

# PATYČIOS IR SAVĖS PAŠIEPIMAS POPULIARIAUSIŲ LIETUVOS NUOMONĖS FORMUOTOJŲ ĮRAŠUOSE SOCIALINIUIOSE TINKLUOSE „INSTAGRAM“ IR „FACEBOOK“

**Robertas Basijokas, Kamilė Kaškelevičiūtė, Donatas Austys**

*Vilniaus universiteto Medicinos fakulteto Sveikatos mokslų instituto Visuomenės sveikatos katedra*

## SANTRAUKA

**Tyrimo tikslas** – atsižvelgiant į socialines ir demografines charakteristikas bei paskelbtų įrašų charakteristikas įvertinti populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* paskelbtuose įrašuose vaizduojamų patyčių ir savęs pašiepimo paplitimą.

**Tyrimo medžiaga ir metodai.** Šio tyrimo metu buvo analizuojami visi (6 425) viešai prieinami 21 populiariausio Lietuvos nuomonės formuotojo įrašai, 2022 m. paskelbti socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook*. Taikant  $\chi^2$  testą įvertintas įrašų pasiskirstymas pagal juos paskelbusių nuomonės formuotojų lytį, amžių, sekėjų, įrašams skirtų reakcijų ir komentarų skaičių, įrašų tipą ir paskelbimo laiką.

**Rezultatai.** Patyčios ir savęs pašiepimas buvo vaizduojamas 264 (4,1 proc.) paskelbtuose įrašuose. Patyčios iš kitų žmonių buvo dažniausiai vaizduojama patyčių forma, ji buvo vaizduojama 150 (2,3 proc.) įrašų. Socialiniame tinkle *Instagram* vyrai bei vyresni nuomonės formuotojai santykinai dažniau vaizdavo patyčias ir savęs pašiepimą ir šie įrašai sulaukė santykinai daugiau komentarų bei dažniau buvo publikuojami vaizdo įrašų formatu (atitinkamai 5,9 proc. ir 1,8 proc., 4,4 proc. ir 0,9 proc., 4,1 proc. ir 1,5 proc., 4,7 proc. ir 2,1 proc.,  $p \leq 0,050$ ). Socialiniame tinkle *Facebook* patyčias ir savęs pašiepimą santykinai dažniau vaizdavo vyrai, vyresni nuomonės formuotojai bei mažiau sekėjų turintys nuomonės formuotojai, šie įrašai sulaukė santykinai daugiau reakcijų bei komentarų ir dažniau buvo publikuojami tekstiniu formatu (atitinkamai 6,1 proc. ir 3,5 proc., 5,4 proc. ir 3,6 proc., 6,8 proc. ir 3,4 proc., 6,9 proc. ir 2,6 proc., 7,0 proc. ir 2,5 proc., 21,8 proc. ir 4,5 proc.,  $p \leq 0,050$ ).

**Išvados.** Patyčios ir savęs pašiepimas vaizduojami kas dvidešimtame socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* paskelbtame įrašė. Tyčiojimas iš kitų žmonių – dažniausiai vaizduojama patyčių forma. Vyrai ir vyresni nuomonės formuotojai santykinai dažniau skelbia įrašus, kuriuose vaizduojamos patyčios, šie įrašai sulaukia santykinai daugiau komentarų. Socialiniame tinkle *Instagram* patyčios ir savęs pašiepimas dažniau vaizduojami vaizdo įrašų formatu, o socialiniame tinkle *Facebook* – tekstiniu formatu.

**Reikšminiai žodžiai:** patyčios, psichikos sveikata, nuomonės formuotojai, socialiniai tinklai, turinio analizė.

## ĮVADAS

Patyčios – itin paplitusi smurto forma visuomenėje [1]. Patyčių forma ir psichikos sveikatos rizikos veiksniu gali būti laikomas ir savęs pašiepimas, kuris, nors neretai yra siejamas su teigiamomis emocijomis ir humoru [2], gali turėti neigiamos įtakos kūno įvaizdžio suvokimui, stiprinti neigiamus įsitikinimus apie save, o tai gali turėti įtakos žemai savivertei, nerimo ir depresijos išsivystymui ir didesnei rizikai susirgti valgymo sutrikimais [3]. 2022 metais publikuoto tyrimo rezultatai atskleidė, kad apytiksliai vienas iš devynių (11,0 proc.) mokyklinio am-

žiaus vaikų per kelis mėnesius mokykloje buvo patyrę patyčias [4]. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad vidutiniškai 14,0 proc. 11–15 metų amžiaus mokinių tyčiojasi iš kitų, o 27,0 proc. mokinių patiria patyčias bent 2–3 kartus

**Adresas susirašinėti:** Donatas Austys  
Vilniaus universiteto Medicinos fakulteto  
Sveikatos mokslų instituto  
Visuomenės sveikatos katedra  
M. K. Čiurlionio g. 21, 03101 Vilnius  
El. p. [donatas.austys@mf.vu.lt](mailto:donatas.austys@mf.vu.lt)

per mėnesį. Internetinės patyčios tarp paauglių taip pat gana plačiai paplitusios: 27,0 proc. paauglių nurodė, kad patyrė internetines patyčias bent 1–2 kartus per 2 mėnesius, o 26,0 proc. tyčiojosi iš kitų internete. Lyginant su kitomis Europos šalimis, kuriose buvo vykdomas tyrimas, Lietuvoje patyčias patiriančių paauglių dalis buvo didžiausia [5].

