

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za socialno delo

Tina Zupančič

Izkušnje mladih z uporabo socialnih omrežij in
stališča o njihovem vplivu na samopodobo

Diplomsko delo

Ljubljana, 2020

Univerza v Ljubljani
Fakulteta za socialno delo

Tina Zupančič

Izkušnje mladih z uporabo socialnih omrežij in
stališča o njihovem vplivu na samopodobo

Diplomsko delo

Mentorica: doc. dr. Vera Grebenc

Somentorica: as. dr. Amra Šabić

Ljubljana, 2020

PODATKI O DIPLOMSKI NALOGI

Ime in priimek: Tina Zupančič

Naslov diplomske naloge: Izkušnje mladih z uporabo socialnih omrežij in stališča o njihovem vplivu na samopodobo

Kraj: Ljubljana

Leto: 2020

Število strani: 152

Število prilog: 5

Mentorica: doc. dr. Vera Grebenc

Somentorica: as. dr. Amra Šabić

POVZETEK:

Socialna omrežja postajajo vse pomembnejša v vsakdanjem življenju. Brskamo po Facebooku, Instagramu, Snapchatu, ko se minute prevesijo v ure. Socialna omrežja pa so še posebej domača mladim, ki so v procesu izoblikovanja samopodobe. V kvalitativni, eksplorativno raziskavi smo želeli ugotoviti, kako mladi gledajo na socialna omrežja. Vprašali smo jih, katera socialna omrežja uporabljajo in kako pogosto, katerim vsebinam sledijo. Zanimalo nas je tudi, ali in kaj objavljajo ter kako kritični so do vsebin na socialnih omrežjih. Želeli smo ugotoviti, kakšna je njihova samopodoba in kakšno mnenje imajo o vplivu socialnih omrežij na lastno samopodobo. Z rezultati smo želeli preveriti, ali je potrebno razviti nove metode socialnega dela za delo z mladimi v virtualnem prostoru, da bi tudi v današnjem času sledili načelom stroke. Za vzorec smo izbrali deset srednješolk in srednješolcev, saj gre za leta, ki so ključna za razvoj samopodobe, identitete. Rezultati raziskave so pokazali, da na srednješolci spremljajo vsebine, povezane s hobiji, ki jih s pomočjo socialnih omrežjih razvijajo. Navedli so zabavo in priročnost kot glavni prednosti. Zavedajo se slabosti in nevarnosti in že razvijajo načine, kako se jim izogniti. Izkazali so se za zelo kritične, saj so večino vsebin ocenili za nepristne. Tudi sami kaj objavijo, a ne vsi. Glavno pravilo pa je, da mora biti vsebina dovolj dobra za objavo. Odzivi v obliki komentarjev in všečkov jim niso tako pomembni, medtem ko jim odzivi v živo pomenijo veliko. Socialna omrežja jim dajejo občutek povezanosti in prostor, kjer se lahko samouresničujejo. Nekoč je bilo težko pokazati sebe in svoj talent, danes pa so socialna omrežja postala oder, dostopna vsakomur. Na podlagi rezultatov se kaže potreba po oblikovanju metod socialnega dela z mladimi v virtualnem prostoru.

Ključne besede: socialna omrežja, socialno delo z mladimi, mladi, srednješolci, samopodoba, mediji

Diploma thesis title: Young People's Experience With Social Media and Their Standpoint on Its Influence on Self-Image

ABSTRACT:

Social media is becoming increasingly more significant in everyday life. Minutes turn into hours while scrolling through Facebook, Instagram and Snapchat. Such social media outlets are especially familiar to young people who are in the process of self-image development. The qualitative and exploratory research was our way of finding out how the youth view social media. We asked them which social media outlets they use, how often they use them, and what kind of content interests them the most. We were also interested in their posting participation and critical reception of the content they are exposed to. The intention was to find out more about their self-image and their views on social media's influence on one's perception of self. We aimed to use the results to establish whether it is necessary to develop new methods of social work with young people in a virtual environment, so the principles of social work would apply and be followed in present times as well. Ten female and male high school students were chosen to represent a sample, as this age group is crucial for self-image and identity formation. The research results showed that high school students follow hobby-related social media content, which helps them develop and improve their own hobbies. They listed fun and convenience as the main advantages of social media, but are also aware of the disadvantages and dangers, and are already developing ways of avoiding them. They have proven themselves to be very critical, as they judged most of the content to be unauthentic. Some participate in posting content as well, but not all. The main rule remains that the content has to be good enough to post. The comments and likes they receive online are not as important to them as the response they get in real life. Social media gives them a sense of connectedness and a space for their self-realization. In the past, it was harder to show yourself and your talents, but today, social media has become a centre stage available to anyone and everyone. Based on the results, there is a need for developing methods of social work with young people in a virtual environment.

Keywords: social media, social work with young people, the youth, high school students, self-image, media

Kazalo

1. UVOD.....	1
1. 1 Mladostništvo in oblikovanje identitete.....	1
1. 2 Samopodoba.....	6
1. 2. 1 Opredelitev	6
1. 2. 2 Oblikovanje samopodobe	7
1. 2. 3 Telesna samopodoba	8
1. 3 Mediji in medijske podobe	9
1. 4 Socialna omrežja.....	12
1. 4. 1 Opredelitev	12
1. 4. 2 Pogostost uporabe	13
1. 4. 3 Posledice uporabe socialnih omrežij	14
1. 4. 4 Nevrološki vpliv socialnih omrežij	15
2. PROBLEM	16
3. METODOLOGIJA	18
3. 1 Vrsta raziskave in teme.....	18
3. 2 Merski instrument	18
3. 3 Populacija in vzorec.....	19
3. 4 Zbiranje podatkov	20
3. 5 Obdelava in analiza podatkov	20
4. REZULTATI IN RAZPRAVA	22
4. 1 Uporaba različnih orodij	22
4. 2 Prednosti in slabosti	23
4. 3 Sledenje vsebinam	28
4. 3. 1 Prizadetost zaradi vsebine	31
4. 4 Kritičnost do vsebin	34
4. 5 Objavljanje.....	36
4. 5. 1 Odzivi.....	40
4. 5. 2 Selekcija objav in brisanje	42
4. 5. 3 Vpliv na objavljanje	43
4. 6 Vpliv socialnih omrežij.....	44
4. 7 Samopodoba.....	47

4. 7. 1 Opredelitev pojma	47
4. 7. 2 Opredelitev lastne samopodobe	48
5. SKLEPI.....	50
6. PREDLOGI	51
7. UPORABLJENA LITERATURA.....	53
8. PRILOGE	60
8. 1 Smernice za intervju	60
8. 2 Soglasje staršev k sodelovanju v raziskavi	62
8. 3 Prepis intervjujev in izbor izjav	63
8. 4 Odprto kodiranje	104
8. 5 Osnovno kodiranje	144

1. UVOD

1. 1 Mladostništvo in oblikovanje identitete

Mladostništvo je obdobje raziskovanja, preskušanja meja, je čas, ko posameznik_ca čustveno dozori, pridobi življenjske izkušnje v okolju, v katerem se giba, oblikuje končne odločitve o poklicni poti oziroma svoji prihodnji karieri ter vse bolj vzpostavlja in oblikuje svoje socialne mreže oziroma postaja vse bolj odgovoren_na član_ica družbe (Vertot, 2009). Osnova mladosti je psihofizični proces odraščanja, zato je bil v plemenskih družbah izenačen z koncem pubertete in vstopom v odraslost, kar se je zaznamovalo z umeščanjem različnih iniciacijskih obredov (Miheljak in Ule, 1995). Eden takšnih je npr. »Vision Quest« oz. iskanje vizije, ki je ritual v ameriško-indijanskih plemenih. Otrok se na ta ritual pripravi in ko pride čas, gre na osamljen kraj. Tam se nekaj dni posti, dokler se mu v sanjah ne pokaže znamenje, kaj je njegovo poslanstvo. Ko konča ritual, postane odrasel, odcepi se od staršev in najde svojo moč in vizijo (Encyclopaedia Britannica, b.d.).

Odraščanje in mladost pa ni samo psihofizičen proces, ampak skupek razlik in prispodob, ki v vsaki družbi in kulturi označuje razliko narava/kultura skupaj z imaginativnostjo, ki spremlja artikulacijo teh razlik v različnih družbah. Tako kot so bili raznolike socialne vloge posameznikov in posameznic, so bili raznoliki prehodi iz otroštva v odraslost. Zato ne moremo govoriti o univerzalnem procesu, ampak o nepovratnem in enkratnem umeščanju in samoumeščanju posameznikov v različne življenjske oblike in sestave socialnih vlog ter v različne socialne identitete (Ule, 2008).

Tudi razvojni psihologi so potrdili hipotezo o mladostništvu kot o razvojnem fenomenu, ki izvira iz najzgodnejšega obdobja otrokove življenja po rojstvu in odločilno vpliva na njegov psihosocialni razvoj v odraslost. Tako so se kritično oddaljili od ideje, da je zgodnje otroštvo edino pomembno obdobje za kasnejšo psihično in socialno zrelost posameznika (Kobal, 2000).

Mladost je torej obdobje in proces duševnega dozorevanja iz otroka v odraslega. Proces dozorevanja poteka preko medsebojnega delovanja med otrokom in njegovim družbenim in predmetnim okoljem. Glede na odvisnost in zaščitenost v lastni družini, mora posameznik preiti na samostojno odločanje in delovanje ter skrb za druge. To zahteva reorganizacijo odnosa do sebe in sveta, pridobitev veliko novih stališč in zmožnosti (Kobal, 2000).

V sodobnih družbah je mladost povezana s prejšnjim ali prihodnjim življenjem, kar pa je nujno zato, da mladi sploh prenesejo nasprotja in konflikte, ki jih povzroča uvrščanje v status polnopravnih članov družbe. Mladost je zelo občutljivo obdobje, je prostor konstrukcij socialnih vlog in statusov, predstav o smislih življenja, vrednostnih ocen o dejanjih in dosežkih ljudi. V mladost vlagajo svoje fantazije in želje tako mladi kot odrasli, ki se spominjajo mladosti zato, da si v nasprotni sliki utrdijo svojo odraslost (Ule, 2008). Podoba, ki nastane iz pretirane fantazije, značilna za mladost, je tisto, kar mladost ohranja. Tudi če je mladost še tako polna različnih fantazij, strahov in konstrukcij, je za ljudi edini način sprejemanja družbenega, z njegovim preskušanjem na sebi, s preskušanjem različnih zmožnosti za individualno oblikovanje svojega življenja, ne zgolj za sprejemanje poprej izoblikovanih življenjskih oblik (Miheljak in Ule, 1994).

Mladina ni homogena niti statična skupina (Wyn in White, 1997 in Čeplak, Renner, Tivadar in Ule, 2000), še manj pa je opredeljiva z leti. Miheljak in Ule (1994: 15) se strinjata, da je mladina »ne-objekt,« saj generacijska in druga objektivna določila mladosti ne zagotavljajo, da bomo v svoje konceptualne in metodološke mreže dobili kaj objektivnega. Kljub temu pa povsod opredeljujemo mladost z leti, le da se ta razlikujejo od države do države.

Pri nas Urad RS za mladino opredeljuje mlade kot »mladostnike in mlade odrasle osebe obeh spolov, stare od 15. do dopolnjenega 29. leta (Republika Slovenija, Urad za mladino, 2020). Evropska unija podobne mlade opredeli od 15. do 25. leta, v nekaterih strategijah in ukrepih pa do 30. leta (EU Youth Sector, b.d.).

Kobal (2000) navaja, da je pri mladostništvu potrebno enakovredno upoštevati fiziološke, socialne, spoznavne, emocionalne in druge dejavnike. Mladost je bila v 20. stoletju prepoznana kot izrecno formativno življenjsko obdobje, ki je ključno za življenje in delo odraslega. Gre za obdobje, ko mlad človek ni več otrok, ni pa še pripoznan kot odrasel. Zaradi te vmesnosti med dvema relativno trdno opredeljenima življenjskima obdobjema (otročtvom in odraslostjo) je mladost že od vsega začetka veljala za nestalno in protislovno razvojno obdobje. Mladost se namreč toliko razlikuje od otroštva, kolikor bolj neodvisen in samostojen je mladostnik. Hkrati pa se ta neodvisnost mladostniku potrdi le pred drugimi odraslimi. To pa zahteva ujemanje s pričakovanji odraslih, ki so njemu pomembni, zato se bo vedel v skladu s predstavami odraslih o neodvisnosti, zrelosti in odraslosti, da bo priznan (Ule, 2008).

Prehod iz mladosti v odraslost je možen ob prvi zaposlitvi, ki zagotavlja ekonomsko in vrednotno osamosvojitve. Zaradi omejenega števila delovnih mest se obdobje šolanja podaljšuje

(Ule, 2012). Konkurenca za kariero, priznanja in spričevala vodi k podaljševanju mladosti. Investicija v izobrazbo in osebnost mladih predstavlja vedno večji strošek družin, ki svojo uspešnost merijo po šolskih in izven šolskih uspehih mladostnikov. Zavest, da imajo mladi zaradi boljše izobrazbe in več kulturnega kapitala, večjo prednost v boju za položaj, je razširjena po vseh slojih in generacijah. Zato se začne intenzivno šolanje že v zgodnjih otroških letih in se podaljšuje do tridesetega leta (Čeplak, Renner, Tivadar in Ule, 2000).

S tem se razteza tudi obdobje odvisnosti ali delne odvisnosti mladih od izvornih družin. Tako se povečuje število let, ko so mladi odvisni od družbe kot celote, niso delo poglavitnih tokov družbe odraslih in so s tem odrinjeni od virov moči. Vstop na trg dela tako izgublja svoj položaj, ki naj bi določal smisel odraslega življenja. Konkurrirata mu namreč samorazvoj in zasebnost. Odnos do dela mlajše generacije postaja abstraktnější, v ospredje prihaja želja po doseganju uspehov, ustvarjalnosti in samouresničitvi (Ule, 2012).

Prehodi med življenjskimi cikli niso več zaporedni in linearni, jasni in nedvoumni. Veliko mladih iz današnjega časa ne bo nikdar odraslo po konvencionalnih standardih, ampak bodo ostali v nekem »polodraslem« obdobju, na presečišču različnih življenjskih ciklov (Ule, 2012). Mladi, ki ne dobijo redne in dobro plačane zaposlitve, ki bi jim omogočala ustrezno preživljanje, imajo velike težave zdaj in kasneje v življenju. Ti mladostniki postanejo obrobni, marginalni, ne zaradi svoje mladosti, temveč zaradi ekonomske in politične situacije (Wyn in White, 1997).

Procesi individualizacije in spremenjeni družbenoekonomski odnosi, kot je na primer brezposelnost mladih, mlade ljudi silijo v tak razvoj identitete, ki bi ga po prejšnjih merilih lahko označili kot neuspešno. Razvoj identitete ne poteka več po danih vzorcih, ampak gre za težnjo k dvojni individualizaciji. Teorija individualizacije pomeni proces razlikovanja življenjskih položajev in pluralizacije življenjskih stilov. Dvojna individualizacija pa je sprememba oblikovanja identitete posameznika, ki ustvarja vse bolj individualistične oblike identitete nasproti kolektivnim oblikam identitete. Identiteta prav tako ni končna, ampak postaja iskanje, ki se nikoli ne konča, niti se nikoli ne sme končati¹ (Kuhar in Ule, 2003).

Identiteto lahko razdelimo na osebno identiteto in skupinsko identiteto. Osebna identiteta se nanaša na posameznika in je sestavljena iz avtoidentifikacije - to je tista identiteta, ki jo

¹ Razvoj posameznikove identitete je povezan z obdobjem adolescence. Pod tem pojmom so mišljeni procesi psihofizičnega dozorevanja posameznika v obdobju mladosti. Adolescenca je tako psihološki pojem, povezan s procesi dozorevanja osebnosti po koncu pubertete, medtem ko je mladost socialnopsihološki pojem, ki je povezan z vključevanjem posameznika v družbo oz. je družbeno poimenovanje življenjskega obdobja (Miheljak in Ule, 1994). V svojem diplomskem delu zato uporabljam pojem mladost, saj zavzame tudi socialni vidik.

posameznik pripiše samemu sebi, za katero sodi, da mu pripada, da je le njemu lasna – in identifikacije, ki je posamezniku določena – to pomeni, da je določena, družbeno dodeljena ali celo vsiljena skozi položaj, ugled, pravice in dolžnosti. Skupinska identiteta pa se nanaša na več vrst in vidikov pripadnosti, saj imajo skupine tudi od osebne bolj ali manj ločeno identiteto (Južnič, 1993).

Wyn in White (1997) uporabljata izraz socialna identiteta, za katero pravita, da je konstruirana v kontekstu različnih izkušenj, prvo v lokalnih, družinskih in skupnostnih krogih in je zanj ključen občutek pripadanja. Končno pa je naša identiteta izoblikovana v odnosih do pomembnih drugih.

Erikson (2014) identiteto razume predvsem kot občutek oz. doživljanja svoje lastne enakosti in identičnosti v času in s tem povezano zaznavo, da mu tudi drugi priznavajo to enakost in kontinuiteto. Identiteta ni statična struktura, ker vsebuje ves čas aktivne elemente in se spreminja v času in v razmerju do socialnega konteksta.

Ule (2012: 67) identiteto opredeli kot začasno ujemanje tega, kako se posameznik doživlja in kako doživljajo njegov položaj drugi ljudje.

Ima različne funkcije, predvsem zagotavlja okvir za razumevanje, kdo smo, in odgovarja na vprašanje, kdo sem. Poleg tega predstavlja mehanizem, strukturo, ki daje pomen in smer skozi konstrukcijo realnosti. Mladostniku omogoča, da se odloča med različnimi alternativami, in tako daje občutek nadzora ali svobodne volje. Z identiteto povezujemo vrednote in prepričanja v celoto. In na zadnje, identiteta omogoča mladostnikom, da spoznajo svoj potencial in s tem povezane cilje v prihodnosti (Adams, Gullota in Markstorm, 2000).

Naloga oblikovanja lastne identitete je v domeni posameznika (Šabić, 2016: 39). Vtis svobode je tu le navidezen – vedno je omejen s skritimi dejavniki socializacije, kot so običaji, navade, socialni nadzor itd. Povedano drugače, čas mladostniškega moratorija² je na eni strani obremenjen s pritiskom hitrega odraščanja in izpolnjevanja družbenih norm, na drugi strani pa sproščen z igro iskanja sebe skozi eksperimentiranje z identitetami. (*ibid.*)

² Moratoriji so začasni odlogi ali prekinitve katere izmed obremenitev, ki izhajajo iz osebnih ali socialnih obveznosti. »Moratorij kot cikel/faza socialne razdolžitve strukturira vsakdanji svet v daljših ali krajših časovnih enotah. In ker mladostniški moratorij določa družba je v tem pogledu mladost družbeno institucionaliziran moratorij.« (Ule 2008:127).

Okrepljen občutek identitete prinese dobro psihosocialno počutje. Posameznik_ca se v svojem telesu dobro počuti, ve, kam gre in ima gotovost, da mu pomembni drugi priznavajo, kar mu gre. Za to, kako se bo identiteta izoblikovala, pa je pomembno, da je posameznik_ca deležen_na odzivov da dobi funkcijo in status osebe, pri kateri ljudje zaznajo vrline, ki jih zazna sam_a (Erikson, 2014).

Beckett in Taylor (2013) ugotavljata, da je izoblikovanje identitete v mladosti še posebej zahtevno za mlade ljudi etničnih manjšin. Na primer: Britanski muslimanski najstnik Pakistanskega izvora mora definirati svojo identiteto ne le v odnosu do norm večine (beli ljudje, zahod in posvetnost), ampak tudi do norm kulture, iz katere izhaja njegova družina. Vrednote glede religije, spola, zakona, družine, avtoritet itd. so lahko radikalno drugačne. Tako je za mladostnike iz etničnih manjšin oblikovanje identitete mnogo bolj kompleksna naloga, saj morajo ustvariti od staršev oddvojeno identiteto, hkrati pa najti ponos v identiteti člana tradicije, ki jo predstavljajo starši.

Podobno razmišljata Miheljak in Ule (1994), ki pravita, da v okviru razvoja identitete v obdobju mladosti posameznik osvoji na primer osnovna pravila in norme ravnanja v različnih socialnih vlogah, v svoji spolni vlogi itd. Gre za kompleksne in zahtevne naloge, zaradi česar je mladost težavno in krizno obdobje.

Takšno krizno obdobje v adolescenci (mladosti) je odločilna doba v razvoju identitete. Takrat namreč nastopi obdobje, premor v človekovem razvoju, ki mladostniku omogoča preizkušanje socialnih vlog, strategij, nabiranje in preizkušanje svojih moči. Za krizo identitete je značilno nasprotje med potrditvijo identitete, razvojem ugodne samopodobe in difuzijo identitete (izguba centralnosti, občutek, razpršenosti in zmedenosti), umik in beg pred potrditvijo identitete. Za to obdobje je značilen intenziven razvoj duševnih in telesnih sposobnosti in večja pričakovanja družbe glede dejanj, in načinov sprejemanja socialnih vlog (Erikson, 2014 in Miheljak in Ule, 1994).

V tem obdobju lahko pride do izgube identitete oziroma njena difuzije. Mladostnik je takrat v nevarnosti, da prehitro konča svoj razvoj ali pa da se umakne pred vsako odločitvijo v osamo in notranjo praznost. Pri pozitivni razrešitvi krize pa posameznik sprejme samega sebe, razvije ustrezno samopodobo, drugi ga sprejmejo in tako dobi priznanje za svoja dejanja (Miheljak in Ule, 1994).

1. 2 Samopodoba

1. 2. 1 Opredelitev

Samopodoba vpliva na naše zdravje in energijo, duševni mir, sposobnost, srečo in kakovost naših odnosov ter na cilje, ki si jih postavljamo in jih dosegamo, na produktivnost in na naš stranski uspeh (Ferbar, 2012).

Kobal Grum (2003) samopodobo opredeli nekoliko drugače, in sicer kot množico odnosov, ki jih posameznik vzpostavlja do samega sebe, zavedno ali nezavedno. V te odnose s samim seboj vstopa postopoma, s pomočjo predstav, občutij, vrednotenj in ocen samega sebe in svojih tipičnih socialnih naravnosti. Te razvija že od rojstva dalje, najprej preko prvotnega objekta nato preko širšega družbenega okolja. Na ta način organizirano celoto pojmovanj, stališč, sposobnosti in doživljanj usmerja svoje ravnanje ter povezuje svoj vrednostni sistem z vrednostnim sistemom ožjega in družbenega okolja. Gre za eno temeljnih področij osebnosti, ki vključuje predstave, stališča, poteze, lastnosti, mnenja in druge psihične vsebine, ki jih človek pripisuje samemu sebi in so pomemben del osebnosti v vsakem življenjskem okolju (Kobal, 2000).

Predstave o sebi zajemajo miselno, psihično in duhovno področje, bistveni del naše samopodobe so naše predstave in pojmovanja, ki jih imamo o lastnem telesu. Še več, del naše samopodobe so pojmovanja in predstave, ki jih imamo o tem, kaj drugi mislijo o nas in o tem, kako naj samega sebe predstavimo in prikažemo pred drugimi na socialnem prizorišču, kar predstavlja socialni jaz. Samopodobo zajema tri področja, tri »jaze,« in sicer duhovni jaz (predstave o miselnem, psihičnem in duhovnem področju), telesnem jazu in socialnem jazu (Musek, 1993:344). Podobno Čačinovič Vogrinčič (1998) pojem socialne identitete oziroma socialni jaz opredeljuje kot pričakovanja drugih, določena družbena pričakovanja, ki so vezana na posamične vloge.

Pri opredeljevanju samopodobe ne moremo mimo samospoštovanja, ki je neposredno soodvisen od samopodobe (Kobal Grum, 2003). Samospoštovanje je lahko pozitivno ali negativno stališče do sebe. Pozitivno stališče ali visoko samospoštovanje pomeni, da se posameznik sprejema takšnega, kot je, da se ceni, da je zadovoljen s seboj in se čuti vrednega spoštovanja. V primeru negativnega stališča do sebe pa se oseba ne ceni, ne odobrava svojih lastnosti in ima negativno mnenje o sebi (*ibid.*).

1. 2. 2 Oblikovanje samopodobe

Musek (1993) pravi, da se velik in pomemben del posameznikove_čine samopodobe oblikuje na osnovi vplivanja drugih, preko bistvenih informacij, ki postanejo temelj naše samopodobe. Povratne informacije o tem, kakšni smo in kakšni naj bomo, v čem smo dobri in v čem smo slabi, preko izjav kako smo »pridni,« »poredni« nam starši, sorodniki, vrstniki, učitelji in drugi že od malega oblikujejo našo samopodobo. Ta sporočila se bolj ali manj primejo naše duševnost in postanejo del predstave o sebi. Posameznikov_čin jaz, samopodoba, sheme o sebi je v veliki meri produkt procesov socialnega konstruiranja in socialnega zrcaljenja (*ibid.*). Izjave delujejo kot zrcalo, v katerem vidijo samega sebe. To, kar drugi pri otroku odobravajo, postane jedro njegove pozitivne samopodobe, njegovega »dobrega jaza«. Gre za vidike posameznikovega_činega obnašanja, ki izzovejo odobravanje, nežnost in druge psihološke nagrade s strani drugih, torej vse, kar povzroča zadovoljstvo. Nasprotno pa reakcije, ki ne povzročajo odobravanja in negativno vplivajo na pomembne druge, gradijo temelj predstave o »slabem jazu.« Obstajajo tudi taki vidiki obnašanja, ki povzročajo hudo odklanjanje in hudo tesnobo. Teh vidikov ne integriramo v podobo posameznika_ce in ostanejo zunaj njihovega jaza, tvorijo predstavo o tem, kaj niso in kaj ne smejo biti, torej naš »ne-jaz«. Takšna zgodaj izoblikovana poosebljanja vplivajo na razvoj nadaljnje osebnosti. Kmalu lahko začno delovati brez posredovanja drugih oseb, in sicer takrat, ko posameznik_ca postane sposoben_na predstave njihovih učinkov (Musek, 1993). Na podlagi navedenega lahko sklepamo, da je za oblikovanje samopodobe ključno obdobje otroštvo.

Nasprotno Kobal (2000) ugotavlja, da se samopodoba ne razvija zgolj kot celota, ampak se s starostjo vzpostavljajo različna področja – od telesne, socialne, akademske in čustvene samopodobe, preko samopodobe na področju odnosa do spolnosti, na področju iskrenosti in ustvarjalnosti.

Posameznik_ca kot psihološki subjekt ni zaključena enota, ampak je pluralen in raznolik sistem samopodob, ki vsebujejo spoznavne, afektivne, čustvene in vrednotne dimenzije. Predstava o sebi zajema veliko raznovrstnost pojmov o sebi (Kobal, 2000). Sprejemanje večdimenzionalnega pogleda na psihološki subjekt lahko izboljša razumevanje posameznikovih občutkov in vedenja. Pri ideji pluralnosti podob o sebi gre za to, da jim osebe, ki so jim pomembne, s svojimi komentarji, mimiko, čustvenimi odzivi, postavljajo neke vrste zrcalo, v katerem se prepoznavajo. Ker ogledala niso nujno usklajena, posameznik_ca preko interakcij spoznava različne podobe

sebe. Pogoste so situacijo, ko se znajdemo v precepu med dvema ali številnejšimi pozitivnimi samopodobami. To pri nas povzroča zmedo in negotovost (Ule, 1994).

Ljudje svojih samopodob ne spreminjamo povsem in brez sistema, ampak spreminjamo le določene vidike samopodob, medtem ko splošne poteze ohranjamo stalne tudi v različnih situacijah (Ule, 1994: 300).

Splošna samopodoba in samospoštovanje se lahko ustrezno razvijeta, če je oblikovanje telesne samopodobe ustrezno (Kobal, 2000), saj je telesna samopodoba, v jedru naše samopodobe (Kuhar, 2004: 84).

1. 2. 3 Telesna samopodoba

Telesna samopodoba poimenuje notranjo predstavo o lastnem zunanjem videzu in je povezana z občutji in mislimi, ki vplivajo na naše vedenje (Kuhar, 2004). Nezanemarljiv del telesne samopodobe je nezaveden, kljub temu pa ima velik vpliv. To ni samo kognitivni konstrukt, ampak tudi odraz naših želja, čustev in interakciji z drugimi. Tudi drugi ljudje pomembno vplivajo na to, kako ljudje dojemajo svoje telo in, kako presojujejo, da jih vidijo drugi. Oba vidika sta enako pomembna, pri čemer le ta ni rigidna, ampak dovzetna za spremembe, ki jih prinesejo socialne izkušnje in nove informacije (Kuhar, 2004).

Občutja, ki temeljijo na oceni videza, so lahko pozitivna, ali negativne in vodijo v depresijo (Kuhar, 2004). Zadovoljstvo s telesno podobo se povezuje z vidikom telesne sheme, ki pomembno vpliva na doživljanje posameznika (Lavrič idr., 2011). Posameznik namreč zaznava kulturne norme in presoja, do kakšne mere se ujema z njimi, ter kako pomembno je to ujemanje za njega samega in tudi za ljudi, ki ga obkrožajo (Kuhar, 2004).

Vsi smo podvrženim številnim podobam idealnih teles. Predvsem družbeni predpisi (npr. stereotipi) medijske podobe oblikujejo splošno podlago za nezadovoljstvo s telesom (Kuhar, 2004). V Sloveniji je 71 odstotkov mladih zadovoljnih z lastnim življenjem, 80,5 odstotkov mladih je zadovoljnih ali zelo zadovoljnih s svojim zdravjem, medtem ko je s telesno podobo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih 53,6 odstotkov mladih (Lavrič idr., 2011: 316). Lavrič in sodelavci (*ibid.*) sklepajo, da je večja kritičnost do postave lahko posledica večje medijske poudarjenosti telesa, ki z mehanizmi socialnega vplivanja in socialne primerjave postavlja referenčno točko zunaj posameznika.

V zahodnem svetu je veliko žensk in moških s svojim telesom nezadovoljnih že od otroštva, kar je posledica, da se že kot otroci naučijo, kakšen je privlačen in zelen videz še preden stopijo v šolo (Kuhar, 2004: 88).

Podobno pokaže raziskava na slovenskih srednjih šolah (Kuhar, 2004:90) kjer se je pokazalo, da je slaba petina deklet in 5 odstotkov fantov nezadovoljnih s celotnim videzom, kar je relativno malo, če ta podatek primerjamo z nezadovoljstvom s posameznimi deli telesa. Visok odstotek deklet je namreč nezadovoljnih s tistimi deli telesa, ki jih ženske revije pogosto označujejo kot »problematična področja« (57 odstotkov deklet je nezadovoljnih z boki in stegni, 42 odstotkov s trebuhom, 44 odstotkov deklet pa moti celulit) (*ibid.*). Med vsemi pa jih 53 odstotkov želi biti vitkejših. To velja za vsa dekleta s previsokim indeksom telesne mase, ki pa jih je bilo le 4,5 odstotkov vzorca

Nezadovoljstvo s telesom pa pri ženskah pogosteje vodi v škodljiva ravnanja (neuravnotežene diete, bruhanje, jemanje shujševalnih tablet, odvajal) in različne shujševalne diete, ki so pogostejše pri ženskah kot pri moških. Negativna telesna samopodoba lahko vodi tudi do nizke samozavesti, slabega mnenja o sebi, ter do anksioznosti v medosebnih stikih. (Kobal, 2004).

Tretjina deklet kot vzrok negativnih samopodob vidi v vplivih revij in televizije, petina pa kot posledico vpliva reklam na občutke v zvezi s telesom (Kobal, 2004). Kot navaja Šabić (2007: 200) relevantne podobe identifikacije postajajo medijsko posredovane podobe življenjskih slogov in idealizirani posamezniki_c medijske industrije. Želje in potrebe posameznikov_c narekuje industrija in ponudba življenjskih slogov, ki od njih zahtevata, da sledijo zahtevanim identitetnim smernicam (*ibid.*: 201).

1. 3 Mediji in medijske podobe

Mediji in popularna kultura igrajo glavno vlogo v naši socialni konstrukciji realnosti (Taylor in Beckett, 2013). Postajajo običajno okolje vseh generacij, mladim pa pomenijo novo obliko socializacije, kar je povsem drugačno okolje od tistega, v katerem so odrasli njihovi starši. Gre za bolj interaktivno in navidezno bolj pod nadzorom mladostnikov, kot je bilo katero koli okolje doslej. Je bolj dostopno, saj poteka v okolju mladostniških sob, kjer mladostniki iz medijev in interneta pridobivajo čedalje več informacij (Ule, 2008).

Mediji učinkujejo dolgoročno, učijo nas, kdo je vreden več, kdo manj, kakšni so sprejeti vzorci obnašanja do drugačnih ljudi, kako naj se obnašamo glede na spol (Erjavec in Volčič, 1999). Učinek današnjih medijev se razlikuje od učinkovanja medijev v preteklosti, saj so bile takrat

umetniške podobe predstavljene kot nedosegljive, danes pa mediji zamegljujejo meje med povečevano fikcijo in realnostjo (Kuhar, 2004).

Tak primer je posnemanje agresivnega obnašanja, ki se pojavi takoj po prikazu agresivnega vedenja, vendar ima kratkotrajen učinek. Prikriti učinki medijev pa imajo bolj trajne in dolgoročne posledice na velik del javnosti. Eden najbolj razširjenih učinkov je povečanje neobčutljivosti za agresivnost. Gledalci, ki vedno znova gledajo, kako se konflikte razrešuje z nasiljem, sprejmejo to kot način za reševanje težav oz. kot del vsakdana (Ule, 2008).

Poleg vpliva na vedenje pa mediji skozi napredne marketinške strategije vplivajo na želje potrošnikov in izkoriščajo kulturne trende (Furlong in Cartmel, 2007). Erjavec in Volčič (1999) opisujeta primer, ki to dobro ponazori. Otroci povprečno vidijo 900 oglasov na mesec, kar močno vpliva na njihov odnos do igrač in do hrane. Veliko več oglasov je za sladko hrano kot za druge vrste živil, kar vpliva tudi na porast porabe sladkarija in zmanjšanje porabe zdravih hranil.

Kljub medijskim podobam vitkih žensk kot pozitivnih, inteligentnih, popularnih in privlačnih (Furlong in Cartmel, 2007), z eno besedo vitkejšemu telesnemu idealu, povprečna teža ljudi narašča. Diskrepanca med povprečno težo in postavami, ki so prikazane v medijih, je vse večja, kar lahko posledično vpliva na zaznavanje sebe kot manj privlačne (Kuhar, 2004)

Tudi podobnosti v modi mladih in njihovem okusu za glasbo dobro ilustrirajo uspešne strategije multinacionalnih medijskih korporacij (Furlong in Cartmel, 2007). Erjavec in Volčič (1999) pri tem ugotavljata, da so mediji prinesli univerzalnost kulturnih vzorcev. Mediji vzpostavljajo tako imenovano globalno kulturo, s čimer se predhodne generacije niso srečevale. Mladostniška subkultura je glede načina obnašanja, okusa glasba in vrednotenja vse bolj enotna. Mladi na Japonskem in Sloveniji tako poslušajo isto glasbo, gledajo iste filme, kar je posledica globalizacije dobrin.

Furlong in Cartmel (2007) pri tem opozorita na domačnost mladih s samomori, kar naj bi bila posledica medijev. V Ameriki povprečen mladostnik vidi okoli 800 samomorov na ekranu do zaključitve šolanja, to pa vpliva tudi na njegov odnos do samomorov (*ibid.*).

Ko govorimo o medijih pa moramo upoštevati tudi njihovo raznolikost tako po vsebini kot obliki. Predvsem javni TV-programi za otroke in mladostnike običajno promovirajo konvencionalne vrednote, npr. »dobro zmaga nad zlom«. Prav tako mladi ne prihajajo do medijev kot nepopisan list, ampak kot člani družine in kulture, ki sta jih socializirali od rojstva, od katerih so se naučili prvih vrednot in idealov (Ule, 2008).

Vloga medijev in odnos med mediji ter njihovimi uporabniki sta veliko kompleksnejša. Pristop uporabe in zadovoljevanja dojema ljudi kot aktivne uporabnike medijev. Ljudje se razlikujejo v vzrokih za izbiro medijev. Vzroki za izbiro teh vsebin pa vplivajo na to, kako bodo vsebine vplivale na uporabnike. Po tem modelu osebne želje, značilnosti in samopodoba vplivajo na izbor medijev ter na kaj bomo še posebej pozorni, kako bomo vrednotili in kako si razlagali sporočila. Sporočila lahko prevzamemo v svoj identitetni okvir ali pa jih zavrnamo oz. smo odporni. Namesto da na mlade gledamo kot na pasivne uporabnike, se sprašujemo, katere želje in cilji motivirajo mlade za uporabo določenega medija in kakšno vrsto zadovoljitev pri tem dobijo (Ule, 2008).

Govorimo o modelih medijskih praks, ki poizvedujejo kako mladi selekcionirajo, uporabljajo in razlagajo medije v razvoju svoje identitete. Arnett (1995) prepoznava uporabo medijev za:

- zabavo in sprostitve v prostem času,
- oblikovanje samopodobe; mediji pomagajo mladostnikom ugotoviti, kakšni bi radi bili, lahko jim tudi dajo informacije, kako postati tak,
- močne senzacije; mladi imajo večjo potrebo po močnih dražljajih, kar jim mediji omogočajo;
- upravljanje s problemi; mladi uporabljajo medije tudi za obvladovanje stresnih in negativnih čustvenih stanj, npr. jezo obvladujejo z divjo glasbo, primerjajo vsebine pesmi z njihovimi življenji,
- ustvarjanje virtualne subkulture; mediji in splet dajejo mladim občutek, da so povezani v mladostniško subkulturo, ki povezuje njihove interese in vrednote.

Mediji tako prevzemajo vlogo vrstnikov, kar pomeni, da mladim zagotavljajo teme in podatke, ki jim jih odrasli ne dajo (Ule, 2008).

Novi tehnološki dosežki so omogočili novo obliko komuniciranja, to je množično komuniciranje. Ta se razlikuje po tem, da je namenjeno velikemu, heterogenemu in anonimnemu občinstvu, sporočila so objavljena javno, pogosto se časovno usklajena tako, da naenkrat dosežejo čim večje število ljudi (Erjavec in Volčič, 1999).

Navkljub morebitnim negativnim posledicam pa si v 21. stoletju težko predstavljamo svet brez množičnih medijev, ki na različne načine obvladujejo sodobno družbo (Kuhar, 2004). Ule meni,

da je v svetu mladih njihova vloga tako izdatna, da mlade imenujemo »medijska generacija« (Ule, 2008). Boyd (2014) gre v tej trditvi še dlje, pravi, da v življenju »omreženih« najstnikov igrajo bistveno vlogo socialna omrežja.

1. 4 Socialna omrežja

1. 4. 1 Opredelitev

Socialna omrežja³ so spletne strani in spletne storitve, ki so se pojavile v začetku 21. stoletja. Gre za spletne mreže, strani za deljenje video posnetkov, bloge in sorodna orodja, ki omogoča uporabnikom ustvarjanje in deljenje njihovih vsebin (Boyd, 2014). Uporabniku omogočajo izgradnjo javnega ali deloma javnega profila znotraj spletnega socialnega omrežja⁴, oblikovanja seznama drugih ljudi, s katerimi posameznik želi biti v stiku in vpogled v lasten seznam stikov (Boyd in Ellison, 2007).

Virtualne skupnosti so začele nastajati, ko so nove komunikacijske tehnologije postale množično dostopne ljudem povsod po svetu. Povzroča jih želja ljudi po srečevanju in druženju, kar je posledica zanimanja za nove komunikacijske tehnologije, po drugi strani pa je nadomestilo javnega komuniciranja. Nastala je tudi zato, ker je vse več neformalnih prostorov izginilo iz vsakdanjega življenja (Ule, 2008).

Boyd (2014) meni, da mladi sodelujejo v spletni javnosti, ker želijo biti del širšega sveta, tako da se povezujejo z drugimi ljudmi in uživajo svobodo mobilnosti. Velik del odraslih se boji spletnih omrežij iz istega razloga kot so se odrasli bali participacije in druženja mladih v javnosti – v parkih, trgovskih centrih in drugih prostorih, kjer so se mladi zbirali (*ibid.*).

V kategorijo spletnih socialnih omrežij uvrščamo katerakoli spletno stran, ki omogočila interakcijo (npr. Facebook, MySpace, Twitter, YouTube), igranje video igrice in virtualni svetovi (Second Life, the Sims), ter bloge (Clarke Pearson in Schugrin O'Keeffe, 2011).

³ Za angleški izraz »social networks« v slovenščini nimam pravega prevoda, uporabljamo pa številne različice, npr. spletna socialna omrežja, spletne mreže, družabna omrežja, družbene spletne strani (Peršič, 2012). V svoji diplomski nalogi uporabljam izraz socialna omrežja, ker gre za največkrat uporabljen izraz in je zato domač.

⁴ Termin »socialno omrežje« označuje orodja, s katerimi se ustvarjajo in vzdržujejo virtualna omrežja in spletne skupnosti (Boyd in Ellison, 2007).

Računalniški prostor ponuja različne priložnosti za izražanje identitete in eksperimentiranje z njo. Anonimnost mladim omogoča bolj odprte razprave o njih samih, kot bi jih lahko imeli v realnem življenju. Preko oblikovanja svoje spletne strani ali bloga lahko izvedo veliko novega o sebi, svojih željah in strahovih (Ule, 2008)

Takšno spletno vključevanje omogoča mladini dostop do zabave in komunikacije, v zadnjih letih pa postajajo vse bolj popularne (Clarke Pearson in Schugrin O'Keeffe, 2011). Tako zabava kot druženje sta ključna razloga, da mladi investirajo toliko časa in energije v svojo spletno dejavnost (Boyd, 2014).

1. 4. 2 Pogostost uporabe

V Sloveniji (Lavrič idr., 2011) je bila v letu 2010 med mladimi najpogostejša računalniška dejavnost poslušanje glasbe, čemur so mladi namenili dobrih 71 minut dnevnega časa. Sledilo je gledanje filmov (slabih 52 minut dnevno) in preživljanja časa na socialnih omrežjih (skoraj 48 minut dnevno (Lavrič idr., 2011).

V okviru projekta RIS (Raba interneta v Sloveniji) je bila izvedena raziskava o rabi socialnih omrežij v Sloveniji. Ugotovitve raziskave temeljijo na spletni anketi, ki se je izvajala v februarju in marcu 2010. Populacija je obsega uporabnike interneta, vzorec pa je vključeval 1143 posameznikov med 10. in 83. letom (Jerman Kuželički, idr., 2011).

