

LATVIJAS UNIVERSITĀTE  
PEDAGOGIJAS, PSIHOLOĢIJAS UN MĀKSLAS FAKULTĀTE  
PSIHOLOĢIJAS NODAĻA

**12-14 gadu vecu pusaudžu sociālā tīkla *Snapchat* lietošanas  
paradumu saistības ar identitātes stiliem**

BAKALAURA DARBS

Autors: **Iveta Vanaga**

Studenta apliecības Nr.: iv17047

Darba vadītājs: Dr. Psych, Aleksandrs Koļesovs

RĪGA 2020

## SATURS

ANOTĀCIJA .....	3
ABSTRACT .....	4
IEVADS .....	5
IDENTITĀTE .....	7
12-14 GADU VECU PUSAUDŽU SOCIĀLĀ TĪKLA <i>SNAPCHAT</i> LIETOŠANAS PARADUMI .....	14
12-14 GADU VECU PUSAUDŽU SOCIĀLĀ TĪKLA <i>SNAPCHAT</i> LIETOŠANAS PARADUMU UN IDENTITĀTES SAISTĪBAS .....	20
METODE .....	25
REZULTĀTI .....	27
DISKUSIJA .....	32
SECINĀJUMI .....	38
IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS .....	40

## ANOTĀCIJA

Pētījuma mērķis bija atklāt saistības starp 12-14 gadu vecu pusaudžu *Snapchat* lietošanas paradumiem un identitātes stiliem. Aptauju aizpildīja 83 respondenti (46 meitenes un 37 zēni) vecumā no 12-14 gadiem ( $M = 13,42$ ,  $SD = 0,57$ ). Tika izmantots šķērzgriezuma pētījums, izmantojot korelatīvu aprakstošu dizainu. Pētījumā tika izmantotas trīs aptaujas: *Identitātes stila aptauja* (Identity Style Inventory, ISI3, Berzonsky, 1992), metodi Latvijā adaptējušas A. Stepīņa un I. Īzaka, 2010. *Multidimensionālā Facebook lietojumu skala* (Multidimensional Scale of Facebook Use, MSFU, Frison & Eggermont, 2016), kuru sociālā tīkla *Snapchat* lietojumam pielāgojusi Orlana (2020), un bakalaura darba ietvaros izveidoti identitātes stilu/*Snapchat* lietojumu apgalvojumi. Ir iegūtas statistiski nozīmīgas sakarības starp *Snapchat* pasīvo lietošanu un difūzo identitātes stilu.

*Atslēgas vārdi:* identitātes stili, *Snapchat* pasīvā lietošana, *Snapchat* aktīvā lietošana

## ABSTRACT

The aim of this study was to examine the relation between usage habits of the social network *Snapchat* by 12 - 14 year old adolescents and identity styles. The survey was completed by 83 respondents (46 girls and 37 boys) aged 12-14 ( $M = 13.42$ ,  $SD = 0.57$ ). The study is cross-sectional and correlative descriptive design was used. The study employed three surveys: *Identity Style Inventory* (ISI3, Berzonsky, 1992), *Multidimensional Scale of Facebook Use* (MSFU, Frison & Eggermont, 2016), adapted for the use of the social network *Snapchat* by Orlan (2020) and statements of identity style/ *Snapchat* usage developed within the bachelor's thesis. There are statistically significant relationships obtained between the passive use of *Snapchat* and the diffuse style of identity.

*Keywords:* identity style, passive usage of *Snapchat*, active usage of *Snapchat*

## IEVADS

Pēdējo desmit gadu laikā kardināli ir mainījušies bērnu un jauniešu brīvā laika pavadīšanas paradumi, t.sk. veidu kā mūsdienu bērni sazinās un mijiedarbojas ar apkārtējo pasauli. Mūsdienās tiešsaistes komunikācija ir kļuvusi daudz populārāka nekā bezsaistes komunikācija, īpaši pusaudžu vidū. Mobilie tālruņi (*smartphones*) un citas mobilās ierīces ir galvenais pusaudžu interneta izmantošanas virzītājspēks. Arvien jaunāki bērni izvēlas pavadīt brīvo laiku sociālajos mēdijos, ieskaitot sociālos tīklus, un laiks, ko pavada tajos, ir dramatiski pieaudzis (Common Sence, 2019; Lu, Luo, Liang, & Jing, 2019). Saskaņā ar Statista (2020) datiem, sociālā tīkla lietotne (*app*) *Snapchat* ieņem pirmo vietu starp populārākajiem sociālajiem mēdijiem. Piemēram, ASV puse no tās lietotājiem ir vecuma grupā no 13 līdz 17 gadiem (Statista, 2020). Vecumposms no 12 līdz 17 gadiem ir ceļa sākums uz pieaugušo dzīvi, kad indivīds vairs nav attiecināms uz bērna dzīves posmu un nav vēl arī pieaugušais (Nurmi, 2013), un šī vecumposma galvenais attīstības uzdevums ir apzinātas identitātes veidošana (Ericson, 1998). Saskaņā ar Ēriksona (Ericson, 1998) pieeju agrīnais pusaudžu vecums ir periods, kad sāk veidoties identitāte un tā kalpos kā pamats dzīves pieredzes interpretēšanai un turpmāko dzīves mērķu un virzības noteikšanai. Šo procesu stimulē bioloģiskas, kognitīvas un sociālas izmaiņas. Saskaņā ar Piažē (Piaget, 1970) kognitīvās attīstības teoriju vairums pusaudžu aptuveni 12 gadu vecumā sasniedz formāli operacionālo stadiju, kas nozīmē, ka bērns spēj domāt abstraktā līmenī, un šī stadija paver iespēju daudz skaidrāk izprast savas intereses, dotības un iztēloties savas nākotnes iespējas un to alternatīvas (Piaget, 1970, kā minēts Mārtinsons & Miltuze, 2015). Lai labāk izprastu, ko tieši pusaudži dara sociālajos tīklos un kā sociālo tīklu (SNS) lietošana ietekmē SNS lietotājus, tika izveidots dalījums lietotāju iesaistes līmeņa diferencēšanai: pasīvā – vienvirziena darbība, aktīvā – divvirziena darbība (Burke, Kraut, & Marlow, 2011).

Teorētiskajā daļā, pētot identitātes konstruktus, tiek apskatīti vairāki teorētiskie modeļi: Ēriksona (1998) epiģenētiskā psihosociālās attīstības teorija, Piažē (1970) kognitīvās attīstības teorija, Marsias (Marcia, 1966) identitātes procesu teorija, Berzonska (Berzonsky, 1989) Identitātes procesu stilu modelis (*Identity Style Inventory*), Krokētī, Rubīnī un Meeus (Crocetti, Rubini, & Meeus, 2008) trīs faktoru modelis un Vatermana (Waterman, 1982) identitātes attīstības modelis.

*Pētījuma aktualitāte:* Pirmkārt, vēlējos labāk izprast sociālo mēdiju lietošanas iespējamo ietekmi agrīnā pusaudžu vecumā uz turpmāko identitātes attīstību un otrkārt, zinātniskā aktualitāte, ka kopumā identitātes veidošanās agrīnā pusaudža vecumā ir maz pētīta (Markovitch, Luyckx, Klimstra, Abramson, & Knafo-Noam, 2017). Veicot darba izstrādi

saskāros ar saistošiem pētījumiem par pusaudžu, t.sk. agrīnā pusaudžu vecumposma saistībām starp *Snapchat* pasīvo un aktīvo lietošanu un trauksmi (Orlan, 2020), *Facebook* aktīvās un pasīvās lietošanas saistībām ar identitātes statusiem (Drogos, 2015) un citiem identitātes veidošanās aspektu saistībām ar sociālo tīklu lietošanu (Piwek & Joinson, 2016; Alhabash & Ma, 2017; Ohannessian & Vannucci, 2020), bet nesaskāros ar *Snapchat* lietošanas paradumu agrīnā pusaudžu vecumā un identitātes stilu tiešām saistībām. Pētījumos skaidri iezīmēja dzimumatšķirīgas sociālo tīklu lietojumus.

*Pētījuma mērķis:* izpētīt 12-14 gadu vecu pusaudžu *Snapchat* lietošanas paradumu saistības ar identitātes stiliem.

*Pētījuma hipotēzes:*

*Snapchat* pasīvā lietošana ir pozitīvi saistīta ar difūzo identitātes stilu.

*Snapchat* aktīva lietošana ir pozitīvi saistīta ar informatīvo identitātes stilu.

*Pētījuma jautājums:* Vai meiteņu un zēnu grupā atšķiras *Snapchat* aktīvā un pasīvā lietošana?

*Pētījuma mainīgie:*

1) *Snapchat* pasīvā un aktīvā lietošana

2) Identitātes stili (difūzais, informatīvais, normatīvais) un sasniegtās identitāte.

*Pētījuma izlase:* 83 respondenti – 7. un 8.klašu skolēni un skolnieces no vienas pamatskolas vecumā no 12 līdz 14 gadiem. Izlasē tika iekļauti skolēni/skolnieces, kas lieto sociālo tīklu *Snapchat*.

*Pētījuma dizains un datu ievākšanas metodes:* šķērzgriezuma pētījums, izmantojot korelatīvu aprakstošu dizainu. Pētījumā tika izmantota Identitātes stila aptauju (*Identity Style Inventory, ISI3, Berzonsky, 1992*), metodi Latvijā adaptējušas A. Stepiņa un I. Īzaka, 2010. un *Facebook Multidimensionālo lietošanas skala (Multidimensional Scale of Facebook Use, MSFU, Frison & Eggermont, 2016)*, kas pielāgota sociālā tīkla *Snapchat* lietojumam (Orlan, 2020).

Bakalaura darba ietvaros izveidoti idenititātes stilu/*Snapchat* lietojumu apgalvojumi.

Bakalaura darba teorētiskajā daļā pirmajā nodaļā tiek apskatīts mainīgais lielums – identitāte, otrajā nodaļā tiek apskatīts mainīgais lielums 12-14 gadu vecu pusaudžu *Snapchat* lietošanas paradumi, un trešajā nodaļā iespējamās saistības starp abiem iepriekšminētajiem mainīgajiem. Teorētiskā daļa sastāv no 17 lappusēm. Literatūras avotu saraksts: 56.

## IDENTITĀTE

Saskaņā ar Ēriksona epigēnētisko psihosociālās attīstības teoriju identitātes veidošanās sākas, jau bērnam piedzimstot, un turpinās dažādos dzīves posmos (Markovitch, Luyckx, Klimstra, Abramson, & Knafo-Noam, 2017). Katrā dzīves posmā tiek izvirzīti savi attīstības uzdevumi, kas ierosina krīzes (sevis meklējumi) situāciju, kurai ir iespējams pozitīvs vai negatīvs iznākums. Katras krīzes iznākums ietver jaunu izjūtu (emocionālo) un priekšstatu (kognitīvi) par sevi, kas savukārt ietekmēs nākamās krīzes gaitu un iznākumu (Ericson, 1998). Saskaņā ar Havighurstu (Havighurst, 1948) cilvēka attīstības mūža teoriju (*the life span theory of human development*) tipiskais pusaudža vecuma attīstības uzdevums ietver nobriedušu attiecību ar vienaudžiem sasniegšanu, dzimumu lomu identitātes veidošanu, sagatavošanos laulībai, ģimenes dzīvei, emocionālas neatkarības no vecākiem sasniegšanu, izglītības plānošanu un sagatavošanos profesionālajai karjerai (Havighurst, 1948, kā minēts Seiffge - Krenke, & Gelhaar, 2008). Centrālais cilvēka attīstības process ir apzinātas identitātes veidošanās (pašizjūta, *sense of self*). Saskaņā ar Ēriksona pieeju, pusaudžu un jauniešu vecumā sāk veidoties apzināta identitāte, kad tiek sintezēta bērnības pieredze un visi iepriekšējo krīžu būtiskie jautājumi aktualizējas ar jaunu spēku (Ericson, 1998, kā minēts Mārtinsone & Miltuze, 2015).

Pusaudžu vecuma periodi tiek definēti atšķirīgi. Piemēram, attīstības psiholoģijas zinātnieki Ēriksons un Marsia indivīdus vecumā no 12 līdz 18 gadiem definēja kā pusaudžu vecumu (agrīnais un vēlais). Nurmi (Nurmi, 2013) vecumposmu no 12 līdz 17 gadiem salīdzina ar tiltu, kas savieno bērnību un pieaugušo dzīvi un ceļa sākumu uz apzinātu identitāti (Nurmi, 2013). Šis ceļš uz apzinātu identitāti tiek stimulēts ar bioloģiskām izmaiņām, kas nes līdzīgu būtiskas pārmaiņas pusaudža izskatā un emocionālajā pašsajūtā. Saskaņā ar Piažē kognitīvās attīstības teoriju vairums pusaudžu aptuveni 12 gadu vecumā sasniedz formāli operacionālo stadiju, kas nozīmē, ka bērns spēj domāt abstraktā līmenī, un šī stadija paver iespēju daudz skaidrāk izprast savas intereses, dotības un iztēloties savas nākotnes iespējas un to alternatīvas (Piaget, 1970, kā minēts Mārtinsone & Miltuze, 2015). Līdzīgi domā arī Krettenauers (Krettenauer, 2005), ka alternatīvu iespēju apsvēršana bieži sakrīt ar formālās operatīvās domāšanas parādīšanos pusaudža gados. Šīs izmaiņas pusaudža attīstībā nes līdzīgi daudz jautājumu, uz kuriem pusaudzis sāk meklēt atbildes par sevi gan sociālā, gan individuālā kontekstā (Berzonsky, 1992).

Kā uzsver Pikārs (Pickhardt, 2014) vienotu, integrētu un saskaņotu izjūtu un priekšstatu par sevi (identitāte) var sasniegt eksperimentējot ar dažādiem tēliem, interesēm un pieredzi, līdz viņš vai viņa spēj izveidot autentisku individualitātes un Es (*self*) izjūtu.

Meklējumu procesā indivīds izvērtē priekšstatu par sevi gan sociālā kontekstā, piemēram, kāds es esmu klasesbiedrs, gan individuālā, ar ko es atšķiros no pārējiem klasesbiedriem, kā arī indivīds apsver gan ideoloģiskos identitātes aspektus (viņš meklē cilvēkus, kam uzticēties, apsver politiskos, reliģiskos uzskatus, izskata nākotnes profesijas iespējas), gan starppersonu identitātes aspektus (dzimumlomas, attiecības ar vienaudžiem, romantiskiem partneriem) (Mārtinsone & Miltuze, 2015).

Dažādas teorētiskas un empīriskas pieejas tika attīstītas 20. gadsimtā, lai izpētītu identitātes veidošanās procesu. Viena no veiksmīgākajām kvalitatīvām pieejām bija tā, ko izstrādāja Kanādas psihologs Dž. Marsia (J. Marcia, 1966). Viņš operacionalizēja Ēriksona identitātes veidošanās teorijas. Marsia bija viens no tiem, kas atpazīna nepieciešamību pētīt identitātes procesa veidošanos (*identity exploration*), nevis fokusēties tikai uz iznākumiem (Crocetti, Rubini, & Meeus, 2008; Markovitch et al., 2017). Marsia definēja divus galvenos mehānismus jeb dimensijas: sevis meklējumi (*crisis*) un lēmumu pieņemšana/identitātes saistības (*commitment*). *Identitātes saistības* attiecas uz to, vai indivīdi savā dzīvē ir izdarījuši izvēli dažādās jomās un cenšas dzīvot saskaņā ar šīm izvēlēm. Identitātes saistības kalpo kā vadlīnijas un standarti lēmumu pieņemšanā un problēmu risināšanā (Erikson, 1968). *Sevis meklējumi* jeb izpēte attiecas uz aktīvu dažādu identitātes alternatīvu izvērtēšanu, diskutēšanu, pirms tiek pieņemts lēmums/izdarītas izvēles par vērtībām, pārlicībām un mērķiem, uz ko tiekties. Balstoties uz šīm dimensijām, kas savstarpēji mijiedarbojas, Marsia konceptualizēja četrus identitātes statusus: identitātes difūzija jeb neskaidrība (*identity diffusion*), sasniegtā identitāte bez meklējumiem (*foreclosure*), moratorijs (*moratorium*) un sasniegtā identitāte pēc meklējumiem (*identity achievement*) (Mārtinsone & Miltuze, 2015).

