

YOUTUBE ÉS TIKTOK TRENDK TÁRSADALMI HATÁSAI

**SZAKÉRTŐI ELEMZÉS, DESK RESEARCH ÉS
FÓKUSZCSONPORTOS KUTATÁS ALAPJÁN**



**KÉSZÍTETTE: PÖLTL ÁKOS CSALÁDBIZTONSÁGI SZAKÉRTŐ,
HAL MELINDA KLINIKAI SZAKPSZICHOLOGUS
CSALÁDBIZTONSÁG KFT.**

BUDAPEST, 2024

Absztrakt/összefoglaló

A Nemzeti Média – és Hírközlési Hatóság megbízásából kutatást végeztünk és ajánlásokat fogalmaztunk meg a TikTok és YouTube online platformok használatából kiindulva, azok szabályozási kérdéseire vonatkozóan. Az első részben szakmai fókuszcsoportokat szerveztünk. A két fókuszcsoportban 11 szakember véleményét kérdeztük a YouTube és TikTok trendekkel kapcsolatban, a felhasználók attitűdjéről. Vizsgálatunk legfőbb célcsoportja a fiatal, 16-25 éves korosztály volt. A vizsgálat második részében két kérdőívet online, hólabda módszerrel küldtünk ki. Az első kérdőív a TikTok, a második kérdőív a YouTube használati szokásokra és a lelki egészségre kérdezett rá. Tartalmilag megegyező kérdéseket tartalmaztak.

A szakemberek több kérdésben ambivalensek, azonban nagyjából megegyeznek abban, hogy a túlzott YouTube, TikTok és digitális eszköz használat mérhető mentális nehézségeket okoz a fiatalok körében. Kognitív, érzelmi és szociális nehézségeket említettek. A TikTokot szerintük a legfiatalabb digitális eszközt használó korosztály fogyasztja, a YouTube-ot inkább már a középiskola végén, vagy a fiatal felnőtt korosztály részesíti előnyben. A TikTokkal kapcsolatban kevésbé, vagy egyáltalán nem említettek ismeretterjesztési, tanulási funkciót, míg a YouTube esetében ez többször felmerült. A platformokon található tartalmak és a követett influenszerek hatással vannak az emberek gondolkodására, érzelmi életére, család – gyermekneveléssel kapcsolatos attitűdjére és a motivációs faktorokra, akár jövőbeli terveikre.

Kitöltőink átlagos napi képernyőideje meghaladja az 5 órát, mindkét platform használata több, mint 3 óra. A túlzott közösségi médiahasználat, vagy a túlzott digitális eszközhasználat jelentős hatással van a felhasználók életére. A mentális egészség és a használati idő, valamint, hogy milyen tartalmat fogyasztanak hatással van gondolkodásukra, érzelmeikre, a jövővel kapcsolatos elvárásaikra és kapcsolataikra. Követnek influenszereket, akik véleménye számít saját véleményük kialakításában. Kapcsolatot látható a mentális egészség mutatók, az életminőség és a platformok mennyiségi használata között, fordított arányosságban.

Eredményeink és a szakirodalom szerint fiatalok mentális egészségének védelméhez elengedhetetlen a digitális eszközhasználat korlátozása. Szülői felügyeleti szoftverek, mint a Google Family Link, hatékonyak lehetnek, különösen az általános iskola felső tagozatáig, de szükséges a közösségi média káros hatásairól szóló oktatás és tudatos korlátozások bevezetése. Fontos például az okostelefonok és közösségi média platformok hozzáférését életkorhoz kötni (14-16 év), ahogy Jonathan Haidt is javasolja.

A közösségek, különösen a család és az iskola szabályainak meghatározása alapvető. A szülők példamutatása kulcsfontosságú, akár csak a sport, alvás és szabadidős tevékenységek népszerűsítése a digitális túlhasználat ellensúlyozására. Az ausztrál szabályozás példája, amely életkor-ellenőrzést ír elő a közösségi médiában, követendő lehet a fiatalok védelmében.

Vizsgálatunk további kutatási alapot jelent mind a szabályozási kérdések, a gyermek – és családvédelem területén, mind a felhasználási szokásokat tekintve. A szabályozási lehetőségek közül kiemeljük a digitális személyazonosítás területét és a korosztály besorolás elvárását a platformok üzemeltetőitől és a tartalom gyártók részéről.

Kulcsszavak: TikTok, YouTube, felhasználás, idegrendszer, érzelmi rendszer, hatások

Tartalom

Absztrakt/összefoglaló	2
Elméleti bevezető	5
Szociális média használat Magyarországon	5
A problémás internethasználat.....	6
A fiatalok mentális egészsége.....	7
A mentális egészség és a közösségi média kapcsolata	7
A YouTube és a TikTok hatása	8
Módszertan	9
Szakértői fókuszcsoport.....	9
Desk research	14
Eredmények	16
Fókuszcsoporth.....	16
Desk research kutatás eredményei.....	21
TikTok platform használati szokások eredményei	21
YouTube platform használati szokások eredményei.....	33
Összefoglaló	47
Következtetések.....	49
Szakmai Ajánlások	50
Hivatkozások jegyzéke	52
Mellékletek	57

Elméleti bevezető

A 21. században drasztikusan elterjedő internet és telefonhasználat, a digitális technológia robbanásszerű fejlődése a legnagyobb változásokat a gyermekek és a fiatal felnőttek életmódjában hoztak. A tanulási idő kitolódott, az önálló életvitel későbbre tolódott, a fogyasztói magatartás és társadalom széleskörben elterjedt, aminek nem csak előnyei, hanem hátrányai is vannak. A család és munkahely szerepét, mint a serdülők és fiatalok életét közvetlenül befolyásoló tényezőket a századunkra más szereplők (döntően digitális, online), mint a közösségi média és a fogyasztóipar váltották fel, új, generációs konfliktusokat létrehozva (Prieara & Pikó, 2015; Pikó, 2005; Demetrovics & Koronczay 2010; Tóth, 2021).

Egy 2022-es publikáció, amely a Központi Statisztikai Hivatal, a Geminus és az Ipsos adataira támaszkodik azt találta, hogy a 2017 és 2022 között a hazai internetezők száma megduplázódott és a magyarok interneten töltött ideje megnyolcszorozódott és az internet függők aránya a 25 év alatti populációban elérheti a 20 százalékot (Szapáry és mtsai., 2022). Fontos kiemelni, hogy a függőségek kialakulásának komoly rizikófaktor a fiatal életkor, minél fiatalabban jut valaki digitális eszközhez annál hamarabb alakul ki nála függőség (Tóth, 2021; Kapus, 2021).

Az amerikai kutatások is komoly problémákra hívják fel a figyelmet. Majdnem minden serdülő (12 éven feletti) regisztrált valamilyen közösségi média platformra (95%) de a 8-12 éves fiatalok 40 százaléka is fent van valamilyen oldalon (HHS, 2023) és az amerikai serdülők átlagosan 5 órát töltenek közösségi média felületeken, aminek a 87 százalékát a YouTube, TikTok és az Instagram teszi ki (APA, 2024). Egy tipikus hétköznapi fiatalok harmada használ képernyőt legalább éjfélig, vagy tovább (Bickman és mtsai., 2022), és a túlzott közösségi média negatív hatással van az alvás minőségére, csökkenti az alvással töltött időt, alvással kapcsolatos problémákat okoz és megnöveli a depresszió kialakulásának az esélyét (Alonzo és mtsai., 2021).

Szociális média használat Magyarországon

2023-as adatok alapján a Facebook rendelkezik a legtöbb felhasználóval még mindig Magyarországon. A majdnem 7 millió felhasználónak csak 20 százaléka tartozik a 13-24 éves korosztályba. A 2,7 millió Instagram felhasználónak azonban már több, mint 30 százaléka 25 év alatti fiatal. A TikTokon azonban egyértelmű a fiatalok túlsúlya, a magyar felhasználók csupán négy százaléka 24 évnél idősebb. A 37 százalékukat 11-14 éves korosztály teszi ki, 39 százalékuk 15-18 éves és 19 százalékuk 18-24 éves (Szabácsik, 2023). Az Eurostat 2024 elején publikált jelentése alapján Magyarországon a közösségi médiát használók aránya meghaladja a

80 százalékot, amiből tovább kiemelkedik Budapest (86%) és Közép-Magyarország (85%), ezeket a régiókat csak 6 dán régió előzi le a 273 vizsgált európai régióból (European Commission, 2024). A Google hirdetési központja alapján Magyarországon 2023-ban 7,4 millió YouTube felhasználó volt (DatePortal 2023).

A problémás internethasználat

A problémás internethasználat egy egyre növekvő probléma, amely minden korosztályt érint, és a mentális egészséggel foglalkozó kutatásoknak központi témájává kell válnia (Ioannidis és mtsai., 2018). A problémás internethasználatot következtében csökken a produktivitás, fiatalok körében romlás tapasztalható az iskolai teljesítményben és az előrehaladásban, és megjelennek hangulatingadozások és szorongásos megbetegedések (Derbyshire és mtsai., 2013; Ho és mtsai., 2014).

A problémás internethasználatot segíti, hogy hirtelen látszólag pseudo-anonim (ami azt jelenti, hogy anonimnek tűnik, de valójában nem feltétlenül az) hozzáférést biztosít a közösségi médiában elérhető tartalmakhoz, játékokhoz, videókhoz és pornográf tartalomhoz. Továbbá, az internetes oldalak és platformok a felhasználói adatok („big data”) gyűjtésével képesek mesterséges intelligencia (gépi tanulás) modellek létrehozására, amelyek célja a viselkedés erősítése algoritmus-alapú személyre szabott tartalom és weboldal-architektúra segítségével. Míg ezek az interaktív tulajdonságok egyrészt értéket jelenthetnek a felhasználó számára, arra is utalnak, hogy az internet nem pusztán passzív közvetítőként működik, hanem a platformok és felületek összetett működési módjai felerősíthetik a jutalom és a feszültség enyhülésének érzését, és ezáltal fokozott megerősítést biztosíthatva (Grant & Chamberlain, 2014).

A pszichiátria kezd egyre nagyobb figyelmet fordítani a problémás internetes használatra (PUI), és az Internet Gaming Disorder (internetjáték-függőség) a *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (DSM-5, 2012) szerint olyan lehetséges mentális zavarként szerepel, amely további kutatásra szorul. Ezen túlmenően, a Gaming Disorder (játékszenvedély) aktívan megfontolás alatt áll (King és mtsai., 2017).

A problémás internethasználat háttérben álló tényezők még nem tisztázottak, de a pszichológiai elméletek szerint lehet a stresszkezelés egy nem megfelelő eszköze, vagy a szociális hálózatok bővítésére és az önbizalom növelésére irányuló törekvés eredménye. A fokozott szociális szorongással küzdők számára az online kommunikáció biztonságosabb interakciós lehetőséget kínálhat, míg mások identitás- és énképproblémák miatt vonzódhatnak a virtuális térhez. Állhat a háttérben online szexuális viselkedés, testképzavarok vagy a

valóságtól való menekülés is, például depresszió következtében. Bizonyos videojátékok (pl. MMORPG-k) pedig lehetőséget adhatnak egy "ideális én" megalkotására, amely mentes a valós élet stressztényezőitől (Király és mtsai., 2015).

A fiatalok mentális egészsége

A fiatalabb generációk mentális egészségének támogatása kiemelkedően fontos terület, mivel ebben az életkorban formálódik az egészségmagatartás, az egészséggel kapcsolatos célok, valamint az életstílus, amelyet később is követni fognak (Csuka és mtsai., 2021). A fiatalok körében (hasonlóan a felnőttekhez) a befejezett öngyilkosságok túlnyomó többségénél (90%) depresszió vagy egyéb pszichiátriai betegség áll a háttérben (Balázs és mtsai., 2003; Gould és mtsai., 2003). Ennek ellenére a mentális problémákkal küzdő fiatalok csupán kis hányada, kevesebb mint ötöde részesül kezelésben (Martunnen és Pelkunnen, 2000).

Gyermekkorban kezeletlen mentális zavarok esetén nagyobb valószínűséggel alakulnak ki viselkedési problémák, szerhasználat, alkohol- és egyéb függőségek, szexuális kicsapongások, valamint gyengébb tanulmányi eredmények (Patel és mtsai., 2007). Hosszú távon mindez jelentős gazdasági terhet ró az egészségügyi rendszerekre, különösen a depresszió és szorongás miatt, és ezeknek a költségei 2030-ra globálisan elérhetik a 30 billió (millió-millió) dollárt (Chodavadia és mtsai., 2023).

A WHO adatai szerint minden hetedik tinédzser, vagyis a 10–19 éves korosztály körülbelül 14%-a küzd valamilyen mentális egészségügyi problémával (WHO, 2024). Ezenfelül a 15–29 éves fiatalok körében az öngyilkosság a harmadik leggyakoribb halálok (WHO, 2021). Más kutatások szerint ezek az arányok még magasabbak is lehetnek. Egy angliai felmérés alapján az 11–16 éves fiatalok közel 18%-ának, míg a 17–22 évesek körében nagyjából 20%-ának feltételezhetően van mentális egészségügyi problémája (Clarke és mtsai., 2020).

Fontos megjegyezni, hogy a mentális problémák prevalenciája az elmúlt években (többek között a COVID pandémia következtében) jelentősen megnövekedett és egyes pillanatokban a fiatal lányok több mint negyedét érintheti (Vizard és mtsai., 2020).

A mentális egészség és a közösségi média kapcsolata

Az online közösségi média platformok olyan média lehetőséget biztosítanak a fiatalok számára, ahol ők maguk aktív szerepet játszanak az élmény kialakításában (Michikyan & Suárez-Orozco, 2016), fontos szerepe van továbbá az identitásuk kialakításában is, hiszen ezeken a

platformokon lépnek interakcióba egymással és mutatják meg formálódó személyiségüket (Bartsch & Subramanyam, 2015; Subrahmanyam & Smashel; 2015).

Egy amerikai kutatás számos publikációt összehasonlítva azt találta, hogy a közösségi média hirtelen elterjedése lehet nagy mértékben felelős az elmúlt évek megemelkedett mentális problémáinak, aminek a hátterében az önmagunk másokkal való összehasonlítása állhat (Braghieri és mtsai., 2022). Továbbá egy korrelációs kutatás alapján a közösségi média kapcsolatban áll az öngyilkossággal, magányossággal és csökkent empátiával is (Berryman és mtsai., 2018), és ebből a YouTube felhasználók kiemelkednek, egy összehasonlító elemzés azt találta, hogy körükben a legrosszabbak a mentális egészség különböző mutatói (Di Cara és mtsai., 2022).

A YouTube és a TikTok hatása

Egy kifejezetten a YouTube hatását vizsgáló kutatásokat összehasonlító tanulmány alapján kijelenthetők a következők (Balcombe & De Leo, 2023):

- A YouTube használata vegyes hatást gyakorolhat a magányra és a mentális egészségre, különösen a fiatalok körében, akik a legnagyobb kockázatnak vannak kitéve. Az objektív forrásokon alapuló tanulmányok inkább pozitív hatásokról számoltak be, míg a szubjektív beszámolók gyakrabban említettek komoly mentális problémákat.
- A közegészségügy szempontjából a YouTube platformmal kapcsolatban az elsődleges megelőzés lehet a leghatékonyabb stratégia a sebezhető felhasználók védelmében.
- Javasolt egy YouTube-tól független algoritmus rendszer kidolgozása, amely képes a javaslati torzítások felismerésére és biztonságos, ellenőrzött mentális egészséget támogató tartalmak ajánlására, hozzájárulva a magányosság és mentális betegségek kezeléséhez.

A TikTok fiatalok körében történő nagymértékű elterjedése kétségbevonhatatlan, hatását egy kutatás a következő módon összegzi (Hassan, 2023):

- A TikTok algoritmusa a felhasználók hosszabb ideig történő platformon tartására készült, ami függőséghez vezethet, és súlyos pszichológiai és fiziológiai hatásokkal járhat, például szorongással, stresszel és depresszióval, valamint a személyes kapcsolatok megromlásával.
- Az alkalmazás a társadalmi összehasonlítások elősegítésével alacsony önbecsüléshez, csökkent önbizalomhoz és negatív érzésekhez vezethet, mivel a felhasználók mások

életét gyakran vonzóbbnak, sikeresebbnek vagy tehetségesebbnek érzékelik, mint a sajátjukat.

- Az olyan problémák, mint a cyberbullying és az alvászavarok, különösen a fiatal felhasználók körében jelentősek, ezért elengedhetetlen a platform használatának tudatos korlátozása, a mentális egészségvédelem, valamint az irreális elvárásokkal szembeni kritikus szemlélet kialakítása.

Módszertan

Szakértői fókuszcsoport

A szakmai fókuszcsoportot két alkalommal, maximum 180 perces időtartamban hívtuk össze. A kiválasztás szakterületi illetékesség alapján történt, különböző szakterületekről, vagy tudományterületekről. A szakmai fókuszcsoportok célja szerint konkrét kérdésekre vonatkozó szakértői válaszok beszerzése és adatbázisba gyűjtése volt. A szakmai fókuszcsoportok során összesen 21 személy részére küldtünk ki felkérőt. Végül a fókuszcsoportokba időpont egyeztetés alapján válogattuk be a szakembereket. Összesen 10 szakember vett részt a két fókuszcsoportban. Az első fókuszcsoportban hat személy, három nő és három férfi vett részt. A fókuszcsoport időtartama 178 perc volt. Az első fókuszcsoportban 3 pszichológus, 1 jogász, 1 bűnmegelőzési szakember és 1 mentálhigiénés szakember vett részt. A második fókuszcsoportban 1 orvostanhallgató, 1 pedagógus és edző, 1 tanácsadó és egyetemi hallgató és 1 adatvédelmi szakember szerepelt, mindenki férfi volt. A fókuszcsoportokban résztvevők átlagos életkora 37,9 év, életkoruk szórása 11,51 év. A legfiatalabb szakértő 25 éves, a legidősebb szakértő 52 éves volt.

A szakemberek kiválasztása a 21-ből kizárólag időpont egyeztetési kérdések alapján történt, sem nem, kor, vagy szakterület alapján nem szűrtünk az általunk kiválasztott szakemberek közül. A 21 meghívót kapott szakember között további 4 tanár, pedagógus végzettségű, 3 médiaszakember, 2 pszichológus és 1 mentálhigiénés gondozó volt.

1.1.Tábla: A szakértői fókuszcsoporthoz résztvevők végzettség/szakterület, kor és nem szerint

Fókuszcsoporthoz	Szakértő	Végzettség/szakterület	Kor	Nem
1	1	jogász/intézetvezető	50	nő
1	2	pszichológus	34	nő
1	3	pszichológus	26	nő
1	4	mentálhigiénés szakember	45	férfi
1	5	pszichológus	46	férfi
2	6	bűnmegelőzési szakember	52	férfi
2	7	orvostanhallgató	27	férfi
2	8	pedagógus/edző	25	férfi
2	9	tanácsadó/egyetemi hallgató	25	férfi
2	10	adatvédelmi szakember	49	férfi

A fókuszcsoporthoz adatkezelési és adatvédelmi szabályzat elfogadása alapján léptek be a személyek. Ebben elfogadták, hogy a fókuszcsoporthoz megadott időpontban, körülbelül 180 perces időtartamban kérjük közreműködésüket. A fókuszcsoporthoz témaköréről tájékoztatást kaptak informált beleegyező által. A hatályos GDPR irányelvek alapján az itt belépett személyek nevét és azonosíthatóságra alkalmas személyes adatait a vizsgálatvezetőn kívül más nem ismerheti meg. A fókuszcsoporthoz készült hang – kép – és videófelvevételeket éppen emiatt a vizsgálatvezető tárolja 5 évig arra megfelelő, elzárt szekrényben a kutatás egyéb részleteitől távol. A megrendelő számára, azonosításra nem alkalmas, a fókuszcsoporthoz leiratát biztosítjuk és az abból készült elemzési adatokat. Ennek érdekében a leiratokban már a megszólalók személye kizárólag azonosításra nem alkalmas, számozással jelenik meg. A fókuszcsoporthozban való részvétel éppen ezért anonim és önkéntes, juttatással nem jár. A fókuszcsoporthozban résztvevő személyek beleegyezésüket visszavonhatják a tanulmány átadásának napjáig, mindez azonban a mai dátumig nem történt meg (2024.12.04.).

A fókuszcsoporthoz lekérdezéséhez félig strukturált kérdőívet használtunk. Az előre elkészített kérdőív az alábbi kérdéseket tartalmazza. A teljes kérdőív az XXX. számú mellékletben található, mely alapján a vizsgálatvezető, a csoport igényeihez igazodva, haladt.

A fókuszcsoporthoz első 15-20 perce az adatvédelmi protokoll ismertetésével, a témafelvetésével és a szakértők egyenkénti bemutatkozásával zajlott. Majd a 11 szakmai kérdés következett. Ezt követően, körülbelül 5-10 percet szántunk az egyéb, kimaradó de fontosnak tartott kérdések

megvitatására és a fókuszcsoport lezárására. A szakmai kérdések módszertani ismertetése következik.

1. Saját és szakmai tapasztalata(i) alapján mit gondol az okos eszközök elterjedéséről a fiatalok körében?

Az első kérdés a tájékozottságról ad tanúbizonyságot a szakértői életvitel mellett a konkrét 2 vizsgált platformra vonatkozóan. Magyarországon 100%-os az elterjedés 30 éves kor alatt egy 2022-es felmérés alapján (eNet, 2022).

2. A saját és szakmai tapasztalata alapján mennyire tartja a TikTok és YouTube platformokat meghatározónak a fiatalok körében?

Célunk a kérdéssel attitűd és tapasztalati felmérés volt. Általánosságban gondoltuk szakértőink attitűdjét vizsgálni arra vonatkozóan, hogy mennyire meghatározóak az említett platformok egy fiatal, körülbelül 15 – 28 éves személy esetében.

3. Saját és szakmai tapasztalata szerint a fiatalok milyen alkalmazásokat részesítenek előnyben az okoseszközeiken? A TikTok és a YouTube alkalmazásai az első 5-ben találhatóak-e, amelyeket a legtöbbet használnak?