Patyčios yra susijusios su naujų technologijų naudojimu bei skaitmenine aplinka [6]. 2025 metų vasario mėnesio duomenimis, 5,24 milijardo pasaulio gyventojų naudojami bent vienu socialiniu tinklu [7], 3,07 milijardo naudojami socialiniu tinklu *Facebook*, socialiniu tinklu *Instagram* naudojami 2,00 milijardo pasaulio gyventojų [8]. Socialiniai tinklai sudaro labai plačią infrastruktūrą plisti įvairaus pobūdžio informacijai, įskaitant ir patyčias. Mokslinių tyrimų duomenimis, kibernetinių patyčių paplitimas tarp 13–17 metų amžiaus mokinių nuo 2007 iki 2023 m. padidėjo beveik trigubai (nuo 18,8 proc. iki 54,6 proc.) [9]. Prie kibernetinių patyčių plitimo gali prisidėti ir nuomonės formuotojų veikla socialiniuose tinkluose [10]. Socialinių tinklų nuomonės formuotojai savo įrašuose neretai naudoja savęs pašiepimą, o tai gali skatinti patyčias bei turėti neigiamos įtakos sekėjų psichikos sveikatai [11]. Mokslinių tyrimų rezultatai atskleidė, kad dažnas naudojimas socialiniais tinklais yra susijęs su didesne patyčių rizika [12]. Į tai derėtų atkreipti dėmesį, nes Lietuvoje atliktas tyrimas parodė, jog ikimokyklinio amžiaus vaikus auginantys tėvai patyčių riziką vertina nepakankamai rimtai arba apie ją nesusimąsto [13].

Mokslinių tyrimų, kuriais būtų įvertintas su psichine sveikata susijusius rizikos veiksnius vaizduojančių įrašų paplitimas socialiniuose tinkluose, trūksta tiek Lietuvoje, tiek ir kitose pasaulio valstybėse. Todėl šio **tyrimo tikslas** – atsižvelgiant į socialines ir demografines charakteristikas bei paskelbtų įrašų charakteristikas įvertinti populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* paskelbtuose įrašuose vaizduojamų patyčių ir savęs pašiepimo paplitimą.

## TYRIMO MEDŽIAGA IR METODAI

**Tyrimo organizavimas.** Atliktas kiekybinis paplitimo tyrimas naudojant duomenis, gautus atlikus kokybinę socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* paskelbtų įrašų analizę. Duomenys tyrimo analizei rinkti 2023 m. sausio – 2024 m. sausio mėnesiais. Šio tyrimo metu

buvo analizuojami visi viešai prieinami populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų įrašai, paskelbti 2022 m. sausio 1 d. – 2022 m. gruodžio 31 d. laikotarpiu socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook*. Iš viso šio tyrimo metu išanalizuoti 6 425 įrašai. Iš jų 2 265 įrašai paskelbti socialiniame tinkle *Instagram*, o 4 160 – socialiniame tinkle *Facebook*. Nuomonės formuotojai šiam tyrimui atrinkti remiantis agentūros „Super you“ sudarytu populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų reitingu – analizuoti 21 į reitingą patekusio socialinių tinklų *Instagram* ir *Facebook* nuomonės formuotojo paskelbti įrašai.

**Tyrimo eiga.** Duomenys apie kiekvieną įrašą buvo renkami pildant struktūruotą tyrimo autorių parengtą anketos pavidalo tyrimo instrumentą „Socialiniuose tinkluose vaizduojamų gyvenimo veiksnių registravimo anketa“ (2 versija). Buvo registruojamas patyčių formų paplitimas: sulaukiamos patyčios, tyčiojimas iš kitų, savęs pašiepimas. Taip pat registruoti duomenys apie įrašus paskelbusių nuomonės formuotojų lytį, amžių, sekėjų, reakcijų ir komentarų skaičių bei įrašų tipą ir paskelbimo laiką.

**Kintamieji.** Rezultatų interpretavimo paprastumo tikslu visi kategoriniai kintamieji buvo transformuoti į dvinarius. Skaitiniams kintamiesiems transformuoti į dvinarius naudotos medianos: viena kategorija apėmė vertes iki medianos, o kita – vertes, kurios viršijo medianą.

