lentelė).

Šie rezultatai rodo, kad palankesnis ST poveikio vertinimas yra siejamas su didesniu fizinio aktyvumo lygiu.

14 lentelė. Socialinių tinklų poveikio vertinimo ir fizinio aktyvumo lygio ryšys (n, proc.)

Kintamieji	Nepakankamai fiziškai aktyvūs n (proc.)	Vidutiniškai aktyvūs n (proc.)	Fiziškai aktyvūs n (proc.)	χ^2	df	p
Neigiamas	14 (43,8)	5 (16,7)	56 (17,2)	13,998	4	0,007
Neutralus	14 (43,8)	18 (60,0)	184 (56,4)			
Teigiamas	4 (12,5)	7 (23,3)	86 (26,4)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Analizuojant su fiziniu aktyvumu susijusio turinio (pvz., sporto, mankštos programų) ST žiūrėjimo ir fizinio aktyvumo lygio sąsajas nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 7,813$; $df = 2$; $p = 0,020$).

Respondentų, kurie žiūri tokį turinį ST grupėje, didžiausią dalį sudaro fiziškai aktyvūs asmenys (91,8 proc.), tuo tarpu tarp tokio turinio nežiūrinčių jaunų suaugusiųjų fiziškai aktyvių asmenų dalis yra mažesnė (80,9 proc.). Taip pat tarp tokio turinio nežiūrinčių dažniau stebima nepakankamai fiziškai aktyvių (10,4 proc.) jaunų žmonių dalis, lyginan su tokį turinį žiūrinčiais (2,7 proc.) (15 lentelė).

Galima teigti, kad su fiziniu aktyvumu susijusio turinio žiūrėjimas ST siejasi su didesniu fizinio aktyvumo lygiu.

15 lentelė. Su fiziniu aktyvumu susijusio turinio žiūrėjimo socialiniuose tinkluose ir fizinio aktyvumo lygio sąsajos (n,proc.)

Kintamieji	Nepakankamai fiziškai aktyvūs n (proc.)	Vidutiniškai aktyvūs n (proc.)	Fiziškai aktyvūs n (proc.)	χ^2	df	p
Žiūri turinį	3 (2,7)	6 (5,5)	101 (91,8)	7,813	2	0,020

Kintamieji	Nepakankamai fiziškai aktyvūs n (proc.)	Vidutiniškai aktyvūs n (proc.)	Fiziškai aktyvūs n (proc.)	χ^2	df	p
Nežiūri turinio	29 (10,4)	24 (8,6)	225 (80,9)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Analizuojant ST naudojimo trukmės ir fizinio aktyvumo sąsajas nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 16,174$; df = 4; p = 0,003). Didžiausia fiziškai aktyvių respondentų dalis nustatyta tarp tų, kurie ST praleidžia 3-4 val. per dieną (66,6 proc.), tuo tarpu mažiau aktyvių respondentų dalis buvo didesnė tarp trumpiau ar ilgiau ST laiką leidžiančių asmenų (16 lentelė).

Tai rodo, kad vidutinė ST naudojimo trukmė gali būti susijusi su didesniu fiziniu aktyvumu, tačiau tiek labai trumpas, tiek ilgesnis naudojimo laikas nėra siejamas su aukščiausiu fizinio aktyvumo lygiu.

16 lentelė. Socialinių tinklų naudojimo trukmės ir fizinio aktyvumo lygio sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Nepakankamai fiziškai aktyvūs n (proc.)	Vidutiniškai aktyvūs n (proc.)	Fiziškai aktyvūs n (proc.)	χ^2	df	p
≤ 2 val.	9 (28,1)	8 (26,7)	57 (17,5)	16,174	4	0,003
3-4 val.	12 (37,5)	13 (43,3)	217 (66,6)			
≥ 5 val.	11 (34,4)	9 (30,0)	52 (16,0)			

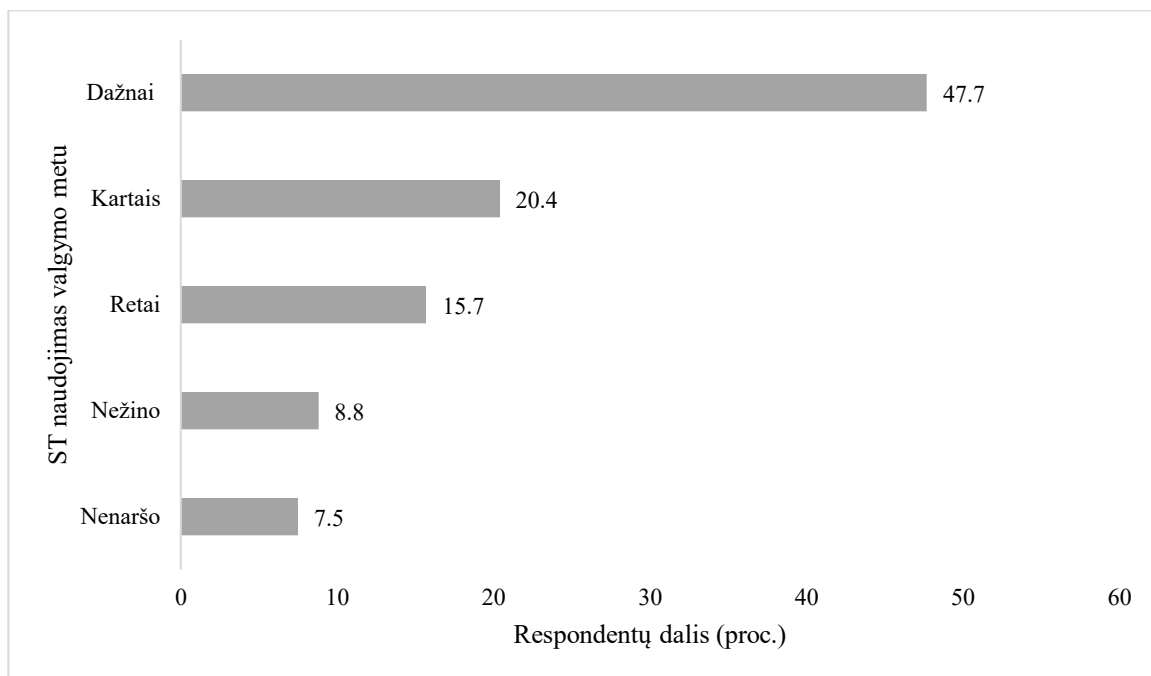
Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

4.4.2. Socialinių medijų įtaka mitybai

Analizuojant ST poveikį jaunų žmonių mitybai, buvo vertinama, kaip naršymas veikia dėmesį valgant, mitybos pasirinkimus bei jos įpročių pokyčius.

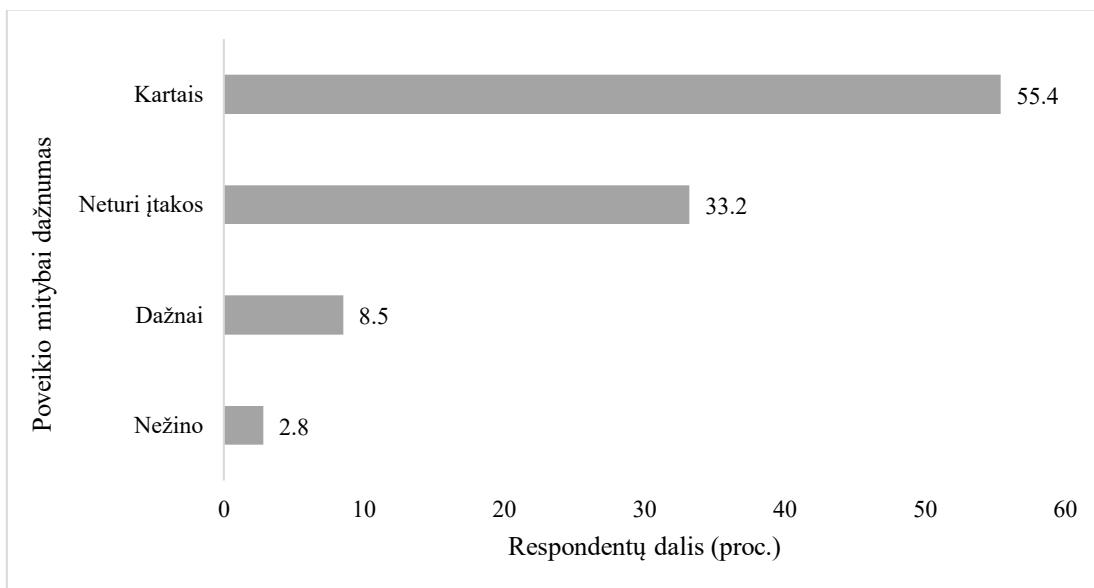
Tiriant jauno amžiaus žmonių mitybos įpročius, analizuotas ST naudojimas valgymo metu (12 pav.). Tyrimo rezultatai atskleidė vyraujančią tendenciją, t.y. beveik pusė respondentų (47,7 proc.) nurodė, kad ST valgydami naudojami dažnai. Susumavus šią grupę su atsakiusiais „kartais“ (20,4 proc.), matome, kad net 68,1 proc. tiriamųjų valgymo metu naudojami ST.

Tuo tarpu be išmaniųjų įrenginių (pasirinkimas „nenaršo“) valgo tik 7,5 proc. respondentų. Tokie duomenys leidžia daryti prielaidą apie aukštą tiriamųjų dėmesio nukreipimą nuo valgymo proceso, kas literatūroje dažnai siejama su didesniu suvartojamu maisto kiekiu.



12 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal socialinių tinklų naudojimą valgymo metu (proc.)

Analizuojant respondentų atsakymus apie ST matomo turinio įtaką jų mitybos pasirinkimams nustatyta, kad didžiausia dalis respondentų (55,4 proc.) nurodė, jog tokia įtaka pasireiškia kartais (1-2 kartus per savaitę). Trečdalis respondentų teigė, kad ST turinys jų mitybos pasirinkimams įtakos neturi. Tuo tarpu 8,5 proc. respondentų nurodė, kad įtaka pasireiškia dažnai, o 2,8 proc. neturėjo nuomonės šiuo klausimu (13 pav.).



13 pav. Socialinių tinklų turinio įtakos respondentų mitybos pasirinkimų dažnumo pasiskirstymas (proc.)

Analizuojant respondentų atsakymus apie ST dažniausiai matomą maisto tipą, nustatyta, kad didžiausia dalis respondentų nurodė matantys sveiko ar subalansuoto maisto turinį (78,4 proc.). Rečiau buvo nurodomas desertų ir užkandžių turinys, kurį pasirinko 42,8 proc. respondentų, o mažiausiai respondentų nurodė matantys greito ar nesveiko maisto turinį (29,6 proc.).

Gauti rezultatai rodo augančią sveikos mitybos turinio sklaidą socialiniuose tinkluose. Nors ST vyrauja sveiko maisto turinys, tačiau reikšminga dalis respondentų taip pat susiduria su desertų bei nesveiko maisto vaizdavimu (17 lentelė).

17 lentelė. Socialiniuose tinkluose dažniausiai matomo maisto tipo pasiskirstymas (n, proc.)

Kintamieji	n	proc.
Sveikas / Subalansuotas maistas	304	78,4
Greitas / Nesveikas maistas	115	29,4
Desertai / Užkandžiai	166	42,8

Pastaba: respondentai galėjo rinktis kelis atsakymo variantus, todėl bendras procentų skaičius viršija 100 proc.

Analizuojant ST matomo maisto tipo ir mitybos įpročių keitimo sąsajas, nustatyta, kad visi nagrinėti maisto tipai yra statistiškai reikšmingai susiję su mitybos pokyčiais.

Nustatyta, kad jauni žmonės, kurie nemato greito greito ar nesveiko maisto turinio ST, dažniau keičia savo mitybos įpročius nei tie, kurie tokį turinį mato ($\chi^2 = 4,334$; $df = 1$; $p = 0,037$). Tuo tarpu sveiko ar subalansuoto maisto turinio matymas siejamas su didesne tikimybe keisti mitybą ($\chi^2 = 22,636$; $df = 1$; $p < 0,001$). Analizuojant desertų ir užkandžių turinį, taip pat nustatytas reikšmingas ryšys, šį turinį matantys respondentai rečiau keičia mitybos įpročius ($\chi^2 = 9,510$; $df = 1$; $p = 0,002$).

Apibendrinant gali teigti, kad sveiko maisto turinys yra susijęs su palankesniais mitybos pokyčiais, o nesveiko maisto ir desertų turinys, su mažesne jų tikimybe (18 lentelė).

18 lentelė. Socialiniuose tinkluose matomo maisto tipo ir mitybos įpročių keitimo sąsajos (n, proc.)

Kintamieji		Keitė mitybą (Taip) n (proc.)	Nekeitė mitybos (Ne) n (proc.)	χ^2	df	p
Greitas / Nesveikas maistas	Mato	73 (26,5)	42 (37,3)	4,334	1	0,037
	Nemato	202 (73,5)	71 (62,8)			
	Mato	233 (84,7)	71 (62,8)	22,636	1	< 0,001

Kintamieji		Keitė mitybą (Taip) n (proc.)	Nekeitė mitybos (Ne) n (proc.)	χ^2	df	p
Sveikas / Subalansuotas maistas	Nemato	42 (15,3)	42 (37,2)	9,510	1	0,002
Desertai / Užkandžiai	Mato	104 (37,8)	62 (54,9)			
	Nemato	171 (62,2)	51 (45,1)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Analizuojant socialinių tinklų naudojimo valgymo metu ir mitybos įpročių keitimo sąsajas, nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 38,870$; df = 4; p < 0,001).

Pastebėta, kad dažniausiai ST valgymo metu besinaudojantys respondentai sudarė didžiausią dalį tarp keitusių savo mitybos įpročius (54,9 proc.), tuo tarpu tarp mitybos įpročių nekeitusių respondentų didesnę dalį sudarė rečiau ar visai ST nesinaudojantys jauni suaugusieji.

Tai rodo, kad intensyvesnis ST naudojimas valgymo metu yra susijęs su didesne tikimybe keisti mitybos įpročius (19 lentelė).

19 lentelė. Socialinių tinklų naudojimo valgymo metu ir mitybos įpročių keitimo sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Keitė mitybą (Taip) n (proc.)	Nekeitė mitybos (Ne) n (proc.)	χ^2	df	p
Dažnai	151 (54,9)	34 (30,1)	38,870	4	< 0,001
Kartais	59 (21,5)	20 (17,7)			
Retai	28 (10,2)	33 (929,2)			
Nenaršo	13 (4,7)	16 (14,2)			
Nežinau	24 (8,7)	10 (8,8)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Atlikus Chi-kvadrato kriterijaus analizę, nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys tarp suvokiamos ST įtakos dažnumo ir realių mitybos įpročių pokyčių ($\chi^2 = 69,184$; $df = 3$; $p < 0,001$).

Duomenys rodo, kad jauni žmonės, kurie jaučia dažną ST įtaką, beveik visais atvejais (87,9 proc.) yra bent kartą pakeitę savo mitybos įpročius (pvz., pradėję laikytis dietos ar atsisakę tam tikrų maisto produktų). Įdomu tai, kad net ir tie respondentai, kurie nurodė, jog turinys jiems „neturi įtakos“, beveik pusė (44,2 proc.) pripažino kadaisę keitę mitybą dėl ST matytos informacijos. Tai gali rodyti nesąmoningą turinio poveikį, kurio ST naudotojai tiesiogiai nesieja su kasdiene įtaka (20 lentelė).

20 lentelė. Socialinių tinklų turinio įtakos dažnumo ir respondentų mitybos įpročių keitimo sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Keitė mitybą (Taip) n (proc.)	Nekeitė mitybos (Ne) n (proc.)	χ^2	df	p
Dažnai	29 (87,9)	4 (12,1)	69,184	3	< 0,001
Kartais	182 (84,7)	33 (15,3)			
Neturi įtakos	57 (44,2)	72 (55,8)			
Nežino	7 (63,6)	4 (36,4)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys tarp ST matomo turinio, skatinančio vartoti greitą, nesveiką ar saldų maistą, dažnumo ir respondentų mitybos įpročių keitimo ($\chi^2 = 28,407$; $df = 4$; $p < 0,001$). Nesveiko maisto turinio matymo dažnis buvo vertinamas naudojant penkių balų Likert skalę (nuo „niekada iki „visada / Labai dažnai“) ir analizuojamas kaip kategorinis kintamasis, išlaikant visas atsakymų kategorijas.