Szerettük volna megtudni, hogy szakértőink használati gyakoriság alapján az első ötben tartják számon a TikTok és YouTube platformokat minden alkalmazást figyelembe véve, vagy az említett platformok ezeken kívül esnek. Konkrét elhelyezkedési tippet kértünk tőlük, amennyiben az első öt leggyakrabban alkalmazott alkalmazásban helyezkedett el az egyik, vagy másik platform.

4. Saját és szakmai tapasztalatai alapján a fiatalok mire használják a TikTok és YouTube platformokat? Milyen tartalmakat fogyasztanak a fiatalok ezen a két platformon?

Szakértőink véleményét kérdeztük, amelyeket tapasztalataikra alapoztak, a TikTok és YouTube platformok minőségi, kvalitatív, vagy más néven tartalmi fogyasztási szokásairól. Asszociáció szinten jelenítettük meg a kérdést, ugyanakkor egymás válaszait hallották, így mindez az egyes csoportokban befolyásoló erejű lehetett. Nemzetközi adatok alapján a TikTokon leginkább szórakoztató tartalmakat néznek a fiatalok, azt követik a táncos videók, majd a Prankek, a sport és a DIY videók (IZEA, 2024), a Google adatai alapján a YouTube-on a négy legmeghatározóbb kategória a humor, a zene, szórakoztató/popkultúra és az „Így csinálj” videók (Google, 2024).

5. Kérem röviden fogalmazza meg, hogy milyen hatással van a fiatalok életére, mindennapjaira a YouTube és TikTok platformok rendszeres használata?

- *szocializáció, személyes kapcsolatok*

- *világhoz való hozzáállás*
- *iskolai, akadémiai eredmények*
- *élettel való elégedettség*

A szocializáció/személyes kapcsolatok, a világhoz való általános hozzáállás, az iskolai/akadémiai eredmények és az élettel való elégedettség témaköreiben azt kérdeztük a fókuszcsoport résztvevőitől, hogy szerintük a fiatalokat milyen mértékben táplálkoznak döntéseikben, hozzáállásukban ezekhez a platformokhoz. Formálja vagy sem intra – és interperszonális kapcsolataikat, a saját magukról kialakított képet, vagy akár a tanulást, felnőttkori tanulást segítik, avagy gátolják a TikTok és a YouTube platformok. Kérdésünk asszociatív jellegű, mégis konkrét tárgykörhöz kapcsolódó nyitott kérdés volt. Kérdésünk háttérét többek között az adta, hogy a közösségi média hirtelen elterjedése lehet nagy mértékben felelős azért, hogy az elmúlt években megemelkedett a mentális problémák gyakorisága, aminek a háttérében az önmagunk másokkal való összehasonlítása állhat (Braghieri és mtsai., 2022).

6. Kérem röviden fogalmazza meg mennyire néznek/követnek influenszereket a fiatalok ezeken a platformokon? Milyen hatással vannak/lehetnek az influenszerek a fiatalokra? Külön speciális kérdést intéztünk a résztvevőkhöz az influenszerek hatásainak felmérésére, pontosabban arra a szakmai véleményre alapozva, amely saját praxisukból, munkahelyi tapasztalataiból, vagy saját szemszögükből kialakult a fiatalokra vonatkozóan.

7. Kérem röviden fogalmazza meg, hogy milyen hatással lehet a fiatalok jövőjére, szakmai előmenetelére és magánéletére a YouTube és TikTok platformok rendszeres, vagy akár túlzott használata? Beleértve az influenszer jelenséget!

- *szakmai előmenetel, munkahelyi teljesítmény*
- *családi értékrend, gyermekvállalás*

Azt kérdeztük a fókuszcsoport résztvevőitől, hogy szerintük a fiatalokra milyen mértékben hat az említett két platform, akár túlzott használata akkor, amikor a szakmai előmenetelre gondolunk vagy éppen a család, mint érték és gyermekvállalás kérdéseire, jövőbeli terveikre. Kérdésünk asszociatív jellegű, mégis konkrét tárgykörhöz kapcsolódó nyitott kérdés volt. Igyekeztünk a túlzott használat fogalmát bevezetni, annak ellenére, hogy nem szabtuk meg mit jelent ez a fogalom. A kérdésünk alapját az adta, hogy a nemzetközi szakirodalom alapján, a problémás internethasználat egyre nagyobb kihívást jelent minden korosztály számára, és kiemelt figyelmet érdemel a mentális egészséggel foglalkozó kutatások körében (Ioannidis és mtsai., 2018). Az ilyen típusú viselkedés csökkentheti a produktivitást, a fiatalok esetében pedig

romló iskolai teljesítményhez, tanulmányi előmenetelük akadályozásához vezethet, továbbá gyakori kísérőjelenségei a hangulatingadozások és a szorongásos zavarok (Derbyshire és mtsai., 2013; Ho és mtsai., 2014).

8. 1-5 skálán jelölje meg hogy rendszeresen mennyi pornográf, vagy túlszexualizált tartalommal találkozik egy fiatal a YouTube és TikTok platformokon? (5 a nagyon gyakori, 1 a soha)

Számszerűsíthető 5 fokú skálán kértük, hogy értékeljék a YouTube és TikTok platformokon megjelenő pornográf és/vagy túlszexualizált tartalmak gyakoriságát, annak gyakorisága, rendszeressége alapján, amikor valaki használja az alkalmazást. Szándékosan nem határoztuk meg, hogy mindez asszociatívan mit jelent, éppen azért, mert jelenleg egyik alkalmazás sem kerül letiltásra vagy leállításra a szolgáltató által, amennyiben nem direkt szexuális tartalom jelenik meg. A direkt szexuális tartalom esetében sem minden esetben történik korlátozás.

9. 1-5 skálán jelölje meg hogy rendszeresen mennyi erőszakos, vagy erőszakra buzdító tartalommal találkozik egy fiatal a YouTube és TikTok platformokon? (5 a nagyon gyakori, 1 a soha)

Számszerűsíthető 5 fokú skálán kértük, hogy értékeljék a YouTube és TikTok platformokon megjelenő erőszakos, vagy erőszakra buzdító tartalmak gyakoriságát, annak gyakorisága, rendszeressége alapján, amikor valaki használja az alkalmazást. Szándékosan nem határoztuk meg, hogy mindez asszociatívan mit jelent, éppen azért, mert jelenleg egyik alkalmazás sem kerül letiltásra vagy leállításra a szolgáltató által, amennyiben nem direkt erőszakos tartalom jelenik meg. A direkt módon erőszakos tartalom esetében sem minden esetben történik korlátozás.

10. Kérem röviden fogalmazza meg, hogy saját és szakmai tapasztalata alapján milyen hatással lehet a fiatalok mentális és lelki egészségére a YouTube és TikTok használata, vagy akár túlzott használata? Soroljon fel maximum hármat!

A fiatalok mentális, lelki, pszichés egészségére gyakorolt hatásokról kérdeztük szakértőinket. Általánosságban tettük fel kérdésünket, ugyanis széleskörben, egyéni szinten más-más aspektusok tárházát lehet felvonultatni. Tekintettel a szakirodalom által leírt számos mentális hatásra, azt kértük, 3 aspektust említve maximalizálják válaszaikat. A túl korai, napi több órányi okostelefon használat számos kutatás szerint mentális problémákat okozhat a fiatalok esetében. Elsősorban depresszió és szorongás tüneteit, valamint izolációt. Kisgyermek korban, 0-3 éves korban semennyi képernyőidőt nem javasolnak a mérvadó pszichológiai, pszichiátriai és orvosi

szervezetek, társaságok. Kutatásokból egyértelműen látjuk, hogy azok a gyermekek, akik 1 éves korukban okos telefonon, vagy tableten mesét néznek, vagy játszanak lassabban tanulnak meg beszélni és ez csak egyetlen példa a fejlődés elmaradására vonatkozóan (Barr és mtsai., 2019; Takahashi és mtsai, 2023).

11. Kérem röviden fogalmazza meg, hogy milyen megoldást tud elképzelni a YouTube és TikTok platformok veszélyeinek és negatív hatásainak csökkentésére és az esetleges pozitív hatásainak az erősítésére? Kérem gondoljon a platformok szabályozási lehetőségeire is!

Az utolsó szakmai kérdésünk során a beavatkozási, szabályozást érintő lehetőségről szeretettük volna megtudni szakértőink véleményét. Kérdésünkhöz kevés szakirodalom áll rendelkezésre, egyéni válaszokat, ötleteket, megoldási javaslatokat vártunk. Ausztráliában, a szabályozás szerint 16 éves kor alatt nem használhatnak közösségi média platformokat a fiatalok. A törvény végrehajtására 1 év türelmi idő lesz, így bevezetése 2026 januártól várható. Az egy év alatt vizsgálni fogják az életkor azonosításnak a különböző lehetőségeit, szakértők által, majd jövő év közepétől a kormány jóváhagyásával kerül a megfelelő módszertan kiválasztásra, aminek operatív megvalósítására nagyjából 6 hónapja lesz a közösségi média platformokat üzemeltető vállalatoknak. A tiltás hatálya alá vont közösségi média platformok listája nem tisztázott még, azonban az már korábban eldőlt, hogy a YouTube nem fog a tiltás hatálya alá esni. Ez helyenként összeeseng a kutatás szakértőinek véleményével is, a platform pozitív hatásainak tárgyalásánál különösképpen a TikTokkal történő összehasonlításban (Orturay, 2024).

Desk research

Az alábbiakban a desk research kutatásrészünk szakmai kérdéseinek ismertetése történik. A felmérés célja az volt, hogy számszerű és egyaránt minőségi adatokat nyerjünk a YouTube és TikTok platformok felhasználására vonatkozóan. Két kérdőívet készítettünk, éppen amiatt, mert tapasztalatunk alapján a YouTube és TikTok használatában eltérések mutatkoznak mind a korosztályt tekintve, mind a felhasználásra vonatkozóan (Szabácsik, 2023). A vizsgálatba való belépés feltétele 16 év volt, maximális életkort nem határoztunk meg. Az adatvédelmi és informált beleegyező elfogadásával, kényelmi mintavételi eljárás történt. Ennek hiányában a kérdőív nem jelent meg a kitöltők számára. A kitöltés minden esetben „kötelező” jellegű volt, a hiányos kérdőívekből adódó problémák kiküszöbölése okán. A nem, kor, végzettség/foglalkozás és az élőhely skála típusú jelölése mindkét kérdőív esetén megegyezett. A teljes kérdőíveket az XXX. számú melléklet és az XXX. számú melléklet tartalmazza.

Az első két kérdésben a YouTube és TikTok platformokon kívül megkérdeztük, hogy összességében milyen a platformhasználati profilja a kitöltőinknek. Valamint kitértünk arra, hogy hányféle és milyen digitális eszközöket használnak rendszeresen életükben. A következő négy kérdés arra vonatkozott, hogy hány éves korában használt először internetet, hány éves korától van okostelefonja, hány éves kora óta használ közösségi médiát és hány éves korában használta először konkrétan a TikTok, a másik kérdőívben a YouTube platformot. A következő kérdésünk az átlagos napi képernyőidőre vonatkozott óra és perc időtartamban, összesen. Megkérdeztük, hogy a TikTok és YouTube használatának átlagos ideje naponta mennyi, valamint az összes közösségi média használat összesen, napi átlagos időben, óra/perc értékben kifejezve. Végül speciális kérdéseket intéztünk a kitöltőinkhez, az első kérdőívben a TikTok platformra vonatkozóan, a második kérdőívben a YouTube platformra vonatkozóan.

Érdekelt minket, mi a személyek motivációja arra, hogy megnyissák az alkalmazást, így megkérdeztük milyen indítatásból nyitják meg az applikációt egy átlagos napon. Előfordul már velük, hogy tudattalanul az alkalmazás használata közben találták magukat? Végül megkérdeztük, konkrétan milyen tartalmat fogyasztanak a TikTok és YouTube applikációin keresztül. A következő kérdésben szerepelt, hogy mennyire tudatosan használják az adott platformokat saját maguk szerint, illetve, hogy a felhasználók szerint megváltoztatja-e a véleményüket egy adott témáról a két alkalmazás használata. Gyártanak, vagy feltöltenek tartalmat rendszeresen az adott oldalakon keresztül? A fókuszcsoporthoz hasonlóan itt is külön figyelmet szenteltünk az influenszerek követésének. Majd erre vonatkozóan attitűdvizsgálatot folytattunk le. Miben és milyen mértékben befolyásolják az influenszerek, TikTockerek a felhasználók gondolatvilágát?

A kérdőívek utolsó részében a pszichológiai eltérésekre, mentális kérdésekre fektettük a hangsúlyt. Megkérdeztük véleményüket a platformok használatának idegrendszeri veszélyeiről, az érzelmi hatásokról, a túlhasználatról, a kényszeres/abuzív használatról, a zaklatás jelenségéről, az erőszakos és túlszexualizált tartalmak gyakoriságáról.

Az utolsó három kérdésünk az alábbiak szerint épül fel. A WHO-5 (Susánszky és mtsai., 2006) világszerte alkalmazott, validált, standardizált kérdőív az elmúlt két hét hangulati állapotára vonatkozóan. A következő egy okostelefon használatra és túlhasználatra vonatkozó gyorsan kitölthető kérdőív (Csibi és mtsai., 2019), míg az utolsó skálát magunk alkottuk és az általános életminőség dimenzióival (Ware, 1999) kapcsolatban kérdeztük kitöltőink véleményét.

Eredmények

Fókuszcsoport

1. Saját és szakmai tapasztalata(i) alapján mit gondol az okos eszközök elterjedéséről a fiatalok körében? (Itt számít, hogy ők milyen szempontokat vetnek fel.)

A fókuszcsoportban résztvevők **az okoseszközök elterjedését 90%, vagy ez az érték fölé becsülik 14 éves kor felett és 30 éves kor alatt.** A fókuszcsoportokban többen, ebben a korosztályban, 100%-ra becsülik a használat elterjedését. Kiemelve megjelenik a szocioökonómiai státusz az egyik válaszban, miszerint a lemaradottabb, hátrányos helyzetű régióban inkább 50%-osra becsüli szakértőnk az okoseszközök elterjedését. Másik szakértőnk ennek ellentmondva azt érzékeli, hogy a roma lakosság körében már babakocsiban megkapják a gyermekek az okoseszközt használatra. **8-9 éves kortól 14-ig szakértőnk 50%-os elterjedtségi arányt becsült.** Az okoseszközök kényelmes, bárhol lehetséges használatát emelték ki és viszonylag gyorsan a szórakoztató és közösségi portálak használatát említik. Egyik szakértőnk már az első kérdésnél kitér arra, hogy akinek okoseszköze van, az minimum 1 közösségi portált, akár üzenetküldő alkalmazást igénybe vesz. Iskolás gyerekekkel foglalkozó pszichológus megjegyzi, hogy **14 éves kor felett az okoseszköz használatát kevésbé tudják a szülők kontrollálni „nem igen van rálátásuk”** az okoseszköz használatára sok esetben. Kiemelik, hogy az okoseszköz használatában sem családokban, vagy azon belül, vagy az iskolai rendszerekben nincsen konszenzus. Kitérnek arra, hogy az iskolai rendszerek szereplői gyakran közösségi portálon kommunikálnak a diákokkal, szülőkkel, emiatt egyfajta kényszer jelenik meg a használatra, ahogyan a kortárs csoport is lényegesen nagy nyomást gyakorol a használatra vonatkozóan. Hozzáteszik, hogy a közösségi platformok esetén többféle korlátozást alkalmaznak a szülők, nevelők, mint magában az okoseszköz használatában. A felnőttek esetében is **megjelenik az okoseszköz függőség kérdése** és a fiatalok, gyermekek esetén is a függőség meglétét valószínűsíti egyik szakértőnk. Az alkalmazások használatában feltételezhetően van különbség a társadalmi csoportok között. Pl.: fiatalok – amerre járnak azt megörökítik, képpel kommunikálnak – generációs különbségek; közösségi kultúra.

2. A saját és szakmai tapasztalata alapján mennyire tartja a TikTok és YouTube platformokat meghatározónak a fiatalok körében?

Főként a fiatalok életében meghatározó a két platform szakértőink szerint. **A TikTOKot inkább szórakoztató tartalmak keresésére, fogyasztására alkalmazzák szakértőink szerint a fiatalok, míg a YouTube esetében több esetben megjelenik az ismeretterjesztő, vagy tanulást, fejlődést segítő használat.** Egyik szakértőnk kiemeli, hogy a fiatal korosztály

körülbelül **10%-a TikTok tartalom gyártó** is egyben. Kitérnek az influenszerek, celebek, vagy akár a művészvilág által mutatott példára, melyet „*utánozni kell*” - fogalmaznak szakértőink. A bűnmegelőzés szempontjából szakértőnk állítja, hogy a TikTok challengeknek, kihívásoknak káros hatásait szakmailag is érzékeli. Egyik szakértőnk a tudatosság kérdését optimistábban látja, mint a többiek, úgy fogalmaz, **vannak olyan fiatalok, akik tudatosan választják a tartalmakat**, amelyeket fogyasztanak. „Nem csak úgy lógnak” – fogalmaz. Ő is kettős használatot mond erre, **van az abszolút szórakoztató tartalom, a pörgetés, és van tudatos tartalom keresés is egyben**, amely az ismeretszerzést célozza. Ugyanakkor kitérnek arra, hogy az egyre rövidebb videókat kedvelik a fiatalok és a TikTok platform használata fiatalabb korosztályt érint, mint a YouTube használata. Kiemelik, hogy az utóbbi évek trendjei azt mutatják, egyre többen tartalomgyártóként vannak jelen, nem kizárólag fogyasztóként ezeken a platformokon. **Mindkét platform esetén megjelenik a „beszippantás”,** a személyes kapcsolatok hátrányba kerülése az online platformokkal szemben, az „alternatív világ” és az ezzel kapcsolatos hiszékenység, valamint a kényszeresség „még egy videó megnézésére”, ami mindig „plusz egy perc”. Az idegrendszeri elárasztás és a technológia gyors változása szintén szempont szakértőink esetén. A YouTube platform régebbi, tudatos keresésre alkalmas, mélyebb és hosszabb tartalmakat is fogyasztanak rajta, mint a TikTok közösségi alkalmazáson. A YouTube még mindig elterjedtebb, már csak azért is, mert minden okostelefonon alapvetően le van töltve az alkalmazás, amikor kézhez kapja valaki – vélik szakértőink. **14-25 éves korosztályban a TikToker egyértelműen szórakozásra használják a fiatalok. 20-25 éves korosztálytól a YouTube az elterjedtebb**, amelyet szakértőnk összefüggésbe hoz az alábbival „mindenki az intellektuális kapacitásának megfelelően használja, azt vettem észre, minél alacsonyabb valakinek az iskolázottsága annál egyszerűbb ingereket vár el a telefonjától” – fogalmaz. 18 év alatt úgy gondolják a TikTok az elterjedtebb és az alapvetőbb, e felett érkezik a YouTube elterjedtségben. Tehát összefoglalóan **szakértőink úgy vélik, kor, érettség, iskolázottság, szociális közeg függvénye a két alkalmazás használatának módja és elterjedtsége.**

3. Saját és szakmai tapasztalata szerint a fiatalok milyen alkalmazásokat részesítenek előnyben az okoseszközeiken? A TikTok és a YouTube alkalmazásai az első 5-ben találhatóak-e, amelyeket a legtöbbet használnak?

Mindkét alkalmazás az első 5 leginkább használt között van, kevés eltérő vélemény érkezett. A fiatalok (körülbelül középiskolás) korosztály esetében inkább a TikToker teszik előrébb szakértőink, akár az első háromba. A YouTube-ot a 4. és az 5. helyre tippelik. A sorrendben nincsen megegyezés szakértőink szerint, van, aki minden korosztályban a

YouTube-ot az első közé sorolja. Egyik szakértőnk az online/eszközön játszó gyerekeket emeli ki, azt mondja, talán az ő esetükben kiszorul a YouTube az első ötből, de a TikTok benne van. **Akik úgy gondolják, hogy a YouTube benne van az első öt alkalmazásban, kiemelik, hogy zenehallgatás miatt kerül ide. A TikTok esetén pedig a chat, kapcsolattartási funkciót emelik ki.**

4. Saját és szakmai tapasztalatai alapján a fiatalok mire használják a TikTok és YouTube platformokat? Milyen tartalmakat fogyasztanak a fiatalok ezen a két platformon?

Döntően szórakozásra! – véli egyik szakértőnk. Időtöltésre, tanulásra kevésbé. Sorozatok, videók megnézésére. „Könyvtár funkció”, vagyis mindent az online térben keresnek. Zenehallgatásra. Közösséghez tartozás élménye miatt, kapcsolattartás és kommunikáció. Főzés, receptek, hobbik, barkácsolás, marketing ismeretek, videó vágás, gyártás, készítés és az ezekkel kapcsolatos ismeretszerzés. Pornográf tartalom fogyasztás. Gaming, gamer-világ és azzal kapcsolatos ismeretek megszerzése. Politikai tartalom fogyasztás.

Felületes ismeretek összességében! Csendtől, unalomtól való félelem, sima pörgetés.

5. Kérem röviden fogalmazza meg, hogy milyen hatással van a fiatalok életére, mindennapjaira a YouTube és TikTok platformok rendszeres használata?

- szocializáció, személyes kapcsolatok

Lehet pozitív és negatív is. Középiskolásoknál megérkezik a tanórákra a platformon látott tartalom. Nem tudnak különbséget tenni az idealizált online és az offline világ között. Kevés interakcióval szembeni „kárpótlás” – válaszolja egyik szakértőnk. Csökkenti az offline kapcsolatok számát. Az online, virtuális kapcsolatokra jó hatással van, ha az számít – teszik hozzá. Romlik a családon belüli kommunikáció.

- világhoz való hozzáállás

Mindenképpen hat rá valamilyen formában. Radikalizáció megjelenése, katasztrofizál, polarizál. Politikai, közéleti tartalmak fogyasztása befolyásoló. Információs hulladék nagy mennyiségben – fogalmaz egyik szakértőnk, negatív kontextusban. Torz kép a világról. **iskolai, akadémiai eredmények**

Végtelen folyamat, benne lehet ragadni, ezért inkább negatívan hat rá a TikTok. A YouTube tud segíteni a tanulásban, ismeretszerzésben, időt spórolhatunk általa. A YouTube használata a főiskolai, egyetemi előmenetelben bevett szokás. A platformok miatt unalmasak a tanórák. Inkább negatív hatással van az akadémiai eredményekre, de nem maradéktalanul biztosak benne szakértőink.

