

Univerza v Ljubljani  
FAKULTETA ZA SOCIALNO DELO

Tjaša Rozman

**VPLIV SOCIALNIH MEDIJEV NA PREŽIVLJANJE PROSTEGA  
ČASA MLADIH**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016



Univerza v Ljubljani  
FAKULTETA ZA SOCIALNO DELO

Tjaša Rozman

**VPLIV SOCIALNIH MEDIJEV NA PREŽIVLJANJE PROSTEGA  
ČASA MLADIH**

Magistrsko delo

Mentor: doc. dr. Milko Poštrak

Ljubljana, 2016

## **ZAHVALA**

Zahvaljujem se mentorju doc. dr. Milku Poštraku za vso pomoč in razumevanje pri izdelavi magistrskega dela.

Zahvalila bi se tudi lektorici Kaji Otovič za natančno in hitro lektoriranje.

## **POVZETEK**

Magistrsko delo obravnava vpliv socialnih medijev na preživljanje prostega časa mladih. Tema je zanimiva, ker je aktualna in ker socialna družbena omrežja v današnjem času predstavljajo pogrešljivi del vsakega mladostnika. Uporaba le-teh je v nekaterih primerih celo prekomerna, kar so prikazali tudi rezultati raziskave.

Spletni socialni portali so postali še bolj dostopni z nadgradnjo mobilne tehnologije. Pametni telefon, ki ga ima danes skoraj vsak posameznik, ima naložene aplikacije, preko katerih je dostop do socialnih spletnih omrežij zelo preprost. Če aplikacije niso naložene, se jih lahko brezplačno pridobi v spletni trgovini, ki je tovarniško naložena na pametni telefon (v obliki aplikacije). Tako imajo mladi dostop do spletnih socialnih omrežij kjerkoli in kadarkoli. Na račun stalne prisotnosti mladih na socialnih spletnih omrežjih pa pešajo ostala področja, kot so šola, interesne dejavnosti in podobno.

Ker smo izpostavljeni problem želeli celovito proučiti, smo uporabili triangulacijo podatkov, kar pomeni, da smo uporabili čim več različnih virov podatkov. Zato smo izvedli kvantitativno raziskavo s pomočjo vprašalnika in kvalitativno raziskavo z voden diskusijo v fokusnih skupinah.

Ker s kvantitativno raziskavo nismo pridobili veliko podatkov, koliko prostega časa mladi dejansko namenijo preživljanju na internetu in spletnih socialnih omrežjih, smo izvedli še kvalitativno raziskavo, kjer smo z osmimi mladimi vodili diskusijo v obliki fokusne skupine. Ugotovili smo, da mladim spletna socialna omrežja predstavljajo obveznost, ki je pogrešljiva in skoraj življenjskega pomena. Prosti čas in preživljanje le-tega nista v enaki obliki, kot sta bila nekoč. Tudi ko se mladi ukvarjajo s športom, vedno objavljajo svoje slike in dogajanja na spletnem socialnem omrežju, kar je precej preprosto, saj imajo skoraj vsi pametne telefone.

Seveda je tudi pomembno, da nekaj prostega časa mladostniki preživijo na internetu in socialnih omrežjih, saj si na ta način lahko naredijo mrežo prijateljev, ki jim bo v kasnejšem življenju prišla prav. Morajo poiskati pravo ravnotežje med odgovorno in prekomerno spletno uporabo.

## **KLJUČNE BESEDE**

Spletna socialna omrežja, mladi, odgovornost, učenje, prosti čas.

## **ABSTRACT**

Master's thesis examines the impact of social media on the leisure time of young people. The topic is interesting because it is actual and because social networks today represents the expendable part of every young person. In some cases use of social media is even excessive, which is also shown in the results of the research.

Online social portals have become more accessible with the upgrade of mobile technology. On smartphone, which has now almost every individual, are installed applications through which access to online social networks is very easy. If applications are not imposed, they can be obtained free of charge at the online store, which is pre-loaded with the smartphone (in the form of application). Thus, young people have access to social networking sites anytime and anywhere. Due to the continuous presence of young people on social networking websites are exacerbated other areas, such as school, extracurricular activities, etc. We wanted to fully examine the exposed problem, so we used triangulation of data, which means that we used as many as possible different data sources. Therefore, we conducted a quantitative survey using a questionnaire and qualitative research with guided discussion in the focus groups.

Since we didn't gained a lot of data with the quantitative survey on how much free time young people spend on the Internet and online social networks, we performed a qualitative study with eight young people where we lead the discussion in the form of focus groups. We found that to young people online social networks represent a liability that is dispensable and almost vital. Free time of young people thereof isn't in the same form as it was once. Even when young people are involved in sport, they always publish their images and events on an online social network, which is quite easy, since almost all of them has smartphones. Of course, it is also important that some of their free time young people spend on the Internet and social networks. This way they can make a network of friends which they can use later in life. They must find the right balance between responsible and excessive online use.

## **KEY WORDS**

Online social networks, young people, responsibility, learning, leisure.

# KAZALO VSEBINE

<b>1</b>	<b>TEORETIČNI UVOD .....</b>	<b>1</b>
1.1	<b>Opredeleitev pojma mladi in identiteta posameznika .....</b>	<b>1</b>
1.1.1	Vprašanje identitete v obdobju mladostništva.....	3
1.1.2	Socialna izključenost.....	4
1.2	<b>Družbeni položaj mladih v sloveniji .....</b>	<b>6</b>
1.3	<b>Socialno omrežje.....</b>	<b>7</b>
1.3.1	Spletna socialna omrežja.....	8
1.4	<b>Mladi in spletna socialna omrežja .....</b>	<b>11</b>
1.5	<b>Mladi in prosti čas .....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>MLADI NA NETU .....</b>	<b>15</b>
<b>3</b>	<b>PROBLEM.....</b>	<b>23</b>
<b>4</b>	<b>METODOLOGIJA .....</b>	<b>24</b>
4.1	<b>Vrsta raziskave in spremenljivke.....</b>	<b>25</b>
4.2	<b>Merski instrumenti, viri in zbiranje podatkov .....</b>	<b>25</b>
4.3	<b>Populacija in vzorčenje.....</b>	<b>26</b>
4.4	<b>Obdelava in analiza podatkov .....</b>	<b>28</b>
<b>5</b>	<b>REZULTATI .....</b>	<b>30</b>
5.1	<b>Kvantitativna raziskava.....</b>	<b>30</b>
5.1.1	Preverjanje hipotez s kvantitativno metodo .....	40
5.2	<b>Kvalitativna raziskava .....</b>	<b>42</b>
5.2.1	Kategorija uporaba spletnih socialnih omrežij .....	42
5.2.2	Kategorija preživljanje prostega časa.....	43
5.2.3	Kategorija vpliv spletnih socialnih medijev na študij .....	44
5.2.4	Kategorija vpliv spletnih socialnih medijev na medsebojne odnose.....	44
5.2.5	Kategorija spoznavanje novih ljudi na spletu.....	45
5.2.6	Kategorija prednosti spletnih socialnih omrežij .....	46
5.2.7	Kategorija slabosti spletnih socialnih omrežij.....	47
5.2.8	Kategorija prihodnost prostega časa brez interneta.....	48
5.2.9	Preverjanje hipotez s kvalitativno povezavo .....	49
<b>6</b>	<b>RAZPRAVA IN SKLEPI .....</b>	<b>50</b>
<b>7</b>	<b>PREDLOGI.....</b>	<b>57</b>
	<b>UPORABLJENA LITERATURA .....</b>	<b>58</b>
	<b>PRILOGI.....</b>	<b>62</b>
	<b>Priloga 1: Vprašanja fokusne skupine .....</b>	<b>62</b>

## **KAZALO TABEL**

Tabela 1.1: Raba socialnih omrežij v Sloveniji, 2010.....	12
Tabela 2.1: Uporaba interneta v zadnjem mesecu.....	16
Tabela 2.2: Povprečno preživljanje časa na internetu.....	16
Tabela 2.3: Dostopnost interneta iz mobilnega telefona.....	17
Tabela 2.4: Najboljši uporabnik interneta doma.....	17
Tabela 2.5: Strinjanje z naslednjimi trditvami.....	19
Tabela 2.6: Pogostost uporabe spletnih socialnih omrežij v zadnjem mesecu.....	20
Tabela 2.7: Običajno početje mladostnika na spletnem socialnem omrežju.....	20
Tabela 2.8: Nezaželeni komentarji od kogarkoli na enega izmed naštetih načinov.....	21
Tabela 2.9: Reakcija na neprijeten in boleč komentar.....	21
Tabela 2.10: Srečanje z osebo, ki je bila spoznana preko spletnih socialnih omrežij.....	22
Tabela 4.1: Demografski podatki članov fokusne skupine.....	28
Tabela 5.1: Pogostost izvajanja aktivnosti v prostem času.....	30
Tabela 5.2: Preživljanje časa na internetu čez dan.....	31
Tabela 5.3: Dostopnost interneta preko mobilnega telefona.....	32
Tabela 5.4: Spletne aktivnosti.....	33
Tabela 5.5: Povezanost med trditvami in starostjo anketirancev.....	34
Tabela 5.6: Pogostost uporabe spletnih socialnih omrežij.....	35
Tabela 5.7: Ustvarjanje lažnega profila.....	36
Tabela 5.8: Opisna statistika glede na spol.....	37
Tabela 5.9: Primerjava med spremenljivkama »način študija« in »navezovanje stikov preko spletnih socialnih omrežij«.....	39
Tabela 5.10: Primerjava med spremenljivkama »starost« in »srečanje z osebo, ki ste jo spoznali preko socialnih spletnih omrežij«.....	39
Tabela 5.11: Vzpostavljjanje stika s simpatijo.....	39
Tabela 5.12: Uporaba socialnih omrežij glede na smer izobrazbe.....	40
Tabela 5.13: Primerjava med spremenljivkama »smer izobrazbe« in »iskane vsebine preko spletnih omrežij«.....	41
Tabela 5.14: Povezava med spremenljivkama »vzpostavljjanje stika z nasprotnim spolom« in »početjem anketirancev na socialnem omrežju«.....	41

Tabela 5.15: Uporaba spletnih socialnih omrežij .....	42
Tabela 5.16: Preživljanje prostega časa.....	43
Tabela 5.17: Vpliv spletnih medijev na študij.....	44
Tabela 5.18: Vpliv spletnih socialnih medijev na medsebojne odnose.....	45
Tabela 5.19: Spoznavanje novih ljudi na spletu .....	45
Tabela 5.20: Prednosti spletno socialnih omrežij .....	46
Tabela 5.21: Slabosti spletno socialnih omrežij .....	47
Tabela 5.22: Prihodnost prostega časa brez interneta.....	48

## **KAZALO SLIK**

Slika 2.1: Spletne aktivnosti in njihova pogostost uporabe.....	18
Slika 4.1: Spol .....	27
Slika 4.2: Starost.....	27
Slika 4.3: Smer izobraževanja .....	28
Slika 5.1: Kako pogosto ste v zadnjem mesecu od kjerkoli uporabljali internet?.....	31
Slika 5.2: Kdo je pri vas doma najboljši pri uporabi interneta? .....	32
Slika 5.3: Če uporabljate internet tudi za spremljanje socialnih omrežij, na katerih socialnih omrežjih ste registrirani? .....	35
Slika 5.4: Kaj običajno počnete na spletnem socialnem omrežju?.....	36
Slika 5.5: Zakaj ste ustvarili lažen profil? .....	37
Slika 5.6: Ali ste že kadarkoli dobili nezaželene neprijetne komentarje od kogarkoli na katerega izmed naslednjih načinov? .....	38
Slika 5.7: Kaj ste storili, ko se vam je to zgodilo oziroma kaj bi storili, če bi se vam to zgodilo? .....	38

# 1 TEORETIČNI UVOD

Spletna socialna omrežja so v današnjem življenju za mladostnike skorajda že eksistenčnega pomena. Med mladimi lahko rečemo, da je izredno malo posameznikov, ki nimajo pametnega telefona, na njem pa so aplikacije spletnih socialnih omrežij, kot so Facebook, Viber, Instagram, Snapchat ipd. Za koriščenje teh aplikacij niti ne potrebujejo več prostega časa, temveč med malico oziroma odmorom med predavanji lahko kadarkoli preverijo, kaj se na spletu dogaja. Tudi če se dobijo in se družijo v realnem življenju, večinoma brez virtualnega življenja ne morejo, saj tudi če jim vzame samo minuto, morajo preveriti, kaj se dogaja na spletnih socialnih omrežjih.

V magistrski nalogi smo se osredotočili na vpliv socialnih medijev na preživljanje prostega časa mladih. Poiskali smo nekaj raziskav, ki so bile izvedene že v preteklosti, in rezultate predstavili v teoretičnem uvodu. V raziskovalnem delu smo predstavili rezultate naše raziskave. Podatke smo statistično obdelali v programu SPSS 22.0 ter jih primerjali s podatki prejšnjih raziskav.

Pred začetkom raziskovanja pa smo si postavili nekaj raziskovalnih vprašanj in hipotez, ki so predstavljene v poglavju metodologija.

## 1.1 OPREDELITEV POJMA MLADI IN IDENTITETA POSAMEZNIKA

Razvojna psihologija mladostništvo ali adolescenco opredeljuje kot razvojno obdobje, ki se začne konec otroštva (med 11. in 12. letom) in konča na začetku zgodnje odraslosti (med 22. in 24. letom). Spodnja meja starosti se začne s puberteto in je ni težko določiti, za zgornjo mejo pa imajo različne stroke različna merila, zato jo je težje začrtati. Za določitev zgornje meje upoštevamo naslednja merila (Zupančič, 2005: 572):

- sociološko (ko se zaključi obdobje, kjer ima posameznik neopredeljeno socialno vlogo),
- pravno legalno (v Sloveniji 18 let),
- ekonomsko (samostojnost in ekonomska neodvisnost od družine),
- psihološko (doseganje čustvene, spoznavne, moralne in socialne zrelosti).

Meje mladostništva so se z razvojem sodobne družbe postopno pomikale navzgor, meje med odraslostjo in mladostništvom pa so postajale vedno bolj nevidne. Da je meja tako ohlapna,

so krive tudi individualne razlike med posamezniki ter njihovo doseganje psihološke zrelosti, ekonomske neodvisnosti ipd. (Zupančič, 2005: 573).

Hall je leta 1904 prvi opredelil adolescenco v svojih raziskovanjih mladostništva. Ugotovil je, da so za mladostniško obdobje značilni stres, upori in vihravost. Čeprav so se dogajale družbene spremembe, se je razmeroma dolgo obdržalo to pojmovanje (Poljšak Škraban, 2004: 89).

Večina literature na temo adolescenca je do leta 1960 izhajala iz psihoanalitične teorije in raziskovanj, narejenih v okvirih klinične psihologije in psihiatrije, na določenem vzorcu mladostnikov z določenimi težavami. Po letu 1960 pa so bile vidne spremembe in kasnejše raziskave o adolescenci so bile izvedene na splošni populaciji. Coleman in Hendry sta ovrgla Hallove trditve in ugotovila, da ima le manjšina mladostnikov uporno, nasilno vedenje z zavračanjem norm, kar sta navedla kot posledico drugih dejavnikov (npr. odnosov v družini) in ne posledico adolescence. Krizna obdobja pa so lahko povzročena tudi zaradi slabih socialnih in družbenih razmer (Poljšak Škraban, 2004: 91).

Havinghurst (po Zupančič, 2005: 578) je navedel osem razvojnih nalog, ki bi jih moral mladostnik razrešiti v obdobju odraščanja, da bi se razvijal optimalno. Te naloge so:

- čustvena osamosvojitve od družine in ostalih odraslih,
- prilagoditev telesnim spremembam,
- oblikovanje socialne spolne vloge,
- razvijanje socialno odgovornega vedenja,
- oblikovanje novih in stabilnih odnosov z vrstniki,
- priprava na poklicno delo,
- priprava na zvezo in družino in
- oblikovanje vrednostne usmeritve.

Conger pravi (po Zupančič, 2005: 580), da mladostnik s sprejemanjem in udejanjenjem teh nalog postopno razvija svoje življenje, dobiva lastna prepričanja, standarde in vrednote, ki mu bodo vodilo v prihodnosti. Na podlagi te usmeritve smiselno sprejema odločitve ter dosledno deluje tudi v hitro spreminjajočem se in raznolikem okolju.

Mead (1934 v Poštrak, 2015) opredeljuje človeka kot biološki organizem, ki mu druženje z drugimi predstavlja primarno potrebo. Ne priznava podzavesti in nezavednega kot na primer Freud. Identiteto posameznika oziroma »družbeni jaz« je označil kot del osebnosti, ki ga

posameznik zgradi z vsrkavanjem vsega tistega, kar je deležen od drugih v procesu socializacije. To so predvsem običaji, pravila, navade, morala ter strategija ravnanja in preživetja. Osebni jaz pa je opredelil kot delujoči del naše osebe, ki podatke in zalogo znanja utemelji. Meadova oseba je torej neodvisna, se sama odloča in sama reflektira ter utemeljuje svoje ravnanje, vendar v okviru, ki so ga načrtali pomembni predhodniki.

Mead (1934 v Poštrak, 2015) loči dve fazi socializacije. Prva faza je igra (ang. Play), ki je pred vznikom osebnega jaza, druga faza pa je organizirana igra (game) in nastane po osebnem jazu. V prvi fazi osebni jaz kot nosilec samozavedanja še ni vzpostavljen v celoti, posameznik še nima izražene vrednosti o sebi ali drugih, o svoji vlogi in mestu v skupnosti in o vlogi drugih v skupnosti. V drugi fazi posameznik svoje počutje že izraža. V tej fazi je torej neodvisen ali delno neodvisen pri sprejemanju odločitev, predvsem pri strategiji preživetja. Spoznava pravila družbenega ravnanja in se vedno bolj vključuje v družbeno življenje, ki ga poenostavljeno opredeljujejo kot celota organiziranih iger.

Meadov koncept pa pomaga tudi pri razumevanju mladih in njihovih različnih odzivov v precej podobnih okoliščinah. Vključiti je potrebno tudi vidik samodejavnosti, ki posameznika ne predstavlja samo kot pasivno osebo z zunanjimi dejavniki, temveč tudi s ponotranjenimi. Samodejavnost je vezana na koncept Meadovega osebnega ali delujočega jaza, na to pa sta še vezana Meadova koncepta dednosti in okolja (Poštrak, 2015).

Znaniecki, Thomas in Makarovič so opredelili idealne tipe osebnosti (Poštrak, 2015):

- Filister – tukaj je v ospredju družbeni jaz. Posameznik brez nasprotovanja sprejme koncepte dane družbe. Pozna pravila, jih sprejme in jih ne spreminja.
- Boem – je analitski tip, kje je v ospredju osebni ali delujoči jaz. Mišljenje je pri tem primeru osebnosti nejasno. Posameznik ne pozna pravil oziroma jih ne spoštuje, četudi jih pozna.
- Kreativni posameznik – pri tem tipu osebnosti je vzpostavljeno svojevrstno ravnovesje med družbenim in osebnim jazom. Mišljenje je ustvarjalno. Posameznik pozna pravila, vendar jih spreminja, če so neustrezna.

### **1.1.1 Vprašanje identitete v obdobju mladostništva**

Že v prvem letu po rojstvu se začnejo razvijati določeni deli identitete, vendar pa je v mladostništvu izrazit in značilen razvoj identitete ter tudi z njim povezana kriza identitete.

Razvoj identitete je ključna razvojna naloga in vključuje večino razvojnih nalog, ki jih je prvotno navedel Havighurst (Zupančič, 2005: 583). Pomembno je, da se otroci zgodaj poistovetijo s pomembnimi osebami, nalogami in vlogami, ker to vpliva na razvoj posameznih delov identitete. Identiteta se ne oblikuje nenadno iz nič, ampak na podlagi delov iz otroštva, ki jih mladostniki v procesu iskanja samih sebe velikokrat tudi zanikajo, nekatere dele preoblikujejo, nekatere obdržijo in dodajo nova prepričanja (Zupančič, 2004: 586). Identiteta, ki se odraža v sprejemanju lastne individualnosti, še ni končno oblikovana in nespremenljiva, temveč s sprejemanjem sebe mladostnik doseže potencial za nadaljnje spreminjanje, dopolnjevanje in popravljanje identitete. Od obvladovanja identitetne krize v mladostništvu pa je v veliki meri odvisna sposobnost ponovnega opredeljevanja identitete, ki nastane zaradi sprememb posameznika v družbeni vlogi (Zupančič, 2005: 588).

Na vprašanje identitete v mladostništvu pa vplivajo tudi socializacijske teorije Meada (Mead 1934 v Poštrak, 2015) ter tip osebnosti mladostnika. Mladostnik je samorefleksirajoč in samozavedajoč posameznik, ki je samodejaven, čeprav je označen z obstoječim življenjskim kontekstom. Na stiske se lahko mladostnik odzove ustrezno ali neustrezno. Mladostniki, ki se na pritiske odzovejo ustrezno, potrebujejo pri tem le podporo in potrditev, tisti, ki se odzovejo neustrezno, pa pomoč. Pomoč mora biti široka, mladostnik je mora biti deležen tako v družini kot v šoli in drugje.

Ule (idr. 2000: 25, 62 v Poštrak, 2015) ugotavlja, da imajo vrstniške skupine in mladinske kulture vedno manj odločilno vlogo pri oblikovanju identitete v odraščanju. Zamenjane naj bi bile s pojavom medgeneracijskega zadrževanja in solidarnosti.