**Statistinė duomenų analizė.** Tyrimo statistinė analizė buvo atliekama naudojant *R Commander* (4.2.3 versija) paketą, skirtą *The R Project for Statistical Computing* programai. Įrašų pasiskirstymui pagal kategorinius kintamuosius vertinti taikytas *chi* kvadrato ( $\chi^2$ ) testas. Nuostaičius mažesnių už 5 tikėtinų dažnių, taikytas Fišerio (Fisher) tikslusis testas. Skirstinių normalumui įvertinti taikytas Šapiro ir Vilko (Shapiro–Wilk) testas. Statistinei analizei pasirinktas reikšmingumo lygmuo  $\alpha = 0,050$ . Kadangi analizuoti skirstiniai neatitiko normalumo dėsnio, centrinės skaitinių kintamųjų reikšmės pateikiamos tokia forma: mediana (minimali reikšmė; maksimali reikšmė).

## REZULTATAI

Tyrimo metu buvo išanalizuoti 6 425 įrašai, iš jų 2 265 (35,3 proc.) buvo paskelbti socialiniame tinkle *Instagram*, o 4 160 (64,7 proc.) – socialiniame tinkle *Facebook*. Socialinio tinklo *Instagram* nuomonės formuotojų amžiaus mediana buvo 35 (27; 44) metai, sekėjų

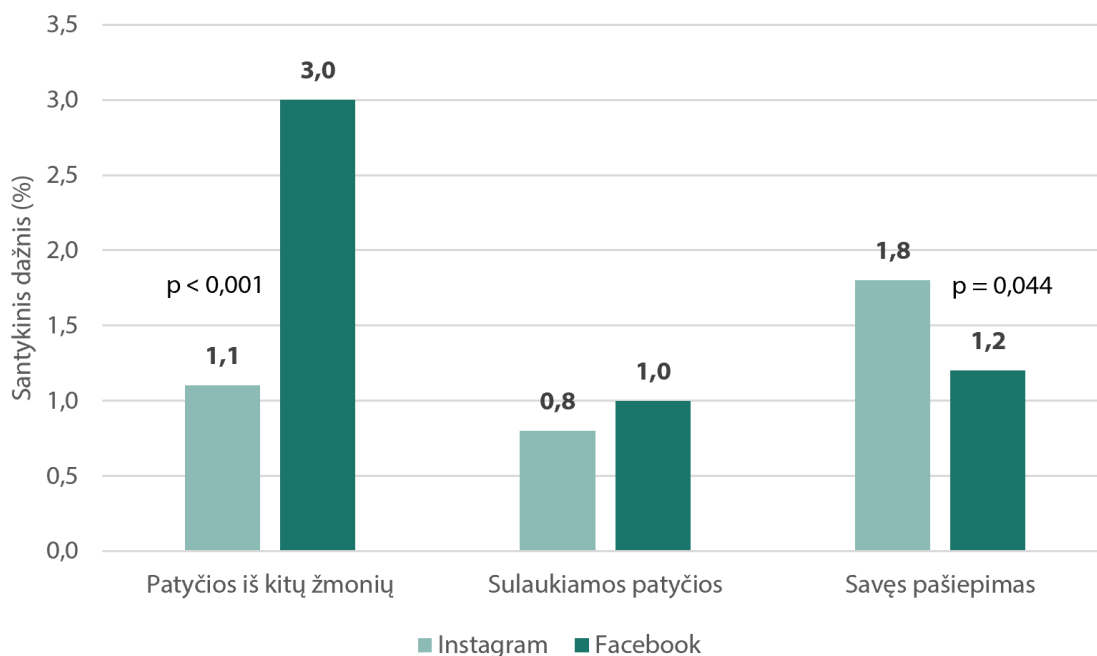
skaičiaus mediana – 279 500 (128 000; 414 000), reakcijų skaičiaus mediana – 5 315 (0; 81 618), komentarų skaičiaus mediana – 12 (0; 35 900). Socialinio tinklo *Facebook* nuomonės formuotojų amžiaus mediana buvo 41 (32; 56) metai, sekėjų skaičiaus mediana – 75 000 (54 000; 301 000), reakcijų skaičiaus mediana – 592 (0; 34 256), komentarų mediana – 20 (0; 4 200).

Vyrai, vyresni, daugiau sekėjų turintys nuomonės formuotojai įrašus santykinai dažniau publikavo socialiniame tinkle *Facebook* ( $p \leq 0,050$ ). Socialiniame tinkle *Facebook* paskelbti įrašai sulaukė santykinai mažesnio komentarų skaičiaus ( $p \leq 0,050$ ). Įrašai socialiniame tinkle *Instagram* dažniau buvo keliami vaizdo įrašų formatu, o socialiniame tinkle *Facebook* – nuotraukų ir tekstiniu formatu ( $p \leq 0,050$ ). Pagal reakcijų skaičių bei įrašo paskelbimo laiką ( $p > 0,050$ ) reikšmingų skirtumų nenustatyta (1 lentelė).

