

# Fiatalok a digitális világban

Figyelem, információ, párbeszéd és társadalmi részvétel



## A kiadványról

Ez a kiadvány az Érted Egyesület fiatalok digitális médiakörnyezetével kapcsolatos kutatásának eredményeit foglalja össze. Európai kutatások és szakpolitikai adatok, Magyarország, Románia, Szerbia és Ukrajna releváns országos eredményei, valamint az egyesület saját kérdőíves felmérése alapján vizsgálja, hogyan kapcsolódik a digitális környezet a fiatalok figyelméhez, információértelmezéséhez, döntéseihez, másokkal folytatott párbeszédéhez és társadalmi részvételéhez.

Kiadványunk célja nem az, hogy egyszerű választ adjunk arra a kérdésre, miszerint a digitális média „jó” vagy „rossz” a fiatalok számára. Inkább azt szeretnénk megérteni, milyen környezetben kell ma tájékozódniuk, milyen készségek segíthetik őket a tudatosabb döntésekben, és mit érdemes mindebből levonnunk a fiatalokkal végzett szakmai munkában.

# Miért érdemes most erről beszélni?

A digitális média ma már nehezen választható el attól a társadalmi környezettől, amelyben a fiatalok élnek. A közösségi platformok egyszerre szolgálnak szórakozásra, kapcsolattartásra, önkifejezésre, információszerzésre és társadalmi kérdések megismerésére. **2025-ben az EU 16-29 évesének 89,3%-a használt közösségi hálózatokat.**

89,3%

Ez önmagában nem mond semmit a használat hatásáról, de jól jelzi: a közösségi média a fiatalok hétköznapi környezetének meghatározó része (Eurostat, 2026).

42%

A platformok szerepe nem ér véget a szórakozásnál. Az Európai Parlament 2025-ös, 16-30 évesek körében végzett felmérésében a válaszadók **42%-a a közösségi médiát nevezte meg elsődleges információforrásként politikai és társadalmi kérdésekben.** Ugyanebben a kutatásban 76% úgy vélte, hogy az előző hét során találkozott dezinformációval vagy álhírekkel, 70% pedig magabiztosnak mondta magát azok felismerésében (European Parliament, 2025).

**Nem az a kérdés, hogyan lehet a fiatalokat kivonni a digitális világból, hanem hogy milyen készségekre van szükségük ahhoz, hogy tudatosan navigáljanak benne.**