60 odstotkov anketiranih ima ustvarjen profil na vsaj enem socialnem omrežju. Med temi prevladujejo mlajši, stari med 16. in 25. letom, in 63 odstotkov žensk in 57 odstotkov moških. Glede na status anketiranca izrazito izstopajo šolajoči (otroci, učenci, dijaki in študenti), saj je dobre tri četrtine uporabnikov vsaj enega spletnega socialnega omrežja. Raziskava je pokazala, da je slaba tretjina vprašanih že objavila fotografije sebe ali koga drugega ob pitju alkohola ali kajenju. 40 odstotkov deklic med 10. in 15. letom navaja, da so že objavile fotografije sebe ali koga drugega v provokativni pozi (Jerman Kuželički idr., 2011).

Statista (2019) navaja, da je v oktobru 2018 bilo na Facebooku več kot 2 milijardi uporabnikov s celega sveta (ne glede na starost), kar kaže da je najbolj priljubljeno socialno omrežje po številu uporabnikov. Sledita mu YouTube z malo manj kot 2 milijardama uporabnikov, nato WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, na šestem mestu je Instagram z milijardo uporabnikov (*ibid.*).

Ugotovitve raziskav tako kažejo obseg porabe časa in priljubljenost posameznih socialnih omrežji. Naraščajoča uporaba novih oblik ohranjanja medsebojnih stikov in komunikacije med mladimi pa vzbuja vprašanje o vplivu socialnih omrežji, ki poleg prednosti prinaša tudi slabosti in njihov vpliv na identiteto, samopodobo in samozavest.

1. 4. 3 Posledice uporabe socialnih omrežij

Dopisovanje in spletna komunikacija postavljata ljudi v neverbalno okolje, kjer telesna govorica, obrazna mimika in najmanjše vokalne spremembe ostanejo nevidne (Ehmke, b.d.,a). Socializacija za ekrani lahko na unikaten način vodi do osamljenosti (Royal Society for Public Health, 2017), ki navkljub možnostim sodobne telefonije, da se lahko odzovemo nemudoma, nastane kot posledica medsebojne odtujenosti. Tišina namesto odgovora pa je oglušujoča, stalno čakanje na odgovor pa lahko izzove občutke anksioznosti (Ehmke, b.d.,a).

Socialna omrežja imajo moč, da prizadenejo našo trenutno samozavest. Oblikovana so tako, da delimo čim več osebnih informacij z drugimi, vključno s stvarmi, ki so nam všeč, hobije, osebna razmišljanja in seveda fotografije (Gonzales in Hancock, 2011). Če je bila v preteklosti skrb usmerjena v medijske podobe fotografij modelov in njihov vpliv na mlada dekleta, so danes mladi samo postali modeli, ki uporabljajo lastna orodja za izboljšanje fotografij (Ehmke, b.d.,b).

Po podatkih Royal Society for Public Health (2017) se mladi primerjajo s podobami, ki jih obkrožajo, in se soočajo z občutki krivde, ker njihova telesa ne ustrezajo tem podobam. Iz ocen ki so jih mladostniki dali različnim platformam glede njihovega učinka na zdravje in dobro počutje, je bil najbolje ocenjen YouTube, najbolj negativno pa naj bi vplivala Snapchat in Instagram. Obe platformi temeljita na fotografijah in vodita do občutkov nezadostnosti in tesnobe (Royal Society for Public Health, 2017).

Poleg anksioznosti, in negativne telesne samopodobe, socialna omrežja vzbujajo tudi strah pred zamujenimi priložnostmi (»Fear of Missing Out«), o čemer poroča tudi skoraj 40 odstotkov anketirancev starih med 12. in 67. letom (Abel, Buff in Burr, 2016). V tem smislu delujejo kot goriva za strah pred zamujenimi priložnostmi saj je preko objav posameznik_ca konstantno v stiku z informacijami o dogodkih, ki jih zamuja, kar lahko vodi do občutkov nezadovoljstva, tesnobe in nevrednosti. Z uporabo socialnih omrežji posamezniki_ce pridobijo tendenco, da postanejo bolj nervozni, razdražljivi in imajo slabo samozavest ob njihovi uporabi. Prisotnost socialnih omrežij poveča željo, da po seznanjenosti s tem, kaj drugi ljudje delajo ob vsakem času

in v vsakem trenutku. Zadovoljevanje želja pa mladostniku_ci omogočeno le v nekaj »klikih« (ibid.)

Ostale posledice prekomerne uporabe socialnih omrežij se kažejo še v pomanjkanju spanca, gibanja, nezadovoljstvo z lastnim življenjem, občutek lastne nezadostnosti, osamljenost, težave z zasebnostjo in spletnim ustrahovanjem (Bajt, 2019). Poleg socialnih posledic pa prekomerna uporaba povzroča tudi nevrološke spremembe, ki nastanejo kot posledica kemičnih reakcij v telesu, ki se sprožijo ob prijetnih ali neprijetnih dogodkih med uporabo socialnih omrežij.

1. 4. 4 Nevrološki vpliv socialnih omrežij

Pozitivne interakcije na socialnih omrežjih (npr. všečkanje) sprožijo enake kemične reakcije kot kockanje in uporaba rekreacijskih drog. Proces se prične ko posameznik_ca prejme obvestilo o objavi na socialnem omrežju. Telo odreagira s sprostitvijo dopamina, zaradi česar se posameznik_ca počuti dobro (McSweeney, 2019). Dopamin ima v telesu vlogo živčnega prenašalca, ki spodbudi določeno vedenje in s tem povezane občutke. Sprosti se ob jedi, spolnih odnosih, po telovadbi in ob uspešnih socialnih interakcijah (Haynes, 2018). Deluje kot »nagrada.« Kadar jo možgani prejmejo naključno (na primer igralni avtomati ali pozitivne socialne interakcije na socialnih omrežjih) ter je preverjanje nagrad preprosto (na primer ugodne karte na avtomatu), postane takšno z dopaminom pogojeno obnašanje navada. Podobni procesi se pojavijo tudi pri uporabi socialnih omrežij. Zato izguba ali odsotnost telefona, v primerih orodja za vključevanje v socialna omrežja in s tem stimulansa dopamina, lahko povzroči zmedo ali stisko. Navezanost se lahko ustvari celo do te mere, da se pojavi fantomsko vibriranje, ki pomeni, da posameznik_ca sliši vibriranje telefona, tudi ko dejansko ne vibrira (McSweeney, 2019).

Pri dokazovanju teze dopaminske odvisnosti so za raziskovalne uporabljali možganske slike, kjer se je pokazalo, da so le te pri posameznikih_cah, ki prekomerno uporabljajo socialna omrežja, podobne slikam odvisnikov od drog. Socialna omrežja zagotavljajo takojšnje nagrade v obliki pozornosti s socialnih omrežij. V možganih se naredijo povezave, da si želimo več všečkov, deljenj naših vsebin, komentarjev in tako dalje. Spremembe so opazne v predelu možganov, ki je odgovoren za nadzorovanje čustev, pozornosti in sprejemanje odločitev (McSweeney, 2019).

2. PROBLEM

V vsakdanjem življenju opažam, da socialna omrežja postajajo čedalje pomembnejša. Veliko ur na dan preživimo na telefonih, brskamo po Facebooku, Instagramu, Snapchatu, YouTubeu, idr. Gre za fenomen zadnjih desetih let (Facebook je leta 2006 postal dostopen za vsakogar, ki je star najmanj 13 let in ima elektronski naslov), kar pokaže tudi raziskava Mladina 2010 (Lavrič, idr.). Po podatkih raziskave (*ibid.*) so mladi že 2010 preživljali okoli 47, 8 minut dnevno na socialnih omrežjih, danes pa vemo, da se ta številka močno povečuje na več ur dnevno.

Rezultati raziskave Raba interneta v Sloveniji (Jerman Kuželički, idr., 2011) so pokazali, da je takrat imelo 60 % anketiranih ustvarjen profil na vsaj enem socialnem omrežju. Med temi prevladujejo mlajši, stari med 16. in 25. letom starosti. Kar 40 % deklic med 10. in 15. letom starosti pa je navedlo, da so že objavila fotografije sebe ali koga drugega v provokativni pozi. to kaže, da so mladim spletna socialna omrežja zanimiva in dostopna, postajajo najštevilčnejši uporabniki, s čimer so izpostavljeni različnim nevarnostim in posledicam. Imamo statistične podatke, ki govorijo o tem, koliko uporabljamo socialna omrežja, katera so kdaj najbolj priljubljena in tudi kateri starostni skupini iz katere države. Ne vemo pa, kaj vse se dogaja »tam« in kako mladi to razumejo, kaj jih žene, da objavljajo, da sledijo določenim vsebinam. Zato je raziskovanje njihovega pogleda na uporabo socialnih omrežij in na njihovo dejavnost na socialnih omrežjih pomembno za razumevanje podatkov o razlogih in številčnosti pojava.

Rezultati raziskave bodo prispevali k oblikovanju programov, namenjenim mladostnikom, ter strokovnim delavcem pri razumevanju vpliva sodobnih telefonov, ki omogočajo dostopanje do socialnih omrežij. Z rezultati želim ugotoviti, ali je potrebno razmišljati o novih metodah socialnega dela z mladimi, da bo tudi v sodobnem svetu sledilo svojim strokovnim načelom.

Splošno je znano, da je na spletnih omrežjih objavljenih zelo veliko člankov, ki določajo lepote ideale, trike za idealno zunanjo podobo in zadnjo modo. Za fotografije, kjer tako mladi fantje kot mlada dekleta, razkazujejo svoja telesa, prejmejo največ pozornosti v obliki všečkov, včasih pa tudi v obliki negativnih komentarjev.

Raziskava ni usmerjena v iskanje skrajnosti (odvisnost od socialnih omrežij ali povsem neuporabe socialnih omrežij), ampak se osredotoči na vsakodnevno uporabo socialnih omrežjih pri mladih.

Prehodno obdobje v odraslost je za mnoge najtežje obdobje. Sklepam, da je raba socialnih omrežij odraslih (ki so zaposleni, imajo finančno varnost, in je obdobje odraščanja za njimi) precej drugačna kot raba srednješolcev, ki so sredi odraščanja. Ciljno skupino tako oblikujejo srednješolci. Glede na to, da toliko časa preživijo na socialnih omrežjih, se je potrebno vprašati, kaj se dogaja tam, kaj jih motivira, in navsezadnje raziskati njihovo zavedanje vpliva socialnih omrežij na njih in na njihovo samopodobo. Socialna omrežja in samopodoba sta osrednji temi raziskovanja.

Z raziskavo želim odgovoriti na naslednja raziskovalna vprašanja.

Katera socialna omrežja uporabljajo srednješolci?

Katere vsebine spremljajo na socialnih omrežjih?

Kaj sami objavljajo na socialnih omrežjih?

Kako kritični so do vsebin na socialnih omrežjih?

Kako opisujejo svojo samopodobo?

3. METODOLOGIJA

3. 1 Vrsta raziskave in teme

Raziskava je kvalitativna, saj osnovno izkustveno gradivo, zbrano v raziskovalnem procesu, predstavljajo besedni opisi, ki so obdelani in analizirani na beseden način brez uporabe merskih postopkov (Mesec, 2009).

Glede na stopnjo v procesu spoznavanja bo raziskava eksplorativna, saj je namen raziskave odkriti in formulirati problem. V raziskavi spoznavam nove osnovne značilnosti področja problematike in jih skušam opredeliti. Omejujem se na manjše število primerov, kar je značilno za eksplorativno raziskavo (Mesec, 2009).

Glede na odnos do neposrednega izkustvenega gradiva je raziskava empirična, saj sem zbrala novo, neposredno izkustveno gradivo, in sicer s spraševanjem (Mesec, 2009).

Raziskovalne teme:

- I. aktualnost, prednosti in slabosti socialnih omrežij,
- II. sledenje vsebinam na socialnih omrežjih,
- III. objavljanje na socialnih omrežjih,
- IV. kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih,
- V. opredelitev lastne samopodobe,
- VI. vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo.

3. 2 Merski instrument

Raziskovalni merski instrument so smernice za intervju, ki izhajajo iz tem raziskave. Smernice vsebujejo 19 vprašanj (priložena v Prilogi št. 1), od katerih je 14 odprtega tipa in pet zaprtega tipa, saj sem najprej vprašala, ali do nekega pojava prihaja in potem s podvprašanji raziskala pojav. Na ta način nisem predvidevala, da do nekega pojava zagotovo prihaja.

Primer tako zastavljenega vprašanja:

Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Če respondent_ka ni razumel_a vprašanja, sem dodatno pojasnila vprašanje.

3. 3 Populacija in vzorec

Populacijo sestavljajo vsi, ki v šolskem letu 2019/2020 obiskujejo reden srednješolski program v Ljubljani. Stvarni pogoj je, da oseba obiskuje reden srednješolski program, časovni pogoj, da je to v letošnjem šolskem letu, ter krajeven pogoj, da gre za srednjo šolo v Ljubljani, saj ljubljanske srednje šole obiskujejo dijaki iz cele Slovenije, kar omogoča raznolikost odgovorov.

Vzorec je neslučajnosten (vsaka enote populacije nima enake možnosti pri izboru⁵) in priročen (raziskava je izvedena na skupinah ljudi, ki je raziskovalcem najbolj dostopna⁶).

Vzorec obsega 10 srednješolcev in srednješolk, do katerih sem dostopala na podlagi svoje socialne mreže, pomagala sem si tudi z nevladno organizacijo Center za pomoč mladim, ki deluje v Ljubljani. Preko organizacije sem lažje nagovorila srednješolce za sodelovanje v raziskavi. Srednješolce sem nagovorila tudi preko elektronskega sporočila njihovim šolam. Nekaj srednješolcev sem za intervju pridobila tudi po metodi snežne kepe, ker so že intervjuvani pozvali svoje prijatelje, da tudi sodelujejo v raziskavi in jim posredovali moj kontakt.

Vzorec je obsegal štiri srednješolce in šest srednješolk. Najmlajša je bila stara 15 let, ena je bila stara 16 let, dve 17 let, dve pa sta bili polnoletni. Od štirih srednješolcev je bil najmlajši star 15 let, dva sta bila stara 18 let, eden pa 19 let. Izhajali so iz različnih krajev po Sloveniji (Metlika, Škofljica, Kamnik, Škofja Loka, Ljubljana in drugi), vsi pa so obiskovali srednjo šolo v Ljubljani. Prihajali so iz različnih srednjih šol in programov, s čimer sem želela zajeti mlade, ki obiskujejo različna izobraževalna okolja (Srednja šola za oblikovanje in fotografijo, Srednja vzgojiteljsko šola, gimnazijo in umetniško gimnazijo, Srednja lesarska šola, Srednja poklicna in strokovna šola Bežigrad, Srednja zdravstvena šola in Biotehniški izobraževalni center Ljubljana).

Srednješolci, ki niso bili polnoletni, so morali pridobiti soglasje staršev k sodelovanju v raziskavi (priloženo v Prilogi 2). Soglasje so mladostniki_{ce} predhodno prejeli po elektronski pošti, ter ga podpisanega prinesli s seboj neposredno pred začetkom izvajanja intervjuja. Podpisana soglasja se hranijo pri avtorici naloge.

⁵ Po Mesec, 2009

⁶ Po Mesec, 2009

3. 4 Zbiranje podatkov

Metoda zbiranja podatkov v raziskavi je spraševanje, in sicer gre za delno strukturiran intervju, ki ga Mesec (2009) opredeli kot neposredni pogovor iz oči v oči med spraševalcem in respondentom. Za delno strukturirano obliko intervjuja je značilno, da ne uporabljamo natančnega, vnaprej sestavljenega vprašalnika, ki bi se ga držali. Gre za obliko neposredne oblike spraševanja, tako da lahko neposredno zaznavamo odziv vprašanca na intervju v celoti in na posamezne vprašanja in odkrijemo ter odpravimo nesporazume (*ibid.*). Določene so bile samo teme z vprašanji, ki so se prilagajala glede na razumevanje respondentov. v primeru, da je prišlo do nejasnosti pa so sledila podvprašanja in pojasnila.

Z respondenti sem se dogovorila o času in kraju izvedbe individualnega intervjuja, ki je trajal od pol ure do 45 minut. Srednješolcem je po večini ustrezalo, da sem po koncu pouka prišla na njihovo srednjo šolo in sva tam našla prazno učilnico. Nekaterim je bolj ustrezalo, da sem prišla do dijaškega doma, v katerem so živeli, in sva intervju izvedla v učilnici ali kuhinji.

Prosila sem za dovoljenje za snemanje, da sem tako lažje izvedla transkripcijo intervjuja. Vsi so se s tem strinjali.

3. 5 Obdelava in analiza podatkov

Podatke sem analizirala po metodi kvalitativne analize podatkov, ki jo opisuje Mesec (2007).

Po izvedbi intervjujev sem jih prepisala in uredila. Za zagotavljanje anonimnosti sem intervjuje označila s črkami. Nato sem določila enote kodiranja, kar pomeni, da sem besedilo razčlenila na sestavne dele. Enota kodiranja je bila lahko fraza, stavek, misel. Za enote sem izbrala smiselno zaključene dele besedila, ki sem jih oštevilčila in prepisala v tabelo v programu Excel.

Temu je sledilo odprto kodiranje posameznega intervjuja. To je postopek oblikovanja pojmov iz enot besedila, kot sem jih določila v prejšnjem koraku. Izjavi sem določila pojem, kategorijo, podtemo in temo.

Besedila, ki sem jim pripisala isti pojem, sem zbrala in ločila. Znotraj določene kategorije sem vzpostavila odnose, torej kategorije in podkategorije. Takšno kodiranje se imenuje osno kodiranje in mi je pomagalo pri tem, da sem vzpostavila hierarhijo med kategorijami in podkategorijami.

Odprtemu in osnemu kodiranju je sledil izbor in definiranje relevantnih pojmov. Iz velikega števila pojmov in kategorij sem izbrala tiste, ki so relevantne za problem in namen raziskave. Nato sem jih definirala, tako da sem skušala izraziti bistvo pojma in podati njegovo realno definicijo. Po vseh teh korakih sem oblikovala poskusno teorijo, glede na spoznanja.

4. REZULTATI IN RAZPRAVA

4. 1 Uporaba različnih orodij

Srednješolci največ uporabljajo Instagram (9 srednješolcev), Snapchat (8 srednješolcev) in YouTube (8 srednješolcev). Nekaj jih je omenilo še Facebook, Twitter in Pinterest. Reddit in Discord pa je uporabljal en srednješolec, prav tako Viber, Deviant Art pa je v preteklosti uporabljala ena srednješolka. To je v skladu s podatki po Globalwebindex, kjer podatki pravijo, da v povprečju na socialnih omrežjih preživimo tri ure na dan (Mohsin, 2019).

Podobno nakazuje ameriška raziskava iz leta 2018, kjer rezultati pokažejo, da je 85 odstotkov najstnikov uporabljalo YouTube, 72 odstotkov Instagram in 69 odstotkov Snapchat. Facebook je uporabljalo 51 odstotkov najstnikov. Med uporabniki, ki so takrat uporabljali več platform, sta bila najbolj priljubljena Snapchat in YouTube (Statista, 2019).

Razlogi uporabe so bili raznoliki. Snapchat uporabljajo zaradi slik, ker je bil takrat novost in zaradi objav slik ali videov, ki so bili dostopni le 24 ur. Pri nekaterih srednješolcih zdaj prevladuje uporaba Snapchata za komunikacijo (D2: *»Snapchat uporabljam, ker ga ima večino mojih prijateljev in tako ohranjamo kontakte, se dogovarjamo, da gremo ven.«*) in tudi komunikacijo po fotografijah (E2: *»Zelo lahko se je pogovarjati po slikah ...«*). Instagram uporabljajo, kadar se dolgočasijo, da gledajo slike in spremljajo svoje vrstnike (B8: *»Instagram pa je tudi večinoma za to, da vidim, kaj počnejo ljudje, ki jih poznam.«*).

Kar nekaj srednješolcem_kam je zelo všeč Instagramova estetika in dogajanje (C3: *»Instagram je estetsko narejen, zelo lepo stvari izgledajo gor, veliko stvari se dogaja gor.«*).

Zdi se, da Instagram poseduje vse atribute dobrega orodja (A3: *»Največ Instagram, ker se mi zdi, da so vse to, kar je bilo razdeljeno, združili v Instagram.«*). Morda ima zato več kot milijardo uporabnikov (Statista, 2019).

Facebook med srednješolci ni več tako priljubljen. Uporabljajo ga namreč za namen komunikacije z drugimi, za šolo (I2: *»Facebook uporabljam, ker je bil popularen, zdaj ga imam samo še za šolske stvari.«*) za dogovarjanje za delo ali za organizacijo skupinskih hobijev (C2: *»Facebooka ne odprem skoraj nikoli, razen za plesno skupino, ker je lažja organizacija tam.«*).

Srednješolci so povedali, da socialna omrežja uporabljajo vsak dan. Najpogostejša ocena časa, preživetega na socialnih omrežjih, je bila dve do tri ure. En srednješolec pa je ocenil čas uporabe

socialnih omrežjih sedem ur. Odvisno je tudi od tega, ali se morajo učiti (F1: *»sem potem na socialnih omrežjih tudi 5 ur na dan, kar je preveč, če se pa učim, pa pride 2 do 3 ure.«*) in če so brez družbe, sami doma (H3: *»po moje kakšne 2 uri največ, razen če sem sam doma tudi 5 ur.«*). Srednješolec je dodal, da se trudi, da čim manj časa preživi na socialnih omrežjih.

Analiza podatkov Mladina 2010 je pokazala, da 82 odstotkov mladih med 16. in 24. letom uporablja splet vsak dan ali skoraj vsak dan (Lavrič idr., 2011). V pričujoči raziskavi pa ni bilo nikogar, ki ne bi uporabljal splet čisto vsak dan. Leta 2010 so na socialnih omrežjih preživeli 47,8 minut dnevno (*ibid.*), na podlagi naše raziskave pa se je čas podaljšal za najmanj dva- ali trikratnik, ponekod pa tudi za pet- do sedemkratnik.

4. 2 Prednosti in slabosti

Srednješolci so med glavnimi prednosti izpostavili priročnost socialnih omrežij. Podatki so dostopni kadarkoli, ni potrebno iskati pisnih virov, širjenje informacij je hitro in enostavno (E6: *»Prednosti so to, da hitro vidiš, kaj se ljudem dogaja. Če ti ima kdo kaj za povedat, je to zelo na hitro, npr. pošlje kaj je nekdo objavil pa napisal spodaj.«*).

Preko socialnih omrežij je lahko vsakdo sporočevalec, pri čemer prostorska razdalja postane nepomembna. Tako dobimo občutek navidezne resničnosti, oziroma občutek skupnega doživetja, čeprav gre za fizično ločene ali anonimne ljudi. Elektronsko podprto komuniciranje omogoča medkulturno komuniciranje, ampak mu zaradi omejitev številnih komunikacijskih ključev (neverbalnih, čustvenih, odnosnih) manjka veliko značilnosti, da bi lahko doseglo medkulturnost. Brez neverbalne komunikacije ima sporočevalec manj možnosti, da spremeni ton sporočila, da izrazi svojo karizmo in individualnost, kar elektronsko podprto komuniciranje osiromaši čustvene topline in prijaznost interakcije (Ule, 2009). Iz opravljene raziskave lahko sklepamo, da je pomanjkanje čustvene note sporočila morda držalo v času nastanka te znanstvene monografije. Sploh socialna omrežja so do danes na veliko različnih načinov omogočila dajanje sporočilom čustveno in osebno noto. Ne samo da imamo na voljo čustvene simbole (*»emoji«*), s katerimi obarvamo pisano besede in pokažemo čustvo, ki stoji za njimi, so

tu še GIF⁷, nalepke (*stickers*), omogočeno je dodajanje slik, od nedavnega pa si lahko s pomočjo grafičnih predlog ustvarimo personaliziran »emoji.«

Morda lahko z elektronsko podprtim komuniciranjem presežemo ravni medosebnosti pri komuniciranju v živo. Elektronsko podprto komuniciranje namreč omogoča, da predstavljanje in razkrivanje poteka bolj nadzorovano. Poleg tega ni drugih situacijskih sporočil iz okolja, ki bi motila predstavljanje. V neposrednem komuniciranju lahko veliko signalov deluje zaviralno, samocenzurno ali zavajajoče. Ljudje lahko začnejo delovati v skladu z implicitnimi pričakovanji sogovorcev, ki jih pošiljajo z neverbalnimi sporočili (Ule, 2009).

Zaradi dogajanja na socialnih omrežjih imajo tudi teme za pogovor v živo (F9: *»Zdi se mi, da dandanes v družbi je itak glavna tema dogajanje na internetu. Če si na tekočem, lahko o tej temi govoriš, imaš več tem za pogovarjanje,«*).

S pomočjo socialnih omrežij lažje začnejo pogovor (B10: *»se je tudi lažje pogovarjati, pa še vidiš, kaj počnejo. Recimo, dajo kaj na story, pa odgovoriš in tako se začne pogovor. In tako je večja možnost, da naravno steče.«*), medtem ko je srednješolec ugotavljal, da se ne znajo več pogovarjati v živo (I6: *»Slabost je pa, da dosti ljudi ne zna več komunicirat v živo, ker se je zelo lažje pogovarjat, če nekdo ni pred tabo, ker vidi tvoje izraze na obrazu pa vse.«*).

Elektronsko podprto komuniciranje je lahko lažje predvsem za tiste, ki jim je težko vzpostaviti neposreden stik, saj omogoča preprostejše vstopanje v odnose in izstopanje iz njih. Poleg tega, uporabniki čutijo razbremenitev, ker lahko o svojih težava spregovorijo z nekom, ki jih osebno ne pozna in je daleč. Zaradi anonimnosti tudi povečuje možnosti za izogibanje stigmatizaciji, kar je pomembno za ljudi, ki v svojem okolju ne najdejo oseb, s katerimi bi razvijali odnose. *»Internet nikoli ne spi«*, zaradi česar je velikokrat lažje najti podporo iz podporne skupine kot pa od oseb, ki so fizično blizu, a nimajo časa. Z internetom pa lahko računamo, da so nekje na svetu potencialni dajalci podpore (Ule, 2009).

Elektronsko podprto komuniciranje je pomembna za tiste, ki so prostorsko ločeni, saj lahko tako ohranjajo prijateljske in sorodniške vezi. (*ibid.*). To so izpostavili tudi naši srednješolci, sploh ker je takšna komunikacija brezplačna, kar je še posebej koristno, kadar so v tujini ali doma (F2: *»Messenger uporabljam za komunikacijo s starši, da se tam pogovarjamo, ko grem v tujino, da*

⁷ Graphic Interchange Format, slikovni format, ki omogoča animacijo z zaporednim prikazovanjem sličic (Wikipedia, 2020)

lahko koristimo podatkovni prenos...«, I5: *»...če imaš kje daleč kakšne sorodnike, jih lahko spremljaš.«*).

Predstavlja jim tudi brezplačen vir zabave (H4: *»Prednosti so, da se lahko zastonj pogovarjam s prijatelji, zelo lahko se je zmenit. So brezplačen vir zabave.«*).

V raziskavi Mladina 2010 (Lavrič idr., 2011) so ugotavljali zanimanja mladih za posamezna področja. Mladi so izkazali visoko zanimanje za spolnost in ljubezen, službo in poklic ter zabavo in razvedrilo kot na tretjem mestu, ampak z majhno razliko (spolnost in ljubezen je v povprečju dobil oceno 4,2, zabava pa 3,9). Zato je še toliko bolj razumljivo, da so socialna omrežja tako popularna. Ne samo zato, ker omogočajo zabavo, ampak ker se lahko pogovarjajo in berejo tudi o spolnosti in ljubezni in odpirajo možnost zaslužka, kar sta prepoznala tudi srednješolca (I29: *»Dobro je to, ker se da služiti s socialnimi omrežji.«*) in možnost slave (G7: *»Lahko pa tudi hitro zasloviš, gledalci spremljajo, kaj se ti dogaja, skratka dobiš fan base hitro, če objavljaš prave stvari. Dobiš stik s svojimi fani.«*).

Cilj medijev ni uspešen prenos znanja, ampak je v ospredju ekonomski uspeh, torej uspešna uporaba medijev. Zato se prilagajajo željam in potrebam mladostnikom, izraženih v lastnih raziskavah. To pomeni, da imajo mladi večjo vpliv na medijsko participacijo kot na starševsko ali šolsko. Rezultat je velika različnost medijev, ki so jim na voljo (Ule, 2008), pa tudi izjemno natančno zasnovanost medijev, da ponujajo točno tisto, kar si mladi želijo in da jim ponujajo priložnosti za stvari, ki so mladim najpomembnejše.

Počutijo se povezane (F12: *»Če si sam, se mi zdi, da z internetom nisi nikoli sam.«*, B14: *»se počutim povezano z ljudmi, ki jih poznam.«*).

Nevarnost, ki je pogosto omenjena, je socialna osamitev mladostnikov zaradi zmanjšanja števila neposrednih stikov, odnosov, soočanj in neverbalnega komuniciranja. Kljub temu pa večina mladih opisuje socialno povezanost, obenem pa je to nadomestilo resničnih povezav. Povezave in druženja se selijo v virtualne svetove (Ule, 2008). Srednješolci so namreč povedali, da uporabljajo socialna omrežja, kadar pogrešajo prijatelje (F58: *»Internet uporabljam, ko sem sama, ker pogrešam prijatelje. Ko sem z njimi, nisem na telefonu, slikamo momente, ampak nisem na telefonu. Če bi bila skos s prijatelji, ga sploh ne bi uporabljala. Ne sme ti bit dolgčas.«*). Srednješolka je povedala, da ona in prijatelji ne uporabljajo telefona, kadar so v družbi. Vendar velikokrat slišimo opazko, da so ljudje na pijači in namesto pogovora gleda vsak v svoj telefon. Vidimo, da je to preveč posplošeno, hkrati pa se je potrebno zavedati, da je

tehnologija za ljudi relativno nova. Zaradi tega pa vsi, ne samo mladi, potrebujemo čas in izkušnje, da se je naučimo primerno uporabljati.

Zelo pogosto pa so srednješolci omenili zapravljanje časa kot eno bistvenih slabosti (B20: *»je slabost to, da zlahka zapravljam čas, kar naenkrat mine 20 minut, pa se moram učiti.«*), saj zlahka izgubijo občutek za čas (H6: *»Nimaš občutka za čas.«*).

Temu lahko rečemo tudi, da »padeš noter.« Gre za stanje, ko čas izgine, postanemo zelo pozorni na eno stvar in zadovoljno zaposleni. To je idealno stanje za ustvarjalnost, športniki in glasbeniki ter igralci pa skušajo priti v takšno stanje pred nastopi. Stanje je ključno za razvoj in izobraževanje, za pisanje. Prav tako pa ljudje izkušajo to stanje popolne okupacije ob igralništvu in igranju videoiger. Aktivnosti, ki sta povezani z odvisnostjo. Stanje pozornosti in fokusa ne predstavlja težave samo po sebi, razen če je združeno z dejavnostmi, ki so družbeno nesprejemljive, fizično ali finančno škodljive (Boyd, 2014).

Srednješolka je povedala, da jo vsebina razveseli (C8: *»Prednost je, ker te stvari spravijo v dobro volje, ko kaj lepega vidiš pa si potem vesel.«*), medtem ko slike deklet s popolnimi telesi v njej povzročijo neprijetno primerjanje (C9: *»Kaj je pa lahko tudi že prelepo oz. npr. vidiš kakšne punce, ki imajo res top postavo in potem vidiš, da ti nisi čist tak in ni prijetno, to primerjanje.«*), kar je bilo izpostavljeno večkrat (B17: *»Pri Instagramu se pogosto primerjam z drugimi.«*).

Uporaba socialnih omrežij je povezana z morebitno slabo telesno samopodobo. Predvsem med mladimi postaja vse bolj popularen Instagram, ki je še bolj kot Facebook orientiran na fotografije. To ponuja več priložnost za uporabnika, da se primerjajo na podlagi videza (Fardouly in Vartanian, 2016). V jedru nezadovoljstva je razkorak med zaznavanjem lastnega telesa in zaznavanjem ideala. Po teoriji socialne primerjave mediji postanejo (neugodna) referenca primerjave, s čimer vplivajo na sodbe o lastnem telesu. Ljudje se najpogosteje primerjajo, če se počutijo negotove glede nekega relevantnega vidika svoje samopodobe. Vitkost je na primer nejasno definirana, zato se v tem primerjajo z drugimi. Za učinkovito primerjanje ljudje izbirajo podobne in relevantne modele, ki so jim vsaj na nek način podobni oziroma se lahko z njimi poistovetijo. Mladi tako v večji meri izbirajo medijske vzornike, ker so ti njihove starosti (Kuhar, 2004). Primerjanje ne velja samo za socialna omrežja ali le za medije, saj se lahko opazujemo in primerjamo tudi v živo. Pri medijih je ta vidik le bolj izrazit.

Sorodno primerjanju pa je srednješolka omenila tudi zaskrbljenost glede popularnosti in zgledovanje po idealih, kar omejuje lastni stil (A9: *»da se probamo zgledovati po nekem idealu*

in nas potem to omeji na nek način. Ker probamo biti podobni temu, kake podatke vidimo na socialnih omrežjih.» Srednješolec pa je glede tega menil prav nasprotno (H29: *»Zanimanja so se dogradila, ker so skos neki predlogi,«*).

Večkrat so omenili možnost zasvojenosti (H5: *»Slabost pa je to, da hitro pride do zasvojenosti«*) kar opažajo tudi pri sebi (J7: *»Slabosti so pa odvisnost, kar opažam pri sebi in na splošno. Kadar imam čas pogledam gor.«*).

Glede na izjavi vidimo, da mladi pogosto uporabljajo besedo zasvojenost zgolj v zvezi s svojo spletno dejavnostjo. Mediji pa prikazujejo, da so mladi kot priklenjeni na socialna omrežja, popolnoma nesposobni kontrole življenja in s pomanjkanjem sposobnosti vzdrževanja zdravega odnosa s socialnimi omrežji. Nekaterim zasvojenost z videoigami ali s socialnimi omrežji poruši njihova življenja, vpliva na šolski uspeh in slabši čustveni razvoj. Kljub temu govor o zasvojenosti pogosto patologizira že uporabo samo, vključevanje v socialnih omrežjih pa je senzacionalistično. Odraslim je za neželene posledice lažje kriviti tehnologijo, kot pa upoštevati druge družbene, kulturne in osebne dejavnike, ki pripomorejo k temu. Strah in zaskrbljenost glede uporabe tehnologije pri mladih ni nova, kljub temu pa se le malo ljudi vpraša, zakaj mladi sprejmejo vsako tehnološko novost s takšno vnemo. Čeprav se mladi pritožujejo, kako se čas ob neljubi dejavnosti vleče, pa se zdi, da čas pobegne ob uporabi medijev, kjer so skupaj s svojimi vrstniki. To lahko vodi do zmedenosti, je vir občutka krivde in izvor zaskrbljenosti o zasvojenosti s socialnimi omrežji (Boyd, 2014).

Poznajo tudi druge nevarnosti, ki jih prinaša uporaba socialnih omrežjih. Na primer zloraba omrežij za škodovanje drugim (D9: *»... Določeni ljudje te lahko zafrkavajo, javno razkazovat slike, te žaliti itd.«*, G6: *»Slabost je, da lahko kogarkoli ful hitro uničiš, npr. spam, blackmail. Uničiš mu lahko celo življenje, ker smo vsi gor, vsi na tekočem, nekaj ful smešnega, postane ful popularno, eksplodira, ves folk ve za to, pa za te, ti pa ne za njih.«*) in kraja identitete (H7: *»Slabost bi bila tudi kraja identitete. Tega sem se najbolj bal, da bi kdo zvedel, kdo sem, kje sem in mi potem vdre v hišo, ali pa da bi prišlo do groženj ali izsiljevanj.«*).

Srednješolka se je zavedala trajnosti vsebine (F8: *»Vse, kar deliš, se shrani. Če deliš neprimerne slike, npr. gole, bi lahko v službi to našli, kar bi bila minus točka.«*).

Srednješolci so izpostavili dve zmogljivosti, ki jih socialna omrežja posedujejo: trajnost in razširljivost. Boyd opisuje štiri značilnosti oziroma zmogljivosti socialnih omrežij (Boyd, 2014: 11):

1. Trajnost, ki omogoča interakcije neodvisne od prostora in časa in ne zahtevajo usklajenosti. Oseba pošlje sporočilo osebi na drugem koncu sveta, pa jo bo počakalo, tudi če že pozabi nanj. Tudi, ko sporočilo prebere, tam ostaja. Trajnost pomeni tudi to, da je uporaba socialnih omrežij spremljana do nepredstavljljive mere.

2. Vidnost, ki je v izhodišču spletnih omrežij, saj so nastavljena tako, da podprejo vidnost in deljenje vsebin z več ali s širšo publiko. Če želijo uporabniki omejiti svojo vidnost, morajo za to aktivno poskrbeti. To je bistveno drugače kot v fizičnem prostoru, kjer se morajo ljudje še posebej potruditi, da naredijo vsebino vidno širši publiko.

3. Razširljivost, pri čemer gre za to, da socialna omrežja olajšajo deljenje vsebine, oz. to na posreden ali neposreden način spodbujajo. Tako je z nekaj kliki lahko razširiti vsebino, ki jo ljudje objavijo. Lahkota, s katero ljudje objavljajo na medijih, je brez primere. Razširljivost je namreč lahko uporabljena tudi za širjenje govoric.

4. Možnost iskanja, ki uporabnikom omogoča, da pridejo do vse vrstnih informacij in da razkrijejo sporočila od in o ljudeh. Iskalniki niso oblikovani tako, da bi zajeli kontekst, kar povečuje možnost, da bo tisto, kar bo iskalec našel, vzeto izven konteksta.

4. 3 Sledenje vsebinam

V raziskavi nas je zanimalo, katerim vsebinam sledijo srednješolci. Našteli so zvezdnike, strani, ki so povezane z zanimanji (šport, živali, umetnost, raziskovanje), od katerih se je večkrat pojavilo ličenje in potovanja (D10,D11: *»Slikce s potovanj, ker si sama tudi želim potovati. Ali pa kakšna doživetja, ki so jih doživeli. Pritegnejo me tudi make up tutoriali. Ker se sama rada ukvarjam z make up in to tudi kaj na drugih probavam.«*).

Kljub temu da so srednješolci omenjali, da jih socialna omrežja odvrčajo od učenja, pa kaže, da si nekateri z njimi pomagajo. Ne samo da iščejo znanje, najdejo tudi orodje, s katerim se lažje disciplinirajo za učenje.

Srednješolka je povedala, da se uči s pomočjo videoposnetkov, ki se imenujejo »Uči se z menoj« (C14: *»YouTube gledam study hacks, study with me, ki sicer traja 2 uri.«*). Gre za to, da se oseba na posnetku uči in po približno 30 minutah ima nekaj minut pavze, ki ji zopet sledi učenje.

Na YouTubeu spremljajo tudi videobloge (»vloge«) (E10: *»Na YouTube pa me pritegnejo kakšni kratki vlogi npr. od Davida Dobrika, ki ima približno 4 minute dolge vloge, pokaže, kaj se mu je dogajalo čez teden, kaj so delali čez teden, delajo traparije in je zabavno gledati, pa dobro ima zmontirano vse skupaj.«*, C17: *»Na YouTube pa recimo pri teh vlogerjih, ki delajo vloge čez cel dan, pa se snemajo, koliko se učijo, koliko drugih stvari, pa potem vidiš, koliko naredijo v enem dnevu.«*).

Srednješolca spremljata še videoigrice, »meme«, avtomobile in služenje denarja (G9: *»Spremljam kakšne game, slavne ljudi, slavne bejbe, kako zaslužiti denar, fitnes, »meme.«*., J9: *»Na YouTube spremljam avte, SuperCars in game.«*).

»Meme« nastane takrat, ko se določena slika, pesem ali video, običajno šaljive narave preko interneta razširi in dobiva svoj vpliv (Žnidaršič, 2015). Pogosto je rezultat samoizražanja, vendar je lahko tudi oblika političnega govora (Boyd, 2014).

Tako kot je nekaj srednješolk omenilo, da se s pomočjo posnetkov učijo ličenja, se učijo tudi drugih umetniških sposobnosti (F13: *»Poudarek je na umetnosti. Kdaj najdem nove ideje, inspiracije. Spremljam glasbo.«*). Srednješolec dobi ideje za lesene izdelke na Instagramu (J8: *»Večinoma na Instagramu gledam kaj v zvezi z mojim poklicem, da sami izdelujejo kaj iz lesa.«*), kjer poleg tega spremlja še prijatelje.

Socialna omrežja imajo potencial, da omogočijo učencem aktivno participacijo in grajenje znanja, ne samo pasivno spremljanje vsebine. Od tod učni proces postane bolj participatoren in sodelovalen. Ker socialna omrežja omogočajo povezave, lahko pozitivno vplivajo na mlade, in sicer z virtualnim prostorom, v katerem mladi raziskujejo svoje interese ali probleme skupaj s podobnimi posamezniki in akademsko podporo (Abraham in Saini, 2015).

Sledenje prijateljem in znancem se je pojavilo zelo pogosto (B22: *»tistim, ki jih poznam oz. spoznam, mi dajo Instagram pa jih tam »followam.«*). Srednješolka je še povedala, da sprejema prošnje za sledenje tistih oseb, ki jih vsaj malo pozna oziroma jih pozna oseba, ki ji zaupa (B39: *»da sprejemam samo ljudi, ki jih vsaj malo poznam. Ali pa če je npr. sošolec od moje sestre, pa ga nisem nikoli spoznala, sprejemam, ker zaupam sestri, da je ta oseba cool. Če pa ne poznam, pa ne sprejemam.«*).

Razlogi, da sledijo neki strani ali pa osebi, so povezani z njihovimi interesi. Mora jim biti zanimivo. (J10: *»Mora biti zanimivo na pogled, izdelava izdelka – ali je zapleteno ali ne, rad imam, da je bolj zapleteno, da raziskuješ.«*).

Zelo pomembna jim je tudi estetika, včasih bolj kot vsebina sama (A18: *»Feed« mora biti zanimiv, slikovit, da ima oseba zanimivo življenje ali pa da ima estetsko lepe slike, ni treba, da je prav kakšna zgodba zadaj. Samo, da lepo zgleda.«*).