Patyčios iš kitų žmonių buvo dažniausiai vaizduojama patyčių forma, ji buvo vaizduojama 150 (2,3 proc.) visų įrašų. Sulaukiamos patyčios buvo vaizduojamos

59 (0,9 proc.) įrašuose, o savęs pašėpimas – 88 (1,4 proc.) įrašuose. Patyčios iš kitų žmonių buvo santykinai dažniau vaizduojamos socialiniame tinkle *Facebook*, o savęs pašėpimas – socialiniame tinkle *Instagram* ( $p \leq 0,050$ ) (1 pav.).

Patyčios ir savęs pašėpimas buvo vaizduojamas 264 (4,1 proc.) socialiniuose tinkluose paskelbtuose įrašuose. Socialiniame tinkle *Instagram* vyrai bei vyresni nuomonės formuotojai santykinai dažniau vaizdavo patyčias ir savęs pašėpimą; įrašai, kuriuose vaizduojamos patyčios ir savęs pašėpimas, sulaukė santykinai daugiau komentarų ( $p < 0,001$ ). Socialiniame tinkle *Instagram* įrašai, vaizduojantys patyčias ir savęs pašėpimą, santykinai dažniau buvo publikuojami vaizdo įrašų formatu ( $p \leq 0,050$ ). Socialiniame tinkle *Instagram* paskelbtų įrašų, kuriuose buvo vaizduojamos patyčios ir savęs pašėpimas, pasiskirstymas nebuvo susijęs su sekėjų ir reakcijų skaičiumi bei įrašo paskelbimo laiku ( $p > 0,050$ ). Socialiniame tinkle *Facebook* patyčias ir savęs pašėpimą santykinai dažniau vaizdavo vyrai, vyresni



\* Diagramoje santykiniai dažniai pateikiami nuo viso paskelbtų įrašų skaičiaus atskirai pagal kiekvieną socialinį tinklą.

**1 pav.** Patyčių ir savęs pašėpimo paplitimas socialiniuose tinkluose *Facebook* ir *Instagram* nuomonės formuotojų paskelbtuose įrašuose

**1 lentelė.** Įrašų pasiskirstymas pagal socialinius tinklus, kuriuose jie buvo paskelbti, ir nuomonės formuotojų bei įrašų charakteristikas

Kintamieji	Įrašų pasiskirstymas				p
	Instagram		Facebook		
	n	proc.	n	proc.	
<b>Lytis</b>					
Vyrai	614	22,9	2 066	77,1	< 0,001
Moterys	1 651	44,1	2 094	55,9	
<b>Amžius</b>					
Mažiau arba lygu medianai	974	39,5	1 494	60,5	< 0,001
Daugiau nei mediana	1 291	32,6	2 666	67,4	
<b>Sekėjų skaičius</b>					
Mažiau arba lygu medianai	1 179	41,4	1 668	58,6	< 0,001
Daugiau nei mediana	1 086	30,4	2 492	69,6	
<b>Reakcijų skaičius</b>					
Mažiau arba lygu medianai	1 132	35,2	2 080	64,8	0,987
Daugiau nei mediana	1 133	35,3	2 080	64,7	
<b>Komentarų skaičius</b>					
Mažiau arba lygu medianai	1 060	33,9	2 068	66,1	0,026
Daugiau nei mediana	1 205	36,5	2 092	63,5	
<b>Įrašo tipas</b>					
Nuotrauka (-os)	1 780	34,9	3 319	65,1	< 0,001
Vaizdo įrašas (-ai)	634	55,2	514	44,8	< 0,001
Tekstas	0	0,0	262	100,0	< 0,001
<b>Įrašo paskelbimo laikas</b>					
Ruduo–žiema	1 123	34,4	2 140	65,6	0,154
Pavasaris–vasara	1 142	36,1	2 020	63,9	

nuomonės formuotojai bei mažiau sekėjų turintys nuomonės formuotojai ( $p \leq 0,050$ ). Socialiniame tinkle *Facebook* paskelbti įrašai, kuriuose buvo vaizduojamos patyčios ir savęs pašiepimas, sulaukė santykinai daugiau reakcijų bei komentarų ( $p < 0,001$ ). Socialiniame tinkle *Facebook* paskelbti įrašai, kuriuose buvo vaizduojamos patyčios ir savęs pašiepimas, santykinai dažniau buvo publikuojami tekstiniu formatu ( $p < 0,001$ ). Socialiniame tinkle *Facebook* paskelbtų įrašų, kuriuose buvo vaizduojamos patyčios ir savęs pašiepimas, pasiskirstymas nebuvo susijęs su įrašo paskelbimo laiku ( $p > 0,050$ ). Analizuojant abiejuose socialiniuose tinkluose paskelbtų įrašų pasiskirstymą nustatyta, kad socialiniame tinkle *Facebook* patyčios ir savęs