- élettel való elégedettség

Inkább negatív hatás, már csak az önértékelésre gyakorolt negatív hatások miatt is, vagy a bemutatott élethelyzetek miatt, amelyek vagy valóságosak, vagy nem. Szorongást vált ki az emberekből, emiatt negatívan hat az élettel való elégedettségre. Hatása felhasználói kör függvénye. Megérkezett az „amerikai álom”.

6. Kérem röviden fogalmazza meg mennyire néznek/követnek influenszereket a fiatalok ezeken a platformokon? Milyen hatással vannak/lehetnek az influenszerek a fiatalokra?

Torz világkép, gyors egyszerű üzenetek, materializáció. Az lehetek, aki akarok lenni – ezeket az üzeneteket közvetítik legfőképpen. Ugyanakkor edukatív tartalom is megjelenik influenszerek által, vannak minőségi tartalmat előállítók is. Mindenki követ legalább 1, akár több, vagy sok influenszert. Összességében nagy hatással vannak az influenszerek és tartalmaik a fiatalok hétköznapijaira, gondolataira, érzelmeire, terveikre, jövővel kapcsolatos elvárásaikra. Az influenszerek önmaguk irányába befolyásolják követőiket. Több válaszban megjelenik az ambivalencia, jó és rossz is lehet. Talán az eredmények összessége azt mutatja, hogy magát az influenszer jelenséget károsnak tartják szakértőink a fiatalokra nézve.

7. Kérem röviden fogalmazza meg, hogy milyen hatással lehet a fiatalok jövőjére, szakmai előmenetelére és magánéletére a YouTube és TikTok platformok rendszeres, vagy akár túlzott használata? Beleértve az influenszer jelenséget!

- szakmai előmenetel, munkahelyi teljesítmény

Befolyásolhatja, inkább negatív irányban. A TikTokon nem gondolják, hogy sok oktató jellegű tartalom lenne. A YouTube-on viszont egyértelműen vannak, így ez pozitív is lehet.

- családi értékrend, gyermekvállalás

Befolyásolhatja, inkább negatív irányban. Ugyanakkor ambivalens válaszok. Többtényezős a gyermekvállalás és gyermeknevelés kérdése. Lehet akár pozitív, egyre több influenszer anyuka is van.

8. 1-5 skálán jelölje meg hogy rendszeresen mennyi pornográf, vagy túlszexualizált tartalommal találkozik egy fiatal a YouTube és TikTok platformokon? (5 a nagyon gyakori, 1 a soha)

Túlszexualizált tartalomról úgy gondolják, hogy szinte folyamatosan ilyen ingerek érik a felhasználókat. Pornográf tartalom sokkal kevésbé. Átlagos 3-4-es érték.

9. 1-5 skálán jelölje meg hogy rendszeresen mennyi erőszakos, vagy erőszakra buzdító tartalommal találkozik egy fiatal a YouTube és TikTok platformokon? (5 a nagyon gyakori, 1 a soha)

Erőszakos vagy erőszakra buzdító tartalomból több van, mint szexuális tartalmú tartalomból. Inkább 4-es érték, gyakorinak, soknak tartják szakértőink.

Mindkettő esetén a TikTok tartalmazza a többet.

10. Kérem röviden fogalmazza meg, hogy saját és szakmai tapasztalata alapján milyen hatással lehet a fiatalok mentális és lelki egészségére a YouTube és TikTok használata, vagy akár túlzott használata? Soroljon fel maximum hármat!

Elégedetlenség saját helyzetemmel, az élettel, párkapcsolatommal, amit ott látok azt akarom elérni. Unalom és izgalomkeresés. Identitás – sérülés. Szorongás. Kéjégettség. Rosszabb figyelemi funkciók. Rossz megküzdés és reziliencia. Bizonytalanság. Depresszió. Fáradtság. Kognitív funkciók romlása. Katasztrofizálás. Nyomás helyezés a fogyasztóra. Inger – és információk elárasztás. Motivációs problémák.

11. Kérem röviden fogalmazza meg, hogy milyen megoldást tud elképzelni a YouTube és TikTok platformok veszélyeinek és negatív hatásainak csökkentésére és az esetleges pozitív hatásainak az erősítésére? Kérem gondoljon a platformok szabályozási lehetőségeire is!

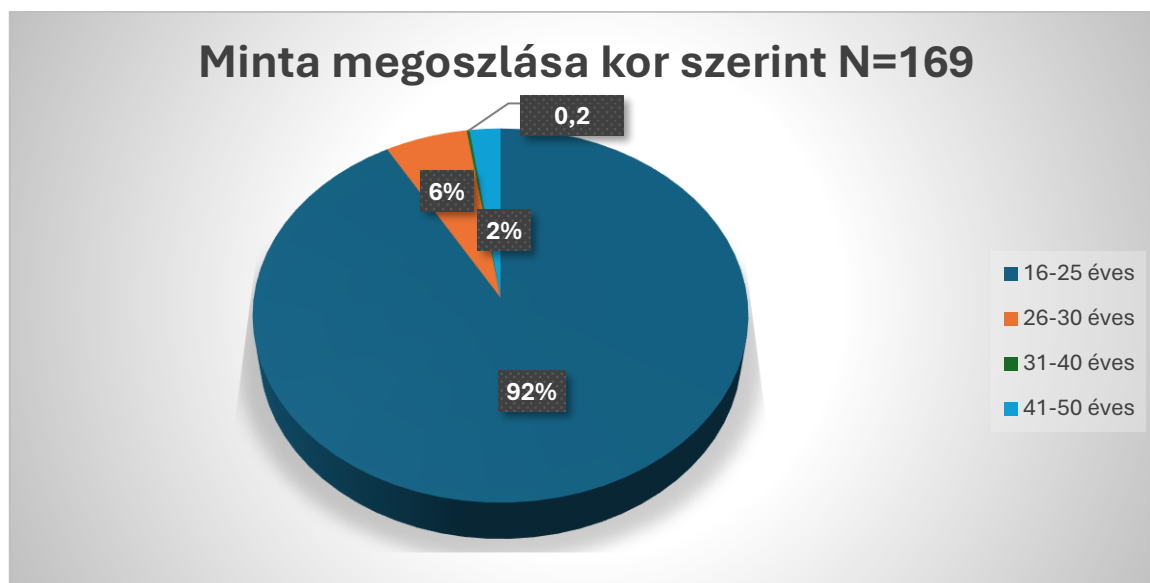
Digitális állampolgárság. Azonosíthatóság. Korlátozás – eszköz és platform 14-16 éves kor alatt. Kontrolláló, felügyelő applikációk használata és edukáció. Korhatár karikák, edukáció, figyelemfelhívás, kötelező használat a tartalomgyártók részéről és az üzemeltetők részéről. Tanfolyamok, edukáció, ismeretterjesztés, adatvédelmi ismeretek szélesítése. A platform, üzemeltető dolga a szabályozás. A külső szabályozás nagyon nehéz, pedig szükséges lenne. Önkorlátozó dolgok ismertetése és használatuk segítése. Műszakilag és jogilag is nehézkesnek gondolják a szakértőink a szabályozást. Személyi beazonosítás, anonimitás kiküszöbölése. Életkornak megfelelő képernyőhasználat. Tudatos internet használat. Üzemeltetők extra adóztatása, kötelezésük a korlátozások bevezetésére. „Nemzetállamok feletti szervezetek”, mint irányítók. Nincs felelősségre vonás – jogrendszer (pl.: szülő miért hozott létre profilt a kisebb gyermekének?).

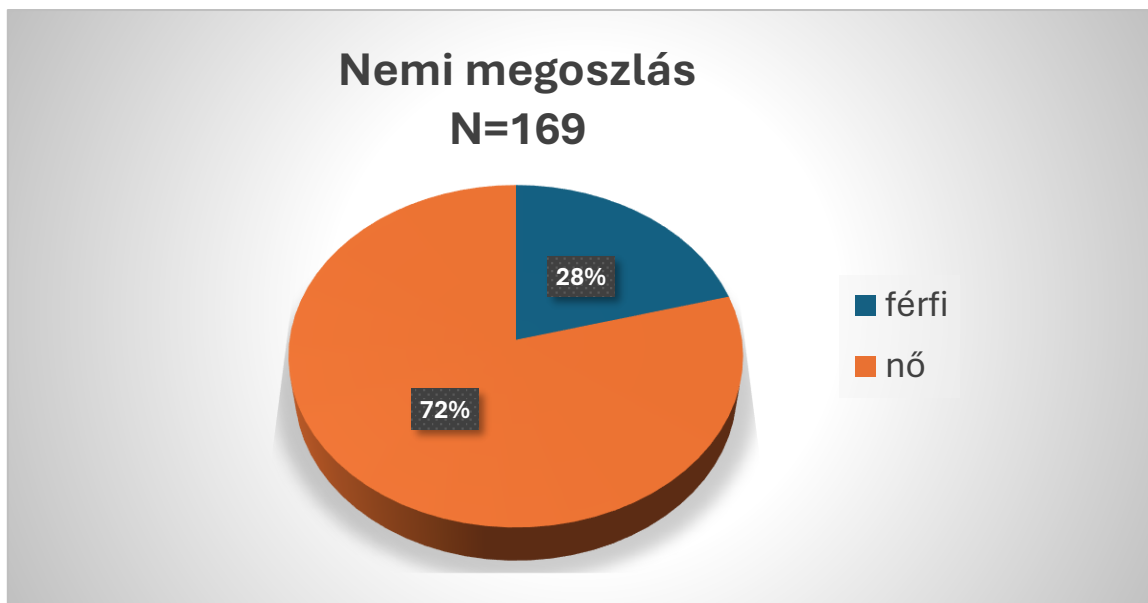
Desk research kutatás eredményei

Két kérdőívet vettünk fel, amelyek merőben hasonlóan egymásra. Az egyik a TikTok, a másik a YouTube platformra vonatkozóan kérdezi le ugyanazokat a kérdéseket. Mintáink eltérnek, online, kényelmi mintavétel történt hólabda módszerrel. Ugyanakkor a leiratunkban jeleztük, hogy főként a fiatalok kérdéseit várjuk, avagy fiatalokra vonatkozó kérdéseket várunk. A kérdőíveket közösségi portálokon tettük közzé, azon belül is leginkább fiatalokat célzó csoportokban. Így a két platformra vonatkozóan eltérő mintákkal dolgozunk.

TikTok platform használati szokások eredményei

A mintánk átlagos életkora 25,7 év, 7,0 szórás értékkel. A legfiatalabb kitöltőnk 16 éves, a legidősebb felmért alany ezen a kérdőíven 42 éves. Összesen 205 kérdőívet vettünk fel, azonban ezek egy része hibás, esetlegesen technikai okok álltak a háttérben, vagy random töltötte ki a személy. Mindezeket az IBM SPSS Statisztikai Szoftver segítségével és manuálisan kiszűrtük. Végül 169 személy adatait elemeztük.

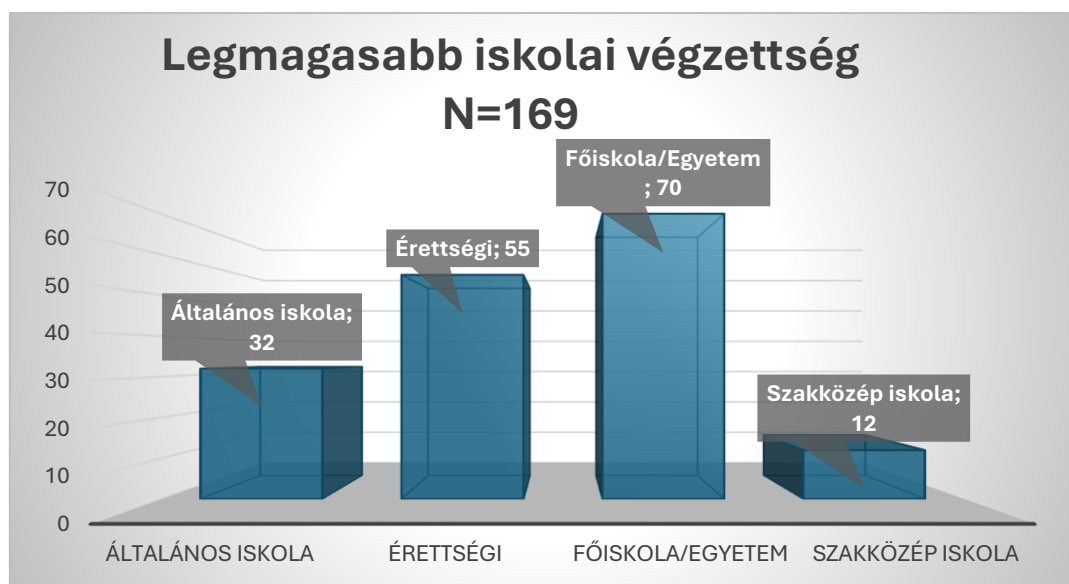




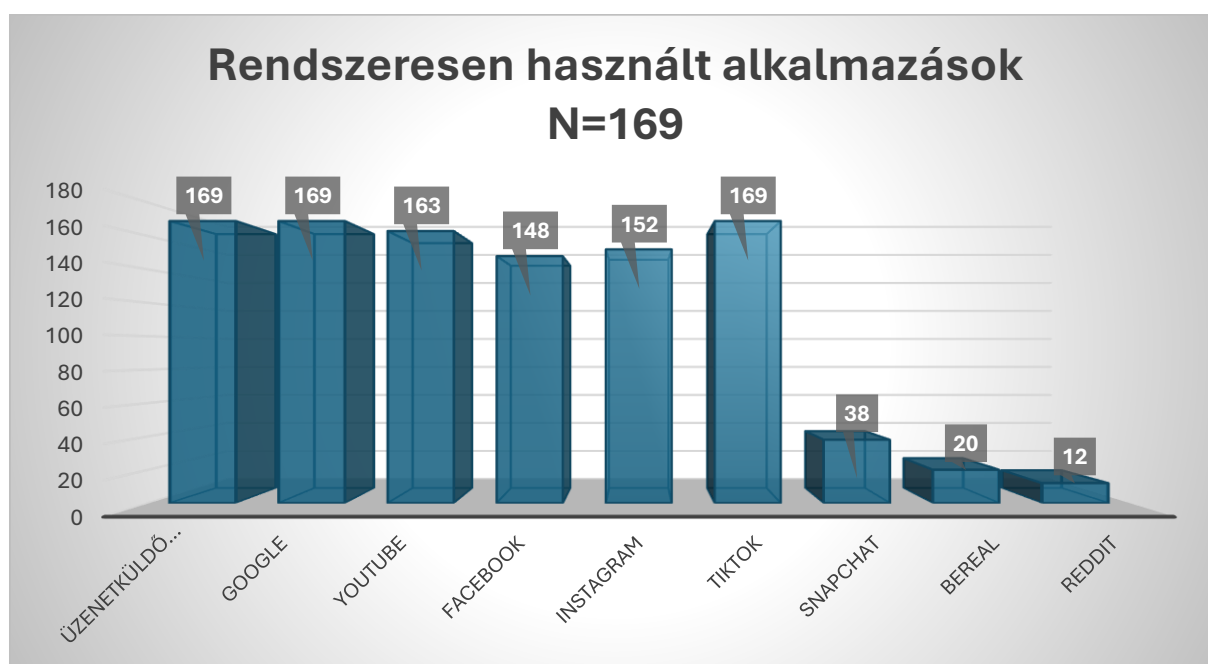
A mintáról elmondható, hogy a nők felülreprezentáltsága miatt torzít. A TikTok felhasználási szokásokat tekintve, kutatásunk egyértelműen torzított adatokat mutat, amit érdemes a következtetéseknél figyelembe venni. A szakirodalom alapján a TikTok felhasználók 45.2% nő, 54,8% férfi (Statista, 2024a).

2.1.Táblázat: Lakóhely szerinti megoszlás, TikTok felhasználók körében

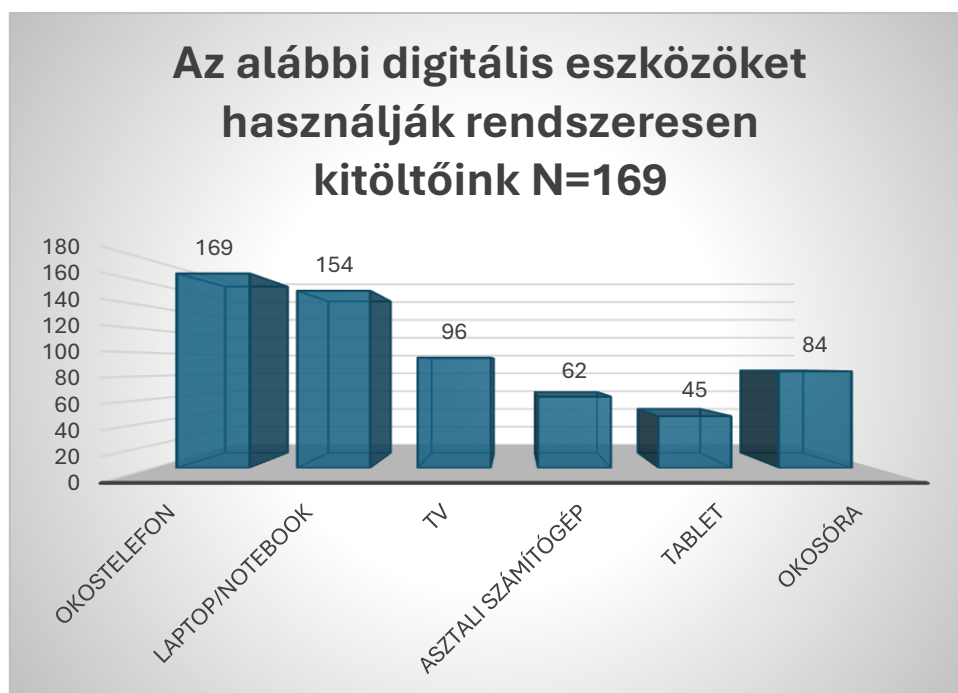
Lakóhely	Személy	%
Budapest	105	62,2
Megyeszékhely	31	18,4
Város	15	8,9
Falu	10	6,9
Egyéb	5	3,0
Összes	169	100,0



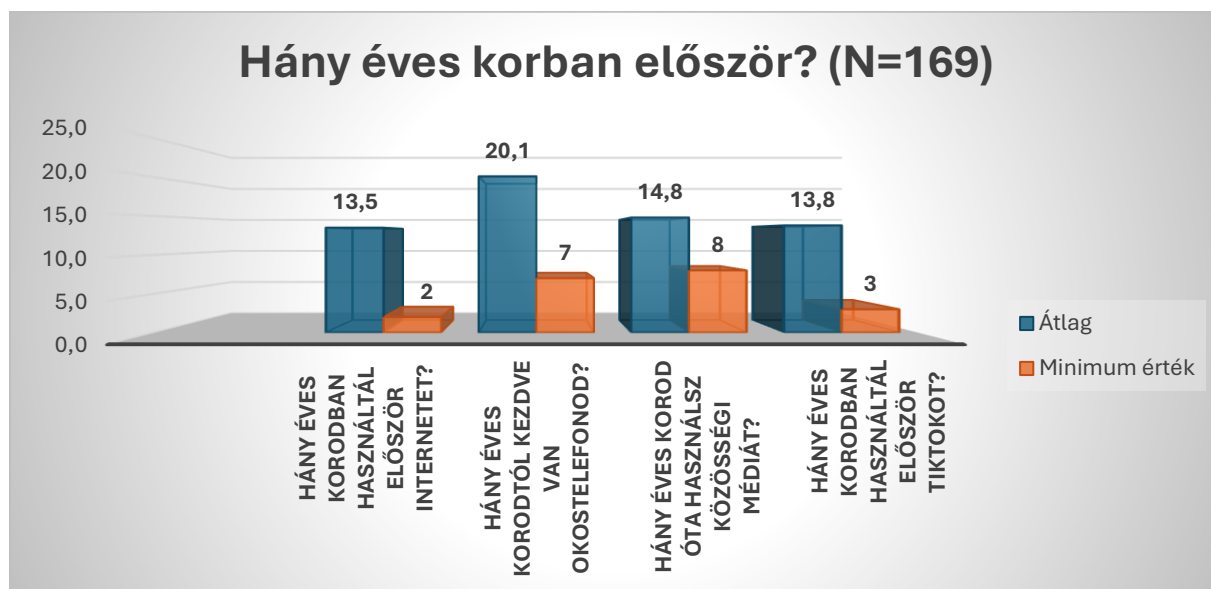
Mindenki használja a Messengert vagy egyéb üzenetküldő alkalmazást és a Google-t, értelemszerűen a TikTok alkalmazást is. A YouTube-ot 163 személy, a Facebookot 148, míg 152 személy Instagramot, 38 személy Snapchatet, 20 személy BeRealt, 12 személy Reddítet használ.



Kitöltőink számos digitális eszközt használnak rendszeresen, napi szinten. Az okostelefon elterjedtsége 100%, amelyet a laptopok/notebookok használata követ igen magas arányban (91,1%). Ezeket a Televízió nézés, és okosóra használata követi.



13,5 éves korban használtak átlagosan először internetet, 20,1 éves kortól van átlagosan okostelefonjuk, 14,8 éves kortól használnak közösségi médiát és 13,8 éves kortól használnak átlagosan első alkalommal TikTOKot a megkérdezettek. A legfiatalabb TikTOKot használó 3 éves volt, amikor először használta.



Az átlagos napi képernyőidő majdnem 6 óra, a legmagasabb érték 16 óra a mintában. A TikTok alkalmazás használatának átlagos ideje 3 óra 50 perc, 14 órás maximális idővel/nap. A közösségi média felületeket átlagosan a személyek 5 óra 15 percet használnak naponta, de van, aki 15 óra 25 percet közösségi oldalakon lóg.