Mladostniki lahko sprejemajo pravila družbenega ravnanja, lahko jih kršijo, jih spreminjajo, ne vedo zanje in ustvarjajo svoja lastna pravila, upoštevajo pravila družine, ki so lahko v pozitivnem ali negativnem odnosu do pravil družbe (Poštrak, 2015).

Vsi mladostniki se iščejo in razni vplivi oblikujejo njihovo identiteto. Najpogosteje se čuti vpliv vrstnikov in trendov, ki jih narekuje družba.

### **1.1.2 Socialna izključenost**

Bourdieu (1984 v Poštrak, 2015) je opredelil koncept kapitalov, zaradi katerih se mladostnik lahko počuti socialno vključenega ali izključenega. Ti dejavniki so socialni, kulturni (objektiven kulturni kapital, institucionaliziran kulturni kapital, umetniški kulturni kapital,

personificiran kulturni kapital) in ekonomski (dohodki in premoženje). Dejavniki med odraščanjem lahko na mladostnika vplivajo pozitivno ali negativno. Lahko celo vodijo v prestopniško vedenje in mladostnik razvije svojo socialno mrežo v tako imenovanem mladostniškem gangu ali bandi (Poštrak, 2015).

V sodobnih družbah temelji družbeno vključevanje na podlagi ustvarjalne igre posameznika s pomočjo spletnih socialnih omrežij in vlog ter identitet, ki jih tam zavzema. Posameznik mobilizira osebnost, se poistoveti z lastnim delom, delovanjem in dejavnostjo. Razvija svojo strateško plat, s tem pa postaja bolj ranljiv, izpostavljen raznim spremembam in postane tudi bolj občutljiv na spremembe (Ule, 2000: 39).

Družbeno izključevanje temelji na oblikah revščine in novih izkušnjah, s tem ni mišljeno zgolj materialno pomanjkanje. Pojem opredeljuje predvsem pomanjkanje motivacije, volje, alternativ ter želja in predstav o drugačnem možnem življenju. Velikokrat ima ekonomsko ogroženi posameznik ogrožene tudi lastne socialne odnose, tako s posamezniki kot z institucijami, zaradi česar je vse bolj socialno izključen. Socialno vključenega posameznika in socialno izključenega posameznika povezujeta slabitev socialnih vlog in negotovost socialne in osebne identitete. Socialno izključen posameznik doživlja to kot izbiro med identitetnimi izgubami in nevarnostmi, medtem ko socialno vključen posameznik to doživlja kot izbiro med tveganji, ki lahko prinesejo ali izgubo ali dobiček (Ule, 2000: 39).

V današnji družbi, ki zahteva popolno in pozitivno samopodobo, emocionalno stabilnost, komunikacijske in jezikovne sposobnosti, znanje tujih jezikov, uporabo računalniških znanj in ostale sodobne tehnologije ter razgledanost, se lahko posameznik znajde v položaju, kjer občuti pomanjkanje naštetih lastnosti. Ne počuti se dovolj močnega, da bi se uprl družbenim pritiskom, zaradi česar lahko pade v individualno osebnostno krizo. Družba in kultura sta usmerjeni v izločanje posameznikov, ki niso prilagodljivi (Ule, 2000: 40).

Zaradi socialnega izključevanja so najbolj prizadeti prav mladi. Ker želijo ustrezati okolju in vrstnikom, se pogosto ob izključenosti ne počutijo dobro, velikokrat je posledica socialne izključenosti tudi kakšna duševna bolezen (npr. depresija ali anksioznost). Žal pa je večina družbe mladih usmerjena v nesprejemanje drugačnosti in izločanje le-te. Mladostnika socialna izključenost zaznamuje za celo življenje in morda pozneje v življenju ne zna navezati socialnega stika.

## 1.2 DRUŽBENI POLOŽAJ MLADIH V SLOVENIJI

V Sloveniji število mladih pada razmeroma hitro. Med raziskavama Mladina 2000 in Mladina 2010, med katerima je minilo deset let, se je število mladih zmanjšalo za 11 odstotkov, rezultati in napovedi pa nakazujejo, da se bo ta vrednost podvojila. Zaradi tega se bo v nekaj desetletjih obseg starejšega prebivalstva na enega mladega predvidoma potrojil. Polna družbena vključenost in aktiviranje potencialov mladih imata izreden pomen za dolgoročno stabilnost in razvoj slovenske družbe. Slovenija in tudi Evropa se bosta soočali s problemom delovne neaktivnosti, kar lahko pripišemo temu, da je v populaciji vedno manj delovno aktivnih mladih in vedno več starih in delovno neaktivnih (Mladina, 2010: 1).

Na podlagi raziskav je bilo ugotovljeno, da se je družbeni položaj mladih v zadnjem desetletju občutno poslabšal. To se predvsem kaže v visoki brezposelnosti, nestalni in manj kakovostni obliki zaposlovanja ter spremembah na področju osebnih razmerij. V življenju mladih posameznikov se povečuje negotovost, kar se posledično odraža s kasnejšim oblikovanjem lastne družine. Mladosti ne opredeljujejo več kot obdobje prehoda iz otroštva v odraslost z novo ustvarjeno družino in zanesljivo zaposlitvijo. Vzrok temu lahko pripišemo zadnjemu tridesetletju, ko so v razvitih zahodnih državah prehodi mladih na trg postajali vedno bolj nepredvidljivi in dolgotrajni (Mladina, 2010: 40).

Skupina mladih, v katero sodijo posamezniki stari od 15 do 29 let, se v sedanjem času odmika od oznake mladostnik kot družbeni status, saj mladi svoj družbeni status in družbeni položaj vedno bolj dojemajo kot prehod v obdobje odraslosti (Mladina, 2010: 44).

V Sloveniji se mladi zgodaj srečajo z obdobjem odraslosti, hkrati pa pozneje realizirajo prehode, kot so vzpostavitev ekonomske neodvisnosti, selitev iz domače hiše, ustvarjanje lastne družine. Mladi se znajdejo v čudnem položaju, kjer morajo hitro in dokaj zgodaj prevzeti odgovornost za svoje življenjske načrte ter morajo zato misliti kot odrasli, na drugi strani pa so zaradi dolgega šolanja zmanjšane možnosti za zaposlitev ter se na podlagi tega premaknejo ključni mejniki odraščanja v poznejša leta (Mladina, 2010: 47).

V veliki meri določa položaj mladih v Sloveniji kombinacija močne družinske podpore in dolga vključenost v izobraževalni sistem na eni strani, na drugi pa negotove razmere na trgu

dela. Zato ni nič čudnega, da se v primerjavi z ostalimi državami EU slovenska mladina najkasneje odseli od staršev (Mladina, 2010: 2).

Ukvarjanje z računalnikom je v prostem času, od vstopa v novo tisočletje, izrazito narastlo. Podatki raziskave kažejo, da je leta 2010 splet uporabljalo skoraj vsak dan 82 odstotkov mladih v Sloveniji, kar je v primerjavi z EU nad povprečjem. (Mladina 2010: 228). Leta 2012 je do spleta imelo dostop 76 % gospodinjstev. Slovenska mladina je leta 2010 povprečno uporabljala internet 2,37 ur na dan, v letu 2013 pa je uporaba narastla na 3,94 ure, kar močno poveča uporabo spleta. Raziskava iz leta 2013 kaže, da 44,5 odstotkov mladine pogosto uporablja splet (Mladina, 2013: 12).

S starostjo se povečuje delež uporabnikov interneta. Pri mladostnikih starih od 15 do 19 let je bila dnevna uporaba najvišja. 67 % otrok in mladih navaja, da imajo preko mobilnega telefona dostop do interneta. Mladi in otroci, ki so spletno aktivni, najpogosteje uporabljajo spletne strani za socialna omrežja, ki jih dnevno obišče kar 42 % vseh anketirancev, vsaj nekajkrat tedensko pa skupno šestdeset odstotkov. Gledanje zabavnih slik in video vsebin je tudi pogosto, 57 % mladih to počne vsaj nekajkrat tedensko. 51 % jih vsaj nekajkrat na teden uporablja takojšnje sporočanje. Spletno nakupovanje je pri otrocih in mladih najmanj pogosto (52 % jih ne nakupuje), prav tako jih veliko (63 %) nikoli ne izdelava spletne strani ali bloga (Lobe in Muha, 2011: 4).

Komunikacija s prijatelji in ostalimi je dejavnost, ki jo mladi na spletu najpogosteje počnejo (86 %), tik za tem pa je uporaba spletnih socialnih omrežij (85 %) (Lobe in Muha, 2011: 12).

Povzamem lahko, da imajo mladi v družbi v današnjem času težji položaj, kot so ga imeli deset let nazaj. Uporaba spleta je močno narastla, s tem pa tudi uporaba spletnih socialnih omrežij.

### **1.3 SOCIALNO OMREŽJE**

Iglič pravi (2001: 170), da so socialna omrežja relativno stabilne vezi, ki jih posameznik vzdržuje s socialnim okoljem, v katerem se giblje. Socialno omrežje je lahko sestavljeno iz skupine posameznikov, ki so med seboj povezani na podlagi različnih socialnih ravni (družine, prijateljev, delovnega razmerja idr.). Socialno mrežo je antropolog Barnes definiral

kot niz točk, ki jih povezujejo črte. Ljudje predstavljajo pike, črte pa nakazujejo, kako le-te povezujejo ljudi (SOS Web Marketing).

Socialno omrežje je opredeljeno tudi kot razvejana in dinamična družbena struktura, ki je sestavljena iz vozlišč (ta vozlišča predstavljajo posamezniki) in so povezana na podlagi določenih tipov medsebojne odvisnosti, kar lahko predstavlja prijateljstvo, vrednote, ideje ipd. Posamezni član omrežja pa določa vrednost omrežja s potencialno uporabnostjo (Lenarčič, 2010: 121).

Termin socialno omrežje se v današnjem svetu lahko uporablja na dva načina. Tradicionalni pomen socialnega omrežja je vrsta posameznikov, ki jih medsebojno povezuje nek odnos (delo, prijateljstvo, družina ipd.) in si delijo skupna zanimanja. V današnjem času pa osebni stik nima več take relevantnosti, saj preko spletnih socialnih omrežij ohranjamo svojo socialno mrežo in odnose. Velik vzpon za izraz socialno omrežje je prišel s pojavom nove napredne tehnologije ter z nastankom spletnih socialnih omrežij (Facebook, Twitter, MySpace itd.). Drugi način rabe termina socialno omrežje je za označevanje spletnih strani, ki oblikujejo virtualne socialne mreže.

### **1.3.1 Spletna socialna omrežja**

V angleškem jeziku je izraz *social network* izraz za spletno socialno omrežje. V slovenskem jeziku spletno socialno omrežje označujejo naslednji izrazi: spletne mreže, spletno socialno omrežje, spletna socialna skupnost, družbeno omrežje, družbene spletne strani ipd. V nadaljevanju je uporabljen izraz spletno socialno omrežje (Peršič, 2012).

Pod pojmom spletno socialno omrežje zajamemo širok obseg pomena, to pomeni, da zajamemo skoraj vsako spletno stran, kjer obstaja možnost komuniciranja med posamezniki in kjer se lahko navezujejo novi stiki. Tako med socialne mreže lahko štejemo različne bloge, portale za objavo slik, spletne storitve ipd., pojem spletna socialna omrežja pa najpogosteje opredeljuje spletne storitve, s katerimi se pridobiva oziroma širi socialni kapital ljudi (socialne mreže na spletu) in posameznika vključuje v družbena omrežja in vezi (Adam in drugi, 2008: 1).

Spletno socialno omrežje pa je definirano tudi kot spletne storitve, ki posamezniku omogočajo izgradnjo javnega ali delno javnega profila znotraj spletnega socialnega omrežja,

oblikovanje seznama drugih ljudi, s katerimi posameznik želi biti v stiku in vpogled v lasten seznam stikov (Boyd in Ellison, 2007: 211).

Skupine ljudi, ki so na kakršen koli način povezane med seboj, tvorijo socialno omrežje. Termin *Social Network* se danes uporablja za označevanje orodja, s katerim se ustvarjajo in vzdržujejo virtualna omrežja in spletne skupnosti (Boyd in Ellison, 2007: 211). Uporabniki spletnih socialnih omrežij lahko upravljajo in krepijo obstoječa prijateljstva kar preko spleta, obenem pa lahko širijo svojo mrežo stikov (Lupo in drugi, 2011: 102).

Družbeni mediji imajo nekaj skupnih lastnosti (Bradley, 2010):

- Sodelovanje – družbeni mediji spodbujajo sodelovanje in ustvarjanje prispevkov ter hkrati odzive nanje od vseh sodelujočih. Mejo med mediji in občinstvom brišejo tako, da pasivne uporabnike spreminjajo v aktivne na način, da uporabniki niso več samo porabniki vsebin, ampak tudi ustvarjalci.
- Odprtost – družbeni mediji so v večini odprti za sodelovanje občinstva in sprejemajo njihov odziv na ustvarjene vsebine. Spodbuja se deljenje informacij med uporabniki in komentiranje vsebin. Večinoma vsebine niso zaščitene z gesli in jih uporabniki lahko prosto delijo.
- Komunikacijo – tradicionalni mediji komunicirajo enosmerno tako, da posredujejo vsebine občinstvu. Družbeni mediji pa dajejo prednost dvosmernemu komuniciranju med občinstvom in mediji. Pogovori so interaktivni in v njih je vključenih veliko posameznikov, zaradi povratnih informacij pa mediji lažje oblikujejo ciljno skupino in tako prilagajajo vsebino za javnost. Uporabniki dobijo občutek, da soustvarjajo vsebine.
- Skupnost – zaradi družbenih omrežij je omogočeno hitro oblikovanje skupnosti in učinkovito komuniciranje med njimi. Skupni interesi povezujejo skupne interese (npr. glasbo, fotografijo, potovanja ipd.).
- Povezanost – družbeni mediji uspevajo ravno zaradi njihove povezanosti. Povezave so omogočene do drugih spletnih virov, ljudi in spletnih strani. Če so dodane hiperpovezave v besedilo, so vsebine še bolj poglobljeno predstavljene in iz več perspektiv.
- Večpredstavnost – družbeni mediji predstavljajo vsebine na različne načine, najpogosteje skozi fotografije, besedilo, video in avdio material. Ker so različni formati združeni, so informacije bolj zanimive, uporabniki pa si jih lažje zapomnijo.

H gornjim šestim lastnostim pa je Bradley (2010) kasneje dodal še tri, ki se mu zdijo relevantne za družbene medije:

- Transparentnost – pomeni, da so uporabniki seznanjeni s sodelovanjem drugih uporabnikov v skupnosti. Lahko pogledajo, uporabljajo, kritizirajo, ocenjujejo, potrjujejo prisotnost prispevkov, ki so jim na voljo.
- Nevidnost – vsi uporabniki so pri sodelovanju v družbenih medijih popolnoma samostojni in neodvisni od drugih uporabnikov. Lahko sodelujejo med seboj kadarkoli in kjerkoli. Sodelovanje v družbenih medijih ne zahteva strogega nadzora nad prispevki, tudi usklajevanje uporabnikov ni potrebno.
- Nepredvidljivost – načrta sodelovanja in odzivanja med uporabniki v družbenih medijih ni možno predvideti, nadzirati ali optimizirati, kot to lahko naredimo s tradicionalnimi mediji.

Zasnova spletnih socialnih omrežij je preprosta, da z uporabo nihče nima težav. Uporabnik si mora ob prvem prihodu na določeno spletno socialno omrežje ustvariti profil, kjer opredeli svoje podatke, doda lahko tudi fotografijo, odvisno, ali želi javen profil in kaj želi s profilom razkriti. Na spletnih socialnih omrežjih lahko posameznik nato izbira prijatelje in znance, ki imajo na istem spletnem omrežju ustvarjen svoj profil. Z izbiranjem prijateljev začne graditi svojo socialno mrežo prijateljev. Na socialnem spletnem omrežju imajo nato vpogled, kaj ljudje počnejo in posameznik morda ne čuti več potrebe po srečanju v živo, saj vse prijatelje lahko opazuje na socialnem spletnem omrežju (Crnović, 2007: 39).

Na svetu je najbolj priljubljeno spletno socialno omrežje Facebook, ki ima že več kot 845 milijonov uporabnikov, v Sloveniji jih je okoli 700.000, kar predstavlja 35 odstotkov celotne populacije. Več kot polovico uporabnikov je starih od 18 do 34 let, zato je omrežje zelo dobro za prodajo izdelkov in storitev, ki so osredotočeni na to populacijo. Drugo najbolj priljubljeno spletno socialno omrežje je Twitter, ki ima na svetu 140 milijonov uporabnikov, kar je veliko manj, kot jih ima Facebook. Google+ ima 170 milijonov svetovnih uporabnikov, torej več kot Twitter, vendar so ti uporabniki precej neaktivni, zato je Twitter še vedno bolj priljubljen. Tumblr je mikro blogerska platforma, kjer lahko uporabniki objavljajo razne vsebine. Omrežje ima po svetu okoli 46 milijonov uporabnikov. LinkedIn pa je največje svetovno poslovno omrežje in ima več kot 160 milijonov uporabnikov. To omrežje je namenjeno izključno za poslovne uporabnike in se zato razlikuje od ostalih

omrežij. Obstajajo še druga spletna socialna omrežja, kjer uporabniki delijo fotografije, posnetke, objave, drugi uporabniki pa jih lahko komentirajo, vzpostavijo pogovor (Instagram, Snapchat), na nekaterih omrežjih lahko celo vzpostavijo telefonski pogovor (Viber, Wassap) (Lavtar, 2012).

### 1.3.2 Medosebni odnosi na socialnih spletnih omrežjih

Ule (2009: 316) pravi, da so odnos med dvema ali več osebami medosebni odnosi. Za medosebne odnose je značilna dolgotrajna soodvisnost. Medosebne odnose lahko opredelimo kot dogajanja in strukturo, ki izhajajo iz vsakodnevnih sodelujočih situacij in komuniciranja, ki odnose vzpostavlja in potrjuje. Na ozadju socialnih odnosov poteka vsak komunikacijski proces, nasprotno pa velja tudi, da socialni odnos ne le obstaja, temveč tudi poteka. Poteka kot komunikacijski tok, kjer se udeleženci medsebojno predstavljajo, predstavljajo svoja videnja in medsebojne odnose. Spletna socialna omrežja brišejo ostro mejo med prijateljem in neprijateljem s tem, da zmanjšujejo raznolikost med medosebnimi odnosi. Spletne prijatelje dodajamo dvosmerno tako, da osebi, ki jo želimo dodati med spletne prijatelje, pošljemo prošnjo za prijateljstvo, nato pa čakamo na njeno odločitev, ali bo prošnjo sprejela ali ne. Prijatelj v virtualnem svetu nima enakega pomena, kot jo ima prijatelj v realnem svetu. V virtualnem spletu označimo z besedo prijatelj vse, ki so z nami v stiku in ni pomembno, ali osebo sploh poznamo.

## 1.4 MLADI IN SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA

V Sloveniji 74 odstotkov mladih med osmim in dvanajstim letom uporablja spletna socialna omrežja, vsakodnevno je v Sloveniji kar 42 odstotkov uporabnikov (Petkovič, 2010). Mladi postajajo zasvojeni s spletom in spletnimi socialnimi omrežji, katerih so tudi najštevilčnejši uporabniki.

Leta 2010 je bil izveden projekt RIS (raba interneta v Sloveniji), v okviru katerega je bila izvedena raziskava o rabi socialnih omrežij v Sloveniji. Rezultati raziskave so pokazali, da ima dobra polovica anketiranih (60 odstotkov) na vsaj enem od spletnih omrežij oblikovan profil. Med uporabniki prevladujejo posamezniki stari od 16 do 25 let (75 odstotkov). Med anketiranci je bilo malo več žensk kot moških. Podatki so prikazani v tabeli 1.1 (Jerman-Kuželički in drugi, 2011).

Tabela 1.1: Raba socialnih omrežij v Sloveniji, 2010

	<b>Ali imate svoj osebni profil na katerem izmed naslednjih socialnih omrežij: Bebo, Facebook, Friends Reunited, Friendster, Habbo, Hi5, ii2, LinkedIn, MySpace, Netlog, Piczo, Sagazone, Twitter, Xanga ...?</b>	<b>1 – Ne</b>	<b>%</b>	<b>2 – Da</b>	<b>%</b>
<b>Spol</b>	Moški	277	43,2	364	56,8
	Ženske	184	37,2	311	62,8
<b>Starost</b>	10–15 let	19	33,9	37	66,1
	16–20 let	31	22,8	105	77,2
	21–25 let	55	25,6	160	74,4
	26–30 let	79	34,5	150	65,5
	31–35 let	41	36,6	71	63,4
	36–40 let	36	37,1	61	62,9
	41–50 let	95	62,5	57	37,5
	51 let in več	92	73,6	33	26,4

Vir: Jerman-Kuželčki in drugi (2011)

Svet, ki ga omogočajo spletna socialna omrežja, je mladim zanimiv, saj je njihov svet dostopen ter enak vrstniškimi skupinam (Finc, 2008).

Učenci srednjih in osnovnih šol prevladujejo med uporabniki spletnih socialnih omrežij. Tudi naša raziskava poteka na tem starostnem obdobju, ker v obdobju mladostništva se posamezniki vse bolj znajdejo v virtualnem svetu in uporabljajo različne internetne možnosti (Šterk in Zupanič, 2007: 7).