Pastebima, kad didžiausias mitybos įpročių pokytis užfiksuotas „retai“ kategorijoje tokį turinį matančių asmenų grupėje (81,6 proc.). Tuo tarpu mažiausią poveikį įpročių keitimui nurodė, tie kurie nesveiko maisto turinį mato labai retai (42,9 proc.). Tai leidžia daryti išvadą, kad net ir neintensyvus nesveiko maisto reklamavimas socialinėse medijose gali būti reikšmingai susijęs su naudotojų sprendimais keisti savo mitybą (21 lentelė).

21 lentelė. Socialiniuose tinkluose matomo nesveiko maisto turinio dažnumo ir respondentų mitybos įpročių keitimo sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Keitė mitybą n (proc.)	Nekeitė mitybos n (proc.)	χ^2	df	p
Niekada	15 (42,9)	20 (57,1)	28,407	4	< 0,001
Retai	160 (81,6)	36 (18,4)			
Kartais	57 (64,8)	31 (35,2)			
Dažnai	31 (63,3)	18 (36,7)			
Visada / Labai dažnai	12 (60,0)	8 (40,0)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Analizuojant socialinių tinklų naudojimo trukmės ir mitybos įpročių keitimo dėl socialiniuose tinkluose matomo turinio sąsajas nustatyta, kad šie kintamieji yra statistiškai reikšmingai susiję ($\chi^2 = 29,768$; df = 4; p < 0,001). Šioje analizėje ST naudojimo trukmė pateikiama detalesnėmis, negrupuotomis kategorijomis, siekiant tiksliau atskleisti galimus skirtumus tarp skirtingo naudojimo intensyvumo grupių.

Didžiausia dalis jaunų suaugusiųjų, keitusių mitybos įpročius, nustatyta tarp tų, kurie ST praleidžia 3-4 val. per dieną (80,2 proc.). Kitose grupėse šis rodiklis buvo mažesnis (1-2 val. – 58,2 proc., 5-6 val. – 57,1 proc., daugiau nei 6 val. – 52,2 proc., o mažiau nei 1 val. – 28,6 proc.) (22 lentelė).

Rezultatai rodo, kad vidutinė ST naudojimo trukmė yra susijusi su didesne tikimybe keisti mitybos įpročius.

22 lentelė. Socialinių tinklų naudojimo trukmės ir mitybos įpročių keitimo dėl socialiniuose tinkluose matomo turinio sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Keitė mitybą n (proc.)	Nekeitė mitybos n (proc.)	χ^2	df	p
< 1 val.	2 (28,6)	5 (71,4)	29,768	4	< 0,001
1-2 val.	39 (58,2)	28 (41,8)			
3-4 val.	194 (80,2)	48 (19,8)			
5-6 val.	28 (57,1)	21 (42,9)			

Kintamieji	Keitė mitybą n (proc.)	Nekeitė mitybos n (proc.)	χ^2	df	p
> 6 val.	12 (52,2)	11 (47,8)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

Analizuojant respondentų atsakymus apie ST turinio įtaką valgymo įpročiams, Likert skalės atsakymai (1-5), buvo sugrupuoti į tris kategorijas: 1-2 „nedaro įtakos“, 3 - „neutralu“ ir 4-5 „daro įtaką“. Atlikta analizė atskleidė reikšmingas sąsajas tarp ST naudojimo trukmės, naudotojų suvokiamos ST turinio įtakos ir realių mitybos įpročių pokyčių ($p < 0,005$). Verinant respondentus, kurie ST praleidžia iki 2 val. per parą, pastebimas ryškus ryšys tarp teorinio įtakos pripažinimo ir praktinių veiksmų. Nors net 81,3 proc. šios grupės asmenų teigė, kad ST turinys veikia jų valgymo įpročius, realų mitybos keitimą nurodė tik kas trečias (33,3 pro.) respondentas. Priešingai, 3-4 val. ST naudojančių jaunų žmonių grupėje, kurioje ryšys tarp suvokiamos įtakos ir elgsenos pokyčių yra stipriausias, net 90,0 proc. respondentų, pripažįstančių ST poveikį, nurodė ir realiai keičiantys savo mitybos įpročius ($\chi^2 = 48,384$; df = 4; $p < 0,001$). Panašus dėsniumas išlieka ir intensyviausio naudojimo grupėje (5 val. ir daugiau), kurioje 80,0 proc. tiesiogiai jaučiančių ST poveikį asmenų atitinkamai koreguoja savo mitybą. Tarp šios grupės respondentų, kurie dėl ST įtakos neturėjo aiškos nuomonės, mitybos įpročius vis tiek keitė daugiau nei pusė (55,7 proc.) asmenų, o tai leidžia daryti prielaidą apie galimą nevalingą socialinių medijų poveikį elgsenai esant ilgai ST praleidžiamo laiko trukmei.

Gauti rezultatai patvirtina, kad ST turinys (nuomonės formuotojai, mitybos planai) veikia kaip reikšmingas elgseną formuojantis veiksnys, o jo poveikio stiprumas tiesiogiai koreliuoja su bendru ST praleidžiamu laiku (23 lentelė).

23 lentelė. Socialinių tinklų naudojimo trukmės, suvokiamo turinio poveikio valgymo įpročiams ir sąsajos su mitybos įpročių keitimu (n, proc.)

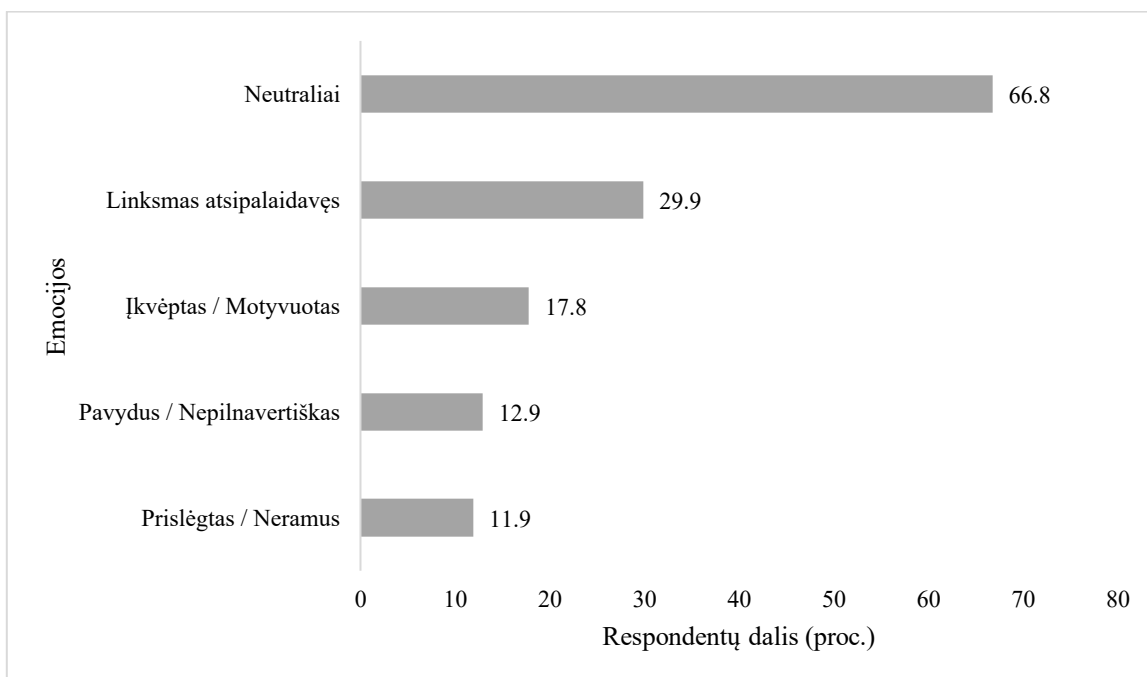
Kintamieji			ST turinio įtaka valgymo įpročiams			χ^2	df	p
			Nedaro įtakos n (proc.)	Neutralu n (proc.)	Daro įtaką n (proc.)			
< 2 val.	Mitybos įpročių keitimas	Taip	9 (33,3)	19 (61,3)	13 (81,3)	10,084	2	0,006
		Ne	18 (66,7)	12 (38,7)	3 (18,8)			

Kintamieji			ST turinio įtaka valgymo įpročiams			χ^2	df	p
			Nedaro įtakos n (proc.)	Neutralu n (proc.)	Daro įtaką n (proc.)			
3-4 val.		Taip	18 (41,9)	122 (87,8)	54 (90,0)	48,384	2	< 0,001
		Ne	25 (58,1)	17 (12,2)	6 (10,0)			
≥ 5 val.		Taip	5 (23,8)	15 (57,7)	20 (80,0)	14,670	2	< 0,001
		Ne	16 (76,2)	11 (42,3)	5 (20,0)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas

4.4.3. Socialinių medijų įtaka psichikos sveikatai

Analizuojant jaunų žmonių patiriamas emocijas naudojantis ST nustatyta, kad 66,8 proc. respondentų nurodė jaučiantys neutralias emocijas. 29,9 proc. jautėsi linksmi ar atsipalaidavę, o 17,8 proc. įkvėpti ar motyvuoti. Taip pat dalis respondentų patyrė neigiamas emocijas, t.y. 12,9 proc. nurodė pavydą ar nepilnavertiškumą, o 11,9 proc. prislėgtumą ar nerimą (14 pav).

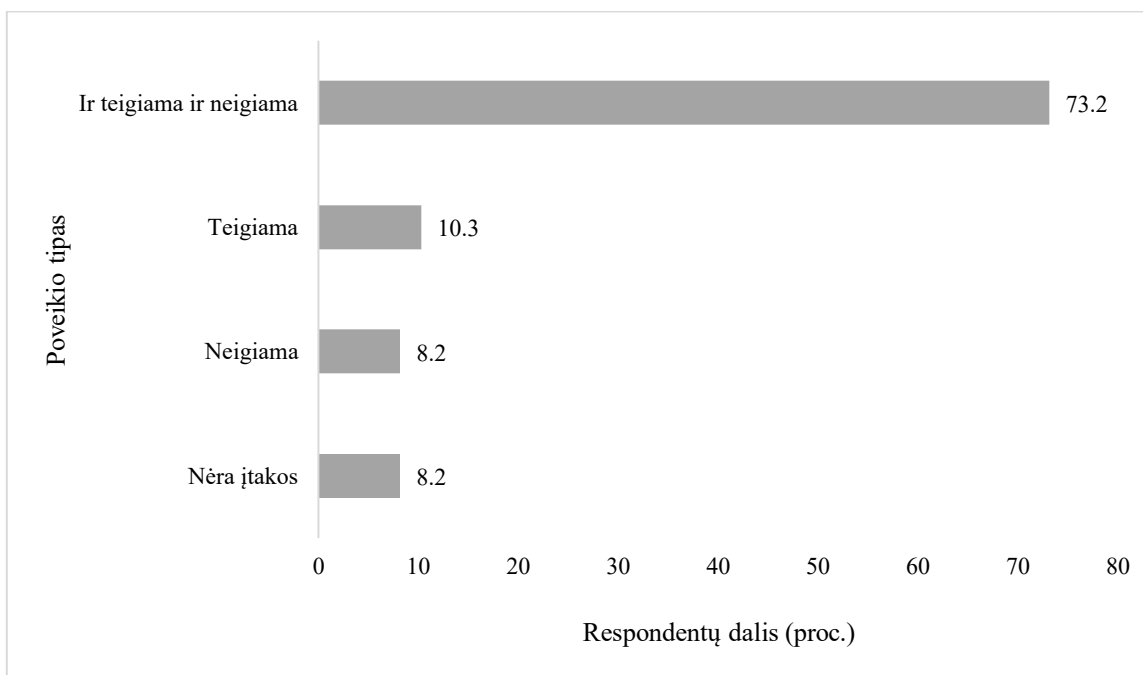


Pastaba: respondentai galėjo rinktis kelis atsakymo variantus, todėl bendras procentų skaičius viršija 100 proc.

14 pav. Respondentų patiriamos emocijos naudojantis socialiniais tinklais (proc.)

Analizuojant respondentų nuomonę apie ST poveikį jų emocinei savijautai nustatyta, kad didžioji dauguma respondentų (73,2 proc.) nurodė, jog ST daro tiek neigiamą, tiek teigiamą poveikį. Tik 10,3 proc. respondentų teigė, kad poveikis yra vien teigiamas, o 8,2 proc., kad vien neigiamas. Tuo tarpu 8,2 proc. respondentų nurodė, kad ST nedaro jokios įtakos jų emocinei savijautai (15 pav.).

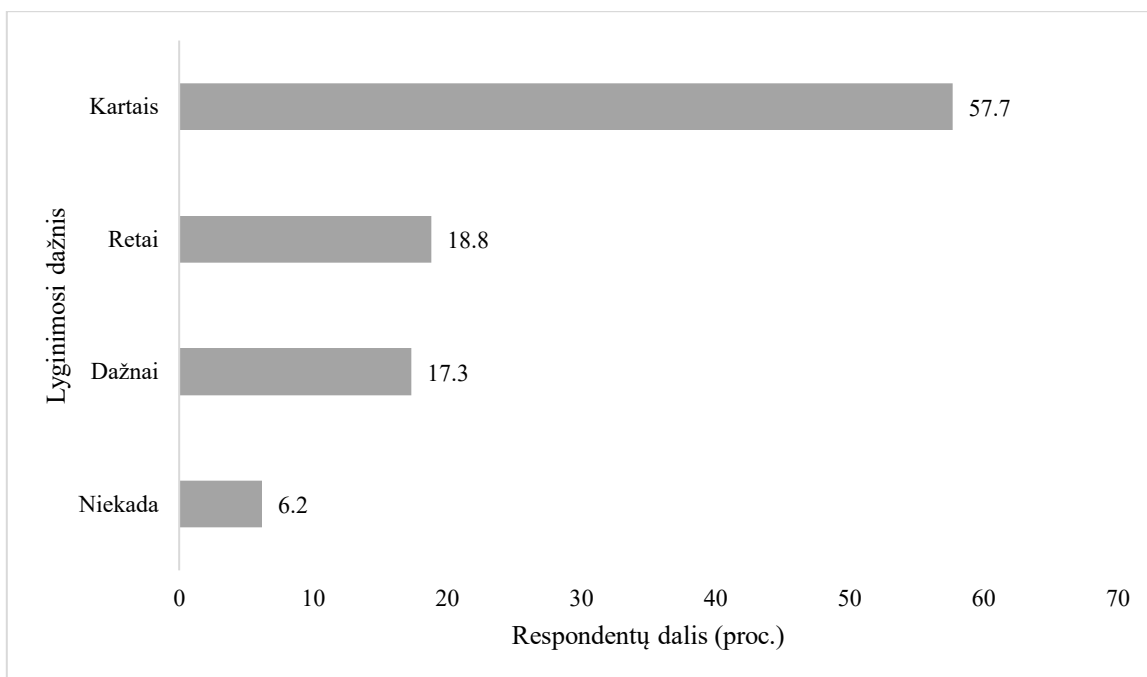
Gauti rezultatai rodo, kad ST poveikis emocinei savijautai yra kompleksinis ir dažniausiai pasireiškia kaip tiek teigiamų, tiek neigiamų emocinių derinys.



15 pav. Socialinių tinklų įtaka respondentų emocinei savijautai (proc.)

Analizuojant respondentų polinkį lyginti save su kitais socialiniuose tinkluose nustatyta, kad didžioji dalis jaunų suaugusiųjų tai daro kartais (57,7 proc.). 17,3 proc. respondentų nurodė, kad save su kitais lygina dažnai, o 18,8 proc. retai. Tuo tarpu tik nedidelė dalis respondentų (6,2 proc.) teigė niekada savęs nelyginantys su kitais ST (16 pav.).

Gauti rezultatai rodo, kad savęs lyginimas yra gana plačiai paplitęs reiškinys tarp respondentų, nors dažniausiai jis pasireiškia epizodiškai.



16 pav. Respondentų polinkis lyginti save su kitais socialiniuose tinkluose (proc.)

Lentelėje pateikiamas jaunų žmonių jaučiamo spaudimo atitikti ST matomus standartus pasiskirstymas. Nustatyta, kad daugiau nei pusė respondentų (53,1 proc.; $n = 206$) šį spaudimą jaučia kartais., 15,7 proc. respondentų ($n = 61$) nurodė spaudimą jaučiantys dažnai, o 20,1 proc. ($n = 78$) retai. Tuo tarpu 11,1 proc. respondentų ($n = 43$) teigė tokio spaudimo niekada nejaučiantys (24 lentelė).