pašiepimas buvo vaizduojamos santykinai dažniau nei socialiniame tinkle *Instagram* (atitinkamai 4,8 proc. ir 2,9 proc.,  $p < 0,001$ ). Lyginant socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* paskelbtų įrašų apie patyčias dažnius nustatyta, kad socialiniame tinkle *Instagram* patyčias ir savęs pašiepimą santykinai dažniau vaizdavo vyresni nuomonės formuotojai, tokie įrašai socialiniame tinkle *Instagram* santykinai dažniau sulaukė mažesnio reakcijų skaičiaus. Socialiniame tinkle *Facebook* įrašai dažniau buvo skelbiami nuotraukų ir tekstiniu formatu ( $p < 0,001$ ). Skirtumų nenustatyta pagal nuomonės formuotojų lytį, sekėjų ir komentarų skaičių bei įrašo paskelbimo laiką ( $p > 0,050$ ) (2 lentelė).

Didžioji dauguma patyčių, kurios stebimos nuomonės

formuotojų įrašuose, pateiktos gana švelnia forma, pasiepiant tam tikras situacijas ar tam tikrų profesijų asmenų profesinę veiklą. Pavyzdžiui, viename iš įrašų imituojamas dviejų automobilių kelius tvarkančių darbuotojų pokalbis, kurio metu aptariamas darbų vykdymas šventiniu periodu. Įrašė kuriamas naratyvas, jog kelius tvarkantys darbuotojai lėtai dirba, nekreipia dėmesio į dėl jų darbo visuomenei kylančius nepatogumus, atmetinai žiūri į visuomenės poreikius. Vaizdo įrašė girdima necenzūrinė leksika taip pat pateikiama kaip šios profesijos darbuotojų bendravimo bruožas. Kitame įrašė reklamuojant marinuotus šašlykus vienas nuomonės formuotojas juokiasi iš kito sakdamas: „Gera mėsyte labai

gavosi – tokia sultinga, prisigėrusi – marinato buvo prisigėrusi labai gerai... Paskutinį kartą, kai kažkas tai buvo prisigėręs [pasakomas greta sėdinčio nuomonės formuotojo vardas], savo teises prarado“. Taip juokiamasi iš dėl girtumo vairuojant praradusio vairavimo teises žmogaus, o tai gali paskatinti patyčias panašiose situacijose. Nuomonės formuotojai kartais ir patys sulaukia patyčių. Pavyzdžiui, viename iš analizuotų įrašų nuomonės formuotoja dalijasi sunkumais, kurie yra susiję su motinystės iššūkiais. Šiame įrašė yra minimi neigiami komentarai, kurių ji sulaukė iš aplinkinių: „*Jetus*, kiek aš paskutiniu metu verkiu. Dėl VISKO... žmonės jau sako, kad man kartais *kūkū*“. Kitame įrašė naudojamos vaizdo

**2 lentelė.** Patyčių ir savęs pašiepimo vaizdavimo pasiskirstymas socialiniuose tinkluose *Facebook* ir *Instagram* paskelbtuose įrašuose pagal juos paskelbusių nuomonės formuotojų bei įrašų charakteristikas

Kintamieji	Patyčių ir savęs pašiepimo vaizdavimas						p
	<i>Instagram</i>			<i>Facebook</i>			
	n	proc.	p	n	proc.	p	
<b>Lytis</b>							
Vyrai	36	5,9	< 0,001	125	6,1	< 0,001	0,216
Moterys	30	1,8		73	3,5		
<b>Amžius</b>							
Mažiau arba lygu medianai	9	0,9	< 0,001	54	3,6	0,009	0,024
Daugiau nei mediana	57	4,4		144	5,4		
<b>Sekėjų skaičius</b>							
Mažiau arba lygu medianai	35	3,0	0,872	113	6,8	< 0,001	0,567
Daugiau nei mediana	31	2,9		85	3,4		
<b>Reakcijų skaičius</b>							
Mažiau arba lygu medianai	37	3,3	0,316	54	2,6	< 0,001	< 0,001
Daugiau nei mediana	29	2,6		144	6,9		
<b>Komentarų skaičius</b>							
Mažiau arba lygu medianai	16	1,5	< 0,001	51	2,5	< 0,001	0,806
Daugiau nei mediana	50	4,1		147	7,0		
<b>Įrašo tipas</b>							
Nuotrauka (-os)	37	2,1	< 0,001	118	3,6	< 0,001	
Vaizdo įrašas (-ai)	30	4,7	0,001	23	4,5	0,746	< 0,001
Tekstas	0	0,0	< 0,001	57	21,8	< 0,001	
<b>Įrašo paskelbimo laikas</b>							
Ruduo–žiema	40	3,6	0,069	101	4,7	0,901	0,176
Pavasaris–vasara	26	2,3		97	4,8		