## 1.5 MLADI IN PROSTI ČAS

Prosti čas ni del življenja, ki predstavlja ločeno dejavnost, temveč je odvisen od ostalih področij. V prostem času se posamezniki pogosto ukvarjajo z dejavnostmi, ki predstavljajo nasprotje tistega, kar počnejo v času obveznosti. Prosti čas lahko opredelimo kot polje svobode in pobega od resničnosti. Če ima posameznik čustveno revno okolje, bo imel v prostem času revnejšo izbiro dejavnosti in obratno. Poštrak (2015) je pri preživljanju prostega časa omenil tudi Bourdieu koncept kapitalov (socialni, kulturni in ekonomski kapital). Kulturni kapital predstavlja kakovostno preživljanje prostega časa, ekonomski kapital po Bourdieuju predstavlja dohodke in premoženje, ki določajo način preživljanja prostega časa, ter socialni kapital, ki predstavlja, s kom posameznik preživlja prosti čas.

Mladostnik, ki nima težav v družini in življenju, bo v prostem času razvijal strategije preživetja, ki bodo ustrezale družbenim normam (Poštrak, 2015).

Prostočasne dejavnosti pa lahko razlagamo s socializacijskim procesom, ki ga je opredelil Mead (1934 v Poštrak, 2015), ki meni, da pri posamezniku lahko razlikujemo dva področja: družbeni jaz in osebni jaz.

Prosti čas je odvisen tudi od gmotnega položaja. Mladostniki iz premožnejših družin imajo lažji dostop do raznovrstnih oblik preživljanja prostega časa, hkrati pa je nadzor njihovega prostega časa lažji. Veliko raziskav opozarja na veliko razliko med kulturo delavskih otrok in šolsko kulturo, ki se osredotoča na srednjeslojne vsebine. Mladostniki iz delavskega okolja se imajo manj možnosti vključiti v šolske in obšolske dejavnosti, ki so plačljive (Poštrak, 2015).

Življenjski slog in prosti čas, povezan s subkulturo, imata pri posameznih mladostnikih različne pomene. Nekateri celoten čas (tako čas z obveznostmi kot prosti čas) posvečajo negovanju subkulturnega sloga življenja, drugi se temu posvečajo le za zabavo za konec tedna, tretji le občasno itd. (Frith, 1986 v Poštrak, 2015).

Dejavnosti mladih in organiziranje prostega časa je zelo pomembno zaradi značilnosti mladosti, ki je prehodno obdobje med otroštvom in odraslostjo. S tem se mladostniki pripravijo na odraslost in gradijo svojo osebnost.

Novodobna mladina se premalo druži s svojimi vrstniki. Včasih so se igrali in družili zunaj in se vračali domov, ko je padel mrak, danes pa so zasedeni z računalniki, virtualnim svetom in virtualnim druženjem in nimajo več časa za pravo druženje (Zalokar-Divjak, 2008: 98). Raziskava Nacionalnega instituta za javno zdravje (NIJZ, 2016), ki je bila narejena med slovenskimi osmošolci, prikazuje, da mladi povprečno igrajo računalniške igre slabi dve uri dnevno, konec tedna pa skoraj 2,5 ur. NIJZ opozarja, da ima lahko pretirano igranje računalniških iger posledice na zdravje mladostnikov, tako na duševno kot na fizično. Na podlagi raziskave so ugotovili, da je 2,5 % slovenskih osmošolcev zasvojenih z računalniškimi igrami, njihovo povprečje igranja igre pa je bistveno večje od ostalih anketirancev. Veliko raziskav pa opozarja na povezavo med pretiranim igranjem iger in slabim učnim uspehom, ki vodi tudi v motnje pomanjkanja pozornosti. Tudi v drugi raziskavi (RIS, 2006) je 45 % mladih v Sloveniji že slišalo za primer zasvojenosti z internetom, 25 % mladih pa pozna celo primere iz svojega okolja. Nekateri uporabniki interneta lahko razvijejo pretirano čustveno navezanost na virtualne prijatelje ali aktivnosti, ki jih izvajajo na računalniku. Precej posameznikov postane odvisnih od interneta, ker se ne spoprijemajo

z realnimi težavami in jim splet predstavlja skrivališče. Večina mladih, zasvojenih z mobilnimi telefoni, ima nizko samozavest. Ti mladostniki porabijo preveč časa za klicanje, prejemanje in pisanje kratkih sporočil, povezovanje na internet, kar lahko vodi do izostanka od pouka, slabših ocen, v nekaterih ekstremnih primerih so celo opustili šolanje. Podatki raziskave so pokazali, da je igranje iger na mobilnih telefonih zelo priljubljeno med mladimi, 46 % jih to počne vsaj mesečno.

Mladi si ne predstavljajo življenja starih staršev, ki so živeli brez tehnologije. Sodobna tehnologija preprečuje druženje in pogovarjanje, če tudi v prostem času uporabljamo pametni telefon in smo aktivni na socialno spletnih omrežjih. Druženje obstaja tudi preko omrežij, npr. na Facebooku lahko klepetamo zasebno ali na javnem zidu profila uporabnika, kar se šteje pod pogovor (Reims, 2009).

Mladi proste trenutke preživljajo veliko na spletnih socialnih omrežjih, vendar jih to ne izoblikuje, morda jih celo deformira. Spletna socialna omrežja imajo tako pozitivne kot negativne učinke, saj lahko mladi ob konstantni in nepravilni uporabi postanejo razdražljivi, čustveni in morda celo agresivni, kar se predvsem kaže na njihovem izražanju. Zaradi nezainteresiranosti za druge stvari pešata tudi učenje in delo (Zalokar-Divjak, 2008: 132).

Šterk in Zupančič (2006: 15) pravita, da starši mladim ne smejo prepovedati uporabe računalnika in interneta, saj je to del njihovega socialnega življenja. Vzpostaviti pa morajo jasna in razumna pravila, dogajanje na internetu pa morajo stalno nadzorovati. Če starši opazijo, da zaradi interneta otrok zanemarja družabno življenje in obveznosti, morajo takoj posredovati, da ne pride do stalnega poslabšanja otrokovega socialnega življenja.

Mladina danes preživlja prosti čas najpogosteje kar v lastni sobi, kjer imajo tehnologijo in kjer lahko gradijo svoje medosebne odnose. Zavedati se morajo, da je treba njihov prosti čas nameniti tudi odnosom z drugimi vrstniki in prijatelji v resničnem življenju in da se pristnega odnosa ne da zamenjati s spletnimi odnosi, ki jim ne nudijo medsebojne obogatitve, ki jo lahko dobijo le v resničnem svetu. Kljub privlačnosti in pomembnosti spletna socialna omrežja ne morejo dati mladostniku tistega, kar mu lahko da skupina prijateljev in vrstnikov. To je tisto, kar mladi tudi nujno potrebujejo (Bajzek in drugi 2008: 278).

### 2.1.1.1 Socialni mediji kot nova oblika socializacije

Različna socialna omrežja (npr. Facebook) danes mladim predstavljajo njihov pravi svet, kjer so lahko v prostem času in vzdržujejo svoja prijateljstva, ne da bi bilo treba še kaj narediti v resničnem življenju. S tem kvarijo svoj medosebni odnos. Večina mladih si danes ne predstavlja več življenja brez Facebooka. Živijo v dveh resničnostih – naravni in umetni (virtualni), med katerima pa je velika razlika. Mnogo raziskav, prikazanih tudi v magistrskem delu, dokazuje, da mladi veliko prostega časa preživijo na spletnih socialnih omrežjih, namesto da bi se posvetili pomembnejšim stvarim, kot so druženje s prijatelji, branje ipd. Zasvojenost lahko izhaja tudi iz spletnih socialnih omrežij, ki lahko vodi v hude psihične bolezni, podobno kot droga. Facebook in podobna socialna omrežja kvarijo posameznikove medosebne odnose in vzpostavljajo le virtualne odnose. Spletna socialna omrežja vplivajo na odnose med ljudmi ter spreminjajo tok njihovega nastanka in ohranjanja. Zaradi nepogrešljivosti socialnih spletnih omrežij v življenju mladostnikov so vedno bolj razširjena raziskovanja družbenih posledic, ki nastanejo zaradi uporabe spletnih socialnih omrežij (Vehovar, 2007: 194).

### 2.1.1.2 Vpliv socialnih medijev kot pomemben nov del socializacije

Medosebne odnose v sodobni družbi lahko opredelimo kot skupek ali zaporedje stikov (*ang. Connections*). Ljudje ne govorijo več o odnosih, temveč povezavah. Namesto da bi govorili o partnerjih v odnosih, raje govorijo o omrežjih. Socialnim odnosom v sedanjem času bolje ustreza ohlapnost stikov in omrežij in zaradi tega namesto odnosi uporabljamo termina stiki in omrežja (Ule 2009: 407).

Medsebojni odnosi mladih danes vedno bolj temeljijo na interakcijah v spletnih socialnih omrežjih. Odnosi postajajo vedno bolj površinski in brezosebni, medtem ko je pristnih posrednih odnosov vedno manj. Vprašanje, ki se postavlja, je, ali spletna socialna omrežja povečujejo ali slabijo pomen socialnih omrežij za mlade in ali se njihovi medosebni odnosi spreminjajo (Vehovar 2007: 194).

## 2 MLADI NA NETU

Raziskava Mladi na netu z naslovom Internet v vsakdanjem življenju otrok in mladostnikov, prikazuje, da se starejši otroci bolj tvegano vedejo na spletu, vendar tudi bolj izkoriščajo prednosti interneta in se vključujejo v aktivnosti. Raziskava je bila narejena leta 2010,

anketiranih pa je bilo 691 otrok, starih 8–19 let. Raziskavo izpostavljam zato, ker smo nekaj njenih vprašanj povzeli za raziskovalne namene magistrske naloge, rezultate obeh pa bomo primerjali in ugotavljali, do kakšnih odstopanj je prišlo.

Tabela 2.1 prikazuje, kako pogosto so v zadnjem mesecu mladostniki uporabljali internet. Skoraj polovico (45 %) jih je internet uporabljalo večkrat na dan, četrť anketirancev pa je internet uporabljalo enkrat na dan. Se pravi je 60 % anketirancev vsakodnevno uporabljalo internet.

Tabela 2.1: Uporaba interneta v zadnjem mesecu

<b>Kako pogosto ste v zadnjem mesecu uporabljali internet?</b>	
Večkrat na dan	45 %
Približno enkrat na dan	25 %
Nekajkrat na teden	13 %
Približno enkrat na teden	6 %
Nekajkrat na mesec	4 %
Približno enkrat na mesec	1 %
Manj pogosto	3 %
Nikoli	2 %

Lobe in Muha (2011: 17)

Iz tabele 2.2 je razvidno, da med šolskim letom mladi največkrat (22 %) preživijo 1 uro na dan na internetu, ko pa so počitnice oziroma ob koncu tedna pa 19 % mladih preživi 1 do 2 uri na dan na računalniku. Med šolskim tednom gredu učenci pogosteje na internet kot pa ob koncu tedna.

Tabela 2.2: Povprečno preživljanje časa na internetu

	<b>Na šolski dan</b>	<b>Ob kocu tedna/med počitnicami</b>
Nič	8 %	5 %

Približno 10 minut ali manj	10 %	5 %
Približno pol ure	19 %	13 %
Približno 1 uro	22 %	17 %
Približno 1 do 2 uri	18 %	19 %
Približno 2 do 3 ure	10 %	15 %
Približno 3 do 4 ure	4 %	10 %
Približno 4 do 5 ur	4 %	6 %
Približno 5 ur ali več	3 %	8 %

Lobe in Muha (2011: 17)

Podatek iz tabele 2.3 prikazuje enostavno dostopnost interneta iz mobilnega telefona, saj je kar 63 % anketirancev odgovorilo pritrdilno. Podatki raziskave so iz leta 2011, torej lahko sklepamo, da se je odstotek v petih letih še nekoliko dvignil.

Tabela 2.3: Dostopnost interneta iz mobilnega telefona

	<b>Da</b>	<b>Ne</b>
Ali imate iz mobilnega telefona dostop do interneta (WAP/GPRS/EDGE/3G)?	63 %	48 %

Lobe in Muha (2011: 20)

Tabela 2.4 prikazuje, da so mladostniki najpogostejši in najboljši uporabniki interneta v domačem gospodinjstvu. Skoraj polovico anketiranih je odgovorilo (45 %), da največ uporabljajo internet doma.

Tabela 2.4: Najboljši uporabnik interneta doma

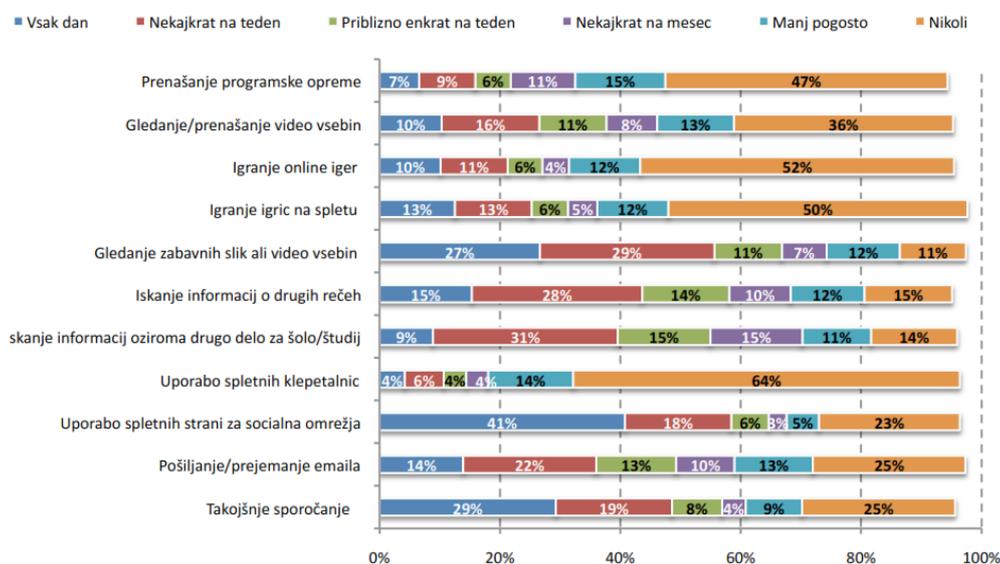
<b>Uporabniki interneta v domačem gospodinjstvu</b>	
Jaz	45 %
Brat	18 %
Oče	14 %

Sestra	11 %
Mama	5 %
Sorodnik	1 %

Lobe in Muha (2011: 20)

Slika 2.1 prikazuje spletne aktivnosti in pogostost njihove uporabe. Mladi pogosto in vsak dan gledajo zabavne video vsebine (27 %), uporabljajo strani za spletna socialna omrežja (41 %) in uporabljajo takojšnje sporočanje (29 %). Ker je raziskava iz leta 2011, lahko spet trdimo, da so se odstotki uporabe povsod še nekoliko dvignili, predvsem zato, ker so zdaj še boljši pametni telefoni kot leta 2011 in enostavnejša dostopnost do spletnih aplikacij.

Slika 2.1: Spletne aktivnosti in njihova pogostost uporabe



Lobe in Muha (2011: 26)

V tabeli 2.5 pa so prikazana strinjanja anketirancev z določenimi trditvami. Anketiranci se v povprečju delno ne strinjajo, delno strinjajo s trditvama, da je pogovarjanje na internetu manj prijetno kot v živo in da je veliko lažje ohraniti stvari zase ali jih prikriti na internetu kot pa v živo. Ne strinjajo se s trditvama, da se je zabavno vesti neprimerno ali šaljivo na internetu in da je o osebnih stvareh lažje govoriti na internetu. Delno se strinjajo s trditvijo, da ko so ljudje na internetu, pozabijo na svojo varnost. Strinjajo se s trditvijo, da se ljudje na internetu počutijo bolj samozavestno.

Tabela 2.5: Strinjanje z naslednjimi trditvami

	<b>1 – Sploh se ne strinjam</b>	<b>2 – Se ne strinjam</b>	<b>3 – Delno se ne strinjam, delno se strinjam</b>	<b>4 – Se strinjam</b>	<b>5 – Popolnoma se strinjam</b>	<b>Povprečna vrednost</b>
Pogovarjanje na internetu je manj prijetno kot v živo.	8 %	16 %	27 %	32 %	17 %	3,4
Veliko lažje je ohraniti stvari zase ali jih prikriti na internetu kot pa v živo.	12 %	16 %	24 %	33 %	14 %	3,2
Zabavno se je vesti neprijazno ali šaljivo na internetu.	25 %	30 %	24 %	17 %	3 %	2,4
O osebnih rečeh je lažje govoriti na internetu.	19 %	24 %	26 %	24 %	7 %	2,8
Ko so ljudje na internetu, pozabijo na svojo varnost.	5 %	13 %	27 %	43 %	12 %	3,4
Ljudje se na internetu počutijo bolj samozavestno kot v živo.	5 %	10 %	22 %	42 %	21 %	3,6

Lobe in Muha (2011: 27)

Tabela 2.6 prikazuje pogostost uporabe spletnih socialnih omrežij v zadnjem mesecu. 34 % anketirancev je odgovorilo, da večkrat na dan uporabljajo spletno socialno omrežje, 32 % pa ga uporablja enkrat dnevno, torej je skupno kar 66 % vsakodnevnih uporabnikov spletnih socialnih omrežij.

Tabela 2.6: Pogostost uporabe spletnih socialnih omrežij v zadnjem mesecu

<b>Uporaba spletnih socialnih omrežij v zadnjem mesecu</b>	
Večkrat na dan	34 %
Vsak dan	32 %
Nekajkrat na teden	22 %
Približno enkrat na teden	4 %
Nekajkrat na mesec	2 %
Manj pogosto	2 %
Nikoli	2 %

Lobe in Muha (2011: 29)

Tabela 2.7 prikazuje, kaj mladostniki počnejo na spletnem socialnem omrežju. Skoraj polovica (45 %) jih je odgovorila, da prebirajo, kaj počnejo drugi. Nekaj (38 %) jih piše komentarje drugim, dokaj visok odstotek (35 %) pa si ogleduje fotografije drugih.

Tabela 2.7: Običajno početje mladostnika na spletnem socialnem omrežju

<b>Kaj počnete na spletnem socialnem omrežju?</b>	
Prebiram, kaj počnejo drugi.	45 %
Pišem komentarje drugim.	38 %
Ogledujem si fotografije drugih.	35 %
Pišem statuse o tem, kaj počnem jaz.	21 %
Igram igrice.	21 %
Nalagam fotografije, da si jih lahko drugi ogledajo.	16 %
Ne počnem nič posebnega, profil imam zato, ker ga imajo prijatelji.	4 %

Lobe in Muha (2011: 30)

V tabeli 2.8 je prikazano, da najpogosteje pridejo nezaželeni komentarji preko takojšnjega sporočanja (9 %), v enakem odstotku pa pridejo preko spletnih socialnih omrežij in kratkih sporočil (7 %).

Tabela 2.8: Nezaželeni komentarji od kogarkoli na enega izmed naštetih načinov

<b>Kje najpogosteje prejmete nezaželene komentarje?</b>	
Prek takojšnjega sporočanja (Skype, MSN, Viber itd.).	9 %
Prek spletnih socialnih omrežij (Facebook, Myspace itd.).	7 %
Prek kratkih sporočil (SMS).	7 %
Prek elektronske pošte.	2 %
V spletni klepetalnici.	1 %
Ne, nič od naštetega.	47 %

Lobe in Muha (2011: 40)

Tabela 2.9 prikazuje, da najpogosteje (24 %) mladi na neprijetne in boleče komentarje reagirajo tako, da osebi, ki jih žali, odgovorijo na sporočilo z enako neprijetnim in bolečim sporočilom. Naslednja najpogostejša reakcija (18 %) je blokiranje vseh sporočil te osebe.

Tabela 2.9: Reakcija na neprijeten in boleč komentar

<b>Kako reagirate na neprijetne in boleče komentarje?</b>	
Odgovoril/a sem na sporočilo z enako neprijetnim ali bolečim sporočilom.	24 %
Poskusil/a sem blokirati vsa sporočila te osebe.	18 %
Takoj sem izbrisal/a sporočilo.	16 %
Odgovoril/a sem na sporočilo in prosil/a, naj neha.	12 %
Povedal/a sem prijatelju.	9 %

Povedal/a sem mami ali očetu.	5 %
Povedal/a sem učitelju.	0 %
Drugo:	7 %

Lobe in Muha (2011: 40)

V tabeli 2.10 je prikazano, da se 31 % anketirancev samo pogovarja z osebo preko interneta, 35 % anketirancev pa se je že srečalo z osebo, ki so jo spoznali preko interneta.

Tabela 2.10: Srečanje z osebo, ki je bila spoznana preko spletnih socialnih omrežij

	Da
Ali se s kako osebo pogovarjaš samo prek interneta?	31 %
Ali si že kdaj iz oči v oči srečal/a koga, ki si ga najprej spoznal/a prek interneta?	35 %

Lobe in Muha (2011: 43)

### 3 PROBLEM

V magistrskem delu smo se osredotočili na problem preživljanja prostega časa mladih. Želeli smo ugotoviti, kako spletni socialni mediji vplivajo na preživljanje časa in ali zaradi le-teh trpi kakovost preživljanja prostega časa mladih.