Gauti rezultatai rodo, kad spaudimas atitikti ST formuojamus standartus (kaip ir savęs lyginimas) yra gana paplitęs reiškinys, nors dažniausiai pasireiškia epizodiškai.

24 lentelė. Respondentų jaučiamo spaudimo atitikti socialiniuose tinkluose matomus standartus pasiskirstymas (n , proc.)

Kintamieji	n	proc.
Dažnai	61	15,7
Kartais	206	53,1
Retai	78	20,1
Niekada	43	11,1

Lentelėje pateikiamas jaunų suaugusiųjų sąmoningo socialinių tinklų naudojimo laiko ribojimo dėl psichinės sveikatos pasiskirstymas. Nustatyta, kad 22,7 proc. respondentų nurodė sąmoningai ribojantys laiką, praleidžiamą ST, o 22,9 proc. teigė to nedarantys. Didžiausia dalis respondentų (30,9 proc.; $n = 120$) nurodė bandę riboti laiką, tačiau jiems nepavyko. 14,4 proc. respondentų ($n = 56$) pažymėjo, kad šiuo metu laiko neriboja, tačiau norėtų pradėti, o 9,0 proc. ($n = 35$) teigė apie tai niekada negalvoję (25 lentelė).

Gauti rezultatai rodo, kad nors dalis jaunų žmonių stengiasi kontroliuoti ST naudojimo laiką, nemaža dalis susiduria su sunkumais arba neturi susiformavusių ST ribojimo įpročių.

25 lentelė. Respondentų sąmoningo laiko, praleidžiamo socialiniuose tinkluose dėl psichinės sveikatos, ribojimo pasiskirstymas (n, proc.).

Kintamieji	n	proc.
Taip	88	22,7
Ne	89	22,9
Bandė, bet nepavyko	120	30,9
Ne, bet norėtų pradėti	56	14,4
Niekada apie tai nepagalvojo	35	9,0

Lentelėje (26 lentelė) pateikiama DASS-12 skalės trijų subskalių (depresijos, nerimo ir streso) aprašomoji statistika (vidurkis, standartinis nuokrypis, mediana, mažiausia reikšmė ir didžiausia reikšmė). Nustatyta, kad didžiausias vidurkis buvo streso subskalėje ($M = 11,05$; $SD = 4,05$), mažesnis nerimo ($M = 8,68$; $SD = 4,02$) ir depresijos ($M = 8,19$; $SD = 4,01$). Visų subskalių medianos buvo mažesnes už vidurkių ($M = 6,00$; $7,00$ ir $10,00$). Mažiausios reikšmės visose subskalėse siekė 5, o didžiausios 20, kas rodo platų respondentų psichinės sveikatos būklės pasiskirstymą.

Gauti rezultatai leidžia teigti, kad jauni žmonės labiausiai pasižymėjo streso simptomais, palyginti su depresijos ir nerimo rodikliais.

26 lentelė. DASS-12 skalės subskalių (depresijos, nerimo ir streso) aprašomoji statistika.

Klausimynas	Tiriamųjų skaičius (n)	Vidurkis (m)	Standartinis nuokrypis (SD)	Mediana (Md)	Mažiausia reikšmė (min)	Didžiausia reikšmė (max)
DASS-12 Depresija	388	8,19	4,01	6,00	5,00	20,00
DASS-12 Nerimas	388	8,68	4,02	7,00	5,00	20,00
DASS-12 Stresas	388	11,05	4,05	10,00	5,00	20,00

Vertinant savęs lyginimą su kitais ST ir depresijos simptomų sąsajas nustatyta, kad dažniau save su kitais ST lyginantys jauni suaugusieji dažniau patenka į vidutinio depresijos simptomų lygio grupę

(37,0 proc.), lyginant su rečiau arba niekada nesilyginančiais (24,1 proc.). Respondentai, kurie save ST su kitais lygina kartais, dažniau pasižymi neišreikštais depresijos simptomais (61,3 proc.).

Chi kvadrato testo rezultatai parodė, kad ryšys tarp savęs lyginimosi ST dažnio ir depresijos simptomų yra statistiškai reikšmingas ($\chi^2 = 21,140$; $df = 4$; $p < 0,001$). Todėl galima daryti prielaidą, jog savęs lyginimo su kitais ST dažnis yra susijęs su depresijos simptomų pasireiškimu (27 lentelė).

27 lentelė. Savęs lyginimas su kitais socialiniuose tinkluose ir depresijos simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Dažnai	35 (12,5)	12 (21,8)	20 (37,0)	21,140	4	< 0,001
Kartais	171 (61,3)	32 (58,2)	21 (38,9)			
Retai / Niekada	73 (26,2)	11 (20,0)	13 (24,1)			

Pastaba: analizei „retai ir „niekada“ kategorijos sujungtos į vieną grupę siekiant užtikrinti statistinio testo prielaidų tenkinimą. χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Vertinant savęs lyginimą su kitais ST ir nerimo simptomų sąsajas nustatyta, kad tarp dažnai save su kitais lyginančių ST jaunų suaugusiųjų didesnė dalis pasižymi vidutinio (29,9 proc.) ir stipraus (20,9 proc.) simptomų išreikštumu nerimui. Tarp respondentų, kurie lyginasi kartais ar retai / niekada, didesnė dalis pasižymi neišreikštais nerimo simptomais (atitinkamai 61,2 proc. ir 56,7 proc.).

Apibendrinant, ryšys tarp savęs lyginimo ST su kitais dažnio ir nerimo simptomų išreikštumo yra statistiškai reikšmingas ($\chi^2 = 40,152$; $df = 8$; $p < 0,001$) (28 lentelė).

28 lentelė. Savęs lyginimas su kitais socialiniuose tinkluose ir nerimo simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	Stiprūs simptomai n (proc.)	Labai stiprūs simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Dažnai	15 (22,4)	16 (23,9)	20 (29,9)	14 (20,9)	2 (3,0)	40,152	8	< 0,001
Kartais	137 (61,2)	20 (8,9)	50 (22,3)	16 (7,1)	1 (0,4)			
Retai / Niekada	55 (56,7)	10 (10,3)	23 (23,7)	7 (7,2)	2 (2,1)			

Pastaba: analizei „retai ir „niekada“ kategorijos sujungtos į vieną grupę siekiant užtikrinti statistinio testo prielaidų tenkinimą. χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Vertinant savęs lyginimą su kitais ST ir streso simptomų sąsajas nustatyta, kad tarp dažnai save su kitais lyginančių ST jaunų suaugusiųjų didesnė dalis pasižymi lengvo (25,4 proc.) ir vidutinio (14,9 proc.) lygio stresu. Respondentai, kurie save ST lygina retai ar niekada, didesnė dalis pasižymi neišreikštais streso simptomais (atitinkamai 81,3 proc. ir 85,6 proc.).

Apibendrinant, ryšys tarp savęs lyginimo ST su kitais dažnio ir streso simptomų išreikštumo yra statistiškai reikšmingas ($\chi^2 = 18,900$; df = 4; p < 0,001) (29 lentelė).

29 lentelė. Savęs lyginimas su kitais socialiniuose tinkluose ir streso simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Dažnai	40 (59,7)	17 (25,4)	10 (14,9)	18,900	4	< 0,001
Kartais	182 (81,3)	30 (13,4)	12 (5,4)			
Retai / Niekada	83 (85,6)	10 (10,3)	4 (4,1)			

Pastaba: analizei „retai ir „niekada“ kategorijos sujungtos į vieną grupę siekiant užtikrinti statistinio testo prielaidų tenkinimą. χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Analizuojant ryšį tarp jaučiamo spaudimo atitikti nustatytus standartus ST ir depresijos simptomų, nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 25,459$; df = 4; p < 0,001).

Nustatyta, kad dažnai spaudimą jaučiantys jauni suaugusieji pasižymi stipriau išreikštais depresijos simptomais, t.y. 31,1 proc. šios grupės respondentų nustatytas vidutinis depresijos lygis, o 21,3 proc. lengvas depresijos simptomų lygis. Tuo tarpu tarp retai spaudimą jaučiančių jaunų suaugusiųjų vidutinis depresijos simptomų išreikštumas siekia tik 13,2 proc (30 lentelė).

Apibendrinant galima teigti, kad didesnis jaučiamas spaudimas atitiktų tam tikrus standartus matomus ST siejasi su stipresniu depresijos simptomų pasireiškimu.

30 lentelė. Respondentų jaučiamo spaudimo atitikti standartus socialiniuose tinkluose ir depresijos simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Dažnai	29 (47,5)	13 (21,3)	19 (31,1)	25,459	4	< 0,001
Kartais	162 (78,6)	25 (12,1)	19 (9,2)			
Retai / Niekada	88 (72,7)	17 (14,0)	16 (13,2)			

Pastaba: analizei „retai ir „niekada“ kategorijos sujungtos į vieną grupę siekiant užtikrinti statistinio testo prielaidų tenkinimą. χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Analizuojant ryšį tarp jaučiamo spaudimo atitikti nusatytus standartus ST ir nerimo simptomų, nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 31,897$; df = 8; p < 0,001).

Nustatyta, kad dažnai spaudimą patiriantys jauni suaugusieji pasižymi prastesne psichikos sveikata. Tik 24,6 proc. šios grupės asmenų nerimo simptomai buvo neišreikšti, lyginant su grupe, kuri spaudimą jaučia retai arba niekada (54,5 proc.). Dažnai spaudimą jaučiančių respondentų grupėje dažniausiai pasireiškia vidutinio (32,8 proc.) ir stipraus (19,7 proc.) nerimo išreikštumo simptomatika (31 lentelė).

Apibendrinant šie rezultatai patvirtina, kad nuolatinis siekis atitikti ST formuojamus standartus yra tiesiogiai susijęs su padidėjusia nerimo simptomų pasireiškimo rizika.

31 lentelė. Respondentų jaučiamo spaudimo atitikti standartus socialiniuose tinkluose ir nerimo simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	Stiprūs simptomai n (proc.)	Labai stiprūs simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Dažnai	15 (24,6)	12 (19,7)	20 (32,8)	12 (19,7)	2 (3,3)	31,897	8	< 0,001
Kartais	126 (61,2)	21 (10,2)	44 (21,4)	15 (7,3)	0 (0,0)			
Retai / Niekada	66 (54,5)	13 (10,7)	29 (24,0)	10 (8,3)	3 (2,5)			

Pastaba: analizei „retai ir „niekada“ kategorijos sujungtos į vieną grupę siekiant užtikrinti statistinio testo prielaidų tenkinimą. χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Analizuojant streso simptomų išreikštumą, nustatyta statistiškai reikšminga sąsaja su ST patiriamu spaudimu atitikti standartus ($\chi^2 = 34,366$; df = 4; p < 0,001). Tyrimo duomenys rodo, kad jauni žmonės, kurie spaudimą jaučia retai arba niekada, didžioji dalis respondentų (83,5 proc.) pasižymi neišreikštais streso simptomais. Lyginant su tais, kurie spaudimą jaučia dažnai, šis rodiklis krenta iki 50,8 proc. Respondentai, kurie dažnai jaučia spaudimą atitikti standartus pasižymi stipriau išreikštais streso simptomais (21,3 proc. nustatytas lengvas streso lygis ir 27,9 proc. vidutinis streso lygis) (32 lentelė).

Šie rezultatai rodo, kad dažnai jaučiamas spaudimas atitikti tam tikrus standartus matomus ST yra tiesiogiai susijęs su didesne rizika patirti didesnio intensyvumo streso simptomus.

32 lentelė. Respondentų jaučiamo spaudimo atitikti standartus socialiniuose tinkluose ir streso simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Dažnai	31 (50,8)	19 (31,1)	11 (18,0)	34,366	4	< 0,001
Kartais	173 (84,0)	24 (11,7)	9 (4,4)			
Retai / Niekada	101 (83,5)	14 (11,6)	6 (5,0)			

Pastaba: analizei „retai ir „niekada“ kategorijos sujungtos į vieną grupę siekiant užtikrinti statistinio testo prielaidų tenkinimą. χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Analizuojant sąsajas tarp sąmoningo laiko ribojimo ST ir depresijos, nerimo bei streso simptomų, statistiškai reikšmingų ryšių nenustatyta. Depresijos atveju $\chi^2 = 2,624$, $df = 4$; $p = 0,623$, nerimo $\chi^2 = 9,816$, $df = 8$, $p = 0,278$, streso $\chi^2 = 6,296$, $df = 4$, $p = 0,178$ (33 lentelė).

33 lentelė. Sąsajos tarp sąmoningo laiko ribojimo socialiniuose tinkluose ir DASS-12 rodiklių

Kintamieji	χ^2	df	p
DASS-12 Depresija	2,624	4	0,623
DASS-12 Nerimas	9,816	8	0,278
DASS-12 Stresas	6,296	4	0,178

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Šiame tyrime analizuotos sąsajos tarp ST praleidžiamo laiko trukmės ir psichinės sveikatos rodiklių. Nustatyta, kad ST praleidžiamo laiko trukmė yra statistiškai reikšmingai susijusi su depresijos simptomais ($\chi^2 = 16,114$; $df = 4$; $p < 0,001$). Jauni žmonės, kurie ST praleidžia 5 val. ir daugiau per dieną, dažniau pasižymi lengva ar vidutine depresijos simptomų forma (atitinkamai 26,4 proc. ir 16,7 proc.), lyginant su tais, kurie praleidžia mažiau laiko (34 lentelė).

Taip pat nustatyta statistiškai reikšminga sąsaja tarp ST praleidžiamo laiko trukmės ir nerimo simptomų ($\chi^2 = 30,317$; $df = 8$; $p < 0,001$). Ilgesnį laiką ST praleidžiantys jauni suaugusieji dažniau pasižymi vidutiniais, stipriais ir labai stipriais nerimo simptomais. Tarp respondentų, kurie praleidžia 5 ir daugiau valandų per dieną naudodamiesi ST, vidutinio lygio nerimo simptomus jaučia 37,5 proc., stiprius 12,5 proc., o labai stiprius 4,2 proc. (35 lentelė).

Tačiau statistiškai reikšminga sąsaja tarp ST praleidžiamo laiko trukmės per dieną ir ir streso simptomų lygio nenustatyta ($\chi^2 = 5,236$; $df = 4$; $p = 0,264$).

34 lentelė. Socialiniuose tinkluose praleidžiamo laiko ir depresijos simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
≤ 2 val.	50 (67,6)	13 (17,6)	11 (14,9)	16,114	4	0,003
3-4 val.	188 (77,7)	23 (9,5)	31 (12,8)			
≥ 5 val.	41 (56,9)	19 (26,4)	12 (16,7)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

35 lentelė. Socialiniuose tinkluose praleidžiamo laiko ir nerimo simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	Stiprūs simptomai n (proc.)	Labai stiprūs simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
≤ 2 val.	34 (45,9)	9 (12,2)	23 (31,3)	7 (9,5)	1 (1,4)	30,317	8	< 0,001
3-4 val.	151 (62,4)	26 (10,7)	43 (17,8)	21 (8,7)	1 (0,4)			
≥ 5 val.	22 (30,6)	11 (15,3)	27 (37,5)	9 (12,5)	3 (4,2)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Analizuojant su psichikos sveikata susijusio turinio ST žiūrėjimo ir depresijos rodiklių sąsajas nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 21,495$; df = 2; p < 0,001).

Su psichine sveikata susijusį turinį žiūrintys jauni suaugusieji dažniau pasižymi vidutiniais (26,1 proc.) ir lengvais (16,2 proc.) depresijos simptomais, o simptomų nebuvimas sudaro 57,7 proc. Tarp tokio turinio nežiūrinčių jaunų žmonių simptomų nebuvimas sudaro 77,6 proc., lengvi simptomai pasireiškia 13,4 proc., o vidutiniai simptomai 9,0 proc. respondentų (36 lentelė).

Apibendrinant ST su psichikos sveikata susijusio turinio žiūrėjimas siejasi su didesniu depresijos simptomų paplitimu.