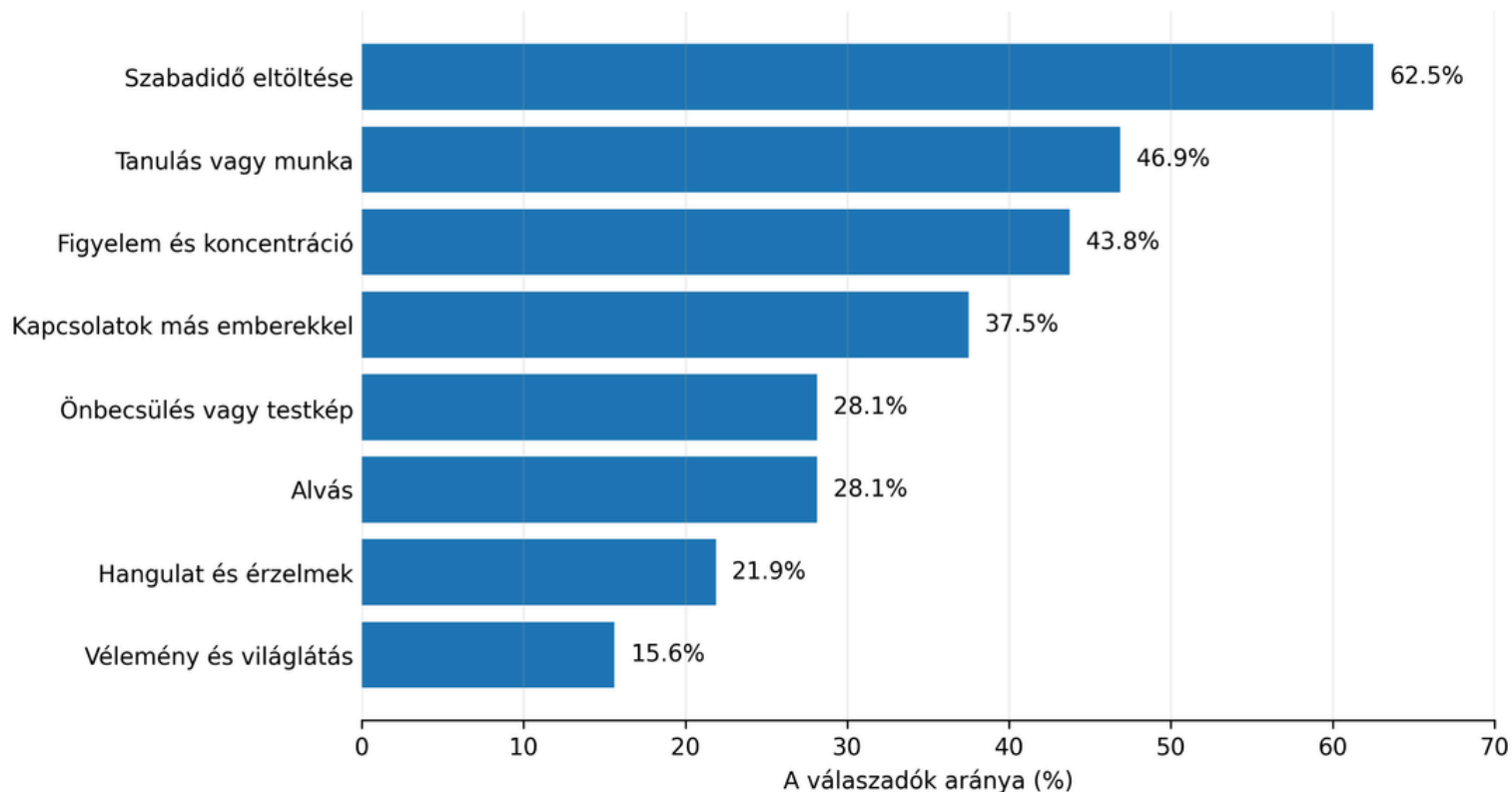
Ha ugyanabban a hírfolyamban találkozunk baráti bejegyzésekkel, influencertartalmakkal, reklámokkal, hírekkel, társadalmi vitákkal és mesterséges intelligencia (AI) által előállított tartalmakkal, az információ értelmezése könnyen összekapcsolódik társas és érzelmi jelzésekkel. A fontos szakmai kérdés ezért nem pusztán az, mennyi időt töltenek a fiatalok online, hanem hogy mit vesznek észre, mit fogadnak el hitelesnek, mikor ellenőriznek valamit, hogyan reagálnak eltérő véleményekre, és érzik-e úgy, hogy véleményükből cselekvés is lehet.

Érdemes közben kerülni a technológiai pánik egyszerű narratíváit. A kutatások nem támasztják alá az olyan általános állításokat, hogy a közösségi média önmagában minden fiatalt információs buborékba zárna, polarizálna vagy „tönkretenné” a figyelmet. Pontosabb úgy tekinteni rá, mint összetett információs és társas környezetre, amely lehetőségeket teremt, miközben új navigációs feladatokat is ad (Hartmann et al., 2025; Nyhan et al., 2023; Kong et al., 2023).



# Nem csak képernyőidő: figyelem, szándék és mindennapi döntések

Hol érzik legerősebben a digitális média hatását?



Forrás: Érted Egyesület saját kérdőíves felmérése, 2026, N=32.

Megjegyzés: több válasz is megjelölhető volt; az arányok ezért nem adódnak 100%-ra.

**A képernyőidő önmagában kevés. A fontosabb kérdés az, mennyire tudatosan használjuk azt az időt.**

A képernyőidő önmagában kevés információt ad arról, hogyan használják a fiatalok a digitális médiát. Ugyanannyi online töltött idő mögött állhat kapcsolattartás, tanulás, hírfogyasztás, alkotás vagy céltalan görgetés is. Saját felmérésünkben a 32 válaszadó 59,4%-a legalább napi két órát, 28,1%-a pedig több mint négy órát jelölt közösségimédia-használatra. Ezeket az adatokat önmagukban nem tekintjük problémaindikátornak.