2.2. Táblázat: Átlagos és maximális napi digitális eszköz, TikTok platform és közösségi média használat óra/perc értékei

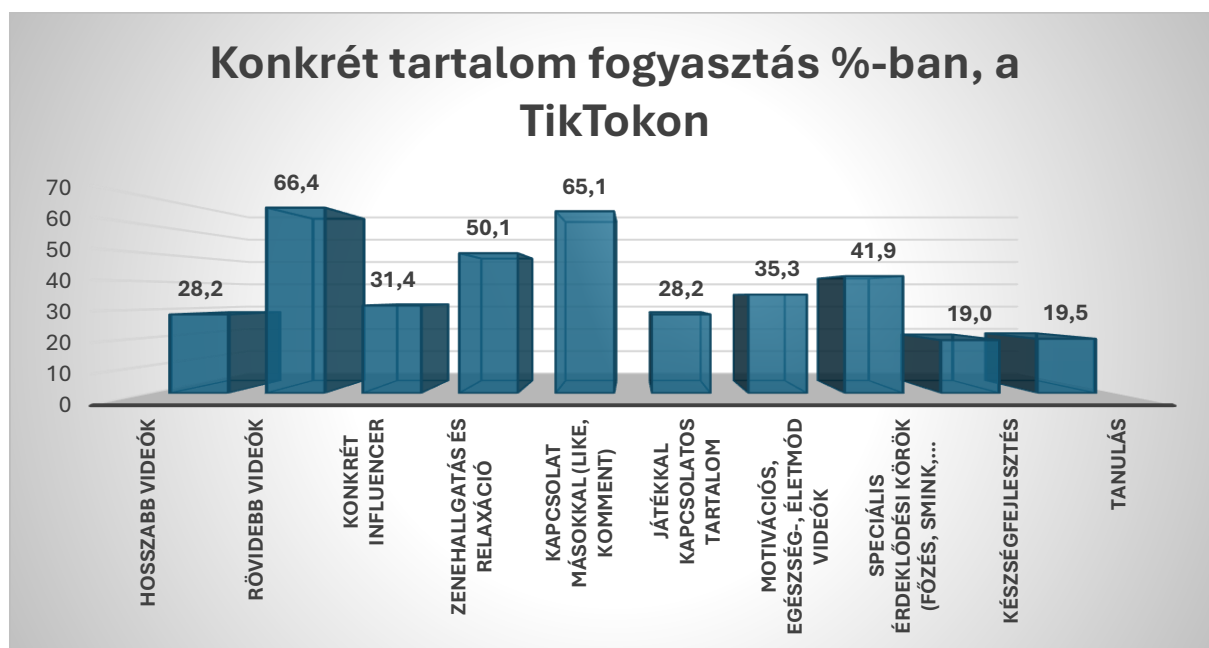
	Naponta körülbelül mennyi az átlagos képernyőidő (digitális eszközhasználatod összesen)?	Naponta körülbelül mennyi időt használsz TikTOKot összesen?	Naponta körülbelül mennyi időt használsz a közösségi média felületeket összesen?
Átlagos napi	5 óra 44 perc	3 óra 50 perc	5 óra 15 perc
Maximum napi	16 óra 00 perc	14 óra 00 perc	15 óra 25 perc

2.3. Táblázat: A TikTok platform használata motivációs faktorokba rendezve

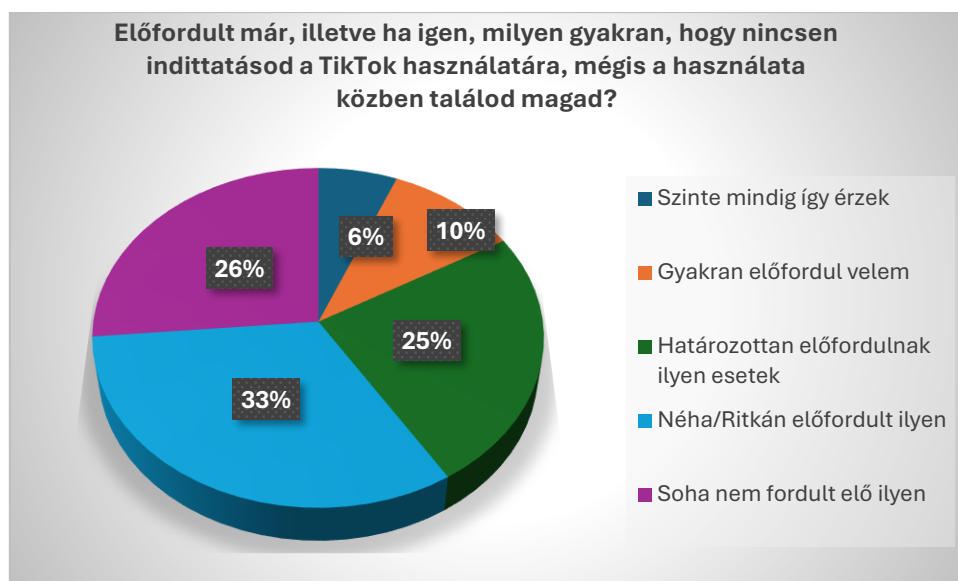
	Válaszok száma
Rövid videók	167
Szórakozás/szörfölés	116
Vicces videók küldése, fogadása, nézése	102
Unalom, unaloműzés	142
Hobbikkal kapcsolatos tartalmak és speciális érdeklődési körök	72
Kapcsolattartás	168
Egyéb, nem besorolható	44

A TikTok alkalmazásról szabad asszociáció során a legtöbben azt mondják, hogy kapcsolattartásra és rövid videók megnézésére használják. Ezek majdnem 100%-ban megjelölt tevékenységek. Előkelő helyen szerepel továbbá az unalom és unaloműzés, valamint a vicces videókkal kapcsolatos tevékenység, amely 102 alkalommal megjelent a 169 fős mintában.

10 gyakori tevékenységet soroltunk fel és azt kértük a válaszadóktól, hogy a leggyakrabban végzett tevékenységtől a legritkábban gyakorolt tevékenységig állítsák sorrendbe megítélésük szerint a felsoroltakat. A TikTokon a legtöbben (66,4%) rövidebb videókat néznek, vagy kapcsolattartásra használják (65,1%). A zenehallgatás és kikapcsolódás 50,1%-ban volt jelen, inkább a hobbiakkal kapcsolatos tartalmak (41,9%) és a speciális érdeklődési körhöz tartozó videók (41,9%) kötötték le a felhasználók figyelmét.

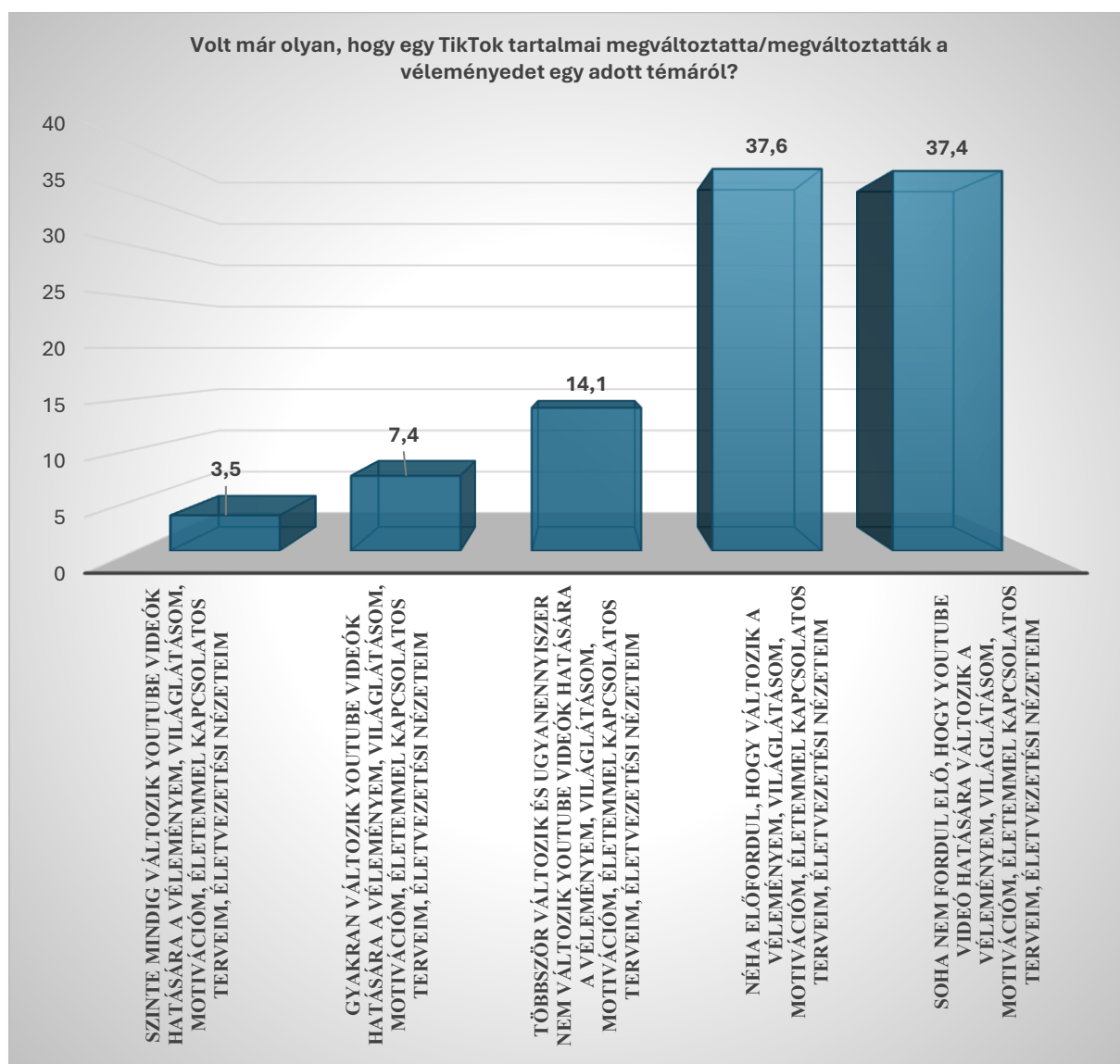


A következő diagram az alábbi kérdésre adott válaszok megoszlását mutatja %-os értékben. Vajon előfordulnak olyan esetek a felhasználók életében, amikor nem is „saját akaratukból, tudatosan” használják a TikTok közösségi portált?



41%-a állítja a TikTok felhasználóknak, hogy azonosíthatóak olyan esetek, mikor valójában nem lenne motivációjuk használni az alkalmazást, mégis fellépnek rá és használják. Csupán 26%-uk mondja azt, hogy soha nem fordult elő vele a fent említett eset.

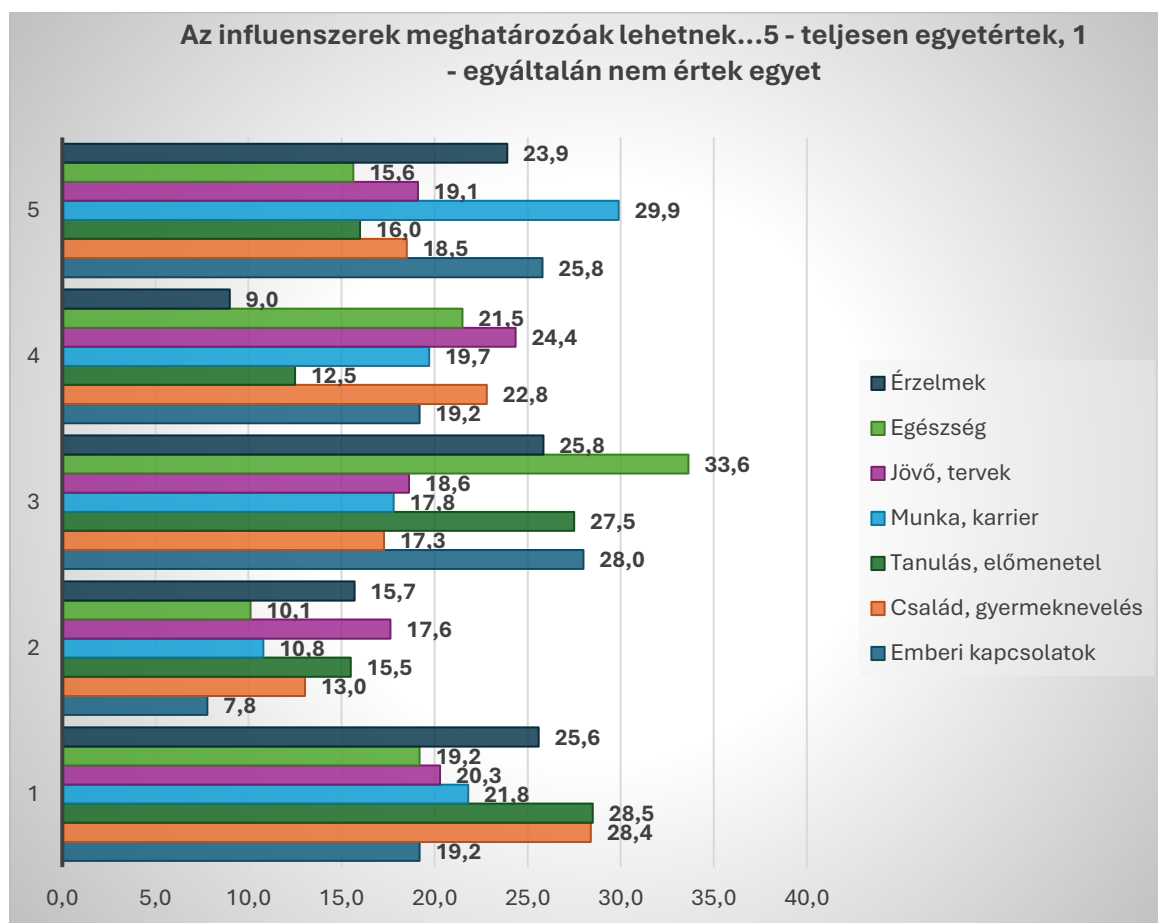
A TikTokon látott, követett tartalmak a TikTok felhasználók 25%-a esetén többször változtatták már meg véleményüket valamilyen kérdésben. A válaszadók csupán 37,4%-a mondja azt, hogy soha nem fordult elő vele, hogy változott volna véleménye, gondolkodásmódja TikTok tartalom hatására.



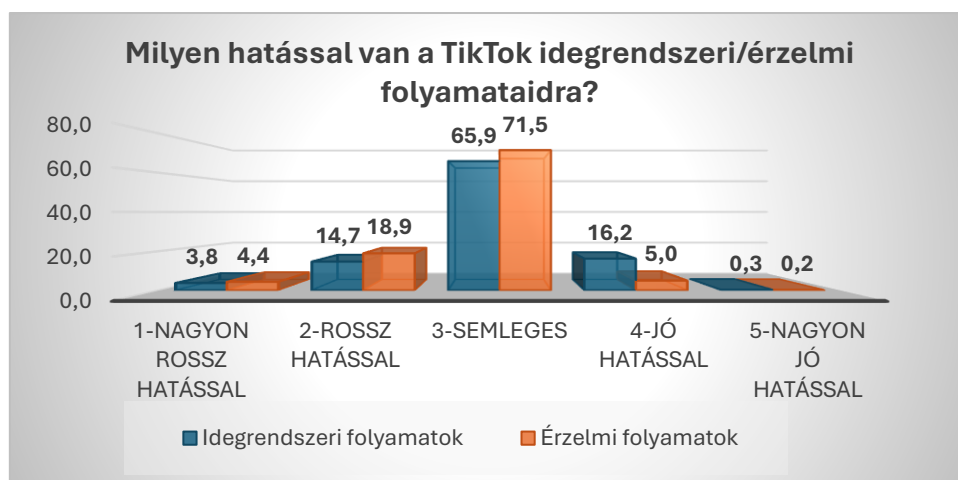
A megkérdezettek közül 6,8% gyártott már tartalmat a TikTokra, ráadásul gyakran teszi mindezt. További 17% ritkán, vagy többször, de gyárt tartalmat a TikTokra. Míg 76,2% soha nem gyártott TikTok tartalmat. A TikTok esetén a gyártás és a feltöltés arányai megegyeznek a kitöltőink esetén. A megkérdezett TikTok felhasználók 49,4%-a több influenszert is követ.

Csak 19,1% mondja csak azt, hogy ritkán nézi ezeket az influenszereket. A TikTok felhasználók 8%-a akár naponta többször megnézi az említett influenszerek tartalmait, további 14% azt válaszolta, hogy legalább napi rendszerességgel követi munkájukat.

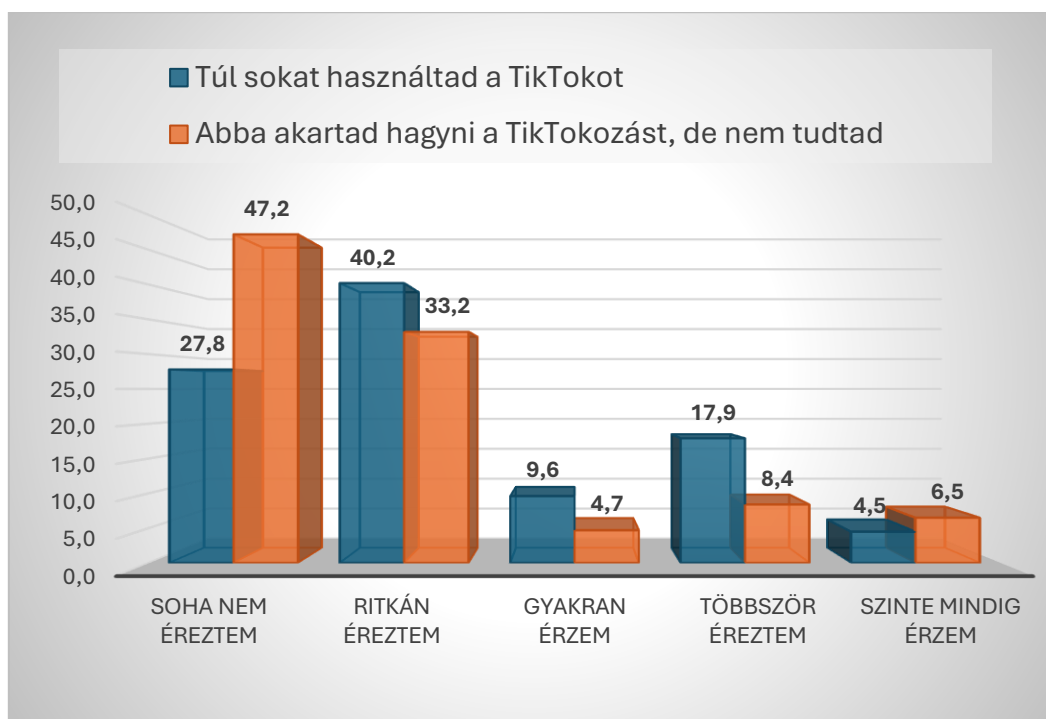
Az alábbiakban megkérdeztük 5 fokú Likert-típusú skálán, hogy mennyire értenek egyet az állításokkal vizsgálati alanyaink, ahol 5=teljes mértékben 1=egyáltalán nem. Az influenszerek rájuk gyakorolt hatásai érdekelt minket a kérdések felvételekor. Az érzelmek, egészség, jövő és tervek, munka és karrier, tanulás és előmenetel, család és gyermeknevelés, valamint az emberi kapcsolatok területeiről kérdeztük őket.



A kitöltők véleményét kérdeztük arról, milyen hatással van idegrendszeri és érzelmi folyamataikra a TikTok platform használata. A TikTok felhasználók jelentős részének nincsen véleménye a platform érzelmi és idegrendszeri folyamatokra gyakorolt hatásáról, nem akart válaszolni, vagy ambivalens a kérdésben.

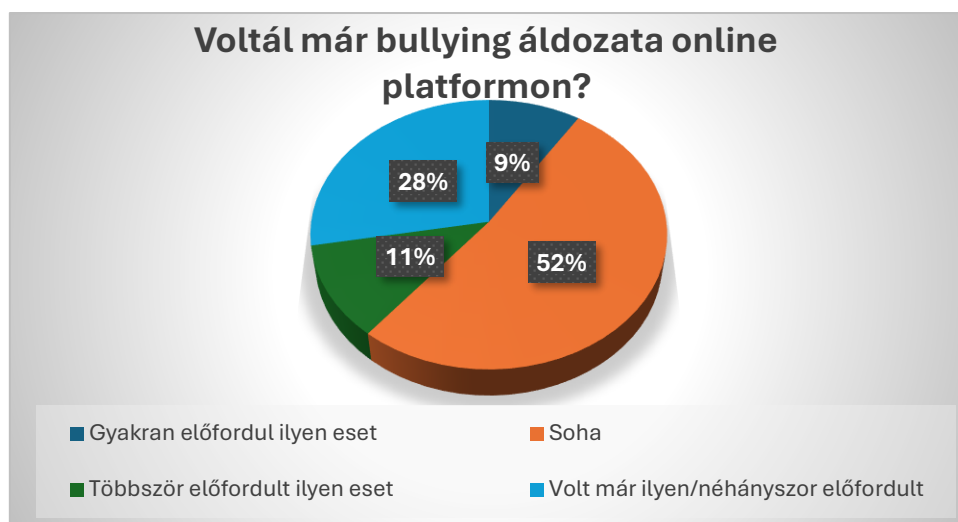


A túlzott használattal és a kényszeres használattal kapcsolatban is megkérdeztük vizsgálati alanyainkat a TikTok platformra vonatkozóan. Az alábbi tábla mindkét elért értéket mutatja.