36 lentelė. Socialiniuose tinkluose su psichine sveikata susijusio turinio žiūrėjimo ir depresijos simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Žiūri turinį	64 (57,7)	18 (16,2)	29 (26,1)	21,498	2	< 0,001
Nežiūri turinio	215 (77,6)	37 (13,4)	25 (9,0)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Analizuojant su psichikos sveikata susijusio turinio ST žiūrėjimo ir nerimo rodiklių sąsajas nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 40,199$; df = 4; p < 0,001).

Nerimo simptomų pasiskirstymas skiriasi tarp respondentų grupių. Su psichine sveikata susijusių turinį žiūrinčių respondentų grupėje didesnei daliai jaunų žmonių pasireiškia vidutiniai (31,5 proc.) ir stiprūs (18,0 proc.) nerimo simptomai. Tuo tarpu tarp tokio turinio nežiūrinčių respondentų grupėje dažniau pastebimas simptomų nebuvimas (62,8 proc.).

Lengvi nerimo simptomai taip pat dažnesni tarp turinį žiūrinčių respondentų (19,8 proc.), lyginant su nežiūrinčiais (8,7 proc.). Labai stiprūs nerimo simptomai abiejose grupėse sudaro nedidelę dalį respondentų (37 lentelė).

Apibendrinant galima teigti, kad ST su psichikos sveikata susijusio turinio žiūrėjimas yra susijęs su didesniu nerimo simptomų paplitimu.

37 lentelė. Socialiniuose tinkluose su psichine sveikata susijusio turinio žiūrėjimo ir nerimo simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	Stiprūs simptomai n (proc.)	Labai stiprūs simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Žiūri turinį	33 (29,7)	22 (19,8)	35 (31,5)	20 (18,0)	1 (0,9)	40,199	4	< 0,001
Nežiūri turinio	174 (62,8)	24 (8,7)	58 (20,9)	17 (6,1)	4 (1,4)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Analizuojant su psichikos sveikata susijusio turinio ST žiūrėjimo ir streso rodiklių sąsajas nustatytas statistiškai reikšmingas ryšys ($\chi^2 = 17,632$; $df = 2$; $p < 0,001$).

Tarp respondentų, kurie ST žiūri su psichikos sveikata susijusį turinį, didesnė dalis pasižymi lengvais (23,4 proc.) ir vidutiniais (11,7 proc.) streso simptomais, lyginant su tokio turinio nežiūrinčiais (atitinkamai 11,2 proc. ir 4,7 proc.). Tuo tarpu tarp tokio turinio nežiūrinčių jaunų suaugusiųjų dažniau pasireiškia simptomų nebuvimas (84,1 proc.), lyginant su tokį turinį žiūrinčiais (64,9 proc.) (38 lentelė).

Apibendrinant, su psichikos sveikata susijusio turinio ST žiūrėjimas yra susijęs su didesniu streso simptomų paplitimu tarp jaunų žmonių.

38 lentelė. Socialiniuose tinkluose su psichine sveikata susijusio turinio žiūrėjimo ir streso simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Žiūri turinį	72 (64,9)	26 (23,4)	13 (11,7)	17,632	2	< 0,001
Nežiūri turinio	233 (84,1)	31 (11,2)	13 (4,7)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Nustatyta statistiškai reikšminga sąsaja tarp su ST naudojimu susijusių kylusių jausmų ir depresijos simptomų sąsaja ($\chi^2 = 22,840$; $df = 4$; $p < 0,001$).

Jauni suaugusieji, kurie nurodė nejaučiantys su ST naudojimu siejamų emocijų didžioji dalis neturėjo depresijos simptomų (85,5 proc.), o lengvi ir vidutiniai simptomai buvo retesni (atitinkamai 7,6 proc. ir 6,9 proc.). Tarp tų, kurie sieja savo jausmus su ST naudojimu, depresijos simptomai pasireiškė dažniau, t.y. vidutiniai depresijos simptomai pasireiškė 18,3 proc., o lengvi depresijos simptomai pasireiškė 19,3 proc. respondentų. Tarp tų, kurie negalėjo įvertinti, taip pat stebimas didesnis depresijos paplitimas. Lengvi depresijos simptomai šioje grupėje nustatyti 12,2 proc., o vidutiniai 17,1 proc. respondentų (39 lentelė).

Šie rezultatai rodo, kad tiek jausmų siejimas su ST naudojimu, tiek neapibrėžtumas šiuo klausimu yra susijęs su didesniu depresijos simptomų pasireiškimu.

39 lentelė. Subjektyvaus jausmų siejimo su socialinių tinklų naudojimu ir depresijos simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Nesieja	124 (85,5)	11 (7,6)	10 (6,9)	22,840	4	< 0,001
Sieja	126 (62,4)	39 (19,3)	37 (18,3)			
Nežino	29 (70,7)	5 (12,2)	7 (17,1)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Nustatyta statistiškai reikšminga sąsaja tarp su ST naudojimu susijusių kylusių jausmų ir streso simptomų sąsaja ($\chi^2 = 31,981$; df = 4; p < 0,001).

Jauni suaugusieji, kurie nenurodė, kad jų jausmai yra susiję su ST naudojimu, didžioji dalis neturėjo streso simptomų (92,4 proc.), o lengvi ir vidutiniai simptomai buvo reti (atitinkamai 4,1 proc. ir 3,4 proc.). Tarp respondentų, kurie nurodė, kad jų jausmai yra susiję su ST naudojimu, streso simptomai pasireiškė dažniau, t.y. lengvi streso simptomai pasireiškė 19,3 proc., o vidutiniai 9,9 proc. jaunų žmonių. Respondentų, kurie negalėjo įvertinti, taip pat stebimas didesnis streso simptomų paplitimas, t.y. lengvi simptomai pasireiškė 29,3 proc., o vidutiniai 2,4 proc. respondentų (40 lentelė).

Šie rezultatai rodo, kad tiek jausmų siejimas su ST naudojimu, tiek neapibrėžtumas šiuo klausimu yra susijęs su didesniu ne tik depresijos, bet ir streso simptomų pasireiškimu.

40 lentelė. Subjektyvaus jausmų siejimo su socialinių tinklų naudojimu ir streso simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Nesieja	134 (92,4)	6 (4,1)	5 (3,4)	31,981	4	< 0,001
Sieja	143 (70,8)	39 (19,3)	20 (9,9)			
Nežino	28	12	1			

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
	(68,3)	(29,3)	(2,4)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

Nustatyta statistiškai reikšminga sąsaja tarp su ST naudojimu susijusių kylusių jausmų ir nerimo simptomų sąsaja ($\chi^2 = 21,120$; df = 4; $p < 0,001$). Siekiant užtikrinti statistinio testo prielaidų tenkinimą, atsakymai „nežinau“ buvo sujungti su grupe, nenurodžiusia jausmų sąsajos su ST naudojimu.

Jaunų suaugusiųjų, kurie nurodė, kad jų jausmai nėra susiję su ST naudojimu (įskaitant atsakymą „nežinau“), grupėje didesnė dalis neturėjo nerimo simptomų (63,4 proc.), o lengvi, vidutiniai, stiprūs ir labai stiprūs simptomai pasireiškė rečiau (atitinkamai 8,6 proc., 22,0 proc., 4,3 proc. ir 1,6 proc.). Respondentai, kurie nurodė, kad jų jausmai yra susiję su ST naudojimu, nerimo simptomai buvo dažnesni, t.y. lengvi nerimo simptomai pasireiškė 14,9 proc., vidutiniai 25,7 proc., stiprūs 14,4 proc., o labai stiprūs 1,0 proc. jaunų suaugusiųjų (41 lentelė).

Šie rezultatai rodo, kad tiek jausmų siejimas su ST naudojimu, tiek neapibrėžtumas šiuo klausimu yra susijęs su didesniu ne tik depresijos, streso, bet ir nerimo simptomų pasireiškimu. Todėl galima teigti, kad visi trys DASS-12 vertinami rodikliai yra statistiškai reikšmingai susiję su subjektyviai suvokiamu ST poveikiu.

41 lentelė. Subjektyvaus jausmų siejimo su socialinių tinklų naudojimu ir nerimo simptomų sąsajos (n, proc.)

Kintamieji	Simptomai neišreikšti n (proc.)	Lengvi simptomai n (proc.)	Vidutiniai simptomai n (proc.)	Stiprūs simptomai n (proc.)	Labai stiprūs simptomai n (proc.)	χ^2	df	p
Nesieja / Nežino	118 (63,4)	16 (8,6)	41 (22,0)	8 (4,3)	3 (1,6)	21,120	4	< 0,001
Sieja	89 (44,1)	30 (14,9)	52 (25,7)	29 (14,4)	2 (1,0)			

Pastaba: χ^2 – chi kvadrato kriterijus; df – laisvės laipsniai; p – statistinis reikšmingumas.

5. REZULTATŲ APTARIMAS

Šiam tyrimui atlikti buvo iškelti keturi uždaviniai. Pirmuoju uždaviniu siekta nustatyti jaunų žmonių socialinių medijų naudojimo trukmę bei žiūrimo turinio pobūdį.

Atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad dauguma jaunų suaugusiųjų ST naudoja 3-4 val. per dieną (62,4 proc.). Panašios tendencijos stebimos ir kituose tyrimuose, pavyzdžiui, Lenkijoje atliktas tyrimas nustatė, kad 42 proc. tyrimo dalyvių ST naudoja 3-4 val. per dieną [14]. Tai rodo, kad vidutinio intensyvumo ST naudojimas yra būdingas jaunų žmonių kasdienybei. Analizuojant ST naudojimo trukmę pagal lytį nustatyta, kad moterys dažniau nei vyrai nurodė, ilgesnį ST naudojimo laiką (≥ 5 val. per dieną). Šie rezultatai sutampa su ankstesnių tyrimų duomenimis, rodančiais, kad moterys ST yra linkusios praleisti daugiau laiko nei vyrai [12]. Todėl galima teigti, kad moterys yra labiau linkusios įsitraukti į ST naudojimą. Analizuojant šiame tyrime respondentų išsakytą laiką sugebant nesinaudoti ST, nustatyta, kad didžioji dalis ST galėtų nesinaudoti ≥ 8 val. per dieną (60,8 proc.). Šio tyrimo rezultatai sutampa su literatūroje pateikiama tendencija, kad didesnė dalis jaunų žmonių nurodo galintys ilgesnį laiką išbūti be ST, o mažesnė tik trumpą. Pavyzdžiui, nustatyta, kad apie 39 proc. jaunų žmonių nurodo galintys lengvai praleisti dieną nesinaudojant ST, tačiau 10 proc. teigia, jog jiems iškiltų sunkumai tai padaryti, o 5 proc. užtikrintai teigia, jog to padaryti negalėtų visai [14]. Nors šiame tyrime nustatytas didesnis respondentų gebėjimas nesinaudoti ST ilgesnį laiką, nei nurodoma ankstesniuose tyrimuose, visgi tai rodo, jog subjektyviai vertinamas gebėjimas atsiriboti nuo ST gali neatspindėti realaus jų naudojimo intensyvumo. Šiame tyrime išsiaiškinta, kad jauni žmonės dažniausiai naudoja „Facebook“ / „Messenger“ (85,3 proc.) ir „Instagram“ (69,6 proc.) platformomis. Rečiau, tačiau taip pat naudoja ir „TikTok“ (43,0 proc.) bei „YouTube“ (40,7 proc.) platformomis. Mažiausiai jų naudojamos yra „Snapchat“ (13,9 proc.) ir kitos (3,4 proc.) platformos. Panašios tendencijos stebimos ir mokslinėje literatūroje. 2020 m. Lenkijoje atlikto tyrimo duomenimis „Facebook“ išlieka viena pagrindinių ST platformų. Šia platforma Lenkijoje kasdien naudoja net 86 proc. jaunų žmonių [14], lyginant su šiame tyrime gautais duomenimis „Facebook“ / „Messenger“ naudojimas siekė 85,3 proc., todėl galima teigti, kad rezultatai beveik sutampa. Tai rodo stabilų „Facebook“ platformos populiarumą tarp jaunų žmonių mūsų regione. Toks dėsniumas pastebėtas ir vertinant „Instagram“ platformos naudojimą, Lenkijoje šios platformos kasdienis naudojimas siekė 70 proc. [14], o šiame tyrime 69,6 proc., todėl galima teigti, kad ir čia rezultatai beveik sutampa. Tai rodo, kad platforma „Instagram“ taip pat išlieka gana plačiai naudojama tarp jaunų suaugusiųjų. Palyginimui, 2022 m. Australijoje atliktame tyrime nustatyta, kad jauni žmonės dažniausiai naudoja „Facebook“, „Instagram“, „YouTube“ ir „Snapchat“ platformomis [16], nors dalis populiariausių socialinių platformų sutampa, Australijos tyrime didesnis dėmesys skiriamas „YouTube“

ir „Snapchat“, tuo tarpu šiame tyrime ryškiau stebimas „TikTok“ platformos naudojimas. Tai rodo, kad ST pasirinkimą gali lemti regionai bei kultūriniai skirtumai. Analizuojant socialinių medijų naudojimą pagal skirtingas amžiaus grupes nustatyta, kad statistiškai reikšmingi skirtumai pasireiškė IG ($\chi^2 = 31,527$; $p < 0,001$), TT ($\chi^2 = 44,048$; $p < 0,001$) ir SC ($\chi^2 = 38,765$; $p < 0,001$) platformų pasirinkime. Jauniausi tiriamieji (18-20 m.) dažniau naudojami TT ir SC platformas, o IG platforma populiariausia 21-25 m. amžiaus grupėje. Tuo tarpu FB platforma yra stabiliai populiari visose amžiaus grupėse ($p = 0,529$). Tai patvirtina mokslinėje literatūroje minimą tendenciją, kad jauni suaugusieji vis dažniau renkasi vizualinio turinio platformas, ypač „Instagram“ ir „TikTok“ [14]. Todėl ST pasirinkimą gali lemti ne tik skirtingi regionai, bet ir ST naudotojų amžius. Atlikto tyrimo duomenimis nustatyta, kad socialines medijas jauni žmonės labiausiai renkasi socialiniam (80,4 proc.), pramoginiam (75,5 proc.) ir informaciniam (54,6 proc.) turiniui stebėti. Panašios tendencijos stebimos ir mokslinėje literatūroje, pavyzdžiui, Lenkijoje pagrindinė ST naudojimosi priežastimi įvardytas ryšio palikymas su draugais (55 proc.) [14], Ispanijoje informacijos paieškai (70,7 proc.) [20], o Vokietijoje ST dažniausiai siejami su laiko praleidimu ir pramoginiu turiniu [19]. Tai rodo, kad ST jaunų suaugusiųjų tarpe pirmiausia yra naudojami bendravimui, pramogai ir informacijos paieškai. Informacinio turinio kategorijai priskiriamas ir su sveikata susijęs turinys, pavyzdžiui, informacija apie mitybą, psichikos sveikatą ar fizinį aktyvumą. Todėl galima daryti prielaidą, jog su sveikata susijęs turinys ST yra aktualus didelei daliai jaunų žmonių. Analizuojant su sveikata susijusio turinio pasirinkimą pagal lytį nustatyta, kad moterys statistiškai reikšmingai dažniau nei vyrai domėjosi mitybos (54,0 proc. ir 14,6 proc.), psichikos sveikatos (32,1 proc. ir 20,3 proc.) bei fizinio aktyvumo temomis (32,1 proc. ir 20,3 proc.). Tai rodo, kad jaunos moterys ST dažniau naudoja kaip informacinį šaltinį su sveikata susijusiomis temomis. Šie rezultatai papildė literatūroje minimus radmenis, jog ST dažnai naudojami sveikatos informacijos paieškai, pavyzdžiui, Australijoje atliktame tyrime nustatyta, kad net 67,8 proc. jaunų suaugusiųjų socialines medijas pasitelkia norėdami diskutuoti arba sužinoti daugiau apie sveikatą [16]. Tuo tarpu „Instagram“ ir „TikTok“ platformų naudojimas buvo statistiškai reikšmingai susijęs su domėjimusi mitybos ir psichikos sveikatos turiniu, o „Instagram“ taip pat ir fizinio aktyvumo temomis. „Facebook / Messenger“ statistiškai reikšmingų sąsajų su sveikatos turiniu nenustatyta. Tai rodo, kad jaunesni ST naudotojai su sveikata susijusios informacijos dažniau ieško vizualinio turinio ST platformose, kurios pasižymi didesniu ST naudotojų įtraukimu ir personalizuotu turiniu pateikimu. Šiame tyrime analizuojant ST naudojimo aplinkybes, nustatyta, kad jų naudojimas yra neatsiejama jauno žmogaus kasdienybės dalis. Gauti rezultatai sutampa su literatūroje aprašomais dėsningumais, kai ST naudojimas yra integruojamas į kasdienės žmogaus veiklas, ypač prieš miegą, vos pabudus bei valgymo metu. JAV ir Australijoje atlikti tyrimai taip pat pabrėžia dažną ST naudojimą vakare ir ryte, tačiau šiame tyrime šis rodiklis buvo dar

didesnis. Net 81 proc. respondentų nurodė ST naudojančius prieš miegą ar vos pabudę [23,24]. ST naudojimas valgant ar ruošiant maistą (53,9 proc.) šiame tyrime taip pat buvo labai panašus į Turkijoje atliktą tyrimą, kur 56,3 proc. respondentų ST naudojami valgio metu [28].