Srednješolki je vseč neskončna količina vsebine, ki jo zabava (B23: *»Pri socialnih omrežjih je zanimivo to, da je toliko vsebine, ki jo ljudje dajo, neskončno vsega, tako da te pravzaprav lahko »skos« zabava,«*). Tudi drugi spremljajo ljudi zaradi zabave (E11: *»Pri temu vlogerju mi je všeč, ker ima dobro energijo, se res nasmeješ in ti polepša dan.«*).

S pomočjo socialnih omrežij najdejo ideje (F18: *»Ful sem kreativna in ko vidim eno idejo, se meni porodi nova ideja. In v svojem dolgčasu, namesto, da sem na telefonu, uporabim idejo iz interneta in delam to.«*) in spoznavajo svet (D12: *»Potovanja me zanimajo, ker imam rada naravo, da vidim kaj nam je vse mati narava podarila.«*).

Srednješolec je delil mnenje, zakaj toliko ljudi rado gleda posnetke s potovanj (G10,G11: *»Ljudje gledamo nekoga, kar ima, in si tisto želi. Un tip sprosti dopamin v tvojem telesu in si potem uau. Travel videos, vsi hočemo potovati, zato jih tako radi gledamo - da vidimo, kaj se njim dogaja, ker se hkrati nam dogaja preko zaslona.«*).

Kljub temu, da avtorji (Haynes, 2018, McSweeney, 2019) veliko govorijo o dopaminski reakciji, si lahko besede srednješolca interpretiramo tudi drugače. Omenja posnetke s potovanj, ki so mu zelo všeč in si tudi sam želi potovati. Na ta način socialna omrežja in mediji širše mladim vzbujajo želje in ustvarjajo potrebe, da iz njih ustvarjajo potrošnike.

Desetletja so bili mladi potrošnik drobnarij (žvečilnih gumijev, lasnih dodatkov, šmink, stripov, itd.). To pa ne velja več za danes, ko zaradi večje kupne moči mladih trgi tehnološki in avtomobilski trgi aktivno nagovarjajo mlade. Gre za čas tekmovalnega oglaševanja, kjer je slika pomembnejša od produkta samega (pomembna pa je znamka), in namesto masovnega oglaševanja prevladuje segmentirano oglaševanje. Mladi so tako z nastopanjem v potrošniški družbi dobili moč, saj potrošništvo ni samo ekonomska dejavnost, ampak vsebuje globok simbolni pomen (Furlong, 2009).

Danes je trg za mlade širok in izbirajo lahko med vrsto dejavnosti, ki jih z razvijanjem specifičnih oblik potrošnje spodbujajo, da zavzamejo identitete, ki odraža njihovo individualnost. Merilo uspešnosti tako postaja potrošništvo (Furlong in Cartmel, 2007).

4. 3. 1 Prizadetost zaradi vsebine

Kot so že srednješolci ugotavljali, je vsebine na socialnih omrežjih neskončno. Zanimalo nas je, ali jih je kakšna objavljena vsebina prizadela in če, kaj je bilo to.

Srednješolka je povedala, da jo prizadene, ko vidi, da se dekleta, ki ji sledi, samopoškoduje (A27: *»Eno punco imam dodano, ki se ful samopoškoduje. In objavi sliko, ko se je slikala od gor, in se vidijo roke pa rame. In me to prizadene, ko vidim, kakšne rane ima.«*).

Srednješolko je prizadelo, da so se na socialnih omrežjih začeli norčevati iz smrti prijatelja (D22: *»To mi je bilo čudno, nečloveško, ker je umrl prijatelj, oni se pa zafrkavajo iz tega.«*).

Dva srednješolca sta povedala, da ju prizadenejo komentarji (J14: *»Ko se kaj izživljajo nad kakšnim, komentarji so tudi grozni, vidiš vsak dan. Ljudje ne komentirajo to meni, ampak ko vidiš druge. Ali pa kakšne objave medijev pa komentarje spodaj, kakšne pišejo.«*, B31: *»Na Twitterju so ponavadi kakšna kontroverzna mnenja in včasih se mi res zdi čisto glupo, kaj ljudje rečejo,«*).

Morda se do te točke še ni tako izkristalizirala potreba po vstopu socialnega dela v ta virtualen prostor, zdaj je postalo razvidno, da mladi na socialnih omrežjih vidijo marsikaj. S kom se o tem pogovarjajo? Kako bi spoštljiv zaveznik lahko pomagal v takšnih situacijah, če bi ga le imeli?

Aktivnosti socialnih delavk_cev so usmerjene v varstvo ali v pomoč posameznikom, skupinam in skupnostim (Postrak, b.d.) Socialno delo rešuje kompleksne socialne probleme znotraj delovnega odnosa. Naloga socialnih delavk_cev je, da takšen odnos vzpostavi. Pri opredelitvi delovnega odnosa se opiramo na elemente delovnega odnosa: dogovor o sodelovanju, instrumentalna definicija problema in soustvarjanje rešitev, osebno vodenje, perspektiva moči, etika udeležnosti, znanje za ravnanje in ravnanje s sedanostjo (Čačinovič Vogrinčič, 2002). Pomembno je, da uporabljamo jezik socialnega dela, ki je jezik opisovanja sprememb, ubesedi uresničljivo in je jezik spoštljivih in odgovornih zaveznikov, ki so strokovnjaki iz izkušenj (Čačinovič Vogrinčič, 2010). Z mladimi vzpostavljamo ustrezno komunikacijo z jezikom sprejemanja in opogumljanja. V spoštljivem pogovoru zavzemamo pozicijo, da so mladi eksperti

iz izkušenj, da so oni tisti, ki nam lahko povedo, kako doživljajo dogajanje, moramo analizirati njihove pripovedi (Poštrak, 2015).

Navedene koncepte dela s posameznikom, ki se nanašajo na odnos v živo, moramo prilagoditi za socialno delo v socialnih omrežjih.

Druge prizadene primerjanje z drugimi, saj dobijo občutek, da niso dovolj lepe (C27: *»Ali pa pri fitnesu, zakaj nimam jaz takšne postave.«*, F26: *»Vedno sem si želela bit model in imam probleme s kožo, to sem si pa velikokrat gledala, o uau zakaj jz nimam take kože, kako prit do te kože. Ampak nisem bila pa slabe volje zaradi tega, samo vprašala sem se.«*) oziroma razkorak doživljajo kot stres (B33: *»Na Instagramu pa na začetku, ko sem videla, kako so vse moje sošolke lepe tam in sem bila malo pod stresom.«*), kar pa ni nič novega.

Kuhar (2004) v svoji raziskavi ugotavlja, da 37 odstotkov mladih deklet primerja svoj videz z videzom fotomodelov, manekenk in igralk v revijah in na televiziji. O tem poroča 14 odstotkov fantov. 45 odstotkov deklet fotografij vitkih in postavnih žensk spravljajo v negotovost glede svoje postave, v željo po vadbi in hujšanju ali v jezi in obup (*ibid.*).

Socialni delavci moramo aktivno poslušati, poslušati in slišati, kaj imajo o svojem življenjskem svetu povedati mladostniki. Te predstave je potrebno vzeti resno in doumeti kot realnost, v kateri mladostniki živijo. Mladostniki so namreč najbolj kompetentni, da povedo nekaj o sebi, o svojih občutkih, kaj jih veseli, kaj straši in skrbi. To pa še ne pomeni, da imajo vnaprej prav ali da je njihovo ravnanje vedno ustrezno zanje in za druge. To pomeni le, da so aktivni udeleženci v procesu reševanja konteksta stisk, težav in problemov, v katerih so se znašli (Poštrak, b.d.).

Srednješolka meni, da prihaja tudi do objavljanja fotografij postav z namenom vzbujanja slabe vesti (C33: *»Ni mi pa všeč, da objavijo take slike, ki pokažejo njeno postavo, ki je zelo dobra in ji »lahko dam samo roko.« Samo naj dela to zase, da bo srečna, vesela in zdrava predvsem. Ne pa da toliko slik objavi, da že ve, da dela slabo vest drugim.«*).

Družba je na videz odklonska do iskanja pozornosti, drame, obrekovanja, hkrati pa mladi dobivajo družbene signale, da so takšna vedenja normalna. Mladi zasmehujejo vrstnike, da so iskalci pozornosti (*»attention whores«*), ampak sami opazijo, da je pozornost lahko (in pogosto tudi je) dragocena. Mladi vidijo dramo in igre iskanje pozornosti v TV šovih, kar pričakovano tudi odslikavajo (Boyd, 2014).

Razkorak pa ni le v lepoti, ampak tudi v prikazani produktivnosti (C26: *»Samo malo imaš slabo vest ... ko vidiš kakšno YouTuberko, dela medicino, hodi v fitnes, dela, ima še fanta, ... Ko pa jaz to probam, da bi bila dobra v šoli, da bi na treninge ful hodila, pa še kakšen dodaten trening, pa da bi se ukvarjala z družino pa s fantom ...enostavno mi zmanjka časa in energije. Mogoče me to prizadene, zakaj jaz nisem tega sposobna, če je ona.«*).

Opisan psihološki pritisk in njegove posledice je eden od mnogih družbenih tveganj, ki prizadene vse mlade, ne glede na njihov stratifikacijski položaj. Mladi tveganja razumejo kot del identitetnega projekta ustvarjanja lastne biografije (Šabić, 2016).

Prizadenejo jih objave prijateljev, s katerimi se ne strinjajo. Nekatere imajo izkušnjo, da se je potem objava izbrisala (E19: *»Razen enkrat sem s prijateljico nekaj snemala, ker sva prijateljici, in je objavila tudi delček, za katerega sem rekla, naj ne da. Potem sem ji rekla, da naj zbriše in je.«*) ali pa se je sprijaznila s situacijo (F27: *»Ni mi bilo všeč, ko je prijateljica objavila sliko z mano, ker si jaz nisem bila všeč, ona pa si je bila všeč. Prvo rečeš, joj zakaj si to naredila, potem pa sprejmeš.«*).

Srednješolka je povedala za spor s prijateljem, zaradi katerega je začel razpošiljati njene fotografije (D20: *»je začel pošiljati moje selfije naokoli in govoril, da sem nesramna in hinavska. Takrat sem bila psihično zlomljena, ker sem se skregala z dosti ljudmi, ker so mu verjeli.«*). Podobno izkušnjo je imel srednješolec (H16, H17: *»Ja, na Vibru, ko smo bili kot razredna skupina. Tudi v šoli prej nisem bil priljubljen in so na Vibru nesramne komentarje pisali. So si tudi pošiljali slike mene v šoli.«*)

Po tradicionalnem socialnem delu (od začetka 20. do zgodnjih 70. let 20. stoletja) bi v tem primeru socialni delavci izvajali psihosocialno intervencijo, ki bi bila osredotočena na prilagajanje, spreminjanje in resocializacijo posameznikov (Urh, 2009). Socialno delo se je ukvarjalo s psihološko pomočjo, da bi odpravilo osebne motnje posameznika. Takrat je posameznik veljal za krivega za lastno socialno stisko in težave. Obravnavan je bil ločeno od njegovega socialnega okolja, zato tudi obravnava ni temeljila na spreminjanju situacije. V postmodernizmu (od 90. let 20. stoletja) pa postane pozicija »nevednosti« osrednji pristop socialnih delavcev. V središčnem pomenu je jezik, ki ni samo sredstvo refleksije objektov, ampak lahko z njim ubesedimo vse, kar je znano, saj resničnost ubesedimo skozi dialog. Cilj postmoderne socialnega dela je partnerstvo z uporabnikom, upoštevanje njegove resničnosti, ki je znana njemu samemu. Socialni delavci ustvarjamo situacije, kjer uporabniki pridobivajo na moči, saj je prepoznan kot strokovnjak iz izkušenj. Temeljna značilnost postmodernih teorij

socialnega dela je ideja, da misel ni dokončna, saj se družbena in kulturna realnost nenehoma ustvarjata preko jezikovnih konstruktov (Urh, 2009).

4. 4 Kritičnost do vsebin

Zdaj, ko vemo, katerim vsebinam sledijo, zakaj in kdaj pride do prizadetosti, se lahko vprašamo, kako kritični so do vsebin. Ocenili so pristnost vsebine, povedali, po kakšnem merilu sodijo o pristnosti in če o kakšni vsebini še posebej dvomijo.

Srednješolcem se vsebine ne zdijo pristne, ker vsi radi pokažemo o sebi le najboljše (A20: *»Jaz mislim, da je vsem pomembno, da se pokažejo v najboljši luči. V 90 % pa verjetno ni njihovo življenje takšno, kot se kaže na Instagramu.«*), kar sklepajo tudi po sebi (A21: *»To vem tudi iz osebnih izkušenj, ker skušam dat gor najlepšo fotko, al pa tako da zgleda, da sem ne vem, kje.«*). Ali pa se jim zdijo pristne, ampak se zavedajo, da so to najboljše verzije njih.

Nekateri po spoznanju, da ni vse resnično, ne razmišljajo več o tem (F23: *»Včasih ko sem bila mlajša, sem mislila, da je vse resnično. Živiš v tistem svetu in misliš, da je vse realno. Potem pa spoznaš, da ni vse tako, da nimajo vse ženske lepe kože, potem pa se ne oziraš več na to. Ne razmišljaš več o tem, ali je pristno ali ne.«*), oziroma se poglobijo, če želijo bolje oceniti pristnost (G13: *»So fake, so real stvari, če te res zanima, se poglobiš v to. Če ne pa malo pogledaš, pa rečeš, da je fake ali real, pa gledamo dalje.«*).

Opisujejo, da je veliko obdelave slik (*Photoshop* je računalniški program za obdelavo grafičnih vsebin, sama beseda pa je postala sinonim za obdelavo grafičnih vsebin), da bi pritegnile pozornost (I11: *»Dosti je photoshopa, stvari so narejene tako, da te pritegnejo, pa potem to sploh ni res, veliko je clickbaitov.«*, D13: *»Ne zdijo se mi zelo. Nekateri so, ampak veliko slikic in videoposnetkov se mi zdi zaigranih, da dobijo čim več ogledov. Zdaj so itak ogledi najbolj pomembni.«*)

Ne glede na to, ali gre za slavne (E13: *»Če so kakšni slavni, ki imajo veliko sledilcev, mislim, da je večino zaigrano. Na Instagramu je veliko photoshopa pri ljudeh, ki imajo veliko followarjev.«*) ali ne (G14: *»Vse slike se tudi sphotoshopa. Tudi normalno dekle, ki da fotko gor, je photoshop, ker samo poscrolla, kakšen filter bi rada mela in to je photoshop. Vse je photoshopiran.«*, B28: *»Še posebej če osebo npr. sošolko poznam, jo srečam vsak dan, pa potem objavi kako sliko na*

Instagramu, kjer je čist lepa, pa make up, pa oblekca, vse perfect. Vem, da takšna ne zgleda vsak dan.«).

Šabić (2016) ugotavlja, da neoliberalno globalno potrošništvo nadzira mlade, tako da jim ponuja trg potrošniških vzorcev osebne identifikacije, ki pri mladih presežejo orodje za oblikovanje življenjskega sloga, saj igra vlogo pri osebni identiteti. Relevantne podobe identifikacije postajajo podobe življenjskih slogov in idealizirani posamezniki medijske industrije, ki usmerja želje in potrebe mladih. Industrija od njih zahteva, da sledijo zahtevanim identitetnim smernicam (*ibid.*).

Pri pisanih vsebinah pa težje določijo pristnost (D15: *»Zgodba je lahko resnična, ne moreš dokazat, da ni res.«*, B27: *»če nekdo napiše neko dejstvo, ali članek, še ne pomeni, da je res.«*).

Srednješolka je razmišljala tudi o izražanju čustev na socialnih omrežjih (F21: *»Čustva, ki jih izražajo s slikami se mi pa nikoli ne zdijo pristna, ker mi to ne spada na internet. Zdi se mi, da se ne moreš pristno izražat s čustvi na internetu. Npr. nekaterim se dogajajo slabe stvari, pa objavljajo, da so srečni.«*).

Med pristnimi in nepristnimi vsebinami nekateri ločijo po občutku in z izkušnjami (I12: *»Po občutku. Ko vidiš, kako resnično slikco, se naučiš ločit med realnimi in photoshopom.«*).

Srednješolka pa si za to vzame več časa (F22: *»Po daljšem času spremljanja. Ne odločim se takoj, ali je fake in ali ni. Vidim več objav o isti stvari o isti o sebi čez neko obdobje, pa potem za nazaj vidim, ali je bilo tisto pristno ali ne.«*)

Primerjajo tudi objave različnih ljudi (E18: *»Nekateri objavijo sliko znane osebe, ki so jo videli na plaži, potem ko pa pogledaš njeno sliko vidiš, da je čisto drugačna. Verjetno ima najete ljudi, ki jo shotoshopirajo, da doseže popolnost.«*).

Iščejo informacije, ki bi jim pomagale pri določanju resničnosti (D18: *»Če gremo s prijatelji gledat kakšne slikce, se osredotočimo na kakšno sliko in gledamo, če je sphotoshopirana, ker se vidi, če kdo ne zakrije dobro ozadja ali pa je kako ukrivljeno.«*, E17: *»Pa tudi po filterih se vidi, da niso resnične,«*) in se poglobijo v tematiko (H15: *»Če je en video na YouTube, ki na primer prikazuje najlepših 50 otokov na svetu, in so ful lepo prikazani, ampak je točno na tistem mestu, kjer je najbolj onesnaženo, potem tega ne verjamem. Dostikrat potem razmišljam o tem, pa poguglam še kaj naprej.«*).

Sklepajo po tem, ali vidijo proces nastanka ali samo rezultat (C24, C25: *»O make upu, kjer se snema ves proces in vidim vsak njen korak, manj dvomim. In vidim, da je to dejansko res naredila. Čeprav tudi tukaj se me verjetno da kaj obrnit. V fitnesu pa vidim samo sliko, končni rezultat, pa podvomim v to, ker nisem videla procesa, kako je prišla do tega.«*) in po številu objavljenih fotografij (D17: *»Sploh če je npr. samo ena slikica, če jih je več, potem verjamem, da se je zgodilo.«*).

Srednješolka se sprašuje o resničnosti postav deklet in opazi neresničnost fotografij tistih, ki jih pozna (F24: *»Veliko deklet, ki objavljajo svoje postave, kako imajo izoblikovano, se vedno vprašam, ali so tudi v živo tako. Na primer kakšne kolegice od kolegic, vem, kako v živo zgledajo, pa potem vidim na sliki, kako dajo ven boke, vem da ni pristno.«*).

O pristnosti podvomijo tudi takrat, ko je prelepo, da bi bilo res (I13: *»Če je res top top, je že malo neverjetno, da je to res, ker ne more bit tok lepo.«*, A25: *»Ja, ko ima nekdo cel feed tak, kot da celo življenje samo potuje in mu je lepo.«*, C22: *»Če ima kakšna fitneserka tako popolno postavo, da ne bi mogla imeti lepše, malo podvomim, da tako dobre in genetike in vsega pa tudi ne more imet.«*).

4. 5 Objavljanje

Srednješolci so povedali, da objavljajo fotografije domačih živali, koncertov, morje, jedi ali znamenitosti, kadar so v tujini. (C29: *»Če grem v tujino, objavim kaj zgodovinsko, da je zanimivo.«*).

Nekateri objavljajo sebkke (*selfie*) (E20: *»... Potem pa so mi rekli, da sem zelo fotogenična in sem začela objavljati tudi svoje slikce ...«*, A28: *»Več ali manj sebe, pa domače živali in kakšne koncerte.«*), drugi ne (B36: *»Ni mi udobno dajat slike sebe čisto direkt v javnost.«*)

Da vsebino objavijo, mora biti zanimiva in nekaj posebnega (C28: *»Na socialnih omrežjih objavljam zelo malo, ker se mi zdi, da če grem jaz s kolegico jest, ni tak big deal.«*), nekaj drugečnega (G19: *»Potem Instagram je za kolege. Ne objavljam veliko, samo kakšno dobro fotko, ali pa če sem res nekje, kar je drugače v življenju.«*). Srednješolki se objavljanje narave zdi dovolj posebno za objavo (A30: *»Drugo bi bilo bolj bedno, npr. če bi slikala samo naravo.«*).

Socialna omrežja, ki so zasnovana tako, da omogočijo komunikacijo z množico ljudi obenem, pa uporabljajo tudi za zasebno, individualno komunikacijo (D23: *»na Snapchatu pošljem slikico*

prijateljem, ampak to je zasebno.«, F32: »Da pa sproti objavim story so pa za »close friends« in res zberem tiste prijatelje, s katerim bi rada delila, kaj počnem, da ne rabim vsakemu posebej govorit pa ker vem, da ne bi oni oropal naše hiše.«), kar nakazuje na premišljenost njihovih dejanj. Srednješolec je tudi povedal, da ima pri objavljanju meje (G26: »Pri objavljanju imam neke meje, ki se jih držim.«).

Srednješolka je povedala, da je objavljala šele potem, ko je postala zadovoljna s seboj in premislila o tem, kaj želi objavljati na internetu (F33: »V obdobju, ko sem začela odraščat, oblikovat svoja stališča, svoje odločitve, kaj se mi zdi primerno, da počnem na internetu in kaj ne, pa tudi obdobje, ko sem gradila svojo samopodobo, in ko sem prišla do neke točke, da sem zadovoljna sama s seboj, sem prišla nazaj na internet. V tem obdobju se nisem niti slikala, se nisem izpostavljala.«)

Željo po popolnosti in visokimi kriteriji, kaj je dovolj lepo in posebno za objavo, pa srednješolci uresničijo s pomočjo obdelav fotografij. Tako polepšajo sebkke (A35: »Priznam pa tudi, da na sebi kaj spremenim, da si smootham oz. kako bi rekla ... zmehčam kožo ali pa kake nepravilnosti popravim.«), vsakdanje predmete naredijo privlačnejše (A34: »slikam kake predmete in to, lahko na Instagramu z efekti narediš še bolj atraktivno.«). Srednješolka se zaveda, da to ni čisto prava podoba nje, ampak je kljub temu tako bolj zadovoljna.

Rezultati raziskave (Gonzales in Hancock, 2011) so pokazali, da selektivno in urejeno (izboljšana s pomočjo filtrov in drugih orodij) predstavljanje sebe na socialnih omrežjih izboljšuje samopodobo, saj mlade pokažejo v najboljši luči. Medtem pa bo ogledalo oziroma neurejena podoba sebe verjetno poslabšala samopodobo. Tudi raziskava med amerišskimi študentkami (Safe.si, 2014) je pokazala povezavo med preživljanjem časa na Facebooku in slabo telesno samopodobo. Ugotovili so, da so ženske s primerjanjem lastnega telesa s svojimi prijatelji ustvarjale slabše mnenje o svoji podobi (*ibid.*)

Nekateri srednješolci pa ne objavljajo ničesar (D24: »Na Instagramu ne objavljam nič, ker mi do tega ni.«, H18: »Nikoli, ker nimam nič kaj za pokazat.«).

Izjava nam pove, da srednješolec ne objavlja zato, ker misli, da nima ničesar za pokazati. Pravi, da želi z risanjem priti na najvišjo stopnjo in šele takrat bo dovolj dobro, da bo objavljajal. (H19: »Če bom kdaj tok razvil te sposobnosti risanja, bom hotel pokazati svoje slike. Če se bom slučajno odločil za prodajo slik, bom oglaševal tudi na Instagramu. Hočem najprej priti na najvišjo stopnjo, pa potem pokazati, kaj znam.«). S tem se je strinjalo še nekaj srednješolcev

(I15: »Objavim kakšne fotke, ki lepo pridejo, da mi res uspe lepo narest.«, C30: »Selfijev bolj ne, ker se mi ne zdi, da so dobri.«).

Srednješolci so že v prednostih socialnih omrežij omenili možnost zaslužka. Srednješolec je poskusil uspeti z videoigricami (G18: »hotel sem probat z YouTubeom, da bi si zgradil kariero z gamingom, se mi ni izšlo. Twitter sem uporabljal za advertajziranje svojih YouTube videov, ker sem hotel narest publiko v Ameriki.«), srednješolka pa objavlja svoje risbe, da bi pridobila prepoznavnost in s tem naročila (B35,B37: »Na Twitterju objavljam samo risbice, ki jih delam, tako da je bolj profesionalen. Enako tudi na javnem profilu Instagrama, nobenih slik sebe. ... mi je pa všeč to, kar rišem, tako da raje to dajem. Po drugi strani pa bi rada začela služiti denar in tako me na socialnih omrežjih lažje najde in mi piše, če bi kaj naredila.«). Gre za novo obliko samozaposlitve, s katero se želijo uveljaviti.

V Mladini 2010 (Lavrič idr., 2011) so ugotovili, da pri nas mladi (še posebej mladi moški) dajejo prednost samozaposlitve pred zaposlitvijo pri nekom drugem. Prednost samozaposlitvi daje kar 40 odstotkov mladih, zaposlitev pri nekom drugem pa bi izbralo 34, 8 odstotka mladih.

To pomeni, da socialna omrežja uporabljajo za orodje, kako uspeti, kako doseči prepoznavnost in kako si zgraditi kariero. Nekoč je bilo težje pokazati svoj talent, medtem ko so socialna omrežja postala oder, dostopna vsakomur.

Zavedajo se, da lahko objavljene informacije kdo zlorabi (D25: »Starši so mi rekli, naj ne objavljam kakšnih svojih fotografij ali pa objavila da grem npr. čez 2 dni na morje, ker se to itak razširi in lahko pride do nepravilnih ljudi, ki bi kaj hodili okoli hiše. Tudi v šoli so nas opozorili naj tega ne delamo, ker bomo mogoče kdaj obžalovali.«). Srednješolka je povedala, da je do tega že prišlo v njenem domačem kraju (F32: »Skos nas opozarjajo, da ne smemo objavljati slik, ko smo na potovanju zaradi ropov. Ko se je to res začelo dogajati v naši ulici, sem res pomislila, ne početi tega.«).

Ugotovitve raziskave RIS so pokazale, da slabi dve tretjini anketiranih otrok trdi, da jim starši niso postavili nobenih pravil in omejitev za uporabo spletnih omrežij (Jeran Kuželički idr., 2011). Navedeni srednješolki omenjata tako starše kot šolo, ki opozarjata in osveščata o previdnosti pri objavljanju.

Socialni delavci bi se tudi lahko tukaj vključili. V socialnem delu upoštevamo življenjski svet mladostniki in skupaj z njimi povečujemo njegovo odgovornost zase in za svoje življenje. Ukrepov ne določamo mi, ampak jih oblikujemo v delovnem odnosu skupaj z mladostniki, da jih

razumejo kot prevzemanje odgovornosti za lastna dejanja (Poštrak, 2015). Da bi to dosegli se jim moramo najprej približati. Mrgole (2003) opisuje, da se je mladim treba približati in da sodelujejo v okviru mladinskih ustanov in drugih mestih, kjer so njihovi prostori. Skozi raziskave (Mladina 2010, 2011; Raba interneta v Sloveniji, 2011) ugotavljamo, da socialna omrežja so njihov prostor, zato bi se socialno delo moralo odzvati na to spremembo.

Socialno delo namreč poteka v kontekstu določenega okolja, je proces, ki pomeni interakcije z ljudmi v določenem prostoru, kjer živijo in opravljajo dejavnosti. Terensko delo je eno od metod socialnega dela in njegova največja moč in prednost je, da omogoči spoznavanja sveta drugih z neposredno udeležbo v njem. Pomembno se je vprašati, koliko sam prostor določa načina vzpostavljanja stikov z uporabniki, sodelavci in drugimi strokovnjaki. S terenskim delom posegamo v okolje, poteka v lokalni skupnosti, institucijah, društvih, na ulicah, v parku, pa tudi na domovih uporabnikov. Poznamo institucionalen, zaseben in javen prostor (Milošević Arnold in Urh, 2009). Glede na to, da smo že po teoretičnem uvodu in predstavitvi rezultatov do zdaj videli, kako pomembna so socialna omrežja, bi bilo smiselno dodati še četrti – virtualen prostor. Socialni delavci so nekoč lovili mlade po ulicah, ker so tam bili, zdaj pa so mladi v virtualnih prostorih, na spletnem medmrežju, predvsem pa na socialnih omrežjih, socialnih delavcev pa tam ni.

Nekatere stroke so se že odzvale na spremembo. Na primer Društvo Kameleon, ki je od leta 2010 opravilo več kot 1000 svetovalnih pogovor v brezplačni psihološki e-svetovalnici (Društvo Kameleon, b.d.). Socialni delavci se pri svojem delu ravnamo po socialnodelovnih konceptih, se pridružimo človeku, da bi skupaj z njim raziskovali možne rešitve (Čačinovič Vogrinčič, 2010).

Srednješolci so nam povedali, ali so že objavili kaj neresničnega in kaj je to bilo ter zakaj.

Večina jih je odgovorila, da niso objavili ničesar neresničnega oziroma se v tistem trenutku niso mogli spomniti kakšnega primera (B40: *»Kakor se spomnim, se ni zgodilo.«*).

Srednješolka pa je povedala, da je v težkem obdobju želela na ta način skriti svoje počutje (E21: *»Eno obdobje sem imela težave s psiho, pa sem napisala opis nekaj o sreči, veselju, pa so vsi videli, da to ni res, ker so me dejansko videli, da sem druga oseba. Nisem želela, da se razve med ljudmi, da sem imela take težave, čeprav se mi je na daleč videlo.«*).

Številni ljudje se pogosto sramujejo, da problema ali stiske ne morejo rešiti sami. Pomoč poiščejo šele takrat, ko je že skrajna sila. Terenski delavci pa ne čakajo, da bi uporabniki sami

našli pomoč, ampak jih poiščejo sami in jim ponudijo informacije in druge storitve neposredno v njihovem okolju (Milošević Arnold in Urh, 2009).

Srednješolci razvijejo najrazličnejše taktike zaščite. Omenili smo že strah pred tem, da bi okradli hišo zaradi hitrega širjenja informacij, zato ne objavljajo javno, razen prijateljem, ki jim zaupajo. Srednješolka je razvila še ena taktiko, in sicer je objavljala, ampak s časovnim zamikom (F35: *»Šla sem v Ameriko, pa prve tri dni nisem nič objavljala. Potem mi je bilo pa malo žal, ker je izpadlo, kot da sem bila samo štiri dni v Ameriki in sem še tri dni po tem objavljala kot da sem še vedno v Ameriki.«*).

Srednješolec je z namenom, da pritegne gledalce uporabil tehniko, ki jo mediji uporabljajo ves čas. Namesto udarnih naslovov, ki imajo pogosto le malo veze z vsebino članka, je dal privlačno fotografijo (G22: *»Recimo na YouTube, je bil clickbait. To je video, na katerega daš začetno sliko, ki pritegne pozornost, da klikneš, ampak nima povezave z videom.«*).

Srednješolcem se objavljanje v večini ne zdi pomembno. Srednješolka je dodala, da raje spremlja vsebine (C35: *»Lastno izražanje mi ni tako pomembno, bi raje samo gledala ostale, da sledim.«*).

4. 5. 1 Odzivi

Na socialnih omrežjih dobivajo všečke in komentarje kot odzive na njihove objave. Nekaterim so pomembni všečki, ker tako vedo, da je objava res dobra (A43: *»Bolj »lajki,« ker vidim, da če je toliko ljudem to všeč, potem vem, da je ta slika res dobra.«*). Drugi pa so povedali, da grede všečki »mimo njih« in da si zapomnijo komentarje (B51: *»Komentarje si zelo zapomnim, ker jih ne dobim tako pogosto.«*, E23: *»Vesela sem, če mi kdo komentira,«*). Srednješolka pa je opisala prejemanje klišejskih komentarjev (C37: *»In potem na večini slik mi komentirajo 'lepa slikca' ali 'lepa.' Nekaj takšnega, meni že skoraj bedarija.«*), medtem ko drugi srednješolki takšni komentarji veliko pomenijo (F41: *»Včasih pa ti napišejo, o kako si lepa, lepa slika. To mi veliko pomeni.«*).

Nekaterim pa odzivi niso pomembni (H26: *»Mi pa niso pomembni, tudi če jih ne bi bilo.«*). Srednješolec je razlikoval med pomembnostjo komentarjev in všečkov (J19: *»Komentiranje ni ravno pomembno, ne rabiš vsega komentirat. Lajkaš pa neki, kar ti je res všeč, kar bi rad še več videl.«*).

Srednješolci pravijo, da so jim odzivi všeč, ne iščejo pa pozornosti (D29: *»Brez veze mi je, da bi preko tega iskala kakšno pozornost pri drugih, kot to počno.«*) oziroma se ne hvalijo z njimi (I22: *»Meni osebno je dosti vseeno. Sem dobil že dosti lajkov, pa se nisem nič hvalil s tem.«*).

Cenijo tudi, če se pri pisanju odziva kdo bolj potruži in jim piše v zasebno sporočilo (F42, F43: *»Nekateri npr. napišejo v osebno sporočilo, ne direkt v komentar, in povejo samo tebi, kar se mi zdi bolj pristno. Nekateri hočejo samo pod komentarje napisati, da drugi vidijo, da so v dobrih odnosih.«*).

Srednješolka je prejela tudi nekaj neželene pozornosti. Opazila je, da fotografije njenega telesa prejmejo več pozornosti (E26: *»Opažam, da če objavim sliko, kjer se vidi moje telo, je 60 % lajkov od moških, če objavim pa naravo, ali pa mene z bratcem, pa je 70 % lajkov od žensk. Odvisno je, kdo vidi sliko in kaj si misli o njej.«*). Imela je javen profil in je začela dobivati sporočila od neznancev (E31: *»Ja, ker sem dobila veliko zasebnih sporočil od moških iz Indije. Tako da sem zbrisala vse objave, ki so bile bolj od mojega telesa. Potem sem zaklenila profil in začela razmišljati, kaj objavim.«*).

Primer dobro ponazarja, da so izkušnje, pridobljene na socialnih omrežjih, pomembne v procesu spoznavanja virtualnega sveta. Mladi se iz njih učijo in zorijo. Srednješolka je ugotovila, da je varno, da *»zaklene«* profil in tako ohrani zasebnost.

Veliko jih prejme tudi odzive v živo. Ti odzivi so jim še posebej pomenljivi (I23: *»V živo je pa še boljše, da ti nekdo kaj reče, kot da ti samo lajka. Ker se ful bolj počutiš, veš, da te spremlja, se zaveš, da je tvoj prijatelj in ima interes zate.«*). Tudi srednješolka na podlagi tega sklepa, kdo je njen dober prijatelj (D23,D33: *»Ti odzivi so mi dost pomembni, ker tako vem, da so mi pravi prijatelji. Ne pa tako kot nekateri, ki se delajo, da so dobri prijatelji, ko pa kaj rabiš, ti pa odpiše po štirih, petih urah, ker vejo, da nekaj potrebuješ. Prijatelji, ki pa vejo, da nekaj rabiš, bo pa takoj odpisal ali prišel do tebe.«*).

Včasih objave služijo kot iztočnica za pogovor (C38: *»Ko sem bila v Izoli pa sem nekaj slikala, me je trenerka v živo vprašala, kdaj sem bila, pa da je bilo lepo vreme.«*).

4. 5. 2 Selekcija objav in brisanje

Moffat (2019) ugotavlja, da se z vzponom socialnih omrežij in tehnološko posredovanim komuniciranjem zavedamo, kako se predstavljamo. Izdelano podobo sebe lahko izumljamo in kontroliramo. Poziramo na določene načine, izbiramo okolje in s kom želimo, da nas vidijo. Glede na orodje socialnega omrežja razmišljamo o naši publiku in o sporočilu, ki bi ji ga radi na ta način poslali (*ibid.*).

Prvi pogoj, da razmišljajo o objavi, je običajno to, da je nekaj posebnega in da je estetsko lepa. Veliko srednješolcev je povedalo, da prosi prijatelje za pomoč pri tem, kaj naj objavijo, ko imajo že nek ožji izbor (C40: *»Gledam če je lepa svetloba, lepa grafika, pa kot sem že rekla, vprašam prijatelje.«*, E20: *»Včasih sama gledam, včasih pa vprašam cimre, ki me navdušita, da objavim.«*). Stereotipno bi mislili, da to počnejo samo dekleta, a temu ni tako (G29: *»Običajno vprašam kolege.«*).

Včasih traja dolgo, da se odločijo za objavo (E29: *»Pri meni je to tedenski proces. Gledam eno sliko 2 uri in ugotovim, da ni v redu. In grem na naslednjo. Iščem, da ne škilim, da nimam čudnih potez, da je dejansko lepa slikca.«*), kar pa ne velja za vse (D34: *»Če imam telefon, samo slikam in dodam napis in pošljem. Ne razmišljam o tem.«*, J23: *»Spontano, če kaj vidim, slikam, pa potem, ko imam čas, se odločim, ali dam gor ali ne. Če je npr. meni zanimivo, da res moram dat gor.«*).

Rezultati ankete (Ehmke, b.d.,b) iz 2015 so pokazali, da povprečna mladostnica med 16. in 25. letom porabi več kot pet ur tedensko za ustvarjanje sebkov (*»selfijev«*), pri čemer ena *»uspešna«* fotografija terja v povprečju sedem poskusov.

Srednješolki sta povedali, da sta imeli specifično vizijo o svojem profilu (F46: *»Še na začetku leta sem imela cilj, da bi imela travel feed.«*, A45: *»Včasih sem delala tako, da so bile slike barvno usklajene.«*). Zdi se, da je skrb za profil podobno skrbi za videz hiše. Tako kot so se ljudje trudili glede urejenega videza hiše in okolice, ker je bil to prvi vtis, se danes trudimo za videz profilov, ker to je prvi vtis (B67: *»Socialno omrežje tako vpliva na moje mnenje o osebi, ki mi je všeč.«*).

Če jim vsebina na profilu ni všeč, jo izbrišejo. Najpogosteje je bil vzrok za brisanje zastarelost (A48: *»Če mi ni več všeč, npr. če je stara,«* C41: *»Iz Instagrama sem zbrisala slike, ki so bile 3 leta stare in sem se zdaj že toliko spremenila. Pa najbolj me je zmotilo to, ker je bila slaba*

grafika, pa čisto zamegljene.») in ker se jim ni zdela več relevantna (I25: »Objave sem odstranil stare objave, ker sem bil še mulc in sem kar nekaj objavil.«, J24: »Ja, ko sem bil mlajši, sem kar nekaj objavljal gor. Ko sem videl, kaj sem objavljal, sem zbrisal. Bedno se mi je zdelo.«).

Srednješolka je opisala, da je zbrisala strip, da ne bi njena simpatija posumila, da ji je všeč (B55: *»Imela sem simpatijo, ki sem ga poznala samo preko Instagram, in sem mislila, da bo sledil moj zasebni profil. Teden pred tem pa sem naredila en strip o tem, kako je če imaš simpatijo, pa me je zaskrbelo, da bo kaj posumil, zato sem potem to zbrisala.«).*

Ljubezenski odnosi so v mladostništvu in porajajoči se odraslosti posebej pomembni, ker so povezani z odkrivanjem spolnosti. Vendar ima lahko spolnost tudi funkcijo eksperimentiranja s seksualnostjo in ne vključuje nujno ljubezni. Za mladostništvo so značilne vznesena ljubezen, zaljubljenost in zaletava ljubezen, kjer gre za manj zaupanja in zavezanosti. Pogosto je, da ugasnejo še preden bi se razvile v dolgotrajnejši odnos. Doživljanje velike strasti, ki ji sledi prekinitev odnosa, povzroča občutke nesreče, nezaupanja (Ule, 2008).

Lahko si predstavljamo, da bi si mladostniki želeli pogovarjati o spolnosti in ljubezni s spoštljivim zaveznikom, saj gre za njim zelo pomembno temo.

V socialnem delu uporabljamo jezik spoštljivih in odgovornih zaveznik v procesih pomoči. Je pozitiven, varuje enkratnost in dostojanstvo človeka. Socialni delavci izbiramo besede, da ne bi ranili in ponižali. Na podlagi perspektive moči sprašujemo po zaželenih razpletih, sanjah in upanju. Skupaj z uporabniki iščemo vire moči, oporo pri prijateljih, družini (Čačinovič Vogrinčič, 2010).

4. 5. 3 Vpliv na objavljanje

Srednješolci ne objavljajo le tistega, kar je njim najbolj zanimivo, ampak tisto, za kar predvidevajo, da bo tudi drugim (E22: *»Objavljam, kar je meni najbolj zanimivo. Če se mi zdi, da bo samo meni zanimivo, tudi ne objavim. Malo gledam, ali bo tudi drugim to všeč, ali bodo mislili, da sem čudna. Gledam na oboje.«, J18: »Najprej mora biti zanimivo meni, pa pogledaš, če sploh paše to na omrežje, če bo drugim zanimivo in všeč.«).*

Srednješolec je menil, da nihče ne objavlja zaradi sebe, ampak zaradi drugih (G21: *»Logično, da zaradi drugih objavljam, da se pokažeš, jz sm tukaj, pa to sem delal. Če bi zase, imam celo galerijo slik, ne rabim objavljat.«).*

Na njihove objave vpliva tudi razpoloženje (D27: *»Moje razpoloženje. Če sem slabe volje, bodo temnejše slike, če sem dobre volje bo kaj zabavnejšega.«*) in vzorniki (C32: *»Največ te najlepše ženske po Instagramu, fitneserke, da bi imela tak profil.«*), ki jih pa nimajo vsi (F37: *»Nimam specifično ideje, kaj bi rada objavljala.«*).

4. 6 Vpliv socialnih omrežij

Pri vplivu so srednješolci navajali tako dobre kot slabe vplive. Povedali so, da vplivajo na njihovo počutje (E35: *»Včasih, ko vidim, kaj se dogaja slabo na svetu, se me dotakne, sem slabše volje, se slabo počutim. Če je pa kaj dobrega, veselega, smešnega, sem pa lahko cel dan ful dobre volje.«*)

Wirth in Schramm (2005) ugotavljata, da imajo mediji močan vpliv na naše čustvovanje. Čustveno zaznamovane fotografije v novicah vzbudijo intenzivnejše čustvene odzive pri gledalcih, bralcih. Prizori nasilja vodijo do občutkov strahu, zaskrbljenosti in žalovanja ob naravnih nesrečah pa vse do jeze in gnusa ob prizorih nasilja zaradi kršitve človekovih pravic. Negativne fotografije vzbujajo večjo pozornost.

Lahko imajo dober vpliv na samozavest (A55: *»dvig ega, ko ti nekdo kaj napiše.«*) ali pa slab (D41: *»Mislim, da na veliko ljudi vplivajo negativno, zaradi kritik. Če nisi dovolj dober, te obravnavajo drugače. Če imaš manj lajkov kot znana oseba, te podcenjujejo, bolj gledajo na izgled kot pa na karakter.«*).