Menimo, da velik problem nastane takrat, ko mladi začnejo zapostavljati realno življenje, prave prijatelje in družbene dejavnosti na račun socializacije preko interneta, ki pravzaprav ni pristna socializacija. Seveda je vse to odvisno tudi od osebnosti posameznika in njegove samozavesti.

Internet in socialni spletni portali zelo dobro služijo podjetjem in posameznikom, ki preko spleta gradijo na promociji in prepoznavanju. S tem želijo pridobiti čim več sledilcev, ki jim preko socialnih spletnih portalov sledijo. Žal pa vedno več posameznikov prebije veliko prostega časa na socialnih spletnih straneh, kjer gradijo svojo podobo in se ukvarjajo z videzom svojega profila, kar ni vedno slabo, vendar je pogosto pretirano.

Spletni socialni portali pa so postali še bolj dostopni z nadgradnjo mobilne tehnologije. Pametni telefon, ki ga ima danes skoraj vsak posameznik, ima naložene aplikacije, preko katerih je dostop do socialnih spletnih omrežij zelo preprost. Če aplikacije niso naložene, se jih lahko brezplačno pridobi v spletni trgovini, ki je tovarniško naložena na pametni telefon (v obliki aplikacije). Tako imajo mladi dostop do spletnih socialnih omrežij kjerkoli in kadarkoli.

Na račun stalne prisotnosti mladih na socialnih spletnih omrežjih pa pešajo ostala področja, kot so šola, interesne dejavnosti (šport, kultura ipd.) in čeprav so v stalnem stiku s spletnimi prijatelji, nimajo pravega odnosa z vrstniki v realnem življenju. Spet moramo omeniti predpostavko, da je identiteta posameznika podvržena spletni zasvojenosti.

Svoj videz in življenje pa lahko mladostniki na spletnem socialnem omrežju zelo prilagodijo in objavljajo slike, ki niso resnične, in delijo objave in stvari, ki se jim morda niso niti zgodile. Na omrežjih skušajo poiskati svojo identiteto, na katero pa zelo vplivajo vrstniki in znane osebe, ki so zelo aktivne na spletno socialnih omrežjih.

Spletna socialna omrežja so za mlade nujnega pomena in prav je, da jih uporabljajo, vendar bi morali uskladiti virtualni svet s prostim časom in se v prostem času posvetiti tudi drugim stvarim. Prav tako ne bi smeli stalno pregledovati socialnih medijev med šolo in drugimi dejavnostmi in se primerjati z drugimi. Seveda je življenje brez teh že nemogoče zaradi

tehnološkega razvoja družbe, vendar bi bilo treba uporabo in aktivnost mladih na spletnih socialnih omrežjih močno omejiti, saj zaradi pretirane uporabe lahko pride tudi do bolezni (depresije ipd.).

## 4 METODOLOGIJA

Ker smo izpostavljeni problem želeli celovito proučiti, smo uporabili triangulacijo podatkov, kar pomeni, da smo uporabili čim več različnih virov podatkov. Zato smo izvedli tako kvantitativno kot kvalitativno raziskavo.

Prvi del raziskave temelji na deskriptivni metodi empiričnega kvantitativnega raziskovanja. Podatke smo zbirali s tehniko anketiranja mladih, ki obiskujejo srednjo poklicno šolo in gimnazijo.

Podatke za empirični del smo pridobili s pomočjo vprašalnika. Vprašanja so povzeta iz raziskave Mladi na netu. Vprašalnik vsebuje 22 vprašanj, ki so odprtega in zaprtega tipa, z več ponujenimi odgovori. Z vprašanji poizvedujemo o mladih in internetu, koliko so prisotni na spletnih socialnih omrežjih, katera spletna socialna omrežja uporabljajo, ali so se z ljudmi, ki so jih spoznali na spletnem socialnem omrežju, že srečali in kakšne so njihove izkušnje na spletnih socialnih omrežjih. Drugi del vprašalnika sestavljajo demografski podatki anketirancev. Vprašalnik smo ustvarili na internetni strani [www.1ka.si](http://www.1ka.si) (En klik anketa) in preko Facebooka in elektronske pošte pozvali mlade k reševanju. Vprašalnik smo aktivirali meseca februarja in odgovore anketirancev zbirali do konca meseca maja. Pridobili smo 200 anket, od katerih je bilo 68 neuporabnih, saj niso bile dokončane. Realizacija vzorca je bila torej 66-odstotna.

V drugem delu raziskave smo uporabili kvalitativno metodo raziskovanja v obliki fokusne skupine. Iskanje podatkov je potekalo preko bibliografskih baz Cobiss.si in iskalnika Google. Metoda fokusnih skupin je ena izmed kvalitativnih metod za analizo, zbiranje in interpretacijo podatkov. Pri izvedbi fokusnih skupin se uporabljajo tehnike opazovanja in anketiranja (niso zelo strukturirane, npr. skupinske diskusije) (Klemenčič & Hlebec, 2007, str. 32). V raziskavo smo vključili 8 mladih, ki so neposredno ali posredno povezani z uporabo spletnih socialnih omrežij. Oblikovali smo homogeno fokusno skupino, v kateri so sodelovali mladi. Sodelujoči v fokusni skupini so predstavili svoje mnenje in stališča glede spletnih socialnih omrežij in preživljanja prostega časa.

Pred izvedbo raziskave smo si postavili naslednje hipoteze, ki smo jih oblikovali na podlagi prebiranja literature in pregledovanja raziskav, narejenih na temo vpliv socialnih medijev na preživljanje prostega časa mladih:

H1: Predpostavljamo, da bodo dijaki iz gimnazije na socialnih omrežjih preživeli manj časa kot dijaki srednje tehniške šole.

H2: Predpostavljamo, da obstajajo razlike med vsebinami, ki zanimajo dijake gimnazije in dijake tehniške šole.

H3: Mladi si s pomočjo socialnih omrežij ustvarjajo virtualni svet in si s tem ustvarjajo želeno podobo.

H4: Mladi preko socialnih omrežij lažje vzpostavljajo stike z nasprotnim spolom.

H5: Mladi večino svojega prostega časa namenijo uporabi socialnih medijev.

#### **4.1 VRSTA RAZISKAVE IN SPREMENLJIVKE**

Kot smo omenili, smo za namen raziskave uporabili triangulacijo podatkov in zato izvedli tako kvalitativno kot kvantitativno raziskavo.

Spremenljivke, ki smo jih postavili pred izvedbo kvantitativne raziskave, so:

- prosti čas mladostnikov,
- mladostniki in spletna socialna omrežja,
- aktivnost mladostnikov na spletnih socialnih omrežjih,
- primerjava aktivnosti mladostnikov na spletnih socialnih omrežjih.

Spremenljivke, ki smo jih postavili pred izvedbo kvalitativne raziskave, so:

- poznavanje interneta,
- poznavanje spletnih socialnih omrežij,
- preživljanje prostega časa,
- socializacija mladostnikov,
- prosti čas v kombinaciji s spletnimi socialnimi omrežji.

#### **4.2 MERSKI INSTRUMENTI, VIRI IN ZBIRANJE PODATKOV**

Merska instrumenta za pridobivanje podatkov sta bila: pri kvantitativni raziskavi vprašalnik in pri kvalitativni raziskavi vodena diskusija fokusne skupine. Primarne podatke smo

pridobili na podlagi odgovorov na vprašanja ankete in na vprašanja, ki smo jih postavili v vodeni diskusiji. Sekundarne podatke smo povzeli iz raziskave Mladi na netu, ki je bila izvedena leta 2011, ter jih primerjali s podatki, ki smo jih pridobili s kvalitativno raziskavo.

Anketa je bila aktivna na spletnem portalu En klik anketa od meseca februarja do meseca maja 2016. Objavljena je bila dovolj časa, da se je lahko odzvalo čim več mladih. Anketa je bila anonimna, anketiranci so bili obveščeni, za kakšne namene bomo uporabili rezultate ankete.

Kvalitativno raziskavo smo izvedli s pomočjo fokusne skupine v mirnem okolju v mesecu juliju 2016. Za preverjanje povedanega smo s privolitvijo udeležencev uporabili zvočni zapis. Zvočni zapis pomaga pri procesu poslušanja in omogoča nepopačen zapis pogovora (Vogrinc, 2008, str. 21). Zvočne zapise fokusnih skupin smo dobesedno prepisali. V nadaljevanju smo najprej določili samostojne kode posameznih besed ali besednih zvez, nato pa sorodne pojme združevali in na osnovi tega definirali še glavne kategorije (Vogrinc, 2008, str. 98–100). Teoretično razlago smo oblikovali tako, da smo s kodiranjem in kategoriziranjem besed iskali globlji pomen podatkov (Vogrinc, 2008, str. 62). Označili smo osebe, ki so sodelovale v posamezni fokusni skupini (od 1 do 8). V predstavitvi rezultatov smo vključili nekatera mnenja, ki najbolje predstavljajo oblikovane kode in kategorije. Z dodeljeno šifro smo zakrili imensko identiteto posameznega zapisa, ohranili pa smo sledljivost vsebine. Prepisi fokusnih skupin ne bodo priloženi magistrskemu delu, hranili pa jih bomo v arhivu.

Primer sestave šifre »M1-3«:

M: mladostnik, 1: zaporedna oznaka fokusne skupine, 3: zaporedna številka osebe, ki je sodelovala v fokusni skupini.

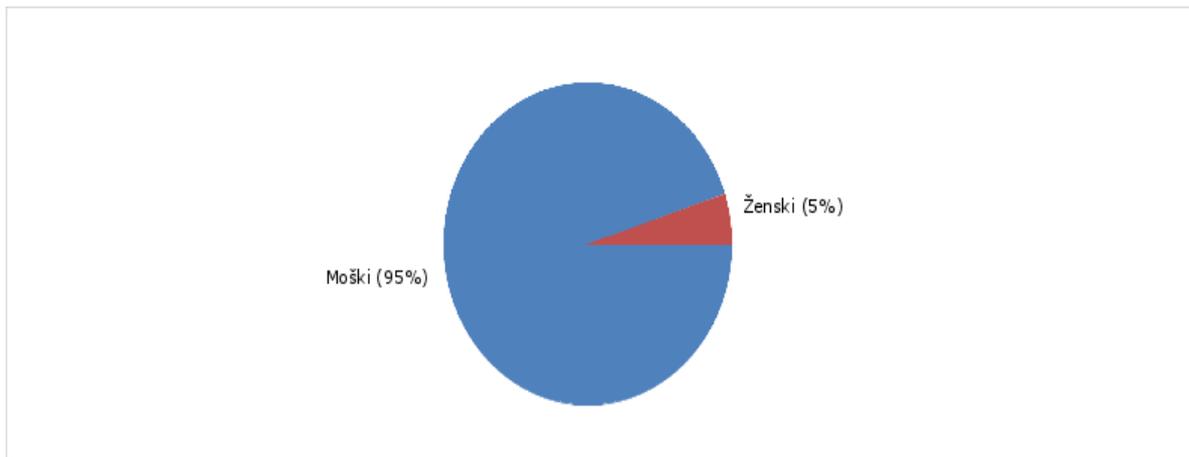
Pri analiziranju empiričnega gradiva smo oblikovali kategorije, ki se tudi smiselno povezujejo. Kategorije so prikazane v tabeli, pri vsaki kategoriji pa so navedene še kode, ki jo opredeljujejo.

### **4.3 POPULACIJA IN VZORČENJE**

V kvantitativno raziskavo je bilo vključenih 200 posameznikov. 132 anket je bilo uporabnih, kar pomeni, da je bila realizacija raziskave 66-odstotna. V raziskavo so bili vključeni naključni dijaki srednje poklicne šole in dijaki iz gimnazije.

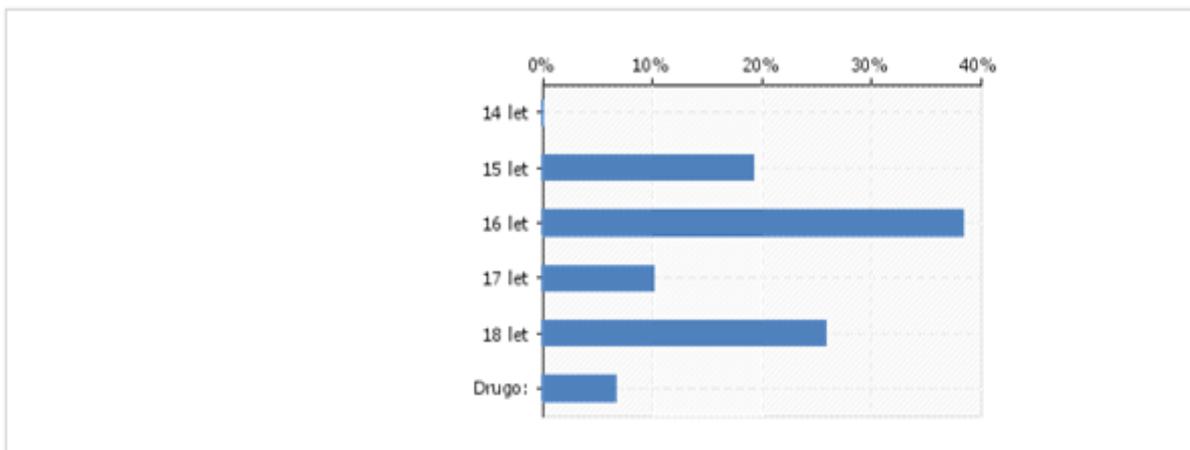
Slika 4.1 prikazuje, da je na anketo odgovarjalo 95 % moških in 5 % žensk. Večina je moških, ker obiskujejo srednjo tehniško šolo in strokovno gimnazijo.

Slika 4.1: Spol



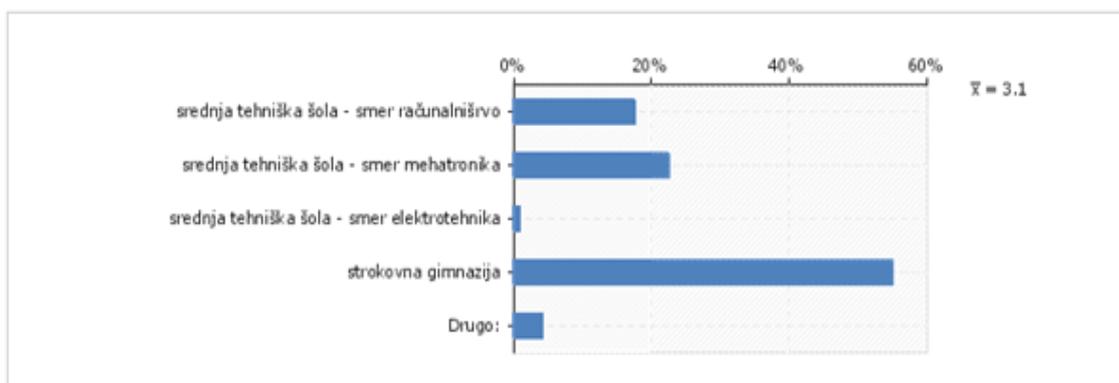
Slika 4.2 prikazuje, da so anketiranci stari od 14 do 18 let. Največ anketirancev (37 %) je starih 16 let, 28 % anketirancev je starih 18 let, 18 % anketirancev pa je starih 15 let.

Slika 4.2: Starost



Slika 4.3 prikazuje, da večina anketirancev (57 %) obiskuje strokovno gimnazijo, ostali pa srednjo tehniško šolo.

Slika 4.3: Smer izobraževanja



V kvalitativno raziskavo je bilo vključenih 8 mladih (6 žensk in 2 moška), starih od 17 do 23 let. Mladi so bili izbrani po naključnem vzorcu, pogoj, ki smo ga postavili pred oblikovanjem skupine, je bil, da spadajo v definirano skupino mladih (vsi se še izobražujejo in so odvisni od staršev). Podatki so prikazani v tabeli 4.1.

Tabela 4.1 Demografski podatki članov fokusne skupine

Šifra udeleženca	Spol	Starost	Poklic
M1-1	Ž	17	dijak
M1-2	M	19	študent
M1-3	Ž	21	študent
M1-4	Ž	21	študent
M1-5	Ž	20	študent
M1-6	Ž	17	dijak
M1-7	M	23	študent
M1-8	Ž	19	študent

#### 4.4 OBDELAVA IN ANALIZA PODATKOV

Po potrditvi dispozicije in soglasja mentorja smo vprašalnik oblikovali in objavili na spletnem portalu. Pred izpolnjevanjem vprašalnika so bili obveščeni, da je vprašalnik popolnoma anonimen, sodelovanje prostovoljno in da bodo podatki uporabljeni izključno v raziskovalne namene. Za predstavitev odgovorov na zastavljena raziskovalna vprašanja so

uporabljene frekvence in pripadajoči odstotki, povprečne vrednosti in standardni odkloni. Za analizo razlik smo uporabili t-test in hi-kvadrat test (p-vrednost statistične pomembnosti  $p < 0,05$ ), za analizo povezanosti pa Pearsonov korelacijski koeficient ( $p < 0,05$ ). Podatke smo obdelali z računalniškim statističnim programom SPSS, verzije 20.0, ter s pomočjo MSO Excel programa. Dobljeni rezultati so prikazani s pomočjo slik in tabel.

## 5 REZULTATI

### 5.1 KVANTITATIVNA RAZISKAVA

Tabela 5.1 prikazuje, kako pogosto anketiranci izvajajo določene aktivnosti v prostem času. Iz vrednosti v tabeli je razvidno, da se najpogosteje družijo s prijatelji in »srfajo« po internetu ter uporabljajo socialna omrežja. Pogosto se tudi ukvarjajo s športom in družijo z družino. Najmanj časa pa posvečajo kulturnim krožkom in izobraževanju. Standardni odklon je pri vseh trditvah relativno nizek, zato sklepamo, da med odgovori anketirancev ni bilo variacije.

Tabela 5.1: Pogostost izvajanja aktivnosti v prostem času

<b>Opredelite, kako pogosto počnete navedene aktivnosti v prostem času.</b>								
	Zelo pogosto	Srednje pogosto	Nikoli	Skupaj	Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. odklon
Druženje s prijatelji	64	60	8	132	132	132	1,6	0,61
	48 %	45 %	6 %	100 %				
Športne dejavnosti	51	65	16	132	132	132	1,7	0,66
	39 %	49 %	12 %	100 %				
Kulturni krožki	9	22	101	132	132	132	2,7	0,59
	7 %	17 %	77 %	100 %				
"Srfanje" po internetu, uporaba socialnih omrežij	65	62	5	132	132	132	1,5	0,57
	49 %	47 %	4 %	100 %				
Druženje z družino	52	75	5	132	132	132	1,6	0,55
	39 %	57 %	4 %	100 %				
Izobraževanje	36	84	12	132	132	132	1,8	0,58
	27 %	64 %	9 %	100 %				

Slika 5.1 prikazuje pogostost uporabe interneta v zadnjem mesecu. Večina anketirancev (78 %) uporablja internet večkrat dnevno, 16 % odstotkov anketirancev pa internet uporablja enkrat na dan.

Slika 5.1: Kako pogosto ste v zadnjem mesecu od kjerkoli uporabljali internet?

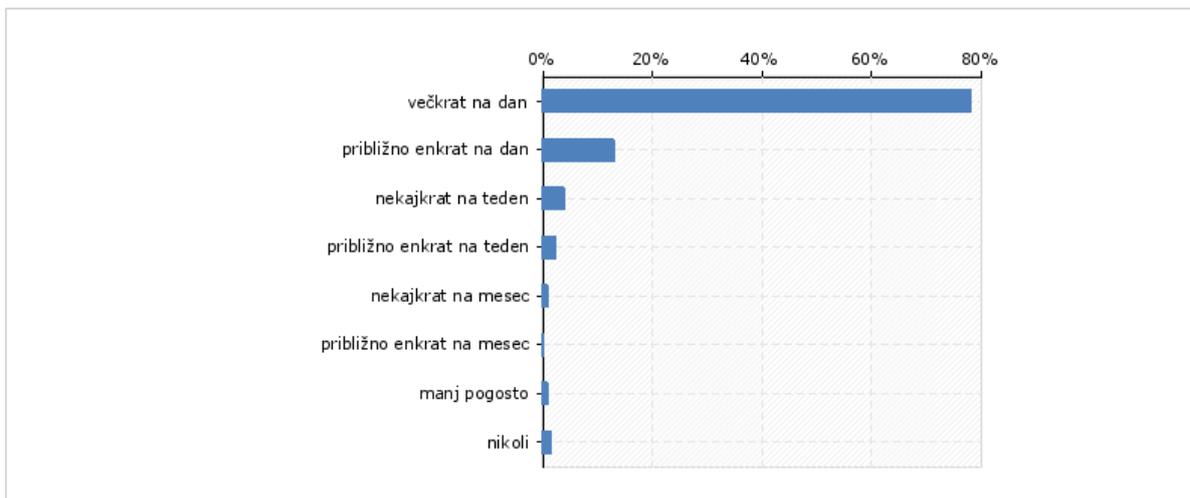


Tabela 5.2 prikazuje, koliko časa na dan anketiranci preživijo na internetu. Največ anketirancev je na internetu približno 1–2 uri (19 %), nekaj jih je 2–3 uri (17 %), 15 % jih je 5 ur ali več. V povprečju anketiranci preživijo na internetu 2–3 ure, standardni odklon je 2, kar nakazuje na variacijo odgovorov.