**Beszédesebb, hogy 78,1% legalább néha tovább használja a telefont vagy a közösségi médiát, mint eredetileg tervezte.** A digitális média észlelt hatása több területen is megjelent: leggyakrabban a szabadidő, a tanulás vagy munka, a figyelem és a kapcsolatok kerültek elő. Az eredmények önbevalláson alapulnak, ezért nem bizonyítanak oksági hatást, de jól mutatják, hogy a digitális környezet a mindennapi élet több területén is jelen van.

# Információbősségben: mit látunk, és miben bízhatunk?

Soha nem volt ilyen könnyű információhoz jutni – és ilyen nehéz gyorsan eldönteni, miben bízhatunk. A hírfolyamban személyes vélemények, hírek, reklámok, influencertartalmak, mémek és AI által készített tartalmak jelennek meg egymás mellett, eltérő szerkesztési és bizonyítási normákkal.

**Saját felmérésünkben a 32 válaszadó 81,2%-a magas magabiztosságot jelzett a félrevezető, manipulált vagy AI-tartalmak felismerésében, miközben 59,4% gyakran vagy nagyon gyakran találkozik saját megítélése szerint ilyen tartalmakkal.**

A fontos tanulság nem az, hogy a fiatalok „túlbecsülik magukat”, hanem hogy a magabiztosság nem azonos a tényleges információértékelési teljesítménnyel. Ezért az önértékelés mellett valóság-hű helyzetekben is érdemes gyakorolni az ellenőrzést.

**ÁLLJ MEG → FORRÁS →  
BIZONYÍTÉK → ELLENŐRIZD  
MÁSHOL → DÖNTS.**

A médiaműveltség nem egyszerű „igaz vagy hamis?” feladat. Egy állítás lehet részben igaz, kiragadhatják a kontextusából, lehet bizonytalan vagy érdekezérelt. Fontosabb készség, hogy meg tudjunk állni, kérdezni, más forrást keresni és összevetni az információkat.

A kutatások szerint ez fejleszthető. Egy 2025-ös meta-analízis 64 kontrollált vizsgálat alapján pozitív hatást talált a forráshitelesség értékelését fejlesztő beavatkozásoknál; különösen ígéretesnek bizonyult a lateral reading, vagyis amikor más, független forrásokban is utánanézünk az állításnak (Fendt, Muth & Edelsbrunner, 2025). Egy 33 vizsgálatot összegző meta-analízis szintén pozitív hatást talált a médiaműveltségi intervencióknál az álhírek hitelességének megítélésében (Lu et al., 2024).

**A kritikai gondolkodás nem azt jelenti, hogy mindenben kételkedünk. Azt jelenti, hogy tudjuk, mikor és hogyan érdemes ellenőrizni.**

Néha már az is számít, ha megosztás előtt egy pillanatra a pontosságra irányítjuk a figyelmet. Hús-kísérlet, összesen 26 863 résztvevő eredményeiben az ilyen pontosságra irányító rövid emlékeztetők (accuracy promptok) javították a valódi és hamis hírcímek megosztási hajlandósága közötti megkülönböztetést, főként a hamis címek megosztási szándékának csökkentésével; a vizsgálatok amerikai mintákon készültek (Pennycook & Rand, 2022).

Az ellenőrzés még korántsem automatikus rutin. 2023-ban az EU 16–29 éves internethasználóinak 36%-a jelezte, hogy más forrás segítségével is megpróbálta ellenőrizni az interneten talált információ igazságtartalmát; Romániában ugyanez az arány 15% volt. Ez önbevallott viselkedés, nem kompetenciateszt, de jelzi, hogy a keresztellenőrzés nem magától értetődő gyakorlat (Eurostat, 2024).