Pirms pusaudži sasniedz *moratorija* (aktīvas meklēšanas posms) statusu, viņi sākotnēji nepiepūlas pētīt dzīves alternatīvas, ne arī uzņemt saistības kādā no specifiskām dzīves jomām. Posmu, kad pusaudzim nav saistību, nav intereses vai arī viņš izvairās veikt izpēti kādā no specifiskām dzīves jomām sauc par *identitātes difūziju*. *Moratorijs* ir laika periods, kad pusaudzis var brīvi eksperimentēt dažādas lomas, novērot un meklēt sev saistošas nodarbes, apsvērt dažādas to alternatīvas, bet izvēles nav izdarījis un saistības nav uzņēmis vai arī tās uzņēmis tikai daļēji. Šis ir posms, kad aktīvi notiek apzināti identitātes meklējumi, un tas ir būtisks, lai sasniegtu identitāti. *Sasniegtā identitāte pēc meklējumiem* nozīmē, ka pusaudzis ir pabeidzis aktīvās izpētes periodu, pats nonācis pie savām vērtībām un mērķiem, kas ir tieši viņam/viņai personīgi unikāli. Tātad, viņa/viņš ir izdarījis izvēles un pieņēmis lēmumu kopumu, par kuriem uzņemas saistības/atbildību un pieturas pie tām. *Sasniegtā identitāte bez meklējumiem* ir saistību kopums, kas pieņemts bez iepriekšējas izpētes, tātad pusaudzis un jaunieši nav piedzīvojis identitātes krīzi jeb aktīvu sev saistošu jautājumu

izzināšanu un izvērtēšanu, un visbiežāk vadās pēc vecāku ieteikumiem un pārņem vecāku vērtības (Markovitch et al., 2017; Mārtinsone & Miltuze, 2015).

Vairāki pētījumi liecina, ka identitātes statuss ievērojami mainās pusaudža un jauna pieaugušā attīstības periodā. Agrīnā pusaudžu vecumā raksturīgi mazāk nobrieduši identitātes statusi: difūzais un identitātes sasniegšana bez meklējumiem, bet morotorijs un sasniegtās identitātes pēc meklējumiem statuss ir vairāk raksturīgs vecākiem pusaudžiem (Archer & Waterman, 1983; Kurmu & Thompson, 2003). Jau Ēriksons apgalvoja, ka identitātes veidošanās process pusaudžu vecumā ir dinamisks un nav statisks. Indivīds noteiktā laika nogrieznī var vairāk iekļauties kādā no identitātes statusiem, tomēr laika gaitā indivīds var mainīties un līdz ar to mainās arī viņa statuss, piemēram, agrīnā pusaudža vecumā difūzais identitātes statuss var mainīties uz sasniegto identitāti bez meklējumiem vai no difūzā statusa uz moratorija statusu, vai arī regresēt un mainīties, piemēram, no moratorija uz difūzo (Archer & Waterman, 1983).

Lai pusaudzis pabeigtu izpēti, papildus personīgiem mērķiem, motīviem, viņam/viņai ir nepieciešama stratēģiskā domāšana, piemēram, izglītības mērķi jāpapildina ar plānošanas un stratēģiju veidošanas spēju. Stratēģiskā domāšana ir nepieciešama, lai īstenotu arī savas intereses vienaudžu grupās un intīmajās attiecībās (Eronen & Nurmi, 1999). Lai skaidrotu, kā indivīdi identitātes veidošanās procesā apstrādā sev saistošu informāciju, Berzonskis izveidoja Identitātes procesu stilu modeli (*Identity Style Inventory*) (Berzonsky, 1989).

Identitātes procesu stilu modelis ir kvalitatīva pieeja, kas paplašina Marsias (1966) identitātes statusa modeli un ir viens no visvairāk pētītajiem identitātes procesu modeļiem (Markovitch et al., 2017). Berzonskis ir ierosinājis, ka indivīdiem dažādos identitātes statusos ir atšķirības sociāli kognitīvajos procesos, kurus viņi izmanto personīgo problēmu risināšanai lēmumu pieņemšanā un ar identitāti saistītas informācijas apstrādē (Berzonsky, 1989; 1992; Berzonsky, 1990, kā minēts Berzonsky, 2007). Indivīdam, veidojot identitātes izjūtu, ir tipiski izmantot vai nu iesaistīšanās vai izvairīšanās stratēģiju izvērtējot uz sevi attiecināmu informāciju (*self-relevant*). Berzonskis izdala trīs identitātes procesa stilus: informatīvais, normatīvais un difūzais. Uz *informāciju orientēti indivīdi* pirms lēmumu pieņemšanas ir aktīvi un apzināti iesaistīti meklējot, apstrādājot un novērtējot sev saistošu informāciju. Viņi ir skeptiski pret saviem uzskatiem par sevi (*self-view*) un vēlas pārbaudīt un pārskatīt savas identitātes aspektus, saskaroties ar pretrunām tajos, kā arī šie indivīdi ir ieinteresēti sevis izzināšanā (*self-exploring*). *Normatīvi orientēti indivīdi* risina identitātes jautājumus un lēmumu pieņemšanas situācijas, ievērojot citu nozīmīgu personu (vecāki) norādījumus un cerības. Viņi diezgan automātiski internalizē citu vērtības un uzskatus. Indivīdi, kas orientēti uz *difūzu izvairīšanos*, nelabprāt stājas pretī personīgajām problēmām un lēmumu

pieņemšanai. Tiem ir tipiski vilcināties (prokastinēt) un tikt specifisku situācijas faktoru ietekmētiem (Berzonsky, 1989; 1992; Berzonsky, 1990, kā minēts Berzonsky & Kuk, 2000). Šie identitātes stili ir saistīti ar Marsias konceptualizētiem identitātes statusiem.

Sasniegtās identitātes pēc meklējumiem (turpmāk – sasniegtā identitāte) un moratorija statuss izmanto *informatīvo identitātes stilu*. Katrs no tiem ir saistīts ar aktīvu identitātes jautājumu izpēti, kas attiecas uz lēmumu veidošanas un pieņemšanas procesu (Berzonsky, 1989; Berzonsky, 2003; Berzonsky & Neimeyer, 1994). Individīdi šajos statusos identitātes jautājumus risina, diezgan apzināti un mentāli piepūloties. Viņi apzināti meklē, novērtē un paļaujas uz sev atbilstošu informāciju. Pētījumos ir konstatēts, ka *informatīvais identitātes stils* ir pozitīvi saistīts ar vajadzību pēc izziņas, kognitīvās sarežģītības, pašrefleksijas, uz problēmu orientētu risināšanu (*problem-focused coping*), skaidru lēmumu pieņemšanu, subjektīvo labklājību un lielā piecinieka personības dimensijām (*Personality Big Five*): atvērtību jaunajam, apzinīgumu un labvēlīgumu (Berzonsky & Sullivan, 1992; Berzonsky & Neimeyer, 1994; Nurmi, Berzonsky, Tammi, & Kinney, 1997).

Statuss *sasniegtā identitāte bez meklējumiem* izmanto *normatīvo identitātes stilu* (Berzonsky & Neimeyer, 1994). Identitātes veidošanās procesā gan normatīvais stils, gan *sasniegtās identitātes bez meklējumiem* statuss ietver identitātes saistību uzņemšanos bez alternatīvu iespēju izvērtēšanas. Šie indivīdi risina identitātes jautājumus salīdzinoši automātiski, internalizējot citu sev svarīgu cilvēku uzskatus un vērtības, maz izmantojot apzinātu pašnovērtējumu (Berzonsky, 1990, kā minēts Berzonsky, 2003). Pētnieki norāda, ka *normatīvi orientēti indivīdi* ir apzinīgi, labvēlīgi, ar skaidru virzības izjūtu, pozitīvu labizjūtu, bet viņiem ir ierobežota tolerance attiecībā uz nenoteiktību, augsta vajadzība pēc struktūras un viņiem nav pieejas informācijai, kas var apdraudēt personiskās pārlicības un vērtību sistēmas (Berzonsky & Sullivan, 1992; Berzonsky & Kuk, 2000; Nurmi et al., 1997).

Difūzās identitātes statuss ir saistīts ar *difūzo identitātes stilu*. Tie ir saistīti tādējādi, ka indivīdiem nav izveidotas identitātes saistības un nav bažu par izpētes procesa attīstību (Berzonsky 1989; Berzonsky & Neimeyer, 1994; Berzonsky & Kuk, 2000). Šie indivīdi stratēģiski mēģina izvairīties no personīgu problēmu, konfliktu risināšanas un lēmumu pieņemšanas. Ja problēmas, konflikts vai lēmums tiek atlikts un novilcināts pietiekami ilgi, situācijas prasības, stimuli un sekas mēdz diktēt un ierobežot uzvedības reakciju. *Difūzais identitātes stils* ir pozitīvi saistīts ar emocionāli fokusētām stratēģijām, ārējās kontroles gaidām, neadaptīvām lēmumu pieņemšanas stratēģijām, neirotizmu un depresīvām reakcijām, kā arī negatīvi korelē ar pašapziņu, kognitīvo neatlaidību, apzinīgumu, labklājības rādītājiem (Berzonsky, 1990; Nurmi, et al., 1997).

Marsias divu dimensiju modeli paplašināja vēl viens uz identitātes procesu orientēts modelis, ko izstrādāja Kročeti, Rubini un Meeus (2008). Viņi izstrādāja identitātes veidošanās trīs faktoru modeli, kas paredzēts visam pusaudžu vecuma periodam (no 10 līdz 19 gadiem), kā arī agrīnam un vidējam pusaudžu vecuma periodiem, vīriešu un sieviešu apakšgrupām. Kročeti, Rubini un Meeus piedāvātais trīs faktoru modelis ir viena no dominējošām pieejām literatūrā. Autori uzskata, ka identitāte veidojas un modificējas caur nepārtrauktu mijiedarbību starp trīs kritiskām identitātes dimensijām: saistības (*commitment*), padziļināta izpēte (*in-depth exploration*) un saistību pārvērtēšana (*commitment reconsideration*). Saistības tiek definētas kā “noturīgas izvēles, kuras indivīds izdara vairākās dzīves jomās, un pašapziņa, ko viņi iegūst no šīm izvēlēm” (Dimitrova, et.al., 2016, 120, kā minēts Noon, 2020). Marsias (1966) modelī izpētes dimensijai ir tikai viena forma, savukārt trīs faktoru modelis izšķir divas izpētes dimensijas – padziļināto (*in-depth*) izpēti un saistību pārskatīšanu (*reconsideration of commitment*). Padziļināta izpēte notiek, kad indivīdi apzināti apsver savas pašreizējās saistības un meklē papildu informāciju par tām, savukārt saistību pārskatīšana ietver pašreizējo saistību salīdzināšanu ar alternatīvām, ja tās vairs nav apmierinošas. Trīs faktoru modelis pieņem, ka jauni cilvēki ieiet pusaudžu vecumā ar dažām ideoloģiskām un starppersonu saistībām, vairums no kurām ir internalizētas no vecākiem vai citām autoritātēm, un pusaudža gados indivīdi var izlemt, vai viņi vēlas saglabāt vai pārskatīt savas saistības, izmantojot atkārtotu divcikla procesu: uzturēšanas cikls (*Maintenance Cycle*) un veidošanās cikls (*Formation Cycle*) (Crocetti, Schwartz, Fermani, Klimstra, & Meeus, 2012, kā minēts Noon, 2020). “Uzturēšanas cikls” parāda sintezētu identitāti, kas iegūta no pieaugošās pārliecības par pašreizējām saistībām. Saskaņā ar šo procesu pusaudži uzskata, ka viņu apņemšanās atbilst viņu vispārējiem talantiem un iespējām, tad tās ir pamatotas un ticamas (Noon, 2020). Tomēr padziļināta izpēte var arī kļūt neadaptīva, tādējādi liekot pusaudžiem apšaubīt vai apcerēt savas pašreizējās saistības. Ja pusaudzis sāk apšaubīt savas identitātes saistības, viņi var izmantot identitātes *veidošanās ciklu*, kurā pusaudži var salīdzināt un pretstatīt savas pašreizējās saistības ar pievilcīgākām alternatīvām un, ja viņi uzskata, ka iepriekšējās izvēles ir nepiemērotas, tās tiek pārskatītas. Šis *veidošanās cikls* atspoguļo identitātes veidošanās traucējošo un krīzēm līdzīgo raksturu, jo indivīdi cenšas pārvarēt identitātes apjukumu, ko rada pašreizējās neapmierinošās saistības. Ja esošās saistības nav apmierinošas kādā no dzīves jomām, tās vēlreiz tiek izvērtētas un salīdzinātas ar citām alternatīvām (*veidošanās cikls*), pirms tās tiek attīstītas tālāk caur padziļinātu izpēti, tātad atkal caur identitātes *uzturēšanas ciklu*. Kļūstot vecākiem, pusaudži mazāk pārskata savas esošās saistības, iespējams viņi kļūst drošāki par savām izvēlēm, jo kļūst pārliecinātāki un viņu esošās saistības kļūst spēcīgākas, līdz ar to viņi mazāk ir pakļauti citu identitātes

alternatīvu apsvēršanai. Pētījuma rezultāti norāda, ka saistības, padziļināta izpēte un saistību pārskatīšana būtiski korelē ar Es izjūtu, personālītāti, psihosociālām problēmām, kā arī vecāku un pusaudžu attiecībām (Crocetti, Rubini, & Meeus, 2008).

Ēriksona attīstības teorijas (1968) un Vatermana (1982) identitātes attīstības modeļa atklājumi ir saskanīgi ar agrīnā vecuma grupas bioloģiskajiem, kognitīvajiem un sociālo struktūru raksturojumiem, kas ierobežo identitātes attīstību. Vairumam agrīnā vecuma pusaudžu nav spējas domāt abstraktā līmenī, tādēļ veidot un salīdzināt alternatīvas, kas nepieciešamas moratorija un sasniegtās identitātes statusā, būtu grūts uzdevums. Lai gan šiem pusaudžiem var būt saistošas zināšanas par dažādām alternatīvām, viņi varētu nespēt pretstatīt informāciju, lai izdarītu izvēli. Citas formāli operacionālās stadijas prasmes, kas varētu nebūt raksturīgas, ietver arī spēju domās radīt iespējas un idejas, un kognitīvi tās iztēloties kā iespējas nākotnē. Tiek pieņemts, ka, sākoties pusaudžu vecuma periodam, visi izjūt apjukumu un identitātes trūkumu. Agrīnā un vidējā vecuma pusaudži vairāk ir nodarbināti ar domām par fiziskā ķermeņa attīstības aspektiem, satraucoties par savu ķermeņa tēlu, salīdzinot sevi ar citiem un iztēlojoties galīgo sava ķermeņa izskatu.