Tabela 5.2: Preživljanje časa na internetu čez dan

<b>Koliko časa na dan preživite na internetu?</b>				
	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
Približno 10 min ali manj	4	3 %	3 %	3 %
Približno pol ure	17	13 %	13 %	16 %
Približno 1 uro	15	11 %	12 %	28 %
Približno 1–2 uri	25	19 %	19 %	47 %
Približno 2–3 ure	22	17 %	17 %	64 %
Približno 3–4 ure	16	12 %	12 %	77 %
Približno 4–5 ur	10	8 %	8 %	84 %
5 ur ali več	20	15 %	16 %	100 %

Skupaj	129	98 %	100 %	
Povprečje	4,8	Std. odklon	2	

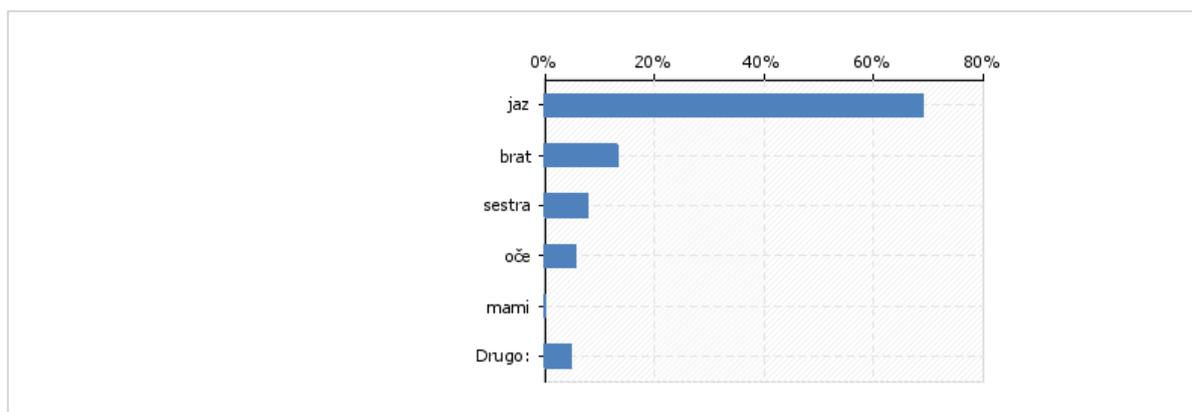
Iz tabele 5.3 je razvidno, da velika večina anketirancev (91 %) ima in uporablja internetni dostop preko telefona.

Tabela 5.3: Dostopnost interneta preko mobilnega telefona

<b>Ali ima vaš mobilni telefon dostop do interneta?</b>				
	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
Da, vendar ga ne uporabljam	5	4 %	4 %	4 %
Da, ga uporabljam	120	91 %	93 %	97 %
Ne	4	3 %	3 %	100 %
Skupaj	129	98 %	100 %	

Slika 5.2 prikazuje, da v večini (70 %) anketiranci menijo, da so oni najboljši uporabniki interneta doma. Nato jim sledijo brat, sestra, oče in mama.

Slika 5.2: Kdo je pri vas doma najboljši pri uporabi interneta?



V tabeli 5.4 je prikazano, kako pogosto anketiranci počnejo določene aktivnosti na spletu. Najpogosteje in vsak dan (63 %) uporabljajo socialna spletna omrežja, vsak dan pogosto tudi gledajo zabavne video vsebine (57 %). Vse našteje aplikacije anketiranci uporabljajo vsak dan. V tabeli so prikazani rezultati t-testa, ki je bil opravljen glede na spol anketirancev. Želeli smo izvedeti, kolikšen vpliv ima spol na podane trditve. V tabeli so prikazane p-

vrednosti. Statistično značilnost lahko potrdimo, če je  $p < 0,05$ . Pri spremenljivki »ogledovanje osebnih strani drugih ljudi« je  $p < 0,05$  (0,012), zato lahko zavrnemo ničelno hipotezo in sprejmemo nasprotno. Lahko trdimo, da obstaja razlika ogledovanja spletnih strani drugih glede na spol. Pri spremenljivki »iskanje informacij oziroma drugo delo za študij« je  $p = 0,045$ , zato lahko zopet zavrnemo ničelno hipotezo in sprejmemo nasprotno ter trdimo, da prihaja do razlike pri uporabi anketirancev glede na spol. Tretja spremenljivka, ki ima  $p < 0,05$ , je »pisanje bloga«, kjer je  $p = 0,023$ , zato ničelno hipotezo zopet zavrnemo in sprejmemo nasprotno. Pri uporabi spletne aktivnosti pisanje bloga prihaja do razlik glede na spol anketirancev.

Tabela 5.4: Spletne aktivnosti

Označite kako pogosto počnete našete spletne aktivnosti.								Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. Odklon	p-vrednosti
	vsak dan	nekajkrat na teden	približno enkrat na teden	nekajkrat na mesec	manj pogosto	nikoli	Skupaj					
Gledanje zabavnih slik ali video vsebin	70 57%	36 29%	8 7%	5 4%	2 2%	2 2%	123 100%	123	132	1,7	1,06	0,965
igranje online iger	41 34%	31 25%	10 8%	7 6%	15 12%	18 15%	122 100%	122	132	2,8	1,86	0,548
ogledovanje osebnih strani drugih ljudi	12 10%	18 15%	14 12%	20 17%	39 32%	18 15%	121 100%	121	132	3,9	1,59	0,012
iskanje informacij oziroma drugo delo za študij	16 13%	30 25%	25 20%	21 17%	23 19%	7 6%	122 100%	122	132	3,2	1,48	0,045
uporaba spletnih klepetalnic	49 40%	14 11%	11 9%	3 2%	18 15%	27 22%	122 100%	122	132	3,1	2,09	0,899
pošiljanje/prejemanje emaila	30 24%	25 20%	17 14%	20 16%	24 20%	7 6%	123 100%	123	132	3	1,63	0,658
iskanje novic	40 33%	27 22%	24 20%	5 4%	17 14%	10 8%	123 100%	123	132	2,7	1,67	0,345
uporaba forumov	17 14%	19 15%	16 13%	13 11%	30 24%	28 23%	123 100%	123	132	3,8	1,77	0,669
objavljanje slik ali informacij	7 6%	8 7%	11 9%	21 17%	46 38%	29 24%	122 100%	122	132	4,5	1,42	0,453
pisanje bloga	3 2%	3 2%	2 2%	3 2%	11 9%	100 82%	122 100%	122	132	5,6	1,09	0,023
iskanje informacij o računalnikih, programiranju ali spletnem oblikovanju	19 15%	24 20%	16 13%	21 17%	24 20%	19 15%	123 100%	123	132	3,5	1,71	0,456
iskanje informacij o karierah/nadaljnem izobraževanju	8 7%	15 12%	14 11%	24 20%	39 32%	23 19%	123 100%	123	132	4,1	1,5	0,428
spletno iskanje izdelkov, nakupovanje	10 8%	16 13%	23 19%	26 21%	38 31%	10 8%	123 100%	123	132	3,8	1,43	0,468
načrtovanje potovanj	5 4%	0 0%	5 4%	12 10%	44 37%	54 45%	120 100%	120	132	5,1	1,18	0,235
uporaba socialnih omrežij (facebook, twitter...)	76 63%	21 17%	10 8%	5 4%	6 5%	3 2%	121 100%	121	132	1,8	1,3	0,567
Drugo:	12 50%	1 4%	1 4%	1 4%	2 8%	7 29%	24 100%	24	132	3	2,29	0,856

Tabela 5.5 prikazuje povezanost med spremenljivkami in starostjo. Uporabili smo Pearsonovo korelacijo. Spremenljivki »Pogovarjanje na internetu je manj prijetno kot pogovarjanje v živo« in »Ko so ljudje na internetu, pozabijo na svojo varnost« imata statistično zanesljivost pod 0,05, pri čemer lahko sklepamo, da sta spremenljivki povezani s starostjo. Pri prvi spremenljivki je zanesljivost negativna in šibka, kar pomeni, da bodo anketiranci, ki so mlajši, imeli bolj prijeten občutek pogovarjanja preko interneta kot pa

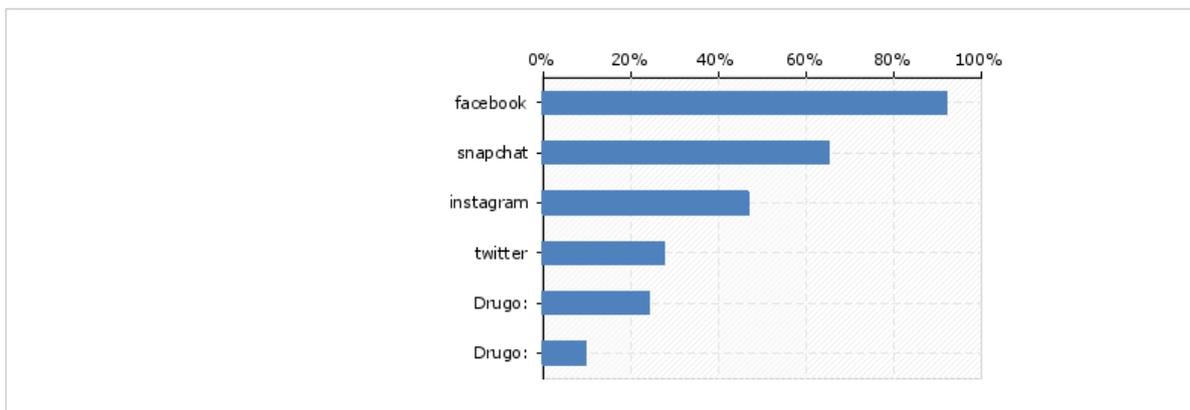
starejši. Pri spremenljivki »Ko so ljudje na internetu, pozabijo na svojo varnost« lahko sklepamo, da mlajši anketiranci hitreje pozabijo na varnost.

Tabela 5.5. Povezanost med trditvami in starostjo anketirancev

Pogovarjanje na internetu je manj prijetno kot pogovarjanje v živo.	Pearsonova korelacija	-0,199**
	p-vrednost	0,039
	n	132
Veliko lažje je ohraniti stvari zase ali jih prikriti na internetu kot pa v živo.	Pearsonova korelacija	0,022
	p-vrednost	0,682
	n	132
Zabavno se je vesti neprijazno ali šaljivo na internetu.	Pearsonova korelacija	-0,042
	p-vrednost	0,652
	n	132
Ko so ljudje na internetu, pozabijo na svojo varnost.	Pearsonova korelacija	0,050
	p-vrednost	0,041
	n	132
Ljudje se na internetu počutijo bolj samozavestno kot v živo.	Pearsonova korelacija	-0,073
	p-vrednost	0,292
	n	132
Drugo:	Pearsonova korelacija	-0,042
	p-vrednost	0,688
	n	132

Slika 5.3 prikazuje, da je največ anketirancev (94 %) registriranih na spletnem socialnem omrežju Facebook, sledi Snapchat z 62 %, nato so še Instagram, Twitter in drugo (pod katero so se navedli Viber, Wassap, MySpace).

Slika 5.3: Če uporabljate internet tudi za spremljanje socialnih omrežij, na katerih socialnih omrežjih ste registrirani?



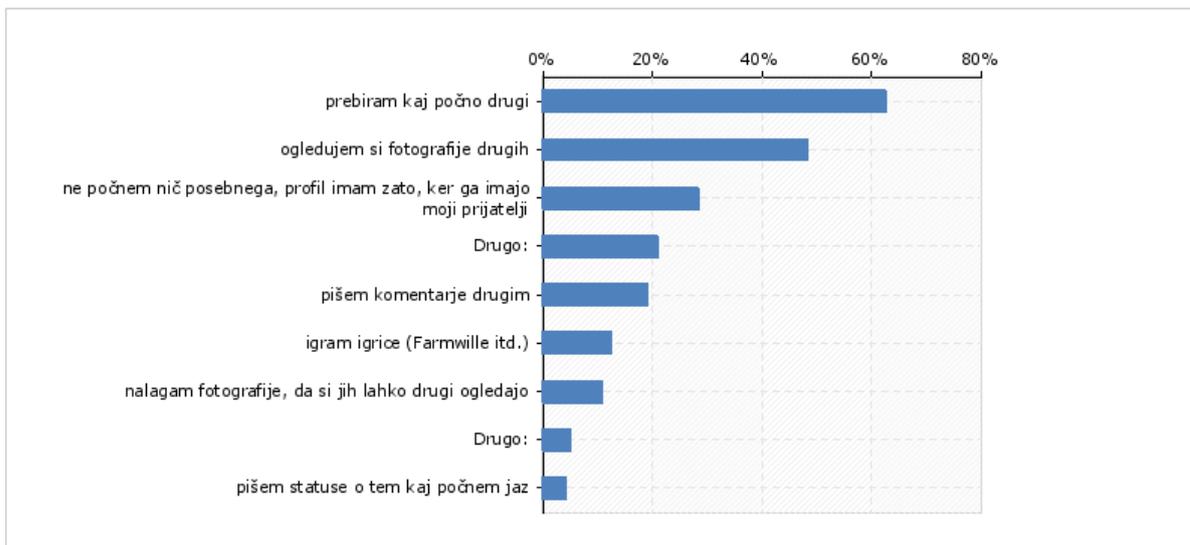
Iz tabele 5.6 je razvidno, da največ anketirancev (41 %) uporablja spletne socialne medije večkrat na dan, vsak dan jih uporablja spletne socialne medije 30 %. Le 2 % anketirancev nikoli ne uporablja spletnih socialnih omrežij.

Tabela 5.6: Pogostost uporabe spletnih socialnih omrežij

<b>Kako pogosto ste v zadnjem mesecu uporabljali spletna socialna omrežja (Facebook, Instagram ...)?</b>				
	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
Večkrat na dan	54	41 %	44 %	44 %
Vsak dan	39	30 %	31 %	75 %
Nekajkrat na teden	18	14 %	15 %	90 %
Približno enkrat na teden	4	3 %	3 %	93 %
Nekajkrat na mesec	1	1 %	1 %	94 %
Manj pogosto	5	4 %	4 %	98 %
Nikoli	3	2 %	2 %	100 %
Skupaj	124	94 %	100 %	

Iz slike 5.4 je razvidno, da večina anketirancev (več kot 60 %) prebira, kaj počnejo drugi. Veliko (50 %) si jih ogleduje slike drugih, 30 % pa jih ne počne nič posebnega in imajo profil, ker ga imajo njihovi prijatelji.

Slika 5.4: Kaj običajno počnete na spletnem socialnem omrežju?



V tabeli 5.7 vidimo, da je 27 % anketiranih že ustvarilo lažen profil, 64 % anketiranih pa tega še ni storilo.

Tabela 5.7: Ustvarjanje lažnega profila

<b>Ali ste že kdaj naredili lažen profil?</b>				
	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
Da	35	27 %	29 %	29 %
Ne	85	64 %	71 %	100 %
Skupaj	120	91 %	100 %	

Na to vprašanje so odgovorili samo anketiranci, ki so na prejšnje odgovorili pritrdilno. Največ jih je obkrožilo možnost drugo (57 %). Lažni profil naj bi ustvarili zaradi radovednosti, ker so jim prijatelji tako naročili, ker so nekomu želeli vzbuditi zanimanje, ker so se z nekom pošalili. 50 % jih je lažen profil ustvarilo zato, da bi prekrili svojo identiteto. Nekaj pa jih je to storilo zato, da se lahko pogovarjajo o stvareh, o katerih se sicer ne bi in ker se tako počutijo bolj samozavestno.

Slika 5.5: Zakaj ste ustvarili lažen profil?

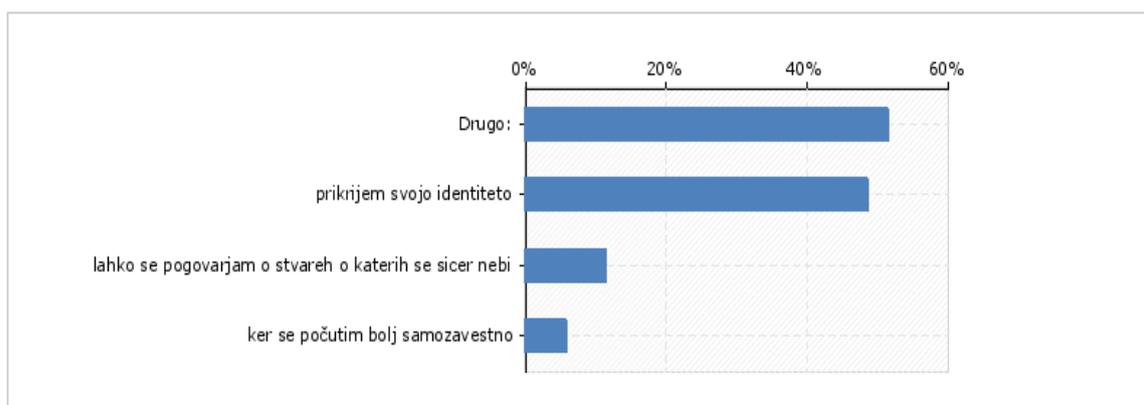


Tabela 5.8 prikazuje osnovno statistiko po spremenljivkah glede na spol (t-test). Pri vseh spremenljivkah, razen pri prvi, je značilnost testa (p-vrednosti) nad 0,05, kar pomeni, da ničelne hipoteze ne moremo zavrniti in lahko sklepamo, da razlike med spoloma ni. Pri prvi spremenljivki »prek spletnih socialnih omrežij (Facebooka, Instagrama ...)« pa je značilnost testa (p-vrednosti) pod 0,05, kar pomeni, da ničelno hipotezo zavrnemo in sprejmemo nasprotno. Lahko sklepamo, da med spoloma obstaja razlika. Pri odgovarjanju na postavljena vprašanja so bili anketiranci dokaj enotni, saj je standardni odklon povsod nizek. Odstotne vrednosti so prikazane na sliki 5.6, ki je takoj pod tabelo 5.8.

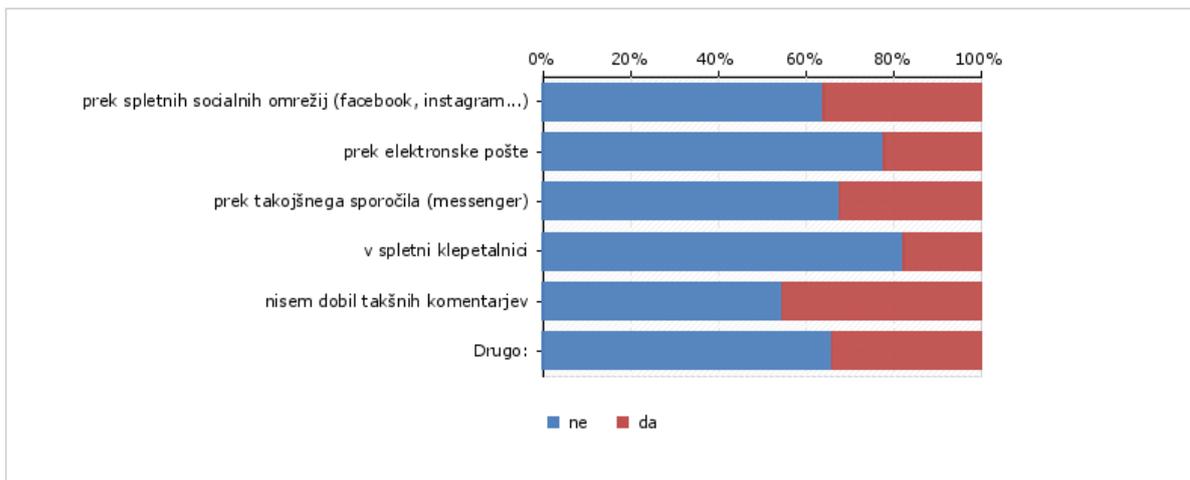
Tabela 5.8: Opisna statistika glede na spol

Ali ste že kadarkoli dobili nezaželene neprijetne komentarje od kogarkoli na katerega izmed naslednjih načinov?								
	Da	Ne	Skupaj	Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. odklon	p-vrednosti
Prek spletnih socialnih omrežij (Facebooka, Instagrama ...).	43	77	120	120	132	1,6	0,48	0,056
Prek elektronske pošte.	26	92	118	118	132	1,8	0,42	0,856
Prek takojšnjega sporočila (Messenger).	38	80	118	118	132	1,7	0,47	0,086
V spletni klepetalnici.	21	98	119	119	132	1,8	0,38	0,584
Nisem dobil takšnih komentarjev.	53	64	117	117	132	1,5	0,5	0,257
Drugo:	18	35	53	53	132	1,7	0,48	0,456

Na sliki 5.6 lahko vidimo, da so anketiranci največkrat žaljive komentarje prejeli preko elektronske pošte (78 %) in v spletni klepetalnici (80 %). Veliko žaljivih komentarjev pa so prejeli tudi preko spletnih socialnih omrežij (63 %) in prek takojšnjega sporočila (64 %). 0

% anketirancev žaljivega komentarja še ni prejelo. Pod drugo so napisali, da sami dajejo žaljive komentarje, da so jih prejeli na Vibru in Snapchatu.

Slika 5.6: Ali ste že kadarkoli dobili nezaželene neprijetne komentarje od kogarkoli na katerega izmed naslednjih načinov?



Slika 5.7 prikazuje, da je največ anketirancev poskusila blokirati vsa sporočila te osebe (43%), 33% jih je odgovorilo z enako neprijetnim in bolečim sporočilom, 24% jih je sporočilo takoj zbrisalo.