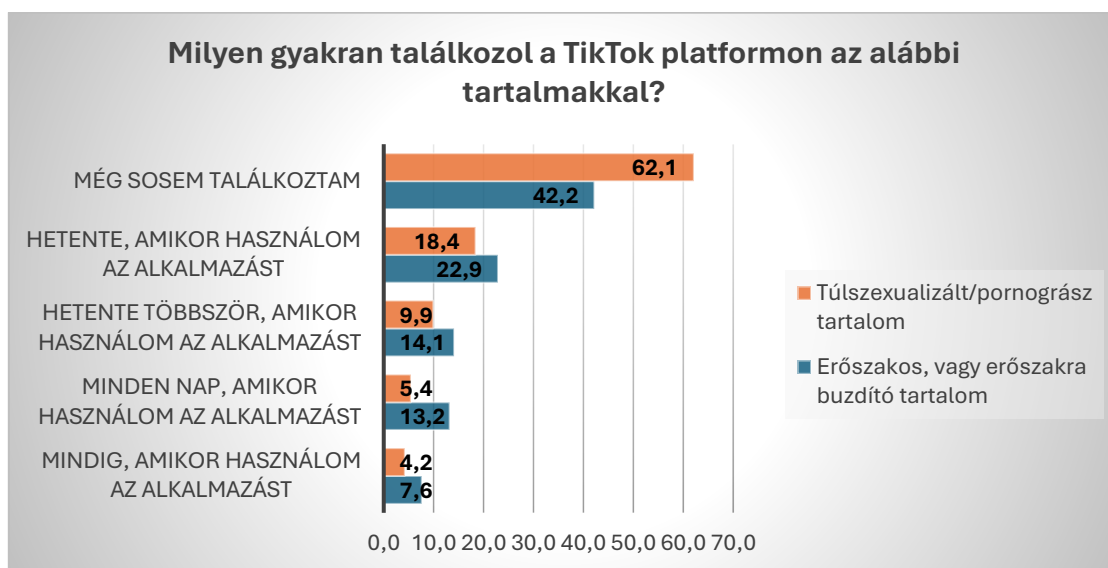


Több, mint a válaszadók fele (52,8%) érzett már olyat, hogy nem tudja abbahagyni a TikTokozást, pedig szeretné, és a válaszadók körülbelül kétharmada (72,2%) saját bevallása szerint is túlhasználja a TikTOKot alkalom adtán, vagy akár rendszeresen.

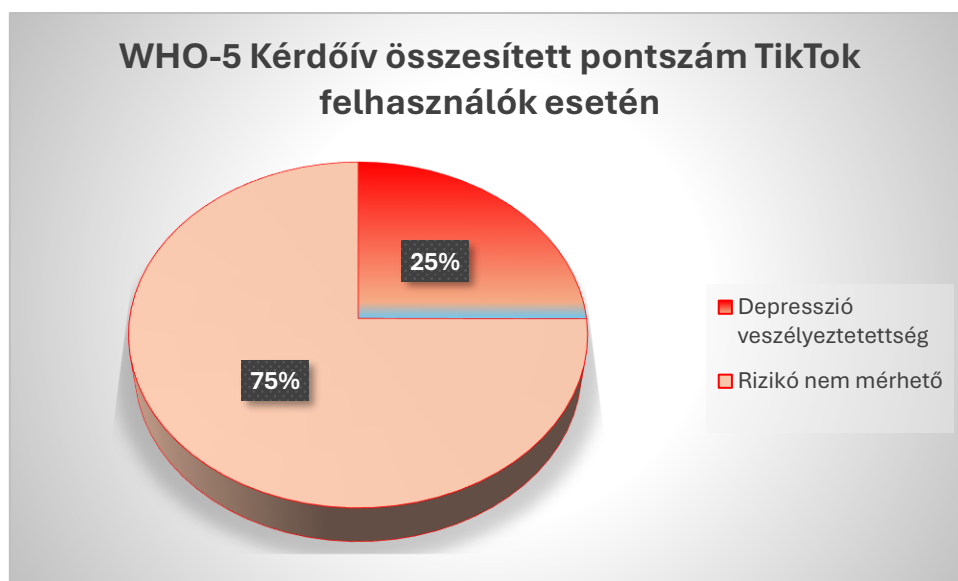
A következő kérdés válaszaiból látszik, hogy online platformon a TikTok felhasználók 20%-a többször, vagy gyakran volt bullying, vagyis zaklatás áldozata. 28%-uk szintén beszámol ilyen tapasztalatról. Aki zaklatással kapcsolatban tapasztalattal rendelkezik, az a válaszadók 48%-át teszi ki!



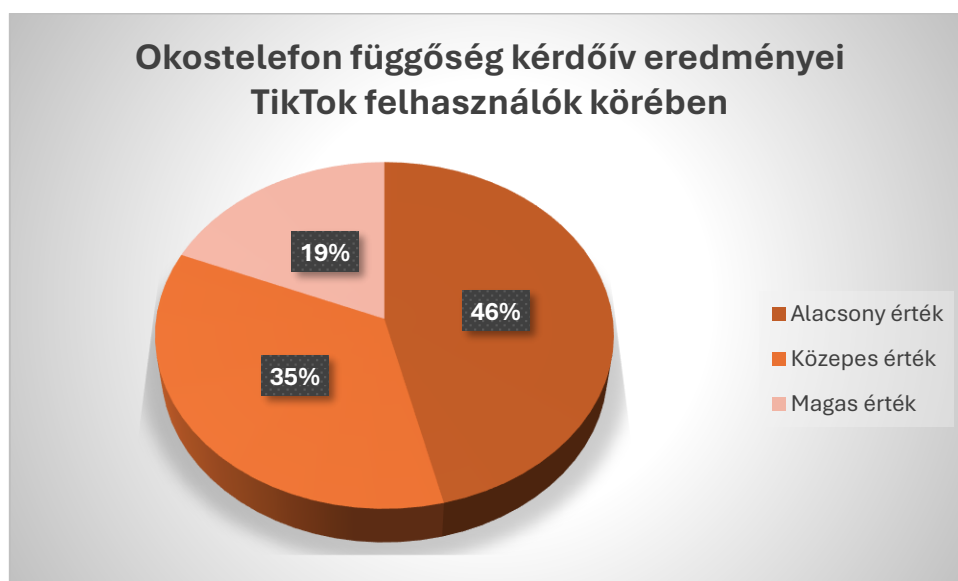
Vizsgálati alanyaink majdnem fele (57,8%) beszámol arról, hogy legalább heti rendszerességgel találkozik a platformon erőszakos, vagy erőszakra buzdító tartalommal. Ennél kevesebb azoknak a száma, akik túlszexualizált, vagy pornográf tartalommal találkoznak legalább heti rendszerességgel (37,9%).



Felvettük a WHO-5 kérdőívet, amely hazai és nemzetközi szinten az átlagpopuláció érzelmi, hangulati, lelki állapotának becslésére alkalmas. Általános képet fest vizsgálati alanyaink általános lelki/hangulati állapotáról. Cutoffpont a 10-es érték, aki 10-et, vagy annál alacsonyabb értéket ér el, annál feltételezhető a depresszió, melankólia megjelenése, vagy emelkedett rizikó a problémára vonatkozóan. Alanyaink átlagos értéke 15,34, a minimum érték 4, a maximum érték 20. Vizsgálati alanyaink 25%-a 10-es, vagy annál alacsonyabb értéket ért el.

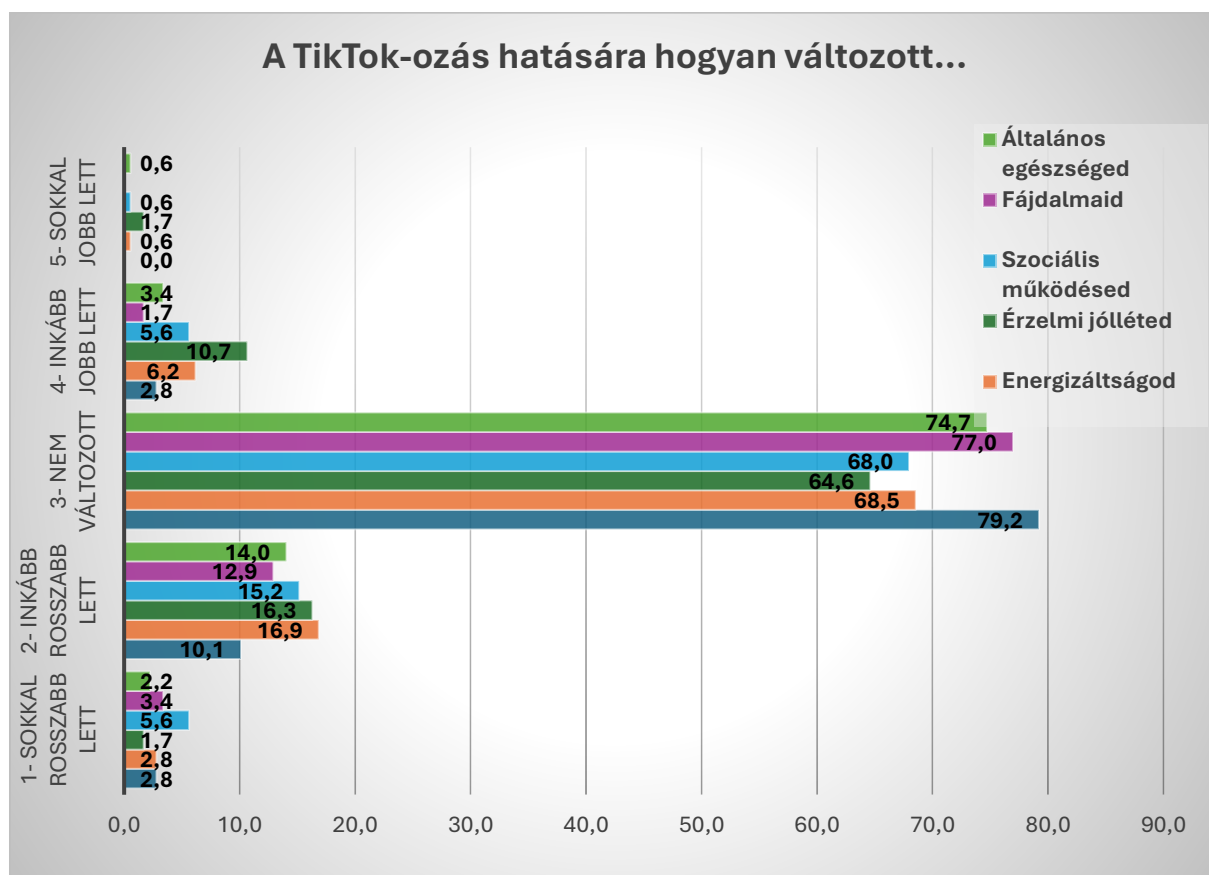


Az okostelefon addikciót vizsgáló kérdőívünkön a vizsgálati alanyaink átlagos értéke 18,4, a minimum érték 9, a maximum érték 35. Minél magasabb értéket ér el valaki, annál inkább feltételezhető, az okostelefon addikció fennállása.



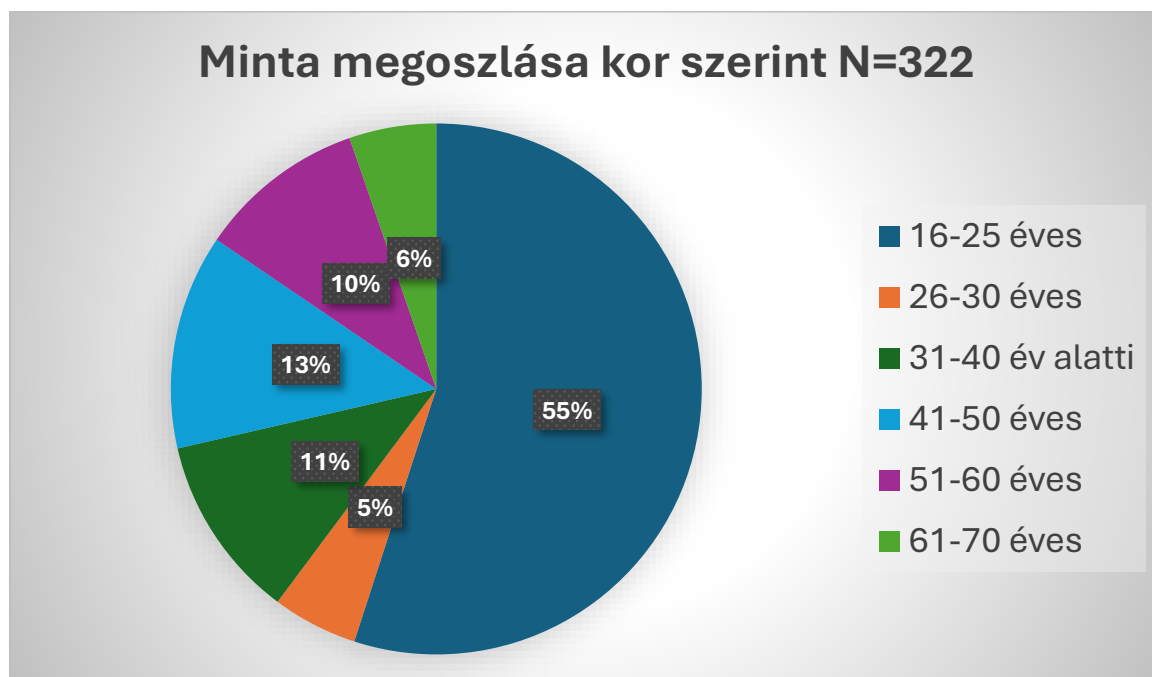
Az általunk megkérdezett személyek csupán 48,1%, vagyis, kevesebb mint fele mutat 18 alatti értéket, azaz teljes mértékben nélkülözik az okostelefon addikciót. 14,9%-uk viszont 25 feletti értékkel egyértelműen rizikócsoportba tartozik, vagy már okostelefon függő.

Utolsó kérdésünk általános életminőség faktorokra vonatkozott. A TikTokozástól senkinek nem lett lényegesen jobb a fizikai egészsége, de egészen sokan, 10% felett mondták azt, hogy érzelmi jóllétük javult. Összességében 60% feletti arányban valamelyik életminőség dimenzióban inkább romlást írtak be alanyaink. Az összes mutatóban azok vannak többségben, akik szerint általánosan nem változott az életminőségük. Minden faktor válaszait nézve többen vannak azok, akik szerint inkább, vagy sokkal rosszabbá vált az adott életminőség terület.

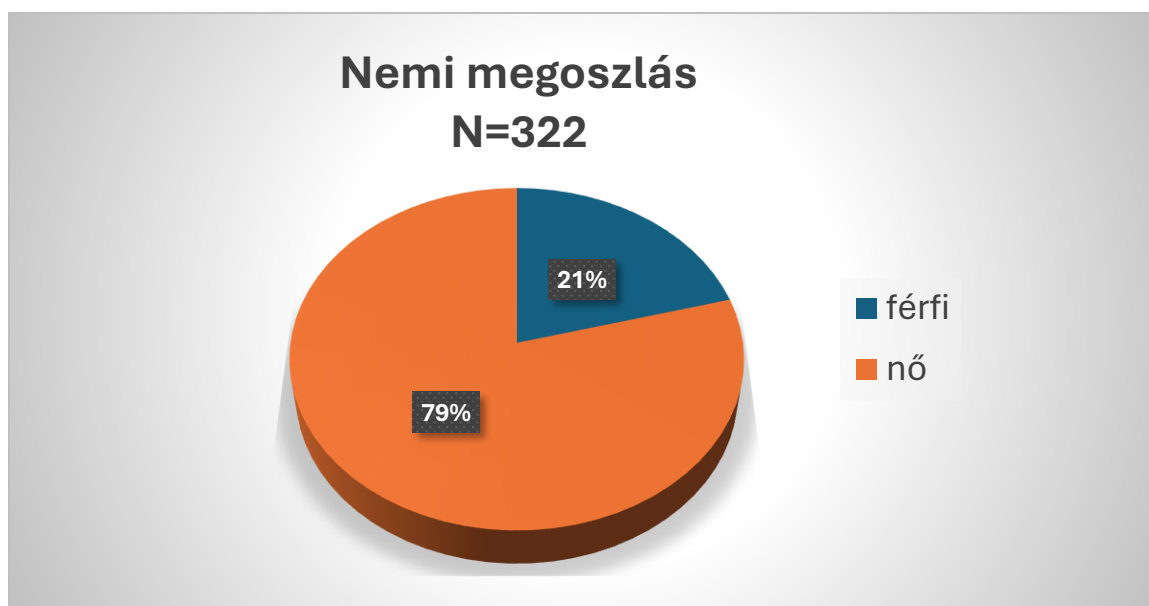


YouTube platform használati szokások eredményei

A mintánk átlagos életkora 30,7 év, 16,0 szórás értékkel. Kiemelendő, hogy fiatalokra vonatkozó célzásunk sikeres volt, ugyanis a minta 60,2%-a 30 év alatt, a teljes minta 55%-a 25 évesekből vagy annál fiatalabbakból áll. A legfiatalabb kitöltőnk 16 éves, a legidősebb felmért alany 68 éves. Összesen 408 kérdőívet vettünk fel, azonban ezek egy része hibás, esetlegesen technikai okok álltak a háttérben, vagy random töltötte ki a személy. Mindezeket az IBM SPSS Statisztikai Szoftver segítségével és manuálisan kiszűrtük.



A végső mintanagyságunk 322 fő, ebből 67 (20,8%) férfi és 255 (79,2%) nő, tehát a nők magasan felülreprezentáltak a mintánkban. A pszichológiai, lelki témájú kérdőíveket előszeretettel inkább nők töltik ki.



A mintáról elmondható, hogy a nők felülreprezentáltsága miatt torzít, ugyanakkor a férfi kitöltők aránya kutatási tapasztalataink alapján, elfogadhatónak minősül, a pszichológiai témákat tekintve. A YouTube felhasználási szokásokat tekintve, kutatásunk egyértelműen torzított adatokat mutat, amit érdemes a következtetéseknél figyelembe venni. A szakirodalom alapján a YouTube felhasználók nemi aránya, 45.7% nő 54.3% férfi (Statista, 2024b).

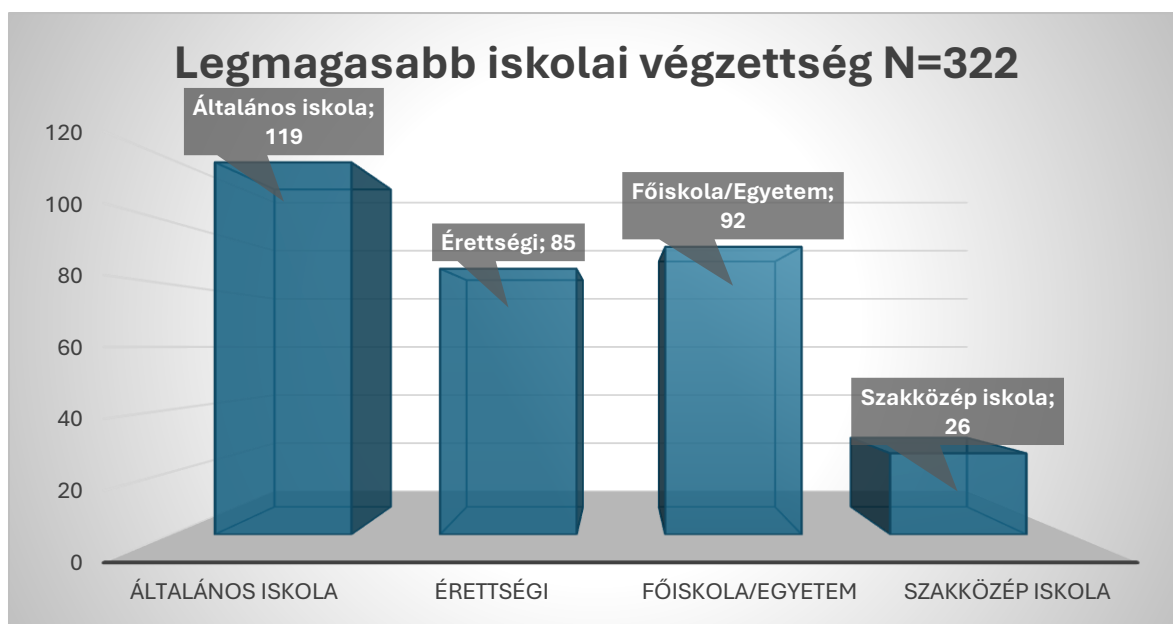
Vizsgálati személyeink (N=322) legtöbbje budapesti, 119-en a fővárost nevezték meg lakóhelyüknek. További 52 személy megyeszékhelyen, ezen felül 76 személy városban él. Négy személy válasza határon túlról érkezett, feltételezhetően külföldön tartózkodott, vagy határon túli magyar.

Lakóhely	Személy	%
Budapest	119	37,0
Megyeszékhely	52	16,1
Város	76	23,6
Falu	65	20,2
Egyéb	10	3,1
Összes	322	100,0

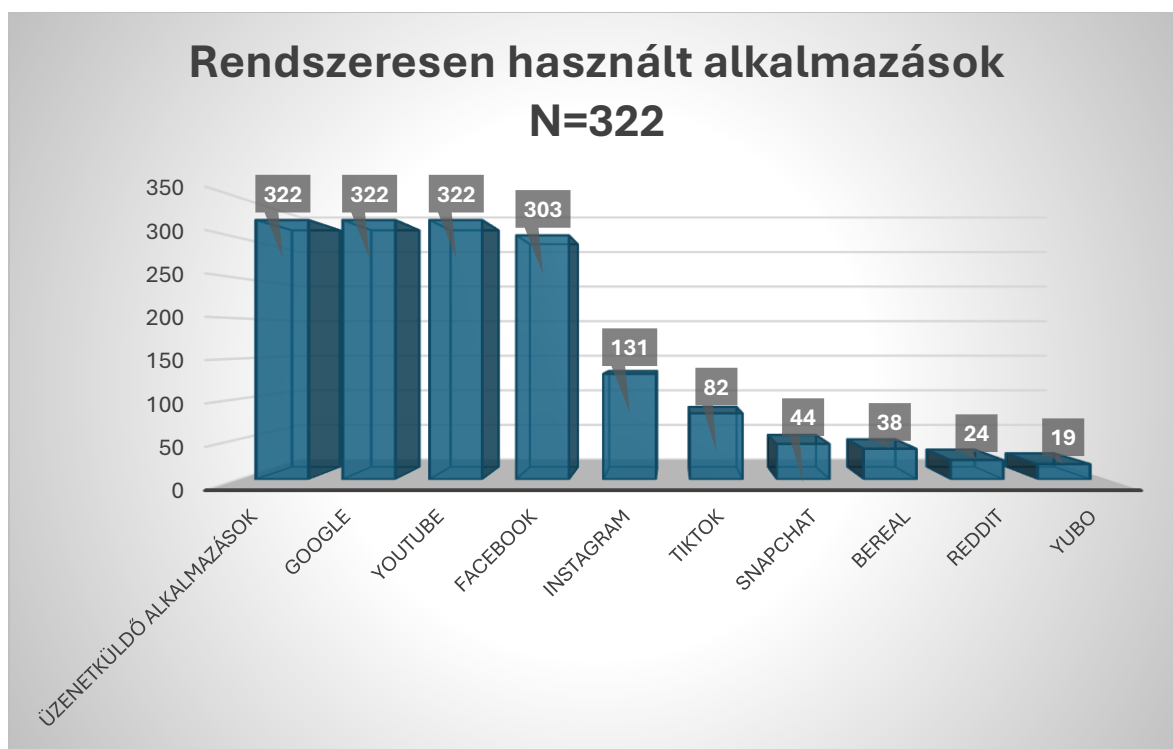
3.1. Táblázat: Lakóhely szerinti megoszlás

YouTube felhasználók körében

Vizsgálati mintánk fiatalnak mondható, így a teljes mintában sok általános iskolai végzettséggel rendelkező személy van, feltételezhetően 16 – 19 éves kor között. A végzettség tekintetében mindenki egyet, a legmagasabb iskolai végzettségét jelölte. Az alábbi ábrán a személyek száma látható az általunk megadott választási kritériumok alapján.