Srednješolka je povedala, da preživi več časa na telefonu in posledično manj z družino (D39: *»Slabo, ker sem na trenutke zaprta sama vase in zaprta v sobi, zadržana in sem na telefonu, ker se pogovarjam s prijatelji, na trenutke sem raje na telefonu kakor z družine.«*), ampak je zaradi tega bolj obveščena o dogajanju po svetu in ima možnost pogovora s prijatelji tudi o temah, o katerih se z družino ne pogovarja (D40: *»Dobro pa ker vem, kaj se dogaja po svetu. Tudi če sem slabe volje pa nočem o tem govoriti s starši, se s prijatelji o tem pogovorim, pa mi pomagajo, me spravijo v boljšo voljo. Na splošno imamo s prijatelji drugačne teme kakor z družino.«*).

Omenili so tudi, da imajo slab občutek zaradi neurejenega profila (E36: *»Opazim, da imajo nekateri res urejene in estetske profile, in potem imam občutek, da je moj profil dolgočasen, ampak se mi to ne da spreminjat.«*).

Srednješolka je povedala, da se primerja z drugimi (A56: *»Včasih se zgodi, da se primerjam, da si želim, da bi bila tudi jaz tako,«*), ampak ima način, kako zmanjšuje ta občutek nezadostnosti (A57: *»se tolažim s tem, da je verjetno kaj, česar oni ne morejo imeti ali pa, da je to samo za sliko.«*). Primerjanje se je pri srednješolki pojavilo samo na začetku (B65: *»Primerjanje je bilo res samo na začetku, ker je bilo zame nekaj čisto novega in sem takoj dobila občutek, da moram biti takšna kot moji vrstniki, ki jih poznam, pa nisem.«*), oziroma se večkrat spomni, da je prikazovanje življenja na socialnih omrežjih enostransko (B19: *»je dobro, če se spomnim, da vsak človek daje nekaj na socialno omrežje, ampak ne moreš vedeti, kakšno življenje ima za tem.«*).

Življenjski svet mladostnika je kompleksen svet, v katerem se mladostnik poskuša čim bolje znajti (Postrak, 2015). Srednješolci so pokazali, da so razvili veliko strategij, s katerimi premagujejo neželen vpliv socialnih omrežij. Postrak (*ibid.*) razloži, da gre za »strategije preživetja,« s čimer pojmuje vse tiste načine vedenja, delovanja in komuniciranja, ki jih je posameznik razvil, da preživi. Razvije jih na podlagi svojih predstav o resničnosti in razlag o pomenih dogajanja.

S socialnimi omrežji si zapolnijo svoj prosti čas (B69: *»Če ne bi imela socialnih omrežij, bi mi hitreje postalo dolgčas in bi šla kaj počet, ker to je samo zato, ker mi je udobno v postelji in se kratkočasim.«*, A59: *»Ko ti je dolgčas, ne greš ven, ampak greš na telefon, ker je lažje, sproščujoče, vedno je nekaj novega. Ljudi imaš gor, ki jih poznaš in pogledaš, kaj delajo.«*), hkrati pa jim socialna omrežja jemljejo ta čas za druge stvari (F56: *»Jaz bi rekla, da mi jemljejo samo čas, ki bi ga morala bolj koristno uporabiti.«*, B68: *»Imam občutek, da nimam časa za nič, pa eno uro preživim na telefonu.«*). Internet namreč predstavlja ogromno zabavo in neskončno količine vsebine, zato ni preprosto zapustiti tega sveta (F57: *»Mislim, da je težko it dol z interneta.«*). Vendar se zavedajo lastne odgovornosti (G35: *»Slabo ker zabijem čas, ampak tu je dejansko fora, koliko si se zmožen zadržati.«*).

Rozman (2016) ugotavlja, da preživljanje prostega časa ne poteka v enaki obliki kot nekoč. Tudi ko se ukvarjajo s športom, sproti objavljajo svoje slike na socialnih omrežjih.

Opisovali so, da so se s pomočjo socialnih omrežij dogradila zanimanja in da dobijo ideje za prosti čas ali pa si postavijo višje cilje. Tako se srednješolka v življenju bolj trudi (C47, C48: *»Sigurno se bolj ženem v življenju, da se bolj trudim, da bi to dosegla, da bi vse naredila. Mogoče grem včasih malo čez mejo. Preveč si želim biti tako, kot na Instagramu. Rada bi delala*

vse te stvari, ki jih dela tista YouTuberka, ki dela res težko šolo, hodi v službo, trenira, vse te stvari, ki jih jaz dejansko ne morem spraviti v dan.»).

Samouresničevanje je v sodobni družbi postala nujna zahteva. »Delati na sebi« pomeni zanašanja nase, osebni uspeh, ekonomsko in psihološko avtonomijo in neodvisno odločanje. Ideal mladih je, da bi imeli vse možnosti, da naredijo iz svojih življenj največ (Ule in Kuhar, 2003: 112). Posamezniki in posameznice, ki skušajo slediti težnjam modernizacije, so prisiljeni k individualnemu stilu življenja. Potrjevati se morajo kot ustvarjalni, izvirni in fleksibilni ljudje. Če temu ne ustrezajo, bodo slej ko prej padli iz konkurenčnih bojev za kreativna delovna mesta, za doseganje dobrega standarda. Proces individualizacije je izziv in tveganje, saj prenaša breme psihosocialne integracije v družbo na posameznike in posameznice, brez posredujočih institucij (družine, dela, drugih referenčnih skupin) (Ule, Renner, Čepelak in Tivadar, 2000: 31).

Srednješolci se preko socialnih omrežij počutijo bolj povezane (G34: *»Dobro se je povezati s prijatelji.«*) in nekaterim je preko socialnih omrežij lažje navezati stik (H30: *»Zdi se mi, da sem bolj povezan. Zdaj se tudi popoldan pogovarjam s sošolci, kar se prej nisem, pa se potem tudi v šoli z njimi pogovarjam, sem se bolj začel družiti.«*).

Virtualen prostor omogoča, da se ljudje preko socialnih omrežij zbirajo in povezujejo, se družijo in skupaj zabavajo. Socialna omrežja imajo enake funkcije kot so jo imeli parki ali nakupovalni centri za prejšnje generacije. Ustvarjajo namreč omreženo javnost, ki omogoča posameznikom, da vidijo sebe kot del širše skupnosti. Tako kot je nekoč TV povezoval mlade skozi participacijo v masovnih medijih, se mladi danes predstavljajo kot del kolektivno zamišljene skupnosti (Boyd, 2014).

Prostor je v življenju ljudi namreč pomemben dejavnik in vpliva na kakovost stikov. Omenili smo že terensko delo v stroki socialnega dela, pri katerem prostor pomembno določa naše odnose z drugimi ljudmi. Osebni prostor skrbno varujemo in da delimo le s tistimi, ki si jih izberemo sami. Uporabniki imajo v svojem običajnem življenjskem okolju več moči kot v institucionalnem. Imajo pravico (razen izjemoma) nas zavrniti in nam pokazati, da nismo dobrodošli. Hkrati pa lahko z obiskom v njegovem okolju navežemo tesnejši stik, saj bo uporabnik bolj sproščen. Terensko delo je smiselno takrat, ko je za razumevanje uporabnikove situacije pomembno razumevanje njegovega življenjskega okolja (Milošević Arnold in Urh, 2009).

Za terensko delo v virtualnem prostoru lahko uporabimo pravila, ki jih navajata Milošević Arnold in Urh (2009:11): premisliti relevantnost in koristnost obiska, uporabnik je vedno sam prvi vir podatkov in za vsako poseganje v uporabnikovo življenjsko okolje in zbiranje podatkov v njem mora socialni delavec vnaprej dobiti soglasje uporabnika.

4. 7 Samopodoba

4. 7. 1 Opredelitev pojma

Za srednješolce pojem samopodoba predstavlja lastno dožemanje sebe (A50: *»Kako se sam dojemam, kako sam sebe vidiš in kako si misliš o sebi.«*), svojega telesa (B56: *»Zame je samopodoba, kakšno mnenje imaš o sebi, kakšen odnos imaš s svojim telesom in tudi s svojo osebnostjo.«*).

Pojem povezujejo z odnosom do sebe, predvsem s prijaznostjo do sebe (E32: *»Nek odnos, ki ga imaš do sebe. Kako gledaš sam nase, da se ne obsojaš, da si prijazen do sebe, ne pa da se tlačiš dol in da slabo razmišljaš. Dobra samopodoba je, da si sam do sebe prijazen.«*).

To, kar je srednješolka poimenovala »da se tlačiš dol,« bi lahko povezali z invalidacijsko teorijo. Pri invalidaciji gre za to, da je posameznik prepričan, da se moti v svojem opisovanju lastnih izkušenj, predvsem pri pogledih na svoja čustva, doživljanja in prepričanja. Posameznik svoje izkušnje pripiše družbeno nesprejemljivim značilnostim ali značajskim lastnostim. Oblike tega so: *»Preveč si občutljiva«, »Lena si«, »Premalo se trudiš«, »Kdo pa misliš, da si?«* in druge (Gaber, 2011).

Nekateri srednješolci pa menijo, da samopodoba ne zajema le lastnega pogleda, ampak tudi mnenja drugih o tebi (I26: *»Kako te drugi ljudje vidijo, kako vidijo tvoj karakter, tvoja dejanja, tvoj način pogovarjanja z njimi.«*, D36: *»Kako se ti počutiš, ko si zunaj, kako te v družbi sprejemajo in dajejo odzive, kako te drugi sprejemajo in kako vidiš sam sebe.«*, F52: *»Samopodoba je, da spoštujem, imam rada sebe in da si ne škodujem.«*). Ali pa kombinacija tega, kar si, in tega, kar želiš biti (G31: *»Gre za to, kaj hočeš postati pa kaj si. Samopodoba je miks tega dveh. Tu sem, kar sem, ampak hkrati hočem biti tak kot nekdo drug, zato bi rad se spremenil, hkrati pa sem tak, kakršen sem.«*).

Srednješolka meni, da je primerjanje z drugimi razlog, zakaj se sploh ukvarjamo s seboj (C43: *»Če bi bil sam na svetu, da ne bi bilo nikogar, s katerim bi se primerjal, se verjetno sploh ne bi ukvarjal s samopodobo, bi tam pač bil in je to to. Zdaj pa ko imamo ostale ljudi, ki se predstavljajo, ta ima tako postavo, ta ima tak make up in ker ti tega nimaš, se ti verjetno zniža samopodoba.«*).

Srednješolka je povzela, da pojem zajema različna področja (B58: *»Mislim, da samopodoba obsega več področij – telo, osebnost, zmožnosti.«*).

4. 7. 2 Opredelitev lastne samopodobe

Sebe so srednješolci opisovali na zelo različne načine, tako kot je samopodoba različno opredeljena. Nekateri so izrazili zgolj svoj vidik, drugi so povedali, kako mislijo, da jih vidijo drugi, največkrat pa je bila neka kombinacija obojega.

Največ so svojo samopodobo opredelili z osebnostnimi lastnosti (D38: *»Karakterno pa sem komunikativna in se hitro zaštekam z ljudmi. Sem zelo trmasta, na trenutke tudi hitro užaljena, ampak pride pa gre. Precej sem lena, po tem me večina ljudi pozna, ampak za ven sem pa takoj pripravljena it.«*, G33: *»Torej ful odprt, zgovoren, čuden, še sam ne vem točno, kako čuden.«*, I27: *»Zabaven, prijazen, pripravljen pomagat.«*, J26: *»Zabaven, rad poslušam druge, deloven, kadar se mi da tudi priden, iznajdljiv, rad delam to, kar se učim.«*).

Srednješolec pa je odprtosti kot osebnostni lastnosti dodal še identifikacijo z imenom in domačim krajem (G32: *»Sem Matevž⁸, z Doline, sem odprt človek, vsakemu dam šanso za karkoli, ne bom kar neki zameril.«*)

Srednješolka je povedala tudi, kako jo drugi ljudje ocenijo (A51, A52: *»Na prvi vtis sem tiha in mirna, samo poslušam, mislijo da sem sramežljiva.«*), drugi pa je popolnoma vseeno za mnenje ljudi (E34: *»Vseeno mi je to, kaj si drugi ljudje mislijo o meni in sem takšna, kakršna sem in sem sprejela to.«*).

Pri opisu samopodobe so se opirali na preteklost in na napredek, ki so ga naredili (E33: *»Po obdobju, ko sem bila na tleh, sem začela veliko bolj ceniti samo sebe, se spoštovati in si ne delati škode. Pomagalo mi je tudi to, da sem začela hodit v fitnes, ker sem takrat dobila ful kg, in potem sem opazovala proces in vidim, da sem naredila nekaj zase.«*, H28: *»bil sem sramežljiv in nisem nobenemu zaupal, zdaj pa imam boljše sošolce, sem se bolj navadil na njih in mi gre boljše kot*

⁸ Ime je zaradi zagotavljanja anonimnosti spremenjeno.

prej.«, D37: »Imam slabo samozavest glede svojega videza, ker sem imela v preteklosti težave s podhranjenostjo.«).

Posamezniki_ce se morajo čutiti dovolj gotovi_e vase, imeti dovolj zaupanja vase, kar ni tako težko dosegljivo. Kljub temu pa se pojavljajo nerazrešeni konflikti iz preteklosti, ki v obdobju mladostništva povzročajo občutke sramu in dvomov. Občutke čuti vsak posameznik_ca, ki pa jih lahko ob ustrezni podpori iz okolja uspešno odpravi (Kobal, 2000:68).

Srednješolka je opisala svojo samopodobo kot primerno visoko (F53: *»Zadovoljna sem sama s sabo. Mislim, da je moja samopodoba v redu, ne preveč visoka, ker se mi zdi, da visoka samopodoba v tem svetu ni sploh v redu. Rada se imam in zdi se mi, da odkar se sprejemam, na svet bolj pozitivno gledam.«*) in kot nekaj dragocenega (F55: *»Mislim, da sem bolj nedostopna, da se težko odprem, da sprejem nekoga v bližnji krog. Ampak mislim, da je to tudi del te samopodobe, da sem preveč previdna. To je ena izmed stvari, ki je res samo tvoja in ne smeš nikomur pustiti, da jo uniči.«*).

Prevzeli so identiteto, ki pa ni nujno stalna (H28: *»Sem umetnik ...«*, B59, B60: *»Včasih sem se opisovala kot pisateljica, ker sem bila zelo povezana s svojimi zgodbami. Zdaj pa nekaj mesecev ne več, tako da imam identity crisis.«*), kar je srednješolka opisala kot krizo identitete.

Moratorijski status, za katerega lahko rečemo, da je najpomembnejši identitetni status v mladosti, omogoča največ eksperimentiranja s seboj in z družbo, preizkušanja različnih možnosti preden se utrdi stabilna identiteta sebstva (Ule, 2008).

Opisovali so se skozi svoje vedenje (C45: *»Če se kaj slabega zgodi, poskusimo to rešiti . In ko rešimo, da se ne spominjamo za nazaj, če je že rešeno, je konec.«*), ali odnos do bližnjih (D37: *»Mislim, da sem do drugih v redu, da osebam, ki jih imam rada, kažem dovolj pozornosti in ljubezni ...«*)

Srednješolka je razložila, kakšna je razlika med samozavestjo in samopodobo po njenem mnenju (B57: *»Zame sta samozavest in samopodoba zelo različni stvari. Imaš ljudi, ki se zdijo zelo samozavestni, pa se slabo počutijo v sebi, ali imaš pa take, ki so tihi pa se držijo zase, pa so pravzaprav zelo zadovoljni s sabo.«*).

5. SKLEPI

Srednješolci trenutno največ uporabljajo Instagram, Snapchat in YouTube. Najpogostejša ocena časa, preživetega na socialnih omrežjih je bila dve do tri ure, vsak dan. Tam spremljajo teme, povezane z njihovimi hobiji ali zanimanji (na primer umetnost, šport, živali, ličenje in potovanja) in zvezdnike. Preko spremljane vsebine urijo različne veščine, na primer ličenje in ročnih spretnosti. Kljub temu, da socialna omrežja velikokrat delujejo kot motilec učenje, srednješolci ugotavljajo načine, kako bi jih obrnili sebi v prid na način, da postanejo orodje, ki jim pomaga pri discipliniranju za učenje. Socialna omrežja so izjemno priročna. Iskanje podatkov je preprosto, širjenje informacij pa hitro in učinkovito. Sledenje zlahka postane slabost, če je namen širiti lažne informacije. Neskončna zabava lahko vodi do zasvojenosti, kar je bila pogosto izpostavljena slabost. Poleg tega pa so poročali o zapravljanju časa in o primerjanju, kar je bil to vzrok za prizadetost. Kljub temu pa so nekateri že razvili taktike, kako zmanjšujejo občutek nezadostnosti in vpliv na samopodobo.

Srednješolci so pojem samopodoba opisovali predvsem kot odnos do sebe in svojega telesa, nekateri so dodali še pogled drugih. Svojo samopodobo so v večini opredelili z osebnostnimi lastnostmi.

Poročali so, da so jih prizadeli komentarji, objave, s katerimi se niso strinjali, in razpošiljanje njihovih fotografij. Srednješolci so se izkazali za kritične do videnih vsebin. Ocenili so, da vsebine na socialnih omrežjih, niso pristne, ker se vsi radi pokažemo v najboljši luči, kar ob pomoči obdelave fotografij zavzema osrednjo vlogo pri socialnih omrežjih. O pristnosti podvomijo takrat, ko je že prelepo, da bi bilo res.

Tudi sami radi kaj objavijo. Objavljajo fotografije domačih živali, koncertov, fotografije morja, znamenitosti iz tujine in jedi. Sebkov ne objavljajo vsi. Splošno pravilo je, da mora biti vsebina (običajno fotografija) za objavo dovolj dobra. Všeč jim je, če dobijo pozitiven odziv v obliki všečka ali komentarja, vendar jim niso tako pomembni. Veliko bolj pomenljivi pa so jim odzivi v živo. Z izjemo obdelave slik mladi ne objavljajo ničesar neresničnega.

Socialna omrežja jim nudijo neskončno zabavo in občutek povezanosti, zato ni preprosto zapustiti tega prostora. Skozi socialna omrežja nastopajo v širši družbi in se samouresničujejo, kar se kaže v tem, da ure minejo prehitro, časa za druge stvari pa zmanjkuje. Preko socialnih omrežij lažje navežejo stik z drugimi in najdejo teme za pogovor.

6. PREDLOGI

- Glede na to, da mladi vsakodnevno uporabljajo socialna omrežja, bi bilo potrebno narediti poglobljeno raziskavo o življenjskem slogu mladih v virtualnem prostoru.
- Potrebno je razviti metode terenskega dela v virtualnem prostoru, saj se mladi nahajajo v njem. Tako bi se sledilo načelu terenskega dela, po katerem terenski delavci poiščejo uporabnike sami, da jim storitve ponudijo neposredno. Lahko bi ustvarili Facebook skupine za mlade na določeno temo, ki jih zanima (na primer spolnost in ljubezen, kariera in poklici, zabava). Socialni delavci bi lahko vodili pogovorne skupine preko videoklicev. Ustvarjali bi strani, kjer bi mladi anonimno zastavljali vprašanja, na katere bi odgovarjali skozi kratke posnetke ali pisane objave. Strani bi morale biti bogate z aktualnimi temami in tudi estetske, saj bi se tako bolje vklopili v njihovo okolje.
- Razvito metodo virtualnega terenskega dela bi bilo potrebno vključiti v predmet Koncepti dela z mladimi. Ugotovitve kažejo, da se iz izkušenj, pridobljenih na socialnih omrežjih, mladi učijo in tako predstavljajo pomemben element v procesu odraščanja. Socialni delavci bi lahko imeli tudi individualne pogovore na različnih orodjih socialnih omrežij, na primer Facebook, Snapchat in drugi. Pri pogovoru bi uporabljali jezik socialnega dela.
- Pri delu z mladimi v virtualnem prostoru je potrebno upoštevati vsa načela in koncepte socialnega dela s posameznikom in s skupino. Pri novih oblikah vzpostavljanja odnosa v virtualnem prostoru je nujno, da aktivno poslušamo, pri čemer vseskozi preverjamo svoje razumevanje povedanega.
- Pri predmetu Mladi in tveganja bi lahko predstavila rezultate te raziskave in tako seznanila študentke in študente socialnega dela s pomembnimi temami. Seznanili bi se s tveganji in obnovili znanje o uporabnosti ocene tveganja za to področje, skupaj z načrtom zmanjševanja tveganja.
- Pridobljeno vednost bi bilo potrebno vključiti v metodologijo socialnega dela pri predmetu Življenjski slogi mladih, saj mladi na socialnih omrežjih raziskujejo in razvijajo svoje interese. V socialnem delu bi mlade lahko spodbujali, da se začnejo

povezovati z namenom uporabniškega raziskovanja in sodelovanja pri iskanju rešitev za slabosti uporabe socialnih omrežij, tako da ustvarjajo virtualne skupine, v kateri mladi delijo svoje slabe izkušnje in skupaj s socialnim delavci in vrstniki najdejo rešitve, ki so za njih ustrezne.

- Predlagam, da se podrobneje raziščejo odzivi mladih na socialnih omrežjih, saj gre še za neraziskano področje.

7. UPORABLJENA LITERATURA

- Abel, J. P., Buff, C. L., Burr, S. A. (2016). *Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://www.clutejournals.com/index.php/JBER/article/view/9554/9632>
- Abraham, J. & Saini, C. (2015). *Using Social Media for Educational Purposes: Approaches and Challenges*. Pridobljeno 30. 4. 2020 s https://www.researchgate.net/publication/281677373_Using_Social_Media_for_Educational_Purposes_Approaches_and_Challenges
- Adams, G. R., Gullotta, T., Markstrom, C. A. (2000). *The adolescent experience*. Toronto: Academic Press.
- Arnett, J. J. (1995). *Adolescents' Uses of Media for Self-socialization*. Pridobljeno 10. 5. 2020 s http://www.jeffreyarnett.com/articles/articles/ARNETT_adolescents_use_of_media_for_self_social.pdf
- Bajt, M. (2019). *Zasvojenost z družabnimi omrežji in povezava s samopodobo študentov*. Fakulteta za socialno delo, Ljubljana.
- Beckett, C. & Taylor, H. (2013). *Human growth and development*. Los Angeles: Sage.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated : the social lives of networked teens*. London : Yale University Press.
- Boyd, D.&Ellison, N. (2007). *Social Network Sites: Definiton, History and Scholarship*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s https://www.researchgate.net/publication/220438020_Social_Network_Sites_Definition_History_and_Scholarship
- Clarke-Pearson, K.& O'Keffe, G.S. (2011). *The impact of social media on children, adolescents and families*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21444588>

Čačinovič Vogrinčič, G. (2002). Koncept delovnega odnosa v socialnem delu. *Socialno delo*, 41(2), 91–96.

Čačinovič Vogrinčič, G. (2010). Soustvarjanje pomoči v jeziku socialnega dela. *Socialno delo*, 94 (4), 239–246.

Čeplak, M., Rener, T., Tivadar, B., Ule, M. (2000). *Socialna ranljivost mladih*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad Republike Slovenije za mladino.

Društvo Kameleon (b.d.). *Društvo za psihološko svetovanje kameleon*. Pridobljeno 30. 4. 2020 s <http://svetovalnicakameleon.si/>

Ehmke, R. (b.d.,a). *How Using Social Media Affects Teenagers*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://childmind.org/article/how-using-social-media-affects-teenagers/>

Ehmke, R. (b.d.,b). *What Selfies Are Doing to Self-Esteem*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://childmind.org/article/what-selfies-are-doing-to-girls-self-esteem/>

Encyclopaedia Britannica (b. d.). *Vision quest*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://www.britannica.com/topic/vision-quest>

Erjavec, K. & Volčič, Z. (1999). *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Eurostat. (2010). *Youth data*. Pridobljeno 20. 1. 2020 s <http://ec.europa.eu/eurostat/web/youth/data/eu-dashboard>

EU Youth Sector (b.d.). Pridobljeno 2. 2. 2020 s https://ec.europa.eu/youth/policy/youth-strategy_en

Fardouly, J. & Vartanian, L. R. (2016). *Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions*. Pridobljeno 30. 4. 2020 s <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X15002249>

Ferbar, K. (2012). *Dejavniki samopodobe mladih* (Diplomska naloga). Pridobljeno z Repozitorij Univerze v Ljubljani.

Furlong, A. (ur.) 2015. *Handbook of Youth and Young Adulthood*. London ; New York : Routledge.

Furlong, A., & Cartmel, F. (2007). *Young people and social change: New perspectives*. Maidenhead, New York: McGraw-Hill Education/Open University Press.

Gaber, M. (2011). *Samopoškodovanje kot oblika avtoagresivnega vedenja (Študija lastnega primera samopoškodovanja)* (Diplomsko delo). Pridobljeno z Repozitorij Univerze v Ljubljani.

Gonzales, L. A., & Hancock, T. J. (2011). *Mirror, mirror on my Facebook wall: effects of exposure to Facebook on selfesteem*. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 14(1-2). Pridobljeno 2. 2. 2020 s https://www.researchgate.net/publication/49843871_Mirror_Mirror_on_My_Facebook_Wall_Effects_of_Exposure_to_Facebook_on_Self-Esteem

Gril, A. (2004). *Prosti čas mladih v Ljubljani: Psihosocialna analiza potreb in možnosti za njihovo uresničevanje. Raziskovalno poročilo*. Ljubljana: MOL.

Haynes, T. (2018). *Dopamin, Smartphones & You: A battle for your time* [Blog]. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <http://sitn.hms.harvard.edu/flash/2018/dopamine-smartphones-battle-time/>

Inštitut za varovanje zdravje (2012). *Izhodišča za načrtovanje politik: z zdravjem povezana vedenja mladostnikov v Sloveniji - Izzivi in odgovori*. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.

Jerman Kuželički, A., Lebar, L. in Vehovar, V. (2011). *Socialna omrežja 2011*. Pridobljeno 27. 11. 2019 s http://www.ris.org/db/13/12076/RISodstotkov20poroodstotkovC4odstotkov8Dila/Socialna_omrezja_2011/?&p1=276&p2=285&p3=1318

Jenkins, R. (2008). *Social identity*. New York: Routledge.

Jeriček, H. (2007). Doživljanje zdravja. V: Jeriček H., Lavtar D. in Pokrajac T. (ur.), *HBSC Slovenija 2006: Z zdravjem povezano vedenje v šolskem obdobju*. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije (19-30).

Južnič, S. (1993). *Identiteta*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kobal, D. (2000). *Temeljni vidiki samopodobe*. Ljubljana: Pedagoški inštitut.

Kuhar, M. (2004). *V imenu lepote: družbena konstrukcija telesne samopodobe*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Lavrič, M. (ur.). (2011) *Mladina 2010: Družbeni profili mladih v Sloveniji*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad RS za mladino.

McSweeney, K. (2019). *This is Your Brain on Instagram: Effects of Social Media on the Brain*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://now.northropgrumman.com/this-is-your-brain-on-instagram-effects-of-social-media-on-the-brain>

Mesec, B. (2007). *Metodologija raziskovanja v socialnem delu II : študijsko gradivo*. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

Mesec, B. (2009). *Načrtovanje raziskave*. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

Miheljak, V., & Ule, M. (1995). *Prihodnost mladine*. Ljubljana: DZS in Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad RS za mladino.

Milošević Arnold, V., & Urh, Š. (ur.) (2009), *Terensko delo: Institucionalni, javni in zasebni prostori socialnega dela*. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

Moffat, K. (2019). *Postmodern social work: reflective practice and education*. New York: Columbia University Press.

Mohsin, M. (2019). *10 Social Media Statistics You Need to Know in 2020 [Infographic]*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://www.oberlo.com/blog/social-media-marketing-statistics>

Musek, J. (1993). *Osebnost pod drobnogledom*. Maribor: Obzorja.

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

Poštrak, M. (2015). Koncepti socialnega dela z mladimi. *Socialno delo*, 54 (5), 269 – 280.

Poštrak, M. (b.d.). *Kaj posebnega lahko ponudi socialno delo pri delu z mladimi*. Pridobljeno 30. 4. 2020 s https://www.fsd.uni-lj.si/izobrazevanje/dodiplomski-studij/ucni_nacrti/program_1%20stopnje/2019020709155130/

Praprotnik, T. (2003). *Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih skupnostih*. Ljubljana: Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

Republika Slovenija, Urad za mladino. (2020) *Javni razpis Krepitev kompetenc mladih skozi aktivno državljanstvo za večjo zaposljivost*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://www.gov.si/zbirke/javne-objave/javni-razpis-krepitev-kompetenc-mladih-skozi-aktivno-drzavljanstvo-za-vecjo-zaposljivost/>

Rozman, T. (2016). *Vpliv socialnih medijev na preživljanje prostega časa mladih* (Magistrsko delo). Pridobljeno 30. 4. 2020 s <https://egradiva.fsd.uni-lj.si/search/>

Royal Society for Public Health. (2017). *Instagram ranked worst for young people's mental health*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://www.rsph.org.uk/about-us/news/instagram-ranked-worst-for-young-people-s-mental-health.html>

Safe.si. (2014). *Raziskava v ZDA: študentske, ki preživijo več časa na Facebooku, imajo slabšo samopodobo*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://safe.si/novice/raziskava-v-zda-studentke-ki-prezivijo-vec-casa-na-facebooku-imajo-slabso-samopodobo>

Statista (2019). *Most popular social networks worldwide as of October 2019, ranked by number of active users*. Pridobljeno 2. 2. 2020 s <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Šabić, A. (2016). *Življenjski stil mladih v družbi tveganja* (Doktorska disertacija). Pridobljeno 30. 4. 2020 s <https://egradiva.fsd.uni-lj.si/search/>

Ule, M. (1994). *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo v Ljubljani.

Ule, M. (2000). *Sodobne identitete: V vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Ule, M. (2008). *Za vedno mladi? Socialna psihologija odraščanja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

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

Ule, M. (2012). Spremenjene podobe mladosti in prehodov v odraslost. V Javrh, P. & Kuran, M. (ur.), *Temeljne zmožnosti odraslih : Priročnik za učitelje (str. 90—103)*. Ljubljana: Andragoški center Republike Slovenije.

Ule, M., & Kuhar, M. (2003). *Mladi, družina, starševstvo: spremembe življenjskih potekov v pozni moderni*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Urh, Š. (2009). *Etnično občutljivo socialno delo z Romi* (Doktorska disertacija). Pridobljeno z Repozitorij Univerze v Ljubljani.

Vertot, N. (2009). *Mladi v Sloveniji*. Ljubljana: Urad RS za statistiko.

Wirth, W., & Schramm, H. (2005). *Media and Emotions*. Pridobljeno 30. 4. 2020 s https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/101679/1/v24_3.pdf

Wyn, J., White, R. (1997). *Rethinking youth*. London : Sage Publication.

Žnidaršič, M. (2015). *Uporaba memov kot orodja komuniciranja na spletu* (Magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

8. PRILOGE

8. 1 Smernice za intervju

Socialna omrežja

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?
2. Kako pogosto jih uporabljaš?
3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katerim vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?
5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?
7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?
8. Se o pristnostih katerih vsebin še posebej sprašuješ?
9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?
11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?
12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?
13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?
14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?
15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Opredelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Razno

19. Je še kaj v zvezi s socialnimi omrežji, kar bi rad izpostavil/a?

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost:

spol:

šola:

domači kraj:

IZVEDBA INTERVJUJA

čas:

kraj:

8. 2 Soglasje staršev k sodelovanju v raziskavi



SOGLASJE K SODELOVANJU V RAZISKAVI

S podpisom soglašam, da _____ (ime in priimek mladostnice/mladostnika) sodeluje v raziskavi *Izkušnje mladih z uporabo socialnih omrežij in stališča o njihovem vplivu na samopodobo*, ki jo izvaja študentka Tina Zupančič v okviru diplomskega dela.

Namen raziskave je ugotoviti, kakšen je pogled mladih na uporabo socialnih omrežij in njihovo dejavnost v tem virtualnem okolju.

Raziskava poteka na Fakulteti za socialno delo Univerze v Ljubljani pod vodstvom doc. dr. Vere Grebenc in as. dr. Amre Šabić.

Raziskava poteka v obliki intervjuja, ki je anonimen in zaupen. Sodelovanje v raziskavi je prostovoljno in ne prinaša nobenih posledic.

Kraj in datum:

Podpis starša/skrbnika:

8. 3 Prepis intervjujev in izbor izjav

INTERVJU A

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Najbolj Instagram pa YouTube, tudi Facebook in Snapchat, (1) ampak to ne več toliko. Snapchat imam samo zaradi slik. (2) Največ Instagram, ker se mi zdi, da so vse to, kar je bilo razdeljeno, združili v Instagram (3) in to največ ljudi uporablja, (4) tako da si najbolj aktiven, če si na Instagramu. YouTube pa ker me sprošča, da gledam posnetke, ki jih imam rada in je varen kraj. (5) In dobro se počutim takrat, ko lahko gledam, karkoli hočem.

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Vsak dan, približno 2 do 3 ure, (6) če vse skupaj seštejem. Nimaš občutka, ko si gor. (7)

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Slabost bi bila, da smo potem zasfrustrirani, kaj je popularno, (8) da se probamo zgledovati po nekem idealu in nas potem to omeji na nek način. Ker probamo biti podobni temu, kake podatke vidimo na socialnih omrežjih. (9)

Prednost je pa to, da dobiš neke podatke kadarkoli, (10) ne rabiš iskati pisnih virov, (11) ampak imaš vse na telefonu. (12) Vsi smo tako navezani na to, kot da ne moremo več živeti brez telefonov, tako da se ne spomnim, kaj bi še bila prednost.

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katerim vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Kaki zvezdniki, ki jih spremljam ali stvari, ki so povezani s hobiji oz. interesi. (13) Na primer če imaš domačo žival, imaš po navadi dodane mačke strani, če si za šport, imaš športnike, ki kažejo vaje. (14) Jaz imam mucke, pa kakšne »cute« strani z živalmi, ljudi, ki jih poslušam in spremljam na YouTubeu, influencerje, če so mi všeč. Pritegnejo me profili, ki imajo zanimiv »feed.« (15) Sledim Shaneu Dawsonu, ki ima kakšne teorije zarote ali pa raziskuje paranormalne zadeve. (16) Spremljam kak make up npr. Jeffree Star in še kakšne druge tutoriale, ki »lišpajo.« (17)

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

»Feed« mora biti zanimiv, slikovit, da ima oseba zanimivo življenje ali pa da ima estetsko lepe slike, ni treba, da je prav kakšna zgodba zadaj. Samo, da lepo zgleda. (18)

Če nekoga spremljam, pa ima kakšno prodajo, me to pritegne, (19) ker to osebo spremljam. Npr. jaz imam rada make up in potem ti objavljajo svoje stvari, pa kako se on namaže. Nisem nikoli še česa kupila, ker je vse predrago. To je samo za moje oči.

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Jaz mislim, da je vsem pomembno, da se pokažejo v najboljši luči. V 90 % pa verjetno ni njihovo življenje takšno, kot se kaže na Instagramu. (20) To vem tudi iz osebnih izkušenj, ker skušam dat gor najlepšo fotko, al pa tako da zgleda, da sem ne vem, kje. (21) Pa tudi če sem samo na eni kavi, ki ne zgleda nič tako lepo. Ampak potem preurejamo stvari, da potem vsi mislijo, kako je lepo. (22) Ne zdi se mi tako pristno od kogarkoli, ker se radi čim boljše prikazujemo. (23)

Hate komentarji so običajno pri slavnih osebah, kjer vsak izraža svoje mnenje. Pri »normalnih« pa ne bo noben kaj grdega napisal. Si vsak misli svoje, in če ima lepo misel, bo napisal, če ne, pa ne. Se zgodi tudi, da eni pretiravajo.

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Ne vem točno. Fake se zdi takrat, ko je preveč lepo, temu potem ne verjamem. (24)

8. Se o pristnosti katerih vsebin še posebej sprašuješ?

Ja, ko ima nekdo cel feed tak, kot da celo življenje samo potuje in mu je lepo. (25) Tudi če si zvezdnik in imaš ful denarja... tudi oni se nimajo ves čas fajn. Se mi ne zdi realno, da je vsaka fotka, ki jo objaviš, tvoj vsak dan – da se imaš tako lepo, pa da si vsak dan v neki drugi državi. (26)

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Ja, verjetno sicer ni hotla to tako poudariti s tem. Eno punco imam dodano, ki se ful samopoškoduje. In objavi sliko, ko se je slikala od gor, in se vidijo roke pa rame. In me to prizadene, ko vidim, kakšne rane ima. (27) Verjetno ni hotela poudariti tega, ampak me še vseeno malo zaskrbi.

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Več ali manj sebe, pa domače živali in kakšne koncerte. (28) Ker se mi zdi, da je to še najbolj zanimivo. (29) Drugo bi bilo bolj bedno, npr. če bi slikala samo naravo. (30) Ne bi bilo tako zanimivo, kot če si ti gor, ker je tvoj profil. (31) In potem to preurediš in je lepa slikca. Morje bi morda še slikala ali pa kakšno jed. Objavljam še zanimive stavbe ali slike kipov, (32) ki jih vidimo, ko gremo na kake ekskurzije. Sploh ker sem s te šole mi je to zanimivo, zdi se mi atraktivno, pa tudi zato, da se vidi, kje sem bila. (33)

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Napisala sicer nisem nič takšnega. Je pa res, da če slikam kake predmete in to, lahko na Instagramu z efekti narediš še bolj atraktivno. (34) Vedno poudarim kake kontraste barv ali pa kaj takega. Priznam pa tudi, da na sebi kaj spremenim, da si smootham oz. kako bi rekla ... zmehčam kožo ali pa kake nepravilnosti popravim. (35) Ker mi je tako bolj všeč, čeprav s tem bolj sebe »v faco zabijaš.« Še vseeno si tako bolj zadovoljen, čeprav nisi to čisto ti. (36)

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Včasih sem se ful »sekirala,« kaj bi naredila, da bi bilo drugim všeč. (37) Zdaj pa gledam, kaj je meni všeč in kako zgleda – da je meni všeč. (38) Se pravi, zdaj se obremenjujem s tem, da je meni všeč. Problem je tudi to, da imajo nekateri nerealne »feede« in to vpliva na to, da posnemajo. (39) Samo jaz nočem bit to, pa tudi ne da se mi, bi bilo vse isto že.

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Ne zdi se mi pomembno, ker ne rabi vsak vedet, kaj delaš in kje si. (40) Vem pa, da enim je pomembno.

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

Veliko ljudi mi je reklo, da imam »bitch face,« potem pa rečejo, da sem prijazna, ko me spoznajo. Od bližnjih dobim »like« in komentarje, ali pa kakšna znanka pusti lepo misel.(41) Včasih smo zelo pretiravali s tem, da smo si komentirali, tudi če smo se dva krat videli. Komentarji mi niso tako pomembni.(42) Bolj »lajki,« ker vidim, da če je toliko ljudem to všeč, potem vem, da je ta slika res dobra. (43) Ampak če je meni všeč, pa vseeno ni toliko lajkov, jo bom vseeno pustila, samo spraševala se bom, zakaj jim ni tako všeč. (44)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Včasih sem delala tako, da so bile slike barvno usklajene. (45) Zdaj pa se mi to ne da in samo objavim glede na to, kaj mi je všeč. (46) Za selfije pa sama naredim nek ožji krog, potem pa pošljem prijateljicam pa mi pomagajo. (47) Na koncu se pa odločim, kakor se želim.

Če mi ni več všeč, npr. če je stara, (48) če mi ni več všeč, da je v feedu. Ni pa tako, da bi jo zbrisala, ker ne bi dobila dovolj »lajkov.« (49)

Opredelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

Kako se sam dojemam, kako sam sebe vidiš in kako si misliš o sebi. (50)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Na prvi vtis sem tiha in mirna, samo poslušam, (51) mislijo da sem sramežljiva. (52) Če pa sprejem osebo, pa sem najbolj za fore in glasna. (53)

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Se mi zdi, da ko sem bila mlajša, sem se bolj sekirala za to. Zdaj pa je to firbcanje drugih ljudi, (54) ne gre toliko zame. Je krajšanje časa in dvig ega, ko ti nekdo kaj napiše. (55) Včasih se zgodi, da se primerjam, da si želim, da bi bila tudi jaz tako, (56) ampak se tolažim s tem, da je verjetno kaj, česar oni ne morejo imeti ali pa, da je to samo za sliko. (57)

Na socialnih omrežjih se ves čas nekaj dogaja in ni nikoli dolgčas. (58) Ko ti je dolgčas, ne greš ven, ampak greš na telefon, ker je lažje, sproščujoče, vedno je nekaj novega. Ljudi imaš gor, ki jih poznaš in pogledaš, kaj delajo. (59)

19. Je še kaj v zvezi s socialnimi omrežji, kar se ti zdi pomembno, pa nisi imela priložnosti povedati?

Ni vse tako kot se zdi. (60)

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 18

spol: ženski

šola: Srednja šola za oblikovanje in fotografijo (likovna gimnazija)

domači kraj: Metlika

IZVEDBA INTERVJUJA

datum: 10. 1. 2020

čas: 15. 10 – 15. 45

kraj: Ljubljana

INTERVJU B

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Trenutno uporabljam Twitter in Instagram, YouTube. (1) V preteklosti sem pa Divian Art, ki je večinoma za umetnike, (2) ni tako splošno kot Twitter in Instagram, in pa YouTube. Zdaj YouTube uporabljam samo za gledanje, včasih sem pa prav za interakcijo z ljudmi, (3) kar bi bil bolj point socialnega omrežja. Facebooka ne uporabljam, imam ga samo zaradi Messengerja, da si pišem z ljudmi, (4) tako kot SMSi.