Antruoju uždaviniu siekta nustatyti socialinių medijų naudojimo trukmės ir turinio sąsajas su jaunų žmonių fiziniu aktyvumu.

Atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad didžioji dalis respondentų (78,9 proc.) seka su sportu ir fiziniu aktyvumu susijusias paskyras. O dažniausiai aktyviai judėti respondentus motyvuoja sporto trenerių vaizdo įrašai (56,7 proc.) bei „prieš ir po“ kūno transformacijų turinys (56,5 proc.). Panašus polinkis tokį turinį stebėti ST yra aprašomas ir literatūroje. Vokietijoje atliktas tyrimas parodė, kad 47,8 proc. jaunų suaugusiųjų (18-25 m.) ST stebi su sportu susijusį turinį, o 61,4 proc. jį naudoja sportinių pratimų paieškai [31]. Analizuojant šio tyrimo rezultatus nustatyta, kad ST matomas sporto turinys yra siejamas su realiais elgsenos pokyčiais, net 71,6 proc. respondentų nurodė tapę fiziškai aktyvesniais būtent dėl tokio turinio stebėjimo. Panašų dėsningumą atskleidžia ir Jungtinėje Karalystėje atliktas tyrimas, kuriame nustatyta, jog 46 proc. jaunų žmonių dėl socialiniuose tinkluose matyto turinio keitė su sveikata susijusį elgesį [32]. Todėl vizualinis sporto turinys ST gali tapti svarbiu motyvaciniu veiksniu formuojant jauno žmogaus fizinio aktyvumo įpročius. Analizuojant fizinio aktyvumo lygį, šiame tyrime nustatyta, kad didžioji dalis tiriamųjų (84,0 proc.) yra fiziškai aktyvūs, tačiau išlieka ir nepakankamai fiziškai aktyvių jaunų suaugusiųjų dalis. Šie rezultatai iš dalies prieštarauja kai kuriems užsienio šalių tyrimams, pavyzdžiui Turkijoje atliktame tyrime nustatyta, kad nemaža dalis jaunų žmonių (43 proc.) nepasiekia rekomenduojamo fizinio aktyvumo lygio [36]. Šį skirtumą galima aiškinti tyrimo metodologiniais ypatumais. Šiame tyrime fizinio aktyvumo lygis buvo vertinamas remiantis savęs vertinimo klausimynu (GLTEQ), todėl tikimybė, kad respondentai galėjo pervertinti savo fizinio aktyvumo lygį yra tikėtina. Kadangi duomenys buvo renkami ne tiesioginio stebėjimo būdu, o remiantis subjektyviais atsakymais, tokie rezultatai gali neatspindėti realaus fizinio aktyvumo lygio rodiklio šioje amžiaus grupėje. Šis tyrimas taip pat atskleidė reikšmingas sąsajas tarp ST matomo sporto turinio poveikio ir fizinio aktyvumo lygio, bei tokio turinio žiūrėjimo dažnio ir fizinio aktyvumo lygio. Nustatyta, kad jauni suaugusieji, kurie dažniau žiūri su fiziniu aktyvumu susijusį turinį arba nurodo didesnę jo motyvacinį poveikį, dažniau priklauso fiziškai aktyvių asmenų grupei. Be to, reikšmingas ryšys nustatytas ir tarp ST naudojimo trukmės bei fizinio aktyvumo lygio, todėl galima teigti, kad vidutinė ST naudojimo trukmė gali būti susijusi su didesniu fiziniu aktyvumu. Tačiau taip gali būti dėl to, kad tokie ST naudotojai dažniau susiduria su motyvuojančiu, su sportu susijusiu turiniu. Tuo tarpu tiek labai trumpas, tiek labai ilgas ST naudojimo laikas nebūtinai yra susijęs su aukštesniu fizinio aktyvumo lygiu. Tai leidžia manyti, jog svarbus yra ne tik ST naudojimo laikas, bet ir žiūrimo turinio pobūdis bei ST naudojimo tikslas. Šie

rezultatai iš dalies sutampa su ankstesniais tyrimais, kuriuose pabrėžiama, kad ST poveikis fiziniam aktyvumui priklauso ne nuo bendro naudojimo laiko, o nuo stebimo turinio pobūdžio [34]. Tyrimai rodo, kad su fiziniu aktyvumu susijęs turinys, ypač sporto turinio kūrėjų įrašai, gali skatinti motyvaciją ir fizinį aktyvumą [32]. Tačiau ST naudojimas kasdienese veiklose, pavyzdžiui, prieš miegą ar atliekant kitas veiklas yra dažnai siejamas su pasyviu laiko leidimu ir gali būti susijęs su sėdimu gyvenimo būdu [29].

Trečiuoju uždaviniu siekta nustatyti socialinių medijų naudojimo trukmės ir turinio sąsajas su jaunų žmonių mitybos įpročiais.

Atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad ST naudojimas yra stipriai susijęs su jaunų žmonių mitybos įpročiais bei jos pokyčiais. Nustatyta, kad didelė dalis respondentų (83,8 proc.) ST naudojami valgymo metu, o tai yra siejama su didesne tikimybe keisti mitybos įpročius. Taip pat nustatyta, kad dažnesnis ST naudojimas valgymo metu yra susijęs su didesniais mitybos įpročių pokyčiais. Šie rezultatai sutampa su literatūroje pabrėžiamu dėsningumu, jog ST naudojimas valgymo metu gali būti susijęs su didesniu suvartojamo maisto kiekiu bei prastesne mitybos kontrole [68]. Analizuojant ST matomo maisto turinio pobūdį nustatyta, kad didžioji dalis respondentų (78,4 proc.) dažniausiai mato sveiką ar subalansuotą maistą, tačiau nemaža dalis jaunų suaugusiųjų (72,2 proc.) ST taip pat pastebi greitą maistą ar desertus. Šie rezultatai iš esmės sutampa su kitų autorių tyrimais. Belgijoje atliktame tyrime nustatyta, kad net 67 proc. ST platinamų maisto nuotraukų sudaro mažos maistinės vertės produktai [62]. Įdomu tai, kad šiame tyrime nustatyta, jog sveiko maisto turinio matymas ST yra susijęs su didesne tikimybe keisti mitybos įpročius. Tarp matančių tokį turinį net 84,7 proc. respondentų nurodė keitę mitybą, tuo tarpu tarp tokio turinio nematančių jaunų suaugusiųjų šis rodiklis siekė tik 15,3 proc. Šie rezultatai sutampa su kitų autorių tyrimais. Pavyzdžiui, Australijoje atliktame tyrime nustatyta, kad net 71 proc. respondentų nurodė, jog ST matomas turinys juos įkvepia rinktis sveikesnius maisto produktus, o 51 proc. apklaustųjų teigė dėl šios įtakos pakeitę savo mitybos įpročius [70]. Tai gali būti grindžiama Didžiojoje Britanijoje atliktu tyrimu, kuriame pabrėžiamas vis labiau populiarėjantis „Fitspiration“ (terminas sudarytas iš žodžių fitness (liet. fizinis parengtumas) ir inspiration (liet. įkvėpimas) ST turinys. Tokio tipo turinys skirtas motyvuoti ST naudotojus sveikesniam gyvenimo būdui, ypač akcentuojant fizinį aktyvumą ir tinkamą mitybą. Tokie įrašai dažnai pateikia idealizuotus sveikesnės mitybos pasirinkimų pavyzdžius, kurie gali skatinti teigiamus elgsenos pokyčius [38]. Be to, šiame tyrime nustatyta, kad respondentai, kurie dažniau jaučia ST turinio įtaką, dažniau keičia savo mitybos įpročius. Net 87,9 proc. jaunų žmonių nurodė bent kartą pakeitę savo mitybą. Tačiau pastebėta, jog net ir respondentų dalis, kuri teigė, jog ST turinys jiems įtakos neturi, vis tiek buvo linkę keisti savo mitybą 44,2 proc.). Todėl galima daryti prielaidą apie galimą netiesioginį ST poveikį. Šiame tyrime taip pat nustatyta, kad ST naudojimo trukmė yra susijusi su mitybos įpročių keitimu. Didžiausia dalis mitybą keitusių jaunų suaugusiųjų buvo tarp tų, kurie ST

praleidžia 3-4 val. per dieną (80,2 proc.), tuo tarpu trumpiau, t.y. < 1 val. (28,6 proc.) ar labai ilgai, t.y. > 6 val. (52,2 proc.) leidžiantys respondentai mitybą keitė rečiau. Vis dėlto, literatūroje dažniau pabrėžiama, kad ST poveikis priklauso ne nuo jų naudojimo trukmės, o nuo stebimo turinio pobūdžio. Tyrimai rodo, kad su sveikata susijęs turinys gali skatinti teigiamus elgsenos pokyčius, o ilgesnis naudojimo laikas neretai siejamas su nepalankiais mitybos įpročiais [32,55]. Todėl galima daryti prielaidą, kad šiame tyrime nustatytas ryšys su ST naudojimo trukme gali būti susijęs su didesniu respondentų susidūrimu su sveikatai palankiu turiniu, o ne pačia naudojimo trukme kaip atskiru veiksmu.

Ketvirtuoju uždaviniu siekta nustatyti socialinių medijų naudojimo trukmės ir turinio sąsajas su jaunų žmonių psichikos sveikata.

Atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad ST naudojimas yra statistiškai reikšmingai susijęs su jaunų žmonių psichikos sveikatos rodikliais. Analizuojant respondentų patiriamas emocijas naudojantis ST nustatyta, kad nors didžioji dalis jaunų suaugusiųjų nurodė jaučiantys neutralias (66,8 proc.) ar teigiamas (29,9 proc.) emocijas, reikšminga dalis (24,8 proc.) patyrė ir neigiamus išgyvenimus, tokius kaip pavydas, nepilnavertiškumas ar nerimas. Tai atitinka literatūroje matomą kryptingumą, jog ST vienu metu gali veikti kaip tiek teigiamų, tiek neigiamų emocijų šaltinis, o jų poveikis jaunam žmogui priklauso nuo jų naudojimo pobūdžio ir turinio [77,106]. Taip pat šiame tyrime nustatytas ryšys tarp socialinio lyginimosi ir psichikos sveikatos rodiklių. Analizė parodė, kad didžioji dalis respondentų save su kitais ST lygina bent kartais (57,7 proc.), o net 17,3 proc. tai daro dažnai. Nustatyta, kad dažniau save su kitais lyginantys, dėl ST matomo turinio respondentai pasižymėjo didesniu depresijos, nerimo ir streso simptomų paplitimu. Pavyzdžiui, tarp dažnai besilyginančių respondentų 37,0 proc. pateko į vidutinio depresijos simptomų lygio grupę, kai tarp rečiau ar niekada nesilyginančių šis rodiklis siekė 24,1 proc. Tai sutampa su ankstesniais tyrimais, rodančiais jog savęs lyginimas ST yra itin paplitęs reiškinys, net 96 proc. respondentų nurodo bent kartą per dvi savaites save lyginantys su kitais, o kasdien tai daro net 63,6 proc. [98]. Be to, šiame tyrime nustatyta, kad spaudimas atitikti ST formuojamus standartus taip pat yra susijęs su prastesniais psichikos sveikatos rodikliais. Jauni suaugusieji, kurie dažniau jaučia tokį spaudimą, dažniau pasižymi vidutinio ar stipraus lygio depresijos, nerimo ir streso simptomais. Pavyzdžiui, tarp dažnai spaudimą jaučiančių respondentų vidutinio depresijos lygio simptomai nustatyti 31,1 proc., kai tarp retai ar niekada spaudimo nejaučiančių šis rodiklis siekė tik 13,2 proc. Tai patvirtina literatūros duomenys, kad ST turinys, orientuotas į idealizuotus standartus, yra susijęs su didesne psichologine įtampa bei nepasitenkinimu savimi [97]. Analizuojant ST naudojimo trukmę nustatyta, kad ilgesnis laikas, praleidžiamas ST, yra susijęs su didesniu depresijos ir nerimo simptomų paplitimu. Respondentai, kurie ST praleidžia daugiau nei 5 val. per dieną, dažniau pasižymėjo vidutinio ar stipraus lygio simptomais. Pavyzdžiui, šioje grupėje vidutinio depresijos simptomų lygio paplitimas siekė 16,7

proc., kai tarp ≤ 2 val. per dieną ST naudojančių jaunų suaugusiųjų jis sudarė 14,9 proc. Taip pat daugiau nei 5 val. ST naudojančys jauni suaugusieji dažniau pasižymi vidutinio (37,5 proc.), stipraus (12,5 proc.) ir labai stipraus (4,2 proc.) nerimo simptomais, palyginti su mažiau laiko ST praleidžiančiais asmenimis. Šie rezultatai yra panašūs į kitų tyrimų išvadas, rodančias, kad intensyvus ST naudojimas didina depresijos riziką, o kiekviena papildoma naudojimosi valanda šią riziką padidina dar 13 proc. [80]. Panašūs rezultatai nustatyti ir kituose tyrimuose, kuriuose pabrėžiama bendros perteklinės ST naudojimo trukmės svarba psichikos sveikatai [78]. Kita vertus, šiame tyrime nenustatyta statistiškai reikšminga sąsaja tarp sąmoningo ST naudojimo laiko ribojimo ir psichikos sveikatos rodiklių. Todėl galima formuluoti prielaidą, jog vien tik laiko kontrolė gali būti nepakankama. Svarbi yra ne tik naudojimo trukmė, bet ir ST stebimas turinys [103,104]. Taip pat šiame tyrime nustatyta, kad respondentai, kurie nurodė siejantys savo jausmus su ST naudojimu, dažniau pasižymi depresijos simptomais. Šioje grupėje vidutinio lygio depresijos simptomai pasireiškė 18,3 proc., o lengvi 19,3 proc. Tuo tarpu tarp respondentų, kurie tokio ryšio nenurodė, net 85,5 proc. neturėjo depresijos simptomų, o lengvi ir vidutinio išreikštumo simptomai buvo gerokai retesni. Šiuos rezultatus galima interpretuoti taip, jog ne tik pats ST naudojimas, bet ir subjektyvus jų poveikio suvokimas yra svarbus veiksnys, galintis sustiprinti neigiamą emocinę patirtį [116]. Šiame tyrime gauti rezultatai taip pat atskleidė, kad su psichikos sveikata susijusio turinio stebėjimas ST, siejasi su didesniu psichikos sveikatos simptomų paplitimu. Šie rezultatai gali būti aiškinami tuo, kad tokį turinį dažniau renkasi asmenys, jau patiriantys psichologinių sunkumų ir ieškantys informacijos ar pagalbos šioje srityje. Todėl nustatytas ryšys, kaip nurodoma ankstesniuose tyrimuose, gali atspindėti ne tik galimą ST poveikį, bet ir tai, kad patys naudotojai aktyviai naudojami ST kaip informacijos, bei emocinės paramos šaltiniu [109,110]. Apibendrinant galima teigti, kad ST poveikis jaunų žmonių psichikos sveikatai yra daugialypis ir priklauso nuo įvairių veiksnių, įskaitant naudojimo trukmės, socialinio lyginimosi, jaučiamo spaudimo, emocinio reagavimo į turinį, bei subjektyvaus poveikio suvokimą. Nors ST gali turėti ir teigiamų aspektų, šiame tyrime nustatyta, kad intensyvesnis ir problemiškesnis jų naudojimas dažniau siejasi su prastesniais psichikos sveikatos rodikliais, kas sutampa su daugumos ankstesnių tyrimų išvadomis [78,103,104].