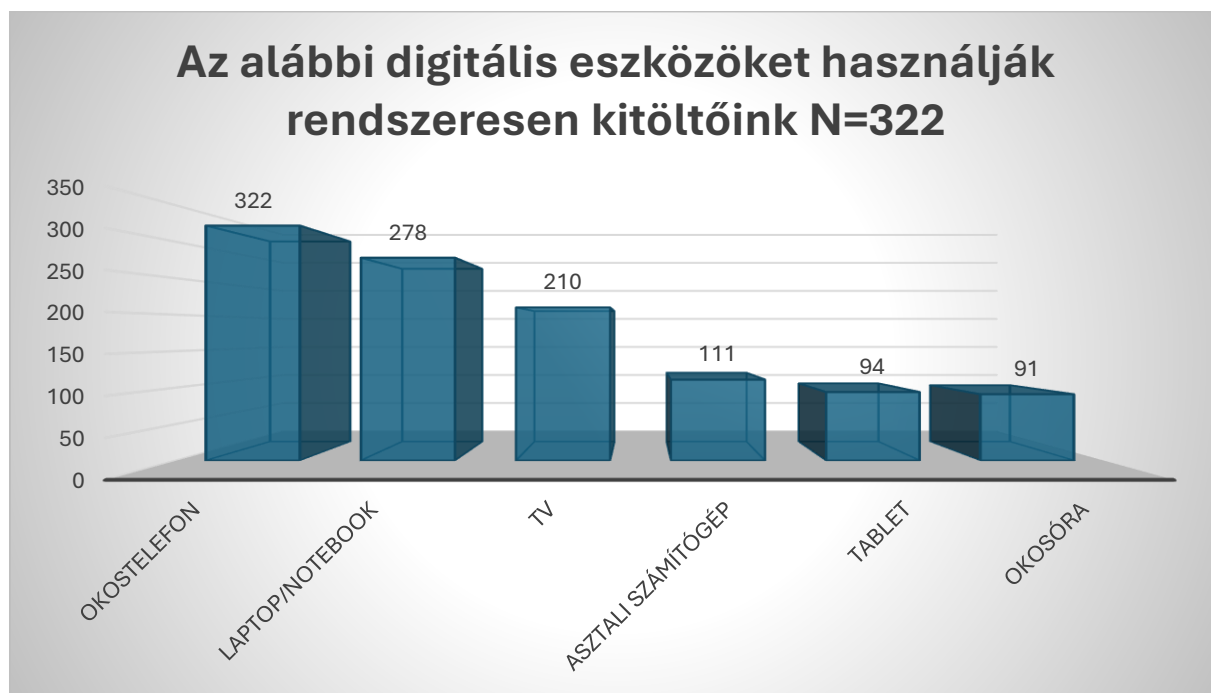


A 322 személyből mindenki használja a Messengert vagy egyéb üzenetküldő alkalmazást, a Google-t és a YouTube-ot. 303 személy Facebookot, 131 személy Instagramot, 82 személy TikTOKot, 44 személy Snapchatet, 38 személy BeRealt, 24 személy Redditet és 19 személy Yubot egyaránt használ. A mintánkból 131 személy (40,7%) legalább ötféle alkalmazást használ rendszeresen, saját bevallása szerint.

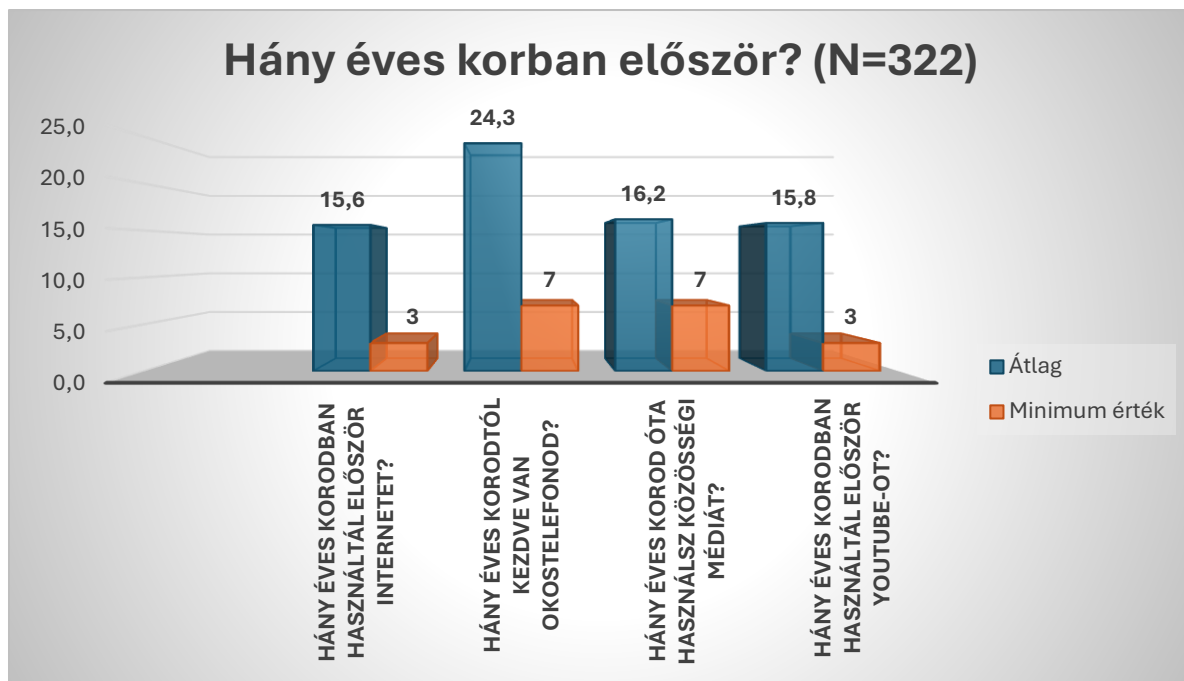


Kitöltőink számos digitális eszközt használnak rendszeresen, napi szinten. Az okostelefon elterjedtsége 100%, amelyet a laptopok/notebookok használata követ igen magas arányban

(86,3%). Ezeket a Televízió nézés, asztali PC használata, tablet és okosóra használata követi. 91 személy ezek közül az összeset használja rendszeresen (28,26%). Kérdésünk alapján 322 (100%) személy valószínűleg a YouTube platformot rendszeresen okostelefonon, vagy azon is nézi. 111 (34,5%) személyről tudhatjuk, hogy biztosan okostelefonon, laptopon/notebookon, és/vagy asztali számítógépen használja a YouTube alkalmazást.



A 322 személy átlagosan 15,6 éves korában használt először internetet, a legfiatalabb internetre belépők 3 éves kort jelöltek az első használatra. Átlagosan 24,3 éves kortól van vizsgálati alanyainknak okostelefonja, amely az idősebbek miatt torzított adat, másrészt feltételezhetően saját eszközre gondoltak válaszádsukkor. A legfiatalabbak digitális eszközhasználóknak 7 éves kora óta van okostelefonjuk. Közösségi médiát átlagosan 16,2 éves kortól használnak a felhasználók, ugyanakkor a legfiatalabb közösségi média használók mindösszesen 7 évesek voltak, amikor először léptek be közösségi portálon. Nem tudhatjuk, hogy saját, vagy más profilon. YouTube platformot átlagosan 15,8 évesen használták először vizsgálati alanyaink, a minimum életkor megegyezik az első internetre belépés korával, vagyis 3 éves korban használták először, válaszaik alapján.



A felmért személyeink átlagos napi képernyőideje önbevallásuk alapján 5 óra 20 perc. Azonban a legtöbbet digitális eszközhasználók átlélik a napi 15 órát, a legmagasabb érték 15 óra 18 perc. Átlagosan 3 óra 55 percet YouTubeoznak vizsgálati alanyaink, azonban a maximális YouTube-on eltöltött idő 13 óra 30 perc. Átlagosan 4 óra 53 percet használnak a közösségi média felületeket összesen, a legmagasabb érték majdnem megegyezik a napi átlagos képernyőidővel, azaz 15 óra 10 perc.

3.2. Táblázat: Átlagos és maximális napi digitális eszköz, YouTube platform és közösségi média használat óra/perc értékei

	Naponta körülbelül mennyi az átlagos képernyőidőd (digitális eszközhasználatod összesen)?	Naponta körülbelül mennyi időt használsz YouTube-ot összesen?	Naponta körülbelül mennyi időt használsz a közösségi média felületeket összesen?
Átlagos napi	5 óra 20 perc	3 óra 55 perc	4 óra 53 perc
Maximum napi	15 óra 18 perc	13 óra 30 perc	15 óra 10 perc

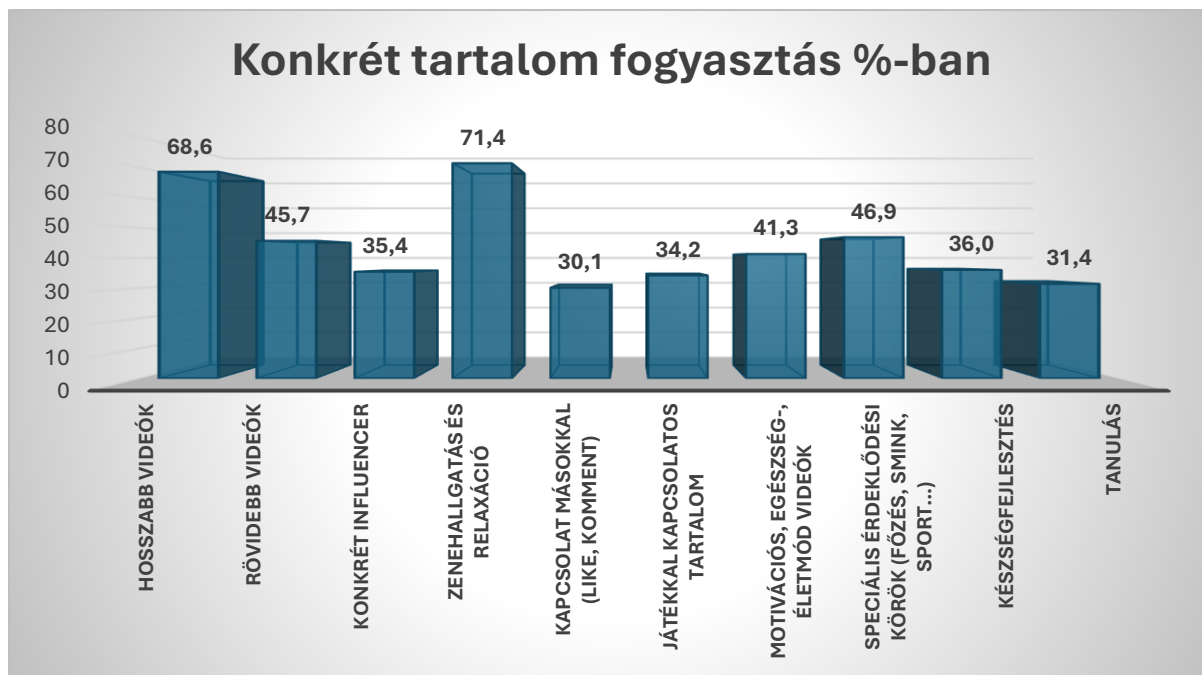
A vizsgálati személyektől megkérdeztük motivációikat arra vonatkozóan, amikor fellépnek a YouTube platformra. Elemszámunkhoz képest nem kifejezetten változatos válaszokat kaptunk. Az átláthatóság érdekében a faktorok válaszai alapján táblázatba rendeztük, hogy ki milyen indíttatásból használja általában a YouTube-ot.

3.3. Táblázat: A YouTube platform használata motivációs faktorokba rendezve

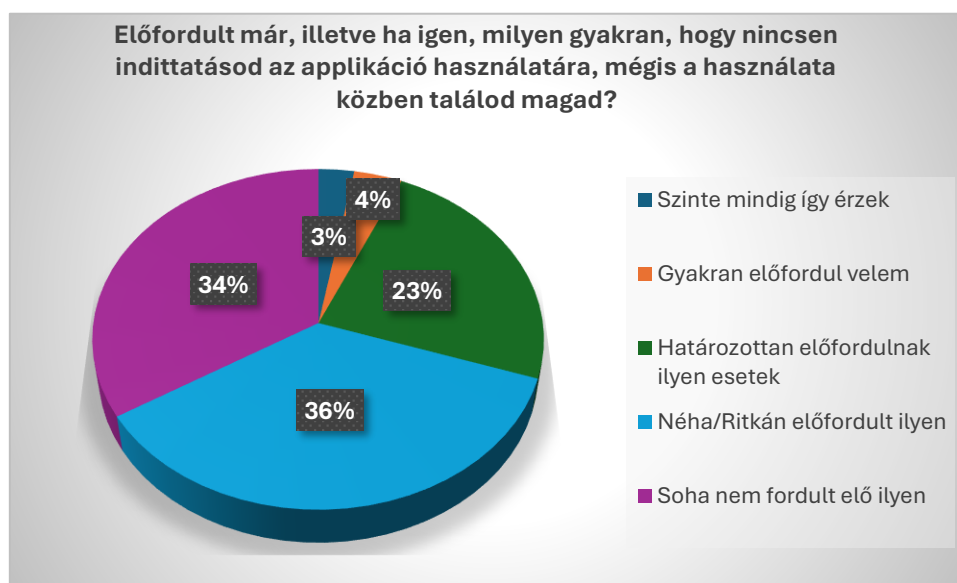
	Válaszok száma
Zene	320
Szórakozás	304
Hobbi	229
Ismeretterjesztés/tanulás	196
Unalom	172
Önismeret/személyes fejlődés	136
Videó, filmek	98
Podcast	87
Politika	82
Főzés/receptek	76
Hírek	65
Egyéb, nem besorolható	39

Szinte mindenki használja zenehallgatásra és egyéb szórakozásra, konkrétumot nem mindenki nevezett meg. Az ismeretterjesztés és tanulás, vagy annak kiegészítése előkelő helyet foglal el, 196 ember használja erre a platformot. Szinte mindenki több választ jelölt meg. A tanulási modult viszont az „unalom” követi, az ötödik helyen. A táblázatban szereplő értékek

saját asszociatív bevallásuk alapján érkeztek. A következő kérdésben azonban 10 szerintünk gyakori tevékenységet soroltunk fel és azt kértük a válaszadóktól, hogy a leggyakrabban végzett tevékenységtől a legritkábban gyakorolt tevékenységig állítsák sorrendbe megítélésük szerint a felsoroltakat. A zenehallgatás a válaszadók 71,4%-ánál első helyen szerepelt. Ezt 68,6%-ban hosszabb videók megnézése követi a második helyen. Harmadik leggyakrabban végzett tevékenység speciális érdeklődési körökkel, azaz hobbiakkal kapcsolatos (46,9%), míg a rövidebb videók 45,7% értékkel a negyedik helyen láthatóak. Őket az egészséggel, életmóddal kapcsolatos tartalmak követik 41,3%-ban. Ami érdekes, hogy talán a tanulást és készségfejlesztést összesen szemlélve 67,4%-ot tenne ki, amely a dobogós helyre volna elég, lekérdezésünkben azonban külön szerepel. A részletes arányokat a lekérdezés sorrendjében tartalmazza az alábbi diagram.



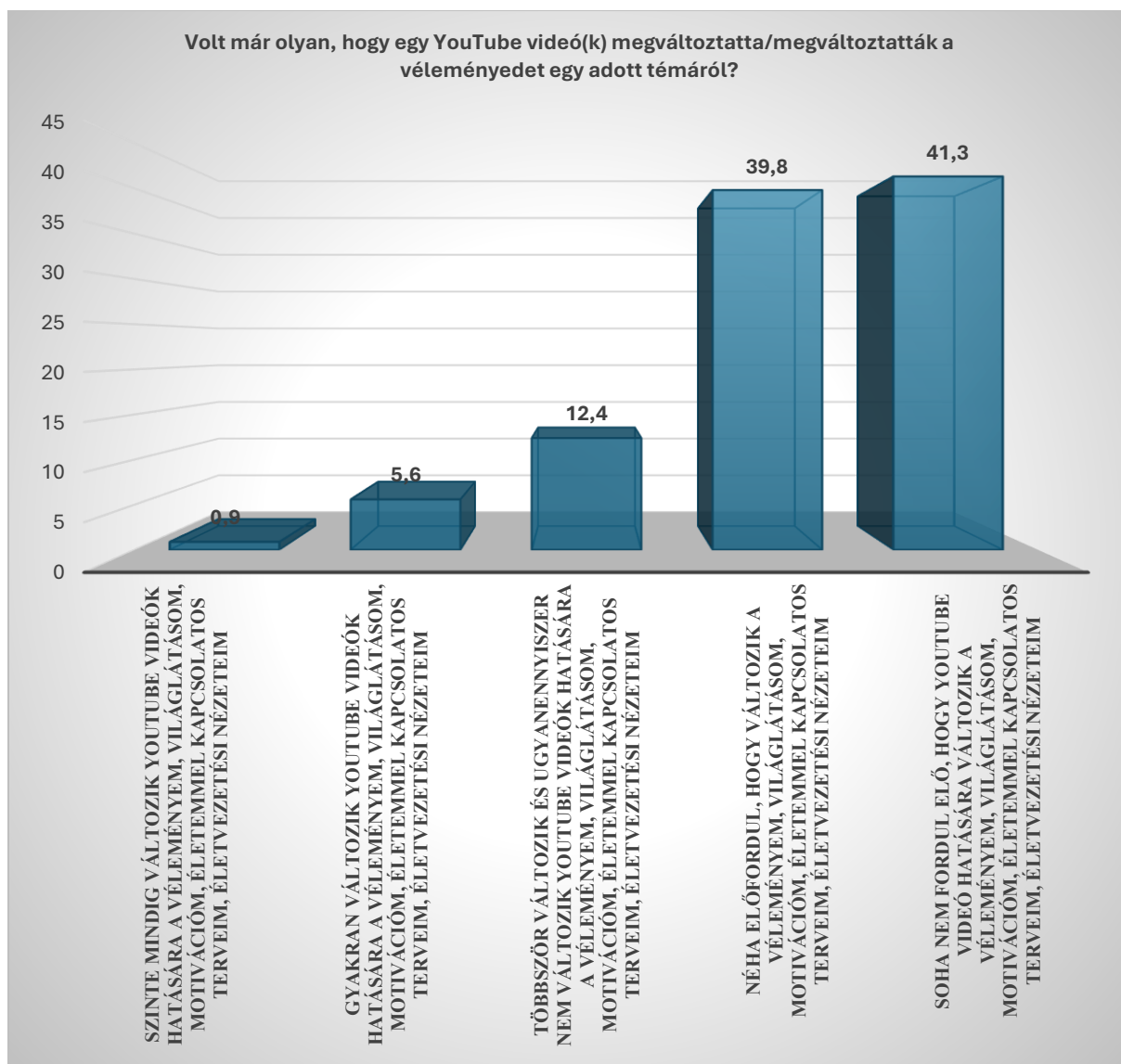
A következő diagram az alábbi kérdésre adott válaszok megoszlását mutatja %-os értékben.



A vizsgálati minta kicsivel több, mint 30%-a esetén megállapítható, hogy tudattalanul, vagy nem egészen tudatosan a YouTube platformon találja magát. Abban az esetben is, ha nem akarja kifejezetten használni, nincsen erre külön motivációja. 5 fokú, Likert-típusú skálán értékeltük válaszaikat, ahol 5 = szinte mindig így érzek, 1 = soha nem fordult ilyen elő.