# A görgetéstől a cselekvésig: mit jelent ma a részvétel?

A digitális információfogyasztás és a társadalmi cselekvés között sokféle átmenet létezik. Valaki elolvas egy hírt, utánanéz, megvitatja, megosztja, támogat egy ügyet, elmegy egy eseményre vagy úgy dönt, hogy nem kapcsolódik be. Ezek nem feltétlenül egymást követő szintek, mégis azt mutatják, hogy a részvétel nem egyszerűen „aktív” vagy „passzív”.

A 2024-es Flash Eurobarometer 545 – Youth and Democracy felmérésben a 15–30 éves EU-s válaszadók 64%-a jelezte, hogy részt vett legalább egy szervezet tevékenységében az előző 12 hónapban, 48% pedig valamilyen társadalmi változást célzó cselekvésről számolt be. A két adat együtt azt mutatja, hogy az ifjúsági részvétel többféle szervezeti és ügylapú formában jelenik meg (European Commission, 2024).

Saját felmérésünkben 14 fő követ híreket vagy társadalmi ügyeket a közösségi médiában, 12 fő elsősorban fogyasztott tartalmat, 10 fő beszélget ezekről másokkal, 6 fő kapcsolódó tartalmakat oszt meg vagy készít, 5 fő támogat kampányokat vagy ügyeket, 4 fő pedig olyan eseményen vagy kezdeményezésben is részt vett, amelyről online értesült. Mindössze 3 fő jelezte, hogy nem használja a közösségi médiát ilyen célokra. A kategóriák átfednek: különböző részvételi repertoárokat látunk, nem ranglétrát.

**A részvétel nem egyszerűen aktív vagy passzív. A figyelemtől és tájékozódástól a beszélgetésen át a konkrét cselekvésig sokféle út vezethet.**

A részvételhez az is számít, érezzük-e, hogy van értelme cselekedni. A UNICEF szerbiai helyzetelemzésében idézett 2024-es kutatásban a fiatal válaszadók átlagosan 1,6/5-re értékelték, mennyire teszi lehetővé a politikai rendszer számukra a politikai folyamatok és döntések befolyásolását; mindössze 14,7% érezte úgy, hogy a döntéshozatali folyamatok valóban érzékenyek a fiatalok szükségleteire (UNICEF Serbia, 2025; UNDP, 2025). Ukrajnában ezzel szemben a 2024-es reSCORE-adatok több részvételi forma erősödését jelezték 2021-hez képest, de ezt a háborús kontextusban kell értelmezni.



# Négy ország, négy kontextus

Amikor a fiatalok digitális tapasztalatairól beszélünk, könnyű úgy gondolni rájuk, mintha mindenhol hasonló helyzetben lennének. Pedig sokat számít, milyen társadalmi, intézményi és médiakörnyezet veszi őket körül. Ezért a kutatásunkban szereplő négy országot nem összehasonlítani vagy rangsorolni szeretnénk, hanem négy különböző nézőpontként bemutatni ugyanarra a közös kérdésre.

## MAGYARORSZÁG

Az NMHH kutatásában a 16–29 évesek 83,3%-a jelölte a közösségi médiát tájékozási forrásként; 53,9% a televíziót és 51,3% az online hírportálokat.

Kulcskérdés: hogyan egészíthető ki a gyors platformalapú tájékozási tudatos forrásellenőrzéssel?

## ROMÁNIA

2023-ban a 16–29 éves román internethasználók 15%-a jelezte, hogy más forrásból is ellenőrizte az online információ igazságtartalmát; az EU-átlag 36% volt.

Kulcskérdés: hogyan válhat a keresztellenőrzés hétköznapi információs rutinná?

## SZERBIA

A 2026-os CoE/REM kutatás szerint a fiatalabb korcsoportok egyre inkább online médiára, közösségi hálózatokra és videóplatformokra támaszkodnak elsődleges információforrásként. A 2026–2028-as ifjúsági akcióterv az aktív társadalmi részvétel feltételeit is erősíteni kívánja.

Kulcskérdés: hogyan kapcsolódhat a digitális tájékozási valós befolyási és részvételi élményhez?