5.1. Tyrimo privalumai ir trūkumai

Šio tyrimo stiprioji pusė yra tai, kad tyrime buvo analizuotas kompleksinis socialinių medijų poveikis, t.y. vertintos ne tik jų naudojimo trukmės, bet ir turinio sąsajos. Taip pat tyrime naudota standartizuota DASS-12 skalė, leidžianti įvertinti depresijos, nerimo ir streso simptomus bei palyginti gautus duomenis su kitų tyrimų duomenimis. Be to, tyrime nagrinėtas tiek objektyvus socialinių medijų

naudojimas, tiek subjektyvus jų naudojimo suvokimas, kas leidžia išsamiau suprasti galimą jų poveikį jauno žmogaus sveikatai.

Vienas pagrindinių šio tyrimo trūkumų yra tai, kad duomenys buvo renkami savęs vertinimo būdu, todėl galimas atsakymų netikslumas. Dėl šios priežasties respondentai galėjo pervertinti arba nuvertinti savo socialinių medijų naudojimą, psichikos sveikatos būklę ir fizinio aktyvumo lygį. Taip pat tyrimo ribotumu galima laikyti ir tai, kad šiame tyrime analizuotas mitybos įpročių pokyčių paplitimas, tačiau nevertinta ar šie pokyčiai buvo palankūs sveikatai, ar galėjo turėti neigiamą poveikį. Respondentai nurodė, ar dėl socialiniuose tinkluose matomo turinio keitė savo mitybos įpročius (pvz., atsisakė tam tikrų maisto produktų ar pradėjo laikytis dietų), tačiau nebuvo detalai vertinama šių pokyčių kryptis ir poveikis sveikatai. Dėl to negalima vienareikšmiškai teigti, ar socialinių tinklų įtakoje atsiradę mitybos pokyčiai buvo palankūs, ar priešingai, galėjo skatinti nevisavertę mitybą. Be to tyrimo imtis, gali būti nepilnai reprezentatyvi visai jaunų žmonių populiacijai, todėl gauti rezultatai negali būti taikomi visai visuomenei.

6. IŠVADOS

1. Socialinių medijų naudojimas yra nuolatinė jaunų žmonių kasdienybės dalis. Populiariausios platformos yra „Facebook“, „Instagram“ ir „TikTok“, o vidutinė naudojimosi trukmė siekia 3-4 valandas per dieną. Socialiniai tinklai jauniems žmonėms yra svarbus informacijos apie mitybą, fizinį aktyvumą ir psichikos sveikatą šaltinis.
2. Socialinių medijų turinio pobūdis turi tiesioginį ryšį su jaunų žmonių fiziniu aktyvumu. Su fiziniu aktyvumu susijusio turinio stebėjimas socialinėse medijose siejosi su didesne motyvacija sportuoti ir aukštesniu fizinio aktyvumo lygiu. Turinys yra svarbesnis veiksnys fiziniam aktyvumui nei bendra socialiniuose tinkluose praleidžiama trukmė.
3. Socialinių tinklų turinys yra reikšmingas mitybos elgseną formuojantis veiksnys. Sveikos mitybos, subalansuoto gyvenimo būdo ar maisto gamybos turinį dažniau stebėję jauni žmonės dažniau nurodė keičiantys savo mitybos įpročius. Mitybos įpročių pokyčiai taip pat siejosi su nevisaverčio maisto, desertų ir užkandžių turinio stebėjimu. Mitybos įpročius dažniau keitė jauni asmenys, socialiniuose tinkluose praleidžiantys vidutinį laiką bei besinaudojantys socialiniais tinklais valgymo metu.
4. Socialinių medijų naudojimo pobūdis ir trukmė yra susiję su jaunų žmonių psichikos sveikatos rodikliais. Subjektyviai suvokiamas neigiamas socialinių tinklų poveikis emocinei būsenai, dažnas savęs lyginimas su kitais bei spaudimas atitikti formuojamus standartus koreliuoja su didesniu depresijos, nerimo ir streso simptomų paplitimu. Ilga socialinių medijų naudojimo trukmė (5 valandos ir ilgiau per dieną) yra susijusi su vidutinio ir stipraus lygio psichikos sveikatos sutrikimų simptomatika.

7. REKOMENDACIJOS

1. Jauniems žmonėms rekomenduojama kritiškai vertinti socialinėse medijose pateikiamą informaciją apie mitybą, fizinį aktyvumą ir gyvenimo būdą bei atkreipti dėmesį į socialiniuose tinkluose praleidžiamą laiką.
2. Visuomenės sveikatos biurams ir specialistams rekomenduojama didinti patikimos, mokslu grįstos informacijos apie mitybą, fizinį aktyvumą ir psichikos sveikatą sklaidą socialiniuose tinkluose, pasitelkiant jauniems žmonėms patrauklias platformas, tokias kaip „Instagram“, „Facebook“ ir „TikTok“.
3. Mokslininkams ir ateities tyrimų vykdytojams rekomenduojama atlikti Godin'o laisvalaikio fizinio aktyvumo klausimyno (GLTEQ) kultūrinį adaptavimą ir validavimą lietuvių kalba, siekiant užtikrinti tikslesnį fizinio aktyvumo vertinimą Lietuvos populiacijoje.
4. Mokslininkams ir ateities tyrimų vykdytojams rekomenduojama vertinti socialinių tinklų turinio moderavimo netolygumus. Kadangi socialinių tinklų platformose dalis su psichikos sveikata susijusių paieškų (pvz., „depresija“, „anoreksija“, „bulimija“) yra ribojamos arba papildomos pagalbos nuorodomis, tačiau netiesiogiai su kūno idealais, svorio mažinimu ar savęs lyginimu susijęs turinys išlieka plačiai prieinamas. Todėl rekomenduojama ateityje plačiau vertinti ne tik tiesiogiai žalingo turinio moderavimą, bet ir algoritmų vaidmenį formuojant jaunų žmonių kūno įvaizdžio, savivertės ir emocinės savijautos suvokimą.

8. LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. IX-1871 Lietuvos Respublikos jaunimo politikos pagrindų įstatymas [Prieiga per internetą]. [žiūrėta 2026 m. sausio 13 d.]. Adresas: <https://www.e-tar.lt/portal/it/legalAct/TAR.92E111F705DD/asr>
2. Dane A, Bhatia K. The social media diet: A scoping review to investigate the association between social media, body image and eating disorders amongst young people. Singh R, sudarytojas. PLOS Glob Public Health. 2023;3:e0001091. doi:10.1371/journal.pgph.0001091
3. Duggan M, Brenner J. The demographics of social media users, 2012. T. 14. Pew Research Center's Internet & American Life Project Washington, DC; 2013.
4. Wu P, Feng R. Social media and health: emerging trends and future directions for research on young adults. Int J Environ Res Public Health. 2021;18:8141.
5. Rounsefell K, Gibson S, McLean S, Blair M, Molenaar A, Brennan L, ir kt. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. Nutr Diet. 2020;77:19–40.
6. Mičíková L, Zemanová M, Kašlíková K, Stupková D, Vavřková B, Kohlová A, ir kt. Educating and Shaping Healthy Habits through Social Media. Eur J Public Health. 2025;35:ckaf161.1400. doi:10.1093/eurpub/ckaf161.1400
7. Finserås TR, Andersen AIO, Hjetland GJ, Panayiotou M, Davies J, Skogen JC. Do you believe social media is good for you? Associations between adolescents' beliefs about social media and mental health. J Affect Disord. 2026;394:120543. doi:10.1016/j.jad.2025.120543
8. Chung A, Vieira D, Donley T, Tan N, Jean-Louis G, Gouley KK, ir kt. Adolescent peer influence on eating behaviors via social media: scoping review. J Med Internet Res. 2021;23:e19697.
9. Salari N, Zarei H, Hosseini-Far A, Rasoulpoor S, Shohaimi S, Mohammadi M. The global prevalence of social media addiction among university students: a systematic review and meta-analysis. J Public Health. 2025;33:223–36.
10. Anderson M, Faverio M, Gottfried J. Teens, social media and technology 2023. Pew Res Cent. 2023;11:411–25.

11. Kuss DJ, Griffiths MD. Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *Int J Environ Res Public Health*. 2017;14:311.
12. Cabeza Martínez B, d'Hombres B, Kovacic M. Social media use, loneliness and emotional distress among young people in europe. *GLO Discussion Paper*; 2025 m.
13. Sennock S, und Wilkau K v L, Guenther A, Brandhorst I, Zinke K, Conzelmann A, ir kt. Investigation of the influence of 45-minute pre-sleep social media use on sleep quality and memory consolidation in adolescents. *Sleep Med*. 2024;124:299–307.
14. Wojdan W, Wdowiak K, Witas A, Drogoń J, Brakowiecki W. The impact of social media on the lifestyle of young people. *Pol J Public Health*. 2020;130:8–13.
15. Woodward MJ, McGettrick CR, Dick OG, Ali M, Teeters JB. Time spent on social media and associations with mental health in young adults: Examining TikTok, Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, Snapchat, and Reddit. *J Technol Behav Sci*. 2025;10:661–71.
16. Lim MS, Molenaar A, Brennan L, Reid M, McCaffrey T. Young adults' use of different social media platforms for health information: Insights from web-based conversations. *J Med Internet Res*. 2022;24:e23656.
17. Stamenković I, Aleksić D, Živadinović TĐ. Social media algorithms and data management. *Balk Soc Sci Rev*. 2023;21:199–217.
18. Stockdale LA, Coyne SM. Bored and online: Reasons for using social media, problematic social networking site use, and behavioral outcomes across the transition from adolescence to emerging adulthood. *J Adolesc*. 2020;79:173–83.
19. Brailovskaia J, Schillack H, Margraf J. Tell me why are you using social media (SM)! Relationship between reasons for use of SM, SM flow, daily stress, depression, anxiety, and addictive SM use—An exploratory investigation of young adults in Germany. *Comput Hum Behav*. 2020;113:106511.
20. Pedro Farias-Batlle., Alba Córdoba-Cabús, Bernardo Gómez-Calderón. Young People and Social Networks: News Consumption Habits and Credibility of the News. *Comunicar*. 2023. doi:10.58262/V32I78.13

21. Keating A, Melis G. Social media and youth political engagement: Preaching to the converted or providing a new voice for youth? *Br J Polit Int Relat.* 2017;19:877–94. doi:10.1177/1369148117718461
22. Ewing CR, Nienstedt C, Wright RR, Chambers S. Social Media Use Motives: An Influential Factor in User Behavior and User Health Profiles. *Psi Chi J Psychol Res.* 2023;28:275–86. doi:10.24839/2325-7342.JN28.4.275
23. Ellithorpe ME, Ulusoy E, Eden A, Hahn L, Yang C, Tucker RM. The complicated impact of media use before bed on sleep: Results from a combination of objective EEG sleep measurement and media diaries. *J Sleep Res.* 2022;31:e13551.
24. Gregory L, Dutton T, Osuagwu UL, Vines R. Does social media usage ameliorate loneliness in rural youth? A cross sectional pilot study. *BMC Psychiatry.* 2023;23:371.
25. Oksa R, Saari T, Kaakinen M, Oksanen A. The Motivations for and Well-Being Implications of Social Media Use at Work among Millennials and Members of Former Generations. *Int J Environ Res Public Health.* 2021;18:803. doi:10.3390/ijerph18020803
26. Chansukree P, Sagarik D, Cho W. Public Employee Use of Social Media at Work: Competency, Collaboration, and Communication of Workplace Policy. *Public Pers Manag.* 2022;51:330–54. doi:10.1177/00910260221098737
27. Kangeyam Institute of Technology, Kangeyam- 638701, Tamilnadu, India., Kumar RS, Raguvaran R, .Sivakumar .K. Social Media Usage and Study Habits of Students: Present Trends and Challenges. *Int J Sci Res Eng Manag.* 2025;09:1–9. doi:10.55041/IJSREM52228
28. Cetin IH, Aytulu T. The relationship between social media use, intuitive eating and dietary intake in adults. *Psychol Health Med.* 2025;1–12. doi:10.1080/13548506.2025.2569107
29. Bengtsson S, Johansson S. The Meanings of Social Media Use in Everyday Life: Filling Empty Slots, Everyday Transformations, and Mood Management. *Soc Media Soc.* 2022;8:20563051221130292. doi:10.1177/20563051221130292
30. Physical activity [Prieiga per internetą]. WHO. Adresas: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>

31. Klier K, Rommerskirchen T, Brixius K. #fitspiration: a comparison of the sport-related social media usage and its impact on body image in young adults. *BMC Psychol.* 2022;10:320. doi:10.1186/s40359-022-01027-9
32. Goodyear VA, Armour KM, Wood H. Young people and their engagement with health-related social media: new perspectives. *Sport Educ Soc.* 2019;24:673–88. doi:10.1080/13573322.2017.1423464
33. Oyibo K, Vassileva J. Investigation of persuasive system design predictors of competitive behavior in fitness application: a mixed-method approach. *Digit Health.* 2019;5:2055207619878601.
34. Durau J, Diehl S, Terlutter R. Motivate me to exercise with you: The effects of social media fitness influencers on users' intentions to engage in physical activity and the role of user gender. *Digit Health.* 2022;8:205520762211027. doi:10.1177/20552076221102769
35. Todorovic J, Terzic-Supic Z, Djikanovic B, Nesic D, Piperac P, Stamenkovic Z. Can social media intervention improve physical activity of medical students? *Public Health.* 2019;174:69–73. doi:10.1016/j.puhe.2019.05.030
36. Nazan Ozturk, Fatma Unver. Investigation of Leisure Time, Life and Sleep Quality in University Students. *J Life Sci.* 2020;14. doi:10.17265/1934-7391/2020.01.001
37. Simpson CC, Mazzeo SE. Skinny is not enough: A content analysis of fitspiration on Pinterest. *Health Commun.* 2017;32:560–7.
38. Easton S, Morton K, Tappy Z, Francis D, Dennison L. Young People's Experiences of Viewing the Fitspiration Social Media Trend: Qualitative Study. *J Med Internet Res.* 2018;20:e219. doi:10.2196/jmir.9156
39. DiBisceglie S, Arigo D. Perceptions of# fitspiration activity on Instagram: Patterns of use, response, and preferences among fitstagrammers and followers. *J Health Psychol.* 2021;26:1233–42.
40. Talbot CV, Gavin J, Van Steen T, Morey Y. A content analysis of thinspiration, fitspiration, and bonespiration imagery on social media. *J Eat Disord.* 2017;5:40.
41. Tiggemann M, Zaccardo M. 'Strong is the new skinny': A content analysis of# fitspiration images on Instagram. *J Health Psychol.* 2018;23:1003–11.

42. Carrotte ER, Prichard I, Lim MSC. “Fitspiration” on social media: A content analysis of gendered images. *J Med Internet Res*. 2017;19:e95.
43. Prichard I, McLachlan AC, Lavis T, Tiggemann M. The impact of different forms of# fitspiration imagery on body image, mood, and self-objectification among young women. *Sex Roles*. 2018;78:789–98.
44. Cataldo I, De Luca I, Giorgetti V, Cicconcelli D, Bersani FS, Imperatori C, ir kt. Fitspiration on social media: Body-image and other psychopathological risks among young adults. A narrative review. *Emerg Trends Drugs Addict Health*. 2021;1:100010.
45. Colledge F, Sattler I, Schilling H, Gerber M, Pühse U, Walter M. Mental disorders in individuals at risk for exercise addiction—A systematic review. *Addict Behav Rep*. 2020;12:100314.
46. Forrest KY, Stuhldreher WL. Patterns and correlates of body image dissatisfaction and distortion among college students. *Am J Health Stud*. 2007;22.
47. American Psychiatric Association, American Psychiatric Association, sudarytojai. *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-5*. 5th ed. Washington, D.C: American Psychiatric Association; 2013. 947 p.
48. Cataldo I, Lepri B, Neoh MJY, Esposito G. Social Media Usage and Development of Psychiatric Disorders in Childhood and Adolescence: A Review. *Front Psychiatry*. 2021;11:508595. doi:10.3389/fpsy.2020.508595
49. Pilgrim K, Bohnet-Joschko S. Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. *BMC Public Health*. 2019;19:1054. doi:10.1186/s12889-019-7387-8
50. Kapadia A, Patki S. Effect of fitspiration on state Self-Esteem among young adults. *Identity*. 2024;24:45–63.
51. Chan RC, Wong EMY, Suen YT. Consuming fitspiration content on Instagram as a risk factor for self-objectification and depression symptoms among sexual minority individuals: Exploring the intersection of gender and sexual orientation. *Comput Hum Behav*. 2024;161:108363.