Apkopojot augstākminēto, identitāte veidojas visu mūžu, kuras laikā ir jāatrisina dažādi psihosociālie uzdevumi, un pusaudžu vecuma galvenais attīstības uzdevums ir bērības psihosociālo uzdevumu rezultātu un pieredzes sintēze, veidojot vienotu, nepārtrauktu identitātes izjūtu un priekšstatu par sevi, un tās sasaiste ar iespējamiem nākotnes plāniem. Tādā veidā veidojot vienu veselu veidolu, kas ietekmēs viņas/viņa visu turpmāko dzīvi (Erikson, 1998). Apzinātas identitātes izjūtas veidošanās vai identitātes meklējumi sākas agrīnā pusaudžu vecumā (aptuveni 12-15 gadu vecumā), sākoties pubertātei, kas nes līdzīgu izmaiņas fiziskajā izskatā, dzimumorgānu nobriešanu un izmaiņas domāšanas procesos un sociālajā apziņā (Berzonsky, Susan, Branje, & Meeus, 2007). Šo periodu pusaudži izdzīvo kopā ar saviem vecākiem un vienaudžiem, kas ir svarīgākā atgriezeniskā saite šajā dzīves posmā (Cotter & Smokowski, 2016). Vairumam agrīnajā pusaudžu vecumā aktīvi savas identitātes meklējumi nav raksturīgi, jo tam nepieciešama spēja pretstatīt alternatīvas, radīt/iedomāties idejas un iztēloties, kā tas iekļaujas nākotnes vīzijā. Vairums identitātes veidošanās koncepta autoru (Archer & Waterman, 1983; Erikson, 1998) sliecas domāt, ka agrīnajam un vidējam pusaudžu vecuma periodam, galvenokārt ir raksturīgs difūzais identitātes statuss, kad iztrūkst identitātes meklējumu un nav pieņemti lēmumi par identitātes saistībām, vai otrs statuss – sasniegtās identitātes bez meklējumiem, kad ir pieņemti lēmumi/saistības bez identitātes alternatīvu izvērtēšanas, tātad bez izpētes. Atbilstoši tiek izmantoti mazāk sarežģīti lēmumu pieņemšanas veidi. Pusaudži difūzā identitātes statusā saistās ar difūzo identitātes stilu, kam raksturīgi izmantot izvairīšanās stratēģijas, saskaroties

ar personīgajām problēmām un lēmumu pieņemšanu. Tiem ir tipiski vilcināties (prokrastinēt) un tikt ietekmētiem ar situācijas specifiskiem faktoriem (Berzonsky, 1989; 1992; Berzonsky, 1990, kā minēts Berzonsky & Kuk, 2000). Savukārt, pusaudži ar sasniegto identitāti bez meklējumiem statusu saistās ar normatīvo identitātes stilu, kam raksturīgi risinot identitātes jautājumus un lēmumu pieņemšanas situācijas, diezgan automātiski internalizēt citu nozīmīgu personu (vecāki) vērtības un uzskatus.

Indivīds noteiktā laika nogrieznī var vairāk iekļauties kādā no identitātes statusiem, tomēr laika gaitā indivīds var mainīties un līdz ar to mainās arī viņa statuss, piemēram agrīnā pusaudža vecumā difūzais identitātes statuss var mainīties uz identitātes skaidrību bez meklējumiem vai no difūzais uz moratorija statusu vai regresēt un mainīties piemēram no moratorija uz difūzo (Waterman, 1982).

Saskaņā ar Watermana attīstības modeli un citiem attīstības psiholoģijas pētījumiem (Markovitch et al., 2017) lielākā identitātes veidošanās dinamika vērojama 15-18 gados. Šajā vecumā arī paaugstinās moratorija un sasniegtās identitātes pēc meklējumiem gadījumi, samazinās difūzā un mazāk samazinās sasniegtās identitātes bez meklējumiem gadījumi (Archer & Waterman, 1983).

## 12-14 GADU VECU PUSAUDŽU SOCIĀLĀ TĪKLA *SNAPCHAT* LIETOŠANAS PARADUMI

Šī gadsimta tehnoloģiju sasniegumi ir kardināli mainījuši veidu, kā mūsdienu bērni sazinās un mijiedarbojas ar apkārtējo pasauli. Mūsdienās tiešsaistes komunikācija ir kļuvusi daudz populārāka nekā bezsaistes komunikācija, īpaši pusaudžu vidū. Mobilie tālruni (*smartphones*) un citas viedierīces ir galvenais pusaudžu interneta izmantošanas virzītājspēks (Business Data Platform Statista, 2020). Sākot ar 2015. gadu aptuveni 89 % Amerikas Savienoto Valstu pusaudžu vecumā no 13 līdz 14 gadiem un 15 līdz 17 gadiem ir piekļuve internetam, izmantojot mobilās ierīces (tālruni, planšeti, u.c.) (Statista, 2020). 92% pusaudžu ikdienā piekļūst internetam un 56 % no tiem izveido savienojumu ar internetu vairākas reizes dienā, bet 24% gandrīz patstāvīgi ir mijiedarbībā ar internetu, ko veicinājusi interneta piekļuves iespēja mobilās ierīcēs, kas savukārt veicina pusaudžu paradumus to izmantot jebkurā vietā un laikā (Lenhart, 2015).

Globālā tīmekļa populārākais produkts ir sociālie mēdiji, kas attiecināms uz jauno tehnoloģiju un lietojumprogrammu kopumu, kas izmanto Interneta un Web 2.0 tehnoloģijas un ļauj lietotājiem izveidot un piedalīties dažādās kopienās un apmainīties ar lietotāju radītu saturu. (Mao, 2014). Sociālie mēdiji ir informācijas pārraides platforma (kanāls), savukārt sociālie tīkli ir platforma saziņai savā starpā (divvirziena raksturs). Sociālie mēdiji aptver, dažāda satura lietotājprogrammas: tūlītēju ziņojumu apmaiņas lietotnes (*apps*), tādas kā *Skype*, *Facebook* un *Snapchat*, video un mūzikas koplietošanas platformas/vietnes, tādas kā *Youtube.com*, mikro-blogu pakalpojumu rīki, tādi kā *Twitter* (Lu et al., 2019) un attēlu kopīgošanas platformas/vietnes, tādas kā *Instagram* (Statista, 2020). Starp pusaudžiem populārākās sociālo tīklu mobilās lietotnes ir *Snapchat*, *Instagram*, *Facebook* un *Twitter* (Associated Press-NORC, 2017).

Sociālie tīklu vietnes (SNS) ir sociālo mēdiju apakšdomēns, kas parasti tiek izmantots tiešsaistes izveidei un uzturēšanai gan personiskās, gan profesionālas attiecībās, izmantojot dažādas platformas (Alhabash & Ma, 2017). SNS nodrošina dažādas funkcijas, un indivīdiem parasti ir dažādas lietošanas motivācijas (Verduyn, Ybarra, Résibois, Jonides, & Kross, 2017; Alhabash & Ma, 2017; Boyd & Ellison, 2008, kā minēts, Lu et al., 2019). Sociālo tīklu izplatības līmenis pasaulē sasniedz 49 %, visaugstākais tas ir Austrumāzijā – 71% un Ziemeļamerikā – 69%, kam seko Ziemeļeiropa, kur sociālo tīklu izplatība sasniedz 67%. Pēdējo gadu laikā dramatiski ir audzis sociālo mēdiju lietotāju skaits un pavadītais laiks tajos, īpaši pusaudžu grupā (Lu, et al., 2019). Piemēram, amerikāņu bērni vecumā no 8 līdz 12 gadiem, katru dienu, vidēji 6 stundas dienā, bet pusaudži vecumā no 13 līdz 18 gadiem 7 līdz

9 stundas dienā izmanto izklaides mēdijus (t.sk. TV, filmas, tiešsaistes video, spēlējot video spēles, datora izmantošana, mobilās spēles, sociālo mēdijus, internetā lasīt un klausīties mūziku) izņemot laiku, kas pavadīts skolā vai veicot mājas darbus, no kurām vidēji 2 stundas dienā meitenes un 1,4 stundas zēni ir iesaistīti sociālos tīklos katru dienu, galvenokārt caur sociālo mēdiju lietotnēm (*apps*) (Common Sense, 2019). Austrumu kultūrā, kā piemēram, Honkongā pusaudži vecumā no 12 līdz 15 gadiem nedēļas laikā pavada 13,3 stundas, lietojot internetu, un vecumā no 16 līdz 19 gadiem – 19,9 stundas nedēļā (Public Opinion Programme of the University of Hong Kong, 2010, kā minēts Lu et al., 2019). Daudziem no pusaudžiem ir profili dažādās sociālo mēdiju platformās, kas kalpo dažādiem mērķiem, elastīgi izmantojot dažādas funkcijas savām vajadzībām. ASV pusaudži vidēji, katru dienu, lieto 3 sociālo mēdiju lietotnes, daži pat līdz 8 lietotnēm (Barry, Sidoti, Briggs, Reiter, & Lindsey, 2017).

Viena no vitāli svarīgākajām vajadzībām pusaudžu vidū ir komunikācija un socializēšanās ar vienaudžiem, ieskaitot atgriezenisko saiti, ko pusaudzis saņem no vienaudžiem socializēšanās laikā, kura var būt apstiprinoša vai noraidoša. Īpaši svarīga ir atgriezeniskā saite par ārējo izskatu un reputāciju vienaudžu vidū (Cotter & Smokowski, 2016). Līdz ar to sociālie tīkli var kalpot ne tikai tam, lai vērotu, ko dara viņu vienaudži, bet lai dalītos savos pārdzīvojumos ar viņiem un meklētu risinājumus (Draganović, 2020).

Sevis meklējumus un dažādu sociālo grupu izpēti pusaudzis nodrošina ar socializēšanās palīdzību, kura var tikt realizēta fiziskajā realitātē (bezsaistē), piemēram, klātienē skolā, un virtuāli, sazinoties attālināti (tiešsaistē), izmantojot dažādus sociālos tīklus (Burke, Marlow, & Lento, 2010). Saskaņā ar jaunākajiem pētījumiem, vairums pusaudžu dod priekšroku tiešsaistes jeb attālinātai komunikācijai ar vienaudžiem, izmantojot dažādus sociālos tīklus (Statista, 2020).

Vispopulārākās lietotnes saziņai attālināti, piemēram, ASV pusaudžu vidū ir *Instagram*, *Snapchat*, *Facebook* un *Twitter* (Associated Press-NORC, 2017). Saskaņā ar Statista datiem (2020) pirmo vietu starp minētajiem sociālajiem tīkliem 2019. gadā ieguva mobilā lietotne *Snapchat*. Tās lietotāju skaita straujo pieaugumu apstiprina arī citi avoti (Associated Press-NORC, 2017). Pusaudžu vidū komunikācija/socializēšanās sociālajos tīklos tiek veikta, izmantojot videoklipu un fotoattēlu izvietošanu un kopīgošanu, kā arī komentējot citu lietotāju ziņojumus (Associated Press-NORC, 2017). Saskaņā ar Statista (2020) vairums pusaudžu dod priekšroku tiešsaistes komunikācijai ar vienaudžiem, tēlos balstītās lietotnes *Snapchat* un *Instagram*.

### *Kāpēc pusaudži izvēlas Snapchat?*

*Snapchat* ir sociālo tīklu platforma, kas izveidota 2011. gadā un paredzēta lietošanai tikai mobilajos tālruņos. Puse no tās lietotājiem ir vecuma grupā no 13 līdz 17 gadiem (Statista, 2020). Tās popularitāti arī citās vecuma grupās skaidro ar modalitātes funkciju, kas sniedz iespēju lietotājam komunicēt ar citiem, nosūtot un saņemot “laika jūtīgus” fotoattēlus un videoklipus (*snaps*) (Stec, 2015, kā minēts Alhabash & Ma, 2017), kurus lietotājs var nosūtīt privāti (līdzīgi kā tiešos ziņojumus *Facebook* un *Twitter*) (Piwek & Joinson, 2016), pievienojot laika ierobežojumu (līdz 10 sekundēm). Ziņa (*snaps*: video, fotoattēls, teksts) no nosūtītāja tālruņa atmiņas pazūd pēc tās nosūtīšanas, bet no saņēmēja tālruņa atmiņas pēc tās noskatīšanās. Par ziņas statusu tiek ziņots nosūtītājam (nosūtīšana, apskate vai saglabāšana, veicot ekrānšāviņu, kas tiek raksturots kā precīza satura dublēšana ierīces ekrānā) (Jaynes, 2019).

Izveidotajiem video vai uzņemtajiem fotoattēliem ir iespēja pievienot dažādus filtrus, objektīvus un citus efektus. Pēc ziņas apstrādes, nosūtītājs individuāli var izvēlēties adresātu no savu draugu saraksta (vienu vai vairākus), kas redzēs izveidoto ziņu. Funkcija individuāli izvēlēties saņēmējus, kas redzēs ziņu, ir viens no *Snapchat* panākumu stūrakmeņiem, kas to arī padara vilinošu pusaudžu vidū (Piwek & Joinson, 2016). Vēlāk 2016. gadā šo funkciju adaptēja arī sociālais tīkls *Instagram* (Villaespesa & Wowkowych, 2020).

*Snapchat* ir pirmais sociālais tīkls, kas izveidoja stāsta funkciju (*story*), kura paredz to, ka virkne fotoattēlu vai videoklipu, ko lietotājs ir izveidojis, var tikt ievietoti sadaļā: mani stāsti (*my story*) (Waddell, 2016, kā minēts Alhabash & Ma, 2017; Piwek & Joinson, 2016). Saņēmējs tos skatīs tādā secībā, kādā nosūtītājs tos ir uzņēmis (Salinas, 2018, kā minēts Museum & Wowkowych, 2020). Stāsta funkcija ir otrs iemesls, kas veicināja šīs platformas popularitāti. Vēlāk stāsta funkciju ieviesa arī *Instagram*, *Whatsapp* un *Facebook* lietotnēs. Šī funkcija nodrošina to, ka fotoattēli, videoklipi, teksta ziņa izzūd pēc 24 stundām un nav pieejama ne sūtītājam, ne arī saņēmējam (Waddell, 2016, kā minēts Alhabash & Ma, 2017; Piwek & Joinson, 2016), ja vien netiek veikts fotouzņēmums ar kameru, kas nav saņēmēja tālrunī, tad ziņojums nosūtītājam netiek sūtīts (Shah, Das, Muthiah, & Milanaik, 2019). Vēl viens komunikācijas veids, ko sniedz *Snapchat*, ir video *chats* – lietotājs redz zilu burbuli, kas rāda, vai draugs ir aktīvs *Snapchat* un var iesaistīties video *chatā* (Piwek & Joinson, 2016). Arī svītras (*streaks/snapstreaks*) ir populārs paradums pusaudžu vidū. Tas ir process, kad divi lietotāji, vairāk kā trīs dienas pēc kārtas vismaz vienu reizi dienā, ir nosūtījuši viens otram attēlus *Snapchatā*. Ja lietotāji 24 stundu laikā nesūta viens otram momentuzņēmumu, sērija beidzas, un svītras numurs pazūd.

Šīs lietotnes trešais popularitātes iemesls ir tas, ka *Snapchat* ir ātrākā, jautrākā, vieglākā alternatīva citiem tūlītējo ziņu apmaiņas pakalpojumiem un sociālajiem tīkliem. Tā ir vienkārši un ērti lietojama, sākot ar vienkāršu reģistrāciju (norādot tikai e- pastu, vecumu), tajā viegli augšupielādēt savus kontaktus vai meklēt pazīstamus cilvēkus, var arī automātiski pievienot kādu personu, nofotografējot viņa “*Snapcode*” vai īpašu katram lietotājam piešķirtu QR kodu. Jāatzīmē, ka šīs lietotnes saturs paredzēts indivīdiem vecumā no 13 gadiem (Piwek & Joinson, 2016).

Galvenā šīs lietotnes veiksmes atslēga, kāpēc pusaudži izvēlas *Snapchat* kā tiešsaistes mijiedarbības veidu, ir ziņas, kas ir īsas un viegli veidojamas un uztveramas. Šie īslaicīgie sociālie mēdiji tiek vairāk attiecināti uz sarunu nevis arhīvu. *Snapchat* lietotne ir jāizmanto kā vizuālās stāstīšanas platforma (*storytellingplatform*), kas ir līdzīga verbālajai stāstīšanas vietai (Rettberg, 2018, kā minēts Villaespesa & Wowkowych, 2020).