Na Twitterju najdem stvari, ki so mi smešne in zanimive, (5) sledim velik umetnikom in tako najdem dobre risbe, ki so mi za inspiracijo. (6) Tudi prijatelji, ki niso iz Slovenije, so aktivni na Twitterju in se tam povežemo. (7) Instagram pa je tudi večinoma zato, da vidim, kaj počnejo

ljudje, ki jih poznam. (8) Instagram mi je dober tudi zato, ker če kdaj koga srečam, pa vem, da z njimi ne bom mogla biti v rednih stikih, si lahko sledimo tam (9) in potem se je tudi lažje pogovarjati, pa še vidiš, kaj počnejo. Recimo, dajo kaj na story, pa odgovoriš in tako se začne pogovor. In tako je večja možnost, da naravno steče. (10)

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Vsak dan. (11) Če kaj počnem, dam telefon na stran. Če pa se lenarim, kaj čakam, pa kar pogosto, da vidim, kaj se dogaja. Bi rekla, da dve uri na dan. (12)

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Prednosti so to, da najdem umetnike, zanimive stvari. (13) Na Instagramu pa to, da se počutim povezano z ljudmi, ki jih poznam. (14)

Na Twitterju je slabost to, ker veliko ljudim slediš, da pogosto pride kak tweet od koga, ki ga ne poznam. (15) Opazila sem, da ima skupina ljudi, ki jim jaz sledim, pogosto takšno mentaliteto, da če ti narediš eno malo napako, si do konca življenja objektivno slab. Opažam, da so ljudje preveč občutljivi, preveč želijo delati pravo stvar in iščejo slabe stvari, kjer jih sploh ni. In sem potrebovala kar nekaj časa, da sem se zavedala, da sem začela razmišljati na tak način in da to ni v redu, da si lahko še vedno dober in prijazen, če oprostiš nekomu, ki je delal napako. Se pravi, da sem res začela iskat slabe stvari na ljudeh, in da potem ne smem govorit s to osebo, ker sem potem tudi jaz slaba. (16)

Pri Instagramu se pogosto primerjam z drugimi. (17) Še posebej na začetku, ker je bilo to prvo socialno omrežje, kjer sem videla, kaj moji vrstniki, ki jih poznam, počnejo, to je bilo res stresno na začetku. (18) Zdaj je boljše, je dobro, če se spomnim, da vsak človek daje nekaj na socialno omrežje, ampak ne moreš vedeti, kakšno življenje ima za tem. (19)

Pri obeh pa je slabost to, da zlahka zapravljam čas, kar naenkrat mine 20 minut, pa se moram učit. (20)

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katerim vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Na Twitterju umetniki, včasih pa se pojavi oseba, ki daje zanimive ali smešne stvari. (21)

Na Instagramu tudi umetnikom sledim, ter tistim, ki jih poznam oz. spoznam, mi dajo Instagram pa jih tam »followam.« (22)

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Pri socialnih omrežjih je zanimivo to, da je toliko vsebine, ki jo ljudje dajo, neskončno vsega, tako da te pravzaprav lahko »skos« zabava, (23) če si to želiš, vedno najdeš nekaj novega, (24) še posebej na Twitterju najdem toliko zanimivih stvari. Zanimivo mi je kako novo dejstvo ali pa zgodba.

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Še posebej na Instagramu se zavedam, da ljudje dajo gor najboljše verzije sebe. Je iskreno, ampak v temu smislu, da je najboljše kar sem. (25) Twitter pa ne vem, ker večini ljudi sledim zaradi vsebine, ne toliko zaradi osebnosti, tako da ne pomislim, ali je to pristno. (26) Je pa res, da če nekdo napiše neko dejstvo, ali članek, še ne pomeni, da je res. (27) Tega se niti ne zavedam toliko, ampak se vsake toliko spomnim.

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Še posebej če osebo npr. sošolko poznam, jo srečam vsak dan, pa potem objavi kako sliko na Instagramu, kjer je čist lepa, pa make up, pa oblekca, vse perfect ... vem, da takšna ne zgleda vsak dan. (28) Sledim tudi eni igralki, kjer se vidi, da za vsako sliko jo slikajo profesionalci. (29) Tudi če gre samo na sprehod, se vidi, kako je vse urejeno in lepo.

8. Se o pristnostih katerih vsebin še posebej sprašuješ?

Ne bi rekla, ker ko gledam socialna omrežja, za vsako sliko, tweet, porabim eno sekundo in grem naprej, toliko je tega, da večino stvari ne opaziš. (30) Te stvari mi ne ostanejo v glavi in ne razmišljam preveč o tem.

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Na Twitterju so ponavadi kakšna kontroverzna mnenja in včasih se mi res zdi čist glupo, kaj ljudje rečejo, (31) ampak se spomnim mentalitete Twitterja, da če se ne strinjam, sem jaz

objektivno slaba oseba, in se počutim malo slabo v sebi, je kaj narobe z mano, imam jaz narobe. (32) Zdaj nisem več toliko v temu mindsetu kot včasih.

Na Instagramu pa na začetku, ko sem videla, kako so vse moje sošolke lepe tam in sem bila malo pod stresom. (33) Mojim prijateljicam se je zgodilo, da je ena prijateljica ves čas snemala in objavila na Story, ampak jih ni vprašala, če jim je to cool ali ne. Mojim sošolkam to pogosto ni bilo všeč, (34) tako da mogoče sem imela samo to izkušnjo, čeprav jaz nisem bila nikoli gor.

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Na Instagramu imam dva profila, tako da skupaj so trije profili.

Na Twitterju objavljam samo risbice, ki jih delam, tako da je bolj profesionalen. Enako tudi na javnem profilu Instagrama, nobenih slik sebe. (35) Ni mi udobno dajat slike sebe čisto direkt v javnost, (36) mi je pa všeč to, kar rišem, tako da raje to dajem. Po drugi strani pa bi rada začela služiti denar in tako me na socialnih omrežjih lažje najde in mi piše, če bi kaj naredila. (37)

Drugi profil na Instagramu pa je namenjen meni. Tja gor dajem različne stvari, včasih slike sebe, večinoma svojo mačko, ker jo imam zelo rada ali pa kakšne smešne stvari. (38) Ta profil je tako, da sprejemam samo ljudi, ki jih vsaj malo poznam. Ali pa če je npr. sošolec od moje sestre, pa ga nisem nikoli spoznala, sprejemam, ker zaupam sestri, da je ta oseba cool. Če pa ne poznam, pa ne sprejemam. (39)

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Načeloma sem zelo proti temu. Me ne moti, če to drugi delajo, ampak jaz nočem, ker nisem več jaz. Kakor se spomnim, se ni zgodilo. (40)

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Pri javnih, mi recimo oči sledi in potem ne dajem nič takšnega, kar očiju ne bo všeč ali se mu bo zdelo neprimerno. (41) Na zasebnem pa tudi ne dajem stvari, ki je meni neprijetno, da jih dajem v javnost, npr. da preveč govorim o svojih čustvih ali karkoli preveč osebnega. (42)

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Mislim, da je Instagram dober, da se povežeš. (43) Poznam veliko ljudi, ki svoj profil uporablja kot umetniško izražanje, medtem ko drugi za to, da dokumentirajo svoje življenje. (44) Se mi zdi zanimivo, koliko je različnih opcij. Imela sem sošolke, ki niso imele socialna omrežja, pa so se vseeno dobro razumele z našim razredom. Tudi če si najstnik, lahko preživiš brez socialnega omrežja. Ima pa to nedvomno velik vpliv na nas, (45) npr. med pogovori je kakšna fora povezana s socialnimi omrežji in bo pomembno. Mislim, da so omrežja pomembna in uporabna. (46)

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

Velikokrat opažam v živo. Online so samo lajki, kar gre mimo mene. (47) V živo pa mi prijateljice pogosto rečejo, da jim je všeč, kako rišem. Tudi z zasebnega, recimo je veliko ljudi prišlo do mene in so mi rekli, da so jim zelo všeč moji storyji in zabavni. Npr ena sošolka je rekla, da so ji polepšali poletje. (48) Na storyje objavljam, kar se meni zdi smešno, je zelo raznoliko.

V živo mi je zelo fajn slišat odziv, si vedno zapomnim, kdo mi je kaj rekel. (49) Like zelo hitro pozabim. (50) Komentarje si zelo zapomnim, ker jih ne dobim tako pogosto. (51)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Kar rišem gre veliko ur za eno risbo in jo vedno objavim. (52) Razen v preteklosti, če mi kdaj ni bila tako všeč. Sebe javno ne objavljam. (53) Na zasebnem pa se odločam za tisto, kjer dobro zgledam ali pa slike, ki so mi všeč in jih dam več skupaj. (54) Imela sem simpatijo, ki sem ga poznala samo preko Instagram, in sem mislila, da bo sledil moj zasebni profil. Teden pred tem pa sem naredila en strip o tem, kako je če imaš simpatijo, pa me je zaskrbelo, da bo kaj posumil, zato sem potem to zbrisala. (55)

Oprelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

Zame je samopodoba, kakšno mnenje imaš o sebi, kakšen odnos imaš s svojim telesom in tudi s svojo osebnostjo. (56) Zame sta samozavest in samopodoba zelo različni stvari. Imaš ljudi, ki se zdijo zelo samozavestni, pa se slabi počutijo v sebi, ali imaš pa take, ki so tihi pa se držijo zase, pa so pravzaprav zelo zadovoljni s sabo. (57) Mislim, da samopodoba obsega več področij – telo, osebnost, zmoglosti. (58)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Včasih sem se opisovala kot pisateljica, ker sem bila zelo povezana s svojimi zgodbami. (59)
Zdaj pa nekaj mesecev ne več, tako da imam identity crisis. (60) Rekla bi, da sem zelo
ustvarjalna, rada imam fiksijske like, ki jih ustvarjam, sem bolj socialna, kakor mislim, da sem.
Mislim, da je tudi CPM del moje identitete, ker je takšna skupnost, ki jo iščem že celo življenje.
(61)

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

So slabi in dobri vplivi. Je oblikovalo moj smisel za humor. (62) Kar veliko časa preživim na
socialnih omrežjih. (63) Pri Twitterju je bil negativen vpliv, da sem bila kritična do vseh. (64)
Primerjanje je bilo res samo na začetku, ker je bilo zame nekaj čisto novega in sem takoj dobila
občutek, da moram biti takšna kot moji vrstniki, ki jih poznam, pa nisem. (65) Opažam, da ko mi
je nekdo všeč, pa ima oseba socialno omrežje, lahko zelo hitro sklepam, kaj ti njihovi posti
pomenijo, ali je kakšna zgodba za tem, ali ima kakšno povezavo z mano. (66) Tukaj se težje
opomnim, da imajo celo življenje za tem, kar objavijo in da je to samo delček, ki ga dajo tja gor.
Socialno omrežje tako vpliva na moje mnenje o osebi, ki mi je všeč. (67)

Imam občutek, da nimam časa za nič, pa eno uro preživim na telefonu. (68) Če ne bi imela
socialnih omrežij, bi mi hitreje postalo dolgčas in bi šla kaj počet, ker to je samo zato, ker mi je
udobno v postelji in se kratkočasim. (69) Če ne bi imela tega, bi šla kaj delat, tudi če ne bi bilo
tako udobno. Tako da mi zaradi tega udobja jemlje čas za hobije ali učenje. Rada berem, ampak
pogosto raje gledam telefon kot berem, ker mislim, da rabiš manj energije vložiti, da bereš
Twitter kot pa zgodbo. (70)

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 18

spol: ženski

šola: Srednja šola za oblikovanje in fotografije (likovna gimnazija)

domači kraj: Ljubljana

IZVEDBA INTERVJUJA

čas: 10. 1. 2020, 15.50 – 16.25

kraj: Ljubljana

INTERVJU C

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Največ Instagram, Snapchat (1) ne uporabljam več toliko, mogoče 1 x na teden odprem. Facebooka ne odprem skoraj nikoli, razen za plesno skupino, ker je lažja organizacija tam. (2) Instagram je estetsko narejen, zelo lepo stvari zgledajo gor, veliko stvari se dogaja gor. (3) Snapchat je bil pa nekaj novega, ker si se dejansko samo pogovarjal, pa si dal stvari na Storyje, ni pa tako kot Facebook, ko si dejansko samo scrollal. (4)

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Facebook in Snapchat zelo malo, samo toliko, kolikor je nujno. (5) Instagram pa vsak dan, med šolo odprem dva krat ali tri krat, doma pa velikokrat, skupno je po moje uro in pol. (6) YouTube pa še eno uro. (7)

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Prednost je, ker te stvari spravijo v dobro volje, ko kaj lepega vidiš pa si potem vesel. (8) Kaj je pa lahko tudi že prelepo oz. npr. vidiš kakšne punce, ki imajo res top postavo in potem vidiš, da ti nisi čist tak in ni prijetno, to primerjanje. (9) Pa verjetno je kaj tudi narejeno s photoshopom in je to tudi slabost. (10)

YouTubeova slabost bi bila ta potrata časa, tam so daljši videi kot na Instagramu, (11) kjer so dolgi minuto, na YouTubeu pa 20 minut in se to opazi. YouTube se mi ne zdi, da bi tako vzbujal slabo vest, ker nisi takšna kot tista punca. Manj slabosti ima YouTube. (12)

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katerim vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Mene najbolj privlači kozmetika, gledam nohte in make up. Pa fitnes trenerke oz. ljudje, ki se ukvarjajo s športom oz. ki imajo te »fitnes postavbe,« gledam, kakšne so. (13) Pa mogoče na YouTube gledam study hacks, study with me, ki sicer traja 2 uri. (14) Nekdo se snema, ko se uči, in traja 2 uri in se kao z njim učiš. Ker sem na veterini, me pritegnejo tudi živali. (15) Ampak predvsem nohti in make up.

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Estetika, da je res tako vse lepo. (16) Tudi če kozmetičarki rečeš, naj naredi takšne nohte, ne bo nikoli tako lepo kot na sliki. Na YouTube pa recimo pri teh vlogerjih, ki delajo vloge čez cel dan, pa se snemajo, koliko se učijo, koliko drugih stvari, pa potem vidiš, koliko naredijo v enem dnevu. (17) se malo slabše počutiš, ker manj narediš. Ker vidiš, koliko je ona sposobna, pa zakaj jaz tega ne morem. (18) Pri fitneserkah mi je všeč takšna postava, tak način življenja, da se vsak dan ukvarjamo s športom. (19)

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristne (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Kot sem rekla, nikoli ne more zgledati tako lepo. (20) Tudi če delaš isto kot kakšna punca, ki se snema medtem ko si dela make up, ne bo nikoli isto, ker ona toliko bolj zna ali pa je sphotshopirano, tako da verjetno ni vse čisto resnično. (21)

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Če ima kakšna fitneserka tako popolno postavo, da ne bi mogla imeti lepše, malo podvomim, da tako dobre in genetike in vsega pa tudi ne more imet. (22) Če je preveč lepo, se mi ne zdi čisto resnično. (23)

8. Se o pristnostih katerih vsebin še posebej sprašuješ?

O make upu, kjer se snema ves proces in vidim vsak njen korak, manj dvomim. In vidim, da je to dejansko res naredila. Čeprav tudi tukaj se me verjetno da kaj obrnit. (24) V fitnesu pa vidim samo sliko, končni rezultat, pa podvomim v to, ker nisem videla procesa, kako je prišla do tega. (25)

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Osebno me ni nič prizadelo. Samo malo imaš slabo vest ... ko vidiš kakšno YouTuberko, dela medicino, hodi v fitnes, dela, ima še fanta, ... Ko pa jaz to probam, da bi bila dobra v šoli, da bi na treninge ful hodila, pa še kakšen dodaten trening, pa da bi se ukvarjala z družino pa s fantom ...enostavno mi zmanjka časa in energije. Mogoče me to prizadene, zakaj jaz nisem tega sposobna, če je ona.(26) Ali pa pri fitnesu, zakaj nimam jaz takšne postave. (27)

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Na socialnih omrežjih objavljam zelo malo, ker se mi zdi, da če grem jaz s kolegico jest, ni tak »big deal.« (28) Zelo malo objavljam. Če grem v tujino, objavim kaj zgodovinsko, da je zanimivo. (29) Selfijev bolj ne, ker se mi ne zdi, da so dobri. (30)

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Ne. (31)

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Največ te najlepše ženske po Instagramu, fitneserke, da bi imela tak profil. (32) Ni mi pa všeč, da objavijo take slike, ki pokažejo njeno postavo, ki je zelo dobra in ji »lahko dam samo roko.« Samo naj dela to zase, da bo srečna, vesela in zdrava predvsem. Ne pa da toliko slik objavi, da že ve, da dela slabo vest drugim. (33) Nimam prav enega vzornika, da bi rada oblikovala svoj profil po njem. (34)

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Če hočeš videti to, kar je bilo objavljeno, moraš imet tudi ti en profil. Jaz pa najraje samo gledala. Lastno izražanje mi ni tako pomembno, bi raje samo gledala ostale, da sledim. (35)

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

Tudi če kaj objavim, prej vprašam, če je lepa slika al ni. Če rečejo, da je, objavim. (36) In potem na večini slik mi komentirajo »lepa slikca« ali »lepa.« Nekaj takšnega, meni že skoraj bedarija. (37) Večina je pa itak že videla to sliko prej.

Ko sem bila v Izoli pa sem nekaj slikala, me je trenerka v živo vprašala, kdaj sem bila, pa da je bilo lepo vreme. (38)

Če nekaj objavim, ne bi rada videla, da nekdo reče, da je grdo. Ni pa tistega, da upam, da bom dobila zdaj 200 »lajkov.« (39)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Gledam če je lepa svetloba, lepa grafika, pa kot sem že rekla, vprašam prijatelje. (40)

Iz Instagrama sem zbrisala slike, ki so bile 3 leta stare in sem se zdaj že toliko spremenila. Pa najbolj me je zmotilo to, ker je bila slaba grafika, pa čisto zamegljene. (41) Večinoma to.

Opredelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

To je, kaj si misliš o sebi. (42) Če bi bil sam na svetu, da ne bi bilo nikogar, s katerim bi se primerjal, se verjetno sploh ne bi ukvarjal s samopodobo, bi tam pač bil in je to to. Zdaj pa ko imamo ostale ljudi, ki se predstavljajo, ta ima tako postavo, ta ima tak make up in ker ti tega nimaš, se ti verjetno zniža samopodoba. (43)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Rekla bi, da imam smisel za humor, da se ne ukvarjam toliko s slabimi stvarmi, da sem pozitivna. (44) Če se kaj slabega zgodi, poskusimo to rešiti . In ko rešimo, da se ne spominjamo za nazaj, če je že rešeno, je konec. (45) Zelo sem energična, nasmejana, vse bi naredila, dajmo to in to. (46)

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Sigurno se bolj ženem v življenje, da se bolj trudim, da bi to dosegla, da bi vse naredila. Mogoče grem včasih malo čez mejo. (47) Preveč si želim biti tako, kot na Instagramu. Rada bi delala vse te stvari, ki jih dela tista YouTuberka, ki dela res težko šolo, hodi v službo, trenira, vse te stvari, ki jih jaz dejansko ne morem spraviti v dan. (48)

Zakaj .. hm. Nekaterim se bo to zdelo neumno, da se ona tako žene, pa zakaj sploh to dela. Eni imamo mnenje, da če bomo delali v življenju, bom s tem kaj dosegli in bi rada čim več skos delala pa naredila. (49)

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 17

spol: ženski

šola: Biotehniški izobraževalni center Ljubljana (tehniška gimnazija)

domači kraj: Škofljica

IZVEDBA INTERVJUJA

čas: 23. 1. 2020, 14.10 – 14.40

kraj: Ljubljana

INTERVJU D

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Največ uporabljam Snapchat in Instagram. (1) Snapchat uporabljam, ker ga ima večino mojih prijateljev in tako ohranjamo kontakte, se dogovarjamo, da gremo ven. (2) Na Instagramu pa bolj gledam slike, ki jih objavljajo. (3) YouTube dosti uporabljam, ker mi aplikacija na iPhonu ne dela, da poslušam glasbo. (4) Uporabljam tudi Pinterest, da najdem kakšne ideje, kaj bi delala, saj sem v prostem času bolj kreativna. (5)

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Vsak dan. (6) Približno 3 ure na dan. (7)

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Prednosti so, da hitro izveš novice, kaj se dogaja, si vedno v kontaktu s prijatelji, ni ti dolgčas, se lahko zmeniš s prijatelji, da greš ven. (8) Slabost pa bi bila to, da precej negativno vplivajo na samozavest, zasvojenost in nekateri postanejo lahko agresivni, npr. tisti, ki igrajo igrice in če je nimajo, so lahko agresivni, slabost bi bila tudi to, da si zadržan. Določeni ljudje te lahko zafrkavajo, javno razkazovat slike, te žalit itd. (9)

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katerim vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Slikce s potovanj, ker si sama tudi želim potovati. Ali pa kakšna doživetja, ki so jih doživeli. Pritegnejo me tudi make up tutorial. (10)

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Ker se sama rada ukvarjam z make up in to tudi kaj na drugih probavam. (11) Potovanja me zanimajo, ker imam rada naravo, da vidim kaj nam je vse mati narava podarila. (12)

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Ne zdijo se mi zelo. Nekateri so, ampak veliko slikic in videoposnetkov se mi zdi zaigranih, da dobijo čim več ogledov. Zdaj so itak ogledi najbolj pomembni. (13) Fotografije so nekatere resnične, ampak vse več je photoshopiranih. (14)

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Zgodba je lahko resnična, ne moreš dokazat, da ni res. (15) Če so pa kakšne slike ekstremne pa že res ne moreš verjet, da so resnične. (16) Zadnjič sem gledala npr., kako je en velik morski pes v majhnem zalivčku čisto pri obali in ker je pri obali 1 m globoko, potem to ne more biti res.

Sploh če je npr. samo ena slikica, če jih je več, potem verjamem, da se je zgodilo. (17) Če gremo s prijatelji gledat kakšne slikce, se osredotočimo na kakšno sliko in gledamo, če je sphotoshopirana, ker se vidi, če kdo ne zakrije dobro ozadja ali pa je kako ukrivljeno. (18)

8. Se o pristnostih katerih vsebin še posebej sprašuješ?

Kakšne objave o nasilju, o globalnem segrevanju in onesnaževanju, (19) skušam najti čim več dejstev, saj me še bolj zanima.

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

V OŠ sva s prijateljem imela napet in ne ravno dober odnos in sva se skregala, ker sem jaz z njegovim dovoljenjem poslala njegovemu prijatelju eno njegovo slikco, zaradi česar se je zjezil. Zaradi tega je začel pošiljati moje selfije naokoli in govoril, da sem nesramna in hinavska. Takrat sem bila psihično zlomljena, ker sem se skregala z dosti ljudmi, ker so mu verjeli. (20) Na koncu sva sicer vse rešila in je bilo ok.

Nedolgo nazaj mi je za novo leto prijatelj umrl. In so se nekateri začeli norčevat, zakaj je šel to delat. (21) Mislila sem si, da se je pač zgodilo, kar se je zgodilo, bomo mi vedeli, da tega ne delat. In so se zafrkavali iz tega, dobila sem tudi Snap, ko so se pogovarjali o tem. To mi je bilo čudno, nečloveško, ker je umrl prijatelj, oni se pa zafrkavajo iz tega. (22)

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Ne, samo na Snapchatu pošljem slikico prijateljem, ampak to je zasebno. (23) Na Instagramu ne objavljam nič, ker mi do tega ni. (24) Starši so mi rekli, naj ne objavljam kakšnih svojih fotografij ali pa objavila da grem npr. čez 2 dni na morje, ker se to itak razširi in lahko pride do nepravilnih ljudi, ki bi kaj hodili okoli hiše. Tudi v šoli so nas opozorili naj tega ne delamo, ker bomo mogoče kdaj obžalovali. (25)

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Ne. (26)

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Moje razpoloženje. Če sem slabe volje, bodo temnejše slike, če sem dobre volje bo kaj zabavnejšega. (27)

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Meni je pomembno, da držim stike s tistimi, ki smo si res blizu, fant in dve prijateljici. Lepo je, ko kaj lepega napišejo. (28) Brez veze mi je, da bi preko tega iskala kakšno pozornost pri drugih, kot to počno. (29)

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

Dobri, ker se niti ne kregam. Tudi če kdo začne kakšen prepir, mu rečem, naj se umiri in se potem zmenimo. Občasno dobim komentar na story, ki je pozitiven, ostali pa samo pogledajo. (30) V živo pa tudi dobim pozitivne odzive. (31)

Ti odzivi so mi dost pomembni, ker tako vem, da so mi pravi prijatelji. (32) Ne pa tako kot nekateri, ki se delajo, da so dobri prijatelji, ko pa kaj rabiš, ti pa odpiše po štirih, petih urah, ker vejo, da nekaj potrebuješ. Prijatelji, ki pa vejo, da nekaj rabiš, bo pa takoj odpisal ali prišel do tebe. (33)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Če imam telefon, samo slikam in dodam napis in pošljem. Ne razmišljam o tem. (34) Zbrisala sem eno sliko, ker sem se zmotila. Zbrisala sem lahko le tako, da sem hitro ugasnila wifi pa vse to, da ne more poslat. Nekajkrat sem narobni osebi to poslala, tako da sem potem hitro to zbrisala. (35)

Oprelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

Kako se ti počutiš, ko si zunaj, kako te v družbi sprejemajo in dajejo odzive, kako te drugi sprejemajo in kako vidiš sam sebe. (36)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Mislim, da sem do drugih v redu, da osebam, ki jih imam rada, kažem dovolj pozornosti in ljubezni. Imam slabo samozavest glede svojega videza, ker sem imela v preteklosti težave s podhranjenostjo. (37) Takrat so me zafirkavali, ker sem bila presuha, ampak zdaj gre na bolje. Karakterno pa sem komunikativna in se hitro zaštekam z ljudmi. Sem zelo trmasta, na trenutke tudi hitro užaljena, ampak pride pa gre. Precej sem lena, po tem me večina ljudi pozna, ampak za ven sem pa takoj pripravljena it. (38)

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Slabo in dobro. Slabo, ker sem na trenutke zaprta sama vase in zaprta v sobi, zadržana in sem na telefonu, ker se pogovarjam s prijatelji, na trenutke sem raje na telefonu kakor z družine. (39) Dobro pa ker vem, kaj se dogaja po svetu. Tudi če sem slabe volje pa nočem o tem govoriti s starši, se s prijatelji o tem pogovorim, pa mi pomagajo, me spravijo v boljšo voljo. Na splošno imamo s prijatelji drugačne teme kakor z družino. (40)

Mislim, da na veliko ljudi vplivajo negativno, zaradi kritik. Če nisi dovolj dober, te obravnavajo drugače. Če imaš manj lajkov kot znana oseba, te podcenjujejo, bolj gledajo na izgled kot pa na karakter. (41)

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 15

spol: ženski

šola: Srednja zdravstvena šola Ljubljana (zdravstvena nega)

domači kraj: Kamnik

IZVEDBA INTERVJUJA

čas: 27. 1. 2020, 14.05 – 14. 45

kraj: Ljubljana

INTERVJU E

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Največ Instagram in Snapchat pa YouTube. (1) Na Instagramu lahko hitro vidiš, kaj se dogaja ljudem v življenju, isto na Snapchatu. Zelo lahko se je pogovarjati po slikah. Zelo na »izi« so narejeni, hitro najdeš kakšne zanimive stvari, estetski so, pa Snapchat ima zelo zabavne filtre, s katerimi se tudi moj mlajši bratec igra. (2) YouTube tudi kaj pogledam, Facebooku imam pa samo za to, da se dogovarjam za delo. (3)

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Ko imam prosti čas, gledam kaj na YouTubeu pa na Instagramu. (4) Vse skupaj pomoje dve uri ali več. (5) Odvisno ali je vikend, ali imam kaj za delat za šolo, pa koliko se s prijatelji zmenimo, če gremo ven.

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Prednosti so to, da hitro vidiš, kaj se ljudem dogaja. Če ti ima kdo kaj za povedat, je to zelo na hitro, npr. pošlje kaj je nekdo objavil pa napisal spodaj. (6) Slabost je pa verjetno to, da te precej zasvoji. Preveč je vsega čez čas. (7) Znam se kontrolirat, da odložim telefon in grem počet kaj socialnega – se pogovarjat z ljudmi. Ponavadi sem tista, ki opozori, da ne bomo na telefonih, če vsi sedimo za mizo. To je tudi ena slabost, ker na koncu vsi gledajo telefonu in kažejo drugim smešne meme in sem smejimo tem, namesto, da bi se posvetili realnemu življenju in se smejali temu, namesto tistim, ki so na drugi strani sveta. (8)

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katerim vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Na Instagramu me pritegne make up, ko objavljajo time lapse – hitre posnetke, ko naredijo make up. Spremljam veliko športov, predvsem nogomet. Tudi oblekice, ker imamo veliko prireditev in potem iščem oblekice. (9)

Na YouTube pa me pritegnejo kakšni kratki vlogi npr. od Davida Dobrika, ki ima približno 4 minute dolge vloge, pokaže, kaj se mu je dogajalo čez teden, kaj so delali čez teden, delajo traparije in je zabavno gledati, pa dobro ima zmontirano vse skupaj.(10) Spremljam tudi šport.

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Pri temu vlogerju mi je všeč, ker ima dobro energijo, se res nasmeješ in ti polepša dan.(11) Pri kakšnih tutorialih me pritegne to, ko vidiš, kako se ena punca spremeni od takrat, ko je povsem brez make up, do takrat ko ima full glow. (12) To mi je hudo gledat.

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Odvisno od koga. Če so kakšni slavniki, ki imajo veliko sledilcev, mislim, da je večino zaigrano. Na Instagramu je veliko photoshopa pri ljudeh, ki imajo veliko followarjev.(13) Pri kakšnih je pa dosti pristno, odvisno od tega, koliko imaš ljudi na socialnih omrežjih. (14)

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Včasih se vidi, če ima kdo photoshop, večinoma pa ne. (15) Samo zdi se, da vsi to delajo zato, da dobijo »like« in followarje. (16) Pa tudi po filterjih se vidi, da niso resnične, (17) težko je tudi verjet, ker se preveč takih stvari dogaja po internetu.

8. Se o pristnosti katerih vsebin še posebej sprašuješ?

Ne vem točno. Nekateri objavijo sliko znane osebe, ki so jo videli na plaži, potem ko pa pogledaš njeno sliko vidiš, da je čisto drugačna. Verjetno ima najete ljudi, ki jo shotoshopirajo, da doseže »popolnost.« (18)

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Niti ne. Če objavijo kaj o meni, me prej vprašajo. Razen enkrat sem s prijateljico nekaj snemala, ker sva prijateljici in je objavila tudi delček, za katerega sem rekla, naj ne da. Potem sem ji rekla, da naj zbriše in je. (19)

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Objavljam na Instagramu, zelo različne vsebine. Na začetku so bile slike narave, mojega psa, mojega bratca. Potem pa so mi rekli, da sem zelo fotogenična in sem začela objavljati tudi svoje slikce. Naključne stvari, npr. morje, smučanja, nogometa. Objavim, kar je zanimivo meni in mojim prijateljem. (20)

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Eno obdobje sem imela težave s psiho, pa sem napisala opis nekaj o sreči, veselju, pa so vsi videli, da to ni res, ker so me dejansko videli, da sem druga oseba. Nisem želela, da se razve med ljudmi, da sem imela take težave, čeprav se mi je na daleč videlo. (21) Ampak potem sem se spravila ven iz tega, tako da sem v redu.

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Nimam nobene ideje, kako bo profil izgledal. Edino, kar imam urejene, so storyji. Objavljam, kar je meni najbolj zanimivo. Če se mi zdi, da bo samo meni zanimivo, tudi ne objavim. Malo gledam, ali bo tudi drugim to všeč, ali bodo mislili, da sem čudna. Gledam na oboje. (22)

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Vesela sem, če mi kdo komentira, (23) ampak mi ni tako pomembno. (24)

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

Imam odprt profil, zato si ljudje ne upajo dajati slabih komentarjev. Če je slika mojega telesa, je več lajkov kot če je slika narave, tako pač delujejo socialna omrežja. (25) Opažam, da če objavim sliko, kjer se vidi moje telo, je 60 % lajkov od moških, če objavim pa naravo, ali pa mene z bratcem, pa je 70 % lajkov od žensk. Odvisno je, kdo vidi sliko in kaj si misli o njej. (26)

Tudi v živo dobim odzive, mi sošolci kaj pohvalijo, pokomentirajo. (27) Od tistih dobim, s katerimi smo skos skupaj – sošolci, cimri v dijaškem domu. Odzivi v živo mi veliko pomenijo, me razveselijo.(28)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Pri meni je to tedenski proces. Gledam eno sliko 2 uri in ugotovim, da ni v redu. In grem na naslednjo. Iščem, da ne škilim, da nimam čudnih potez, da je dejansko lepa slika. (29) Včasih sama gledam, včasih pa vprašam cimre, ki me navdušita, da objavim. (30)

Ja, ker sem dobila veliko zasebnih sporočil od moških iz Indije. Tako da sem zbrisala vse objave, ki so bile bolj od mojega telesa. Potem sem zaklenila profil in začela razmišljat, kaj objavim. (31)

Opredelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

Nek odnos, ki ga imaš do sebe. Kako gledaš sam nase, da se ne obsojaš, da si prijazen do sebe, ne pa da se tlačiš dol in da slabo razmišljaš. Dobra samopodoba je, da si sam do sebe prijazen.(32)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Lažje je povedati za nekoga drugega, kot kaj si misliš o sebi. Po obdobju, ko sem bila na tleh, sem začela veliko bolj ceniti samo sebe, se spoštovati in si ne delati škode. Pomagalo mi je tudi to, da sem začela hodit v fitnes, ker sem takrat dobila ful kg, in potem sem opazovala proces in vidim, da sem naredila nekaj zase. (33) Vseeno mi je to, kaj si drugi ljudje mislijo o meni in sem takšna, kakršna sem in sem sprejela to. (34)

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Včasih, ko vidim, kaj se dogaja slabo na svetu, se me dotakne, sem slabše volje, se slabo počutim. Če je pa kaj dobrega, veselega, smešnega, sem pa lahko cel dan ful dobre volje. (35) Opazim, da imajo nekateri res urejene in estetske profile, in potem imam občutek, da je moj profil dolgočasen, ampak se mi to ne da spreminjat. (36)

19. Je še kaj v zvezi s socialnimi omrežji, kar bi rad_a izpostavila?

Zdi se mi, da je preveč socialnih omrežjih, res te hitro zasvojijo. (37)

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 16

spol: ženski

šola: Srednja vzgojiteljska šola, gimnazija in umetniška gimnazija Ljubljana (umetniška gimnazija, dramsko – gledališka smer)

domači kraj: Dražgoše

IZVEDBA INTERVJUJA

čas: 4. 2. 2020, 14.25 – 15.00

kraj: Ljubljana

INTERVJU F

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Uporabljam Instagram, Snapchat in Messenger. (1) Messenger uporabljam za komunikacijo s starši, da se tam pogovarjamo, ko grem v tujino, da lahko koristimo podatkovni prenos. Instagram uporabljam predvsem za zabavo in spremljanje dogodkov slavnih oseb (2) (npr. Lady Gaga, pesnike, umetnike, ASAP Rocky, Billie Eilish, ...). Snapchat pa uporabljam za lažjo komunikacijo s prijatelji, in ker lahko v enem trenutku deliš z vsemi nek moment, slikaš kot dokaz in pošljem res ožjim prijateljem. (3)

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Vsak dan. (4) Telefon mi izračuna, koliko ur na dan ga uporabljam in je razlika, ali se učim ali ne. Če se ne, sem potem na socialnih omrežjih tudi 5 ur na dan, kar je preveč, če se pa učim, pa pride 2 do 3 ure. (5) Še vseeno se veliko nabere.

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Prvo bi rekla, da slabosti prevladujejo. (6) Tudi tiste osebe, ki so javno izpostavljene, na nekaterih področjih (npr. ljubezen) ne bi bile rade, pa jih drugi izpostavljajo. Nekateri pa se zavedajo slabosti, ki jih internet povzroča in se radi sami izpostavljajo, kar bi pa mogoče v

prihodnosti škodilo. (7) Vse, kar deliš, se shrani. Če deliš neprimerne slike, npr. gole, bi lahko v službi to našli, kar bi bila minus točka. (8)

Kot prednost pa bi bila to, da izkoristiš te slabe strani. Zdi se mi, da dandanes v družbi je itak glavna tema dogajanje na internetu. Če si na tekočem, lahko o tej temi govoriš, imaš več tem za pogovarjanje, (9) npr. a si videl, kdo je umrl, kdo je dobil Grammyja, ali pa za bližnje prijatelje iz mojega kraja – one dva sta šla pa narazen. Dobra lastnost je, da si z babicami, dedki, tetami in strici, v stiku preko socialnih slik. (10) Včasih za zabavo pogledam smešne slike. Včasih tudi polepša dan. (11) Če si sam, se mi zdi, da z internetom nisi nikoli sam. (12)

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katerim vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Poudarek je na umetnosti. Kdaj najdem nove ideje, inspiracije. Spremljam glasbo. Na Instagramu na primer objavijo, da imajo nov komad (ker se Instagram bolj uporablja kot YouTube) in potem grem na YouTube to poslušat. Inspiracije za outfite na potovanjih. (13) Slike – način fotografiranja. (14) Pa seveda meme pagei. (15) Poleg tega me še zanimajo dogodki, kdaj je Grammy, kaj je aktualnega. (16)

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Pritegne me to, da moram razrešiti, ali je informacija lažna ali ne. Zelo fajn mi je to videti, ker več strani objavlja o eni in isti stvari, ampak vsak nekaj doda. In mi je smešno in zanimivo, ko berem, kako nakladajo. In potem ko pride resnica od te osebe, se podatki kar izbrišejo. (17)

Ful sem kreativna in ko vidim eno idejo, se meni porodi nova ideja. In v svojem dolgčasu, namesto, da sem na telefonu, uporabim idejo iz interneta in delam to. (18) Na primer če vidim kakšno sliko, jo rada narišem.

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Resnične se mi zdijo bolj te splošne stvari kot so dogodki, nagrade, official strani slavnih oseb, ker prav oni objavijo. (19) Od prijateljev pa .. da se sploh vprašam, ali je pristno ali ne, se samo za prave prijatelje, na druge se ne oziram. (20) Mogoče ti kdaj drug pove, ali je bilo tisto pristno ali ne. Čustva, ki jih izražajo s slikami se mi pa nikoli ne zdijo pristna, ker mi to ne spada na

internet. Zdi se mi, da se ne moreš pristno izražat s čustvi na internetu. Npr. nekaterim se dogajajo slabe stvari, pa objavljajo, da so srečni. (21)

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Po daljšem času spremljanja. Ne odločim se takoj, ali je fake in ali ni. Vidim več objav o isti stvari o isti o sebi čez neko obdobje, pa potem za nazaj vidim, ali je bilo tisto pristno ali ne. (22)

Tega si sicer ne jemljem k srcu. Včasih ko sem bila mlajša, sem mislila, da je vse resnično. Živiš v tistem svetu in misliš, da je vse realno. Potem pa spoznaš, da ni vse tako, da nimajo vse ženske lepe kože, potem pa se ne oziraš več na to. Ne razmišljaš več o tem, ali je pristno ali ne. (23)

8. Se o pristnostih katerih vsebin še posebej sprašuješ?

Veliko deklet, ki objavljajo svoje postave, kako imajo izoblikovano, se vedno vprašam, ali so tudi v živo tako. Na primer kakšne kolegice od kolegic, vem, kako v živo izgledajo, pa potem vidim na sliki, kako dajo ven boke, vem da ni pristno. (24) Nekdo, ki bo videl sliko, bo rekel »uau,« ko jo bo pa videl v živo, pa ne bo uau uau.

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Zdaj me ne, ker sem šla čez obdobje, kako ločiti realni svet od interneta. Včasih smo pa vsi objavljali za ljubosumje, »lej s tvojo prijateljico sem zunaj« ali pa kaj takšnega. In to me je prizadelo. Včasih smo prav v namen objavljali, da bi določena oseba to videla. Tisto me je prizadelo, zdaj pa ni več tako. (25) Se ne gremo več teh igrice.

Vedno sem si želela bit model in imam probleme s kožo, to sem si pa velikokrat gledala, o uau zakaj jaz nimam take kože, kako prit do te kože. Ampak nisem bila pa slabe volje zaradi tega, samo vprašala sem se. (26)

Ni mi bilo všeč, ko je prijateljica objavila sliko z mano, ker si jaz nisem bila všeč, ona pa si je bila všeč. Prvo rečeš, joj zakaj si to naredila, potem pa sprejmeš. (27) Jz imam skos v mislih, da tisti, ki te ima rad, te bo videl v realnem svetu in mu je vseeno za take slike.

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Objavljam slike, za katere mislim, da ne pokažem tok, kaj počnem in kakšna sem. Ampak so slike, ki imajo v ozadju nek lep dogodek. Tudi če je slika mene, rada sem pred kamero. (28) Npr. sva se s prijateljico slikale, ko sva imele piknik. Meni to nekaj pomeni, ostali ne vejo. Ampak vseeno delim, ker se mi zdi, da velikokrat ljudje zbirajo pogum, da objavijo sliko in potem ko objavijo, iščejo neko potrditev k temi luknjami samopodobe. Jaz imam zaprt profil, in imam gor ljudi, ki bi jih rada imela in so mi v redu. Potem vidim, kako oni sprejmejo in mi da to potrditev in zadovoljstvo. (29)

Rada objavljam tudi spomine iz potovanj. Ampak to potem, ko pridem nazaj, ker sem raje previdna, da ne vidijo, da sem zdaj na potovanju. (30) Skos nas opozarjajo, da ne smemo objavljat slik, ko smo na potovanju zaradi ropov. Ko se je to res začelo dogajati v naši ulici, sem res pomislila, ne počet tega. (31) Da pa sproti objavim story so pa za »close friends« in res zberem tiste prijatelje, s katerim bi rada delila, kaj počnem, da ne rabim vsakemu posebej govoriti pa ker vem, da ne bi oni oropal naše hiše. (32)

V obdobju, ko sem začela odraščati, oblikovati svoja stališča, svoje odločitve, kaj se mi zdi primerno, da počnem na internetu in kaj ne, pa tudi obdobje, ko sem gradila svojo samopodobo, in ko sem prišla do neke točke, da sem zadovoljna sama s seboj, sem prišla nazaj na internet. V tem obdobju se nisem niti slikala, se nisem izpostavljala. (33) Medtem ko v obdobju prej, sem se slikala, pa ti je slika mal všeč, si bil lušten, pa si objavil. (34) Takrat mi je bilo pa žal, npr. čez pol leta, ko sem videla, da si nisem tok lušna, pa sem zbrisala.

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Šla sem v Ameriko, pa prve tri dni nisem nič objavljala. Potem mi je bilo pa malo žal, ker je izpadlo, kot da sem bila samo štiri dni v Ameriki in sem še tri dni po tem objavljala kot da sem še vedno v Ameriki. (35)

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Poznam samo sebe, vem, kaj imam rada in kaj bi rada pokazala drugim. (36) Vsak gleda, kako bo zgledalo vse skupaj. Ampak ne delam takega problema, če je v ozadju koš ali pa kaj takega, čeprav bi drugi radi, da je ozadje popolno. Nimam specifično ideje, kaj bi rada objavljala. (37)

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Zanimivo, ampak nepomembno. Zanimivo, ker je fajn videti dogajanje, kako drugi gledajo na določene stvari, ampak ko pride do negativnih stvari, je pa nepotrebno. (38) Ljudje večinoma ne iščejo negativnih stvari, razen katerih. Tisti, ki objavljajo se mi zdi, da ne iščejo negativo.