52. Ratwatte P, Mattacola E. An exploration of ‘fitspiration’ content on YouTube and its impacts on consumers. *J Health Psychol.* 2021;26:935–46. doi:10.1177/1359105319854168
53. Gökmen Y, Yalçın G, Çiftçi İC, Kolik BK, Tüccar MO, Arıç M, ir kt. The Effect of Social Media and Internet Use on Patients Using Over-the-Counter Vitamin Supplements. *Istanb Med J.* 2026;27.
54. Mallick M, Camacho CB, Daher J, El Khoury D. Dietary supplements: a gateway to doping? *Nutrients.* 2023;15:881.
55. Hogue J, Minister C, Samson L, Campbell G, Mills J. Young women’s dialectical responses to fitspiration and thinspiration: A qualitative study. *Eat Behav.* 2023;50:101758.
56. Thai H, Davis CG, Mahboob W, Perry S, Adams A, Goldfield GS. Reducing social media use improves appearance and weight esteem in youth with emotional distress. *Psychol Pop Media.* 2024;13:162–9. doi:10.1037/ppm0000460
57. Patel TA, Perez A, Cougle JR. The Effects of Thinspiration Social Media on Overvaluation of Appearance, Safety Behavior, and Appearance Concerns. *Cyberpsychology Behav Soc Netw.* 2025;28:717–22. doi:10.1177/21522715251371095
58. Schönhals K, Lalk C, Vocks S. Fitspiration, Thinspiration, Body Positivity, and Body Neutrality Contents on Image-Based Social Media: Associations With Body Image, Mood, Self-Esteem, and Disordered Eating Behavior in Women With and Without Self-Reported Eating Disorders—An Ecological Momentary Assessment Study. *Int J Eat Disord.* 2026.
59. Ibrahim A, Bani-Issa W, AlMarzouqi A, Al-awar S, Ibrahim S, Ibrahim A, ir kt. The influence of social media food marketing on body mass index among college students: public health and media perspectives. *Front Commun.* 2025;10:1525927. doi:10.3389/fcomm.2025.1525927
60. Demers-Potvin É, White M, Potvin Kent M, Nieto C, White CM, Zheng X, ir kt. Adolescents’ media usage and self-reported exposure to advertising across six countries: implications for less healthy food and beverage marketing. *BMJ Open.* 2022;12:e058913. doi:10.1136/bmjopen-2021-058913
61. Van Der Bend DLM, Jakstas T, Van Kleef E, Shrewsbury VA, Bucher T. Adolescents’ exposure to and evaluation of food promotions on social media: a multi-method approach. *Int J Behav Nutr Phys Act.* 2022;19:74. doi:10.1186/s12966-022-01310-3

62. Qutteina Y, Hallez L, Mennes N, De Backer C, Smits T. What Do Adolescents See on Social Media? A Diary Study of Food Marketing Images on Social Media. *Front Psychol.* 2019;10:2637. doi:10.3389/fpsyg.2019.02637
63. Fleming-Milici F, Harris JL. Adolescents' engagement with unhealthy food and beverage brands on social media. *Appetite.* 2020;146:104501.
64. Abbas J, Aman J, Nurunnabi M, Bano S. The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan. *Sustainability.* 2019;11:1683. doi:10.3390/su11061683
65. Aslam M, Khan JG, Khan G, Asif H, Atta N, Rafique A, ir kt. Impact of Social Media and Peer Pressure on Eating Behaviors of Adolescents: Social Media and Peer Pressure on Eating Behaviors. *Pak Biomed J.* 2021;4:181–6.
66. Mayasari NR, Ho DKN, Lundy DJ, Skalny AV, Tinkov AA, Teng IC, ir kt. Impacts of the COVID-19 Pandemic on Food Security and Diet-Related Lifestyle Behaviors: An Analytical Study of Google Trends-Based Query Volumes. *Nutrients.* 2020;12:3103. doi:10.3390/nu12103103
67. Iqbal A, Waqas M, Shehzad Q. Effect of Social Media Marketing of Food on Obesity among Youth. *Online Media Soc.* 2024;5:36–45. doi:10.71016/oms/afm3vv40
68. Sina E, Boakye D, Christianson L, Ahrens W, Hebestreit A. Social Media and Children's and Adolescents' Diets: A Systematic Review of the Underlying Social and Physiological Mechanisms. *Adv Nutr.* 2022;13:913–37. doi:10.1093/advances/nmac018
69. Fitzsimmons-Craft EE, Krauss MJ, Costello SJ, Floyd GM, Wilfley DE, Cavazos-Rehg PA. Adolescents and young adults engaged with pro-eating disorder social media: eating disorder and comorbid psychopathology, health care utilization, treatment barriers, and opinions on harnessing technology for treatment. *Eat Weight Disord - Stud Anorex Bulim Obes.* 2020;25:1681–92. doi:10.1007/s40519-019-00808-3
70. Goerke K, Ng AH, Trakman GL, Forsyth A. The influence of social media on the dietary behaviors of young Australian adults: A mixed methods exploration. *Ment Health Sci.* 2024;2:21–6. doi:10.1002/mhs2.46

71. Khaleel S, Abbas N, Niazi D, Aljundi H, Alrouh R, Abugharbiyeh Y, et al. Characteristics and correlates of the use of social media for nutrition among young adults in the United Arab Emirates. *BMC Public Health*. 2025;25:1994. doi:10.1186/s12889-025-22158-9
72. Potvin Kent M, Pauzé E, Roy E, De Billy N, Czoli C. Children and adolescents' exposure to food and beverage marketing in social media apps. *Pediatr Obes*. 2019;14:e12508. doi:10.1111/ijpo.12508
73. Hocaoglu D. Social media as a powerful tool for food preparation and gaining healthy eating habits. 2025.
74. Khalaf AM, Alubied AA, Khalaf AM, Rifaey AA. The Impact of Social Media on the Mental Health of Adolescents and Young Adults: A Systematic Review. *Cureus*. 2023;15:e42990. doi:10.7759/cureus.42990 PubMed PMID: 37671234; PubMed Central PMCID: PMC10476631.
75. World Health Organization. World mental health report: Transforming mental health for all. World Health Organization; 2022.
76. Tyagi T, Meena S. Online social networking and its relationship with mental health and emotional intelligence among female students. *Clin Epidemiol Glob Health*. 2022;17:101131.
77. Shannon H, Bush K, Villeneuve PJ, Hellemans KG, Guimond S. Problematic Social Media Use in Adolescents and Young Adults: Systematic Review and Meta-analysis. *JMIR Ment Health*. 2022;9:e33450. doi:10.2196/33450
78. Twenge JM, Farley E. Not all screen time is created equal: associations with mental health vary by activity and gender. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol*. 2021;56:207–17.
79. Sela Y, Zach M, Amichay-Hamburger Y, Mishali M, Omer H. Family environment and problematic internet use among adolescents: The mediating roles of depression and fear of missing out. *Comput Hum Behav*. 2020;106:106226.
80. Liu M, Kamper-DeMarco KE, Zhang J, Xiao J, Dong D, Xue P. Time Spent on Social Media and Risk of Depression in Adolescents: A Dose–Response Meta-Analysis. *Int J Environ Res Public Health*. 2022;19:5164. doi:10.3390/ijerph19095164

81. Othman N, Ahmad F, El Morr C, Ritvo P. Perceived impact of contextual determinants on depression, anxiety and stress: a survey with university students. *Int J Ment Health Syst.* 2019;13:17.
82. Dülger H, Ayaz-Alkaya S. Prevalence of Stress, Anxiety, Depression, and Sleep Quality Among Young Adults in Türkiye: A Cross-Sectional Study. *J Eval Clin Pract.* 2025;31:e70002. doi:10.1111/jep.70002
83. Al Omari O, Al Sabei S, Al Rawajfah O, Abu Sharour L, Aljohani K, Alomari K, ir kt. Prevalence and Predictors of Depression, Anxiety, and Stress among Youth at the Time of COVID-19: An Online Cross-Sectional Multicountry Study. *Depress Res Treat.* 2020;2020:1–9. doi:10.1155/2020/8887727
84. Ramón-Arbués E, Gea-Caballero V, Granada-López JM, Juárez-Vela R, Pellicer-García B, Antón-Solanas I. The Prevalence of Depression, Anxiety and Stress and Their Associated Factors in College Students. *Int J Environ Res Public Health.* 2020;17:7001. doi:10.3390/ijerph17197001
85. Hajek A, Sabat I, Neumann-Böhme S, Schreyögg J, Barros PP, Stargardt T, ir kt. Prevalence and determinants of probable depression and anxiety during the COVID-19 pandemic in seven countries: Longitudinal evidence from the European COvid Survey (ECOS). *J Affect Disord.* 2022;299:517–24. doi:10.1016/j.jad.2021.12.029
86. Çiftci N, Sarman A, Çoban M. The relationship between social media addiction, insomnia, and depression in adolescents. *Psychol Health Med.* 2026;31:437–52.
87. Lin CY, Potenza MN, Ulander M, Broström A, Ohayon MM, Chattu VK, ir kt. Longitudinal relationships between nomophobia, addictive use of social media, and insomnia in adolescents. *T. 9. MDPI;* 2021. p. 1201.
88. Das-Friebel A, Lenneis A, Realo A, Sanborn A, Tang NK, Wolke D, ir kt. Bedtime social media use, sleep, and affective wellbeing in young adults: An experience sampling study. *J Child Psychol Psychiatry.* 2020;61:1138–49.
89. Garg M. Mental health analysis in social media posts: a survey. *Arch Comput Methods Eng.* 2023;30:1819–42.

90. Biernesser C, Sewall CJ, Brent D, Bear T, Mair C, Trauth J. Social media use and deliberate self-harm among youth: A systematized narrative review. *Child Youth Serv Rev.* 2020;116:105054.
91. Tørmøen AJ, Myhre MØ, Kildahl AT, Walby FA, Rossow I. A nationwide study on time spent on social media and self-harm among adolescents. *Sci Rep.* 2023;13:19111.
92. Macrynika N, Auad E, Menjivar J, Miranda R. Does social media use confer suicide risk? A systematic review of the evidence. *Comput Hum Behav Rep.* 2021;3:100094.
93. Craig W, Boniel-Nissim M, King N, Walsh SD, Boer M, Donnelly PD, et al. Social media use and cyber-bullying: A cross-national analysis of young people in 42 countries. *J Adolesc Health.* 2020;66:S100–8.
94. Ademiluyi A, Li C, Park A. Implications and preventions of cyberbullying and social exclusion in social media: systematic review. *JMIR Form Res.* 2022;6:e30286.
95. Nobakht HN, Wichstrøm L, Steinsbekk S. Longitudinal relations between social media use and cyberbullying victimization across adolescence: Within-person effects in a birth cohort. *J Youth Adolesc.* 2026;55:58–67.
96. Revranche M, Biscond M, Husky M. Investigating the relationship between social media use and body image among adolescents: A systematic review. *L'encephale.* 2021;48:206–18.
97. Jiotso B, Naccache B, Duval M, Rocher B, Grall-Bronnec M. Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *Int J Environ Res Public Health.* 2021;18:2880.
98. Andrade FC, Erwin S, Burnell K, Jackson J, Storch M, Nicholas J, et al. Intervening on Social Comparisons on Social Media: Electronic Daily Diary Pilot Study. *JMIR Ment Health.* 2023;10:e42024. doi:10.2196/42024
99. Sanzari CM, Gorrell S, Anderson LM, Reilly EE, Niemiec MA, Orloff NC, et al. The impact of social media use on body image and disordered eating behaviors: Content matters more than duration of exposure. *Eat Behav.* 2023;49:101722.

100. Taylor Z, Yankouskaya A, Panourgia C. Social media use, loneliness and psychological distress in emerging adults. *Behav Inf Technol*. 2024;43:1312–25.
101. Youssef L, Hallit R, Kheir N, Obeid S, Hallit S. Social media use disorder and loneliness: any association between the two? Results of a cross-sectional study among Lebanese adults. *BMC Psychol*. 2020;8:56. doi:10.1186/s40359-020-00421-5
102. Thomas L, Orme E, Kerrigan F. Student Loneliness: The Role of Social Media Through Life Transitions. *Comput Educ*. 2020;146:103754. doi:10.1016/j.compedu.2019.103754
103. Marzo RR, Jun Chen HW, Ahmad A, Thew HZ, Choy JS, Ng CH, et al. The evolving role of social media in enhancing quality of life: a global perspective across 10 countries. *Arch Public Health*. 2024;82:28.
104. You Y, Yang-Huang J, Raat H, Van Grieken A. Social media use and health-related quality of life among adolescents: cross-sectional study. *JMIR Ment Health*. 2022;9:e39710.
105. Sadagheyani HE, Tatari F. Investigating the role of social media on mental health. *Ment Health Soc Incl*. 2021;25:41–51.
106. Naslund JA, Bondre A, Torous J, Aschbrenner KA. Social media and mental health: benefits, risks, and opportunities for research and practice. *J Technol Behav Sci*. 2020;5:245–57.
107. Beyens I, Pouwels JL, Van Driel II, Keijsers L, Valkenburg PM. The effect of social media on well-being differs from adolescent to adolescent. *Sci Rep*. 2020;10:10763. doi:10.1038/s41598-020-67727-7
108. Latha K, Meena K, Pravitha M, Dasgupta M, Chaturvedi S. Effective use of social media platforms for promotion of mental health awareness. *J Educ Health Promot*. 2020;9:124.
109. Pretorius C, Coyle D. Young People's Use of Digital Tools to Support Their Mental Health During Covid-19 Restrictions. *Front Digit Health*. 2021;3:763876. doi:10.3389/fdgth.2021.763876
110. Hamilton JL, Torous J, Szlyk HS, Biernesser C, Kruzan KP, Jensen M, et al. Leveraging digital media to promote youth mental health: flipping the script on social media-related risk. *Curr Treat Options Psychiatry*. 2024;11:67–75.

111. Shensa A, Sidani JE, Escobar-Viera CG, Switzer GE, Primack BA, Choukas-Bradley S. Emotional support from social media and face-to-face relationships: Associations with depression risk among young adults. *J Affect Disord.* 2020;260:38–44.
112. Gibson K, Trnka S. Young people’s priorities for support on social media: “It takes trust to talk about these issues”. *Comput Hum Behav.* 2020;102:238–47.
113. Yu B, Leung YW. Establishing ties or strengthening friendships? Students’ use of online social networks in intercultural friendship development. *Inf Technol People.* 2024;37:815–34.
114. Stuart J, Scott R, O’Donnell K, Jose PE. The impact of ease of online self-expression during adolescence on identity in young adulthood. *Social Media and Technology Across the Lifespan.* Springer; 2022. p. 43–59.
115. Zhakin S. Social Networks and the concept of Self: Identity and self-expression in the online world. *Bull Karaganda Univ Hist Philos Ser.* 2023;112:233–8.
116. Cingel DP, Carter MC, Krause HV. Social media and self-esteem. *Curr Opin Psychol.* 2022;45:101304.
117. Beyens I, Pouwels JL, Van Driel II, Keijsers L, Valkenburg PM. Social Media Use and Adolescents’ Well-Being: Developing a Typology of Person-Specific Effect Patterns. *Commun Res.* 2024;51:691–716. doi:10.1177/00936502211038196
118. Calvert E, Cipriani M, Dwyer B, Lisowski V, Mikkelsen J, Chen K, et al. Social Media Detox and Youth Mental Health. *JAMA Netw Open.* 2025;8:e2545245.
119. Huang L, Zheng D, Fan W. Do social networking sites promote life satisfaction? The explanation from an online and offline social capital transformation. *Inf Technol People.* 2022;35:703–22.
120. K. Kardelis. K.Kardelis Mokslinių Tyrimų Metodologija Ir Metodai [Prieiga per internetą]. 2002. (2-asis leidimas). Adresas: <https://www.scribd.com/doc/37948910/K-Kardelis-Mokslinių-tyrimų-metodologija-ir-metodai#page=106&content=query:kiekybinis%20tyrimas,pageNum:104,indexOnPage:0,bestMatch:false>

121. Biomedicininiai tyrimai [Prieiga per internetą]. Adresas: <https://bioetika.lrv.lt/lt/biomedicininiai-tyrimai-2/>
122. Calculator.net [Prieiga per internetą]. Adresas: <https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html?type=1&cl=95&ci=5&pp=50&ps=347766&x=Calculate>
123. Nuolatinių gyventojų skaičius metų pradžioje [Prieiga per internetą]. Oficialiosios statistikos portalas. Adresas: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?indicator=S3R167#/>
124. Godin G. The Godin-Shephard leisure-time physical activity questionnaire. *Health Fit J Can.* 2011;4:18–22.
125. Makara-Studzińska M, Tyburski E, Załuski M, Adamczyk K, Mesterhazy J, Mesterhazy A. Confirmatory factor analysis of three versions of the depression anxiety stress scale (DASS-42, DASS-21, and DASS-12) in Polish adults. *Front Psychiatry.* 2022;12:770532.
126. Truskauskaitė-Kunevičienė I. Depresijos, nerimo ir streso skalės (DASS-21) lietuviškos versijos vadovas [Prieiga per internetą]. Vilnius, Lietuva: Psichotraumatologijos centras, Psichologijos institutas, Vilniaus universitetas; 2019. Adresas: https://www.fsf.vu.lt/dokumentai/DASS21_LT.pdf
127. Ali AM, Alameri RA, Hendawy AO, Al-Amer R, Shahrour G, Ali EM, ir kt. Psychometric evaluation of the depression anxiety stress scale 8-items (DASS-8)/DASS-12/DASS-21 among family caregivers of patients with dementia. *Front Public Health.* 2022;10:1012311.
128. Lovibond SH. Manual for the depression anxiety stress scales. Syd Psychol Found. 1995.