Gandrīz visiem sociālajiem tīkliem ir tūlītējās ziņapmaiņas iespējas, tai skaitā *Facebook*, *Messenger*, *Twitter*, kā arī *Instagram*, *Watsapp*, *Skype*, bet tikai *Snapchat* ir iespēja dalīties ar šāda veida ziņu, kas ir pieejama gan lietotājam, gan saņēmējam tikai ierobežotu laika periodu (Piwek & Joinson, 2016). *Snapchat* piedāvā arī citas funkcijas, kā piemēram, lietotājs var atzīmēt atrašanos, iekļaujot metadatus t.s. *haštagu* veidā, atzīmēt citus lietotājus vai pievienot ģeogrāfisko atzīmi (Villaespesa & Wowkowych, 2020). Sociālo mēdiju platformas ļauj lietotājam veikt daudz dažādu darbību tīklā, sākot no pasīvas citu ievietota satura lasīšanas līdz aktīvai jauna satura veidošanai un dalīšanos ar to (Verduyn, Lee, Park, Shablack, Orvell, Bayer, Ybarra, Jonides, & Kross, 2015).

#### *Pasīvā un aktīvā sociālo tīklu lietošana*

Lai labāk izprastu, ko tieši pusaudži dara sociālajos tīklos un kā sociālo tīklu lietošana viņus ietekmē, tika izveidots dalījums, lai diferencētu lietotāju iesaistes līmeni sociālajos tīklos (Wang, Gaskin, Rost, & Gentile, 2018). Sākotnējie pētījumi norāda, ka *Facebook* aktivitātes tika iedalītas divos pretējos polos, *pasīvā* un *aktīvā lietošana*, kas atšķiras pēc to ietekmes uz lietotāju (Burke et al., 2010). Savukārt Frisones un Eggermonta (Frison & Eggermont) veiktais pētījums (vidējais vecums 15 gadi, Beļģija) papildināja iedalītos sociālo tīklu lietošanas veidus. Protī, *pasīvā Facebook lietošana* attiecas uz citu cilvēku dzīves novērošanu, aplūkojot citu cilvēku profilus. *Aktīvā Facebook lietošana* ietver lietotāja mijiedarbību ar citiem *Facebook* draugiem privātajā vai publiskajā vidē. *Aktīva publiskā Facebook lietošana* attiecas uz mijiedarbību starp lietotāju un citiem *Facebook* draugiem publiskajā vidē (piemēram, statusa atjaunināšana; foto/attēlu ievietošana), un *aktīva privāta Facebook lietošana* attiecas uz lietotāja un citu *Facebook* draugu mijiedarbību privātā vidē

(piemēram, privātu ziņojumu sūtīšana un tūlītējā ziņojumapmaiņa) (Frison & Eggermont, 2016).

Līdzīgi norāda arī Bērks et al. (Burke, 2011) pētot *Facebook* lietotājus (18-75 gadi), un viņi definēja, ka *aktīva lietošana* ietver tiešu informācijas apmaiņu ar citiem sociālo mādiņu lietotājiem, informācijas radīšanu un pārraidi caur ievietošanu (*post*), dalīšanos/kopīgošanu (*share*), kā arī sniedzot atgriezenisko saiti uz atsaucēm, fotoattēliem, video, statusiem un ziņām. *Pasīva lietošana* ietver sociālo mādiņu saturu pārlūkošanu (*browsing*), neiesaistoties tiešā apmaiņā ar citiem lietotājiem sociālajos. Bērks et al. uzskata, ka *pasīvo sociālo mādiņu lietošanu* varētu uzskatīt par informācijas patēriņu, nekomunicējot ar satura veidotāja īpašnieku. Pasīvie lietotāji parasti skatās citu atsauksmes, ziņas, fotoattēlus un statusa atjauninājumus un reti kad paši veido informāciju.

Apkopojot šajā nodaļā iztīrītās autoru atziņas un teorijas, var secināt, ka mūsdienās tiešsaistes komunikācija pusaudžu vidū ir kļuvusi daudz populārāka nekā bezsaistes komunikācija. Starp četrām populārākajām sociālo tīklu vietnēm ASV pusaudžu vidū ir *Instagram*, *Snapchat*, *Facebook* un *Twitter* (Associated Press-NORC, 2017), un pirmo vietu 2019. gadā ieņem mobilā lietotne *Snapchat* (Statista, 2020). *Snapchat* piedāvā ļoti plašu funkciju klāstu, bet viens no populārākajiem paradumiem pusaudžu vidū ir “laika jūtīgu” ziņu sūtīšana un saņemšana (Stec, 2015, kā minēts Alhabash & Ma, 2017). Svarīga funkcija pusaudžiem ir iespēja nosūtītājam izvēlēties saņēmējus (vienu vai vairākus) (Piwek & Joinson, 2016). Jāatzīmē, ka iespēja izveidotajai ziņai pievienot dažādus filtrus, efektus ir ļoti iecienīta pusaudžu vidū. Vēl populārs paradums pusaudžiem *Snapchatā*, ir stāsta funkcija (*story*), kura paredz to, ka virkne fotoattēlu vai videoklipu, ko lietotājs ir izveidojis, var tikt ievietoti sadaļā “mans stāsts” (*my story*), kas izzūd 24 stundu laikā pēc tā ievietošanas (Waddell, 2016, kā minēts Alhabash & Ma, 2017; Piwek & Joinson, 2016). *Snapchat* svītras (*Snapchat streak*) arī ir bieži sastopams paradums pusaudžu vidū, šīs funkcijas lietojumprogramma izseko, reģistrē un parāda noteiktu dienas skaitu, kad indivīdu pāris sūta ziņas viens otram *Snapchatā*. Visi šie paradumi ir saistīti ar divpusēju mijiedarbību starp nosūtītāju un saņēmēju, un saskaņā ar Frisoni un Eggermontu (Frison & Eggermont, 2016) *aktīvā Facebook lietošana* sastāv no lietotāja un citu *Facebook* draugu mijiedarbības privātajā vai publiskajā vidē, līdz ar to augstākminētie *Snapchat* paradumi varētu būt *Snapchat* aktīvās lietošanas paradumi. Pusaudžu paradumu pasīvi (neprasot draugam) skatīt drauga atrašanās vietu varētu uzskatīt par paradumu bez mijiedarbības ar otru lietotāju (Villaespesa & Wowkowych, 2020), un saskaņā ar Frisoni un Eggermonta pētījumu, tas varētu būt *Snapchat* pasīvās lietošanas paradums. Nākamā nodaļā tiks apskatītas 12-14 gadu vecu pusaudžu sociālā tīkla *Snapchat* lietošanas paradumu un identitātes veidošanās saistības, kā arī tiks

veiks apkopojums par svarīgākām atziņām, kas norāda uz 12-14 gadu vecu pusaudžu sociālā tīkla *Snapchat* lietošanas paradumu un identitātes saistībām.

## 12-14 GADU VECU PUSAUDŽU SOCIĀLĀ TĪKLA *SNAPCHAT* LIETOŠANAS PARADUMU UN IDENTITĀTES SAISTĪBAS

Autentisku personības identitātes attīstību pusaudžu vecumā ietekmē vairāki sociālie faktori: ģimene, skolas vide, nodarbošanās statuss, brīvā laika pavadīšanas veids kopā ar vienaudžiem un masu mēdiji (Iman & Boostani, 2012, kā minēts Unesi, Nakhaee, Khazaie, Amouzeshi, & Kaheni, 2015). Lai identitāte pusaudžiem veidotos atbilstoši un saskanīgi, viņi/viņas ir jānodrošina ar iespējām pētīt savas personīgās un sociālas spējas (Campbell, 2007, kā minēts Unesi et al., 2015). Brīvā laika pavadīšanas aktivitātes tiek norādītas kā svarīgākais līdzeklis identitātes attīstībai, ar kuras palīdzību pusaudzis atklāj uzticību sev un citiem un formulē personīgo identitāti (Iman & Boostani, 2012, kā minēts Unesi et al., 2015). Brīvā laika pavadīšanā ietilpst aktivitātes, lai relaksētos, atpūstos, zināšanu attīstīšanai, brīvprātīgas sociālas aktivitātes. Pusaudžu vecuma brīvā laika aktivitātes ne tikai ietekmē brīvā laika paradumus pieaugušā vecumā, bet arī veido pamatu personīgo interešu, kā arī savu stipro un vājo pušu atklāšanai (Neira, 2014, kā minēts Unesi et al., 2015). Pētījumā par studentu (Birjand, Irāna, izlase 14-18 gadi) iespējamām saistībām starp brīvā laika pavadīšanas aktivitātēm un identitātes stiliem (Identity Style Inventory (ISI-6G), Berzonsky, 1998) tika atklāta pozitīva korelācija starp difūzo identitātes stilu un interneta lietošanu, kā arī pozitīva saistība starp informatīvo identitātes stilu un interneta lietošanu un negatīva korelācija starp interneta lietošanu un sasniegto identitāti (Unesi et al., 2015).

Digitālā laikmeta pusaudži vecumā no 13 līdz 18 gadiem izvēlas pavadīt daudz brīvā laika sociālajos mēdijos, galvenokārt caur sociālo mēdiju lietotnēm (*apps*) un galvenokārt telefonos (Common Sense, 2019). Pusaudži dienas laikā lieto vairākas platformas, kuras izmanto dažādiem saviem mērķiem. Piemēram, vidēji amerikāņu pusaudzis pavada 7 līdz 9 stundas dažādās lietotnēs, un lielākoties sociālajos tīklos (Common Sense, 2019). Saskaņā ar Statista (2020) vairums pusaudžu dod priekšroku tiešsaistes komunikācijai ar vienaudžiem, tēlos balstītās lietotnes *Snapchat* un *Instagram*. Līdz ar to šīs attēlos balstītās sociālo mēdiju lietotnes var būt īpaši spēcīgas sociālo mēdiju platformas vienaudžu savstarpējās ietekmes procesiem pusaudža gados (O'hannessian & Vannucci, 2020).

Mūsdienu jaunatnes fiziskā un virtuālā pasaule kļūst arvien ciešāka, kur virtuālā pasaule kalpo kā vieta dažādām pieredzēm un eksperimentiem, kur var testēt fiziskās dzīves uzdevumus, kas saistīti ar identitātes veidošanos un tās izpausmēm (Pavlin, Dumačić, & Sužnjevic, 2019). Sociālo tīklu vietņu (SNS) popularitāte īpaši starp pusaudžiem padara SNS par svarīgu faktoru, kas tieši ietekmē identitātes veidošanos jauniešiem kopumā. Sociālie tīkli ir ne tikai pusaudžu jaunās publiskās vietas, bet daudzos gadījumos tās ir vienīgās publiskās

vietas, kur viņi var satikties un sazināties ar lielu vienaudžu grupu (Boyd, 2014, kā minēts Pavlin, Dumančić, & Sužnjević, 2019).

Lai arī veicot šī darba izstrādi, es nesaskāros ar pētījumiem par agrīnā pusaudža vecuma *Snapchat* lietošanas paradumiem un tiešām saistībām ar identitātes stiliem, taču saskāros ar vairākiem pētījumiem par sociālo tīklu *Facebook* saistībām par identitātes veidošanās dažādiem aspektiem. Piemēram, pētījumā par saistībām starp sociālo mēdiju lietošanu un eksternalizēto uzvedību agrīno pusaudžu vecumā, atklājās aspekts, ka daudzie fotogrāfiju un video filtri, kā arī *Instagram* un *Snapchat* retušēšanas iespējas var kalpot kā īpaši pievilcīgs līdzeklis sevis prezentēšanai/pašizpaušmei agrīnā vecuma pusaudžu vidū, kuri pēta savas jaunās identitātes aspektus un intereses (Ohannessian & Vannucci, 2020).

Savukārt, Pavlin et al. (2019) pētījuma fokuss bija saprast, kā sociālais mēdijs *Facebook* ietekmē identitātes veidošanos un tās izpaušmi pusaudžu vecumā no 12 līdz 14 gadiem, vai citiem vārdiem sakot, kā pusaudži sevi prezentē *Facebook*. Pētījuma rezultāti norāda, ka galvenokārt pusaudži kā prezentācijas rīku izmantoja fotogrāfiju (*selfies*: paša/pašas veidota fotogrāfija), kā arī pusaudžiem, prezentējot sevi, ir svarīgi patikt savai vēlamajai grupai un ir svarīgi, lai viņus uztver pozitīvi, tomēr daudz svarīgāk viņiem ir paust savu patieso identitāti, veidojot savu *Facebook* tiešsaistes identitāti (profilu). Pētījums atklāja arī dzimumatšķirības – meitenes vairāk nekā zēni gribēja paust savu patieso identitāti un arī vairāk nekā zēniem meitenēm ir svarīgi patikt citiem. Pētījuma autori skaidro, ka lietotājam ir iespēja, izmantojot tālrunu integrētās kameras un sociālo tīklu *Facebook* piedāvātos tehniskos rīkus, veidot informāciju un fotogrāfijas par sevi un ievietot tās savā profilā. Pēdējos gados SNS sniedz iespēju lietotājiem projicēt un izteikt, kas viņi ir, un konstruēt savu tiešsaistes identitāti, lai nodrošinātu savu pievilcību vēlamajai lietotāju grupai. Michikyan, Dennis, & Subrahmanyam (2014) arī norāda, ka SNS tiešsaistes telpas nodrošina daudzveidīgas jauniešu grupas iespējas atklāt un rādīt dažādas savas īpašības, ieskaitot ideālos un nepatiesos Es aspektus. Pavlin et al. (Pavlin et al.) norāda, ka veidojot savu tiešsaistes identitāti, lietotāji jūtas sociāli brīvāki, jo viņi var sevi parādīt, kā vien to vēlas. Parasti šis tēls, ko lietotājs grib paust tiešsaistes identitātē, ir pozitīvs, jo indivīda vēlme tikt uztvertam pozitīvi ir raksturīga cilvēka dabai (Pavlin et al., 2019). Pētījums (Pavlin, Dumačić, & Siibak, 2009, kā minēts, Pavlin et al., 2019), kas tika veikts iepriekš, pauž citādu skatu punktu, norādot, ka sociālajos tīklos ievietotie tēli daudz biežāk demonstrē ideālo Es (*ideal self*) (kāds es vēlētos būt) vai arī vēlamo Es (*ought self*) (kāds es vēlētos būt, lai mani pieņemtu citi). Savukārt, Piveks un Džoinsons (Piwek & Joinson) savā pētījumā norāda, ka neoficiālie plašsaziņas ziņojumi vedina domāt, ka *Snapchat* galvenā veiksmes atslēga ir ziņu (*snap*s) pašizpaušmātais raksturs –

iespējams, lietotāju tiešsaistē vairāk atbrīvo un viņi dalās ar saturu, ar kuru iespējams nedalītos, ja ziņas neizzustu pēc noteikta laika perioda (Piwek & Joinson, 2016).

Savukārt, Drogos (Drogos) pētījumā tika pētītas pusaudžu identitātes veidošanās un sociālā tīkla *Facebook* lietošanas saistības. Viena no izvirzītajām hipotēzēm bija, ka pusaudžiem, kuri aktīvi ievieto informāciju un komentē ierakstus *Facebook*, ir raksturīgs vairāk nobriedis identitātes statuss (moratorijs vai sasniegtā identitāte), salīdzinot ar pusaudžiem, kuri galvenokārt pasīvi lieto *Facebook*. Rezultāti arī norāda, ka pusaudžiem kopumā ir raksturīgs pasīvais *Facebook* lietojums un ka lietojuma daba būtiski prognozē identitātes statusu. Papildus tam autors arī skaidro to, ka aktīvie *Facebook* lietotāji visticamāk atradās morotorija vai sasniegtās identitātes statusā nekā pasīvie *Facebook* lietotāji. Rezultāti arī uzrādīja, ka vecums varētu būt būtisks identitātes statusa prognozētājs (Drogos, 2015).