įrašo ištraukos iš nuomonės formuotojo lenktynių bei jų metu patirtos automobilio avarijos, tarp jų įdedant keletą ištraukų iš fantastinio žanro filmo, pašiepiant įvykį, kuris jame dalyvavusiam nuomonės formuotojui ar jo artimiesiems gali kelti nemalonius, sukrečiančius jausmus. Dar vienas patyčių pavyzdys stebimas įrašė, kur viena populiari *Instagram* nuomonės formuotoja švelniai pašiepdama savo kūną kreipėsi į savo sekėjus nepagarbiai pavadindama lieknus žmones: „Mano mielieji rubuiliai – čia aš apie tokius kaip aš minkštesnius – ne visai džiuvišius – mokslas sako, mes gyvenam ilgiausiai“. Tokie įrašai gali ne tik nemalonai veikti per mažo ar per didelio kūno masės indekso žmones, bet taip pat ir veikti kaip dezinformacijos priemonė, skatinanti nuomonę, kad didelis kūno masės indeksas yra palankus sveikatai. Kita vertus, minėtame įrašė nuomonės formuotoja pašiepia ir save. Dar vienas savęs pašiepimo pavyzdys buvo stebimas, kai viena nuomonės formuotoja pasidalijo nuotrauka, kurioje ji nusifotografavusi su raganos kostiumu, o įrašo aprašyme buvo parašyta: „Kaip gera pabūti savimi bent vieną dieną“.

## REZULTATŲ APTARIMAS

Šio tyrimo metu buvo įvertintas socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* populiariausių Lietuvos nuomonės formuotojų paskelbtuose įrašuose vaizduojamų psichikos sveikatos rizikos veiksnių paplitimas. Patyčios bendrai buvo vaizduojamos nedidelėje dalyje – 4,1 proc. – įrašų. Patyčios iš kitų asmenų buvo stebimos 2,3 proc., nuomonės formuotojų sulaukiamos patyčios – 0,9 proc., savęs pašiepimas – 1,4 proc. įrašų. Nustatyta, kad abiejuose socialiniuose tinkluose vyrai ir vyresni nuomonės formuotojai dažniau skelbė įrašus, kuriuose vaizduojamos patyčios, ir šie įrašai sulaukė daugiau komentarų. Šio tyrimo autorių žiniomis, kitų mokslinių tyrimų, kuriuose būtų analizuojamas patyčių vaizdavimo paplitimas socialinių tinklų nuomonės formuotojų įrašuose, nebuvo atlikta.

2018 metais Kinijos ir JAV mokslininkai atliko tyrimą, kuriuo buvo siekiama įvertinti kibernetinių patyčių ryšį su lytimi. Tyrimo metu nustatyta, kad vyrai dažniau nei moterys yra linkę tyčiotis tiek tiesioginio kontakto, tiek kibernetiniu būdu [14]. Mūsų tyrimo rezultatai parodė, kad ir socialiniame tinkle *Instagram*, ir socialiniame tinkle *Facebook* patyčias dažniau vaizdavo nuomonės formuotojai vyrai.

Mokslinių tyrimų duomenimis, patyčios yra dažniau paplitusios tarp jaunesnių žmonių [15]. Mūsų tyrimo metu nustatyta, kad tiek socialiniame tinkle *Instagram*, tiek socialiniame tinkle *Facebook* patyčias dažniau vaizdavo vyresni nuomonės formuotojai.

Pasaulio sveikatos organizacijos 2024 metų duomenimis, tradicinės fizinės patyčios stebimos vis rečiau, tačiau kibernetinės patyčios yra vis dažniau stebimas reiškinys visame pasaulyje ir tai yra rimta visuomenės sveikatos problema [16]. Populiariausi Lietuvos nuomonės formuotojai socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* nors ir retai, tačiau dalyje savo įrašų vis tiek vaizduoja patyčias. Atsižvelgiant į tai, kad nuomonės formuotojų turinį stebi didelis sekėjų skaičius, tokio turinio reikšmė visuomenės sveikatai gali būti ženkli. Kita vertus, užsienio mokslininkai akcentuoja, kad socialinių tinklų nuomonės formuotojai gali sėkmingai skleisti kovos su patyčiomis žinią savo sekėjams ir prisidėti prie patyčių mažinimo [17]. Užsienio autorių teigimu, savęs pašiepimas yra gana dažnai stebimas reiškinys socialiniuose tinkluose [18]. Mūsų tyrimo metu nustatyta, kad savęs pašiepimas buvo vaizduojamas retai (1,4 proc.), tad tikėtina, kad toks savęs pašiepimo paplitimas socialinių tinklų nuomonės formuotojų įrašuose neturi didelės įtakos sekėjų psichikos sveikatai. Siekiant išvengti galimos žalos visuomenės psichikos sveikatai dėl socialiniuose tinkluose vaizduojamo turinio, reikėtų didesnę dėmesį skirti visuomenės psichikos sveikatos raštingumo didinimui, įskaitant ir nuomonės formuotojų tikslinę grupę. Tyrimo metu nustatyta, kad patyčios ir savęs pašiepimas dažniau vaizduojami socialiniame tinkle *Facebook*. Į tai reikėtų atkreipti dėmesį ateityje vykdant įvairaus pobūdžio patyčių prevencijos programas socialiniuose tinkluose.