Nepotrebno zaradi tega, ker boš mogoče pričakoval boljši odziv ljudi in ga ne boš dobil ... Če nisi psihično dovolj močen, te lahko to uniči in ti škoduje. (39)

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

Lajki, komentarji se mi zdi, da je za vsakega bolj random stvar, mal scrollaš, vidiš sliko in jo lajkaš, z lajkom ti ne povejo veliko. (40) Včasih pa ti napišejo, o kako si lepa, lepa slika. To mi veliko pomeni. (41) Nekateri npr. napišejo v osebno sporočilo, ne direkt v komentar, in povejo samo tebi, kar se mi zdi bolj pristno. (42) Nekateri hočejo samo pod komentarje napisati, da drugi vidijo, da so v dobrih odnosih. (43)

Vsak, ki pride prvič na internet, so mu lajki ful zanimivi, in če jih ne dobi dovolj, tisto zbriše. To vidim tudi pri svoji sestri.

Za v živo pa ... če jim je slika res všeč, bodo komentirali v živo. Če jim pa ni padla v oči, bodo pa tiho, ne pa da bi negativno mnenje izražali. (44) Večino stvari se itak dogaja online. (45)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Še na začetku leta sem imela cilj, da bi imela travel feed. (46) Ampak sem ugotovila, da mi to sploh ni pomembno. Ker sem šla npr. v Ameriko pa Egipt pa nisem ničesar objavila. Nobene slike nisem šla delat z namenom, da jo objavim in mogoče tudi od tistih, ki sem jih imela za spomin, ni bila primerna. Recimo tudi v Ameriki, nisem objavila slike, ko sem bila na Brooklyn bridgeu, ker me je ravno prijateljica s fotoaparatom ujela, ko sem gledala v tla ali v stran. In se mi zdi nepomembno, da bi pokazala most, jaz pa sem tam in gledam v tla. Ker je itak dovolj slik mostu na internetu, bi morala vsaj v kamero gledat, da bi bila point slike vsaj jaz.

Objavo sem zbrisala, ko sem bila mlajša, ker si po nekem času nisem bila več všeč. (47) Včasih tudi primerjam, kako da ena sliko dobi več lajkov kot druga. Da vidim, kakšna vsebina jim je všeč, ni mi pa to pomembno. (48) Včasih sem poslala slike prijateljicam in jih vprašala, ali je v redu za objavo. Zdaj pa ne več. Zdaj vprašam samo tisto osebo, ki me je fotografirala. (49)

Opredelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

Zdi se mi, da samopodoba podpira tudi posameznikovo osebnost, kakšno osebnost si ti zgradil in kako boš s to osebnostjo sprejemal, mislil nase na svojo telo, kako ga boš sprejemal, spoštoval, dajal na prvo mesto. (50) Pri osebnosti ti pomagajo starši, da jo zgradiš v pravo smer in ta osebnost vpliva na samopodobo, ki jo pa sam zgradiš, noben ti ne pomaga. (51) Pomagajo ti s komplimenti, govorijo, da prav delaš, ampak vseeno moraš ti pravilno to sprejet. Samopodoba je, da spoštujem, imam rada sebe in da si ne škodujem. (52)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Zadovoljna sem sama s sabo. Mislim, da je moja samopodoba v redu, ne preveč visoka, ker se mi zdi, da visoka samopodoba v tem svetu ni sploh v redu. Rada se imam in zdi se mi, da odkar se sprejemam, na svet bolj pozitivno gledam. (53) Rada pomagam drugim zaradi tega. (54) Rekla bi, da imam veliko izkušenj, glede na to, kakšno življenje imam, in lahko to delim z drugimi in jim pomagam pri njihovi samopodobi, ker se mi zdi, da do 18. leta jih še veliko gradi na svoji samopodobi. Fajn je biti malo pred njimi, da niso z njimi ali za njimi. Mislim, da sem bolj nedostopna, da se težko odprem, da sprejemem nekoga v bližnji krog. Ampak mislim, da je to tudi del te samopodobe, da sem preveč previdna. To je ena izmed stvari, ki je res samo tvoja in ne smeš nikomur pustiti, da jo uniči. (55)

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Jaz bi rekla, da mi jemljejo samo čas, ki bi ga morala bolj koristno uporabiti. (56) Mislim, da je težko iti dol z interneta. (57) Internet uporabljam, ko sem sama, ker pogrešam prijatelje. Ko sem z njimi, nisem na telefonu, slikamo momente, ampak nisem na telefonu. Če bi bila skos s prijatelji, ga sploh ne bi uporabljala, Ne sme ti biti dolgčas. (58)

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 17

spol: ženski

šola: Srednja vzgojiteljska šola, gimnazija in umetniška gimnazija Ljubljana (predšolska vzgoja)

domači kraj: Škofja Loka

IZVEDBA INTERVJUJA

čas: 5. 2. 2020, 8.10 – 8.45

kraj: Ljubljana

INTERVJU G

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Twitter, Instagram, YouTube, Facebook, Snapchat, Reddit, Discord. (1) Vsak ti da neko drugo stvar, za kar uporabljaš. Na Instagramu so naše generacije gor in jih spremljaš tam. Facebooku je za kakšne starejše, gor najdeš informacije, oglase. YouTube zaradi videov, Twitter ker je bolj ameriški in sem na tekočem, kaj se dogaja v Ameriki. Reddit uporabljam zato, ker vsi glupi posti, ki so na Facebooku in drugje, izvirajo iz Reddita in so dejansko dobro narejeni. Snapchat, ker se tam na hitro nekaj zмениš, pošiljaš fotke med poukom, če je kdaj dolgčas (2)

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Vsak dan. (3) Dve uri, (4) ampak ne tudi da hkrati delaš še kaj drugega, npr. med poukom ali ko se učiš.

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Prednost je, da si na tekočem. (5) Slabost je, da lahko kogarkoli ful hitro uničiš, npr. spam, blackmail. Uničiš mu lahko celo življenje, ker smo vsi gor, vsi na tekočem, nekaj ful smešnega, postane ful popularno, eksplodira, ves folk ve za to, pa za te, ti pa ne za njih. (6) Lahko pa tudi hitro zasloviš, gledalci spremljajo, kaj se ti dogaja, kratka dobiš fan base hitro, če objavljaš prave stvari. Dobiš stik s svojimi fani. (7) Lahko je to dobro ali pa slabo. Slaba stvar, da si popularen in famič, je da dobiš haterje. (8)

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katere vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Spremljam kakšne game, slavne ljudi, slavne bejbe, kako zaslužiti denar, fitnes, meme. (9) Vse samo na različnih mestih.

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Obstaja en trik. Ljudje gledamo nekoga, kar ima, in se tisto želi. Un tip sprosti dopamin v tvojem telesu in si potem uau. (10) Npr. travel videos, vsi hočemo potovati, zato jih tako radi gledamo - da vidimo, kaj se njim dogaja, ker se hkrati nam dogaja preko zaslona. (11)

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Fitnesserjev, ki so original, je samo 20 %. Torej 80 % jih je na steroidih, kar se itak takoj vidi, ker imajo nenormalne videe. (12) So fake, so real stvari, če te res zanima, se poglobiš v to. Če ne pa malo pogledaš, pa rečeš, da je fake ali real, pa gledamo dalje. (13)

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Na Instagramu fotka, je lahko ful glupa, npr. bajsiju naredijo six packe je itak point tega, da je fake. Vse slike se tudi s photoshopa. Tudi normalno dekle, ki da fotko gor, je photoshop, ker samo poscrolla, kakšen filter bi rada mela in to je photoshop. Vse je photoshopiran. (14)

8. Se o pristnostih katerih vsebin še posebej sprašuješ?

Jaz se zavedam tega, da so socialna omrežja nek trik za nas, samo vidim vsebino in grem dalje. Socialna omrežja so fino orodje za manipulacijo. (15) Npr. Borut Pahor objavi npr. jutri se štipendija zviša, ali pa da samo namigne, in podzvestno že misliš, da se bo izboljšalo, ta je dober tip, ampak to je vse tako podzvestno, da se ne zavedaš tega. Torej manipulacija. Ti lahko na hitro zmanipuliraš celo Slovenijo. Namesto, da bi šel do vsakega, razložiš, kaj bomo naredil pa vsak ima svoja vprašanja in potem moraš biti dober v manipulaciji, da bo to uspelo, pa še ful počasno je. Socialna omrežja so preprost način, orodje. (16)

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Ne. (17)

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Objavljam povsod po malem. Npr. hotel sem probat z YouTubeom, da bi si zgradil kariero z gamingom, se mi ni izšlo. Twitter sem uporabljal za advertajzanje svojih YouTube videov, ker sem hotel narest publiko v Ameriki. (18) Zato sem uporabljal Twitter, ki je popularen v Ameriki. Potem Instagram je za kolege. Ne objavljam veliko, samo kakšno dobro fotko, ali pa če sem res nekje, kar je drugače v življenju. (19) Na Redditu se skupina ljudi o določenih stvari pogovarja, tam iščeš znanje, nasvete ali pa kakšne meme. (20)

Logično, da zaradi drugih objavljam, da se pokažeš, jz sm tukaj, pa to sem delal. ... Če bi zase, imam celo galerijo slik, ne rabim objavljat. (21)

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Gotovo sem, ampak se zdaj ne spomnim. Recimo na YouTube, je bil clickbait. To je video, na katerega daš začetno sliko, ki pritegne pozornost, da klikneš, ampak nima povezave z videom. (22)

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Osebnost pa koliko si dejansko socialen, nesocialen, koliko rabiš kolege, koliko ne. (23) Jz imam ful socialen life, imam kolege, cel dijaški dom me pozna, hodim ven, sem na telefonu, ampak folk me vsak dan tukaj vidi in smo na tekočem, tako da ne objavljam vsakič, ko grem v sosednji bar, da sem tam. Jaz objavim takšne fotke, ki so meni neki posebnega, da tudi tisti, s katerimi se ne vidimo vsak dan, vejo kaj se dogaja. (24)

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Odvisno. Na Instagramu mi ni nič pomembno, objavim, ko objavim. Snapchat je nekaj drugega, tam objavim kaj več. Tudi če gremo kaj počet, včasih objavim samo na Snapchatu, včasih tudi na Instagramu. (25) Pri objavljanju imam neke meje, ki se jih držim. (26)

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

Socialna omrežja so pač na telefonu in ko nekdo vidi na telefonu, bo že pozabil do takrat, ko se vidimo. Večinoma so odzivi na socialnih omrežjih, ampak mi like in komentarji niso pomembni. (27) V živo ne dobim odzivov. (28)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Običajno vprašam kolege. (29) Sem zbrisal, ampak samo zato, ker sem eno besedo narobe napisal. (30) Nisem pa brisal, ker bi bila kaka fotka grda.

Opredelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

Samopodoba – že iz besede sklepam sam sebi podoben. Gre za to, kaj hočeš postat pa kaj si. Samopodoba je miks tega dvojega. Tu sem, kar sem, ampak hkrati hočem bit tak kot nekdo drug, zato bi rad se spremenil, hkrati pa sem tak, kakršen sem. (31)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Sem Matevž*, z Doline, sem odprt človek, vsakemu dam šanso za karkoli, ne bom kar neki zameril. (32) Tudi če bom zameril, bom dal še kakšno šanso, razen če ti meni ne boš mogel oprostiti, potem pa sorry nisva več kolega. Torej ful odprt, zgovoren, čuden, še sam ne vem točno, kako čuden. (33)

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Dobro in slabo. Dobro se je povezati s prijatelji. (34) Slabo ker zabijem čas, ampak tu je dejansko fora, koliko si se zmožen zadržati. (35)

* Ime je zaradi zagotavljanja anonimnosti spremenjeno.

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 18

spol: moški

šola: Srednja poklicna in strokovna šola Bežigrad (tehnika mehatronike)

domači kraj: Loška dolina

IZVEDBA INTERVJUJA

čas: 6. 2., 14.15-14.50

kraj: Ljubljana

INTERVJU H

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Viber, zanalašč sem želel pokazati, da obstajajo tudi taki, ki nimajo pojma o socialnih omrežjih. Viber pa uporabljam, da se s sošolci slišim, kaj je za nalogo, za šolo stvari. Pa tudi kdaj se dobimo s prijatelji. Pa fajn je tudi zato, ker je zastonj. YouTube tudi uporabljam za musko in umetnost, da gledam ideje, trike, kako se kaj nariše. Pa tudi kdaj kakšne clipe iz kakšnih filmov, da se nasmejim. Pinterest tudi uporabljam za risanje. (1)

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Vsak dan, (2) po moje kakšne 2 uri največ, razen če sem sam doma tudi 5 ur. (3)

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Prednosti so, da se lahko zastonj pogovarjam s prijatelji, zelo lahko se je zmenit. So brezplačen vir zabave. (4)

Slabost pa je to, da hitro pride do zasvojenosti.(5) Tudi če se npr. rečem, da se bom danes res učil, da ne bo slabe ocene. Potem pa za pavzo hočem pogledat samo en video za sprostitev in sem na koncu eno uro v postelji in gledam YouTube. To je kar velika slabost. Nimaš občutka za čas. (6) Slabost bi bila tudi kraja identitete. Tega sem se najbolj bal, da bi kdo zvedel, kdo sem, kje sem in mi potem vdre v hišo, ali pa da bi prišlo do groženj ali izsiljevanj. (7)

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katerim vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Risanje, rad gledam clipe iz Friends. Pa umetnike, Bob Ross, in bandi. (8)

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Njihov stil je najbolj podoben mojem. (9) Npr. abstraktni slikarji, ker sem jaz isto. Zelo so mi všeč te slike. Tudi glasbo spremljam, ker mi je ta všeč. (10)

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Zdi se mi, da je samo 70 % ali 60 % vsega res. (11) Zelo lahko se nekdo zlaže, na primer, da je naredil živečega dinozavra in bodo vsi verjeli, ker je neka visoka osebnost, pa bodo verjeli samo

zaradi tega. Ker toliko ljudi to vidi, lahko ta oseba s tem dejansko služi. (12) Torej da za neko lastno korist objavijo nekaj lažnega.

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Glede na to kaj preberem, slišim in lahko primerjam s tem. In če mi res zelo izstopa, se mi ne zdi resnično. (13) Tudi photoshopa je ful, povsod. Ker ljudje nočejo, da bi ostali vedeli, kakšni so v resnici. Mislijo o sebi slabše, kot bi dejansko moral, zato hočejo, da drugi mislijo, da npr. lepše zgledajo. (14)

8. Se o pristnostih katerih vsebin še posebej sprašuješ?

Če je en video na YouTube, ki na primer prikazuje najlepših 50 otokov na svetu, in so ful lepo prikazani, ampak je točno na tistem mestu, kjer je najbolj onesnaženo, potem tega ne verjamem. Dostikrat potem razmišljam o tem, pa poguglam še kaj naprej. (15)

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Ja, na Vibru, ko smo bili kot razredna skupina. Tudi v šoli prej nisem bil priljubljen in so na Vibru nesramne komentarje pisali. (16) Administratorji skupine, običajno punce, ki so vedele, kaj je prav in kaj ne, so tiste ven vrgle.

So si tudi pošiljali slike mene v šoli. (17) Pa je potem ta kmalu nehal. Nikoli nisem imel rad, da me kdo slika in objavi.

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Nikoli, ker nimam nič kaj za pokazati. (18) Če bom kdaj tok razvil te sposobnosti risanja, bom hotel pokazati svoje slike. Če se bom slučajno odločil za prodajo slik, bom oglaševal tudi na Instagramu. Hočem najprej priti na najvišjo stopnjo, pa potem pokazati, kaj znam. (19)

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Ne. (20)

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Nič. (21)

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Jaz pravzaprav lajkam zato, da se video shrani, da lahko še enkrat gledam. (22) Kakšni imajo tekmovanja, kater YouTuber bo zmagal v lajkah in subscriberjih. (23) Pokomentiram kdaj kaj, če kdo res nima prav. (24)

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

Ponavadi dobim kakšen lajk, ker je komentar smešen. (25) Mi pa niso pomembni, tudi če jih ne bi bilo. (26)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

/

Opredelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

Tisto, kar misliš o sebi, kako si, da ne misliš nečesa, kar nisi. (27)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Sem umetnik, bil sem sramežljiv in nisem nobenemu zaupal, zdaj pa imam boljše sošolce, sem se bolj navadil na njih in mi gre boljše kot prej. (28)

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Zanimanja so se dogradila, ker so skos neki predlogi, (29) ugotovim, da mi je to všeč, tako da so se mi zanimanja dogradila. Zdi se mi, da sem bolj povezan. Zdaj se tudi popoldan pogovarjam s sošolci, kar se prej nisem, pa se potem tudi v šoli z njimi pogovarjam, sem se bolj začel družiti. (30)

19. Je še kaj v zvezi s socialnimi omrežji, kar nisi imel možnosti povedat, pa bi rad izpostavil?

Da jih ne bi smel bit nikol na svetu, ker to samo uničuje ljudi. Ker vsi mislijo manj o sebi, ker vidijo nekoga, ki je močen, zelo lep in mislijo manj o sebi in lahko pride do bulimije, depresije in

če to zelo napreduje, lahko pride tudi do samomora. (31) Lahko si tudi anonimen in žališ nekoga pa lahko brez skrbi delaš, kar hočeš, ker si anonimen. (32) Tega ne bi smelo bit.

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 15

spol: moški

šola: Srednja vzgojiteljska šola, gimnazija in umetniška gimnazija (splošna gimnazija)

domači kraj: Ljubljana

IZVEDBA INTERVJUJA

čas: 7. 2., 14.30-15.05

kraj: Ljubljana

INTERVJU I

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Snapchat, Facebook in Messenger ter Instagram, YouTube.(1) Facebook uporabljam, ker je bil popularen, zdaj ga imam samo še za šolske stvari. Snapchat je za pogovarjati se, Instagram pa kadar je dolgčas, isto YouTube. (2)

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Vsak dan, (3) 7 ur na dan. (4)

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Če se rabiš kaj zmenit je preprosto pa če imaš kje daleč kakšne sorodnike, jih lahko spremljaš. (5) To so prednosti. Slabost je pa, da dosti ljudi ne zna več komunicirat v živo, ker se je zelo lažje pogovarjat, če nekdo ni pred tabo, ker vidi tvoje izraze na obrazu pa vse. (6)Meni se sicer to ne dogaja.

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katere vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Več ali manj meme, 9gag, stran od Netflix in Monster, pa prijatelji.(7)

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Monster sem bil »upaljen« na to znamko, Netflix ima pa dosti stvari, za katere že prej zveš, da bo prej ven prišlo. (8) Na YouTube spremljam avte, SuperCars in game, (9) ker je zanimivo. (10)

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Dosti je photoshopa, stvari so narejene tako, da te pritegnejo, pa potem to sploh ni res, veliko je clickbaitov. (11)

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Po občutku. Ko vidiš, kako resnično slikco, se naučiš ločit med realnimi in photoshopom. (12)

8. Se o pristnostih katerih vsebin še posebej sprašuješ?

Odvisno. Če je res top top, je že malo neverjetno, da je to res, ker ne more bit tok lepo. (13)

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Ne. (14)

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Objavim kakšne fotke, ki lepo pridejo, da mi res uspe lepo narest.(15) Drugače pa ne objavljam dosti, bolj spremljam. Če pa že, mora bit pa res huda fotka.

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Ne. (16)

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Če je tvoj namen, da dobiš veliko followerjev, objavljaš tisto, kar bo pritegnilo gledalce.(17) Jaz osebno pa objavim za foro, kar mi rata narest. (18)

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Lepo je, kadar nekdo lajka sliko.(19) Dosti je pa ljudi, ki kupijo lajke, da nekdo vidi, a je popularen in s tem dobijo followerje. Dosti je aplikacij, ki plačaš, da ti potem aplikacija nabije lajke. (20) Pokomentiram samo če je res dobra objava, da mi pade v oči. Ali pa če kakšen prijatelj kakšno objavo objavi, ki je meni tako »similar« in potem komentiram, da asociiram z njim. (21)

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

Meni osebno je dosti vseeno. Sem dobil že dosti lajkov, pa se nisem nič hvalil s tem. (22) V živo je pa še boljše, da ti nekdo kaj reče, kot da ti samo lajka. Ker se ful bolj počutiš, veš, da te spremlja, se zaveš, da je tvoj prijatelj in ima interes zate. (23)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Odvisno, kaj mi najbolj pade v oči. Če je več dobrih slik, izbereš najboljšo pa daš gor. (24) Sem odstranil stare objave, ker sem bil še mulc in sem kar nekaj objavil. (25) Včasih je bil popularen ta Facebook gaming in so bile fore, da če to deliš naprej, boš dobil toliko denarja in je bilo polno tega pa sem to pobrisal, ker ni bilo več pomembno in čudno mi je bilo, kaj sem to objavljal.

Opredelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

Kako te drugi ljudje vidijo, kako vidijo tvoj karakter, tvoja dejanja, tvoj način pogovarjanja z njimi. (26)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Zabaven, prijazen, pripravljen pomagat. (27) To.

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Slab, ker recimo če se mi ne da učit, brskam po telefonu. In spet pogledam knjigo in se mi ne da več in spet telefon.(28) Osebno se nikdar nisem znal učit in če mi neki ne gre v glavo, se hitro naveličam tega in mi je zato dolgčas in potem grem na telefon, ker si s tem krajšam čas. Dobro je to, ker se da služiti s socialnimi omrežji.(29) Zame je tudi dobro, ker sem v stiku s prijatelji, ki živijo daleč stran ali pa so v drugi državi, s katerimi se drugače ne bi mogel pisat.(30)

19. Je še kaj v zvezi s socialnimi omrežji, kar nisi imel možnosti povedat, pa bi rad izpostavil?

Veliko je fake accountov, kjer se delajo, da je nekdo drug. So tudi taki accounti, da ljudi zvabijo nekam, pa ni tisto, kar pričakuješ, da bo. (31) Jaz na to še nisem naletel.

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 19

spol: moški

šola: Srednja poklicna in strokovna šola Bežigrad (tehnika mehatronike)

domači kraj: Kozarišče

IZVEDBA INTERVJUJA

čas: 11. 2. 2020, 14.40 – 15.05

kraj: Ljubljana

INTERVJU J

1. Katera socialna omrežja uporabljaš? Zakaj prav ta?

Uporabljam Snapchat, Facebook, Instagram, YouTube. (1) Ker jih je največ gor, več prijateljev imaš gor, k se že z njimi družiš in jih tam kontaktiraš, se pogovarjaš. (2)

2. Kako pogosto jih uporabljaš?

Vsak dan, (3) 2 uri, (4) se trudim da čim manj. (5)

3. Kaj bi rekel/rekla, da so prednosti/slabosti le teh?

Prednosti, da se hitreje kaj dogovoriš, kaj daš gor. (6) Slabosti so pa odvisnost, kar opažam pri sebi in na splošno. Kadar imam čas pogledam gor. (7)

Sledenje vsebinam na socialnih omrežjih

4. Katerim vsebine ali ljudje te pritegnejo na socialnih omrežjih?

Večinoma na Instagramu gledam kaj v zvezi z mojim poklicem, da sami izdelujejo kaj iz lesa. Sledim prijateljem, (8) drugo nič tok.

5. Kaj te pri tem najbolj pritegne? Zakaj?

Mora biti zanimivo na pogled, izdelava izdelka – ali je zapleteno ali ne, rad imam, da je bolj zapleteno, da raziskuješ. (9)

Kritičnost do vsebin na socialnih omrežjih

6. Kako pristni (resnični, iskreni) se ti zdijo vsebine (objave, komentarji, fotografije) na socialnih omrežjih?

Če poznaš kakšnega, veš, da ni resnično, ker se kakšni želijo izpostavljati, pa dajo kar neki gor, kar sploh ni res. Pri tistih, ki jih pa ne poznam, pa ne vem. (10)

7. Po čem sklepaš, da so objave pristne ali nepristne?

Odvisno kok je možnosti, da je to res. Če slika, kje je bil, pa greš pod njegov profil, kje je že kaj bil, pa potem sklepaš, ali je to res. (11)

8. Se o pristnostih katerih vsebin še posebej sprašuješ?

Če vidim kakšno objavo od prijateljev. Če je kje bil, se sprašujem, kako lahko on toliko potuje. (12)

9. Te je kdaj kakšna objava, komentar, fotografija prizadela?

Že večkrat. (13) Ko se kaj izživljajo nad kakšnim, komentarji so tudi grozni, vidiš vsak dan. Ljudje ne komentirajo to meni, ampak ko vidiš druge. Ali pa kakšne objave medijev pa komentarje spodaj, kakšne pišejo. (14) Objave drugih pa ne vem ... kakšni imajo res čudne. Pišejo kaj konkretno iz svojega življenja, pa to sploh nobenega ne zanima. Kakšni starejši ljudje, ki ne vejo, za kaj se gre, pa kar objavljajo. (15)

Objavljanje na socialnih omrežjih

10. Ali objavljaš kaj na svojem profilu na socialnih omrežjih? Kaj in zakaj prav to?

Ja, slike z morja ali kakšnih dogodkov. Objavil sem nekaj, da sem imel profilno sliko na Facebooku. Na Instagramu pa kakšne fotke s punco. (16)

11. Ali si kdaj objavil/-a kaj, kar ni povsem resnično? Kaj in zakaj?

Ne. (17)

12. Kaj vse misliš, da oblikuje tvojo idejo, kakšen profil želiš imeti?

Najprej mora biti zanimivo meni, pa pogledaš, če sploh paše to na omrežje, če bo drugim zanimivo in všeč. (18)

13. Kako pomembno se ti zdi izražanje na socialnih omrežjih?

Komentiranje ni ravno pomembno, ne rabiš vsega komentirat. Lajkaš pa neki, kar ti je res všeč, kar bi rad še več videl. (19) Ne zdi pa se mi pomembno. (20)

14. Kakšni so odzivi drugih na tvoje objave? Kako pomembni so ti odzivi?

V živo ni odzivov, pa tudi na omrežju, ker nimam toliko prijateljev. (21) Tudi če dobim kak lajk, pogledam, kdo je lajkal. Ni pa to pomembno. (22)

15. Kako narediš selekcijo objav? Se ti je že kdaj zgodilo, da si objavo izbrisal/a? Zakaj?

Spontano, če kaj vidim, slikam, pa potem, ko imam čas, se odločim, ali dam gor ali ne. Če je npr. meni zanimivo, da res moram dat gor. (23) Npr. če greš kam peš, pa je lep razgled. Kakšne lepote, da je res lepo za videti.

Ja, ko sem bil mlajši, sem kar nekaj objavljajl gor. Ko sem videl, kaj sem objavljajl, sem zbrisal. Bedno se mi je zdelo. (24)

Opredelitev lastne samopodobe

16. Poznaš pojem »samopodoba«? Kako ga razumeš?

Da si sam sebi všeč do neke mere, da nisi samovšečen, da ne pretiravaš z izgledom, obnašanjem, oblačenjem. Pa tko da nisi zamorjen, sam vase zaprt. (25)

17. Kako bi opisal/-a sebe?

Zabaven, rad poslušam druge, deloven, kadar se mi da tudi priden, iznajdljiv, rad delam to, kar se učim. (26)

Vpliv socialnih omrežji na lastno samopodobo

18. Kako po tvojem mnenju socialna omrežja vplivajo nate? Zakaj?

Če dolgo uporabljam, potem zmerom dalj uporabljam. Zdaj se trudim, da čim manj. (27) Zato da delam kaj drugega še, pa tudi za psihično zdravje ni ok, pa tudi fizično. Treba se je gibat, športat.

(28) Socialna omrežja not potegnejo, da druge stvari pozabiš. Razne objave so zanimive in potem vedno več gledaš. (29) Dobro je, ker na Instagramu dobim kake ideje za izdelke. (30)

DEMOGRAFSKI PODATKI:

starost: 18

spol: m

šola: Srednja lesarska šola Ljubljana (tehnika PTI)

domači kraj: Horjul

IZVEDBA INTERVJUJA

čas: 6. 3. 2020, 14.20 – 14.45

kraj: Ljubljana

8. 4 Odprto kodiranje

INTERVJU A

Številka izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
A1	Instagram pa YouTube, tudi Facebook in Snapchat,	Instagram, YouTube, Facebook, Snapchat	Opredelitev	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
A2	Snapchat imam samo zaradi slik.	Uporaba Snapchata zaradi slik	Slike	Namen uporabe	Socialna omrežja
A3	Največ Instagram, ker se mi zdi, da so vse to, kar je bilo razdeljeno, združili v Instagram	Instagram združuje vse, kar je bilo razdeljeno	Celostnost	Razlogi uporabe	Socialna omrežja
A4	in to največ ljudi uporablja,	Največ ljudi uporablja Instagram	Popularnost	Razlogi uporabe	Socialna omrežja
A5	YouTube pa ker me sprošča, da gledam posnetke, ki jih imam rada in je varen kraj.	Sprostitev ob gledanju YouTube posnetkov YouTube je varen kraj	Sprostitev	Razlogi uporabe	Socialna omrežja
A6	Vsak dan, približno 2 do 3 ure,	Vsakodnevna uporaba, 2 do 3 ure	Opredelitev	Pogostost uporabe	Socialna omrežja

A7	Nimaš občutka, ko si gor.	Izguba občutka za čas, preživet na socialnih omrežjih	Posledica	Pogostost uporabe	Socialna omrežja
A8	zasfrustrirani, kaj je popularno,	Frustracija zaradi popularnosti	Popularnost	Slabost	Socialna omrežja
A9	da se probamo zgledovati po nekem idealu in nas potem to omeji na nek način. Ker probamo biti podobni temu, kake podatke vidimo na socialnih omrežjih.	Zgledovanje po idealu na socialnih omrežjih, kar omejuje.	Zgledovanje	Slabost	Socialna omrežja
A10	dobiš neke podatke kadarkoli,	Dobiti podatke kadarkoli.	Priročnost.	Prednost	Socialna omrežja
A11	ne rabiš iskati pisnih virov,	Ni treba iskati pisnih virov.	Priročnost.	Prednost	Socialna omrežja
A12	imaš vse na telefonu.	Vse je na telefonu.	Priročnost.	Prednost	Socialna omrežja
A13	Kaki zvezdniki, ki jih spremljam ali stvari, ki so povezani s hobiji oz. interesi.	Zvezdniki. Vsebine, povezane s hobiji in zanimanji.	Opredelitev	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
A14	domačo žival, imaš po navadi dodane mačje strani, če si za šport, imaš športnike, ki kažejo vaje.	Domače živali. Šport.	Opredelitev	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
A15	Pritegnejo me profili, ki imajo zanimiv »feed.«	Profili z zanimivo vsebino.	Opredelitev	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
A16	Sledim Shaneu Dawsonu, ki ima kakšne teorije zarote ali pa raziskuje paranormalne zadeve.	Teorije zarote. Paranormalni pojavi.	Opredelitev	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
A17	Spremljam kak make up npr. Jeffree Star in še kakšne druge tutoriale, ki »lišpajo.«	Učenje ličenja.	Opredelitev	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
A18	»Feed« mora biti zanimiv, slikovit, da ima oseba zanimivo življenje ali pa da ima estetsko lepe slike, ni treba, da je prav kakšna zgodba zadaj. Samo, da lepo zgleda.	Zanimivost. Slikovitost. Predstavitev zanimivega življenja. Estetika.	Razlogi za spremljanje	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
A19	Če nekoga spremljam, pa ima kakšno prodajo, me to pritegne,	Prodaja.	Razlogi za spremljanje	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
A20	Jaz mislim, da je vsem pomembno, da se pokažejo v najboljši luči. V 90 % pa verjetno ni njihovo življenje takšno, kot se kaže na Instagramu.	Prikaz v najboljši luči. Nerealni prikaz življenja na Instagramu.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja

A21	To vem tudi iz osebnih izkušenj, ker skušam dat gor najlepšo fotko, al pa tako da zgleda, da sem ne vem, kje.	Objava najlepše slike. Objava slike, da izgleda nekaj posebnega.	Opredelitev	Objavljanje	Socialna omrežja
A22	preurejamo stvari, da potem vsi mislijo, kako je lepo.	Preurejanje, da ljudje mislijo, kako je lepo.	Preurejanje	Objavljanje	Socialna omrežja
A23	Ne zdi se mi tako pristno od kogarkoli, ker se radi čim boljše prikazujemo.	Ni pristnosti zaradi želje po čim boljšem prikazovanju.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
A24	Fake se zdi takrat, ko je preveč lepo, temu potem ne verjamem.	Če je prelepo, temu ne verjamem.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
A25	Ja, ko ima nekdo cel feed tak, kot da celo življenje samo potuje in mu je lepo.	Objavljanje samo vsebin s potovanj in lepih trenutkov.	Dvom o pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
A26	Tudi če si zvezdnik in imaš ful denarja... tudi oni se nimajo ves čas fajn. Se mi ne zdi realno, da je vsaka fotka, ki jo objaviš, tvoj vsak dan – da se imaš tako lepo, pa da si vsak dan v neki drugi državi.	Vsaka objavljena slika ne prikazuje realno vsakdan, tudi če si zvezdnik in bogat.	Dvom o pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
A27	Eno punco imam dodano, ki se ful samopoškoduje. In objavi sliko, ko se je slikala od gor, in se vidijo roke pa rame. In me to prizadene, ko vidim, kakšne rane ima.	Prizadetost ob slikah dekleta, na kateri se vidijo rane kot posledica samopoškodovanja.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
A28	Več ali manj sebe, pa domače živali in kakšne koncerte.	Sebe. Domače živali. Koncerti.	Opredelitev	Objavljanje	Socialna omrežja
A29	Ker se mi zdi, da je to še najbolj zanimivo.	Zanimivost.	Razlogi za objavo	Objavljanje	Socialna omrežja
A30	Drugo bi bilo bolj bedno, npr. če bi slikala samo naravo.	Nezanimivo, če je samo narava.	Razlogi za objavo	Objavljanje	Socialna omrežja
A31	Ne bi bilo tako zanimivo, kot če si ti gor, ker je tvoj profil.	Zanimivo, če si ti na slikah, ker je tvoj profil.	Razlogi za objavo	Objavljanje	Socialna omrežja
A32	Morje bi morda še slikala ali pa kakšno jed. Objavljam še zanimive stavbe ali slike kipov,	Morje. Jed. Stavbe. Kipi.	Opredelitev	Objavljanje	Socialna omrežja
A33	zanimivo, zdi se mi atraktivno, pa tudi zato, da se vidi, kje sem bila.	Atraktivnost. Da pokažem, kje sem bila.	Razlogi za objavo	Objavljanje	Socialna omrežja

A34	slikam kake predmete in to, lahko na Instagramu z efekti narediš še bolj atraktivno.	Z efekti preurediš sliko, da je bolj atraktivna.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
A35	Priznam pa tudi, da na sebi kaj spremenim, da si smootham oz. kako bi rekla ... zmehčam kožo ali pa kake nepravilnosti popravim.	Preurejanje svojih slik, da se odpravijo nepravilnosti.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
A36	Še vseeno si tako bolj zadovoljen, čeprav nisi to čisto ti.	Zadovoljstvo, tudi če ni povsem resnična slika.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
A37	Včasih sem se ful »sekirala,« kaj bi naredila, da bi bilo drugim všeč.	Skrb, kaj bi bilo drugim všeč.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
A38	Zdaj pa gledam, kaj je meni všeč in kako zgleda – da je meni všeč.	Pomembno, kaj je meni všeč.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
A39	Problem je tudi to, da imajo nekateri nerealne »feede« in to vpliva na to, da posnemajo.	Nerealne vsebine, ki jih posnemajo.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
A40	Ne zdi se mi pomembno, ker ne rabi vsak vedet, kaj delaš in kje si.	Nepomembno, ker ni treba vsakemu vedeti informacije o tebi.	Pomembnost izražanja	Objavljanje	Socialna omrežja
A41	Od bližnjih dobim »like« in komentarje, ali pa kakšna znanka pusti lepo misel.	Všečki. Komentarji.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
A42	Komentarji mi niso tako pomembni.	Nepomembnost komentarjev.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
A43	Bolj »lajki,« ker vidim, da če je toliko ljudem to všeč, potem vem, da je ta slika res dobra.	Všečki so pomembni, ker po tem vem, da je slika dobra.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
A44	Ampak če je meni všeč, pa vseeno ni toliko lajkov, jo bom vseeno pustila, samo spraševala se bom, zakaj jim ni tako všeč.	Če ni veliko všečkov, se sprašujem, zakaj ljudem slika ni tako všeč.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
A45	Včasih sem delala tako, da so bile slike barvno usklajene.	Objavljanje, da so bile slike barvno usklajene.	Izbor	Objavljanje	Socialna omrežja
A46	objavim glede na to, kaj mi je všeč.	Pogoj je, da mi je všeč.	Izbor	Objavljanje	Socialna omrežja
A47	Za selfije pa sama naredim nek ožji krog, potem pa pošljem prijateljicam pa mi pomagajo.	Ožji izbor sebkov, pomoč prijateljic pri izboru.	Izbor	Objavljanje	Socialna omrežja
A48	Če mi ni več všeč, npr. če je stara,	Brisanje slik, ki mi niso več všeč.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja
A49	Ni pa tako, da bi jo zbrisala, ker ne bi dobila dovolj »lajkov.«	Ne brišem slik, ker ne bi bilo dovolj všečkov.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja

A50	Kako se sam dojemaš, kako sam sebe vidiš in kako si misliš o sebi	Dojemanje sebe. Kako se sam vidiš. Mnenje o sebi.		Opredelitev pojma	Samopodoba
A51	Na prvi vtis sem tiha in mirna, samo poslušam,	Tiha in mirna na prvi vtis.	Kako se sam vidim	Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
A52	mislijo da sem sramežljiva	Mislijo, da sem sramežljiva.	Kako mislim, da me drugi vidijo	Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
A53	Če pa sprejem osebo, pa sem najbolj za fore in glasna.	Če sprejem osebo, sem za šale in glasna.	Kako se sam vidim	Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
A54	Zdaj pa je to firbcanje drugih ljudi,	Spremljanje drugih ljudi.		Sledenje drugim	Vpliv socialnih omrežij
A55	Je krajšanje časa in dvig ega, ko ti nekdo kaj napiše.	Kratkočasenje. Dobro počutje ob prejemu sporočila.		Počutje	Vpliv socialnih omrežij
A56	Včasih se zgodi, da se primerjam, da si želim, da bi bila tudi jaz tako,	Primerjanje z drugimi. Želja, da bi bila enaka v nečem.		Primerjanje	Vpliv socialnih omrežij
A57	se tolažim s tem, da je verjetno kaj, česar oni ne morejo imeti ali pa, da je to samo za sliko.	Tolažba, da česa drugega ne morejo imeti. Tolažba, da je to samo za sliko.		Zmanjševanje negativnega vpliva	Vpliv socialnih omrežij
A58	Na socialnih omrežjih se ves čas nekaj dogaja in ni nikoli dolgčas.	Ves čas se nekaj dogaja. Ni dolgčasa.		Kratkočasje	Vpliv socialnih omrežij
A59	Ko ti je dolgčas, ne greš ven, ampak greš na telefon, ker je lažje, sproščujoče, vedno je nekaj novega. Ljudi imaš gor, ki jih poznaš in pogledaš, kaj delajo.	Ob dolgčasu uporaba telefona (socialnih omrežij) namesto preživljanja časa zunaj.		Kratkočasje	Vpliv socialnih omrežij
A60	Ni vse tako kot se zdi.		Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja

INTERVJU B

Številka izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
B1	Trenutno uporabljam Twitter in Instagram, YouTube.	Twitter. Instagram. YouTube.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B2	V preteklosti sem pa Divian Art, ki je večinoma za umetnike,	Divian Art.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B3	Zdaj YouTube uporabljam samo za gledanje, včasih sem pa prav za interakcijo z ljudmi,	YouTube za gledanje videoposnetkov in interakcijo z ljudmi.	Namen uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B4	Facebooka ne uporabljam, imam ga samo zaradi Messengerja, da si pišem z ljudmi,	Uporaba Facebooka za pogovor preko Messengerja.	Namen uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B5	Na Twitterju najdem stvari, ki so mi smešne in zanimive,	Uporaba Twitterja za smešne in zanimive stvari.	Namen uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B6	sledim velik umetnikom in tako najdem dobre risbe, ki so mi za inspiracijo.	Sledenje umetnikom, katerih slike služijo za inspiracijo.	Namen uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B7	Tudi prijatelji, ki niso iz Slovenije, so aktivni na Twitterju in se tam povežemo.	Povezovanje s prijatelji iz tujine.	Namen uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B8	Instagram pa je tudi večinoma zato, da vidim, kaj počnejo ljudje, ki jih poznam.	Sledenje, kaj ljudje delajo.	Namen uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B9	Instagram mi je dober tudi zato, ker če kdaj koga srečam, pa vem, da z njimi ne bom mogla biti v rednih stikih, si lahko sledimo tam	Sledenje ljudem, s katerimi niso možni redni stiki.	Namen uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B10	se je tudi lažje pogovarjati, pa še vidiš, kaj počnejo. Recimo, dajo kaj na story, pa odgovoriš in tako se začne pogovor. In tako je večja možnost, da naravno steče. (	Objavljena vsebina kot pomoč za pogovor.	Namen uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B11	Vsak dan.	Vsakodnevno.	Pogostost uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B12	Bi rekla, da dve uri na dan.	Dve uri na dan.	Pogostost uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B13	Prednosti so to, da najdem umetnike, zanimive stvari.	Sledenje umetnikom.	Umetnost	Prednosti	Socialna omrežja
B14	se počutim povezano z ljudmi, ki jih poznam.	Občutek povezanosti z znanimi ljudmi.	Povezanost	Prednosti	Socialna omrežja