2020. gada pētījums (Ohannessian & Vannucci, 2020) apstiprina, ka vairums pusaudžu (izlasē vidējais vecums 13 gadi, 64% meitenes) nelieto *Facebook* vai *Twitter*, bet izvēlas lietot *Instagram* un *Snapchat*. Turklāt ir iespējams, ka abas tēlos balstītās lietotnes *Instagram* un *Snapchat*, salīdzinot ar uz tekstiem vērsto komentāru vietnēm *Facebook* un *Twitter*, vairāk piesaista jaunos pusaudžus. Otrs aspekts, kas atklājas divos pētījumos (Alhabash & Ma, 2017; Piwek & Joinson, 2016), jauno pieaugušo izlasēs ir tas, ka *Snapchat* iespējams ir saistīts ar draudzības saišu veidošanu un to uzturēšanu.

Alhabašs un Ma (Alhabash & Ma) pētījumā par lietošanas motivācijām četrās populārākajās sociālo tīklu lietotnēs: *Snapchat*, *Instagram*, *Facebook* un *Twitter* (izlase no 18 līdz 29 gadiem, ASV) atklāja, ka, pieaugot draugu/sekotāju skaitam, tādās lietotnēs kā *Facebook* un *Instagram* ir grūti izveidot savienojumu un sazināties ar visiem draugiem, kas rada apgrūtinājumu uzturēt attiecības ar visiem. Šis pētījums arī norāda, ka *Snapchat*, salīdzinot ar citām platformām, vairāk ir attiecināma komunikācijai ar draugiem (Alhabash & Ma, 2017). Citi pētījumi arī norāda, ka *Snapchat* galvenokārt tiek izmantots, lai drīzāk komunicētu ar vienu cilvēku, nekā ar cilvēku grupu un cilvēku skaits, ar ko tiek komunicēts, lietojot *Snapchat*, ir relatīvi mazs, salīdzinot ar *Facebook*. Tipiski tie ir tuvi cilvēki, tādi kā ģimenes locekļi, partneri vai draugi (Utz et al., 2015; Piwek & Joinson, 2016), ar kuriem lietotājam ir tuvas un ciešas emocionālas attiecības (Piwek & Joinson, 2016). Trešais aspekts, kas atklājas, kāpēc pusaudži izvēlas lietot *Snapchat*, tā ir ērta lietošanā un sniedz pusaudžiem dažādas izklaides iespējas (Alhabash & Ma, 2017; Piwek & Joinson, 2016).

Alhabaša un Ma pētījums arī atklāj, ka pusaudžu galvenā motivācija, kāpēc tie pamet *Facebook* un izvēlas lietot *Instagram* un *Snapchat*, ir izklaide un ērtība. Pusaudži no deviņām motivācijām dod priekšroku izklaidei un ērtai lietošanai, ko piedāvā *Snapchat*, kas ir vieglākā un jautrākā alternatīva citām tūlītējo ziņu apmaiņas pakalpojumiem un sociālajiem tīkliem

(Piwek & Joinson, 2016), tikai pēc tam seko lietošanas motivācija – sociālā mijiedarbība (Alhabash & Ma, 2017). *Snapchat* nodrošina lietotājam ātru komunikāciju un dalīšanos ar saturu, galvenokārt lietojot fotouzņēmumus (*selfies*) ar pašiznīcinošu raksturu un laika ierobežojumu skatījumam (Piwek & Joinson, 2016).

Vairāki pētījumi apstiprina dzimumatšķirības tehnoloģiju lietošanā, tajā skaitā arī sociālo mēdiju lietošanā (Pavlin et al., 2019; Gaspard, Horst, Gómez Cruz, & Pink, 2020; Common Sense, 2019, Firson & Eggermont, 2016). Piemēram, 2020. gadā veiktais pētījums 12 – 18 gadu Austrālijas pusaudžu izlasē atkārtoti apstiprina, ka noteiktai grupai, kas ir relatīvi līdzīga un kurai mājas apstākļos ir pieejams internets un līdzīgi tehnoloģiju rīki, dzimums ir skaidri noteicošs faktors tam, kā jaunieši izmanto tehnoloģijas un kā vēlāk tiek pielietotas iegūtās prasmes, kas iegūtas digitālajā praksē. Gaspard et al. (2020) atklāj, ka meitenes vairāk izmanto radošās izpausmes programmatūras kā, piemēram, zīmēšana, rakstīšana un muzicēšana, turpretim zēni dod priekšroku tehniski orientētām programmatūrām. Meitenes pusaudžu vecumā arī vairāk izmanto sociālos mēdijus nekā zēni, un zēni, savukārt, vairāk izvēlas spēlēt spēles nekā meitenes. Piemēram, sociālo tīklu lietotni *Snapchat* meitenes vecumā no 12 līdz 14 gadiem (n=200, 71%) izmanto vairāk nekā zēni (43%, n=284) (Horst et al., 2020). Līdzīgi ir arī atklātas dzimumatšķirības pasīvajā un aktīvajā *Facebook* lietošanā. Frisones un Eggermonta (2016) pētījumā par SNS lietošanas saistībām ar depresijas simptomiem pusaudžiem (vidējais vecums 15 gadi) atklājās pozitīva saistība starp ar *pasīvu Facebook* lietošanu un nomāktu garastāvokli meitenēm un pozitīva saistība starp *publisku aktīvu Facebook lietošanu* un nomāktu garastāvokli zēniem. Esošie pētījumi arī norāda uz pretrunām dzimumatšķirībās attiecībā uz identitātes stiliem. Piemēram, Unesī et al. (Unesi et al., 2015) norāda, ka difūzais identitātes stils ir vairāk raksturīgs zēniem, savukārt Bairamī (Bayrami, 2011) pētījuma rezultāti norāda, ka meitenēm ir augstāki rādītāji difūzajā identitātes stilā.

Apkopojot visās trīs nodaļās aplūkoto autoru teorijas un svarīgākās atziņas par identitātes veidošanās konstruktū agrīna pusaudžu vecumā un sociālo tīklu lietošanas paradumu iespējamām saistībām, pastāvošie pētījumi norāda, ka šī vecumposma identitātes veidošanās procesi un aspekti ir maz pētīti (Markovitch et al., 2017). Arčers ar Vatermanu (Archer & Waterman, 1983) un Kurmu ar Tomsonu (Kurmu & Thompson, 2003) norāda, ka agrīnā pusaudžu vecumā raksturīgi mazāk nobrieduši identitātes statusi: difūzais un sasniegtā identitāte bez meklējumiem statuss, bet vēlākiem vecumposmiem ir raksturīgāks morotorija un sasniegtās identitātes statuss. Savukārt Berzonskis savos pētījumos (Berzonsky 1989; Berzonsky & Neimeyer, 1994; Berzonsky & Kuk, 2000; Berzonsky, 2003) atklāj, ka difūzais statuss ir saistīts ar *difūzo identitātes stilu*, identitātes sasniegšana bez meklējumiem statuss ir

saistīts ar *normatīvo identitātes stilu*, bet morotorijs un sasniegtās identitātes statuss ir saistīts ar *informatīvo identitātes stilu* (Berzonsky 1989; Berzonsky & Neimeyer, 1994; Berzonsky & Kuk, 2000; Berzonsky, 2003). Pētījumi arī norāda uz pretrunīgiem rezultātiem attiecībā uz identitātes stilu atšķirībām meitenēm un zēniem. Unesi et.al. (2015) norāda, ka zēniem raksturīgs difūzais identitātes stils, savukārt, Bairamī norāda, ka tas ir raksturīgs meitenēm. Imana un Boostanī (Iman & Boostani, 2012) pētījums norāda, ka brīvā laika pavadīšanas aktivitātes tiek norādītas kā svarīgākais līdzeklis identitātes attīstībai, kas liek pamatus ne tikai brīvā laika paradumiem pieaugušā vecumā, bet arī personīgo interešu un savu stipro un vājo pušu atklāšanai (Neira, 2014, kā minēts Unesi et al., 2015). Common Sense (2019) pētījums atklāj, ka zēni vecumā no 13 - 18 gadiem no sava brīvā laika pavada līdz 1,4 stundām sociālajos tīklos un meitenes līdz 2 stundām dienā. Statista (2020) norāda, ka vairums pusaudžu dod priekšroku tiešsaistes komunikācijai ar vienaudžiem, attēlos balstītās lietotnes *Snapchat* un *Instagram*. Līdz ar to šīs sociālo mēdiju lietotnes var būt īpaši spēcīgs rīks vienaudžu savstarpējās ietekmes procesiem pusaudža gados (Ohannessian & Vannucci, 2020). Pētījumā par studentu (Birjand, Irāna, izlase 14-18 gadi) iespējamām saistībām starp brīvā laika pavadīšanas aktivitātēm un identitātes stiliem tika atklāta pozitīva korelācija starp difūzo identitātes stilu un interneta lietošanu, kā arī pozitīva saistība informatīvajam identitātes stilam un interneta lietošanai, un negatīva korelācija starp interneta lietošanu un sasniegtās identitātes stilu (Unesi et al., 2015). Lai labāk izprastu sociālo tīklu *Facebook* ietekmi uz pusaudžu attīstību Frisone un Eggermonts (2016) izveidoja *Multidimensionālo Facebook skalu*, kura ietver trīs apakšskalas: *pasīvā* (nav sociālas iesaistes) – citu lietotāju profilu vērošana, neiesaistoties mijiedarbībā ar citiem, *aktīvā publiskā* (ir sociāla iesaiste) – komunikācija publiskā *Facebook* vidē ar visiem lietotājiem un *aktīvā privātā* (ir sociāla iesaiste) – mijiedarbība ar citu lietotāju privātā vidē. Pētījuma rezultāti atklāja pozitīvu saistību starp *pasīvu Facebook* lietošanu un nomāktu garastāvokli meitenēm un pozitīvu saistību starp *publisku aktīvu Facebook lietošanu* un nomāktu garastāvokli zēniem.

Lai veicinātu izpratni par sociālā tīkla *Snapchat* lietojumu ietekmi uz identitātes procesiem agrīnā pusaudžu vecumposmā balstoties uz augstāk minētajām teorijām un empīriskajām atziņām, izvirzīju divas hipotēzes un vienu pētījuma jautājumu:

*Snapchat* pasīvā lietošana ir pozitīvi saistīta ar difūzo identitātes stilu.

*Snapchat* aktīva lietošana ir pozitīvi saistīta ar informatīvo identitātes stilu.

Vai meiteņu un zēnu grupā atšķiras *Snapchat* aktīvā un pasīvā lietošana?

Turpmākajā izklāstā ir aprakstītas darba metodes, rezultāti, diskusija un secinājumi.

## METODE

### Pētījuma dalībnieki

Pētījumā piedalījās 83 pusaudži (46 meitenes un 37 zēni) vecumā no 12 līdz 14 gadiem ( $M = 13,42$ ,  $SD = 0,57$ ). Grupā tika iekļauti pusaudži, kuri ir reģistrējušies sociālajā tīklā *Snapchat*. Saskaņā ar attīstības psiholoģijas zinātniekiem Ēriksonu un Marsia indivīdus vecumā no 12 līdz 18 gadiem definē kā pusaudžu vecumu (agrīnais un vēlais). Šis ir agrīnais vecumposms, kad sākas identitātes veidošanās.

### Instrumentārijs

Kā norāda Trifiro un Gersone (Trifiro & Gersone, 2019), līdz šim nav izstrādāts universāls validizēts mērinstruments sociālo tīklu lietošanas paradumu mērīšanai, bet ir izstrādātas vadlīnijas. Līdz ar to aptaujas pirmajā daļā tika izmantota Frisones & Eggermonta (2016) *Multidimensionālā Facebook lietojumu skala*, kura sastāv no trīs apakšskalām: aktīvā publiskā, aktīvā privātā un pasīvā lietošana (Frison & Eggermont, 2016). Iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients visai *Facebook* skalai ir labs  $\alpha = 0,84$  (apakšskalām atsevišķi netika norādīti). Šajā darbā tika izmantotas divas apakšskalas: aktīvā un pasīvā lietošanas apakšskalas, kas tika pielāgotas sociālā tīkla *Snapchat* pasīvās un aktīvās lietošanas mērīšanai. Šīs skalas adaptēja Nikola Orlana (Nicol Orlan) sava bakalaura darba ietvaros. *Aktīvās lietošanas skalas* iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients augsts ( $\alpha = 0,92$ ), un *pasīvās lietošanas skala* arī uzrāda augstu iekšējo saskaņotības Kronbaha alfas koeficientu ( $\alpha = 0,82$ ).

Aptaujas pirmajā sadaļā dalībnieki tika aicināti novērtēt, cik bieži viņi ir iesaistīti kādā no astoņām *Snapchat* saistītajām aktivitātēm pēdējo trīs mēnešu laikā, *Likerta skalā no 1 = nekad līdz 5 = ļoti bieži*. Četri apgalvojumi mēra aktīvo *Snapchat* lietošanu (piemēram, “*sūtīt kādam Snapchatā*”) un četri apgalvojumi mēra pasīvo *Snapchat* lietošanu (piemēram, “*pārbaudīt drauga atrašanās vietu Snapchat kartē*”).

Otrajā aptaujas sadaļā tiek izmantota Identitātes stilu aptauja (Identity Style Inventory, Berzonsky, 1992), kas sastāv no 40 apgalvojumiem. Identitātes stilu aptauju Latvijā ir adaptējušas A. Stepina un I. Īzaka, 2010.gadā. Identitātes stilu aptaujā informatīvajam identitātes stilam (11 apgalvojumi) pazemināta  $\alpha = 0,63$  (oriģinālā  $\alpha = 0,68$ ), normatīvajam stilam (9 apgalvojumi) iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients ir zems  $\alpha = 0,53$  (oriģinālā  $\alpha = 0,71$ ), difūzajam identitātes stilam (10 apgalvojumi) iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients ir pieņemams  $\alpha = 0,78$  (oriģinālā  $\alpha = 0,76$ ) sasniegtajai identitātei (10 apgalvojumi) iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients ir pazemināts  $\alpha = 0,65$  (oriģinālā  $\alpha = 0,71$ ).

Aptaujas dalībnieki tika aicināti novērtēt katru apgalvojumu *Likerta skalā no 1 = neatbilst līdz 5 = ļoti stipri atbilst.*

Trešajā aptaujas sadaļā šī bakalaura darba ietvaros tika salāgoti Identitātes stilu aptaujas (*Identity Style Inventory*, Berzonsky, ISI3, 1992) apgalvojumi ar *Snapchat* pasīvo un aktīvo lietojumu aptauju apgalvojumiem (Frison & Eggermont, 2016; Orlan, 2020). Šīs aptaujas mērķis bija pārbaudīt, kādas identitātes stilu izpausmes un attieksmes *Snapchat* lietojumos (pasīvs vai aktīvs) ir raksturīgas katram no trim identitātes stiliem un sasniegtās identitātes statusam. Aptaujā tika izveidotas 4 (četras) apakšskalas: difūzais identitātes stils/*Snapchat* lietojums - 4 (četri) apgalvojumi, informatīvais identitātes stils/*Snapchat* lietojums - 4 (četri) apgalvojumi, normatīvais identitātes stils/*Snapchat* lietojums - 4 (četri) apgalvojumi un sasniegtās identitātes/*Snapchat* lietojums - 4 (četri) apgalvojumi. Piemēram, indivīdi sasniegtās identitātes statusā pirms pieņemt lēmumus/uzņemas saistības, meklē, izvērtē sev saistošu informāciju. Tātad, ja indivīds ir izlēmis lietot sociālo tīklu *Snapchat*, tad viņš/viņa apzinās tā trūkumus un ieguvumus. Balstoties uz šīm atziņām tika pārveidots *Identitātes stilu aptaujas* (Berzonsky, 1992) septītais apgalvojums, kas saskaņā ar aptaujas atslēgu atbilst sasniegtās identitātes statusam (*commitment*) “*Es zinu, ko vēlos darīt nākotnē*” tika pārveidots “*Es saprotu, ka manu ziņu var pārtvert un ievietot internetā*”. Aptaujas dalībnieki tika aicināti novērtēt katru no 16 apgalvojumiem *Likerta skalā no 1 = neatbilst līdz 5 = ļoti stipri atbilst.*

Ceturtnā aptaujas sadaļa ietver 2 demogrāfiskos jautājumus (dzimums un vecums) un trešo jautājumu – “*Vai ikdienā lieto arī citus sociālos tīklus?*”, izveidojot skalu “*Citi sociālo tīklu lietojumi*”.