9. PRIEDAI

1 priedas. Tyrimo instrumentas

Sveiki, esu Vilniaus universiteto Medicinos fakulteto Visuomenės sveikatos studentė Mintarė Buoželytė. Ši anketa yra magistrinio darbo dalis, tirianti **socialinių tinklų įtaką jaunų žmonių sveikatai** (fizinis aktyvumas, mityba, psichinė gerovė). Anketa užtruks apie **5 -10 minučių**. Pateikdami atsakymus, patvirtinate, kad sutinkate dalyvauti tyrime. Jūsų atsakymai yra **anoniminiai** ir bus naudojami tik moksliniams tikslams. Jei turite klausimų rašykite: Mintare.buozelyte@mf.stud.vu.lt

Dėkoju už Jūsų laiką!

Emocinė ir psichologinė pagalba telefonu:

Jaunimo linija (JAUNIMUI): 880028888

Vilties linija (SUAGUSIEMS): 116123

I DALIS

Sociodemografiniai rodikliai

Koks jūsų amžius?

- ☐ 18-20
- ☐ 21-25
- ☐ 26-29

Kokia jūsų lytis?

- ☐ Moteris
- ☐ Vyras

II DALIS

Bendroji socialinių medijų naudojimo charakteristika ir jų poveikio vertinimas

Kiek laiko per dieną (vidutiniškai) praleidžiate socialiniuose tinkluose?

- ☐ Mažiau nei 1 valandą
- ☐ 1-2 val.
- ☐ 3-4 val.
- ☐ 5-6 val.
- ☐ Daugiau nei 6 valandas

Kiek ilgiausiai galėtumėte nebenaudoti socialinių tinklų?

- Mažiau nei 1 valandą
- 1 valandą
- 2-3 valandas
- 4-5 valandas
- 6-7 val.
- 8 ir daugiau valandų

Kokius socialinius tinklus naudojate dažniausiai?

(galimi keli atsakymų variantai)

- Facebook / Messenger
- Instagram
- TikTok
- YouTube
- Snapchat
- Kita (įrašyti)

Per pastarąją savaitę (7 dienas), kaip dažnai naudojotės socialiniais tinklais?

- Niekada (0 dienų)
- 1 dieną per savaitę
- 2 dienas per savaitę
- 3-4 dienas per savaitę
- 5-7 dienas per savaitę

Kokiose situacijose dažniausiai esate linkę tikrinti socialinius tinklus?

(galimi keli atsakymų variantai)

- Prieš miegą / Vos pabudus
- Valgydami / Ruošdami maistą
- Atliekant namų ruošos darbus
- Besimokydami (pvz., studijų metu, atliekant namų darbus)
- Dirbant (darbovietėje)

Kokio tipo turinį dažniausiai žiūrite?

(galimi keli atsakymų variantai)

- Su fiziniu aktyvumu susijusį (pvz., sportas, mankštos programos)
- Su mityba susijusį (pvz., receptai, mitybos patarimai)
- Su psichine sveikata susijusį (pvz., saviugda, streso valdymas, kitų išgyventos patirtys, motyvaciniai video)

- Informacinį (pvz., naujienos, edukacija)
- Socialinį (bendravimas su draugais / artimaisiais)
- Pramoginį (pvz., juokingi video, memai)
- Komercinį (reklamos, produktų apžvalgos)
- Politinį / Visuomeninį

Ar dažniau žiūrite turinį, kurį:

(galimi keli atsakymų variantai)

- Pats (-i) susirandate
- Pasiūlo algoritmas / Rodo „For You“ puslapis
- Pasidalina draugai / Sekami žmonės

Ar manote, kad socialiniuose tinkluose žiūrimas turinys turi įtakos jūsų nuomonei ar požiūriui?

- Taip
- Ne
- Nežinau

Ar jaučiate, kad socialiniuose tinkluose žiūrimas turinys daro įtaką jūsų sveikatai ar gyvenimo būdui?

- Taip
- Ne
- Nežinau

III DALIS

Socialinių medijų naudojimo sąsajos su fiziniu aktyvumu

Ar sekate paskyras susijusias su fiziniu aktyvumu ar sportu?

- Taip (pvz., sporto treniruočių, trenerių, aktyvaus gyvenimo būdo paskyras)
- Ne, nesėku

Ar socialiniuose tinkluose matomas turinys (pvz., treniruotės, sporto pratimai, sporto rezultatai) jus skatina būti fiziškai aktyvesniais?

- Taip, dažnai motyvuoja
- Kartais paskatina
- Ne, neturi jokios įtakos
- Priešingai, atima laiką nuo fizinės veiklos bei sumažina motyvaciją ar kelia spaudimą

Koks socialinių tinklų turinys jus labiausiai motyvuoja būti fiziškai aktyviais?

(galimi keli atsakymų variantai)

- Sporto trenerių vaizdo įrašai
- Draugų ar pažįstamų sportiniai pasiekimai
- „Prieš ir po“ transformacijos

Ar kada nors pradėjote sportuoti arba tapote fiziškai aktyvesni paveikti sporto turinio socialiniuose tinkluose?

- Taip
- Ne
- Nežinau

Kaip per pastarąją savaitę (7 dienas) vertintumėte bendrą socialinių tinklų poveikį jūsų fiziniam aktyvumui?

(Vertinimo skalė: 1 = *Labai neigiamai*; 2 = *Šiek tiek neigiamai*; 3 = *Nėra poveikio ar neutraliai*; 4 = *Šiek tiek teigiamai*; 5 = *Labai teigiamai*)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Kiek vidutiniškai kartų per įprastą savaitę (7 dienas) laisvalaikiu mankštinotės ar judėjote ilgiau negu 15 min.?

Intensyvi fizinė veikla (širdis plaka stipriai) (pvz., bėgimas, futbolas, krepšinis, dziudo, važiavimas riedučiais, greitas plaukimas, greitas važiavimas dviračiu, intensyvi aerobika)

Kartai per savaitę

(įrašykite skaičių)

Kiek vidutiniškai kartų per įprastą savaitę (7 dienas) laisvalaikiu mankštinotės ar judėjote ilgiau negu 15 min.?

Vidutinio intensyvumo veikla (nevarginanti) (pvz., greitas ėjimas, tenisas, pasivažinėjimas dviračiu, tinklinis, plaukiojimas, šokiai)

Kartai per savaitę

(įrašykite skaičių)

Kiek vidutiniškai kartų per įprastą savaitę (7 dienas) laisvalaikiu mankštinotės ar judėjote ilgiau negu 15 min.?

Lengva fizinė veikla

Kartai per savaitę

(įrašykite skaičių)

IV DALIS

Socialinių medijų naudojimo sąsajos su mityba

Kaip socialinių tinklų naršymas veikia jūsų dėmesį valgant?

- ☐ Valgant nenaršau socialinių tinklų
- ☐ Retai naršau valgydamas (-a); paprastai susitelkiu į valgymą
- ☐ Kartais naršau valgydamas (-a) ir tai blaško mano dėmesį
- ☐ Dažnai naršau valgydamas (-a) ir dažniausiai nesusitelkiu į patį valgymą
- ☐ Nežinau ar nejaučiu skirtumo

Per pastarąją savaitę (7 dienas), ar socialiniuose tinkluose matomas turinys darė įtaką jūsų mitybos pasirinkimams?

- ☐ Taip, dažnai (kelis kartus per savaitę)
- ☐ Kartais (1-2 kartus per savaitę)
- ☐ Ne, neturi jokios įtakos
- ☐ Nežinau ar neturiu nuomonės

Kaip dažnai socialiniuose tinkluose matote turinį, skatinantį vartoti greitą, nevisavertį ar saldų maistą?

(Vertinimo skalė: 1 = *Niekada*; 2 = *Retai*; 3 = *Kartais*; 4 = *Dažnai*; 5 = *Visada ar labai dažnai*)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Ar socialinių tinklų turinys (pvz., nuomonės formuotojai, mitybos planai, „tobulos figūros“ vaizdavimas) daro įtaką jūsų valgymo įpročiams?

(Vertinimo skalė: 1 = *Visiškai nesutinku*; 2 = *Nesutinku*; 3 = *Nei sutinku, nei nesutinku*; 4 = *Sutinku*; 5 = *Visiškai sutinku*)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Ar kada nor keitėte savo mitybos įpročius dėl socialiniuose tinkluose matomo turinio (pvz., pradėjote laikytis dietos, atsisakėte tam tikrų maisto produktų)?

- ☐ Taip
- ☐ Ne

Kaip manote, kokio tipo maistas jums dažniausiai matomas socialiniuose tinkluose?

(galimi keli atsakymų variantai)

- ☐ Visavertis / Subalansuotas maistas
- ☐ Nevisavertis / Greitas maistas
- ☐ Deserai / Užkandžiai

V DALIS

Socialinių medijų naudojimosi sąsajos su psichikos sveikata

Per pastarąją savaitę (7 dienas), kaip dažniausiai jausdavotės naudodamiesi socialiniais tinklais?

- ☐ Įkvėptas (-a) / Motyvuotas (-a)
- ☐ Linksmas (-a) / Atsipalaidavęs (-usi)
- ☐ Neutraliai
- ☐ Pavydus (-i) / Nepilnavertiškas (-a)
- ☐ Prislėgtas (-a) / Neramus (-i)

Ar socialiniai tinklai daro įtaką jūsų emocinei savijautai?

- ☐ Taip, teigiamą
- ☐ Taip, neigiamą
- ☐ Taip, tiek teigiamą, tiek neigiamą
- ☐ Nedaro įtakos

Ar lyginate save su kitais socialiniuose tinkluose (pvz., dėl išvaizdos, gyvenimo būdo)?

- ☐ Dažnai
- ☐ Kartais
- ☐ Retai
- ☐ Niekada

Ar jaučiate spaudimą atitikti tam tikrus standartus dėl socialiniuose tinkluose matomo turinio?

- ☐ Dažnai
- ☐ Kartais
- ☐ Retai
- ☐ Niekada

Ar sąmoningai ribojate laiką praleidžiamą socialiniuose tinkluose dėl savo psichinės sveikatos?

- Taip
- Ne
- Bandžiau, bet nepavyko
- Ne, bet norėčiau pradėti
- Niekada apie tai negalvojau

Įdėmiai perskaitykite teiginius ir įvertinkite juos skalėje nuo 0 iki 3, kaip jautėtės per pastarąją savaitę.

Čia nėra teisingų ar klaidingų atsakymų.

Vertinimo skalė:

0 = *Visiškai man netinka* arba *Niekada*

1 = *Šiek tiek man tinka* arba *Kartais*

2 = *Visiškai man tinka* arba *Dažnai*

3 = *Labai man tinka* arba *Beveik visada*

Nr.		Visiškai man netinka / Niekada	Šiek tiek man tinka / Kartais	Visai man tinka / Dažnai	Labai man tinka / Beveik visada
1.	Būdavo sunku nurimti.	0	1	2	3
2.	Jaučiau drebulį (pvz., rankų).	0	1	2	3
3.	Jaučiausi psichologiškai išsekęs (-usi).	0	1	2	3
4.	Jaudinausi dėl situacijų, kuriose galiu supanikuoti ir apsikvailinti.	0	1	2	3
5.	Jaučiau, kad neturiu ko laukti ateityje.	0	1	2	3
6.	Pastebėdavau, kad pradedu jaudintis.	0	1	2	3
7.	Buvo sunku atsipalaiduoti.	0	1	2	3
8.	Niekas manęs nedomino.	0	1	2	3

9.	Jaučiausi mažai ko vertas (-a).	0	1	2	3
10.	Jaučiau savo širdies plakimą nesant fizinio aktyvumo (pvz., jaučiau padažnėjusį širdies ritmą, ritmo sutrikimą).	0	1	2	3
11.	Jaučiau baimę be aiškos priežasties.	0	1	2	3
12.	Jaučiau, kad gyvenimas yra beprasmiškas.	0	1	2	3

Ar šie jausmai per pastarąją savaitę buvo susiję su naudojimusi socialiniais tinklais?

- ☐ Niekada
- ☐ Kartais (pvz., 1-2 kartus per savaitę arba retkarčiais po naršymo)
- ☐ Dažnai (pvz., daugiau nei 2 kartus per savaitę)
- ☐ Visada (kasdien arba beveik kiekvieną kartą po naršymo)
- ☐ Nežinau

2 priedas. Depresijos, nerimo ir streso skalė (DASS-21) lietuviška versija

Įdėmiai perskaitykite teiginius ir įvertinkite juos skalėje nuo 0 iki 3, kaip jautėtės per pastarąją savaitę. Čia nėra teisingų ar klaidingų atsakymų.

Vertinimo skalė:

0 = *Visiškai man netinka* arba *Niekada*

1 = *Šiek tiek man tinka* arba *Kartais*

2 = *Visai man tinka* arba *Dažnai*

3 = *Labai man tinka* arba *Beveik visada*

Nr.		Visiškai man netinka / Niekada	Šiek tiek man tinka / Kartais	Visai man tinka / Dažnai	Labai man tinka / Beveik visada
1.	Būdavo sunku nurimti.	0	1	2	3
2.	Jaučiau, kad džiūsta burna.	0	1	2	3
3.	Atrodė, kad visiškai negaliu patirti jokių teigiamų jausmų.	0	1	2	3
4.	Būdavo sunku kvėpuoti (pvz., net ir be fizinio aktyvumo pradėdavau dažnai kvėpuoti ar pritrūkdavo oro).	0	1	2	3
5.	Buvo sunku atrasti jėgų ką nors veikti.	0	1	2	3
6.	Buvau linkęs (-usi) perdėtai reaguoti į situaciją.	0	1	2	3
7.	Jaučiau drebulį (pvz., rankų).	0	1	2	3
8.	Jaučiausi psichologiškai išsekęs (-usi).	0	1	2	3
9.	Jaudinausi dėl situacijų, kuriose galiu supanikuoti ir apsikvailinti.	0	1	2	3
10.	Jaučiau, kad neturiu ko laukti ateityje.	0	1	2	3
11.	Pastebėdavau, kad pradedu jaudintis.	0	1	2	3
12.	Buvo sunku atsipalaiduoti.	0	1	2	3
13.	Jaučiausi nusiminęs (-usi).	0	1	2	3
14.	Buvo sunku pakęsti, kai kiti mane sutrukdydavo.	0	1	2	3
15.	Jaučiausi arti panikos ribos.	0	1	2	3
16.	Niekas manęs nedomino.	0	1	2	3
17.	Jaučiausi mažai ko vertas (-a).	0	1	2	3
18.	Jaučiausi gana lengvai suerzinamas (-a).	0	1	2	3
19.	Jaučiau savo širdies plakimą nesant fizinio aktyvumo (pvz., jaučiau padažnėjusį širdies ritmą, ritmo sutrikimą).	0	1	2	3
20.	Jaučiau baimę be aiškos priežasties.	0	1	2	3
21.	Jaučiau, kad gyvenimas yra beprasmiškas.	0	1	2	3