B15	Na Twitterju je slabost to, ker veliko ljudem slediš, da pogosto pride kak tweet od koga, ki ga ne poznam.	Prikaz vsebine od nepoznatih ljudi.	Nerelevantna vsebina	Slabosti	Socialna omrežja
B16	sem res začela iskat slabe stvari na ljudeh, in da potem ne smem govorit s to osebo, ker sem potem tudi jaz slaba.	Obsojanje.	Obsojanje.	Slabosti	Socialna omrežja
B17	Pri Instagramu se pogosto primerjam z drugimi.	Primerjanje na Instagramu.	Primerjanje.	Slabosti	Socialna omrežja
B18	kaj moji vrstniki, ki jih poznam, počnejo, to je bilo res stresno na začetku.	Začetni stres zaradi primerjanja.	Primerjanje.	Slabosti	Socialna omrežja
B19	je dobro, če se spomnim, da vsak človek daje nekaj na socialno omrežje, ampak ne moreš vedeti, kakšno življenje ima za tem.	Zavedanje, da ima oseba drugačno življenje kot objavlja.		Zmanjševanje negativnega vpliva	Socialna omrežja
B20	je slabost to, da zlahka zapravljam čas, kar naenkrat mine 20 minut, pa se moram učiti.	Uporaba socialnih omrežij namesto učenja.	Zapavljanje časa	Slabosti	Socialna omrežja
B21	umetniki, včasih pa se pojavi oseba, ki daje zanimive ali smešne stvari.	Umetniki. Osebe, ki objavljajo zanimivosti in smešne stvari.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
B22	tistim, ki jih poznam oz. spoznam, mi dajo Instagram pa jih tam »followam.«	Znanci.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
B23	Pri socialnih omrežjih je zanimivo to, da je toliko vsebine, ki jo ljudje dajo, neskončno vsega, tako da te pravzaprav lahko »skos« zabava,	Neskončna zabava.	Razlog za spremljanje	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
B24	vedno najdeš nekaj novega,	Novosti.	Razlog za spremljanje	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
B25	Še posebej na Instagramu se zavedam, da ljudje dajo gor najboljše verzije sebe. Je iskreno, ampak v temu smislu, da je najboljše kar sem.	Prikazovanje najboljše verzije sebe, kar je iskreno.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
B26	Twitter pa ne vem, ker večini ljudi sledim zaradi vsebine, ne toliko zaradi osebnosti, tako da ne pomislim, ali je to pristno.	Ni razmisleka o pristnosti.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
B27	če nekdo napiše neko dejstvo, ali članek, še ne pomeni, da je res.	Nezaupanje vsaki vsebini.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
B28	Še posebej če osebo npr. sošolko poznam, jo srečam vsak dan, pa potem objavi kako sliko na Instagramu, kjer je čist lepa, pa make up, pa obleka, vse perfect ... vem, da takšna ne zgleda vsak dan.	Poznana oseba objavi siko, kjer je bolj urejena kot v vsak danu.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
B29	Sledim tudi eni igralki, kjer se vidi, da za vsako sliko jo slikajo profesionalci.	Opazanje, da igralko slikajo strokovnjaki.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja

B30	Ne bi rekla, ker ko gledam socialna omrežja, za vsako sliko, tweet, porabim eno sekundo in grem naprej, toliko je tega, da večino stvari ne opaziš.	Ni dvoma zaradi neposvečanja vsebini.	Dvom o pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
B31	Na Twitterju so ponavadi kakšna kontroverzna mnenja in včasih se mi res zdi čisto glupo, kaj ljudje rečejo,	Kontroverzna mnenja.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
B32	se spomnim mentalitete Twitterja, da če se ne strinjam, sem jaz objektivno slaba oseba, in se počutim malo slabo v sebi, je kaj narobe z mano, imam jaz narobe.	Slab občutek ob nestrinjanju z vsebino.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
B33	Na Instagramu pa na začetku, ko sem videla, kako so vse moje sošolke lepe tam in sem bila malo pod stresom.	Stres zaradi primerjanja z lepimi slikami sošolok.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
B34	Mojim prijateljicam se je zgodilo, da je ena prijateljica ves čas snemala in objavila na Story, ampak jih ni vprašala, če jim je to cool ali ne. Mojim sošolkam to pogosto ni bilo všeč,	Objava posnetkov brez dovoljenj.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
B35	Na Twitterju objavljam samo risbice, ki jih delam, tako da je bolj profesionalen. Enako tudi na javnem profilu Instagrama, nobenih slik sebe.	Objava risb. Neobjava sebe.		Objavljanje	Socialna omrežja
B36	Ni mi udobno dajat slike sebe čisto direkt v javnost,	Nelagodje objavljanja slik sebe v javnost.		Objavljanje	Socialna omrežja
B37	mi je pa všeč to, kar rišem, tako da raje to dajem. Po drugi strani pa bi rada začela služiti denar in tako me na socialnih omrežjih lažje najde in mi piše, če bi kaj naredila.	Objavljanje risb za morebitno služenje denarja, prepoznavnost in dostopnost.	Razlog za objavo	Objavljanje	Socialna omrežja
B38	Drugi profil na Instagramu pa je namenjen meni. Tja gor dajem različne stvari, včasih slike sebe, večinoma svojo mačko, ker jo imam zelo rada ali pa kakšne smešne stvari.	Slike sebe. Slike mačke. Smešne stvari.		Objavljanje	Socialna omrežja
B39	da sprejemam samo ljudi, ki jih vsaj malo poznam. Ali pa če je npr. sošolec od moje sestre, pa ga nisem nikoli spoznala, sprejemam, ker zaupam sestri, da je ta oseba cool. Če pa ne poznam, pa ne sprejemam.	Sprejemanje ljudi, ki so vsaj malo znani ali pa so znani osebi, ki ji zaupam.	Merilo sprejemanja spletnih prijateljstev	Prijatelji	Socialna omrežja
B40	Kakor se spomnim, se ni zgodilo.	Neobjavljanje neresničnih stvari.	Resničnost objav	Objavljanje	Socialna omrežja
B41	Pri javnih, mi recimo oči sledi in potem ne dajem nič takšnega, kar očiju ne bo všeč ali se mu bo zdelo neprimerno.	Neobjavljanje česa, kar ne bi bilo všeč staršem.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja

B42	Na zasebnem pa tudi ne dajem stvari, ki je meni neprijetno, da jih dajem v javnost, npr. da preveč govorim o svojih čustvih ali karkoli preveč osebnega.	Neobjavljanje neprijetnih stvari, čustev in osebnih stvari.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
B43	Mislim, da je Instagram dober, da se povežeš.	Povezovanje.	Povezanost	Prednosti	Socialna omrežja
B44	Poznam veliko ljudi, ki svoj profil uporabljajo kot umetniško izražanje, medtem ko drugi za to, da dokumentirajo svoje življenje.	Uporaba profila za umetniško izražanje in dokumentiranje svojega življenja.	Namen uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B45	Tudi če si najstnik, lahko preživiš brez socialnega omrežja. Ima pa to nedvomno velik vpliv na nas,			Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
B46	Mislim, da so omrežja pomembna in uporabna.	Pomembna in uporabna.	Pomembnost	Objavljanje	Socialna omrežja
B47	Online so samo lajki, kar gre mimo mene.	Všečki, ki niso pomembni.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
B48	V živo pa mi prijateljice pogosto rečejo, da jim je všeč, kako rišem. Tudi z zasebnega, recimo je veliko ljudi prišlo do mene in so mi rekli, da so jim zelo všeč moji storyji in zabavni. Npr. ena sošolka je rekla, da so ji polepšali poletje.	Pohvala objav v živo.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
B49	V živo mi je zelo fajn slišati odziv, si vedno zapomnim, kdo mi je kaj rekel.	Pomembni odzivi v živo.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
B50	Like zelo hitro pozabim.	Pozabljanje všečkov.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
B51	Komentarje si zelo zapomnim, ker jih ne dobim tako pogosto.	Pomnenje komentarjev zaradi redkosti.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
B52	Kar rišem gre veliko ur za eno risbo in jo vedno objavim.	Objava vsake risbe, ker vzame veliko časa.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
B53	Sebe javno ne objavljam.	Neobjavljanje sebe v javnosti.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
B54	Na zasebnem pa se odločam za tisto, kjer dobro zgledam ali pa slike, ki so mi všeč in jih dam več skupaj.	Dober izgled. Všečnost slike.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
B55	Imela sem simpatijo, ki sem ga poznala samo preko Instagram, in sem mislila, da bo sledil moj zasebni profil. Teden pred tem pa sem naredila en strip o tem, kako je če imaš simpatijo, pa me je zaskrbelo, da bo kaj posumil, zato sem potem to zbrisala.	Brisanje slike zaradi skrivanja čustev.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja

B56	Zame je samopodoba, kakšno mnenje imaš o sebi, kakšen odnos imaš s svojim telesom in tudi s svojo osebnostjo.	Mnenje o sebi. Odnos s svojim telesom in osebnostjo.		Opredelitev pojma	Samopodoba
B57	Zame sta samozavest in samopodoba zelo različni stvari. Imaš ljudi, ki se zdijo zelo samozavestni, pa se slabo počutijo v sebi, ali imaš pa take, ki so tihi pa se držijo zase, pa so pravzaprav zelo zadovoljni s sabo.	Samozavestna oseba se lahko počuti slabo. Tiha in umaknjena oseba je lahko zadovoljna sama s seboj.	Razlikovanje med samozavestjo in samopodobo	Opredelitev pojma	Samopodoba
B58	Mislim, da samopodoba obsega več področij – telo, osebnost, zmožnosti.	Samopodoba obsega telo, osebnost in zmožnosti.		Opredelitev pojma	Samopodoba
B59	Včasih sem se opisovala kot pisateljica, ker sem bila zelo povezana s svojimi zgodbami.	Pisateljica.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
B60	Zdaj pa nekaj mesecev ne več, tako da imam identity crisis.	Identitetna kriza.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
B61	Rekla bi, da sem zelo ustvarjalna, rada imam fikijske like, ki jih ustvarjam, sem bolj socialna, kakor mislim, da sem. Mislim, da je tudi CPM del moje identitete, ker je takšna skupnost, ki jo iščem že celo življenje.	Ustvarjalna, rada imam fikijske like, socialna, CPM je del moje identitete.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
B62	Je oblikovalo moj smisel za humor.	Oblikovanje smisla za humor	Oblikovanje okusa	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
B63	Kar veliko časa preživim na socialnih omrežjih.	Veliko časa preživetega na socialnih omrežjih.	Čas	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
B64	Pri Twitterju je bil negativen vpliv, da sem bila kritična do vseh.	Obsojanje.	Oblikovanje mnenja	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
B65	Primerjanje je bilo res samo na začetku, ker je bilo zame nekaj čisto novega in sem takoj dobila občutek, da moram biti takšna kot moji vrstniki, ki jih poznam, pa nisem.	Primerjanje na začetku uporabe. Občutek potrebe po enakosti z vrstniki.	Primerjanje	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
B66	Opažam, da ko mi je nekdo všeč, pa ima oseba socialno omrežje, lahko zelo hitro sklepam, kaj ti njihovi posti pomenijo, ali je kakšna zgodba za tem, ali ima kakšno povezavo z mano.	Sklepanje o pomenu objavljenih vsebin.	Oblikovanje mnenja	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
B67	Socialno omrežje tako vpliva na moje mnenje o osebi, ki mi je všeč.	Vpliv na mnenje o simpatiji.	Oblikovanje mnenja	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja

B68	Imam občutek, da nimam časa za nič, pa eno uro preživim na telefonu.	Občutek, da je premalo časa zaradi časa, preživetega na telefonu.	Čas	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
B69	Če ne bi imela socialnih omrežij, bi mi hitreje postalo dolgčas in bi šla kaj počet, ker to je samo zato, ker mi je udobno v postelji in se kratkočasim.	Uporaba socialnih omrežij zaradi udobja in kratkočasenja, zaradi česar ni drugih aktivnosti.	Kratkočasje	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
B70	Rada berem, ampak pogosto raje gledam telefon kot berem, ker mislim, da rabiš manj energije vložiti, da bereš Twitter kot pa zgodbo.	Ljubša in lažje uporaba telefona kot branje.	Priročnost	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja

INTERVJU C

Št. izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
C1	Največ Instagram, Snapchat	Instagram. Snapchat.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
C2	Facebooka ne odprem skoraj nikoli, razen za plesno skupino, ker je lažja organizacija tam.	Uporaba Facebooka za lažjo organizacijo plesne skupine.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
C3	Instagram je estetsko narejen, zelo lepo stvari zgledajo gor, veliko stvari se dogaja gor.	Estetika. Veliko dogajanja.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
C4	Snapchat je bil pa nekaj novega, ker si se dejansko samo pogovarjal, pa si dal stvari na Storyje, ni pa tako kot Facebook, ko si dejansko samo scrollal.	Uporaba Snapchata, ker je bil nekaj novega, za pogovor in objava kratkih videoposnetkov.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
C5	Facebook in Snapchat zelo malo, samo toliko, kolikor je nujno.	Uporaba Facebooka in Snapchat samo za nujnosti.	Pogostost uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
C6	Instagram pa vsak dan, med šolo odprem dva krat ali tri krat, doma pa velikokrat, skupno je po moje uro in pol,	Vsakodnevna uporaba Instagrama, skupno 1,5 ure.	Pogostost uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
C7	YouTube pa še eno uro.	Uporaba YouTubea eno uro.	Pogostost uporabe	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
C8	Prednost je, ker te stvari spravijo v dobro volje, ko kaj lepega vidiš pa si potem vesel.	Vsebina razveseli.	Vpliv na razpoloženje	Prednosti	Socialna omrežja

C9	Kaj je pa lahko tudi že prelepo oz. npr. vidiš kakšne punce, ki imajo res top postavo in potem vidiš, da ti nisi čist tak in ni prijetno, to primerjanje.	Doživljanje neprijetnih občutkov ob primerjanju.	Vpliv na razpoloženje	Slabosti	Socialna omrežja
C10	Pa verjetno je kaj tudi narejeno s photoshopom in je to tudi slabost.	Obdelava slik.	Obdelava	Slabosti	Socialna omrežja
C11	YouTubeova slabost bi bila ta potrata časa, tam so daljši videi kot na Instagramu,	Potrata časa.	Zapravljanje časa	Slabosti	Socialna omrežja
C12	YouTube se mi ne zdi, da bi tako vzbujal slabo vest, ker nisi takšna kot tista punca.	YouTube ne vzbuja slabe vesti ob primerjanju.	Vpliv na razpoloženje	Prednosti	Socialna omrežja
C13	Mene najbolj privlači kozmetika, gledam nohte in make up. Pa fitnes trenerke oz. ljudje, ki se ukvarjajo s športom oz. ki imajo te »fitnes postave,« gledam, kakšne so.	Kozmetika. Nohti. Ličenje. Fitnes. Fitnes postave.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
C14	YouTube gledam study hacks, study with me, ki sicer traja 2 uri	Triki za učenje. Video za skupno učenje.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
C15	Ker sem na veterini, me pritegnejo tudi živali.	Živali.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
C16	Estetika, da je res tako vse lepo.	Estetika.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
C17	Na YouTube pa recimo pri teh vlogerjih, ki delajo vloge čez cel dan, pa se snemajo, koliko se učijo, koliko drugih stvari, pa potem vidiš, koliko naredijo v enem dnevu,	Spremljanje vsakdana	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
C18	se malo slabše počutiš, ker manj narediš. Ker vidiš, koliko je ona sposobna, pa zakaj jaz tega ne morem.	Slabo počutje zaradi manjše produktivnosti. Občutek manjše sposobnosti.		Počutje	Vpliv socialnih omrežij
C19	Pri fitneserkah mi je všeč takšna postava, tak način življenja, da se vsak dan ukvarjamo s športom.	Postava. Športen način življenja.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
C20	Kot sem rekla, nikoli ne more zgledati tako lepo.	Nemožen tako lep izgled.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
C21	ni vse čist resnično.	Neresničnost vseh vsebin.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
C22	Če ima kakšna fitneserka tako popolno postavo, da ne bi mogla imeti lepše, malo podvomim, da tako dobre in genetike in vsega pa tudi ne more imet.	Dvom o resničnosti popolnih postav.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja

C23	Če je preveč lepo, se mi ne zdi čist resnično	Dvom o resničnosti, če je prelepo.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
C24	O make upu, kjer se snema ves proces in vidim vsak njen korak, manj dvomim. In vidim, da je to dejansko res naredila. Čeprav tudi tukaj se me verjetno da kaj obrnit.	Pristno zaradi prikazanega procesa.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
C25	V fitnesu pa vidim samo sliko, končni rezultat, pa podvomim v to, ker nisem videla procesa, kako je prišla do tega.	Dvom v pristnost zaradi prikaza samo končnega rezultata.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
C26	Samo malo imaš slabo vest ... ko vidiš kakšno YouTuberko, dela medicino, hodi v fitnes, dela, ima še fanta, ... Ko pa jaz to probam, da bi bila dobra v šoli, da bi na treninge ful hodila, pa še kakšen dodaten trening, pa da bi se ukvarjala z družino pa s fantom ... enostavno mi zmanjka časa in energije. Mogoče me to prizadene, zakaj jaz nisem tega sposobna, če je ona.	Slaba vest ob primerjanju z drugimi, ki zmorejo več.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
C27	Ali pa pri fitnesu, zakaj nimam jaz takšne postave.	Slab občutek zaradi primerjanja postave.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
C28	Na socialnih omrežjih objavljam zelo malo, ker se mi zdi, da če grem jaz s kolegico jest, ni tak »big deal.«	Objava samo posebnih dogodkov.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
C29	Če grem v tujino, objavim kaj zgodovinsko, da je zanimivo.	Zgodovinska vsebina		Objavljanje	Socialna omrežja
C30	Selfijev bolj ne, ker se mi ne zdi, da so dobri.	Neobjava sebkov zaradi mnenja, da niso dobri.		Objavljanje	Socialna omrežja
C31	Ne.	Ne.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
C32	Največ te najlepše ženske po Instagramu, fitneserke, da bi imela tak profil.	Najlepše ženske. Fitneserke.	Vpliv na objavlanje	Objavljanje	Socialna omrežja
C33	Ni mi pa všeč, da objavijo take slike, ki pokažejo njeno postavo, ki je zelo dobra in ji »lahko dam samo roko.« Samo naj dela to zase, da bo srečna, vesela in zdrava predvsem. Ne pa da toliko slik objavi, da že ve, da dela slabo vest drugim.	Mnenje, da objavljajo slike z namenom vzbujanja slabe vesti zaradi postave.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
C34	Nimam prav enega vzornika, da bi rada oblikovala svoj profil po njem.	Ni vzornika.	Vpliv na objavlanje	Objavljanje	Socialna omrežja
C35	Lastno izražanje mi ni tako pomembno, bi raje samo gledala ostale, da sledim.	Ni pomembno.	Pomembnost	Objavljanje	Socialna omrežja

C36	Tudi če kaj objavim, prej vprašam, če je lepa slika al ni. Če rečejo, da je, objavim.	Objava slik, ki so po mnenju drugih lepe.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
C37	In potem na večini slik mi komentirajo »lepa slikca« ali »lepa.« Nekaj takšnega, meni že skoraj bedarija.	Nepomembni komentarji.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
C38	Ko sem bila v Izoli pa sem nekaj slikala, me je trenerka v živo vprašala, kdaj sem bila, pa da je bilo lepo vreme.	Vprašanja v živo o objavljeni vsebini.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
C39	Če nekaj objavim, ne bi rada videla, da nekdo reče, da je grdo. Ni pa tistega, da upam, da bom dobila zdaj 200 »lajkov.«		Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
C40	Gledam če je lepa svetloba, lepa grafika, pa kot sem že rekla, vprašam prijatelje.	Lepa svetloba. Lepa grafika. Mnenje prijateljev.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
C41	Iz Instagrama sem zbrisala slike, ki so bile 3 leta stare in sem se zdaj že toliko spremenila. Pa najbolj me je zmotilo to, ker je bila slaba grafika, pa čisto zamegljene.	Brisanje starih slik zaradi spreminjanja in slabe kvalitete.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja
C42	To je, kaj si misliš o sebi.	Mnenje o sebi.		Opredelitev pojma	Samopodoba
C43	Če bi bil sam na svetu, da ne bi bilo nikogar, s katerim bi se primerjal, se verjetno sploh ne bi ukvarjal s samopodobo, bi tam pač bil in je to to. Zdaj pa ko imamo ostale ljudi, ki se predstavljajo, ta ima tako postavo, ta ima tak make up in ker ti tega nimaš, se ti verjetno zniža samopodoba.	Če ne bi bilo nikogar za primerjanje, se ne bi ukvarjal s samopodobo.		Opredelitev pojma	Samopodoba
C44	Rekla bi, da imam smisel za humor, da se ne ukvarjam toliko s slabimi stvarmi, da sem pozitivna.	Smisel za humor. Pozitivna.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
C45	Če se kaj slabega zgodi, poskusimo to rešiti. In ko rešimo, da se ne spominjamo za nazaj, če je že rešeno, je konec.	Puščanje preteklosti za sabo.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
C46	Zelo sem energična, nasmejana, vse bi naredila, dajmo to in to.	Energičnost. Namejanost. Entuziazem.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
C47	Sigurno se bolj ženem v življenju, da se bolj trudim, da bi to dosegla, da bi vse naredila. Mogoče grem včasih malo čez mejo.	Večji trud za produktivnost.		Produktivnost	Vpliv socialnih omrežij
C48	Preveč si želim biti tako, kot na Instagramu. Rada bi delala vse te stvari, ki jih dela tista YouTuberka, ki dela res težko šolo, hodi v službo, trenira, vse te stvari, ki jih jaz dejansko ne morem spraviti v dan.	Želja po isti produktivnosti kot oseba na YouTube.		Produktivnost	Vpliv socialnih omrežij

INTERVJU D

Številka izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
D1	Največ uporabljam Snapchat in Instagram.	Snapchat. Instagram.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
D2	Snapchat uporabljam, ker ga ima večino mojih prijateljev in tako ohranjamo kontakte, se dogovarjamo, da gremo ven.	Uporaba Snapchata zaradi popularnosti, ohranjanja stikov in dogovarjanja s prijatelji.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
D3	Na Instagramu pa bolj gledam slike, ki jih objavljajo.	Uporaba Instagrama za gledanje slike.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
D4	YouTube dosti uporabljam, ker mi aplikacija na iPhoneu ne dela, da poslušam glasbo.	Uporaba YouTube za poslušanje glasbe.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
D5	Uporabljam tudi Pinterest, da najdem kakšne ideje, kaj bi delala, saj sem v prostem času bolj kreativna.	Uporaba Pinteresta za iskanje idej za ustvarjanje.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
D6	Vsak dan.	Vsakodnevna.	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
D7	Približno 3 ure na dan.	3 ure dnevno.	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
D8	Prednosti so, da hitro izveš novice, kaj se dogaja, si vedno v kontaktu s prijatelji, ni ti dolgčas, se lahko zмениš s prijatelji, da greš ven.	Hitro širjenje novic. Konstanten stik s prijatelji. Ni dolgčasa.		Prednosti	Socialna omrežja
D9	Slabost pa bi bila to, da precej negativno vplivajo na samozavest, zasvojenost in nekateri postanejo lahko agresivni, npr. tisti, ki igrajo igrice in če je nimajo, so lahko agresivni, slabost bi bila tudi to, da si zadržan. Določeni ljudje te lahko zafrikavajo, javno razkazovat slike, te žalit itd.	Negativen vpliv na samozavest. Zasvojenost in agresija. Zadržanost. Žaljenje. Javno razkazovanje slik.		Slabosti	Socialna omrežja
D10	Slikce s potovanj, ker si sama tudi želim potovati. Ali pa kakšna doživetja, ki so jih doživeli. Pritegnejo me tudi make up tutorial.	Potovanja zaradi želje po potovanjih. Doživetja. Učenje ličenja.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
D11	Ker se sama rada ukvarjam z make up in to tudi kaj na drugih probavam.	Sledenje zaradi ukvarjanja z ličenjem.	Motiv	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
D12	Potovanja me zanimajo, ker imam rada naravo, da vidim kaj nam je vse mati narava podarila.	Spremljanje potovanj zaradi naravnih	Motiv	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja

		zanimivosti.			
D13	Ne zdijo se mi zelo. Nekateri so, ampak veliko slikic in videoposnetkov se mi zdi zaigranih, da dobijo čim več ogledov. Zdaj so itak ogledi najbolj pomembni.	Nepristnost vsebin. Vsebine so zaigrane, da prejmejo čim več ogledov.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
D14	Fotografije so nekatere resnične, ampak vse več je photoshopiranih.	Pristnost nekaterih fotografij. Vse več obdelanih fotografij.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
D15	Zgodba je lahko resnična, ne moreš dokazat, da ni res.	Nemogoče dokazati resničnost zgodbe.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
D16	Če so pa kakšne slike ekstremne pa že res ne moreš verjet, da so resnične.	Neresničnost ekstremnih silk.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
D17	Sploh če je npr. samo ena slikica, če jih je več, potem verjamem, da se je zgodilo.	Resnično, če to prikazuje več kot ena slika.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
D18	Če gremo s prijatelji gledat kakšne slikce, se osredotočimo na kakšno sliko in gledamo, če je sphotoshopirana, ker se vidi, če kdo ne zakrije dobro ozadja ali pa je kako ukrivljeno.	Iskanje znakov obdelave slike s prijatelji.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
D19	Kakšne objave o nasilju, o globalnem segrevanju in onesnaževanju,	Nasilje. Globalno segrevanje. Onesnaževanje.	Poglobljanje v tematiko	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
D20	je začel pošiljati moje selfije naokoli in govoril, da sem nesramna in hinavska. Takrat sem bila psihično zlomljena, ker sem se skregala z dosti ljudmi, ker so mu verjeli.	Razpošiljanje mojih sebkov. Širjenje govoric.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
D21	Nedolgo nazaj mi je za novo leto prijatelj umrl. In so se nekateri začeli norčevati, zakaj je šel to delat.	Norčevanje iz načina smrti prijatelja.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
D22	To mi je bilo čudno, nečloveško, ker je umrl prijatelj, oni se pa zafrkavajo iz tega.	Občutek, da je zafrkavanje ob smrti prijatelja čudno in nečloveško.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
D23	na Snapchatu pošljem slikico prijateljem, ampak to je zasebno	Zasebno pošiljanje slik prijateljem na Snapchatu.		Objavljanje	Socialna omrežja
D24	Na Instagramu ne objavljam nič, ker mi do tega ni.	Neobjavljanje na Instagramu.		Objavljanje	Socialna omrežja

D25	Starši so mi rekli, naj ne objavljam kakšnih svojih fotografij ali pa objavila da grem npr. čez 2 dni na morje, ker se to itak razširi in lahko pride do nepravilnih ljudi, ki bi kaj hodili okoli hiše. Tudi v šoli so nas opozorili naj tega ne delamo, ker bomo mogoče kdaj obžalovali.	Opozorilo staršev in šole glede objavljanja svojih fotografij ali informacij, ki lahko škodijo.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
D26	Ne.	Ne.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
D27	Moje razpoloženje. Če sem slabe volje, bodo temnejše slike, če sem dobre volje bo kaj zabavnejšega.	Razpoloženje.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
D28	Lepo je, ko kaj lepega napišejo.	Lepo, ko napišejo kaj lepega.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
D29	Brez veze mi je, da bi preko tega iskala kakšno pozornost pri drugih, kot to počno.	Nepomembno. Neiskanje pozornosti preko objav.	Pomembnost	Objavljanje	Socialna omrežja
D30	Občasno dobim komentar na story, ki je pozitiven, ostali pa samo pogledajo.	Občasen pozitiven komentar.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
D31	V živo pa tudi dobim pozitivne odzive.	Pozitivni odzivi v živo.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
D32	Ti odzivi so mi dost pomembni, ker tako vem, da so mi pravi prijatelji.	Pomembni, ker to pomeni, da so pravi prijatelji.	Pomembnost odzivov	Objavljanje	Socialna omrežja
D33	Ne pa tako kot nekateri, ki se delajo, da so dobri prijatelji, ko pa kaj rabiš, ti pa odpiše po štirih, petih urah, ker vejo, da nekaj potrebuješ. Prijatelji, ki pa vejo, da nekaj rabiš, bo pa takoj odpisal ali prišel do tebe.	Neodpisovanje ko nekaj potrebuješ, pomeni, da niso dobri prijatelji.	Pomembnost odzivov	Objavljanje	Socialna omrežja
D34	Če imam telefon, samo slikam in dodam napis in pošljem. Ne razmišljam o tem.	Ni razmisleka o objavljanju.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
D35	Nekajkrat sem narobni osebi to poslala, tako da sem potem hitro to zbrisala.	Pošiljanje napačni osebi.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja
D36	Kako se ti počutiš, ko si zunaj, kako te v družbi sprejemajo in dajejo odzive, kako te drugi sprejemajo in kako vidiš sam sebe.	Počutje, ko si v družbi. Kako te družba sprejema. Kakšne odzive daje družba. Kako vidiš sam sebe.		Opredelitev pojma	Samopodoba
D37	Mislim, da sem do drugih v redu, da osebam, ki jih imam rada, kažem dovolj pozornosti in ljubezni. Imam slabo samozavest glede svojega videza, ker sem imela v preteklosti težave s podhranjenostjo.	Izkazovanje pozornosti in ljubezni osebam, ki jih imam rada. Slaba samozavest glede videza zaradi težav v preteklosti.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba

D38	Karakterno pa sem komunikativna in se hitro zaštekam z ljudmi. Sem zelo trmasta, na trenutke tudi hitro užaljena, ampak pride pa gre. Precej sem lena, po tem me večina ljudi pozna, ampak za ven sem pa takoj pripravljena it.	Komunikativna. Trmasta. Hitro užaljena. Lena. Vedno pripravljena za ven.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
D39	Slabo, ker sem na trenutke zaprta sama vase in zaprta v sobi, zadržana in sem na telefonu, ker se pogovarjam s prijatelji, na trenutke sem raje na telefonu kakor z družine.	Zaprto v sobi. Zadržanost. Preživljanje časa na telefonu. Raje kot z družino preživljanje na telefonu.		Počutje	Vpliv socialnih omrežij
D40	Dobro pa ker vem, kaj se dogaja po svetu. Tudi če sem slabe volje pa nočem o tem govoriti s starši, se s prijatelji o tem pogovorim, pa mi pomagajo, me spravijo v boljšo voljo. Na splošno imamo s prijatelji drugačne teme kakor z družino.	Ozaveščenost o dogajanju po svetu. Dostopnost pogovora o temah, s katerimi se raje pogovorim s prijatelji kot z družino.		Dostopnost informacij	Vpliv socialnih omrežij
D41	Mislim, da na veliko ljudi vplivajo negativno, zaradi kritik. Če nisi dovolj dober, te obravnavajo drugače. Če imaš manj lajkov kot znana oseba, te podcenjujejo, bolj gledajo na izgled kot pa na karakter.	Negativen vpliv zaradi kritik. Drugačna obravnava, če nisi dovolj dober. Podcenjevanje, če prejmeš manj všečkov kot znani. Ocenjevanje na podlagi izgleda in ne karakterja.		Počutje	Vpliv socialnih omrežij

INTERVJU E

Številka izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
E1	Največ Instagram in Snapchat.	Instagram. Snapchat.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
E2	Na Instagramu lahko hitro vidiš, kaj se dogaja ljudem v življenju, isto na Snapchatu. Zelo lahko se je pogovarjati po slikah. Zelo na »izi« so narejeni, hitro najdeš kakšne zanimive stvari, estetski so, pa Snapchat ima zelo zabavne filtre, s katerimi se tudi moj mlajši bratec igra.	Sledenje, kaj se dogaja ljudem. Lahko pogovor preko slik. Preprosto narejena. Zanimive vsebine. Estetika. Zabavni filtri.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
E3	YouTube tudi kaj pogledam, Facebooku imam pa samo za to, da se dogovarjam za delo.	Uporaba YouTube. Uporaba Facebooka za dogovor za delo.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
E4	Ko imam prosti čas, gledam kaj na YouTubeu pa na Instagramu.	Ob prostem času.	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
E5	Vse skupaj pomoje dve uri ali več.	2 uri ali več.	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
E6	Prednosti so to, da hitro vidiš, kaj se ljudem dogaja. Če ti ima kdo kaj za povedat, je to zelo na hitro, npr. pošlje kaj je nekdo objavil pa napisal spodaj.	Hitro širjenje informacij.		Prednosti	Socialna omrežja
E7	Slabost je pa verjetno to, da te precej zasvoji. Preveč je vsega čez čas.	Hitra zasvojljivost. Preveč vsega.	Zasvojljivost	Slabosti	Socialna omrežja
E8	To je tudi ena slabost, ker na koncu vsi gledajo telefonu in kažejo drugim smešne meme in se smejimo tem, namesto, da bi se posvetili realnemu življenju in se smejali temu, namesto tistim, ki so na drugi strani sveta.	Uporaba telefona in posvečanje smešnim slikam namesto posvečanje realnemu življenju.		Slabosti	Socialna omrežja
E9	Na Instagramu me pritegne make up, ko objavljajo time lapse – hitre posnetke, ko naredijo make up. Spremljam veliko športov, predvsem nogomet. Tudi oblekice, ker imamo veliko prireditev in potem iščem oblekice.	Hitri posnetki ličenja. Šport. Oblekice.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
E10	Na YouTube pa me pritegnejo kakšni kratki vlogi npr. od Davida Dobrika, ki ima približno 4 minute dolge vloge, pokaže, kaj se mu je dogajalo čez teden, kaj so delali čez teden, delajo traparije in je zabavno gledati, pa dobro ima zmontirano vse skupaj.	Vlogi o poteku posameznikovega tedna.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja

E11	Pri temu vlogerju mi je všeč, ker ima dobro energijo, se res nasmeješ in ti polepša dan.	Dobra energija. Nasmeji in polepša dan.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
E12	Pri kakšnih tutorialih me pritegne to, ko vidiš, kako se ena punca spremeni od takrat, ko je povsem brez make up, do takrat ko ima full glow.	Sprememba izgleda brez ličil in z ličili.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
E13	Če so kakšni slavniki, ki imajo veliko sledilcev, mislim, da je večino zaigrano. Na Instagramu je veliko photoshopa pri ljudeh, ki imajo veliko followarjev.	Vsebine od slavnih zaigrane. Veliko obdelave slik pri ljudeh z veliko sledilci.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
E14	Pri kakšnih je pa dosti pristno, odvisno od tega, koliko imaš ljudi na socialnih omrežjih.	Število sledilcev na socialnih omrežjih.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
E15	Včasih se vidi, če ima kdo photoshop, večinoma pa ne.	Obdelava slik se včasih vidi.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
E16	vsi to delajo zato, da dobijo »like« in followarje.	Vsi obdelujejo slike za pridobitev všečkov in sledilcev.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
E17	Pa tudi po filterjih se vidi, da niso resnične,	Prepoznava filterjev.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
E18	Nekateri objavijo sliko znane osebe, ki so jo videli na plaži, potem ko pa pogledaš njeno sliko vidiš, da je čisto drugačna. Verjetno ima najete ljudi, ki jo shotoshopirajo, da doseže »popolnost.«	Razlika med objavljenimi slikami iste osebe.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
E19	Razen enkrat sem s prijateljico nekaj snemala, ker sva prijateljici in je objavila tudi delček, za katerega sem rekla, naj ne da. Potem sem ji rekla, da naj zbršne in je.	Objava brez dovoljenja.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
E20	Objavljam na Instagramu, zelo različne vsebine. Na začetku so bile slike narave, mojega psa, mojega bratca. Potem pa so mi rekli, da sem zelo fotogenična in sem začela objavljati tudi svoje slikce. Naključne stvari, npr. morje, smučanja, nogometa. Objavim, kar je zanimivo meni in mojim prijateljem.	Narava. Pes. Brat. Sebe. Morje. Smučanje. Nogomet.		Objavljanje	Socialna omrežja
E21	Eno obdobje sem imela težave s psiho, pa sem napisala opis nekaj o sreči, veselju, pa so vsi videli, da to ni res, ker so me dejansko videli, da sem druga oseba. Nisem želela, da se razve med ljudmi, da sem imela take težave, čeprav se mi je na daleč videlo.	Pisanje vsebine o sreči, kljub slabemu počutju, da se ne bi o tem razvedelo.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja

E22	Objavljam, kar je meni najbolj zanimivo. Če se mi zdi, da bo samo meni zanimivo, tudi ne objavim. Malo gledam, ali bo tudi drugim to všeč, ali bodo mislili, da sem čudna. Gledam na oboje.	Zanimivo meni in drugim, da ne bodo mislili, da sem čudna.	Vpliv na objavlanje	Objavljanje	Socialna omrežja
E23	Vesela sem, če mi kdo komentira,	Veselje ob komentarju.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
E24	ampak mi ni tako pomembno.	Ni pomembno.	Pomembnost odzivov	Objavljanje	Socialna omrežja
E25	Če je slika mojega telesa, je več lajkov kot če je slika narave, tako pač delujejo socialna omrežja.	Več všečkov ob objavi slik telesa.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
E26	Opažam, da če objavim sliko, kjer se vidi moje telo, je 60 % lajkov od moških, če objavim pa naravo, ali pa mene z bratcem, pa je 70 % lajkov od žensk. Odvisno je, kdo vidi sliko in kaj si misli o njej.	Slike telesa prejmejo več všečkov od moških. - Slike z bratom prejmejo več slik od žensk.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
E27	Tudi v živo dobim odzive, mi sošolci kaj pohvalijo, pokomentirajo	Pohvala, komentar sošolcev v živo.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
E28	Odzivi v živo mi veliko pomenijo, me razveselijo	Pomenljivi odzivi v živo.	Pomembnost odzivov	Objavljanje	Socialna omrežja
E29	Pri meni je to tedenski proces. Gledam eno sliko 2 uri in ugotovim, da ni v redu. In grem na naslednjo. Iščem, da ne škilim, da nimam čudnih potez, da je dejansko lepa slika.	Tedenski proces. Lepa slika brez čudnih potez.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
E30	Včasih sama gledam, včasih pa vprašam cimre, ki me navdušita, da objavim.	Upoštevanje svojega mnenja in mnenja cimer.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
E31	Ja, ker sem dobila veliko zasebnih sporočil od moških iz Indije. Tako da sem zbrisala vse objave, ki so bile bolj od mojega telesa. Potem sem zaklenila profil in začela razmišljat, kaj objavim.	Brisanje objave telesa zaradi neželenih sporočil.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja
E32	Nek odnos, ki ga imaš do sebe. Kako gledaš sam nase, da se ne obsojaš, da si prijazen do sebe, ne pa da se tlačiš dol in da slabo razmišljaš. Dobra samopodoba je, da si sam do sebe prijazen.	Odnos do sebe. Pogled nase. Prijazen odnos do sebe, neobsojanje.		Opredelitev	Samopodoba
E33	Po obdobju, ko sem bila na tleh, sem začela veliko bolj ceniti samo sebe, se spoštovati in si ne delati škode. Pomagalo mi je tudi to, da sem začela hoditi v fitnes, ker sem takrat dobila ful kg, in potem sem opazovala proces in vidim, da sem naredila nekaj zase.	Cenjene sebe po težkem obdobju. Samospoštovanje. Ukvarjanje s športom.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba

E34	Vseeno mi je to, kaj si drugi ljudje mislijo o meni in sem takšna, kakršna sem in sem sprejela to.	Nepomembno, kaj ljudje menijo o meni. Sprejemanje sebe.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
E35	Včasih, ko vidim, kaj se dogaja slabo na svetu, se me dotakne, sem slabše volje, se slabo počutim. Če je pa kaj dobrega, veselega, smešnega, sem pa lahko cel dan ful dobre volje.	Slabo počutje zaradi slabih novic. Dobra volja ob smešni in veseli vsebini.		Počutje	Vpliv socialnih omrežij
E36	Opazim, da imajo nekateri res urejene in estetske profile, in potem imam občutek, da je moj profil dolgočasen, ampak se mi to ne da spreminjat.	Ob primerjavi z drugimi estetskimi profil občutek, da je moj profil dolgočasen.		Primerjanje	Vpliv socialnih omrežij

INTERVJU F

Številka izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
F1	Uporabljam Instagram, Snapchat in Messenger.	Instagram. Snapchat. Messenger.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
F2	Messenger uporabljam za komunikacijo s starši, da se tam pogovarjamo, ko grem v tujino, da lahko koristimo podatkovni prenos. Instagram uporabljam predvsem za zabavo in spremljanje dogodkov, slavnih oseb	Komunikacija iz tujine. Zabava. Spremljanje dogodkov in slavnih oseb.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
F3	Snapchat pa uporabljam za lažjo komunikacijo s prijatelji, in ker lahko v enem trenutku deliš z vsemi nek moment, slikaš kot dokaz in pošljem res ožjim prijateljem.	Komunikacija s prijatelji. Preprosto deljenje.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
F4	Vsak dan.	Vsakodnevna uporaba.	Pogostost uporabe.	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
F5	sem potem na socialnih omrežjih tudi 5 ur na dan, kar je preveč, če se pa učim, pa pride 2 do 3 ure.	5 ur in več ob neučenju. 2 do 3 ure ob učenju.	Pogostost uporabe.	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
F6	Prvo bi rekla, da slabosti prevladujejo.	Prevladovanje slabosti.		Slabosti	Socialna omrežja

F7	Tudi tiste osebe, ki so javno izpostavljene, na nekaterih področjih (npr. ljubezen) ne bi bile rade, pa jih drugi izpostavljajo. Nekateri pa se zavedajo slabosti, ki jih internet povzroča in se radi sami izpostavljajo, kar bi pa mogoče v prihodnosti škodilo.	Neželjena javna izpostavljenost. Možno škodovanje izpostavljanja.	Izpostavljanje	Slabosti	Socialna omrežja
F8	Vse, kar deliš, se shrani. Če deliš neprimerne slike, npr. gole, bi lahko v službi to našli, kar bi bila minus točka.	Objavljena vsebina se shrani in jo lahko najdejo.	Obstojnost	Slabosti	Socialna omrežja
F9	Zdi se mi, da dandanes v družbi je itak glavna tema dogajanje na internetu. Če si na tekočem, lahko o tej temi govoriš, imaš več tem za pogovarjanje,	Teme za pogovor v živo.		Prednosti	Socialna omrežja
F10	Dobra lastnost je, da si z babicami, dedki, tetami in strici, v stiku preko socialnih slik.	Ohranjanje stikov s sorodniki.	Stiki	Prednosti	Socialna omrežja
F11	Včasih za zabavo pogledam smešne slike. Včasih tudi polepša dan.	Smešne slike.	Vpliv na razpoloženje	Prednosti	Socialna omrežja
F12	Če si sam, se mi zdi, da z internetom nisi nikoli sam.	Neosamljenost z internetom.	Povezanost	Prednosti	Socialna omrežja
F13	Poudarek je na umetnosti. Kdaj najdem nove ideje, inspiracije. Spremljam glasbo. Na Instagramu na primer objavijo, da imajo nov komad (ker se Instagram bolj uporablja kot YouTube) in potem grem na YouTube to poslušat. Inspiracije za outfite na potovanjih.	Umetnost. Glasba. Oblačenje.	Umetnost	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
F14	Slike – način fotografiranja.	Način fotografiranja.	Umetnost	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
F15	Pa seveda meme pagei.	Strani s smešnimi slikami.	Zabava	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
F16	Poleg tega me še zanimajo dogodki, kdaj je Grammy, kaj je aktualnega.	Aktualni dogodki.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
F17	Pritegne me to, da moram razrešiti, ali je informacija lažna ali ne. Zelo fajn mi je to videti, ker več strani objavlja o eni in isti stvari, ampak vsak nekaj doda. In mi je smešno in zanimivo, ko berem, kako nakladajo. In potem ko pride resnica od te osebe, se podatki kar izbrišejo.	Razreševanje resničnosti informacije.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja

F18	Ful sem kreativna in ko vidim eno idejo, se meni rodi nova ideja. In v svojem dolgčasu, namesto, da sem na telefonu, uporabim idejo iz interneta in delam to.	Iskanje novih idej.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
F19	Resnične se mi zdijo bolj te splošne stvari kot so dogodki, nagrade, official strani slavnih oseb, ker prav oni objavijo.	Objava informacij z uradnih strani.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
F20	Od prijateljev pa .. da se sploh vprašam, ali je pristno ali ne, se samo za prave prijatelje, na druge se ne oziram.	Spraševanje o pristnosti samo za prave prijatelje.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
F21	Čustva, ki jih izražajo s slikami se mi pa nikoli ne zdijo pristna, ker mi to ne spada na internet. Zdi se mi, da se ne moreš pristno izražati s čustvi na internetu. Npr. nekaterim se dogajajo slabe stvari, pa objavljajo, da so srečni.	Nepristnost čustvenega izražanja.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
F22	Po daljšem času spremljanja. Ne odločim se takoj, ali je fake in ali ni. Vidim več objav o isti stvari o isti o sebi čez neko obdobje, pa potem za nazaj vidim, ali je bilo tisto pristno ali ne.	Spremljanje več objav v nekem obdobju.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
F23	Včasih ko sem bila mlajša, sem mislila, da je vse resnično. Živiš v tistem svetu in misliš, da je vse realno. Potem pa spoznaš, da ni vse tako, da nimajo vse ženske lepe kože, potem pa se ne oziraš več na to. Ne razmišljaš več o tem, ali je pristno ali ne.	V preteklosti mnenje, da je vse pristno. Spoznanje, da ni vse pristno.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
F24	Veliko deklet, ki objavljajo svoje postave, kako imajo izoblikovano, se vedno vprašam, ali so tudi v živo tako. Na primer kakšne kolegice od kolegic, vem, kako v živo izgledajo, pa potem vidim na sliki, kako dajo ven boke, vem da ni pristno.	Objave postav.	Dvom o pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
F25	Včasih smo pa vsi objavljali za ljubosumje, »lej s tvojo prijateljico sem zunaj« ali pa kaj takšnega. In to me je prizadelo. Včasih smo prav v namen objavljali, da bi določena oseba to videla. Tisto me je prizadelo, zdaj pa ni več tako.	Objavljanje z namenom vzbujanja ljubosumja.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja

F26	Vedno sem si želela bit model in imam probleme s kožo, to sem si pa velikokrat gledala, o uau zakaj jz nimam take kože, kako prit do te kože. Ampak nisem bila pa slabe volje zaradi tega, samo vprašala sem se.	Vzbujanje želje po lepi koži.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
F27	Ni mi bilo všeč, ko je prijateljica objavila sliko z mano, ker si jaz nisem bila všeč, ona pa si je bila všeč. Prvo rečeš, joj zakaj si to naredila, potem pa sprejmeš	Objava slike brez dovoljenja.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
F28	Objavljam slike, za katere mislim, da ne pokažem tok, kaj počnem in kakšna sem. Ampak so slike, ki imajo v ozadju nek lep dogodek. Tudi če je slika mene, rada sem pred kamero.	Slike, ki ne pokažejo preveč, dogajanja in videza. Slike, ki imajo v ozadju lep dogodek. Slike sebe.		Objavljanje	Socialna omrežja
F29	se mi zdi, da velikokrat ljudje zbirajo pogum, da objavijo sliko in potem ko objavijo, iščejo neko potrditev k temi luknjami samopodobe. Jaz imam zaprt profil, in imam gor ljudi, ki bi jih rada imela in so mi v redu. Potem vidim, kako oni sprejmejo in mi da to potrditev in zadovoljstvo.	Zbiranje poguma za objavo slik. Odzivi dajejo potrditev in zadovoljstvo.		Objavljanje	Socialna omrežja
F30	Rada objavljam tudi spomine iz potovanj. Ampak to potem, ko pridem nazaj, ker sem raje previdna, da ne vidijo, da sem zdaj na potovanju.	Spomini s potovanj. Objava po koncu potovanja zaradi previdnosti.		Objavljanje	Socialna omrežja
F31	Skos nas opozarjajo, da ne smemo objavljat slik, ko smo na potovanju zaradi ropov. Ko se je to res začelo dogajat v naši ulici, sem res pomislila, ne počet tega.	Opozarjanje, da se ne sme objavljati slik s potovanj zaradi ropov.		Objavljanje	Socialna omrežja
F32	Da pa sproti objavim story so pa za »close friends« in res zberem tiste prijatelje, s katerim bi rada delila, kaj počnem, da ne rabim vsakemu posebej govort pa ker vem, da ne bi oni oropal naše hiše.	Sprotno objavlanje samo bližnjim prijateljem, ki jim zaupam.		Objavljanje	Socialna omrežja

F33	V obdobju, ko sem začela odraščat, oblikovat svoja stališča, svoje odločitve, kaj se mi zdi primerno, da počnem na internetu in kaj ne, pa tudi obdobje, ko sem gradila svojo samopodobo, in ko sem prišla do neke točke, da sem zadovoljna sama s seboj, sem prišla nazaj na internet. V tem obdobju se nisem niti slikala, se nisem izpostavljala.	Neobjavljanje in neizpostavljanje v obdobju odraščanja.		Objavljanje	Socialna omrežja
F34	Medtem ko v obdobju prej, sem se slikala, pa ti je slika mal vseh, si bil lušten, pa si objavil.	Nepremišljeno objavljanje v obdobju pred odraščanjem.		Objavljanje	Socialna omrežja
F35	Šla sem v Ameriko, pa prve tri dni nisem nič objavljala. Potem mi je bilo pa malo žal, ker je izpadlo, kot da sem bila samo štiri dni v Ameriki in sem še tri dni po tem objavljala kot da sem še vedno v Ameriki.	Časovni zamik objav.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
F36	Poznam samo sebe, vem, kaj imam rada in kaj bi rada pokazala drugim.	Poznavanja sebe in zavedanje, kaj bi rad pokazal drugim.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
F37	Nimam specifično ideje, kaj bi rada objavljala.	Ni specifične ideje.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
F38	Zanimivo, ker je fajn videti dogajanje, kako drugi gledajo na določene stvari, ampak ko pride do negativnih stvari, je pa nepotrebno.	Zanimivo opazovat dogajanje. Nepotrebno objavljanje negativnih stvari.	Pomembnost	Objavljanje	Socialna omrežja
F39	Nepotrebno zaradi tega, ker boš mogoče pričakoval boljši odziv ljudi in ga ne boš dobil ... Če nisi psihično dovolj močen, te lahko to uniči in ti škoduje.	Možnost škodovanja slabih odzivov.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
F40	Lajki, komentarji se mi zdi, da je za vsakega bolj random stvar, mal scrollaš, vidiš sliko in jo lajkaš, z lajkom ti ne povejo veliko.	Nepomembnost všečkov.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
F41	Včasih pa ti napišejo, o kako si lepa, lepa slika. To mi veliko pomeni.	Komentarji veliko pomenijo.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
F42	Nekateri npr. napišejo v osebno sporočilo, ne direkt v komentar, in povejo samo tebi, kar se mi zdi bolj pristno	Še bolj pristni komentarji, če se zasebni.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja

F43	Nekateri hočejo samo pod komentarje napisati, da drugi vidijo, da so v dobrih odnosih.	Pisanje komentarjev kot prikaz dobrega odnosa.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
F44	Za v živo pa ... če jim je slika res všeč, bodo komentirali v živo. Če jim pa ni padla v oči, bodo pa tiho, ne pa da bi negativno mnenje izražali.	Odziv v živo, samo če slika izstopa.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
F45	Večino stvari se itak dogaja online.	Večino dogajanja na socialnih omrežjih.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
F46	Še na začetku leta sem imela cilj, da bi imela travel feed.	Cilj o objavi slik s potovanj.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
F47	Objavo sem zbrisala, ko sem bila mlajša, ker si po nekem času nisem bila več všeč.	Objava starih slik.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja
F48	Včasih tudi primerjam, kako da ena slika dobi več lajkov kot druga. Da vidim, kakšna vsebina jim je všeč, ni mi pa to pomembno.	Ugotavljanje, katera vsebina je bolj priljubljena.		Objavljanje	Socialna omrežja
F49	Včasih sem poslala slike prijateljicam in jih vprašala, ali je v redu za objavo. Zdaj pa ne več. Zdaj vprašam samo tisto osebo, ki me je fotografirala.	Mnenje prijateljic. Mnenje osebe, ki me je fotografirala.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
F50	Zdi se mi, da samopodoba podpira tudi posameznikovo osebnost, kakšno osebnost si ti zgradil in kako boš s to osebnostjo sprejemal, mislil nase na svojo telo, kako ga boš sprejemal, spoštoval, dajal na prvo mesto.	Samopodoba podpira posameznikovo osebnost. Grajenje in sprejemanje osebnosti in telesa.		Opredelitev pojma	Samopodoba
F51	Pri osebnosti ti pomagajo starši, da jo zgradiš v pravo smer in ta osebnost vpliva na samopodobo, ki jo pa sam zgradiš, noben ti ne pomaga.	Pomoč staršev pri osebnosti. Samostojno grajenje samopodobe.		Opredelitev pojma	Samopodoba
F52	Samopodoba je, da spoštujem, imam rada sebe in da si ne škodujem.	Spoštovanje. Imate rad sebe. Neškodovanje sebi.		Opredelitev pojma	Samopodoba
F53	Zadovoljna sem sama s sabo. Mislim, da je moja samopodoba v redu, ne preveč visoka, ker se mi zdi, da visoka samopodoba v tem svetu ni sploh v redu. Rada se imam in zdi se mi, da odkar se sprejemam, na svet bolj pozitivno gledam.	Zadovoljstvo s sabo. Dobra samopodoba. Imam se rada. Sprejemanje sebe. Pozitiven pogled na svet.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba

F54	Rada pomagam drugim zaradi tega.	Pomoč drugim.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
F55	Mislim, da sem bolj nedostopna, da se težko odprem, da sprejem nekoga v bližnji krog. Ampak mislim, da je to tudi del te samopodobe, da sem preveč previdna. To je ena izmed stvari, ki je res samo tvoja in ne smeš nikomur pustiti, da jo uniči.	Nedostopnost. Težko sprejemanje blizu. Prevelika previdnost.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
F56	Jaz bi rekla, da mi jemljejo samo čas, ki bi ga morala bolj koristno uporabiti.	Potrata časa.	Čas	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
F57	Mislim, da je težko iti dol z interneta.	Težko neuporabljati internet (socialna omrežja).	Zasvojljivost	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
F58	Internet uporabljam, ko sem sama, ker pogrešam prijatelje. Ko sem z njimi, nisem na telefonu, slikamo momente, ampak nisem na telefonu. Če bi bila skos s prijatelji, ga sploh ne bi uporabljala. Ne sme ti biti dolgčas.	Uporaba interneta (socialnih omrežij) zaradi pogrešanja prijateljev. Neuporaba telefona ob druženju v živo. Ne sme biti dolgčas.	Kratkočasje	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja

INTERVJU G

Številka izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
G1	Twitter, Instagram, YouTube, Facebook, Snapchat, Reddit, Discord	Twitter. Instagram. YouTube. Facebook. Snapchat. Reddit. Discord.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
G2	Na Instagramu so naše generacije gor in jih spremljaš tam. Facebooku je za kakšne starejše, gor najdeš informacije, oglase. YouTube zaradi videov, Twitter ker je bolj ameriški in sem na tekočem, kaj se dogaja v Ameriki. Reddit uporabljam zato, ker vsi glupi posti, ki so na Facebooku in drugje, izvirajo iz Reddita in so dejansko dobro narejeni. Snapchat, ker se tam na hitro nekaj zмениš, pošiljaš fotke med poukom, če je kdaj dolgčas	Spremljanje naše generacije. Informacije in oglasi. Video. Spremljanje dogajanje v Ameriki. Trapaste objave. Hitro dogovarjanje. Zabava.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
G3	Vsak dan.	Vsakodnevno.	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
G4	Dve uri,	Dve uri.	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
G5	Prednost je, da si na tekočem.	Si na tekočem.	Informacije	Prednosti	Socialna omrežja
G6	Slabost je, da lahko kogarkoli ful hitro uničiš, npr. spam, blackmail. Uničiš mu lahko celo življenje, ker smo vsi gor, vsi na tekočem, nekaj ful smešnega, postane ful popularno, eksplodira, ves folk ve za to, pa za te, ti pa ne za njih.	Preprosto škodovanje drugim. Hitro širjenje informacij, popularnost.		Slabosti	Socialna omrežja
G7	Lahko pa tudi hitro zasloviš, gledalci spremljajo, kaj se ti dogaja, skratka dobiš fan base hitro, če objavljaš prave stvari. Dobiš stik s svojimi fani.	Hitra slava. Dobiš oboževalce in stik z njimi.		Prednosti	Socialna omrežja
G8	Slaba stvar, da si popularen in famič, je da dobiš haterje.	Sovražniki.		Slabosti	Socialna omrežja

G9	Spremljam kakšne game, slavne ljudi, slavne bejbe, kako zaslužiti denar, fitness, meme.	Videoigre. Slavne ljudi. Načini služenja denarja. Fitness. Smešne slike.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
G10	Ljudje gledamo nekoga, kar ima, in se tisto želi. Un tip sprosti dopamin v tvojem telesu in si potem uau.	Spremljanje tistega, kar si sami želimo zaradi sprostitve dopamina.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
G11	travel videos, vsi hočemo potovati, zato jih tako radi gledamo - da vidimo, kaj se njim dogaja, ker se hkrati nam dogaja preko zaslona.	Ker vidimo, kaj se drugim dogaja, se hkrati nam dogaja.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
G12	Fitneserjev, ki so original, je samo 20 %. Torej 80 % jih je na steroidih, kar se itak takoj vidi, ker imajo nenormalne videe.	Petina fitneserjev je pristnih.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
G13	So fake, so real stvari, če te res zanima, se poglobiš v to. Če ne pa malo pogledaš, pa rečeš, da je fake ali real, pa gledamo dalje.	Poglobljanje ob zanimanju.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
G14	Vse slike se tudi sphotoshopa. Tudi normalno dekle, ki da fotko gor, je photoshop, ker samo poscrolla, kakšen filter bi rada mela in to je photoshop. Vse je photoshopiran.	Obdelava vseh slik.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
G15	Socialna omrežja so fino orodje za manipulacijo.	Orodja za manipulacijo.		Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
G16	Namesto, da bi šel do vsakega, razložiš, kaj bomo naredil pa vsak ima svoja vprašanja in potem moraš biti dober v manipulaciji, da bo to uspelo, pa še ful počasno je. Socialna omrežja so preprost način, orodje.	Preprost način manipulacije zaradi hitrosti širjenja informacij.		Slabosti	Socialna omrežja
G17	Ne.	Ne.	Prizadetost zaradi vsebine.	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
G18	hotel sem probat z YouTubeom, da bi si zgradil kariero z gamingom, se mi ni izšlo. Twitter sem uporabljal za advertajziranje svojih YouTube videov, ker sem hotel narest publiko v Ameriki.	Gradnja kariere z igranjem videoigric. Oglaševanje svojih posnetkov.		Objavljanje	Socialna omrežja

G19	Potem Instagram je za kolege. Ne objavljam veliko, samo kakšno dobro fotko, ali pa če sem res nekje, kar je drugače v življenju.	Dobra slika. Objava nečesa drugečnega v življenju.		Objavljanje	Socialna omrežja
G20	Na Redditu se skupina ljudi o določenih stvari pogovarja, tam iščeš znanje, nasvete ali pa kakšne meme.	Nasveti. Smešne slike.		Objavljanje	Socialna omrežja
G21	Logično, da zaradi drugih objavljam, da se pokažeš, jz sm tukaj, pa to sem delal. ... Če bi zase, imam celo galerijo slik, ne rabim objavljat.	Objavljanje zaradi drugih.		Objavljanje	Socialna omrežja
G22	Recimo na YouTube, je bil clickbait. To je video, na katerega daš začetno sliko, ki pritegne pozornost, da klikneš, ampak nima povezave z videom.	Začetna slika, ki pritegne pozornost, ampak nima veze z videom.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
G23	Osebnost pa koliko si dejansko socialen, nesocialen, koliko rabiš kolege, koliko ne	Osebnost. Socialnost.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
G24	Jaz objavim takšne fotke, ki so meni neki posebnega, da tudi tisti, s katerimi se ne vidimo vsak dan, vejo kaj se dogaja.	Slike, ki so nekaj posebnega. Da drugi vedo, kaj se dogaja.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
G25	Na Instagramu mi ni nič pomembno, objavim, ko objavim. Snapchat je nekaj drugega, tam objavim kaj več. Tudi če gremo kaj počet, včasih objavim samo na Snapchatu, včasih tudi na Instagramu.	Instagram nepomemben. Pomembnejši Snapchat.	Pomembnost	Objavljanje	Socialna omrežja
G26	Pri objavljanju imam neke meje, ki se jih držim.	Meje pri objavljenju.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
G27	Socialna omrežja so pač na telefonu in ko nekdo vidi na telefonu, bo že pozabil do takrat, ko se vidimo. Večinoma so odzivi na socialnih omrežjih, ampak mi like in komentarji niso pomembni.	Komentarji in všečki nepomembni.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
G28	V živo ne dobim odzivov.	Ni odzivov v živo.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
G29	Običajno vprašam kolege.	Spraševanje kolegov.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
G30	Sem zbrisal, ampak samo zato, ker sem eno besedo narobe napisal.	Brisanje zaradi napake pri pisanju.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja

G31	Gre za to, kaj hočeš postat pa kaj si. Samopodoba je mikš tega dvojega. Tu sem, kar sem, ampak hkrati hočem bit tak kot nekdo drug, zato bi rad se spremenil, hkrati pa sem tak, kakršen sem.	Kaj želiš postati in kaj si. Želja po spremembi, hkrati pa si tak, kakršen si.		Opredelitev pojma	Samopodoba
G32	Sem Matevž*, z Doline, sem odprt človek, vsakemu dam šanso za karkoli, ne bom kar neki zameril.	Ime. Kraj. Odprtost. Dajanje priložnosti vsakemu. Nezamerljivost.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
G33	Torej ful odprt, zgovoren, čuden, še sam ne vem točno, kako čuden.	Odprtost. Zgovornost. Čudnost.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
G34	Dobro se je povezat s prijatelji.	Povezovanje s prijatelji.	Povezanost	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
G35	Slabo ker zabijem čas, ampak tu je dejansko fora, koliko si se zmožen zadržat.	Potrata časa.	Čas	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja

*Ime je zaradi zagotavljanja anonimnosti spremenjeno.

INTERVJU H

Številka izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
H1	Viber pa uporabljam, da se s sošolci slišim, kaj je za nalogo, za šolo stvari. Pa tudi kdaj se dobimo s prijatelji. Pa fajn je tudi zato, ker je zastoj. YouTube tudi uporabljam za musko in umetnost, da gledam ideje, trike, kako se kaj nariše. Pa tudi kdaj kakšne clipe iz kakšnih filmov, da se nasmejim. Pinterest tudi uporabljam za risanje.	Uporaba Vibra za komunikacijo s sošolci in prijatelji. Uporaba YouTubea za glasbo in umetnost, ideje in trike za risanje, gledanje kratkih posnetkov. Uporaba Pinteresta za risanje.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
H2	Vsak dan,	Vsakodnevna	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
H3	po moje kakšne 2 uri največ, razen če sem sam doma tudi 5 ur.	2 do 5 ur	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja

H4	Prednosti so, da se lahko zastonj pogovarjam s prijatelji, zelo lahko se je zmenit. So brezplačen vir zabave.	Brezplačno. Preprosto dogovarjanje. Brezplačen vir zabave.	Priročnost	Prednosti	Socialna omrežja
H5	Slabost pa je to, da hitro pride do zasvojenosti	Zasvojljivost.	Zasvojljivost	Slabosti	Socialna omrežja
H6	Nimaš občutka za čas.	Izguba občutka za čas.	Zapravljanje časa	Slabosti	Socialna omrežja
H7	Slabost bi bila tudi kraja identitete. Tega sem se najbolj bal, da bi kdo zvedel, kdo sem, kje sem in mi potem vdre v hišo, ali pa da bi prišlo do groženj ali izsiljevanj.	Možna kraja identitete. Grožnje, izsiljevanja.		Slabosti	Socialna omrežja
H8	Risanje, rad gledam clipe iz Friends. Pa umetnike, Bob Ross, in bandi.	Umetnost (risanje). Kratki posnetki iz serij. Glasba.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
H9	Njihov stil je najbolj podoben mojem.	Podobnost stilov.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
H10	Tudi glasbo spremljam, ker mi je ta všeč.	Všečnost glasbe.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
H11	Zdi se mi, da je samo 70 % ali 60 % vsega res.	70 % ali 60 % vsebin je resničnih.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
H12	Zelo lahko se nekdo zlaže, na primer, da je naredil živečega dinozavra in bodo vsi verjeli, ker je neka visoka osebnost, pa bodo verjeli samo zaradi tega. Ker toliko ljudi to vidi, lahko ta oseba s tem dejansko služi.	Nasedanje lažnim objavam zaradi visoke osebnosti. Služenje zaradi gledanosti.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
H13	Glede na to kaj preberem, slišim in lahko primerjam s tem. In če mi res zelo izstopa, se mi ne zdi resnično.	Če izstopa, ni resnično.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
H14	Tudi photoshopa je ful, povsod. Ker ljudje nočejo, da bi ostali vedeli, kakšni so v resnici. Mislijo o sebi slabše, kot bi dejansko moral, zato hočejo, da drugi mislijo, da npr. lepše izgledajo.	Veliko je obdelave slik zaradi slabega mnenja o sebi.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
H15	Če je en video na YouTube, ki na primer prikazuje najlepših 50 otokov na svetu, in so ful lepo prikazani, ampak je točno na tistem mestu, kjer je najbolj onesnaženo, potem tega ne verjamem. Dostikrat potem razmišljam o tem, pa poguglam še kaj naprej.	Prikazovanje lepih otokov, ki so najbolj onesnaženi.	Dvom o pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja

H16	Ja, na Vibru, ko smo bili kot razredna skupina. Tudi v šoli prej nisem bil priljubljen in so na Vibru nesramne komentarje pisali.	Pisanje nesramnih komentarjev zaradi nepriljubljenosti.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebin	Socialna omrežja
H17	So si tudi pošiljali slike mene v šoli.	Razpošiljanje slik brez dovoljenja.	Prizadetost zaradi vsebine	Sledenje vsebin	Socialna omrežja
H18	Nikoli, ker nimam nič kaj za pokazat.	Neobjavljanje, ker ni nič za pokazat.		Objavljanje	Socialna omrežja
H19	Če bom kdaj tok razvil te sposobnosti risanja, bom hotel pokazati svoje slike. Če se bom slučajno odločil za prodajo slik, bom oglaševal tudi na Instagramu. Hočem najprej priti na najvišjo stopnjo, pa potem pokazati, kaj znam.	Objava slik, če bo lastna sposobnost risanja dovolj razvita. Oglaševanje slik na Instagramu. Potreba po perfekciji, da se objavi.		Objavljanje	Socialna omrežja
H20	Ne.	Ne.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
H21	Nič.	Nič.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
H22	Jaz pravzaprav lajkam zato, da se video shrani, da lahko še enkrat gledam.	Všečkanje videa za shranjevanje.	Razlog	Objavljanje	Socialna omrežja
H23	Kakšni imajo tekmovanja, kater YouTuber bo zmagal v lajkah in subscriberjih.	Tekmovanja v številu všečkov in sledilcev.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
H24	Pokomentiram kdaj kaj, če kdo res nima prav.	Komentiranje, če kdo nima prav.		Objavljanje	Socialna omrežja
H25	Ponavadi dobim kakšen lajk, ker je komentar smešen.	Všeček zaradi smešnosti komentarja.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
H26	Mi pa niso pomembni, tudi če jih ne bi bilo.	Nepomembni.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
H27	Tisto, kar misliš o sebi, kako si, da ne misliš nečesa, kar nisi.	Mnenje o sebi. Počutje.		Opredelitev pojma	Samopodoba
H28	Sem umetnik, bil sem sramežljiv in nisem nobenemu zaupal, zdaj pa imam boljše sošolce, sem se bolj navadil na njih in mi gre boljše kot prej.	Umetnik. Sramežljiv in nezaupljiv. Boljše počutje zaradi boljših sošolcev.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
H29	Zanimanja so se dogradila, ker so skos neki predlogi,	Dogradnja zanimanj.	Oblikovanje okusa	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja

H30	Zdi se mi, da sem bolj povezan. Zdaj se tudi popoldan pogovarjam s sošolci, kar se prej nisem, pa se potem tudi v šoli z njimi pogovarjam, sem se bolj začel družiti.	Občutek povezanosti zaradi komunikacije s sošolci tudi popoldan. Več pogovora s sošolci v živo in več druženja.	Povezanost	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
-----	---	---	------------	-------------------------	------------------

INTERVJU I

Številka izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
I1	Snapchat, Facebook in Messenger ter Instagram, YouTube.	Snapchat. Facebook. Messenger. Instagram. YouTube.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
I2	Facebook uporabljam, ker je bil popularen, zdaj ga imam samo še za šolske stvari. Snapchat je za pogovarjati se, Instagram pa kadar je dolgčas, isto YouTube.	Popularnost. Uporaba za šolske stvari. Komunikacija. Preganjanje dolgčasa.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
I3	Vsak dan,	Vsakodnevna.	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
I4	7 ur na dan.	7 ur dnevno	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
I5	Če se rabiš kaj zmenit je preprosto pa če imaš kje daleč kakšne sorodnike, jih lahko spremljaš.	Preprosta komunikacija. Vzdrževanje stikov s sorodniki iz drugih krajev.	Stiki	Prednosti	Socialna omrežja
I6	Slabost je pa, da dosti ljudi ne zna več komunicirati v živo, ker se je zelo lažje pogovarjati, če nekdo ni pred tabo, ker vidi tvoje izraze na obrazu pa vse.	Težja komunikacija v živo.		Slabosti	Socialna omrežja
I7	meme, 9gag, stran od Netflix in Monster, pa prijatelji.	Smešne slike. Netflixova stran. Monster. Prijatelji.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
I8	Monster sem bil »upaljen« na to znamko, Netflix ima pa dosti stvari, za katere že prej zveš, da bo prej ven prišlo.	Priljubljenost znamke. Napoved filmov in serij.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
I9	Na YouTube spremljam avte, SuperCars in game,	Avtomobili. Videoigre.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja

I10	ker je zanimivo.	Zanimivo.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
I11	Dosti je photoshopa, stvari so narejene tako, da te pritegnejo, pa potem to sploh ni res, veliko je clickbaitov.	Veliko obdelave slik. Cilj je pritegnitev pozornosti. Veliko lažnih fotografij z namenom pritegniti pozornosti.	Ocena pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
I12	Po občutku. Ko vidiš, kako resnično slikco, se naučiš ločit med realnimi in photoshopom.	Občutek. Izkušnje z resničnimi in obdelanimi slikami.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
I13	Če je res top top, je že malo neverjetno, da je to res, ker ne more bit tok lepo.	Prelepo ne more biti resnično.	Dvom o pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
I14	Ne.	Ne.	Prizadetost	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
I15	Objavim kakšne fotke, ki lepo pridejo, da mi res uspe lepo narest.	Lepe slike.		Objavljanje	Socialna omrežja
I16	Ne.	Ne.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
I17	Če je tvoj namen, da dobiš veliko followerjev, objavljaš tisto, kar bo pritegnilo gledalce.	Objava tistega, kar pritegne sledilce.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
I18	Jaz osebno pa objavim za foro, kar mi rata narest.	Objava za zabavo, kar uspe.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
I19	Lepo je, kadar nekdo lajka sliko.	Lepo, kadar kdo všečka sliko.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
I20	Dosti je pa ljudi, ki kupijo lajke, da nekdo vidi, a je popularen in s tem dobijo followerje. Dosti je aplikacij, ki plačaš, da ti potem aplikacija nabije lajke.	Kupovanje všečkov, da se vidi popularnost in pridobi sledilce.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
I21	Pokomentiram samo če je res dobra objava, da mi pade v oči. Ali pa če kakšen prijatelj kakšno objavo objavi, ki je meni tako »similar« in potem komentiram, da asociatam z njim.	Komentiranje objave, ki je res dobra. Komentiranje prijatelje objave, če mislim in čutim enako.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
I22	Meni osebno je dosti vseeno. Sem dobil že dosti lajkov, pa se nisem nič hvalil s tem.	Nepomembni všečki.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja

I23	V živo je pa še boljše, da ti nekdo kaj reče, kot da ti samo lajka. Ker se ful bolj počutiš, veš, da te spremlja, se zaveš, da je tvoj prijatelj in ima interes zate.	Boljše počutje ob odzivu v živo, zaradi zavedanja, da te spremlja, da je tvoj prijatelj in ga zanimam.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
I24	Odvisno, kaj mi najbolj pade v oči. Če je več dobrih slik, izbereš najboljšo pa daš gor.	Najboljša slika.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
I25	Objave sem odstranil stare objave, ker sem bil še mulc in sem kar nekaj objavil.	Nepomembna vsebina iz preteklosti.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja
I26	Kako te drugi ljudje vidijo, kako vidijo tvoj karakter, tvoja dejanja, tvoj način pogovarjanja z njimi.	Kako drugi vidijo karakter, dejanja, način pogovarjanja z njimi.		Opredelitev pojma	Samopodoba
I27	Zabaven, prijazen, pripravljen pomagat.	Zabaven. Prijazen. Pripravljen pomagat.		Opredelitev lastne samopodobe	Samopodoba
I28	Slab, ker recimo če se mi ne da učiti, brskam po telefonu. In spet pogledam knjigo in se mi ne da več in spet telefon.	Slab vpliv zaradi potrate časa na socialnih omrežjih namesto učenja.	Čas	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
I29	Dobro je to, ker se da služiti s socialnimi omrežji.	Možno služenje denarja.		Prednosti	Socialna omrežja
I30	Zame je tudi dobro, ker sem v stiku s prijatelji, ki živijo daleč stran ali pa so v drugi državi, s katerimi se drugače ne bi mogel pisat.	Dober vpliv zaradi možnega stika s prijatelji od daleč.	Povezanost	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
I31	Veliko je fake accountov, kjer se delajo, da je nekdo drug. So tudi taki accounti, da ljudi zvabijo nekam, pa ni tisto, kar pričakuješ, da bo.	Veliko lažnih profilov.		Slabosti	Socialna omrežja

INTERVJU J

Številka izjave	Izjava	Pojem	Kategorija	Podtema	Tema
J1	Uporabljam Snapchat, Facebook, Instagram, YouTube.	Snapchat, Facebook, Instagram, YouTube.		Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
J2	Ker jih je največ gor, več prijateljev imaš gor, k se že z njimi družiš in jih tam kontaktiraš, se pogovarjaš.	Popularnost. Druženje in komuniciranje s prijatelji.	Razlog	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
J3	Vsak dan,	Vsakodnevna.	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
J4	2 uri,	Dve uri dnevno	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
J5	se trudim da čim manj.	Trud po čim manj uporabe.	Pogostost	Uporaba različnih orodij	Socialna omrežja
J6	Prednosti, da se hitreje kaj dogovoriš, kaj daš gor.	Hitrejša dogovarjanje. Objavljanje.	Priročnost	Prednosti	Socialna omrežja
J7	Slabosti so pa odvisnost, kar opažam pri sebi in na splošno. Kadar imam čas pogledam gor.	Odvisnost. Uporaba ob vsaki priložnosti.	Zasvojljivost	Slabosti	Socialna omrežja
J8	Večinoma na Instagramu gledam kaj v zvezi z mojim poklicem, da sami izdelujejo kaj iz lesa. Sledim prijateljem,	Vsebina v zvezi s poklicem. Prijatelji.		Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
J9	Mora biti zanimivo na pogled, izdelava izdelka – ali je zapleteno ali ne, rad imam, da je bolj zapleteno, da raziskuješ.	Zanimivo. Zapletena izdelava izdelka. Raziskovanje izdelave.	Razlog	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
J10	Če poznaš kakšnega, veš, da ni resnično, ker se kakšni želijo izpostavljati, pa dajo kar neki gor, kar sploh ni res. Pri tistih, ki jih pa ne poznam, pa ne vem.	Samo za znane ljudi lahko veš, kdaj je resnično.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
J11	Odvisno kok je možnosti, da je to res. Če slika, kje je bil, pa greš pod njegov profil, kje je že kaj bil, pa potem sklepaš, ali je to res.	Odvisno od objav v njegovem profilu.	Merilo pristnosti	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
J12	Če vidim kakšno objavo od prijateljev. Če je kje bil, se sprašujem, kako lahko on toliko potuje.	Spraševanje o tem, kako lahko prijatelji toliko potujejo.	Dvom o pristnosti.	Kritičnost do vsebin	Socialna omrežja
J13	Že večkrat.	Večkrat.	Prizadetost zaradi vsebine.	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja

J14	Ko se kaj izživljajo nad kakšnim, komentarji so tudi grozni, vidiš vsak dan. Ljudje ne komentirajo to meni, ampak ko vidiš druge. Ali pa kakšne objave medijev pa komentarje spodaj, kakšne pišejo.	Izživljanje. Komentarji drugim in objavam medijev.	Prizadetost zaradi vsebine.	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
J15	Objave drugih pa ne vem ... kakšni imajo res čudne. Pišejo kaj konkretno iz svojega življenja, pa to sploh nobenega ne zanima. Kakšni starejši ljudje, ki ne vejo, za kaj se gre, pa kar objavljajo.	Pisanje osebnih stvari, kar nikogar ne zanima.	Prizadetost zaradi vsebine.	Sledenje vsebinam	Socialna omrežja
J16	Ja, slike z morja ali kakšnih dogodkov. Objavil sem nekaj, da sem imel profilno sliko na Facebooku. Na Instagramu pa kakšne fotke s punco.	Morje. Dogodki. Slike s punco.		Objavljanje	Socialna omrežja
J17	Ne.	Ne.	Neresnične objave	Objavljanje	Socialna omrežja
J18	Najprej mora biti zanimivo meni, pa pogledaš, če sploh paše to na omrežje, če bo drugim zanimivo in všeč.	Zanimivo meni. Primerno za objavo. Zanimivo in všeč drugim.	Vpliv na objavljanje	Objavljanje	Socialna omrežja
J19	Komentiranje ni ravno pomembno, ne rabiš vsega komentirat. Lajkaš pa neki, kar ti je res všeč, kar bi rad še več videl.	Komentiranje nepomembno. Všečkaš, kar ti je res všeč in bi rad še takšnih vsebin.	Pomembnost	Objavljanje	Socialna omrežja
J20	Ne zdi pa se mi pomembno.	Ni pomembno,	Pomembnost	Objavljanje	Socialna omrežja
J21	V živo ni odzivov. pa tudi na omrežju, ker nimam toliko prijateljev.	Ni odzivov.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
J22	Ni pa to pomembno.	Nepomembni.	Odzivi	Objavljanje	Socialna omrežja
J23	Spontano, če kaj vidim, slikam, pa potem, ko imam čas, se odločim, ali dam gor ali ne. Če je npr. meni zanimivo, da res moram dat gor.	Objava pa premisleku. Zanimivo.	Selekcija	Objavljanje	Socialna omrežja
J24	Ja, ko sem bil mlajši, sem kar nekaj objavljaj gor. Ko sem videl, kaj sem objavljaj, sem zbrisal. Bedno se mi je zdelo.	Brisanje starih objav, ki so trapaste.	Brisanje	Objavljanje	Socialna omrežja

J25	Da si sam sebi všeč do neke mere, da nisi samovšečen, da ne pretiravaš z izgledom, obnašanjem, oblačenjem. Pa tko da nisi zamorjen, sam vase zaprt.	Biti sam sebi všeč. Nesamovšečnost. Brez pretiravanje z izgledom, obnašanjem, oblačenjem. Nisi zamorjen in zaprt.		Opredelitev pojma	Samopodoba
J26	Zabaven, rad poslušam druge, deloven, kadar se mi da tudi priden, iznajdljiv, rad delam to, kar se učim.	Zabven. Rad poslušam druge. Deloven. Priden. Iznajdljiv. Rad imam lesarstvo.		Opredelitev lastne samopodobe.	Samopodoba
J27	Če dolgo uporabljam, potem zmerom dalj uporabljam. Zdaj se trudim, da čim manj.	Vedno daljša uporaba, trud za čim manjšo uporabo.	Čas	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
J28	Zato da delam kaj drugega še, pa tudi za psihično zdravje ni ok, pa tudi fizično. Treba se je gibat, športat.	Psihično in fizično zdravje ni ok.	Počutje	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
J29	Socialna omrežja not potegnejo, da druge stvari pozabiš. Razne objave so zanimive in potem vedno več gledaš.	"Potegnejo noter." Pozaba drugih stvari. Zaradi zanimivosti vedno več gledanja.	Zasvojljivost	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja
J30	Dobro je, ker na Instagramu dobim kake ideje za izdelke.	Dobivanje idej za izdelke.	Oblikovanje okusa	Vpliv socialnih omrežij	Socialna omrežja

8. 5 Osnovno kodiranje

Tema: Socialna omrežja

Uporaba različnih orodij		A1, B1, B2, B45, C1, D1, E1, F1, G1, H1, I1, J1,
	Razlog	A2, A3, A4, A5, B3, B4, B5, B6, B7, B8, B9, B10, B44, C2, C3, C4, D2, D3, D4, D5, E2, E3, F2, F3, G2, I2, J2,
	Pogostost	A6, B11, B12, C5, C6, C7, D6, D7, E4, E5, F4, F5, G3, G4, H2, H3, I3, I4, J3, J4, J5,
	Posledice	A7

Slabosti		D9, E8, F6, G6, G16, H7, I6, I31,
	Popularnost	A8
	Zgledovanje	A9
	Nerelevantna vsebina	B15
	Obsojanje	B16
	Primerjanje	B17, B18, C9
	Zapravljanje časa	B20, C11, H6,
	Obdelava	C10
	Izpostavljanje	F7,
	Obstojnost	F8,
	Zasvojljivost	E7, H5, J7,

Prednosti		D8, F9, G7, I29,
	Priročnost	A10, A11, A12, E6, H4, J6,
	Umetnost	B13
	Povezanost	B14, B43, F12,
	Vpliv na razpoloženje	C8, C12, F11,
	Stiki	F10, I5,
	Informacije	G5,

Sledenje vsebinam		A13,A14,A15,A16,A17,B21,B22,C13,C14,C15,C33, D10,E9,E10,F16,G9,H8,I7,I9,J8,
	Razlog	A18,A19,B23,B24,C16,C17,D11,D12,E11,E12,F17, F18,G10,G11,H9,H10,I8,I10,J9,
	Prizadetost zaradi vsebine	A27,B31,B32,B33,B34,C26,C27,D20,D21,D22,E19, F25,F26,F27,G17,H16,H17,I14,J13,J14,J15,
	Poglabljanje v tematiko	D19
	Umetnost	F13,F14,
	Zabava	F15,

Kritičnost do vsebin	Ocena pristnosti	A20,A23, A60, B25, B26,B27,B29,C20,C21, D13,D14,E13,F21,F23,G12,G13,G14,H11,H12,I11,
	Merilo pristnosti	A24,B28,C22,C23,C24,C25,D15,D16,D17,D18,E14, E15,E16, E17,E18,F19,F20,F22,I12,J10,J11,
	Dvom o pristnosti	A25, A26,B30, F24,H15,I13,J12,

Objavljanje		A21,A28,A32,B35,B36,B38,C29,C30,D23,D24,E20, F28,F29,F30,F31,F32,F33,F34,F48,G18,G19,G20,G21,G26, H18,H19,H22,H24,I15,J16,
	Obdelava	A22
	Razlog	A29,A30,A31,A34,A35,B37,
	Neresnične objave	A34,A35,A36,A37,A38,A39,B40,B41,B42,C31,D26, E21,F35,G22,H20,I16,J17,
	Pomembnost	A40,B46,C35,D29,F38,G25,J19,J20
	Odzivi	A41,A42,A43,A44,B47,B48,B49,B50,B51,C37,C38, C39,D28,D30,D31,D32,D33,E23,E24,E25,E26,E27, E28,F39,F40,F41,F42,F43,F44,F45,G27,G28,H23,H25,H26, I19,I20,I21,I22,I23,J21,J22,
	Selekcija	A45,A46,A47,B52,B53,B54,C28,C36,C40,D34, E29,E30,F46,F49,G24,G29,I24,J23,
	Brisanje	A48,A49,B55,C41,D35,E31,F47,G30,I25,J24,
	Vpliv na objavljanje	C32,C34,D25,D27,E22,F36,F37,G23,H21,I17,I18,J18,

Prijatelji	Merilo sprejemanja spletnih prijateljev	B39
------------	--	-----

Vpliv socialnih omrežij	Sledenje drugim	A54,
	Počutje	A55,C18,D39,D41,E35,I28,
	Primerjanje	A56,B65,E36,
	Zmanjševanje negativnega vpliva	A57, B19
	Kratkočasje	A58,A59, B69,F58
	Oblikovanje okusa	B62,H29,J30
	Čas	B63, B68,F56,G35,I28,J27,
	Oblikovanje mnenja	B64,B66,B67
	Priročnost	B70
	Produktivnost	C47,C48
	Dostopnost informacij	D40
	Zasvojljivost	F57,
	Povezanost	G34,H30,I30,

Tema: Samopodoba

Samopodoba	Opredelitev pojma	A50,B56,B58,C42,C43,D36,E32,F50,F51,F52,G31, H27,I26,J25,
	Opredelitev lastne samopodobe	A51,A52,A53,B59,B60,B61,C44,C45,C46,D37,D38, E33,E34,F53,F54,F55,G32,G33,H28,I27,J26,
	Razlikovanje med samozavestjo in samopodobo	B57