**Tyrimo ribotumai.** Atsižvelgiant į panašių mokslinių tyrimų trūkumą Lietuvoje ir užsienyje, šio tyrimo metodika, ypač įrašų kategorizavimas, galėtų būti tobulintina, ypač dėl subjektyvaus įrašų vertinimo, kuris gali skirtis priklausomai nuo skirtingų vertintojų. Nors šiame tyrime įrašus vertino tik vienas tyrėjas ir įrašai tarpusavyje yra palyginami, rezultatų palyginimas su kitų tyrimų rezultatais gali būti netikslus. Nors šio tyrimo metu buvo išanalizuota didelė duomenų imtis, tačiau ji apėmė tik populiariausių Lietuvos socialinių tinklų *Instagram* ir *Facebook* nuomonės formuotojų paskelbtą turinį – tikėtina, kad kiti nuomonės formuotojai bei kitų naudotojų socialiniuose tinkluose skelbiamas turinys psichinės sveikatos

rizikos veiksnių paplitimo aspektu gali skirtis nuo šio tyrimo rezultatų.

## APIBENDRINIMAS

Patyčios ir savęs pašiepimas vaizduojami kas dvidešimtam socialiniuose tinkluose *Instagram* ir *Facebook* paskelbtame įrašė. Patyčios iš kitų žmonių – dažniausiai vaizduojama patyčių forma. Vyrai ir vyresni nuomonės formuotojai santykinai dažniau skelbia įrašus, kuriuose vaizduojamos patyčios, ir šie įrašai sulaukia daugiau ko-

mentarų. Socialiniame tinkle *Instagram* patyčios ir savęs pašiepimas dažniau vaizduojamos vaizdo įrašų formatu, o socialiniame tinkle *Facebook* – tekstiniu formatu.

Nors patyčių ir savęs pašiepimo paplitimas tarp Lietuvos nuomonės formuotojų įrašų nėra didelis, tačiau, atsižvelgiant į tokio turinio paveikumą ir didelį šiuos įrašus stebinčių žmonių skaičių, įtaka šių rizikos veiksnių paplitimui visuomenėje gali būti didelė.