Slika 5.7: Kaj ste storili, ko se vam je to zgodilo oziroma kaj bi storili, če bi se vam to zgodilo?

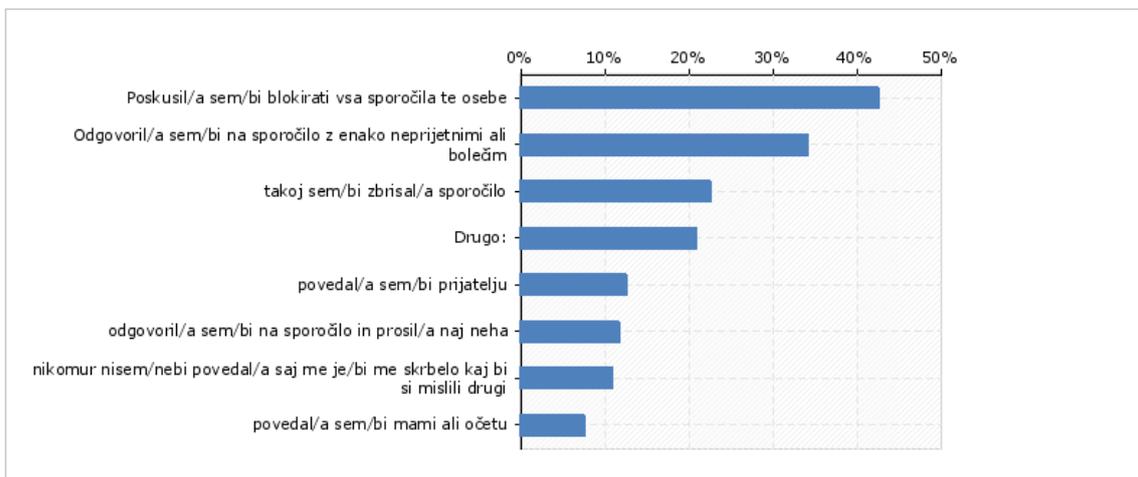


Tabela 5.9 prikazuje primerjavo med spremenljivkama način študija in navezovanje stikov preko spletnih socialnih omrežij. Hi kvadrat ne pokaže značilne povezanosti med spremenljivkama ( $p = 0,781$  in je  $>$  od  $0,05$ ), zato ne moremo trditi, da obstaja povezanost med spremenljivkama.

Tabela 5.9: Primerjava med spremenljivkama »način študija« in »navezovanje stikov preko spletnih socialnih omrežij«

		<b>Vrednost</b>	<b>df</b>	<b>p</b>
<b>Način študija</b>	Hi kvadrat (a)	3,221	5	0,781
<b>Navezovanje stikov preko spletnih socialnih omrežij</b>				

Legenda: df = stopnja prostosti, p = mejna statistično pomembna vrednost pri 0,05 ali manj

Tabela 5 prikazuje primerjavo med spremenljivkama način študija in navezovanje stikov preko spletnih socialnih omrežij. Hi kvadrat pokaže značilno povezanost med spremenljivkama ( $p = 0,046$  in je  $>$  od 0,05), zato trdimo, da obstaja povezanost med spremenljivkama. Prav tako trdimo, da se srečanje in spoznavanje oseb zgodi, če so anketiranci starejši, mlajši so manjkrat pripravljeni na srečanje z osebo, ki so jo spoznali preko socialnih spletnih omrežij.

Tabela 5.10: Primerjava med spremenljivkama »starost« in »srečanje z osebo, ki ste jo spoznali preko socialnih spletnih omrežij«

		<b>Vrednost</b>	<b>df</b>	<b>p</b>
<b>Starost</b>	Hi kvadrat (a)	4,876	5	0,046
<b>Srečanje z osebo, ki ste jo spoznali preko socialnih spletnih omrežij</b>				

Legenda: df = stopnja prostosti, p = mejna statistično pomembna vrednost pri 0,05 ali manj

Iz tabele 5.11 je razvidno, da anketiranci raje vzpostavijo stik s simpatijo v realnem življenju (58 %), nekaj pa jih lažje vzpostavi stik preko spletnih socialnih omrežij (33 %).

Tabela 5.11: Vzpostavljanje stika s simpatijo

<b>Ali vam je prijetneje vzpostaviti stik oz. komunicirati s simpatijo preko socialnih omrežij?</b>				
	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
Da	43	33 %	36 %	36 %

Ne	77	58 %	64 %	100 %
Skupaj	120	91 %	100 %	

### 5.1.1 Preverjanje hipotez s kvantitativno metodo

S pomočjo Pearsonove korelacije, T testa in Hi kvadrata smo preverili nekaj hipotez, ki smo si jih postavili pred začetkom raziskave. Hipoteze smo preverjali v programu SPSS 22.0, kjer smo podatke ankete statistično obdelali.

Prva hipoteza je: »Predpostavljamo, da bodo dijaki iz gimnazije na socialnih omrežjih preživeli manj časa kot dijaki srednje tehniške šole.« Za preverjanje hipoteze smo uporabili t-test. Hipotezo na podlagi rezultatov raziskave lahko zavrnamo. Trdimo lahko, da ne prihaja do statistično pomembnih razlik med uporabo socialnih omrežij dijakov srednje šole in gimnazijci. Na rezultate testa je morda vplivalo tudi število gimnazijcev, ki jih je bilo več, vendar na podlagi življenjskega stila mladih lahko rečemo, da gimnazijci enako pogosto uporabljajo socialna omrežja kot dijaki srednjih šol.

Tabela 5.12: Uporaba socialnih omrežij glede na smer izobrazbe

	<b>Dijaki</b>	<b>n</b>	<b>t- vrednosti</b>	<b>p- vrednosti</b>
Večkrat na dan	Srednja tehnična šola	50	3,243	0,531
	Gimnazija	53		
Vsak dan	Srednja tehnična šola	8	-1,408	0,161
	Gimnazija	9		
Nekajkrat na teden	Srednja tehnična šola	3	-0,572	0,112
	Gimnazija	2		
Približno enkrat na teden	Srednja tehnična šola	1	3,293	0,586
	Gimnazija	2		
Nekajkrat na mesec	Srednja tehnična šola	0	4,859	0,121
	Gimnazija	1		
Manj pogosto	Srednja tehnična šola	0	0,276	0,783
	Gimnazija	1		
Nikoli	Srednja tehnična šola	1	4,859	0,431
	Gimnazija	1		

Legenda: n = število odgovorov; t = statistika t-testa za neodvisne vzorce; p = statistična značilnost

Druga hipoteza, ki smo jo postavili, je: »Predpostavljamo, da obstajajo razlike med vsebinami, ki zanimajo dijake gimnazije in dijake tehniške šole.« Za ugotavljanje razlike med vsebinami iskanja in smerjo izobrazbe smo uporabili Hi kvadrat. Hipotezo lahko potrdimo, saj je  $p < 0,032$ . Trdimo, da prihaja do razlik med vsebinami, ki zanimajo dijake gimnazije in dijake tehniške šole.

Tabela 5.13: Primerjava med spremenljivkama »smer izobrazbe« in »iskane vsebine preko spletnih omrežij«

		Vrednost	df	p
<b>Smer izobrazbe</b>	Hi kvadrat (a)	3,845	9	0,032
<b>Iskane vsebine preko spletnih omrežij</b>				

Legenda: df = stopnja prostosti, p = mejna statistično pomembna vrednost pri 0,05 ali manj

S kvantitativno raziskavo smo preverili še četrto hipotezo: »Mladi preko socialnih omrežij lažje vzpostavljajo stike z nasprotnim spolom.« Hipotezo smo preverili s Pearsonovo korelacijo, kjer smo želeli prikazati povezavo med vzpostavljanjem stika z nasprotnim spolom, in sicer s tem, kaj anketiranci običajno počnejo na socialnem omrežju. Hipotezo lahko zavrnamo, saj na podlagi rezultatov analize vidimo, da med spremenljivkama ne prihaja do statistično pomembne povezave.

Tabela 5.14: Povezava med spremenljivkama »vzpostavljanje stika z nasprotnim spolom« in »početjem anketirancev na socialnem omrežju«

Prebiram, kaj počnejo drugi.	Pearsonova korelacija	0,199
	p-vrednost	0,139
	n	132
Pišem komentarje drugim.	Pearsonova korelacija	0,042
	p-vrednost	0,862
	n	132
Ogledujem si fotografije drugih.	Pearsonova korelacija	-0,532
	p-vrednost	0,652
	n	132
Pišem statuse o tem, kaj počnem jaz.	Pearsonova korelacija	0,670
	p-vrednost	0,321
	n	132
Igram igrice.	Pearsonova korelacija	-0,173
	p-vrednost	0,571

	n	132
Nalagam fotografije, da si jih lahko drugi ogledajo.	Pearsonova korelacija	-0,142
	p-vrednost	0,548
	n	132
Ne počnem nič posebnega, profil imam zato, ker ga imajo moji prijatelji.	Pearsonova korelacija	-0,132
	p-vrednost	0,632
	n	132

## 5.2 KVALITATIVNA RAZISKAVA

V namen širše raziskave in triangulacije podatkov smo izvedli še raziskavo fokusnih skupin.

### 5.2.1 Kategorija uporaba spletnih socialnih omrežij

V kategoriji uporaba spletnih socialnih omrežij smo združili kode življenjskega pomena, pogrešljivo, obveza, prijatelji in mobilni telefon.

Tabela 5.15: Uporaba spletnih socialnih omrežij

	Kategorija uporaba spletnih socialnih omrežij				
Kode	Življenjskega pomena	Pogrešljivo	Obveza	Prijatelji	Mobilni telefon

Vsi člani fokusne skupine vsakodnevno uporabljajo spletna socialna omrežja preko mobilnega telefona. Pravijo, da si ne predstavljajo več življenja brez teh in da jim je zelo pomembno, da nekajkrat dnevno preletijo Facebook. Čutijo že dolžnost in obvezo, da »všečkajo« sliki prijatelja, napišejo komentar, pregledajo spletne vsebine, kaj se dogaja novega. Tudi brez drugih spletnih socialnih omrežij si ne predstavljajo življenja. Pravijo, da je to del njihovega vsakdanjika.

M1-1

*»Prva stvar, ki jo zjutraj naredim, ko vstanem, je ta, da preletim Facebook, pregledam prejete Snape in pogledam sporočila Vibra, katerih se v eni ur nabere zelo veliko. Če ne bi cel dan gledal telefona, ne vem, kdaj bi lahko vse pregledal.«*

M1-4

*»Preko spletnih socialnih omrežij klepetam s prijateljicami in si tako lahko sproti zaupamo vse stvari, ni nam treba čakati na naslednji dan, da se srečamo v šoli. Pogosto tudi objavljamo slike, katere si lajkamo in komentiramo.«*

M1-8

»Jaz brez Instagrama, Facebooka in Wassapa ne znam več živeti. Sledim vsemu prek spletnih aplikacij. Tudi fit recepte spremljam in sledim mnogim znanim osebam, po katerih se tudi zgledujem«.

## 5.2.2 Kategorija preživljanje prostega časa

V kategoriji preživljanje prostega časa smo oblikovali kode prijatelji, šport, druženje, objava fotografij in integriranost.

Tabela 5.16: Preživljanje prostega časa

	Kategorija preživljanje prostega časa				
Kode	Prijatelji	Šport	Druženje	Objava fotografij	Integriranost

Mladi pravijo, da veliko prostega časa preživijo s prijatelji v naravi, družijo se tudi v lokalih in izvajajo skupaj razne športne aktivnosti. Vedno pa imajo ob sebi pametne telefone, da vse trenutke lahko zajamejo s fotografijo in videom, ki jih nemudoma objavijo na enem od spletnih socialnih omrežij. Zaradi omrežne povezave in brezplačnih wi-fi točk sprejemajo sporočila na skoraj vsakem mestu kamorkoli grejo, tudi v šoli. Včasih, tudi ko so v družbi, eno uro preživijo ob pregledovanju objav drugih članov socialnega spletnega omrežja, ki jih skupaj pokomentirajo.

M1-2

»Z mojimi prijatelji veliko športamo, poleti smo wakebordali na Krku. Je bil pa vedno nekdo na kopnem, ki je snemal naše podvige in zajemal fotografije, katere smo kasneje objavili na Instagramu in Twitterju«.

M1-4

»S prijateljicami gremo velikokrat na kavo, kino, pijačo zvečer in včasih preživimo tudi po eno uro skupaj na telefonu, brez da bi katera karkoli rekla.«

M1-7

»Jaz v svojem prostem času najraje igram spletne igrice, veliko jih najdem tudi preko Facebooka. Te igrice te kar zasvojijo in jih moraš igrati.«

### 5.2.3 Kategorija vpliv spletnih socialnih medijev na študij

V kategoriji vpliv socialnih medijev na študij smo združili kode popuščanje, kampanjsko učenje, upad koncentracije in skupinsko učenje.

Tabela 5.17: Vpliv spletnih medijev na študij

	<b>Kategorija vpliv spletnih socialnih medijev na študij</b>			
<b>Kode</b>	Popuščanje	Kampanjsko učenje	Upad koncentracije	Skupinsko učenje

Mladi fokusne skupine pravijo, da spletni socialni študiji vplivajo na učenje, in sicer tako, da jim pade koncentracija za učenje kadarkoli pogledajo na telefon. Če delajo kaj na računalniku, imajo vedno odprto kakšno spletno aplikacijo. Ko se namenijo učiti, najprej pregledajo vse spletne vsebine in šele nato se začnejo učiti, ko bi morali že kaj znati. Dobra stvar spletnih aplikacij pa je, da se povežejo lahko v spletni učilnici, kjer se skupaj učijo in rešujejo naloge ter se tako učijo eden od drugega.

M1-3

*»Vedno, ko se odpravim učiti, imam telefon v roki. To me odvrne od učenja. Če se učim, mi vedno prileti kakšno sporočilo in takoj zgubim fokus. Tako da če se hočem kaj naučiti, moram biti brez telefona.«*

M1-5

*»Mislim, da bi v šoli precej popuščala, če bi se učila s spletnimi vsebinami prižganimi. Tudi starši mi ne dovolijo, da imam telefon pri sebi, ko se učim.«*

M1-8

*»Dobra stvar spleta je, da kadar hočemo skupinsko učenje, se enostavno povežemo v spletni učilnici preko videa in se skupaj učimo. Tako tudi tisti, ki ne razumejo nalog, dobijo razlago več sošolcev in morda tako dojamejo snov.«*

### 5.2.4 Kategorija vpliv spletnih socialnih medijev na medsebojne odnose

Kode ljubosumje, govornice, vzdrževanje prijateljstva in zlobni komentarji smo združili v kategoriji vpliv spletnih socialnih medijev na medsebojne odnose.

Tabela 5.18: Vpliv spletnih socialnih medijev na medsebojne odnose

	<b>Kategorija vpliv spletnih socialnih medijev na medsebojne odnose</b>			
<b>Kode</b>	Ljubosumje	Govorice	Vzdrževanje prijateljstva	Zlobni komentarji

Člani fokusne skupine so povedali, da kroženje spletnih vsebin po socialnih spletnih omrežjih in objavlanje fotografij velikokrat sproži neresnične govorce, pogosto negativne, o posameznikih, predvsem ženskega spola. Velikokrat se pojavi tudi ljubosumje, ker določeni prejemajo komentarje in ne tisti, ki bi si jih želeli. Velikokrat se pod objavami posameznikov znajdejo tudi negativni komentarji, ki jih v tistem trenutku izreče oseba, za katero je posameznik menil, da je prijatelj. Pozitivna plat spletnih socialnih medijev pa je lažje ohranjanje prijateljstev na daljavo, sploh če gredo prijatelji študirati v tujino.

M1-3

*»Meni se zdijo spletni socialni mediji super za ohranjanje prijateljstev na daljav. Predvsem uporabljam Skype in Viber pa tudi Facebook. Najboljša prijateljica je odšla na izmenjavo v Nemčijo in tako se lahko slišiva večkrat na teden brez stroškov.«*

M1-7

*»Vsi spletni prijatelji v bistvu sploh niso prijatelji, temveč samo čakajo, kdaj lahko kaj nesramnega napišejo pod fotke, ki jih objavim.«*

M1-8

*»Jaz pa če objavim kakšen selfie, punce, ki spremljajo in mi sledijo, takoj postanejo ljubosumne in ja širjenje govoric je res hitro. Mislim, da odnosi na spletnih socialnih omrežjih niso pristni.«*

### 5.2.5 Kategorija spoznavanje novih ljudi na spletu

Tabela 5.19: Spoznavanje novih ljudi na spletu

	<b>Kategorija spoznavanje novih ljudi na spletu</b>			
<b>Kode</b>	Enostavno	Privatna sporočila	Dodajanje prijateljev	Profilna fotografija

Člani fokusne skupine so razpravljali o tem, da je profilna slika na Facebooku in kateremukoli drugemu spletnemu socialnemu omrežju zelo pomembna, če želiš spoznati

nove prijatelje in morda celo simpatijo. Dodajanje prijateljev je precej preprosto, dodaš tistega, ki ti je všeč, imata veliko skupnih prijateljev ali imata skupne interese. Tako si začneta pregledovati in komentirati objave in morda prijateljstvo celo zraste v realno srečanje. Pravijo, da se lahko posamezniku na spletnem socialnem omrežju pošlje tudi zasebno sporočilo, ki ga vidi samo on. Nekaj izmed njih je spoznalo prijatelje na spletu, s katerimi se družijo.

M1-1

*»Zelo je pomembno, da imaš povsod dobro profilno fotografijo, drugače te nihče ne doda za prijatelja.«*

M1-5

*»Če želiš koga bolje spoznati, mu lahko pošlješ tudi sporočilo na spletnem socialnem omrežju ter tako komuniciraš z njim. Jaz sem tako spoznala punco iz paralelke, s katero se danes veliko druživa, saj sva ugotovili, da imava veliko skupnih interesov.«*

M1-6

*»Nove prijatelje je zelo enostavno pridobiti. Greš na njegovo profilno stran, stisneš gumb dodaj prijatelja in že ga imaš, če te seveda sprejme. Potem se lahko to prijateljstvo razvija, lahko pa ostane zgolj spletno in če osebo srečaš nekje na cesti, je sploh ne pozdraviš. Med prijatelji jih imam kar nekaj, ki jih ne poznam, ampak imava veliko skupnih prijateljev.«*

## 5.2.6 Kategorija prednosti spletnih socialnih omrežij

V kategoriji prednosti spletno socialnih omrežij smo oblikovali kode informacije, komunikacija, nakupovanje in dostopnost do vsega.

Tabela 5.20: Prednosti spletno socialnih omrežij

	<b>Kategorija prednosti spletno socialnih omrežij</b>			
<b>Kode</b>	Informacije	Komunikacija	Nakupovanje	Dostopnost do vsega

Mladi navajajo mnogo prednosti, ki jih je prineslo spletno socialno omrežje. Bolje so informirani o dogajanjih, imajo velik pretok informacij, lažje komunicirajo z zelenimi osebami, lažje nakupujejo cenovno ugodne stvari, stalno so v koraku s časom in imajo lažji dostop do vseh vsebin, ki se delijo po spletnih socialnih omrežjih.

M1-2

»Zelo dobro je, ker informacije po omrežju krožijo zares hitro. Na primer, če nekaj popravljam, mi zmanjka del, napišem objavo, kdo podari to, kar rabim, in v trenutku se jih pet odzove.«

M1-5

»Meni je všeč, ker tako enostavno nakupujem stvari. Na Facebooku sem v parih skupinah, kjer spremljam zelene artikle in tisti, ki so cenovno ugodni, jih tudi kupim. Plačam pa po povzetju.«

M1-7

»Kar mi je zelo všeč, je, da se brez pretiranega dogovarjanja lahko v privatnem pogovoru zmenimo vse v zelo kratkem času. Nekdo napiše post, se dobimo pri meni čez 10 min in kdor hoče se odzove in potrди prihod, kdor pa ne, pa prihod zavrne.«

### 5.2.7 Kategorija slabosti spletnih socialnih omrežij

V kategoriji slabosti spletnih socialnih omrežij so združene kode zasvojenost, izguba zanimanja, nadlegovanje in razdiranje odnosov.

Tabela 5.21: Slabosti spletno socialnih omrežij

	<b>Kategorija slabosti spletno socialnih omrežij</b>			
<b>Kode</b>	Zasvojenost	Izguba zanimanja	Nadlegovanje	Razdiranje odnosov

Mladi v fokusni skupini navajajo, da lahko postaneš kar zasvojen z objavljanjem dogodkov in vsebin na spletno socialna omrežja, nujno moraš na vsako uro pregledati, če je kaj novega in včasih se čas, ki je največji kapital, nepotrebno zapravi na spletnih omrežjih. Velikokrat so zaradi spletnih omrežij izgubili zanimanje za druge stvari. Slabost je tudi nadlegovanje, ki se lahko pojavi, sploh če nadlegovalec ustvari lažen profil oziroma če hoče še kaj hujšega. Facebook pa krivijo tudi za razdor partnerstev, ker se je zaradi objavljene fotografije in pisanja komentarjev pojavilo ljubosumje, ki je vodilo v razdor zveze.