## **Procedūra**

Aptauja tika izveidota portalā *Google Forms*. Datu vākšana tika organizēta pēc pieejamības principa. Sākotnēji vienai pamatskolai tika nosūtīta informācija par pētījuma mērķi, kas deva piekrišanu dalībai šai pētījumā. Tā kā izlase ir 12-14 gadus veci pusaudži, skolas vadība organizēja vecāku atļauju iegūšanu. Portalā E-klase tika izsūtīta vēstule vecākiem par pētījuma mērķi, tā norisi, kurā arī tika lūgta vecāku piekrišana bērnu dalībai šajā pētījumā. Aptauju aizpildīja tikai tie 7. un 8. klases skolēni, kuru vecāki atsūtīja skolas vadībai atļauju par viņu bērnu dalību šai aptaujā. Aptaujas aizpildīšana tika organizēta tiešsaistē klases stundas laikā pēc brīvprātības principa. Aptauja tika slēgta, kad visas klases stundas bija notikušas. Divas aptaujas tika nosūtītas diviem vecākiem, kas mācās citās skolās.

## REZULTĀTI

Vispirms identitātes stilu un *Snapchat* pasīvās un aktīvās lietošanas apakšskalām tika aprēķināti aprakstošās statistikas rādītāji un Šapiro - Vilka tests un Kolmogorova - Smirnova tests, lai noteiktu skalu atbilstību normālajam sadalījumam. Skat.1. tabulu.

1.tabula

***Snapchat* lietošanas un identitātes stilu aprakstošās statistikas rādītāji (N=83)**

Mainīgie lielumi	M	SD	Kolmogorova - Smirnova koeficients	Šapiro-Vilka koeficients
<i>Snapchat</i> aktīvā lietošana	12,39	4,66	0,10*	0,95*
<i>Snapchat</i> pasīvā lietošana	9,17	3,74	0,11*	0,95*
Informatīvais identitātes stils	2,89	0,67	0,08	0,98
Normatīvais identitātes stils	2,98	0,71	0,09	0,98
Difūzais identitātes stils	2,65	0,66	0,06	0,99
Sasniegtā identitāte	3,19	0,61	0,09	0,98

\* $p < 0.05$

Normālajam sadalījumam neatbilst *Snapchat* aktīvās un pasīvās lietošanas apakšskalas, jo  $p < 0.05$  (nozīmības līmenis ir mazāks par 0,05), izrietoši secinošās statistikas aprēķiniem starp identitātes stiliem un *Snapchat* pasīvajai un aktīvajai lietošanai tika izvēlēta neparametriskā Spīrmena korelācijas metode. Skat.1.tabulu.

**Snapchat lietošanas un identitātes stilu korelāciju rādītāji (N=83)**

	1	2	3	4	5
1. <i>Snapchat</i> aktīvā lietošana	-				
2. <i>Snapchat</i> pasīvā lietošana	0,73**	-			
3. Informatīvais identitātes stils	0,13	0,17	-		
4. Normatīvais identitātes stils	0,01	-0,01	0,76**	-	
5. Difūzais identitātes stils	0,14	0,25*	0,41**	0,30**	-
6. Sasniegtā identitāte	0,06	0,00	0,52**	0,53**	0,06

\* $p < 0,05$ , \*\* $p < 0,01$

Saskaņā ar 2.tabulā redzamajiem rezultātiem ir novērojama cieša pozitīva korelācija aktīvās lietošanas ar pasīvās lietošanas apakšskalām ( $r = 0,73$ ,  $p < 0,01$ ). Normatīvajam identitātes stilam ir cieša pozitīva korelācija ar informatīvo identitātes stilu ( $r = 0,76$ ,  $p < 0,01$ ). Difūzajam identitātes stilam ir vāja pozitīva korelācija ar normatīvo identitātes stilu un informatīvo identitātes stilu. Sasniegtajai identitātei ir pozitīva vidēji cieša korelācija ar informatīvo un normatīvo identitātes stiliem. *Snapchat* pasīvās lietošanas skalai ir ļoti vāja pozitīva, bet statistiski nozīmīga korelācija ar difūzo identitātes stilu ( $r = 0,25$ ,  $p < 0,05$ ), izrietoši nulles hipotēze tiek noraidīta un empīriskā hipotēze: *Snapchat* pasīvā lietošana ir pozitīvi saistīta ar difūzo identitātes stilu, apstiprinās, bet hipotēze: *Snapchat* aktīvā lietošana ir pozitīvi saistīta ar informatīvo identitātes stilu neapstiprinās. Skat.2. tabulu.

Visu apakšskalū iekšējā saskaņotība tika novērtēta ar Kronbaha alfas koeficienta palīdzību.

Pasīvā *Snapchat* lietošanas apakšskala uzrādīja pieņemamu  $\alpha = 0,76$ , *Snapchat* aktīvā lietošanas apakšskala uzrādīja labu  $\alpha = 0,86$ , informatīvā identitātes stila apakšskala uzrādīja labu  $\alpha = 0,81$ , Normatīvā identitātes stila apakšskala uzrādīja pieņemamu  $\alpha = 0,77$  arī difūzais identitātes stila apakšskala uzrādīja pieņemamu  $\alpha = 0,79$ , bet sasniegtās identitātes statusa apakšskala uzrādīja pazeminātu  $\alpha = 0,67$ .

Izmantojot Manna - Vitneja testu, tika salīdzinātas meiteņu un zēnu grupu *Snapchat* lietojumi. Skat. 3. tabulā.

3. tabula

**Aprakstošās un secinošās statistikas rādītāji *Snapchat* lietojumiem meiteņu un zēnu grupās**

<i>Snapchat</i> lietojumi	Dzimums				
	Meitenes (n=46)		Zēni (n=37)		U
	M	SD	M	SD	
Aktīvā lietošana	13,43	3,82	11,08	5,29	644
Pasīvā lietošana	10,26	3,65	7,81	3,43	528,5

\*p<0.05

Izmantojot Manna - Vitneja testu, tika salīdzināti meiteņu un zēnu grupu *Snapchat* lietojumi. Pasīvās *Snapchat* lietošanā meiteņu grupā un zēnu grupā ir statistiski nozīmīgas atšķirības. Meiteņu grupā ir augstāki rādītāji ( $M = 10,26$ ,  $SD = 3,65$ ) nekā zēnu grupā ( $M = 7,81$ ,  $SD = 3,43$ ). Aktīvajā *Snapchat* lietošanā nav statistiski nozīmīgas atšķirības. Skat. 3. tabulu.

Tālāk ir atspoguļoti bakalaura darbā izveidoto Identitātes stilu izpausmes *Snapchat* lietojuma apgalvojumu aprakstošās statistikas un ticamības rādītāji. Aptaujas iekšējā saskaņotība tika novērtēta pēc Kronbaha alfas koeficienta. Lai arī kopējais skalas iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients bija labs  $\alpha = 0,85$ , iegūtie apakšskalā iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficienti bija nepieņemami zemi un apšaubāmi. Iegūtie rezultāti norāda, ka vienīgi *sasniegtās identitātes/Snapchat lietojuma* apakšskalā iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients  $\alpha = 0,72$ , ir pieņemams, *informatīvā identitātes stila/Snapchat lietojuma* apakšskalā iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients ir pazemināts jeb apšaubāms  $\alpha = 0,68$ , *normatīvā identitātes stila/Snapchat lietojuma* apakšskalā iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients arī ir pazemināts jeb apšaubāms  $\alpha = 0,62$ , bet *difūzā identitātes stila/Snapchat lietojuma* apakšskalā iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficients  $\alpha = 0,35$ , kas ir nepieņemami zems. Skat. 4. tabulā.

Aprakstošās statistikas un ticamības rādītāji identitātes stili/*Snapchat* lietojumiem (N=83)

Mainīgie lielumi	M	SD	Kolmogorova - Smirnova koeficients	Shapiro - Vilka koeficients	Kronbaha koeficients
Informatīvā					
stila/ <i>Snapchat</i> lietojums	10,75	3,74	0,09	0,97*	0,68
Normatīvā stila/ <i>Snapchat</i> lietojums					
	11,81	3,85	0,16*	0,93*	0,62
Difūzā stila/ <i>Snapchat</i> lietojums					
	9,18	3,00	0,13*	0,96*	0,35
Sasniegtās identitātes/ <i>Snapchat</i> lietojums					
	12,73	4,08	0,13*	0,93*	0,72

\* $p < 0.05$

Lai noteiktu skalu atbilstību normālam sadalījumam, tika izmantoti arī Šapiro -Vilka un Kolmogorova – Smirnova testi. Iegūtais rezultāts rāda, ka sadalījumam neatbilst visas identitātes stila *Snapchat* lietojumu apakšskalas.

Tālāk tiks veikts Spīrmena korelācijas testa aprēķins sasniegtās identitātes/ *Snapchat* lietojuma apakšskalā, kura uzrādīja pieņemamu iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficientu ( $\alpha = 0,72$ ) ar visām identitātes stila apakšskalām un pasīvās un aktīvās lietošanas apakšskalām, kā arī korelācijas aprēķinā tika pievienota *citu sociālo tīklu lietojumu* skala. Skat.5.tabulā.

**Identitātes stilu, *Snapchat* pasīvās un aktīvās lietošanas, sasniegtās identitātes/*Snapchat* lietojuma un citu sociālo tīklu lietojumu korelāciju rādītāji (N=83)**

Mainīgie lielumi	1	2	3	4	5	6	7
1. <i>Snapchat</i> aktīvā lietošana	-						
2. <i>Snapchat</i> pasīvā lietošana	0,73**	-					
3. Informatīvais stils	0,13	0,17	-				
4. Normatīvais stils	-0,01	-0,01	0,76**	-			
5. Difūzais stils	0,14	0,25*	0,41**	0,30**	-		
6. Sasniegtā identitāte	0,06	0,00	0,52**	0,53**	0,06	-	
7. Citi sociālo tīklu lietojumi	-0,07	-0,03	-0,14	-0,04	-0,03	-0,10	-
8. Sasniegtā identitāte/ <i>Snapchat</i> lietojums	0,30**	0,35**	0,30**	0,29**	0,23*	0,34**	-0,15

\*p < 0,05, \*\*p < 0,01

Iegūtie rezultāti rāda, ka skala *citi sociālo tīklu lietojumi* neuzrāda korelācijas ne ar vienu no identitātes stilu un pasīvās un aktīvās *Snapchat* lietošanas apakšskalām, kā arī ne ar sasniegtās identitātes/*Snapchat* lietojuma apakšskalām. Savukārt sasniegtās identitātes/*Snapchat* lietojumu apakšskala uzrāda vājas, bet statistiski nozīmīgas korelācijas ar visām identitātes stilu (difūzais, normatīvais, informatīvais un sasniegtā identitāte) un pasīvās un aktīvās *Snapchat* lietošanas apakšskalām.

## DISKUSIJA

Bakalaura darba ietvaros tika pētītas saistības starp *Snapchat* pasīvās un aktīvās lietošanas paradumiem un identitātes stiliem 12 līdz 14 gadus veciem pusaudžiem. Tika izvirzītas divas hipotēzes, no kurām viena apstiprinājās – *Snapchat* pasīvā lietošana pozitīvi saistās ar difūzās identitātes stilu. Tika izvirzīts arī pētījuma jautājums par *Snapchat* pasīvā un aktīvā lietojuma atšķirībām meiteņu un zēnu grupās. Rezultāti atklāj, ka meitenēm ir augstāki rādītāji *Snapchat* pasīvā lietojumā nekā zēniem. Darba ietvaros tika atklātas ciešas pozitīvas pasīvā un aktīvā *Snapchat* lietojuma savstarpējās korelācijas, kas saskan ar iepriekš veiktiem pētījumiem. Tika atklāta arī vāja pozitīva korelācija starp difūzo identitātes stilu un normatīvo identitātes stilu, un vidēji ciešas korelācijas sasniegtajai identitātei ar normatīvo identitātes un informatīvo identitātes stilu, un visciešākās korelācijas tika atklātas starp normatīvo identitātes stilu un informatīvo identitātes stilu. Tika atklāti arī pretrunīgi rezultāti salīdzinājumā ar iepriekš veiktiem pētījumiem starp informatīvo identitātes stilu un difūzo identitātes stilu. Papildus tam tika atklātas dzimumatšķirības pasīvajā *Snapchat* lietošanā.

Saskaņā ar iegūtajiem rezultātiem *pasīvās un aktīvās lietošanas apakškalas* norāda uz ļoti ciešu un statistiski nozīmīgu korelāciju, kas būtu skaidrojama ar labiem iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficienta rādītājiem un varētu liecināt par apakšskalu atbilstību mērāmajam konstruktam. Līdzīgus iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficienta rezultātus uzrāda arī Wangs et al. (Wang, 2018) pētījumā par saistībām starp pasīvo lietošanu un subjektīvo labizjūtu (*well-being*) un Orlanas pētījumā par *Snapchat* pasīvās un aktīvās lietošanas saistībām ar trauksmi pusaudžu vecumposmā.

Rezultāti arī atklāj, vāju korelāciju starp *difūzo identitātes stilu* un *normatīvo identitātes stilu*, kas ir saskanīgi ar iepriekšveiktajiem pētījumiem, kuri norāda, ka indivīdiem, kas izmanto šos stilus, nav identitātes veidošanās būtiskākā process – izpētes (Berzonsky, 1989; 1992; Berzonsky, 1990, kā minēts Berzonsky & Kuk, 2000). Šie rezultāti saskan arī ar iepriekšveikto pētījumu atklājumiem (Archer & Waterman, 1983, Kurmu & Thompson, 2003), ka agrīnā pusaudžu vecumā raksturīgi mazāk nobrieduši identitātes statusi: difūzais, kas ir saistīts ar *difūzo identitātes stilu* un sasniegtā identitāte bez meklējumiem, kas ir saistīts ar *normatīvo identitātes stilu*.