*Straipsnis gautas 2025-10-19, priimtas 2026-01-05*

### Literatūra

1. Lietuvos Respublikos švietimo, mokslo ir sporto ministerija. Reagavimo į patyčias mokykloje rekomendacijos. 2017. Prieiga per internetą: [https://smsm.lrv.lt/uploads/smsm/documents/files/svietimas/REAGAVIMOProc.20proc.C4proc.AF\\_proc.20PATYproc.C4proc.8CIASproc.20MOKYKLOJEproc.20\\_rekomendacijos\\_\(VAIKproc.C5proc.B2proc.20LINIJA\).pdf](https://smsm.lrv.lt/uploads/smsm/documents/files/svietimas/REAGAVIMOProc.20proc.C4proc.AF_proc.20PATYproc.C4proc.8CIASproc.20MOKYKLOJEproc.20_rekomendacijos_(VAIKproc.C5proc.B2proc.20LINIJA).pdf)
2. Wang T, Boonsiriroaj C, Poolperm P. Turning flaws into favors: Exploring the impact of self-mockery on purchase intention for aesthetically flawed products. *Asia Pac Manag Rev.* 2025;30(2):100344. DOI:10.1016/j.apmr.2024.12.008.
3. Decruz-Dixon NV. Humor Styles, Psychological Well-being, and Distress: Examining the Importance of Resilience and Hope. 2023 Apr 3.
4. World Health Organization. Highlights. 2022. Prieiga per internetą: [https://www.who.int/europe/initiatives/health-behavior-in-school-aged-children-\(hbcs\)-study/highlights](https://www.who.int/europe/initiatives/health-behavior-in-school-aged-children-(hbcs)-study/highlights)
5. HBSC Lietuva. Pristatyti duomenys apie patyčias Lietuvoje. 2024. Prieiga per internetą: <https://hbcs.lt/pristatyti-duomenys-apie-patycijas-lietuvoje/>
6. United Nations Office of the High Commissioner for Human Rights. Cyberbullying of children. 2023. Prieiga per internetą: <https://www.ohchr.org/en/statements-and-speeches/2023/09/cyberbullying-children>
7. Statista. Internet and social media users in the world. 2025. Prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
8. Statista. Biggest social media platforms by users. 2025. Prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
9. Patchin JW, Hinduja S. 2023 Cyberbullying Data. Cyberbullying Research Center. 2023. Prieiga per internetą: <https://cyberbullying.org/2023-cyberbullying-data>
10. Micaela DM. Cyberbullying among young people: Laws and policies in selected Member States. European Parliament. 2024. Prieiga per internetą: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS\\_BRI\(2024\)762331](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2024)762331)
11. Lynde-Smith J. How Social Media Influencers Affect Mental Health. Challenge What's Possible: Health and Wellness. 2024. Prieiga per internetą: <https://challenge.carleton.ca/social-media-influencers-affect-mental-health/>
12. Young E. Frequent Social Media Use and Experiences with Bullying Victimization, Persistent Feelings of Sadness or Hopelessness, and Suicide Risk Among High School Students — Youth Risk Behavior Survey, United States. 2023. DOI:10.15585/mmwr.su7304a38.
13. Austys D, Sprudzanaite A, Stukas R. Personal Cell Phones among Children: Parental Perception of Content-Related Threats and Attempts to Control Them in a Lithuanian Sample. *Behav Sci.* 2022;12(6):185. DOI:10.3390/bs1206185.
14. Wong RYM, Cheung CMK, Xiao B. Does gender matter in cyberbullying perpetration? An empirical investigation. *Comput Hum Behav.* 2018;79:247–57. DOI:10.1016/j.chb.2017.10.022.
15. Hellström L, Lundberg A. Understanding bullying from young people's perspectives: An exploratory study. *Educ Res.* 2020;62(4):414–33. DOI:10.1080/00131881.2020.1821388.
16. World Health Organization. One in six school-aged children experiences cyberbullying, finds new WHO/Europe study. 2024. Prieiga per internetą: <https://www.who.int/europe/news/item/27-03-2024-one-in-six-school-aged-children-experiences-cyberbullying-finds-new-who-europe-study>
17. Tilburg University. Using influencers to combat cyberbullying. 2023. Prieiga per internetą: <https://www.tilburguniversity.edu/current/news/more-news/using-influencers-combat-cyberbullying>
18. Kim S, Zhang XA, Zhang BW. Self-mocking crisis strategy on social media: Focusing on Alibaba chairman Jack Ma in China. *Public Relat Rev.* 2016;42(5):903–12. DOI:10.1016/j.pubrev.2016.10.004.

# BULLYING AND SELF-MOCKERY IN THE POSTS OF LITHUANIA'S MOST POPULAR INFLUENCERS ON SOCIAL NETWORKS INSTAGRAM AND FACEBOOK

**Robertas Basijokas, Kamilė Kaškelevičiūtė, Donatas Austys**

*Department of Public Health, Institute of Health Sciences, Faculty of Medicine, Vilnius University*

## SUMMARY

**The aim** of this study was to assess the prevalence of bullying and self-mockery depiction in posts published by the most popular Lithuanian social media influencers on Instagram and Facebook, according to the social and demographic characteristics of the influencers and the characteristics of their posts.

**Materials and methods.** This study analyzed all (6425) publicly available posts by the 21 most popular Lithuanian influencers published on Instagram and Facebook in 2022. The chi-square ( $\chi^2$ ) test was used to assess the distribution of posts according to the influencers gender, age, number of followers, number of reactions and comments of the posts, type of the post, and time of publication.

**Results.** Bullying and self-mockery were depicted in 264 (4.1%) posts published on social networks. Bullying of other people was the most common form of bullying depicted, appearing in 150 (2.3%) posts. On Instagram, men and older influencers were relatively more likely to depict bullying and self-mockery in their posts, and these posts received relatively more comments and were more often published in video format (respectively, 5.9% vs. 1.8%, 4.4% vs. 0.9%, 4.1% vs. 1.5%, and 4.7% vs. 2.1%,  $p \leq 0.050$ ). On Facebook, bullying

and self-mockery were relatively more often portrayed by men, older influencers, and influencers with less followers, and these posts received relatively more reactions and comments and were more often published in text format (respectively, 6.1% vs. 3.5%, 5.4% vs. 3.6%, 6.8% vs. 3.4%, 6.9% vs. 2.6%, and 7.0% vs. 2.5%, and 21.8% vs. 4.5%,  $p \leq 0.050$ ).

**Conclusions.** Bullying and self-mockery are depicted in approximately every twentieth post created by Lithuanian influencers. Bullying of other people is the most common form of bullying depicted. Men and older influencers are relatively more likely to post content depicting bullying, and these posts receive more comments.

**Keywords.** Bullying; mental health; influencers; social networks; content analysis.

*Received 19 October 2025, accepted 5 January 2026*

**Correspondence to** Donatas Austys  
Department of Public Health,  
Institute of Health Sciences  
Faculty of Medicine, Vilnius University  
M. K. Čiurlionio str. 21, LT-03101 Vilnius, Lithuania  
E-mail: donatas.austys@mf.vu.lt