## UKRAJNA

Az UNDP reSCORE 2024 elemzése a 18–24 és 25–35 éves csoportokban is növekedést jelez 2021-hez képest a gyakori petícióaláírás, illetve az önkéntesség és/vagy adományozás terén. A teljes körű háború miatt ezek az adatok nem hasonlíthatók mechanikusan más országokhoz.

Kulcskérdés: hogyan támogatható a mérlegelés, párbeszéd és önálló döntés nagy tétű információs környezetben?

*A négy ország adatai eltérő forrásokból, mintákból és módszerekkel származnak. Nem közvetlen ország-összehasonlításra szolgálnak, hanem arra, hogy megmutassák: ugyanazok a készségek eltérő társadalmi kontextusban más hangsúlyt kaphatnak.*

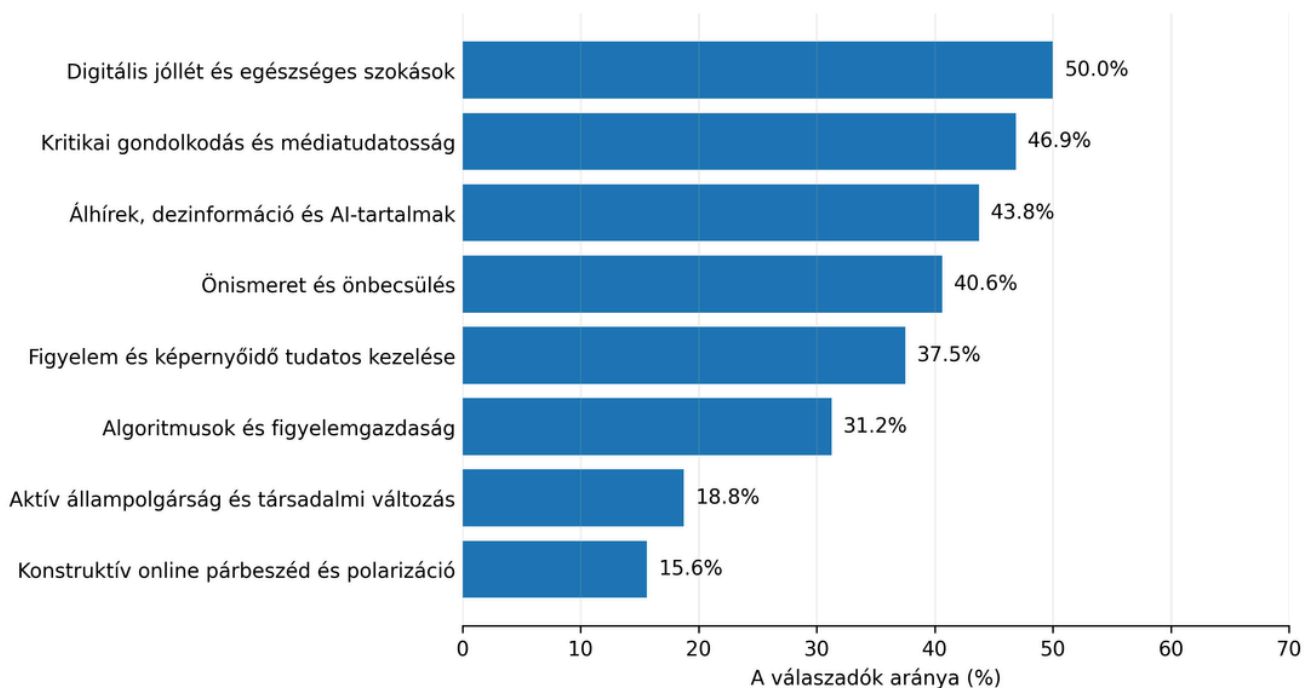


# Mit szeretnének jobban érteni a fiatalok?

Az adatok mellett legalább ilyen fontos, hogy a fiatalok maguk mit tartanak érdekesnek vagy megértésre érdemesnek. Kérdőívünkben ezért arra is rákérdeztünk, milyen témákkal foglalkoznának szívesen egy nemzetközi ifjúsági tanulási programban.