M1-1

»Seveda so tudi slabosti. Prva je zasvojenost, ker imamo vsi stalno telefone v rokah, delamo selfije in včasih pozabimo na bistvo življenja.«

M1-3

»Velikokrat sem nameravala ven v naravo ali kam drugam, pa sem se zasedela za računalnikom in pozabila na prejšnje interese, med drugim včasih tudi na učenje.«

M1-8

»Problem nastane, ko se nate spravi kakšen psihopat in te nadleguje. Meni je en pošiljal ene spolne vsebine, na srečo sem ga blokirala in ni poskušal znova.«

### 5.2.8 Kategorija prihodnost prostega časa brez interneta

V kategoriji prihodnost prostega časa brez interneta smo združili kode stalni napredek, brez telefonov, malo osebnih stikov, nepredstavljivo.

Tabela 5.22: Prihodnost prostega časa brez interneta

	<b>Kategorija prihodnost prostega časa brez interneta</b>			
<b>Kode</b>	Stalni napredek	Brez telefonov	Malo osebnih stikov	Nepredstavljivo

Mladi si ne predstavljajo več prostega časa brez interneta, saj so v spletni tehnologiji prisotni stalni napredki, ki aplikacije in tehnologijo samo izboljšujejo. Menijo celo, da bodo tehnologijo pripeljali do te točke, da za udeležitev spletno socialnega omrežja ne bodo potrebovali računalnikov ali telefona, temveč bo vse virtualno. Prav tako so prepričani, da bo z razvojem tehnologije vedno manj osebnih stikov, kar pomeni še manj pristnih prijateljstev in preživljanja časa v naravi.

M1-2

»Preživljanje prostega časa brez interneta se mi zdi nemogoče, saj smo v ta način življenja mladi vpeljani in smo brez interneta goli.«

M1-4

»Kje pa, splet bo samo napredoval. Kmalu bomo za udeležitev v spletna omrežja potrebovali samo virtualno sliko, brez telefonov, računalnikov ali česarkoli drugega.«

M1-8

»Z napredovanjem bo tudi vedno manj osebnih stikov, vedno več bo površinskih prijateljev in ugajanja drugim.«

### **5.2.9 Preverjanje hipotez s kvalitativno povezavo**

Tretjo hipotezo smo preverili s kvalitativno raziskavo in se glasi: »Mladi si s pomočjo socialnih omrežij ustvarjajo virtualni svet in si s tem ustvarjajo želeno podobo.« Na podlagi kodiranja transkriptov fokusne skupine hipotezo lahko potrdimo. Mladi si s pomočjo virtualnega sveta ustvarjajo podobo in to podobo projicirajo skozi socialna omrežja svojim spletnim prijateljem.

Zadnja hipoteza, ki smo jo preverili s pomočjo kvalitativne raziskave, je: »Mladi večino svojega prostega časa namenijo uporabi socialnih medijev.« Hipotezo sprejmemo, ker mladi res večino svojega prostega časa namenijo uporabi socialnih medijev. Zaradi pametnih telefonov imajo stalen dostop do spletnih socialnih omrežij tudi takrat, ko kako drugače preživljajo svoj prosti čas.

## 6 RAZPRAVA IN SKLEPI

Internet in spletna socialna omrežja so postala del življenja ljudi, predvsem mladostnikov, ki želijo preko spleta ustvariti svojo najboljšo podobo in jo predstaviti pred ostalimi vrstniki. V magistrskem delu smo naredili raziskavo o mladih in internetu, vprašanja pa smo povzeli iz predhodne raziskave, ki je bila narejena leta 2011. S tem smo želeli prikazati razliko v uporabi interneta v obdobju petih let.

Leta 2011 je 45 % mladostnikov internet uporabljalo večkrat na dan, 25 % približno enkrat na dan in 13 % nekajkrat na teden. Z našo raziskavo smo prišli do rezultatov, da mladostniki uporabljajo internet večkrat na dan zelo pogosto (78 %), 16 % jih uporablja internet enkrat na dan in 5 % mladostnikov je na internetu približno enkrat na teden. Iz teh podatkov vidimo močan porast vsakodnevne uporabe interneta. Večkratni dnevni obisk se je zvišal za 50 %, medtem ko se je obisk interneta enkrat na dan znižal. Podatek nam pokaže, da imajo mladostniki res enostaven dostop do interneta in se preko mobilnih telefonov povežejo od koderkoli.

V raziskavi iz leta 2011 je 10 % mladih približno 10 minut na dan preživelo na internetu, 19 % pol ure, 22 % približno 1 uro, 18 % 1–2 uri, 10 % 2–3 ure in 3 % pet ur in več. V raziskavi, ki smo jo izvedli, 13 % anketirancev preživi na internetu pol ure dnevno, 11 % eno uro na dan, 19 % 1–2 uri, 17 % 2–3 ure in 15 % pet ur in več. Odstotki so v obeh raziskavah podobni, razen pri dnevnem obisku 5 ur in več prihaja do velike razlike, kjer danes 12 % več mladih preživi toliko časa na internetu kot pa leta 2011. Razlog zato je lahko enostavna brezžična povezava, ki je skoraj povsod in omogoča enostaven dostop do interneta iz telefona. Na to lahko navežemo naslednji rezultat raziskave. Leta 2011 je imelo dostop do interneta iz mobilnega telefona 63 % mladostnikov, danes ima dostop do interneta 91 % mladostnikov. Razlika je velika, skoraj 30 %, kar pomeni, da imajo mladostniki danes konstanten dostop do interneta.

Leta 2011 so mladostniki navedli, da so v 45 % oni najboljši uporabniki interneta doma. Ta odstotek se je v naši raziskavi povišal na 70 %. To pa pomeni, da se je tudi uporaba interneta od doma povišala. Internet je zdaj za mlade nepogrešljiv medij, kjer gledajo filme, so na spletnih socialnih omrežjih ipd.

Primerjali smo tudi podatke, ki prikazujejo, katere spletne aktivnosti mladi najpogosteje uporabljajo in kako pogosto. Mladi so leta 2011 najpogosteje in vsakodnevno uporabljali

strani spletnih socialnih omrežij (41 %), pogosto in vsakodnevno so uporabljali tudi takojšnje sporočanje (29 %) in gledanje zabavnih slik ali video vsebin (27 %). Pogosto (64 %) niso uporabljali spletnih klepetalnic, igrali spletnih iger (52 %) in prenašali programske opreme (47 %). Rezultati naše raziskave so drugačni. 63 % mladih vsakodnevno uporablja spletna socialna omrežja, kar je skoraj četrtno več kot mladi pred petimi leti. Zelo pogosto gledajo zabavne slike in video vsebine (57 %), kar dosti bolj pogosto kot mladi iz prejšnje raziskave. Tudi uporaba spletnih klepetalnic se je močno zvišala, in sicer na 40 %. S tem vprašanjem smo prikazali, da mladi dosti bolj uporabljajo internet in aplikacije, ki jih nudi, kot so jih pred petimi leti. Tudi komuniciranje preko spleta poteka bolj pogosto kot leta 2011 in mladi so vse bolj osredotočeni na dogajanje na internetu.

S Pearsonovo korelacijo smo prikazali, da obstaja povezava med starostjo in prijetnostjo pogovarjanja na internetu ter starostjo in občutkom varnosti na internetu. Povezava je pozitivna, zato lahko sklepamo, da starejši anketiranci bolj pazijo, s kom se pogovarjajo na internetu in pri tem pazijo na varnost.

Tudi uporaba spletnih socialnih omrežij se je v petih letih povišala. Leta 2011 je spletna socialna omrežja večkrat na dan uporabljalo 34 %, vsak dan 32 %, nekajkrat na dan 22 % in približno enkrat na teden 4 % mladih. V naši raziskavi 44 % anketirancev uporablja spletna socialna omrežja večkrat na dan, 30 % vsak dan, 14 % jih uporablja omrežja nekajkrat na teden in 4 % anketirancev jih uporablja približno enkrat na teden. Iz podatkov je razvidno, da spletna socialna omrežja predstavljajo pogrešljivi del mladostnikovega vsakdanjika in da se prisotnost na omrežjih samo zvišuje (za 10 % v petih letih).

45 % mladih je leta 2011 na spletnih socialnih omrežjih prebiral, kaj počnejo drugi, 38 % jih piše komentarje drugim, 35 % si ogleduje fotografije drugih in 21 % jih piše statute o tem, kaj počnejo. V naši raziskavi 63 % mladih prebira, kaj počnejo drugi, 44 % si jih ogleduje fotografije drugih, 25 % jih ne počne nič posebnega in imajo profil samo zato, ker ga imajo prijatelji. Dogajanje se je na omrežjih rahlo spremenilo. Prioriteta je še vedno poizvedovanje, kaj počnejo drugi (kar 18 % mladih več kot leta 2011). Iz podatkov je razvidno, da so mladi večkrat prisotni na straneh virtualnih prijateljev in prebirajo njihove objave ipd.

35 % anketirancev je že ustvarilo lažen profil. Najpogosteje zato, da prikrijejo svojo identiteto ali pa se pogovarjajo o stvareh, ki se sicer ne bi. Vendar socialna omrežja nenehno iščejo načine za prepoznavanje lažnih profilov, katerega ustvarjanje je lahko kaznivo

dejanje. Eno izmed najbolj priljubljenih spletnih socialnih omrežij je Facebook, kjer nenehno iščejo nove načine in preizkušajo nove tehnologije, ki bodo skrbnikom pomagale pri razkritju in zapiranju lažnih profilov. Pri Facebooku bodo za boj proti lažnim profilom uporabljali poseben algoritem, ki bo samodejno prepoznal lažen profil, ki posnema realno osebo. Če bo Facebook profil označil kot lažnega, bo ustanovitelj profila moral poslati dokumente, ki bodo dokazovali resničnost profila. V nasprotnem primeru bo Facebook profil onemogočil (Računalniške novice, n. d.).

Nezaželeni in nesramni komentarji so pogosti med mladimi na spletnih socialnih omrežjih. Leta 2011 so mladi pretežno dobili nezaželene komentarje preko takojšnjega sporočanja (9 %), preko spletnih socialnih omrežij (7 %) in preko kratkih sporočil (7 %). V naši raziskavi je kar 43 % mladih prejelo neprijetne komentarje na spletnih socialnih omrežjih, 26 % preko elektronske pošte, 38 % pa preko takojšnjega sporočanja. Število neprijetnih komentarjev med mladimi je močno naraslo. Cvjetović pravi (2015), da smo spletnemu nasilju priča vsak dan v najrazličnejših oblikah (žaljiv govor, lažni profili, žaljiva neposredna sporočila, spletno nadlegovanje ipd.). Raziskavo o spletnem nasilju so opravili na Fakulteti za družbene vede, v katero so zajeli 39 mladostnikov starih od 15–25 let. Prišli so do ugotovitve, da se o spletnem nasilju ne piše in ne govori dosti, čeprav ga mladi zaznavajo kot veliko grožnjo. V raziskavi so izpostavili rezultat, da spletno nasilje najbolj grozi skupini mladim, med katerimi je največ osnovnošolcev in dijakov. Avtor navaja, da zaradi tega mladim ni potrebno prepovedati računalnika, temveč jih je treba poučiti o odgovornem vedenju na internetu in da spletnega nasilja v kakršnikoli obliki ne smejo tolerirati.

Najpogostejša reakcija na neprijetne komentarje na spletu je bila leta 2011 ta, da so mladi odgovorili na sporočilo z enako neprijetnim in bolečim sporočilom (24 %), da so poskusili blokirati vsa sporočila te osebe (18 %) in da so sporočilo takoj izbrisali (16 %). Mladi iz naše raziskave na neprijetne komentarje reagirajo tako, da osebo, ki jim piše komentarje poskušajo blokirati (43 %), da na sporočilo odgovorijo z enako neprijetnim in bolečim sporočilom (35 %) in da sporočilo takoj izbrišejo (23 %). Reakcija mladih je pričakovana, saj mislijo, da je napad najboljša obramba, vendar jim je treba razjasniti, da s tem nestrpnost na spletu samo širijo dalje. Mlade bi morali poučiti o obnašanju na internetu in kako naj reagirajo na neprijetne komentarje. Senekovič (2011) navaja, da v Sloveniji sovražni govor na internetu urejajo različni instituti, kot so Ustava in zakonodaja Kazenskega zakonika in mednarodne konvencije s področja varstva človekovih pravic. Tudi Varuh človekovih pravic ima pomembno vlogo na področju reguliranja sovražnega govora.

Leta 2011 se je z osebo iz interneta srečalo 35 % mladih, v naši raziskavi pa 46 % mladih. S Hi kvadrat testom smo dokazali, da je starost odvisna spremenljivka, ali se bo mladostnik srečal z osebo iz interneta ali ne. Mladostniki naj se posvetujejo o srečanju z neznano osebo z nekom, ki mu zaupajo. Za srečanje naj se dogovorijo na javnem prostoru, ki je varen. Če mladostniku z nasprotno osebo postane neprijetno, naj srečanje takoj zaključi.

Ker s kvantitativno raziskavo nismo pridobili veliko podatkov, koliko prostega časa mladi dejansko namenijo preživljanju na internetu in spletnih socialnih omrežjih, smo izvedli še kvalitativno raziskavo, kjer smo z osmimi mladimi vodili diskusijo v obliki fokusne skupine. Ugotovili smo, da mladim spletna socialna omrežja predstavljajo obveznost, ki je pogrešljiva in skoraj življenjskega pomena. Na spletnih socialnih omrežjih se pogovarjajo s prijatelji, do njih pa dostopajo kar preko mobilnega telefona. Prosti čas in preživljanje le-tega ni v enaki obliki, kot je bil nekoč. Tudi ko se mladi ukvarjajo s športom, vedno objavljajo svoje slike in dogajanja na spletnem socialnem omrežju, kar je precej preprosto, saj imajo skoraj vsi pametne telefone. Menijo, da socialna spletna omrežja v nekaterih primerih slabo vplivajo na študij, ker zaradi stalne prisotnosti na njih mladostniki popuščajo v šoli, se težje skoncentrirajo in se kampanjsko učijo. Prednost, ki jo imajo spletna socialna omrežja je, da mladostniki hitro pridobijo informacijo o nepoznani stvari in se lahko udeležujejo skupinskega spletnega učenja. Mladi v fokusni skupini pa pravijo, da spletna socialna omrežja pogosto ne vplivajo dobro na medsebojne odnose. Velikokrat se pojavijo objave z zlobnimi komentarji, govornice in ljubosumje. Pozitivna plat omrežij pa je, da lahko ohranjaš prijateljstvo z nekom, ki je po sili razmer moral v tujino. Svoj prosti čas mladi zapolnijo tudi s spoznavanjem novih ljudi na spletu. Pravijo, da je nove ljudi spoznati preprosto. Lahko preko zasebnega sporočila ali pa novega prijatelja preprosto dodaš na svoj družbeni seznam (seveda, če te zelena oseba sprejme za prijatelja).

Mladostniki so za prednosti socialnih omrežij navedli hiter dostop do informacij, lažje komuniciranje, enostavno nakupovanje in dostopnost do vsega. Divjak (2010, str. 52) navaja, da s spletnimi socialnimi omrežji vzdržujemo vezi na daljavo.

Slabosti spletnih socialnih omrežij pa so za mladostnike zasvojenost z omrežji, izguba zanimanja za ostale stvari, možno nadlegovanje in razdiranje realnih odnosov med posamezniki. Seveda moramo omeniti še druge slabosti družbenih omrežij. Največji problem povzroča tudi vprašanje zasebnosti, ker podatke, ki jih uporabniki objavijo, lahko kdorkoli zlorabi in ukrade. Vse podatke, ki so enkrat objavljeni na spletu, je skoraj nemogoče

izbrisati, zaradi česar se lahko pojavi zloraba profila. Na spletu je možno zaslediti nekaj vrst zlorab, kot so npr. emocionalna zloraba, žaljenje in norčevanje (ang. Trolling) ter spletno teroriziranje (Wikipedija, n. d.).

Mladi si prihodnosti brez interneta ne predstavljajo več, pričakujejo stalni napredek in razvoj spletnih socialnih omrežij. Prav tako pričakujejo, da bodo v roku 10 let brez telefonov in bodo lahko komunicirali na različne virtualne načine. Pričakujejo, da bo še manj osebnih stikov, kot jih je zdaj. Ustanovitelj Facebooka Mark Zuckerber je prepričan, da si bodo v prihodnosti ljudje lahko preko posebnih vmesnikov posredovali izkušnje in spomine. Torej bi se fotografije, videoposnetki in besedila lahko udejanjila v čustvene izkušnje.

Pred začetkom raziskave smo si postavili pet hipotez, od katerih smo tri potrdili in dve zavrnil. Prva hipotezo »Predpostavljamo, da bodo dijaki iz gimnazije na socialnih omrežjih preživeli manj časa kot dijaki srednje tehniške šole.« smo zavrnil. Za preverjanje hipoteze smo uporabili t-test. Ker je dostopnost do družbenih omrežij enostavna, ne moremo trditi, da srednješolci bolj uporabljajo omrežja kot gimnazijci. Druga hipoteza je bila »Predpostavljamo, da obstajajo razlike med vsebinami, ki zanimajo dijake gimnazije in dijake tehniške šole.« Za ugotavljanje razlike med vsebinami iskanja in smerjo izobrazbe smo uporabili Hi kvadrat. Hipotezo lahko potrdimo, saj je  $p < 0,032$ . Trdimo, da prihaja do razlik med vsebinami, ki zanimajo dijake gimnazije in dijake tehniške šole. Tretjo hipotezo smo preverili s kvalitativno raziskavo in se glasi: »Mladi si s pomočjo socialnih omrežij ustvarjajo virtualni svet in si s tem ustvarjajo zeleno podobo.« Na podlagi kodiranja transkriptov fokusne skupine hipotezo lahko potrdimo. S pomočjo virtualnega sveta si ustvarjajo podobo in to podobo projicirajo skozi socialna omrežja svojim spletnim prijateljem. S kvantitativno raziskavo smo preverili še četrto hipotezo: »Mladi preko socialnih omrežij lažje vzpostavljajo stike z nasprotnim spolom.« Hipotezo smo preverili s Pearsonovo korelacijo, kjer smo želeli prikazati povezavo med vzpostavljanjem stika z nasprotnim spolom, s tem, kaj anketiranci običajno počnejo na socialnem omrežju. Hipotezo lahko zavrnilo, saj na podlagi rezultatov analize vidimo, da med spremenljivkama ne prihaja do statistično pomembne povezave. Zadnja hipoteza, ki smo jo preverili s pomočjo kvalitativne raziskave, je: »Mladi večino svojega prostega časa namenijo uporabi socialnih medijev.« Hipotezo sprejmemo, ker mladi res večino svojega prostega časa namenijo uporabi socialnih medijev. Zaradi pametnih telefonov imajo dostop do spletnih socialnih omrežij stalen, tudi ko kako drugače preživljajo svoj prosti čas.

Ob dobljenih rezultatih moramo zopet omeniti Meada (1934 v Poštrak, 2015) in njegovo teorijo socializacije, kjer posameznika deli na družbeni jaz in osebni jaz. Identiteto posameznika oziroma »družbeni jaz« je označil kot del osebnosti, ki ga posameznik zgradi z vsrkavanjem vsega tistega, kar je deležen od drugih v procesu socializacije. To so predvsem običaji, pravila, navade, morala ter strategija ravnanja in preživetja. Osebni jaz pa je opredelil kot delujoči del naše osebe, ki podatke in zalogo znanja utemelji. Meadova oseba je torej neodvisna, se sama odloča in sama izraža in utemeljuje svoje ravnanje, vendar v okviru, ki so ga začrtali pomembni predhodniki. Rezultate raziskave lahko interpretiramo v smeri, da je mladostnikovo obnašanje na spletu odvisno od njega in tudi od že naučenega. Torej, mladostnik, ki ni imel težkega otroštva, nima krize z identiteto in nima nizke samozavesti, bo težko podvrgel spletni odvisnosti in bo v spletnem okolju lahko normalno funkcioniral. Mladostniki, ki so imeli težje razmere in imajo nižjo samozavest, si bodo hitreje ustvarili lažen spletni svet, v katerem se bodo drugače prikazovali in se vanj zatekali, ko bodo v težavah.

Prejšnje raziskave kažejo na nizko odvisnost slovenskih mladostnikov od spleta in spletnih iger, tudi v naši raziskavi nismo zasledili znakov odvisnih mladostnikov od spletnih socialnih omrežij. Spet pa moramo z odvisnostjo od spletnih socialnih omrežij povezati Meadov koncept dednosti in okolja, ki posameznika predstavlja z vidika samodejavnosti.

Tudi pri vključenosti v spletna socialna omrežja se lahko spomnimo na Bourdieua (1984 v Poštrak, 2015) in njegov koncept kapitalov (ekonomski, kulturni, socialni), zaradi katerih se mladostnik lahko počuti socialno vključenega ali izključenega. Torej lahko rečemo, da ti dejavniki vplivajo na vključevanje mladostnikov v socialna omrežja in njihovo obnašanje.

Omejitve kvantitativne raziskave lahko nastanejo, ker so mladi odgovarjali na anketo preko spleta, tako da so jo lahko prenehali reševati kadarkoli oziroma niso morda navedli podatke tako točno, kot bi jih v resnični vprašalnik, ki bi jim ga nekdo razdelil. Omejitev kvalitativne raziskave je lahko ta, da se mladi medsebojno zmedejo z odgovori. Se pravi, če nekdo odgovori na zastavljeno vprašanje z določenim odgovorom, lahko ostali za njim ponovijo, da se ne bi izpostavljali in izražali mnenja, ki morda odstopa od mnenja vrstnikov.