Vāja pozitīva korelācija atklājas arī starp *difūzo identitātes stilu* un *informatīvo identitātes stilu*. Šis rezultāts šķiet pretējs teorētiskajiem apsvērumiem un veiktajiem pētījumiem (Berzonsky, 1989; 1992; Berzonsky, 1990, kā minēts Berzonsky & Kuk, 2000). Piemēram, Berzonskis (1989) atkāja negatīvu korelāciju starp saistību (*commitment*) dimensiju ar difūzo identitātes stilu un arī ar moratorija statusu. Šādu rezultātu varētu skaidrot

ar to, ka difūzajam identitātes stilam atšķirībā no informatīvā identitātes stila nav ne izpētes procesa, ne raižu par tā iztrūkumu, ne arī saistību uzņemšanās, respektīvi ir tipiska izvairīšanās un vilcināšanās (prokrastinēšana) no jebkādu lēmumu pieņemšanas saistībā ar sevis meklējumiem, bet ja tiek pieņemti kādi lēmumi, tad tos nosaka situatīvi faktori (Berzonsky 1989; Berzonsky & Neimeyer, 1994; Berzonsky & Kuk, 2000). Savukārt informatīvajam identitātes stilam ir saistība ar abām identitātes veidošanās dimensijām, jo šo identitātes apstrādes stilu izmanto gan morotorija statusā, kam ir pozitīva saistība ar izpētes dimensiju un negatīva saistība ar saistību dimensiju, gan arī izmanto sasniegtās identitātes statusā, kas pozitīvi saistās ar augstiem rādītājiem identitātes saistību dimensijā, kas seko pēc sevis izpētes procesa pabeigšanas (Marcia, 1966; Berzonsky, 2007). Bet tomēr šādu rezultātu daļēji varētu izskaidrot ar pētījuma rezultātiem par brīvā laika pavadīšanu un identitātes stilu saistībām (Unesi et al., 2015), kas atklāja, ka *difūzais* un *informatīvais identitātes stils* ir pozitīvi saistīti ar interneta lietošanu. Unesi et al. (2015) skaidro, ka atklātās saistības iespējams ir vairāk saistītas ar nekonstruktīvu interneta izmantošanu, kas vairāk attiecināms uz difūzo identitātes stilu. Savukārt Ghadam, Mirderikvand, Nosratabadi, Torfayeh, & Pourabadei (2020) pētījumā par pārvarēšanas (*coping*) stratēģiju starpnieka lomu starp identitātes stiliem un sociālo un emocionālo pielāgošanos pusaudžu zēniem ar interneta atkarību atklāj, ka difūzais identitātes stils ir pozitīvi saistīts ar interneta atkarību, un informatīvais identitātes stils ir negatīvi saistīts ar interneta atkarību, kas ir pretēji iepriekš minētajai saistībai. Ņemot vērā to, ka indivīdi ar šiem identitātes stiliem, risinot identitātes veidošanās uzdevumus, izmanto dažādas problēmu pārvarēšanas stratēģijas (informatīvais stils izmanto uz problēmu orientētu stratēģiju – kognitīvu, difūzais stils izmanto emocionālo pārvarēšanas stratēģiju – izvairīšanos) (Ghadam et al., 2020), tomēr abi stili vairāk ir saistīti ar interneta lietošanu nekā normatīvais stils vai sasniegtās identitātes statusā (Unesi et al., 2015). Iespējams, ka abi stili varētu būt atvērti jaunai pieredzei un informācijai, tikai atšķirība ir tāda, ka informatīvais identitātes stils mērķtiecīgāk izvērtē informācijas iegūšanu un izmantošanu, risinot dažādus ar identitāti saistītus jautājumus, bet savukārt indivīds ar difūzo stilu, iespējams, vēl aktīvi neapstrādā un neizvērtē savai identitātes saistošu informāciju (McCrae & Costa, 1980, kā minēts Berzonsky, 1989). Līdz ar to difūzais identitātes stils vairāk saistīts ar dažādām nekonstruktīvām interneta lietošanas aktivitātēm, kā piemēram, izklaidi, informācijas iegūšana bez noteikta mērķa (citu radīta satura vērošana un izmantošana, datorspēles.u.c.) (Ghadam et al., 2020; Unesi et al., 2015; Berzonsky, 1989).

Ļoti cieša pozitīva kolerācija atklājas starp *normatīvo identitātes stilu* un *informatīvo identitātes stilu*. Šie rezultāti nav viennozīmīgi, bet saskan ar iepriekš veiktu pētījumu rezultātiem. Berzonskis (2007) pētījumā par identitātes stila lomu kognitīvajos procesos

atklāj pozitīvu korelāciju starp šiem stiliem. Viens no skaidrojumiem būtu, ka abiem stiliem vienojošais komponents ir identitātes saistību dimensija (Marcia, 1966), ko apstiprina vairākkārtīgi atkārtotie un konsekventie pētījumu rezultāti par identitātes stilu un statusu saistībām. Tātad, informatīvais identitātes stils ir pozitīvi saistīts ar sasniegtās identitātes un moratorija statusu, savukārt normatīvais stils ir cieši saistīts ar sasniegtās identitātes bez meklējumiem statusu. Izrietošie pētījumi norāda, ka indivīdi, kas izmanto informatīvo vai normatīvo identitātes stilu, lielākā mērā, iespējams, veidos stiprākas identitātes saistības. Līdz ar to varētu skaidrot vienu atklātā rezultāta pusi, bet atšķirīgais abos stilos būtu identitātes izpētes dimensija (Marcia, 1966) jeb precīzāk tās iztrūkums normatīvajā stilā un klātesamība informatīvajā identitātes stilā. Kā norāda pētījumi, *informatīvi orientētiem indivīdiem* ir raksturīga sev saistošas informācijas meklēšana, novērtēšana, respektīvi ir aktīvs vairāku identitātes alternatīvu izpētes process pirms lēmumu pieņemšanas /saistību uzņemšanās. Savukārt *normatīvi orientētiem indivīdiem* ir raksturīgi diezgan automātiski internalizēt citu uzskatus un vērtības, respektīvi tiek pieņemtas citu svarīgu cilvēku vērtības un uzskati bez izpētes procesa, bet uzņemoties identitātes saistības (Berzonsky, 1989; 1992; Berzonsky, 1990, kā minēts Berzonsky & Kuk, 2000; Berzonsky, 2007). Pretruna atklājas arī Watermana (1982) un Markoviča et al. (Markovitch et al., 2017) pētījumos un proti, agrīnam pusaudžu vecumam raksturīgāki ir mazāk nobrieduši statusi – sasniegtā identitāte bez meklējumiem un difūzais statuss, bet nobriedušāki – sasniegtā identitāte un morotorijs vēlākam pusaudžu vecumam (15-18 gadiem). Izrietoši varētu secināt, ka normatīvais stils ir raksturīgāks agrīnam pusaudžu vecumam, kas saskan ar iepriekš veiktiem pētījumiem, savukārt sasniegtās identitātes statuss nav raksturīgs agrīnam pusaudžu vecumam, bet iespējams neizslēdz tādu varbūtību.

*Sasniegtajai identitātei* ir vidēji cieša pozitīva korelācija ar *informatīvo identitātes stilu*. Šie rezultāti daļēji saskan ar iepriekš veiktiem pētījumiem. Un proti, ka informatīvais identitātes stils ir pozitīvie saistīts ar sasniegtās identitātes un moratoriju statusu (Berzonsky, 1989; 1992; Berzonsky, 1990, kā minēts Berzonsky & Kuk, 2000). Tomēr iegūtie rezultāti ir daļēji pretrunā ar iepriekš veiktajiem attīstības pētījumiem, jo sasniegtās identitātes statuss nav raksturīgs agrīnam pusaudžu vecumam, bet gan vēlākam pusaudžu vecumam (15-18 gadiem) (Waterman, 1982; Markovitch et al., 2017).

*Sasniegtajai identitātei* ir pozitīva vidēji cieša korelācija ar *normatīvo identitātes stilu*, abiem stiliem ir saistoša identitātes saistību dimensija, kas saskan ar iepriekš minētajiem pētījumiem (Berzonsky, 2007; Berzonsky, 1990, kā minēts Berzonsky & Kuk, 2000). Līdzīgi kā iepriekš minētā rezultātu saistība, sasniegtās identitātes statuss nav raksturīgs agrīnam pusaudžu vecumam, bet raksturīgāks šim vecumposmam ir normatīvais identitātes

stils (Waterman, 1982; Markovitch et al., 2017), bet iespējams neizslēdz tādu varbūtību, jo statusi nav statistiski, tie var mainīties.

Lai arī iegūtie rezultāti norāda uz pozitīvu, vāju saistību starp pasīvo *Snapchat* lietošanu un *difūzo identitātes stilu*, tomēr tā ir statistiski nozīmīga saistība. Līdz ar to hipotēze, ka *Snapchat* pasīvā lietošana ir pozitīvi saistīta ar difūzo identitātes stilu, apstiprinās. Šādas saistības apstiprināšanos varētu skaidrot ar Drogos (2015) veikto pētījumu, kurā tika pētīta pusaudžu identitātes veidošanās un sociālā tīkla *Facebook* lietošana. Viena no izvirzītajām hipotēzēm, kas apstiprinājās, bija, ka pusaudžiem, kuri aktīvi ievieto informāciju un komentē ierakstus *Facebook* tīklā, ir raksturīgs vairāk nobriedis identitātes statuss (moratorijs vai sasniegtā identitāte), salīdzinot ar pusaudžiem, kuri galvenokārt pasīvi lieto *Facebook*. Un rezultāti arī norāda, ka pusaudžiem kopumā ir raksturīgs pasīvais *Facebook* lietojums un ka lietojuma daba būtiski prognozē identitātes statusu. Autors skaidro to, ka aktīvie *Facebook* lietotāji visticamāk atradās morotorija vai sasniegtās identitātes statusā, salīdzinot ar pasīvajiem *Facebook* lietotājiem. Rezultāti arī parādīja, ka vecums varētu būt būtisks prognozētājs identitātes statusam. Vecumposma saistību ar identitātes statusu apstiprina arī vairāki pētījumi (Archer & Waterman, 1983, Kurmu & Thompson, 2003), pamatojot, ka agrīnā pusaudžu vecumā raksturīgi mazāk nobrieduši identitātes statusi (difūzais un sasniegtā identitāte bez meklējumiem). Izrietoši, ja aktīvais lietojums ir raksturīgāks vēlākos vecumposmos un vairāk attiecināms nobriedušākiem identitātes statusiem, tad iespējams pasīvais lietojums varētu būt saistīts ar mazāk nobriedušiem statusiem, kas raksturīgāki agrīnam vecumposmam. Ņemot vērā arī to, ka difūzā statusa indivīdi izmanto difūzo identitātes stilu un sasniegtās identitātes bez meklējumiem indivīdi izmanto *normatīvo identitātes stilu* (Berzonsky & Neimeyer, 1994; Berzonsky & Kuk, 2000; Berzonsky, 2003; Archer & Waterman, 1983, Kurmu & Thompson, 2003), varētu secināt, ka pasīvais lietojums varētu būt saistīts ar *difūzo identitātes stilu*, ko arī apstiprina šī pētījuma rezultāti.

Šī paša pētījuma rezultāti (Drogos, 2015) varētu skaidrot arī to, kāpēc neapstiprinājās otra izvirzītā hipotēze – *Snapchat* aktīvā lietošana ir pozitīvi saistīta ar *informatīvo identitātes stilu*. Kā jau tika minēts, skaidrojot pirmās hipotēzes rezultātus, aktīvais *Facebook* lietojums un nobriedušāki identitātes statusi (moratorijs un sasniegtā identitāte) ir raksturīgi vairāk vēlīnam pusaudžu vecumam, un indivīdi šajā identitātes statusā, apstrādājot sev saistošu informāciju, izmanto *informatīvo identitātes stilu* (Berzonsky 1989; Berzonsky & Neimeyer, 1994; Berzonsky & Kuk, 2000; Berzonsky, 2003; Archer & Waterman, 1983, Kurmu & Thompson, 2003), līdz ar to varētu secināt, ka pusaudžiem agrīnā pusaudžu vecumposmā, iespējams, ir mazāk raksturīgs aktīvais lietojums un *informatīvais stils*, tāpēc šī hipotēze neapstiprinājās.

Atbildot uz pētījuma jautājumu, iegūtie rezultāti norāda, ka salīdzinot zēnu un meiteņu grupas, ir atklātas dzimumatšķirības *Snapchat* pasīvajā lietošanā. Meitenēm ir augstāki rādītāji nekā zēniem, izrietoši, pasīvais lietojums vairāk raksturīgs meitenēm nekā zēniem agrīnā pusaudžu vecumā. Šie rezultāti papildina Frisones & Eggermonta (2016) pētījuma rezultātus par *Facebook* lietotājiem, kuri norāda, ka meitenēm pasīva *Facebook* lietošana pozitīvi prognozēja nomāktu garastāvokli, to skaidrojot ar to, ka meitenēm ir tieksme sevi vairāk salīdzināt ar citiem *Facebook* lietotājiem (McAndrew & Jeong, 2012, kā minēts Frison & Eggermont, 2016).

Analizējot šī darba stiprās un vājās puses, pie stiprajām pusēm ir jāmin izlases viendabīgums (45 % zēni un 55% meitenes). Pētījuma rezultāti uzrādīja arī labus iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficientus gan aktīvās, gan pasīvās lietošanas apakšskalām, gan arī bija pieņemami iekšējās saskaņotības Kronbaha koeficienti identitātes stilu aptaujā. Labu iekšējās saskaņotības Kronbaha alfas koeficientu uzrādīja arī bakalaura darbā izveidoto identitātes stila izpausmju *Snapchat* lietojumu skala ( $\alpha = 0,85$ ), tomēr nepieņemami zemos un pazeminātus iekšējās saskaņotības Kronbaha koeficientus katrai no identitātes stila izpausmes *Snapchat* lietojumu apakšskalām un tikai sasniegtās identitātes *Snapchat* lietojuma apakšskalai tas bija pieņemams. Šādi rezultāti varētu norādīt uz grūtībām atšķirt identitātes stilu *Snapchat* aktīvo lietojumu vai *Snapchat* pasīvo lietojumu, bet varbūt varētu noteikt kopējo identitātes stila lietojumu. Šos zemos iekšējās saskaņotības Kronbaha koeficientu rādītājus, pirmkārt, varētu skaidrot, ar mazu apgalvojumu skaitu katram stilam (četri). Otrs no iemesliem varētu būt tāds, ka pasīvās un aktīvās apakšskalas izveidē es pielāgoju apgalvojumus no pētījuma, kura mērķis bija pārbaudīt aktīvo un pasīvo *Snapchat* lietošanu kā pusaudžu trauksmes prognozētāju (Orlan, 2020). Izpētot katra atsevišķā apgalvojuma iekšējās saskaņotības Kronbaha koeficientus un apgalvojumu teorētisko pamatojumu, informatīvā identitātes stila apakšskalas pazemināto iekšējās saskaņotības Kronbaha koeficientu ( $\alpha = 0,68$ ) varētu skaidrot ar pieļauto kļūdu, veidojot apgalvojumu "Pirms sāku lietot *Snapchat*, es ilgi domāju un sarunājos ar citiem, kāpēc viņi to lieto", kas ietver sevī gan sarunu ar draugiem, kas būtu izpētes dimensija, gan arī savas pārdomas, kas nav raksturīgas izpētes dimensijai, kā arī iekļauta identitātes saistību dimensija, kas vairāk raksturīga vēlākam pusaudžu vecumam (Archer & Waterman, 1983, Kurmu & Thompson, 2003). Lai arī vairāki apgalvojumi tika pielāgoti agrīnam pusaudžu vecumam, Berzonsky (1992) identitātes stilu aptauja ir izstrādāta vēlākam pusaudžu vecumam, līdz ar to adaptētie (A. Stepiņa un I. Īzaka, 2010) apgalvojumi, iespējams, bija grūtāk izprotami daļai no respondentiem. Analizējot zemos difūzās identitātes *Snapchat* lietojuma apakšskalas psihometriskos rādītājus, atklājās, ja no aptaujas tiktu izņemts apgalvojums "Es īsti nezinu, kā izvēlējos lietot *Snapchat*", tad iekšējās saskaņotības

Kronbaha koeficients šai apakšskalai paaugstinātos no  $\alpha = 0,35$  uz  $\alpha = 0,56$ . Būtu jāpiemin arī procedūras trūkumi, kas, iespējams, ietekmēja rezultātus un tieši tas fakts, ka tiešsaistes pašnovērtējuma aptaujas aizpildīšana netika kontrolēta no darba autora puses, bet tā tika organizēta mācību stundas ietvaros, kas notika attālināti, līdz ar to katrs varēja pildīt dažādos laikos un vietās. Ņemot vērā visus šī mēģinājuma trūkumus, vispārināt šos rezultātus nebūtu korekti, tomēr interesanti šķiet, ka sasniegtās idenitātes stila/ *Snapchat* lietojuma apkšskala uzrāda vājas statistiski nozīmīgas pozitīvas korelācijas ar pilnīgi visām idenitātes stila un *Snapchat* pasīvās un aktīvās lietošanas apakšskalām, izņemot citu sociālo tīklu lietojumu apakšskalu.