A legerősebb érdeklődés a digitális jóllét és egészséges digitális szokások iránt jelent meg (16 fő; 50,0%). Szorosan követte a kritikai gondolkodás és médiatudatosság (15 fő; 46,9%), valamint az álhírek, dezinformáció és AI által generált tartalmak témája (14 fő; 43,8%). Az önismeret és önbecsülés 13, a figyelem és képernyőidő tudatos kezelése 12, az algoritmusok és a figyelemgazdaság 10 választást kapott. Az aktív állampolgárságot 6, a konstruktív online párbeszéd és polarizáció témáját 5 fő jelölte.

Mely témákat tartanák a leghasznosabbnak vagy legérdekesebbnek?



Forrás: Érted Egyesület saját kérdőíves felmérése, 2026, N=32.

Megjegyzés: legfeljebb 3 választ kértünk; 5 fő ennél többet jelölt. Az n=27 érzékenységvizsgálat a vezető témacsoport összképét nem változtatta meg.

Az érdeklődés nem ugyanaz, mint a szükséglet. A legtöbbször választott témák inkább azt mutatják meg, milyen élményeken keresztül érdemes megszólítani a fiatalokat. A „digitális jóllét”, az „AI” vagy a „dezinformáció” közvetlenebbül kapcsolódik a mindennapokhoz, míg az „aktív állampolgárság” vagy a „demokratikus párbeszéd” elvontabb címkének tűnhet.

A kérdésben legfeljebb három témát kértünk, de öt válaszadó többet jelölt. Ezeket megtartottuk, és külön ellenőrzésben is megnéztük a mintázatot; a vezető témák összképe érdemben nem változott. Nyitott kérdésünkre 17 nem üres válasz érkezett, közülük 16 volt tartalmilag elemezhető. **A leggyakoribb témák az AI és információminőség, a figyelem és tudatos használat, a platformok szabályozása és biztonsága, valamint az önkép és érzelmi hatás voltak.** A válaszokban megjelent például: „I want to understand better, how the AI is working”; „Tudatosabban tudjam megválasztani, mire fordítom a figyelmemet a digitális médiában”; illetve „Azt változtatnám meg, hogy kevesebbet hasonlítsam magam másokhoz a közösségi médiában, és jobban megértsem, hogy amit ott látok, az nem mindig tükrözi a valóságot”.

# Mit jelent mindez az ifjúsági munkában?

A kutatások, az országos adatok és saját kérdőívünk nem egyetlen problémára vagy egyetlen „helyes” megoldásra mutatnak. Inkább azt jelzik, hogy a figyelem, az információértelmezés, az önálló döntés, a párbeszéd és a társadalmi részvétel összefüggő területek. **A szakirodalmak alapján az ifjúsági munkában hat alapelv különösen fontos.**

**1. Valós helyzetekből induljunk ki.** A „túl sok képernyőidő”, „álhírek/dezinformáció” vagy „polarizáció” könnyen túl általános. Egy konkrét poszt, videó, vita vagy döntési dilemma személyessé és gyakorolhatóvá teszi a témát.

**2. A médiaműveltség legyen gyakorlat.** A forrásellenőrzés, több forrás összevetése és az oldalirányú ellenőrzés (lateral reading) nem egyszeri szabálylista, hanem ismételten gyakorolható döntési folyamat.

**3. A saját bizonyosságunkat is vizsgáljuk.** A kritikai gondolkodás nem csak mások állításainak hibakeresése. Fontos kérdés: „Mi változtatná meg a véleményedet?”

**4. A nézetkülönbséghez adjunk struktúrát.** A meghallgatás, perspektívaátváltás, tény és érték elkülönítése, valamint közös döntés tanulható – de biztonságos, jól facilitált helyzet kell hozzá.

**5. A fiatal legyen döntéshozó partner.** A részvétel hitelességéhez látszania kell, mi történt a fiatalok visszajelzésével: jelzés → mérlegelés → döntés → látható változás. A Council of Europe és a SALTO aktuális keretei is a fiatalok érdemi döntési befolyását hangsúlyozzák (Council of Europe, 2025; SALTO Participation & Information, 2026).