A következő kérdésünk arról szólt, mit gondolnak alanyaink, befolyásolja őket a YouTube platformon végzett tevékenység, avagy nem hat rájuk közvetlen érzékelhető módon. A vizsgálati személyek kevesebb, mint fele, 41,3% gondolja úgy, hogy soha nem változott YouTube videó hatására motivációja, világnézete, terve, vagy attitűdje egy-egy dologban. Vizsgálati alanyaink

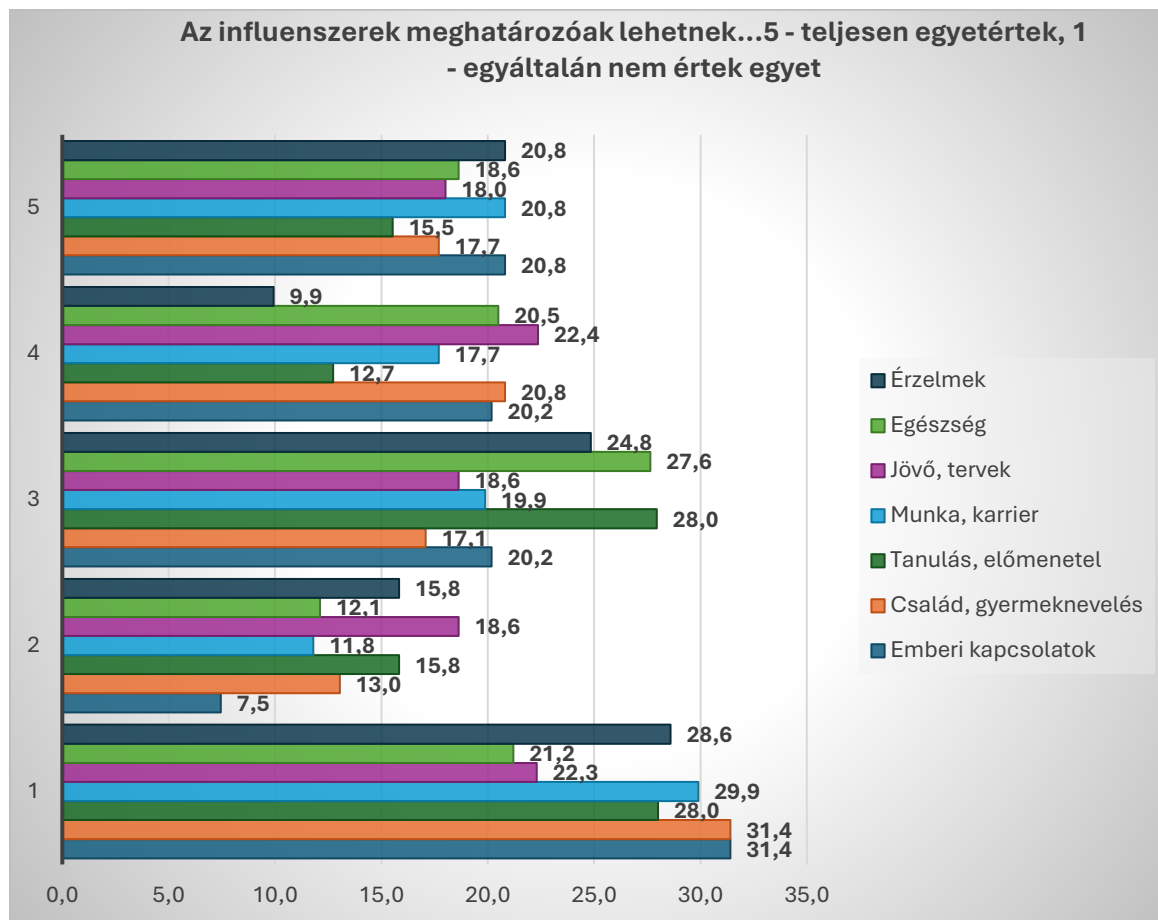
összesen, több, mint fele (58,7%) viszont kisebb-nagyobb mértékben érzékeli a YouTube hatását gondolataiban is. Részletes eredményeinket az alábbi diagramon közöljük, mely 5 fokú Likert-típusú skálát tartalmaz.



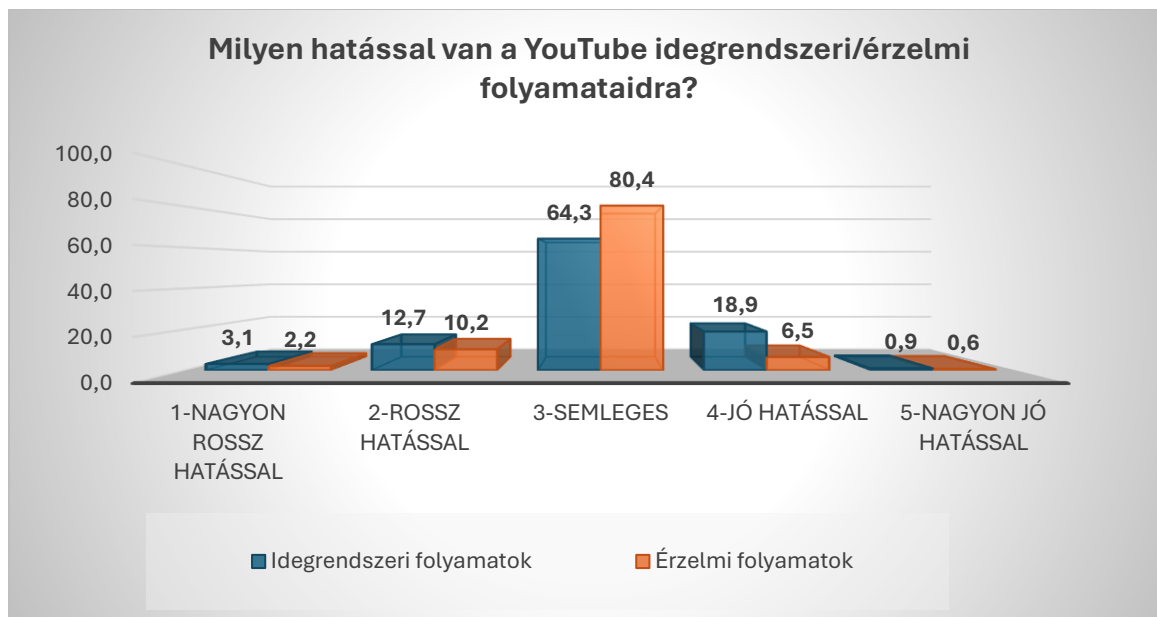
A következő kérdéseink a YouTube használat konkrétumaira vonatkoznak. 266 személy (82,6%) még soha nem gyártott a YouTube-ra tartalmat. Ugyanakkor 21,1%-uk töltött már fel valamilyen tartalmat a platformra. A kitöltőink 52,5%-a nem követ konkrét influenszert, de majdnem felük (47,5%) legalább 1 influenszert, youtubert rendszeresen néz. A mintánk 35,4%-a az említett influenszert naponta, vagy hetente többször megnézi a YouTube-on.

Az alábbiakban megkérdeztük 5 fokú Likert-típusú skálán, hogy mennyire értenek egyet az állításokkal vizsgálati alanyaink 5=teljes mértékben 1=egyáltalán nem. Az influenszerek rájuk gyakorolt hatásai érdekelt minket a kérdések felvételekor. Láthatóan megosztóak a

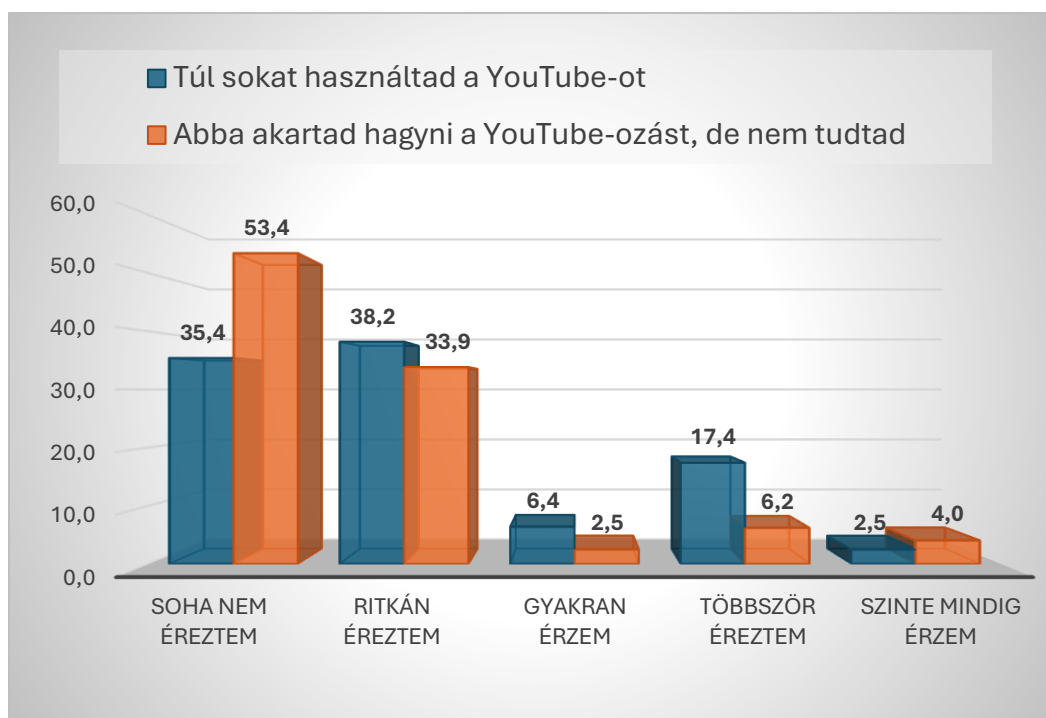
vélemények, legkevésbé a tanulás, gyermekvállalás és gyermeknevelés kérdésében érzik úgy a vizsgálati személyek, hogy hatást gyakorolnának rájuk influenszerek.



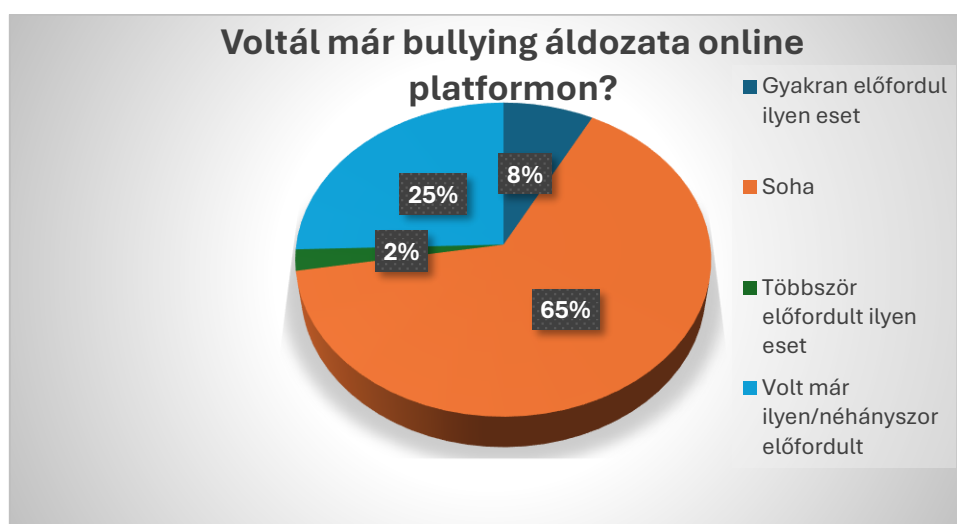
A kitöltők véleményét kérdeztük arról, milyen hatással van idegrendszeri és érzelmi folyamataikra a YouTube platform használata. Elég sokan bizonytalanok a két kérdés megválaszolása során.



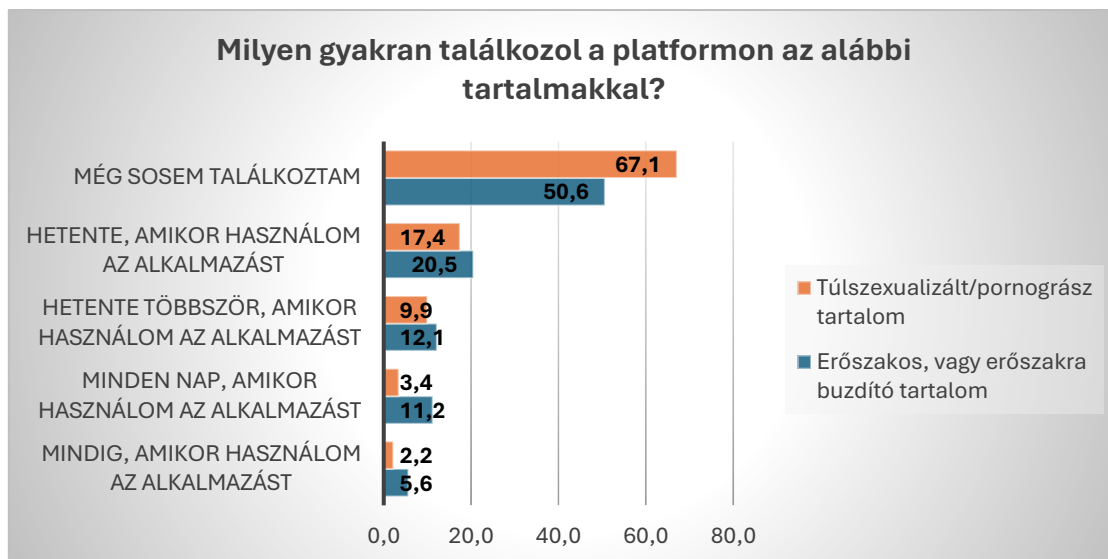
A túlzott YouTube használatról és a kényszeres használatról kérdeztük a vizsgálati személyeket. Az eredmények alapján a személyek nagyobb része ritkán, vagy annál többször érzi, hogy túl sokat használja az alkalmazást, illetve, hogy van olyan helyzet, amikor nem tudja abbahagyni a használatát.



A következő kérdés válaszaiból látszik, hogy online platformon a vizsgálati alanyaink 10%-a többször, vagy gyakran volt bullying, vagyis zaklatás áldozata. 25%-uk szintén beszámol ilyen tapasztalatról. Aki zaklatással kapcsolatban tapasztalattal rendelkezik, az a válaszadók 35%-át teszi ki!



Vizsgálati alanyaink majdnem fele (49,4%) beszámol arról, hogy legalább heti rendszerességgel találkozik a platformon erőszakos, vagy erőszakra buzdító tartalommal. Ennél valamivel kevesebb azoknak a száma, akik túlszexualizált, vagy pornográf tartalommal találkoznak legalább heti rendszerességgel (32,9%).



Felvettük a WHO-5 elnevezésű kérdőívet, amely 5 tételt tartalmaz. Hazai és nemzetközi szinten az átlagpopuláció érzelmi, hangulati, lelki állapotának becslésére alkalmas. Diagnózis alkotásra nem alkalmas, mégis egy általános képet fest vizsgálati alanyaink általános lelki/hangulati állapotáról. Cutpoint a 10-es érték, aki 10-et, vagy annál alacsonyabb értéket ér el, annál feltételezhető a depresszió, melankólia megjelenése, vagy emelkedett rizikó a problémára vonatkozóan. Alanyaink átlagos értéke 14,09, a minimum érték 5, a maximum érték 20. Vizsgálati alanyaink 20,4%-a 10-es, vagy annál alacsonyabb értéket ért el.



Az okostelefon addikciót vizsgáló kérdőívünkön a vizsgálati alanyaink átlagos értéke 16,8, a minimum érték 6, a maximum érték 32. Minél magasabb értéket ér el valaki, annál inkább feltételezhető, az okostelefon addikció fennállása.

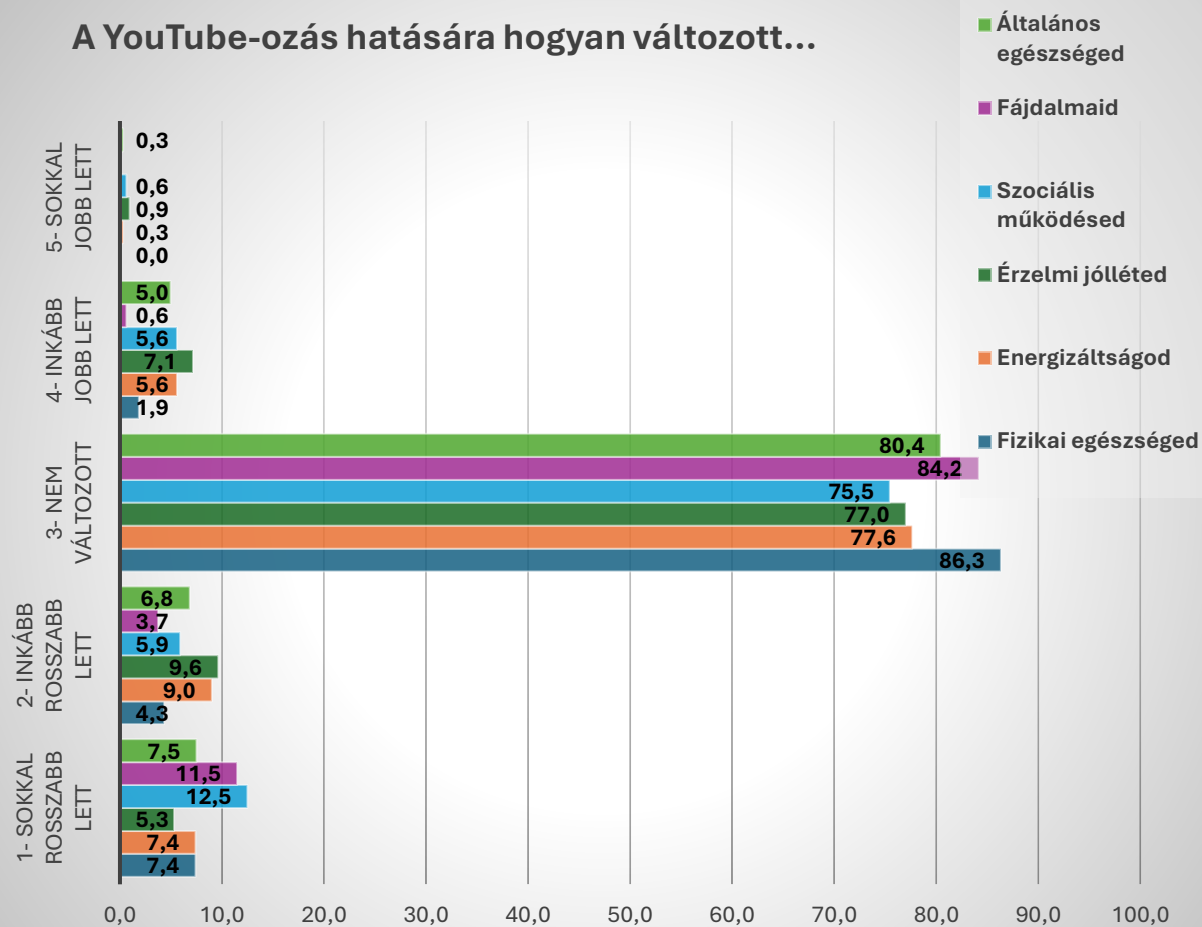
Okostelefon függőség kérdőív eredményei YouTube felhasználók körében



Az általunk megkérdezett személyek csupán 48,1%, vagyis, kevesebb mint fele mutat 18 alatti értéket, azaz teljes mértékben nélkülözik az okostelefon addikciót. 14,9%-uk viszont 25 feletti értékkel egyértelműen rizikócsoportha tartozik, vagy már okostelefon függő.

Utolsó kérdésünk általános életminőség faktorokra vonatkozott. A YouTube-ozástól senkinek nem lett lényegesen jobb a fizikai egészsége, ellenben több, mint 7% szerint sokkal rosszabbá vált. Az összes mutatóban azok vannak többségben, akik szerint általánosan nem változott az életminőségük. Minden faktor válaszait nézve többen vannak azok, akik szerint inkább, vagy sokkal rosszabbá vált az adott életminőség terület.

A YouTube-ozás hatására hogyan változott...



Összefoglaló

Vizsgálatunk összetett módszertannal dolgozott, mind szakmai fókuszcsoportok kvalitatív elemzését, mind online kérdőív felvétel során nyert kvantitatív elemzéseket tartalmaz. Fő célunk az volt, hogy leginkább a 16-25 éves fiatal korosztály TikTok és YouTube felhasználási szokásairól tágabb képet és tudást kapjunk, másrészt, hogy mindezen eredmények alapján szabályozási ajánlást fogalmazzunk meg a Nemzeti Média – és Hírközlési Hatóság részére.

Kutatásunk sikeresnek mondható, mind a kvalitatív, mind a kvantitatív mérőmódszereket tekintve. A kutatás során narratív elemző szoftvert nem alkalmaztunk. A kvantitatív adatok elemzéséhez az IBM SPSS statisztikai programcsomagot és Microsoft Word, Excel programokat használtuk. Az online kérdőívet a www.onlinekerdoiv.hu portálon szerkesztettük, majd onnan tettük közzé, random mintavétellel, hólabda módszerrel. Mégis igyekeztünk fiatalos közösségi portál csoportokat keresni, ott több alkalommal megosztani a kérdőíveket. A fókuszcsoport vezérfonalát és az online kérdőíveket egyaránt mi alakítottuk ki. Ugyanakkor az online kérdőívek során felhasználtuk a „WHO-5” kérdőívet és az „Okostelefon függőség” skálát. Emellett az SF-36 általános életminőség faktorait alkalmaztuk az utolsó kérdésben.

A fókuszcsoportjainkban 2 alkalommal 11 szakember vett részt, az online fókuszcsoportok során nem minden kérdésben tudtak megegyezni a szakemberek. Összefoglalóan elmondható, hogy mindkét platform túlzott, abuzív, vagy akár függőséget jelentő használata, a szakemberek szerint súlyos károkat okoz a fiatalok idegrendszeri, érzelmi rendszeri és szociális kapcsolódási folyamataiban. Nehézséget okoz, ha a fiatalok előnyben részesítik az online kapcsolatokat a személyessel szemben. A TikTok platformot szinte egyáltalán nem használják a fiatalok tanulási célzattal, ugyanakkor a YouTube-ot akár jelentős mértékben erre használják. A platformokon található tartalmak kihatnak gondolkodásukra, érzelmi életükre, kapcsolataikra, a világról való gondolkodásukra, életmódjukra és a jövővel kapcsolatos elvárásaikra és terveikre. Mindez igaz az emberek által követett influenszerekre is.

169 személyi válaszait értékeltük a TikTok felhasználók közül, 28%-uk férfi, 72%-uk nő volt, amely arány nem felel meg a szakirodalmi adatoknak, melyek fele-fele arányt mutatnak. Lakóhely szerint leginkább Budapestről és nagyvárosból érkeztek kitöltőink. Az általános iskolával és érettségivel rendelkezők aránya a legmagasabb, ami indokolható a felhasználók átlagos életkorával, amely mindösszesen 25,7 év. A TikTok felhasználók rendszeresen körülbelül 6 féle alkalmazást használnak és leginkább okostelefonon végzik tevékenységüket. Átlagos napi képernyőidejük 5 óra 44 perc, ebből átlagosan naponta 3 óra 55 percet töltenek a

TikTokon és összesen az összes közösségi portálon 5 óra 15 percet. Megdöbbentő adat, hogy a legfiatalabb korban először internetet használó gyermek 2 éves volt, 7 éves, aki először kapott okostelefont, 8 éves, aki először használ közösségi médiát és 3 éves korú, aki először használt TikTOKot. Átlagosan 13,8 éves korukban használták először TikTOKot. Jelentős azok aránya, akik kényszerként is megélik a platform használatát, nem tudják letenni, vagy fel sem akartak lépni, mégis használják. A TikTok tartalmi hatást gyakorolnak gondolkodásukra, érzelmi és idegrendszeri folyamataikra, negatív irányban általában. 25%-uk a WHO-5 kérdőív alapján határozott melankólia jeleit mutatja, legalább 19%-uk eléri a függőség magas rizikóját az Okostelefon függőség skálán. Jelentős azok aránya, akik a platformon erőszakos, vagy túlszexualizált tartalommal találkozhatnak. Többen erőszakos, mint szexuális tartalmú tartalmakat tudtak azonosítani. Az online platformon a TikTok felhasználók 20%-a többször, vagy gyakran volt bullying, vagyis zaklatás áldozata. 28%-uk szintén beszámol ilyen tapasztalatról.