Rezultāti neatklāja korelācijas starp *citu sociālo tīklu lietojumu* skaitu un citiem mainīgajiem, kas varētu norādīt uz to, ka jāpēta katra sociālā tīkla lietojumi atsevišķi. Turpmāk būtu jāizpēta sociālajos tīklos kopā pavadītā laika saistību ar sociālo tīklu lietošanas paradumiem (veidiem). Kā norāda Vanucci et al. (2017), kas minēts Orlanas pētījumā, tika atklāta sakarība starp vidēji dienā pavadīto laiku sociālajos mēdijos un mentālo veselību pusaudžiem.

Lai arī šī darba pētījuma dizains ir šķērzgriezuma, un rezultāti apstiprina tikai vienu no izvirzītajām hipotēzēm par *difūzā idenitātes stila un Snapchat lietošanas paradumu vāju pozitīvo saistību*, kā arī mēģinājums izveidot idenitātes stila/*Snapchat* lietojumu veidus nebija visai veiksmīgs, tomēr šie rezultāti papildina jau esošo npublicēto pētījumu rezultātus, kas iezīmē pusaudžu idenitātes statusu saistības ar sociālā tīkla *Facebook* lietošanu (Drogos, 2015) un *Snapchat* pasīvās un aktīvās lietošanas saistību ar pusaudžu trauksmes rādītājiem (Orlan, 2020). Domāju ka, būtu nepieciešams turpināt šķērzgriezuma pētījumus šajā virzienā, vispirms atsevišķi izpētīt katra pasīvā un aktīvā lietojuma paradigma/aktivitātes iespējamās saistības ar idenitātes stiliem, līdz ar to precīzāk varētu izprast katra stila iespējamo sociālā tīkla lietojumu.

Ņemot vērā straujo *Snapchat* popularitātes pieaugumu un citu iecienīto sociālo tīklu lietošanas kritumu pusaudžu vecumgrupā (Statista, 2020) un to, ka vairums līdz šim veikto idenitātes veidošanās pētījumu bāzējas uz kātienes (bezsaistes) socializāciju, šī pētījuma rezultāti varētu būt noderīgi vecākiem, pedagogiem un arī pašiem pusaudžiem labākai izpratnei par to, kā dažādi sociālo tīklu lietošanas paradumi, iespējams, varētu ietekmēt pusaudžu idenitātes veidošanās procesus un pusaudžu attīstību kopumā.

## SECINĀJUMI

Identitātes veidošanās ir svarīgākais pusaudžu vecumposma uzdevums, kurš sākas agrīnā pusaudžu vecumposmā un norisinās sociālā mijiedarbībā ar vienaudžiem un citiem cilvēkiem. Pusaudži arvien biežāk izvēlas komunicēt caur sociālajiem tīkliem un arvien biežāk dara to sociālā tīkla vietnē *Snapchat* (Statista, 2020), kas var kalpot par to, lai ne tikai vērotu, ko dara viņu vienaudži, bet lai dalītos savos pārdzīvojumos ar vienaudžiem un meklētu risinājumus savām bažām (Draganović, 2020). Pētījumi skaidri norāda uz dzimumatšķirībām tehnoloģiju lietojumos, t.sk. arī sociālo tīklu lietojumos (Pavlin et al., 2019; Gaspard, Horst, Gómez Cruz, & Pink, 2020; Common Sense, 2019, Firson & Eggermont, 2016). Tāpēc šajā darbā tika meklētas atbildes uz to, kā 12 -14 gadus vecu pusaudžu *Snapchat* lietošana varētu būt saistīta ar identitātes stiliem. Pirmā izvirzītā hipotēze ir – *Snapchat* pasīvā lietošana ir pozitīvi saistīta ar difūzo identitātes stilu. Otrā hipotēze ir – *Snapchat* aktīvā lietošana ir pozitīvi saistīta ar informatīvo identitātes stilu. Pētījuma jautājums – Vai meiteņu un zēnu grupā atšķiras *Snapchat* aktīvā un pasīvā lietošana?

Pirmā hipotēze, ka pastāv sakarība starp *pasīvo Snapchat lietošanu* un *difūzo identitātes stilu*, apstiprinās. Šie rezultāti papildina atklātās saistības citos pētījumos, ka *difūzais identitātes stils* ir raksturīgs agrīnam pusaudžu vecumam un saskan ar līdzīga pētījuma rezultātiem, ka *pasīvā lietošana* ir raksturīga pusaudžu vecumam kopumā un ka šis lietojums ir saistīts ar difūzo un sasniegtās identitātes bez meklējumiem statusu, izrietoši *difūzo un normatīvo identitātes stilu*.

Otrā hipotēze, ka pastāv saistība starp *Snapchat aktīva lietošanu* ar *informatīvo identitātes stilu*, neapstiprinās. Šī hipotēze saskan ar teorētiskajiem apsvērumiem, ka informatīvo stilu izmanto indivīdi, kas ir sasnieguši morotorija vai sasniegtās identitātes statusu, un pētījums par līdzīgām saistībām norāda, ka *sociālo tīklu aktīvā lietošana* vairāk raksturīga indivīdiem sasniegtās identitātes un morotorija statusā, kas raksturīgs vēlākiem vecumposmiem, izrietoši *informatīvo identitātes stilu*.

Atbildot uz pētījuma jautājumu, rezultāti atklāja dzimumatšķirības *Snapchat pasīvajam lietojumam*. Meitenēm *pasīvais lietojums* ir raksturīgāks nekā zēniem. Rezultāti papildina jau esošos pētījumus par dzimumatšķirībām sociālo tīklu lietojumos.

Tā kā saistības starp sociālā tīkla *Snapchat* lietošanas paradumiem un identitātes stiliem gandrīz nav pētītas, turpmākiem pētījumiem varētu izmantot longitudinālu pētījumu ar korelatīvu dizainu (3 mēnešu laikā vismaz divi mērījumi) un ar regresijas analīzes palīdzību, iespējams, labāk atsegtu iespējamās saistības starp šiem abiem mainīgajiem.

Šis pētījums nedaudz papildina pētījumu virzienu par sociālo tīklu lietojumu iespējamām saistībām ar pusaudžu identitātes veidošanās procesiem. To vajadzētu turpināt, jo tas varētu palīdzēt tam, lai labāk izprastu pusaudžu sociālo tīklu paradumu lietošanas negatīvās un pozitīvās puses un iespējamās sekas uz viņu turpmākās identitātes attīstību.

## IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students? *Social Media + Society*. doi: 10.1177/2056305117691544.
- Associated Press - NORC Center for Public Affairs Research. (2017). New survey reveals Snapchat and Instagram are the most popular social media platforms among American teens. Retrieved August 28, 2020 from <https://www.apnorc.org>.
- Archer, L. S., & Waterman, A., S. (1983). Identity in early adolescence: A developmental perspective. *Journal of Early Adolescence*, 3(3), 203-214, doi:10.1177/0272431683033003.
- Bayrami M. (2011). Comparison of identity styles and types of identity in male and female. *J Psychol*, 5(20), 21-39 (Persian).
- Barry, C. T., Sidoti, C. L., Briggs, S. M., Reiter, S. R., & Lindsey, R. A. (2017). Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *Journal of Adolescence*, 61, 1-11.
- Berzonsky, M. D. (1989). Identity style: Conceptualization and measurement. *Journal of Adolescent Research*. 4, 267-281.
- Berzonsky, M. D. (1992). Identity style and coping strategies. *Journal of Personality*, 60(4), 771-788.
- Berzonsky, M. D., & Neimeyer, G. J. (1994). Ego Identity status and identity processing orientation: the moderating role of commitment. *Journal of Research in Personality*, 28(4), 425-435.
- Berzonsky, M. D., & Sullivan, C. (1992). Social-cognitive aspects of identity style: need for cognition, experiential openness, and introspection. *Journal of Adolescent Research*, 7(2), 140 - 155.
- Berzonsky, M. D. (2003). Identity style and well-Being: does commitment matter? *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 3(2),131-142, doi:10.1207/s1532706xid030203.
- Berzonsky, M. D., & Kuk, L. (2000). Identity status, Identity processing style, and the transition to university. *Journal of Adolescent Research*, 15(1), 81-98.

- Berzonsky, M. D. (2007). Identity formation: the role of identity processing style and cognitive processes. *Personality and Individual Differences, 44*, 645–655.
- Berzonsky, M. D., Branje, S., & Meeus, W. H., (2007). Identity-processing style, psychosocial resources, and adolescents' perceptions of parent-adolescent relations, *The Journal of Early Adolescence, 27*(3), 324 - 345.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1909–1912). Atlanta, USA.  
doi:10.1145/1753326.1753613.
- Burke, M., Kraut, R., & Marlow, C. (2011). Social capital on facebook: Differentiating uses and users. *In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (pp 571–580). Vancouver, BC: ACM. doi.org/10.1145/1978942.1979023.
- Cotter, K. L., & Smokowski, P. R. (2016). Perceived peer delinquency and externalizing behavior among rural youth: The role of descriptive norms and internalizing symptoms. *Journal of Youth and Adolescence, 45*(3), 520–531.
- Crocetti, E., Rubini, M., & Meeus, W.H. (2008). Capturing the dynamics of identity formation in various ethnic groups: Development and validation of a three-dimensional model. *Journal of Adolescence, 31*(2), 207- 222.
- Draganović, S., (2020). New media's positive and negative impact on youth. *Journal of Transdisciplinary Studies, 41- 48*, Retrieved October 14, 2020 from <http://epiphany.ius.edu.ba>.
- Drogos, K., L. (2015). *The relationship between adolescent identity formation and social network site use*. Unpublished doctor dissertation, Graduate College of the University of Illinois at Urbana-Champaign. Urbana, Illinois.
- Eronen, S., & Nurmi, J.-E. (1999). Interpersonal behaviors and person perception: A Multiinformant approach. *Journal of Social and Personal Relationships 16*(3), 315–333.
- Erikson, E.H. (1998). *Identitāte jaunība un krīze*. Rīga: Jumava., 101-106 lpp.
- Erikson, E. (1968). Identity, youth and crisis. New York: Norton.
- Frison, E., & Eggermont, S. (2016). Exploring the relationships between different types of Facebook use, perceived online social support, and adolescents' depressed mood. *Social Science Computer Review, 34*(2), 153–171.

- gaspard, I., Heater, H., Cruz, G., & Pink, S. (2020). Media practices of young Austrians: Tangible and measurable reflections on a digital divide. *KOME - An international Journal of Pure*, 8(1), 80- 86, doi:10.17646/KOME75672.42.
- Haggard L. M., & Williams D. R. (1992). Identity affirmation through leisure activities: leisure symbols or the self. *J Leis Res*, 24(1), 1–18.
- Iman, M.T., & Boostani D. A. (2012) Qualitative investigation of the intersection of leisure and identity among high school students: application of grounded theory. *Qual Quant*, 46(2), 483-99.
- Jaynes, V. (2019). The social life of screenshots: the power of visibility in teen friendship groups, *New Media & Society*, 22(8),1-16, doi:10.1177/1461444819878806.
- Krettenauer, T. (2005). The Role of epistemic cognition in adolescent identity formation: further evidence. *Journal of Youth and Adolescence*, 34(3), 185 –198.
- Kurmu, A., & Thompson, R. A. ( 2003). Ego identity status and self – monitoring behavior in adolescents. *Journal of Adolescent Research*, 18(5), 481-495, doi:10.1177/0743558403255066.
- Lenhart, A. (2015). Teens, Social Media & Technology Overview, Retrieved August 28, 2020, from <https://www.pewresearch.org>.
- Lu, J., Luo, J., Liang, L., & Jing, M. (2019). Measuring Adolescents Social media behavior outside and inside of school: Development and validation of two scales. *Journal of Educational Computing*, 57(5), 1108-1180.
- Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3(5), 551–558.
- Markovitch, N., Luyckx, K., Klimstra, T., Abramson, L., & Knafo-Noam, A. (2017). Exploration and commitment in early adolescence: Genetic and environmental contributions. *Developmental Psychology, American Psychological Association*, 53(11), 2092–2102.
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 1-10.
- Mao, J. (2014). Social media for learning: A mixed methods study on high school students’ technology affordances and perspectives. *Computers in Human Behavior*, 33, 213-223.

- Markus, H., & Nurius, P. (1986). Possible selves. *American Psychologist*, 41(9), 954–969.
- Mārtinsone K., Miltuze, A. (2015). *PSIHOLOĢIJA II. Pamatjautājumi- teorijas un pētījumi*. Rīga : Apgāds Zvaigzne ABC.
- Nurmi J.- N., Berzonsky, M. D., Tammi, K., & Kinney, A. (1997) Identity processing orientation, cognitive and behavioural strategies and Well-being. *Usa International Journal of Behavioral Development*, 21(3), 555–570.
- Nurmi, J.- E. (2013). *Socialization and self-development: channeling, selection, adjustment, and reflection*. Handbook of Adolescent Psychology, 85 –124, doi:10.1002/9780471726746.ch4.
- Noon, E. J. (2020). Compare and despair or compare and explore? Instagram social comparisons of ability and opinion predict adolescent identity development. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 14(2), article 1, doi.org/10.5817/CP2020-2-1.
- Ohannessian, C. M., & Vannucci, A., (2020). Social media use and externalizing behaviors during early adolescence, *Youth & Society*, 42, 1– 23.
- Orlan, N. (2020). *There is more to Snapchat than snapping: Examining active and passive Snapchat use as predictors of anxiety in adolescents*. Unpublished bachelor's thesis, Huron University College, London, Ontario, Canada.
- Pavlin, M. H., Dumančić, M., & Sužnjević, M. (2019). Analysis of teenagers' Facebook profile creation with a special focus on photography: Insights from croatia, *An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 8(1), 58-79.
- Pickhardt, C. E. (2014) Adolescence and Individuality. *Psychology Today*, Retrieved October 22, 2020, from <https://www.psychologytoday.com>.
- Piwek, L., & Joinson, A. (2016). What do they snapchat about?" Patterns of use in time-limited instant messaging service. *Computer in Human Behavior*, 54, 358-367.
- Rideout, V., & Robb, M. B. (2019). *The Common Sense Census: Media use by tweens and teens*, San Francisco, CA: Common Sense Media. Retrieved September 8, 2020 from <https://www.commonsensemedia.org>.
- Seiffge - Krenke, I., & Gelhaar I. (2008) Does successful attainment of developmental tasks lead to happiness and success in later developmental

- tasks? A test of test of Havighurst's (1948) theses. *Journal of Adolescence* 31, 33–52.
- Shah, J., Das, P., Muthiah, N., & Milanaik, R. (2019) New age technology and social media: adolescent psychosocial implications and the need for protective measures, *Curr Opin Pediatr* 31(1), 148-156.
- Statista (2020), *Most popular social networks of teenagers in the United States from fall 2012 to fall 2019*. Retrieved August 28, 2020 from <https://www.statista.com>.
- Trifiro, B. M., & Gerson, J. (2019). Social Media usage patterns: Research note regarding the lack of universal validated measure for actives and passives use. *Social Media + Society*. 1-4, doi:org/10.1177/2056305119848743.
- Utz, S., Muscanell, N., & Khalid, C. (2015). Snapchat elicits more jealousy than Facebook: a comparison of Snapchat and Facebook use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18, 141-146, doi.org/10.1089/cyber.2014.0479.
- Unesi, Z., Nakhaee, S., Khazaie, T., Amouzeshi, Z., & Kaheni, S. ( 2015). Evaluation of the relationship between identity styles and leisure time activities in adolescents. *Journal of Nursing and Midwifery Sciences*, 2(4): 51- 60.
- Wang, J. L. Gaskin, J., Rost, D. H., & Gentile, D. A. ( 2018). The Reciprocal relationship between passive social networking site (SNS) usage and users' subjective well-Being. *Social Science Computer Review*, 36(5) 511-522.
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., Ybarra, O., Jonides, J., & Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(2), 480–488.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). *Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review*. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302.
- Villaespesa, E., & Wowkowych, S. (2020). Ephemeral storytelling with social media: Snapchat and Instagram stories at the brooklyn museum, *Social Media + Society*. 1- 13, doi.org/10.1177/2056305119898776.