**6. Az élményhez reflexió és alkalmazás kell.** Egy jó vita vagy szimuláció önmagában még nem tartós tanulás. A feldolgozás segít felismerni: mi történt, miért döntöttem így, és hol tudom ezt később használni. Egy 49 vizsgálatot és összesen 24 477, 12–20 éves résztvevőt összegző kutatásban a reflexióval kísért közösségi szolgálati programok összességében kedvezőbb eredményeket mutattak, mint a reflexió nélküli programok (van Goethem et al., 2014).



**Valós dilemmákból induljunk, gyakoroltassuk az ellenőrzést, tegyük vizsgálhatóvá a saját bizonyosságunkat is, teremtsünk struktúrát a nézetkülönbséghez, adjunk valódi döntési teret a fiataloknak, és mindig segítsük az élmények tudatos feldolgozását.**



# Záró gondolatok

A digitális környezet ma már nem különálló „online világ”, hanem annak a társadalmi térnek a része, amelyben a fiatalok információt keresnek, kapcsolatokat alakítanak, véleményt formálnak és döntéseket hoznak. Éppen ezért a kérdés sem az, hogyan lehet őket egyszerűen távol tartani ettől a tértől, hanem az, hogyan tudnak benne tudatosabban, önállóbban és kritikusabban jelen lenni.

Kutatásunkból az rajzolódik ki, hogy a figyelem, az információértékelés, a saját álláspont felülvizsgálatának képessége, a más nézőpontokkal való találkozás és a részvétel nem különálló témák. Egyetlen folyamat részei: hogyan értjük meg, ami körülöttünk történik, hogyan döntjük el, miben bízunk, hogyan kapcsolódunk másokhoz, és mit kezdünk mindezzel a gyakorlatban.

A fiatalok támogatása ezért nem elsősorban több információt vagy több tiltást jelent. Sokkal inkább olyan tanulási helyzetek megteremtését, amelyekben lehet megállni, kérdezni, ellenőrizni, kételkedni, meghallgatni, dönteni és – amikor fontosnak érezzük – cselekedni. Ez talán az egyik legfontosabb kompetencia a digitális világban.

*Készült az Érted Egyesület szakmai gondozásában.*

Eger, 2026



**ÉRTED**  
EGYESÜLET

# ***Forrásjegyzék***

- Council of Europe. Reference Framework of Competences for Democratic Culture (RFCDC) – Model of Competences. <https://www.coe.int/en/web/reference-framework-of-competences-for-democratic-culture/model>
- Council of Europe (2025). Reference Framework on a Youth Perspective (adopted October 2025). <https://www.coe.int/en/web/youth/youth-perspective>
- Council of Europe (2026). Adopted! The European Charter on the Participation of Young People in Local and Regional Life, <https://www.coe.int/en/web/youth/-/adopted-the-european-charter-on-the-participation-of-young-people-in-local-and-regional-life>
- Council of Europe / REM (2026). Media User Preferences in Serbia. [https://pjp-eu.coe.int/documents/41781496/0/Report%2Bon%2Bmedia%2Bservice%2Buser%2Bpreferences%2Bin%2BSerbia%2BENG\\_Final\\_11%2BFeb%2B2026.pdf/675cc1cb-febd-8a51-7b7d-b010d8ab2e13?t=1772103389126](https://pjp-eu.coe.int/documents/41781496/0/Report%2Bon%2Bmedia%2Bservice%2Buser%2Bpreferences%2Bin%2BSerbia%2BENG_Final_11%2BFeb%2B2026.pdf/675cc1cb-febd-8a51-7b7d-b010d8ab2e13?t=1772103389126)
- European Commission (2024). Flash Eurobarometer 545: Youth and Democracy. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/677571>
- European Parliament (2025). Cost of living and environment are the main concerns of young people in the EU – Youth Survey. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20250210IPR26795>
- Eurostat (2024). 36% of young people in the EU verified online content. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240529-3>
- Eurostat (2026). 89% of 16–29-year-olds used social media in 2025. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20260409-1>
- Fendt, M., Muth, X., & Edelsbrunner, P. A. (2025). Judging a text by its author – A meta-analysis of interventions to foster source credibility assessment. *Learning and Individual Differences*, 124, 102782. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2025.102782>
- Hartke, L., Gugssa, S. D., & Cohrs, J. C. (2026). The Art of Being Wrong: A Systematic Review and Integrative Model for Promoting Intellectual Humility. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 36(4), e70297. <https://doi.org/10.1002/casp.70297>
- Hartmann, D., Wang, S. M., Pohlmann, L., et al. (2025). A systematic review of echo chamber research: comparative analysis of conceptualizations, operationalizations, and varying outcomes. *Journal of Computational Social Science*, 8, 52. <https://doi.org/10.1007/s42001-025-00381-z>
- Jerome, L., Hyder, F., Hilal, Y., & Kisby, B. (2024). A systematic literature review of research examining the impact of citizenship education on active citizenship outcomes. *Review of Education*, 12(2), e3472. <https://doi.org/10.1002/rev3.3472>
- Kong, F., Meng, S., Deng, H., Wang, M., & Sun, X. (2023). Cognitive Control in Adolescents and Young Adults with Media Multitasking Experience: a Three-Level Meta-analysis. *Educational Psychology Review*, 35, 22. <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09746-0>
- Lu, C., Hu, B., Bao, M.-M., Wang, C., Bi, C., & Ju, X.-D. (2024). Can Media Literacy Intervention Improve Fake News Credibility Assessment? A Meta-Analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(4), 240–252. <https://doi.org/10.1089/cyber.2023.0324>



Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (2025). Hírfogyasztási klaszterek és véleménybuborékok a médiatérben.

[https://nmhh.hu/cikk/252143/Hirfogyasztasi\\_klaszterek\\_es\\_velemenybuborekok\\_a\\_mediaterben](https://nmhh.hu/cikk/252143/Hirfogyasztasi_klaszterek_es_velemenybuborekok_a_mediaterben)

Nyhan, B., Settle, J., Thorson, E., et al. (2023). Like-minded sources on Facebook are prevalent but not polarizing. *Nature*, 620, 137–144. <https://doi.org/10.1038/s41586-023-06297-w>

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2022). Accuracy prompts are a replicable and generalizable approach for reducing the spread of misinformation. *Nature Communications*, 13, 2333.

<https://doi.org/10.1038/s41467-022-30073-5>

Pereira da Costa, L., Bierwaczzonek, K., & Bianchi, M. (2024). Does Digital Intergroup Contact Reduce Prejudice? A Meta-Analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(7), 440–451.

<https://doi.org/10.1089/cyber.2023.0591>

Romanian Government (2024). Strategia Națională pentru Tineret 2024–2027.

<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/283754>

SALTO Participation & Information (2026). Quality Standards for Meaningful Youth Participation in Democratic Life. <https://participationpool.eu/resource/quality-standards-for-meaningful-youth-participation/>

Serbian Ministry of Tourism and Youth (2026). Action Plan 2026–2028 for implementation of the Youth Strategy 2023–2030 – adoption notice, 9 July 2026. <https://www.mto.gov.rs/vest/sr/16111/usvojen-akcioni-plan-za-period-od-2026-do-2028-godine-za-sprovodjenje-strategije-za-mlade-u-republici-srbiji-za-period-od-2023-do-2030-godine.php>

UNDP (2025). Unlocking the Potential of Youth in Ukraine – Based on reSCORE Ukraine 2024.

<https://www.undp.org/ukraine/publications/unlocking-potential-youth-ukraine>

UNICEF Serbia (2025). A Situational Analysis of the Rights and Wellbeing of Children and Adolescents in Serbia. <https://www.unicef.org/serbia/en/reports/a-situational-analysis-of-the-rights-and-wellbeing-of-children-and-adloescents-in-serbia>

van Goethem, A., van Hoof, A., Orobio de Castro, B., Van Aken, M., & Hart, D. (2014). The role of reflection in the effects of community service on adolescent development: a meta-analysis. *Child Development*, 85(6), 2114–2130. <https://doi.org/10.1111/cdev.12274>

Érted Egyesület (2026). Fiatalok a digitális világban – kérdőíves felmérés, N=32, Magyarország–Románia–Szerbia–Ukrajna.