Lényegesen idősebb, 30,7 éves átlagos életkorú, 322 személyből álló minta válaszait elemeztük a YouTube platform esetében. 20,8% férfi és 79,2% nő volt a kitöltők között. Inkább fővárosiak, városiak töltötték ki. A legmagasabb iskolai végzettségben jelentős arányban megjelentek a főiskolát vagy egyetemet befejezettek. Legalább négyféle alkalmazást rendszeresen használnak és az okostelefont, laptopot részesítik előnyben, de az asztali számítógépek is megjelentek, nem úgy, mint a TikTok esetében. A YouTube felhasználás esetében lényegesen többször megjelenik az edukatív, tanulást segítő, ismeretszerző funkció, mint a TikTok esetében. Az internet használatának átlagos életkora először 15,5 év, az első okostelefont átlagosan 24,3 évesen kapták, 16,2 éves koruk óta használnak átlagosan közösségi médiát és 15,8 éves kortól YouTube platformot, szintén átlagos értékeket felmutatva. A legfiatalabb internet használó 3 éves volt, 7 évesen kapta a legfiatalabb gyermek okostelefonját, 7 éves kora óta használ közösségi médiát és 3 éves kora óta YouTube-ot a legfiatalabb gyermek. 5 óra 20 perc az átlagos napi képernyőidő, ebből 3 óra 55 perc a YouTube és összesen 4 óra 53 percet tesznek ki a közösségi média alkalmazásai. Összességében az eredmények valamiben jobbakké, azaz kevesebb időt töltenek a digitális térben és valamivel később léptek fel a világhálóra, mint a TikTok felhasználók. Hozzátevé, hogy az átlagos életkora ennek a mintának lényegesen magasabb, mint a TikTok esetében, tehát feltételezhetően generációs különbségekről és használati trendekről is szó van. A zenehallgatás, szórakozás, ismeretszélesítés egyaránt a leginkább végzett tevékenységek között van a platform esetében. Mind a TikTok, mind a YouTube esetében előkelő helyen szerepel az unaloműzés és izgalomkeresés a válaszok alapján, mint motivációs faktor, az alkalmazások használatára. A

vizsgálati minta kicsivel több, mint 30%-a esetén megállapítható, hogy tudattalanul, vagy nem egészen tudatosan a YouTube platformon találja magát. A vizsgálati személyek kevesebb, mint fele, 41,3% gondolja úgy, hogy soha nem változott YouTube videó hatására motivációja, világnézete, terve, vagy attitűdje egy-egy dologban. Vizsgálati alanyaink összesen, több, mint fele (58,7%) viszont kisebb-nagyobb mértékben érzékeli a YouTube hatását gondolataiban is. Az online platformon a vizsgálati alanyaink 10%-a többször, vagy gyakran volt bullying, vagyis zaklatás áldozata. 25%-uk szintén beszámol ilyen tapasztalatról. Majdnem felük (49,4%) beszámol arról, hogy legalább heti rendszerességgel találkozik a platformon erőszakos, vagy erőszakra buzdító tartalommal. Ennél valamivel kevesebb azoknak a száma, akik túlszexualizált, vagy pornográf tartalommal találkoznak legalább heti rendszerességgel (32,9%). Összevetve a TikTok platform használatával, a tudatosság lehet a mediáló tényező. A tudatos keresés képes befolyásolni a nem kívánt ingerek jobb szűrését a YouTube felhasználók esetén. Abszolút értékben azonban egyik platform sem mutat túl jó eredményeket a fenti kérdésekben. A YouTube használók körülbelül 21%-a melankólia jeleit mutatja, ez valamivel kevesebb, mint a TikTok esetén, ugyanakkor lényegesen több, mint az átlagpopulációban. 15%-uk eléri az okostelefon addikció feltételezhető mértékét. A számok arányban állnak egymással, a mentális egészség és életminőség faktorok – ez esetben fordított arányosság – értékeivel.

Következtetések

Összességében kijelenthető, hogy bár vizsgálatunk korlátaival tisztában vagyunk (alacsony elemszám, nem reprezentatív minta-adatok, kvalitatív és kvantitatív módszerek, online felvétel), egyértelmű eredményeket kaptunk, melyek feltételezéseinknek megfelelőek, azokat alátámasztják, vagy akár túlmutatnak az elvárásainkon. A mentális egészségre, az általános életminőség faktorokra, a szociális kapcsolatokra és az érzelmi jóllétre egyaránt hatást gyakorol mindkét platform használata. Különösképpen a túlzott használat, illetve a több alkalmazás együttes használata. Feltételezhető, hogy minél több időt tölt valaki az alkalmazásokon, annál inkább veszélyeztetett, mind a bullying, mind a depresszió tekintetében. Meglepő eredmény, hogy a vizsgálati alanyaink ambivalensek, sokszor nem merik kimondani, vagy nincsenek is tisztában a platformok idegrendszerre, érzelmi életre gyakorolt káros hatásaival. Ugyanakkor a platformok esetében néhány pozitívumot is tudtunk mérni, amely az edukatív tartalmak elérhetőségét növelheti, ha bevonjuk kutatási eredményeinket a tudatosság és adatvédelem kérdéseibe. A szülői kompetenciák és felelősség kérdése egyöntetűleg megjelenik a gyermekek, kisgyermekek digitális életének szabályozásában, vagy inkább

szabályozatlanságában. Az ajánlások között mindenképpen ki kell térnünk a felelősség, önkontroll és edukáció kérdéseire. Erre vonatkozóan szabályozási ajánlásainkat és az erre vonatkozóan begyűjtött adatokat az utolsó fejezetben összegezzük.

Végeredményben úgy gondoljuk, hogy a töretlen edukáció, valamint a szabályozás társadalmi – jogi – idegrendszeri – érzelmi aspektusaink feltárása, majd azok beemelése a köztudatba lényeges életminőség javulást eredményezhetne a digitális eszközöket használók életében.

Szakmai Ajánlások

1. Az olyan szülői felügyeleti szoftverek, mint a széles körben elterjedt Google Family Link, vagy a mesterséges intelligenciát használó egyre népszerűbb ilyen jellegű alkalmazások jól használhatók általános iskola felső tagozatáig. Érdemes a védekezést, szűrőszoftvereket komplex módon használni további intézkedésekkel a fiatalok mentális egészségének megőrzése érdekében.

2. Ismeretszélesítő és figyelemfelhívó előadások és kiadványok népszerűsítése a fiatalok körében a közösségi média platformok használatából, elsődlegesen a szórakoztató jellegű tartalmak addiktív, beszippantó hatásából eredő negatív következményire, különös tekintettel a fiatalkori idegrendszeri fejlődésre és a szervezet dopamin alapú jutalmazási rendszerére.

3. A személyi beazonosítás, életkor azonosítás segítségével pozitívan korlátozhatók a fiatalok életkor alapján. A frissen elfogadott ausztrál közösségi média törvény elkövetkező évben ennek a megvalósíthatóságát vizsgálja és kötelezi a Big Tech cégeket egy működő, hatékony, használható megoldás kidolgozására.

4. A digitális technológia edukatív, digitális állampolgárságból fakadó pozitív hatásai, mint például az állampolgársági hivatalos ügyek online ügyintézése, online bankolás, vagy egyéb edukációs és segítő alkalmazások használata csak bizonyos életkor felett használható biztonsággal, amikor a fiatalok megfelelő idegrendszeri érettséget értek el. Ennek érdekében javasolt az életkor alapú képernyő korlátozás bevezetése, a fiatalok mentális- és lelki egészségének megőrzése érdekében.

5. A digitális eszközök használati korlátozása közösségi szinten valósítható meg. A fiatalok a családi és iskolai közösségben töltik a legtöbb időt ezért érdemes a közösségi korlátokat, szabályokat elsődlegesen ezekben a közösségekben megalkotni.

6. A fiatalok ismeretszélesítése csak a szülők ismereteinek szélesítésével együtt értelmezhető, mivel a szabályokat és korlátozásokat a szülő vezeti be és határozza meg családi szinten. A digitális eszközhasználati szülői mintaadás rendkívül fontos, a szülői ismeretszélesítésnek a negatív hatások ismertetése mellett erre a területre kell koncentrálnia.

7. A közösségi média és a képernyőhasználat negatív hatásai mellett megoldás központú kampányok indítása szükséges. A képernyő ellensúlyozására az olyan idegrendszeri fejlődéshez elengedhetetlen tevékenységek népszerűsítése, mint a sportolás, alvás, zenetanulás, olvasás, szabadban eltöltött, kontroll nélküli szabadidő.

8. Jonathan Haidt a témában elismert, neves szociálpszichológus négyes megoldási javaslata komplex megoldást kínál a fiatalok mentális egészségének megőrzésére a digitális eszközök túlhasználásának időszakában:

1. Ne kapjanak a fiatalok okostelefon 14 éves kor alatt
2. A közösségi média hozzáférés 16 éves korhoz kötése
3. Az iskolák okostelefon-mentessé tétele
4. Több felügyelet nélküli szabad játék és önállóság gyerekként

Hivatkozások jegyzéke

- 1) Alonzo, R., Hussain, J., Stranges, S., & Anderson, K. K. (2021). Interplay between social media use, sleep quality, and mental health in youth: A systematic review. In *Sleep Medicine Reviews* (Köt. 56, o. 101414). Elsevier BV.
- 2) American Psychological Association. (2024). Teens are spending nearly 5 hours daily on social media. Here are the mental health outcomes. *Monitor on Psychology*, 55(3). <https://www.apa.org/monitor/2024/04/teen-social-use-mental-health> [Hozzáférés: 2024.11.25.]
- 3) Balazs, J., Lecrubier, Y., Csiszer, N., Kosztak, J. & Bitter, I. (2003) Prevalence and Comorbidity of Affective Disorders in Persons Making Suicide Attempts in Hungary: Importance of the First Depressive Episodes and of Bipolar II Diagnoses. *Journal of Affective Disorders*, 76, pp. 113–119.
- 4) Balcombe, L., & De Leo, D. (2023). The Impact of YouTube on Loneliness and Mental Health. In *Informatics* (Köt. 10, Issue 2, o. 39). MDPI AG.
- 5) Barr, R., McClure, E., & Parlakian, R. (2019). Maximizing the potential for learning from screen experiences in early childhood: What the research says. *ZERO TO THREE*.
- 6) Bartsch, M., & Subrahmanyam, K. (2015). Technology and self-presentation: Impression management online. In L. D. Rosen, N. A. Cheever, & L. M. Carrier (Eds.), *The Wiley handbook of psychology, technology and society* (pp. 339–357). Wiley Blackwell.
- 7) Berryman, C., Ferguson, C. J., & Negy, C. (2018). Social media use and mental health among young adults. *Psychiatric quarterly*, 89, 307-314.
- 8) Bickham, D.S., Hunt, E., Bediou, B., & Rich, M. (2022). Adolescent Media Use: Attitudes, Effects, and Online Experiences. Boston, MA: Boston Children's Hospital Digital Wellness Lab.
- 9) Braghieri, L., Levy, R. E., & Makarin, A. (2022). Social media and mental health. *American Economic Review*, 112(11), 3660-3693.
- 10) Chodavadia, P., Teo, I., Poremski, D., Fung, D. S. S., & Finkelstein, E. A. (2023). Prevalence and economic burden of depression and anxiety symptoms among Singaporean adults: results from a 2022 web panel. In *BMC Psychiatry* (Köt. 23, Issue 1). Springer Science and Business Media LLC.
- 11) Clarke, A., Pote, I., & Sorgenfrei, M. (2020). Adolescent mental health evidence brief 1: Prevalence of disorders. Early Intervention Foundation.

- 12) Csuka, S. I., Rosta-Filep, O., Sallay, V., & Martos, T. (2021). Fiatalkorú felnőttek egészségcéljainak vizsgálata: A cél megközelítő-elkerülő orientációjának személyes kontextusa és a célokhoz társuló szubjektív tapasztalatok. In Magyar Pszichológiai Szemle (Köt. 76, Issue 1, o. 73–99). Akadémiai Kiadó Zrt.
- 13) Csibi, S., Demetrovics, Z., & Szabo, A. (2019). A Rövid Okostelefon Addikció Kérdőív (ROTAK) és az Okostelefon Megvonási Tüneteskála (OMT) validálása felnőtt mintán. *Psychiatria Hungarica: A Magyar Pszichiatriai Társaság tudományos folyóirata*, 34(1), 4–10.
- 14) DataReportal. (2023). Digital 2023: Hungary [Report]. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-hungary> [Hozzáférés: 2024.11.25.]
- 15) Demetrovics, Z., & Koronczai, B. (2010). Az internet árnyoldala: problémák és függőség. *OKTATÁS-INFORMATIKA*, 2(1–2), 44–50.
- 16) Derbyshire, K. L., Lust, K. A., Schreiber, L. R. N., Odlaug, B. L., Christenson, G. A., Golden, D. J., & Grant, J. E. (2013). Problematic Internet use and associated risks in a college sample. In *Comprehensive Psychiatry* (Köt. 54, Issue 5, o. 415–422). Elsevier BV.
- 17) Di Cara, N. H., Winstone, L., Sloan, L., Davis, O. S., & Haworth, C. M. (2022). The mental health and well-being profile of young adults using social media. *Npj mental health research*, 1(1), 11.
- 18) eNet (2022). A plafont súrolja a hazai okostelefon-használat [Smartphone usage in Hungary is reaching its ceiling]. eNET Magyarország Kft. <https://enet.hu/a-plafont-surolja-a-hazai-okostelefon-hasznalat/>
- 19) European Commission. (2024). 59% of EU individuals using social networks in 2023. Eurostat. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240319-1> [Hozzáférés: 2024.11.25.]
- 20) Google. (2024). Top Content Categories on YouTube. Retrieved from <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/top-content-categories-youtube/>
- 21) Gould, M. S., Greenberg, T., Velting D. M. & Shaffer, D. (2003) Youth Suicide Risk and Preventive Interventions: A Review of the Past 10 Years. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 42, pp. 386–405.
- 22) Grant, J. E., & Chamberlain, S. R. (2014). Impulsive action and impulsive choice across substance and behavioral addictions: Cause or consequence? In *Addictive Behaviors* (Köt. 39, Issue 11, o. 1632–1639). Elsevier BV.

- 23) Hassan, M. A. (2023). The Effects of TiKToK on Mental Health and Psychological Wellbeing of University Students. In Journalism, Politics and Society (Köt. 1, Issue 3, o. 186–197). Shafi Research Publishers Pvt Ltd.
- 24) Ho, R. C., Zhang, M. W., Tsang, T. Y., Toh, A. H., Pan, E., Lu, Y., Cheng, C., Yip, P. S., Lam, L. T., Lai, C. M., Watanabe, H., & Mak, K. K. (2014). The association between internet addiction and psychiatric comorbidity: A meta-analysis. BMC Psychiatry, 14(1), 183
- 25) Ioannidis, K., Treder, M. S., Chamberlain, S. R., Kiraly, F., Redden, S. A., Stein, D. J., Lochner, C., & Grant, J. E. (2018). Problematic internet use as an age-related multifaceted problem: Evidence from a two-site survey. In Addictive Behaviors (Köt. 81, o. 157–166). Elsevier BV. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2018.02.017>
- 26) IZEA. (2024). TikTok Categories Grabbing the Most Views. Retrieved from <https://izea.com/resources/tiktok-categories-grabbing-the-most-views/>
- 27) Király, O., Nagygyörgy, K., Koronczai, B., Griffiths, M. D., & Demetrovics, Z. (2015). Assessment of problematic internet use and online video gaming. Mental health in the digital age: Grave dangers, great promise, 46-68.
- 28) Kapus, K. (2021). *Internetfüggőség és kiegésző a középiskolai oktatásban* (Doktori értekezés). Pécsi Tudományegyetem, Általános Orvostudományi Kar, Klinikai Idegtudományok Doktori Iskola, Pécs.
- 29) King, D. L., Delfabbro, P. H., Wu, A. M. S., Doh, Y. Y., Kuss, D. J., Pallesen, S., Mentzoni, R., Carragher, N., & Sakuma, H. (2017). Treatment of Internet gaming disorder: An international systematic review and CONSORT evaluation. In Clinical Psychology Review (Köt. 54, o. 123–133).
- 30) Marttunen, M. & Pelkonen, M. (2000) Psychiatric Risk Factors for Adolescent Suicide: A Review. Psychiatry Fennica, 31, pp. 110–125.
- 31) Michikyan, M., & Suárez-Orozco, C. (2016). Adolescent Media and Social Media Use. In Journal of Adolescent Research (Köt. 31, Issue 4, o. 411–414). SAGE Publications.
- 32) Ortutay, B. (2024). Australia is banning social media for people under 16. Could this work elsewhere — or even there?. Associated Press. <https://apnews.com/article/australia-social-media-ban-children-6f26c3177772270307c0c26a5221e64f>
- 33) Patel, V., Flisher, A. J., Hetrick, S., & McGorry, P. (2007). Mental health of young people: a global public-health challenge. In The Lancet (Köt. 369, Issue 9569, o. 1302–1313). Elsevier BV.

- 34) Pikó, B. (2005). Középiskolás fiatalok szabadidő-struktúrája, értékattitűdjei és egészségmagatartása. *Szociológiai Szemle*, 15(2), 88–99.
- 35) Prieara, D. K., & Pikó, B. (2015). Az interneten eltöltött idő és a problémás használat háttértényezőinek vizsgálata fiatalok körében. In *Iskolakultúra* (Köt. 25, Issue 11, o. 90–102). University of Szeged.
- 36) Statista. (2024a). Distribution of TikTok users worldwide as of July 2024, by gender. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1299785/distribution-tiktok-users-gender/> [Hozzáférés: 2024.11.25.]
- 36) Statista. (2024b). Distribution of YouTube users worldwide as of July 2024, by gender. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1287032/distribution-youtube-users-gender/> [Hozzáférés: 2024.11.25.]
- 37) Subrahmanyam, K., & Smahel, D. (2010). *Digital youth: The role of media in development* (2011th ed.). Springer.
- 38) SUSÁNSZKY, É., KONKOLY THEGE, B., STAUDER, A., & KOPP, M. (2006). A WHO JÓL-LÉT KÉRDŐÍV RÖVIDÍTETT (WBI-5) MAGYAR VÁLTOZATÁNAK VALIDÁLÁSA A HUNGAROSTUDY 2002 ORSZÁGOS LAKOSSÁGI EGÉSZSÉGFELMÉRÉS ALAPJÁN. In *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika* (Köt. 7, Issue 3, o. 247–255). Akadémiai Kiado Zrt.
- 39) Szabácsik, G. (2023). A közösségimédia-térkép 2023: Kik hol a legaktívabbak? Yellowbird. <https://yellowbird.hu/magyarorszag-kozossegimedia-terkepe-kik-hol-a-legaktivabbak/> [Hozzáférés: 2024.11.25.]
- 40) Szapáry, Á., Kovács, M., Tóth, G., Váradi, I., Mészáros, J., Kósa, G., Kapus, K., Bankó, Z., Tibold, A., & Fehér, G. (2022). Internetfüggőség: a 21. század orvosi kihívása? In *Orvosi Hetilap* (Köt. 163, Issue 38, o. 1506–1513). Akadémiai Kiado Zrt.
- 41) Takahashi, I., Obara, T., Ishikuro, M., Murakami, K., Ueno, F., Noda, A., Onuma, T., Shinoda, G., Nishimura, T., Tsuchiya, K. J., & Kuriyama, S. (2023). Screen Time at Age 1 Year and Communication and Problem-Solving Developmental Delay at 2 and 4 Years. In *JAMA Pediatrics* (Köt. 177, Issue 10, o. 1039). American Medical Association (AMA).
- 42) Tóth, G. (2021). *Internetfüggőség és következményei egészségügyi dolgozók körében* (Doktori értekezés). Pécsi Tudományegyetem, Általános Orvostudományi Kar, Klinikai Idegtudományok Doktori Iskola, Pécs.
- 43) U.S. Department of Health and Human Services (HHS). (2023). Social Media and Youth Mental Health: The U.S. Surgeon General's Advisory (executive Summary).

<https://www.hhs.gov/about/news/2023/05/23/surgeon-general-issues-new-advisory-about-effects-social-media-use-has-youth-mental-health.html>

[Hozzáférés:

2024.11.25.]

- 44) Vizard T, Sadler K, Ford T, et al. Mental Health of Children and Young People in England 2020, Wave 1 follow-up to the 2017 survey. 2020. Vizard T, Sadler K, Ford T, et al. Mental Health of Children and Young People in England 2020, Wave 1 follow-up to the 2017 survey. 2020.
- 45) Ware, J. E., Jr. (1999). SF-36 Health Survey. In M. E. Maruish (Ed.), The use of psychological testing for treatment planning and outcomes assessment (2nd ed., pp. 1227–1246). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- 46) World Health Organization (WHO). (2021). Suicide worldwide in 2019: global health estimates. Geneva: World Health Organization
- 47) World Health Organization (WHO). (2024). Adolescent mental health. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-mental-health>
[Hozzáférés: 2024.11.25.]

Mellékletek

1. Számú melléklet: Fókuszcsoporth vezérfonal
2. Számú melléklet: TikTok kérdőív
3. Számú melléklet: YouTube kérdőív
4. Számú melléklet: Fókuszcsoporth1 leirat
5. Számú melléklet: Fókuszcsoporth2 leirat