Mladi imajo več motivov za uporabo spletnih socialnih omrežij. S spletnimi socialnimi omrežji zadovoljujejo svoje miselne in čustvene potrebe (to so potrebe po razvoju identitete, potrebe po sprostitvi in zabavi in samo predstavljanje). Potrebe in želje, ki jih uporabniki spletnih omrežij želijo zadovoljiti, so predvsem preusmerjanje pozornosti s problemov

realnega sveta, osebna razmerja in osebna identiteta (samorazumevanje in okrepitev vrednot) (Oset et al., 2011, str. 11).

S spletnimi socialnimi omrežji posameznik pridobi informacije, ki jih želi. Pomembni razlogi za uporabo spletnih socialnih omrežij so predvsem medosebni odnosi, pridobivanje informacij in zabavno preživljanje prostega časa. Posamezniki spletna socialna omrežja uporabljajo tudi za uresničevanje socialnega primanjkljaja in za vzdrževanje različnih razmerij (Oset et al., 2011, str. 12).

Šaponja (2006) pravi, da so mladi, rojeni po letu 1997, generacija Y, ki je rojena v velikem razmahu omrežij interneta in svetovne globalizacije. Strokovnjaki navajajo, da se je ta generacija preusmerila od ukvarjanja z družbo do ukvarjanja s samim seboj.

Prišli smo do spoznanja, da se je uporaba interneta in spletnih socialnih omrežij v zadnjih petih letih močno zvišala. Mladi več časa namenijo uporabi interneta (večkrat na dan), so na različnih socialnih omrežjih, s prijatelji komunicirajo preko socialnih omrežij in življenja si ne predstavljajo več brez interneta. Svoj prosti čas preživljajo v povezavi s spletnimi socialnimi omrežji, saj na mobilnih pametnih telefonih lahko neprestano delijo objave na družbena omrežja in spremljajo, kaj se dogaja v virtualnem svetu. Svoj prosti čas in uporabo interneta ne delijo več na dve različni aktivnosti, temveč imajo celotno življenje že prepleteno z družbenimi omrežji. Vendar, kot navaja Poštrak (2015), prosti čas ni del življenja, ki predstavlja ločeno dejavnost, temveč je odvisen od ostalih področij. V prostem času se posamezniki pogosto ukvarjajo z dejavnostmi, ki predstavljajo nasprotje tistega, kar počnejo v času obveznosti.

Odvisno pa je od tipa osebnosti mladih (Poštrak, 2015), kako bodo prednosti socialnih omrežij izkoristili. Za mlade, ki so samozavestni oziroma kreativni, izkoriščanje prednosti socialnih omrežij ne bo problem. Iz njih bodo povzeli le najboljše, napak in morebitnih odvisnosti se bodo izognili. Tudi filistričini tip mladega bo upošteval koncept dane družbe in ne bo zapadel v spletne odvisnosti. Problem podvrženosti zasvojenosti s spletnimi socialnimi omrežji nastane pri boemskem tipu mladostnika, ki ne spoštuje pravila, tudi če jih pozna, in je njegovo razmišljanje precej kaotično.

## 7 PREDLOGI

Računalnika, pametnih telefonov in uporabe spletnih socialnih omrežij mladim ne moremo prepovedati, ker se vedno najde način, da do družbenih omrežij in interneta dostopajo. Razložiti jim je treba, da se morajo na internetu vesti odgovorno in družbena omrežja uporabljati zmerno in ne ves čas. Predstaviti jim moramo pomembnost realnega življenja in pristnih prijateljev.

Da bi mladi svoj prosti čas preživljali kakovostnejše, jih je treba o tem ozaveščati že kot otroke. Predstaviti jim je treba prednosti in slabosti interneta ter nevarnosti, ki jim pretijo na internetu. Glede na to, da živimo v dobi informacij in tehnologije, bi bilo lahko v osnovni šoli obvezno izobraževanje in poučevanje o odgovornem obnašanju na internetu in družbenih omrežjih. Izobraževanje bi morali ponoviti pri mladostnikih v srednji šoli, ki pogosto pozabijo na svoja načela, da bi ustrezali vrstnikom.

Seveda je tudi pomembno, da nekaj prostega časa mladostniki preživijo na internetu in socialnih omrežjih, saj si na ta način lahko naredijo mrežo prijateljev, ki jim bo v kasnejšem življenju (morda pri iskanju zaposlitve) prišla prav. Morajo poiskati pravo ravnotežje med odgovorno in prekomerno spletno uporabo.

Zaradi vse pogostejših zlorab bi mladostniki morali paziti, s kom se na spletu pogovarjajo in kakšne vsebine delijo. Zopet je to naloga staršev in drugih starejših, bolj izkušenih oseb, da jih o tem poučijo. Stvari jim ne smejo prepovedovati, saj s tem zgubljajo zaupanje mladostnikov. Vedno naj jim stvari svetujejo in naj jim dajo vedeti, da se lahko o vsaki stvari, ki se zgodi na socialnem spletnem omrežju, pogovorijo z njimi.

Za mladostnike je težko, saj živijo v obdobju, kjer so iz vsake strani bombardirani o idealih, ki so samo marketinška poteza organizacij za pridobitev kupcev. Mladostniki so v iskanju svoje identitete, zato pogosto podležejo mnenjem drugih in so pogosto tarča provokacij vrstnikov. Zaradi neprimerne vedenja na spletnih socialnih omrežjih lahko podležejo boleznim, kot sta depresija in anksioznost.

Spletna socialna omrežja definitivno prinašajo prednosti, vendar je odvisno od identitete mladega, ali bo znal prednosti izkoristiti ali pa bo podvrgel nevarnostim, ki so v vsakem okolju, tako virtualnem ali realnem, neizogibne.

## UPORABLJENA LITERATURA

Adam, F., Rončević, B. in Tomšić, M. (2008). *Socialni kapital – za SRS*. Pridobljeno 25. maja 2016 s spletne strani <http://www.slovenijajutri.gov.si/fileadmin/urednik/dokumenti/sockap.pdf>.

Bajzek, J., Bajzek, R., Bedernjak, K., Červek, A., Sraka, J., Sraka, M. in Strniša, T., Š. (2008). *Odiseja mladih: sociološka raziskava o mladini*. Radovljica: Didakta.

Boyd, D. in Ellison, B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume3, Issue 1, article 11. Pridobljeno 27. maja 2016 s spletne strani <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf>.

Bradley, A., J. (2010). *A new definition of Social Media*. Pridobljeno 26. maja iz spletnega naslova [http://blogs.gartner.com/anthony\\_bradley/2010/01/07/a-new-definition-of-social-media/](http://blogs.gartner.com/anthony_bradley/2010/01/07/a-new-definition-of-social-media/).

Crnović, D. (2007). Moj ego je težak 500 prijateljev: Slovenci v spletnih socialnih omrežjih. *Mladina*, 50. Pridobljeno 22. maja 2016 s spletne strani [http://www.mladina.si/97212/nar--facebook-deja\\_crnovic/?utm\\_source=tednik%2F200750%2Fclanek%2Fnar--facebook-deja\\_crnovic%2F&utm\\_medium=web&utm\\_campaign=oldLink](http://www.mladina.si/97212/nar--facebook-deja_crnovic/?utm_source=tednik%2F200750%2Fclanek%2Fnar--facebook-deja_crnovic%2F&utm_medium=web&utm_campaign=oldLink).

Cvjetović, S. (2015). *Plaz sovražne spletne komunikacije ni prizanesel niti slovenski mladini*. Pridobljeno 20. avgusta s spletne strani <http://siol.net/digisvet/novice/plaz-sovrazne-spletne-komunikacije-ni-prizanesel-niti-slovenski-mladini-180418>.

Finc, M. (2008). Če nimaš svojega profila, skoraj ne obstajaš. *Delo*, 02. 11. 2008. Pridobljeno 20. maja 2016 s spletnega naslova <http://www.delo.si/clanek/70196>.

Glotić, A. (2011). *Vpliv socialnih omrežij na medosebne odnose v družbi*. Diplomsko delo. Maribor: Univerza v Mariboru: Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko.

Iglič, H. (2001). *Socialni kapital, socialna omrežja in politično vedenje: empirična študija*. Družboslovne razprave, XVII, 37-38. Pridobljeno 23. maja 2016 s spletne strani <http://druzboslovnerazprave.org/clanek/pdf/2001/37-38/11/>.

Jerman-Kuželički, A., Lebar, L. in Vehovar, V. (2011). *Socialna omrežja 2011*. Pridobljeno 22. maja 2016 s spletne strani [http://www.ris.org/db/13/12076/RIS%20poro%C4%8Dila/Socialna\\_omrezja\\_2011/?&p1=276&p2=285&p3=1318](http://www.ris.org/db/13/12076/RIS%20poro%C4%8Dila/Socialna_omrezja_2011/?&p1=276&p2=285&p3=1318).

Klemenčič, S. & Hlebec, V. (2007). *Fokusne skupine kot metoda presojanja in razvijanja kakovosti izobraževanja*. Ljubljana: Andragoški center Slovenije.

Lavtar, M. (2012). *Priljubljenost socialnih omrežij*. Pridobljeno 13. maja iz spletnega naslova <http://www.optiweb.com/blog/priljubljenost-druzabnih-omrezij/>.

Lenarčič, B. (2010). *Socialni kapital v virtualnih skupnostih*. Koper: Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče, Univerzitetna založba Annales: Zgodovinsko središče za južno Primorsko.

Lobe, B. in Muha, S. (2011). *Internet v vsakdanjem življenju slovenskih otrok in mladostnikov*. Fakulteta za družbene vede. Pridobljeno 2. maja 2016 iz spletnega naslova [http://uploadi.safe.si/editor/1297947005MLADINANETU\\_porocilo.pdf](http://uploadi.safe.si/editor/1297947005MLADINANETU_porocilo.pdf).

Lupo, V., Grasso, F., Giudice, A., Ghiani, D. in Comisso, R. (2011). *I Social Network*. Pridobljeno 23. maja 2016 iz spletnega naslova [http://www.psicologiaunito.org/psicoclinica/index.php?option=com\\_content&view=ar](http://www.psicologiaunito.org/psicoclinica/index.php?option=com_content&view=ar).

Mladina 2010: *Družbeni profil mladih v Sloveniji*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad RS za mladino; Maribor: Aristej.

Mladina 2013: *Življenje v času deziluzij, tveganja in prekarnosti: strnjeno poročilo*. Pridobljeno 1. junija 2016 na spletni strani [http://www.ursm.gov.si/fileadmin/ursm.gov.si/pageuploads/pdf/Knjiznica\\_PDF/MLADINA\\_2013\\_Strnjeno\\_porocilo.pdf](http://www.ursm.gov.si/fileadmin/ursm.gov.si/pageuploads/pdf/Knjiznica_PDF/MLADINA_2013_Strnjeno_porocilo.pdf).

Nacionalni inštitut za javno zdravje. (2016). *Zasvojenost z igranjem računalniških iger med slovenskimi osmošolci*. Pridobljeno 1. oktobra 2016 na spletni strani <http://www.nijz.si/sl/zasvojenost-z-igranjem-racunalniskih-iger-med-slovenskimi-osmosolci>.

Peršič, T. (2012). *Vpliv socialnih omrežij na medosebne odnose med mladimi*. Diplomsko naloga. Nova Gorica: Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici.

Petkovič, B. (2010) *Spletna socialna omrežja: Tudi na Facebooku je Slovenija zaprta vase*. Pridobljeno 20. maja 2016 s spletne strani [http://www.fdvinfo.net/db/31/4983/Drugi%20o%20nas/Spletna\\_socialna\\_omrezja\\_Tudi\\_na\\_Facebooku\\_je\\_Slovenija\\_zaprta\\_vase/?p1=1151&p2=2224&p3=2473](http://www.fdvinfo.net/db/31/4983/Drugi%20o%20nas/Spletna_socialna_omrezja_Tudi_na_Facebooku_je_Slovenija_zaprta_vase/?p1=1151&p2=2224&p3=2473).

Poljšak Škraban, O. (2004). *Obdobje adolescence in razvoj identitete*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta.

Poštrak, M. (2015). *Koncepti socialnega dela z mladimi*. Revija za socialno delo.

Računalniške novice (n. d.). *Če uporabljate lažni profil na Facebooku, jih boste dobili po prstih!* Pridobljeno 20. avgusta s spletne strani <http://www.racunalniske-novice.com/novice/dogodki-in-obvestila/ce-uporabljate-lazni-profil-na-facebooku-jih-boste-dobili-po-prstih.html>.

RIS (2006). *Zasvojenost*. Dostopno na spletnem naslovu <http://old.safe.si/c/1027/Zasvojenost/?preid=1027>.

Rems, L. (2009). *Odvisnost od sodobne tehnologije*. *Blog Luka Rems*. Pridobljeno 20. maja 2016 s spletne strani <http://lukarems.com/2009/08/04/odvisnost-od-sodobne-tehnologije/>.

Senekovič, A. (2011). *Regulacija sovražnega govora na spletu*. Diplomsko delo. Univerza v Ljubljani: Fakulteta za družbene vede.

SOS Web Marketing. *Reti Sociali (Social Network)*. Pridobljeno 27. maja 2016 iz spletnega naslova <http://www.soswebmarketing.it/reti-sociali-social-network.php>.

Šterk, T. in Zupanič, T. (2006). *Varno spletno deskanje in klepetanje: nasveti in priporočila za starše o varni rabi interneta in mobilnih telefonov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Ule, M. (2009). *Psihologija komuniciranja in medosebnih odnosov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Ule, M. in drugi (2000). *Socialna ranljivost mladih*. Založba Aristej, Maribor.

Vehovar, V. (2007). *Mobilne refleksije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Vogrinc, J. (2008). *Kvalitativno raziskovanje na raziskovalnem področju*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta.

Spletno družbeno omrežje (n. d.). Wikipedija. Pridobljeno 21. avgusta 2016 iz spletne strani [https://sl.wikipedia.org/wiki/Spletno\\_dru%C5%BEbeno\\_omre%C5%BEje](https://sl.wikipedia.org/wiki/Spletno_dru%C5%BEbeno_omre%C5%BEje).

Zalokar-Divjak, Z. (2008). *Otroci, mladostniki, starši*. Krško: Gora.

Zupančič, M. (2004). *Razvoj identitete in poklicno odločanje v mladostništvu*. V Marjanovič Umek, L. in Zupančič, M. (ur). *Razvojna psihologija* (str. 571–588). Ljubljana: Znanstveno raziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

## **PRILOGI**

### **PRILOGA 1: Vprašanja fokusne skupine**

Vprašanja za fokusno skupino: Vpliv socialnih medijev na preživljanje prostega časa mladih

1. Kako pogosto uporabljate spletna socialna omrežja in kaj za vas predstavljajo?
2. Kako preživljate prosti čas? Kaj najraje počnete?
3. Kako spletna socialna omrežja vplivajo na vaš študij?
4. Kako spletna socialna omrežja vplivajo na odnose med vrstniki? Se vam zdi da pozitivno ali negativno?
5. Ali na spletnih socialnih omrežjih spoznavate nove ljudi? Na kakšen način jih spoznavate?
6. Katere so za vas prednosti spletnih socialnih omrežij?
7. Katere so za vas slabosti spletnih socialnih omrežij?
8. Kako se vam zdi, da bodo mladi v prihodnosti preživljali prosti čas? Bo možno brez interneta?
9. Spol: \_\_\_\_\_
10. Starost: \_\_\_\_\_

## PRILOGA 2: anketa

### Q1 - Opredelite, kako pogosto počnete navedene aktivnosti v prostem času.

	zelo pogosto	srednje pogosto	nikoli
druženje s prijatelji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
športne dejavnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kulturni krožki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"srfanje" po internetu, uporaba socialnih omrežij	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
druženje z družino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
izobraževanje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Q2 - Kako pogosto ste v zadnjem mesecu od koderkoli uporabljali internet?

- večkrat na dan
- približno enkrat na dan
- nekajkrat na teden
- približno enkrat na teden
- nekajkrat na mesec
- približno enkrat na mesec
- manj pogosto
- nikoli

### Q3 - Koliko časa na dan preživite na internetu?

- približno 10 min ali manj
- približno pol ure
- približno 1 uro
- približno 1-2 uri
- približno 2-3 ure
- približno 3-4 ure
- približno 4-5 ur
- 5 ur ali več

### Q4 - Ali ima vaš mobilni telefon dostop do interneta?

- da, vendar ga ne uporabljam
- da, ga uporabljam
- ne

### Q5 - Kdo je pri vas doma najboljši pri uporabi interneta?

- jaz
- brat

- sestra
- oče
- mami
- Drugo:

**Q6 - Označite kako pogosto počnete naštete spletne aktivnosti.**

	vsak dan	nekajkrat na teden	približno enkrat na teden	nekajkrat na mesec	manj pogosto	nikoli
Gledanje zabavnih slik ali video vsebin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
igranje online iger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ogledovanje osebnih strani drugih ljudi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
iskanje informacij oziroma drugo delo za študij	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
uporaba spletnih klepetalnic	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pošiljanje/prejemanje e emaila	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
iskanje novic	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
uporaba forumov	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
objavljanje slik ali informacij	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pisanje bloga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
iskanje informacij o računalnikih, programiranju ali spletnem oblikovanju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
iskanje informacij o karierah/nadaljnem izobraževanju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
spletno iskanje izdelkov, nakupovanje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
načrtovanje potovanj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
uporaba socialnih omrežij (facebook, twitter...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drugo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Q7 - Kako se strinjate z naslednjimi trditvami?

	sploh se ne strinjam	se ne strinjam	delno se strinjam, delno se ne strinjam	se strinjam	popolnom a se strinjam
Pogovarjanje na internetu je manj prijetno kor pogovarjanje v živo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veliko lažje je ohraniti stvari zase ali jih prikriti na internetu kot pa v živo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zabavno se je vesti neprijazno ali šaljivo na internetu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ko so ljudje na internetu, pozabijo na svojo varnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ljudje se na internetu počutijo bolj samozavestno kot v živo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drugo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drugo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Q8 - Če uporabljate internet tudi za spremljanje socialnih omrežij, na katerih socialnih omrežjih ste registrirani?

Možnih je več odgovorov

- facebook
- twitter
- instagram
- snapchat
- Drugo:
- Drugo:

### Q9 - Kako pogosto ste v zadnjem mesecu uporabljali spletna socialna omrežja (facebook, instagram..)?

- večkrat na dan
- vsak dan
- nekajkrat na teden
- približno enkrat na teden
- nekajkrat na mesec
- manj pogosto
- nikoli

### Q10 - Kaj običajno počnete na spletnem socialnem omrežju?

Možnih je več odgovorov

- prebiram kaj počno drugi
- pišem komentarje drugim

- ogledujem si fotografije drugih
- pišem statute o tem kaj počnem jaz
- igram igrice (Farmwille itd.)
- nalagam fotografije, da si jih lahko drugi ogledajo
- ne počnem nič posebnega, profil imam zato, ker ga imajo moji prijatelji
- Drugo:

**Q11 - Ali ste že kdaj naredili lažen profil**

- da
- ne

**IF (1) Q11 = [1] ( da )**

**Q12 - Zakaj ste to storili?**

Možnih je več odgovorov

- ker se počutim bolj samozavestno
- prikrijem svojo identiteto
- lahko se pogovarjam o stvareh o katerih se sicer nebi
- Drugo:

**Q13 - Ste že kdajkoli dobili nezaželene neprijetne komentarje od kogarkoli na katerega izmed naslednjih načinov?**

	da	ne
prek spletnih socialnih omrežij (facebook, instagram...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
prek elektronske pošte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
prek takojšnjega sporočila (messenger)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
v spletni klepetalnici	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nisem dobil takšnih komentarjev	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drugo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q14 - Kaj ste storili, ko se vam je to zgodilo, oziroma kaj bi storili če bi se vam to zgodilo?**

Možnih je več odgovorov

- Odgovoril/a sem/bi na sporočilo z enako neprijetnimi ali bolečim
- Poskusil/a sem/bi blokirati vsa sporočila te osebe
- takoj sem/bi zbrisal/a sporočilo
- odgovoril/a sem/bi na sporočilo in prosil/a naj neha
- povedal/a sem/bi prijatelju
- povedal/a sem/bi mami ali očetu
- nikomur nisem/nebi povedal/a saj me je/bi me skrbelo kaj bi si mislili drugi
- Drugo:

**Q15 - Ali s pomočjo socialnih omrežij navezujete nova poznanstva?**

- da
- ne

**Q16 - Ali ste se že kdaj srečali z osebo, ki ste jo spoznali preko spleta?**

- da
- ne

**Q17 - Vam je prijetneje vzpostaviti stik, oziroma komunicirati s simpatijo preko socialnih omrežij?**

- da
- ne

**IF (2) Q17 = [2] ( ne )**

**Q19 - Opredelite zakaj ste odgovorili z ne**

**IF (3) Q17 = [1] ( da )**

**Q20 - Opredelite zakaj ste odgovorili z da**

**IF (4) ( Demografija )**

**XSPOL - Spol:**

- Moški
- Ženski

**IF (4) ( Demografija )**

**XSTAR2a4 - Starost:**

- 14 let

- 15 let
- 16 let
- 17 let
- 18 let
- Drugo:

**IF (4) ( Demografija )**

**XIZ1a2 - Smer izobraževanja:**

- srednja tehniška šola - smer računalništvo
- srednja tehniška šola - smer mehatronika
- srednja tehniška šola - smer elektrotehnika
- strokovna gimnazija
- Drugo: