Univerza v Ljubljani

Fakulteta za socialno delo

Eva Poplatnik

Vloga družbenih omrežij pri oblikovanju samopodobe gimnazijcev v Spodnjem Podravju

Diplomsko delo

Ljubljana, 2023

Univerza v Ljubljani

Fakulteta za socialno delo

Eva Poplatnik

Vloga družbenih omrežij pri oblikovanju samopodobe gimnazijcev v Spodnjem Podravju

Diplomsko delo

Mentorica: red. prof. dr. Vesna Leskošek

Ljubljana, 2023

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici, red. prof. dr. Vesni Leskošek za nasvete, usmeritve in strokovno podporo ter zelo hitro odzivnost.

Zahvala gre tudi obema sodelujočima gimnazijama in profesoricam, ki so mi pomagale pri izvedbi anket, kot tudi dijakom in dijakinjam, ki so sodelovali.

Zahvaliti se moram še staršem oziroma družini, ki so mi študij omogočili, in vsem posameznikom, ki vedo, kateri so, za njihovo podporo pri samem študiju in pisanju diplomskega dela. Brez vas mi ne bi uspelo.

Povzetek

V svojem diplomskem delu na kvantitativen način preučujem vlogo družbenih omrežij pri oblikovanju samopodobe gimnazijcev v Spodnjem Podravju. V teoretičnem delu sem najprej na kratko orisala samo temo, nato sem se osredotočila na opredelitev družbenih omrežij. V nadaljevanju sem tako podala nekaj statističnih podatkov, ki so že na voljo v povezavi z uporabo družbenih omrežij, pri tem sem zajela podatke na nivoju svetovne populacije, Evropske unije in Slovenije. Po tem poglavju se dotaknem naslednje velike teme, ki je samopodoba. Ker se v svojem delu osredotočam na splošno samopodobo, telesno samopodobo in socialno samopodobo, opišem te tematike, ki jih obravnavam pod skupnim pojmom samopodoba. Predstavim tudi posledice uporabe družbenih omrežij in opredelim pojme: depresija, tesnoba ali anksioznost in Snapchat dismorfija. Glavni cilj raziskave je ugotoviti, kakšno vlogo imajo družbena omrežja pri oblikovanju samopodobe oziroma ali igrajo tako pomembno vlogo.

Raziskavo sem izvedla z gimnazijci v Spodnjem Podravju, saj je to območje, kjer živim in želim delati v prihodnosti. Na tem območju raziskujem Gimnazijo Ptuj in Gimnazijo Ormož. V mojo raziskavo so bili vključeni gimnazijci, ki v šolskem letu 2022/23 obiskujejo navedeni gimnaziji. Za potrebe diplomskega dela sem se poslužila tudi vzorčenja. Moj vzorec bo neslučajnostni in priročen. V vzorec so tako vključeni gimnazijci, ki v šolskem letu 2022/23 obiskujejo 3. in 4. letnik gimnazij v Spodnjem Podravju.
Ugotovitve raziskave so bile pričakovane, saj imajo vsi vključeni ustvarjen profil na družbenih omrežjih. Velika večina jih pozna pojma depresija ter tesnoba ali anksioznost, pojem Snapchat dismorfija pa je poznala samo ena četrtina vseh sodelujočih. Skozi raziskavo sem tudi prepoznala povezavo med količino preživetega časa na družbenih omrežjih in željo po spremembi telesa, ki se razlikuje glede na spol, prav tako pa je negativno dojemanje samopodobe odvisno od časa, preživetega na družbenih omrežjih. Količina preživetega časa na družbenih omrežjih pa ni povezana s poznavanjem pojmov depresije, anksioznosti oziromatesnobe in Snapchat dismorfije. Skozi raziskavo ugotovim, da dijaki uspešno prepoznajo pozitivne in negativne lastnosti družbenih omrežij, prav tako pa so mnenja deljena, ko gre za doživljanje tesnobnega občutka pri primerjanju z drugimi na družbenih omrežjih.
V prihodnosti bi bilo potrebno raziskavo razširiti na večjo populacijo. V sklopu praktičnega delovanja pa se bodo o teh tematikah izvedle tudi različne delavnice skupaj z mladinskim centrom.

Ključne besede: družbena omrežja, samopodoba, Snapchat dismorfija, depresija, tesnoba ali anksioznost

Title:

The Role of Social Networks in Shaping the Self-Image of High School Students in Lower Drava region

Summary

In my Graduation Thesis, I examine the role of social networks in shaping the self-image of high school students in the Lower Drava region in a quantitative manner. In the theoretical part, I first briefly outlined the topic, then focused on the definition of social networks. I then provided some statistical data that were already available, relating to the use of social networks. This data encompassed the global population level, the European Union, and Slovenia.

Following this chapter, I delved into the next major topic, self-image. As my work focuses on general self-image, body self-image, and social self-image, I described these topics under the common term 'self-image'. I also introduced the consequences of using social networks and defined the terms: depression, anxiety, and Snapchat dysmorphia. The main goal of the research is to determine what role social networks play in shaping self-image, or if they indeed play a significant role.

The study targeted high school students in the Lower Drava region, an area where I live and plan to work in the future. I investigated Ptuj High School and Ormož High School. The research involved high school students attending schools in the Lower Drava region during the 2022/23 academic year. To meet the needs of the thesis, I employed sampling. My sample will be non-random and convenient, including high school students who attended the 3rd and 4th grades in the Lower Drava region during the 2022/23 academic year.

The findings of the study were as expected, with all participants having a profile on social networks. A large majority are familiar with the terms depression and anxiety, but only a quarter of all participants were familiar with the term Snapchat dysmorphia. Through the research, I observed a connection between the amount of time spent on social networks and the desire for body change, which differs depending on gender. I also noted that negative self-perception is dependent on the time spent on social networks, but the amount of time spent on social networks is not associated with knowledge of terms like depression, anxiety, and Snapchat dysmorphia. I also noted that students were able to identify the positive and negative aspects of social networks. However, opinions were divided when it came to experiencing anxiety when comparing themselves to others on social networks.

In the future, it would be beneficial to expand the research to a larger population. As part of practical operations, various workshops on these topics will also be carried out in collaboration with the youth center.

Key words: Social Networks, Self-Image, Snapchat Dysmorphia, Depression, Anxiety

KAZALO VSEBINE

KAZALO GRAFOV vii
KAZALO TABEL vii
1 TEORETIČNI UVOD 1
1.1 DRUŽBENA OMREŽJA 1
1.1.1 STATISTIČNI PODATKI O UPORABI DRUŽBENIH OMREŽIJ 2
1.2 SAMOPODOBA 2
1.2.1 STRUKTURA SAMOPODOBE 3
1.2.2 VRSTE SAMOPODOBE 5
1.2.3 SAMOSPOŠTOVANJE IN SAMOPODOBA 7
1.2.4 DRUŽBENA OMREŽJA IN SAMOPODOBA 7
1.3 POSLEDICE UPORABE DRUŽBENIH OMREŽIJ 8
1.3.1 PREKOMERNA, ŠKODLJIVA RABA DRUŽBENIH OMREŽIJ IN NEGATIVNE POSLEDICE 9
1.4 DRUŽBENA OMREŽJA IN DEPRESIJA 11
1.5 DRUŽBENA OMREŽJA IN TESNOBA ALI ANKSIOZNOST 12
1.6 SNAPCHAT DISMORFIJA IN ŽELJA PO SPREMEMBI LASTNEGA TELESA 14
2 FORMULACIJA PROBLEMA 17
3 METODOLOGIJA 19
3.1 VRSTA RAZISKAVE IN SPREMENLJIVKE 19
3.2 MERSKI INSTRUMENTI IN VIRI PODATKOV 21
3.3 POPULACIJA IN VZOREC 22
3.4 ZBIRANJE PODATKOV 22
3.5 ANALIZA IN OBDELAVA PODATKOV 23
4 REZULTATI 24
4.1 SPLOŠNI PODATKI O ANKETIRANCIH 24
4.1.1 SPOL 24
4.1.2 LETNIK ŠOLANJA 25
4.1.3 SREDNJA ŠOLA 26
4.1.4 UPORABA DRUŽBENIH OMREŽIJ 26
4.1.5 VRSTA DRUŽBENIH OMREŽIJ 26
4.2 UPORABA DRUŽBENIH OMREŽIJ 27
4.2.1 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH 27
4.2.2 STAROST ZAČETKA UPORABE DRUŽBENIH OMREŽIJ 27
4.2.3 DOŽIVLJANJE NEPRIJETNIH ČUSTEV 28

4.2.4 LASTNOSTI DRUŽBENIH OMREŽIJ 29
4.3 SAMOPODOBA 29
4.3.1 ŽELJA PO SPREMEMBI TELESA 30
4.4 DEPRESIJA, TESNOBA ALI ANKSIOZNOST IN SNAPCHAT DISMORFIJA 30
4.4.1 DEPRESIJA 30
4.4.2 TESNOBA ALI ANKSIOZNOST 32
4.4.3 TESNOBNI OBČUTEK PRI PRIMERJANJU Z DRUGIMI 33
4.4.4 SNAPCHAT DISMORFIJA 33
4.5 POVEZAVA VIDIKOV DRUŽBENIH OMREŽIJ Z DRUGIMI POJMI 34
4.5.1 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH, IN NEGATIVNO DOJEMANJE LASTNE SAMOPODOBE 34
4.5.2 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH, IN ŽELJA PO SPREMEMBI TELESA 35
4.5.3 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH, IN POZNAVANJE POJMA TESNOBA ALI ANKSIOZNOST 35
4.5.4 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH, IN ŽELJA PO SPREMEMBI TELESA GLEDE NA SPOL 35
4.6 PREVERJANJE HIPOTEZ 36
5 RAZPRAVA IN SKLEPI 38
6 PREDLOGI 45
7 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI 46
8 PRILOGE 52
8.1 VPRAŠALNIK 52
8.2 TABELE S PODATKI 58

KAZALO GRAFOV

Graf 4.1.1.1 Spol anketirancev 25
Graf 4.1.2.1 Letnik šolanja anketirancev 25
Graf 4.1.3.1 Srednja šola anketirancev 26
Graf 4.1.5.1 Vrsta družbenih omrežij, ki jih uporabljajo 27
Graf 4.2.1.1 Čas, preživet na družbenih omrežjih 27
Graf 4.2.3.1 Doživljanje neprijetnih čustev 28
Graf 4.4.1.1 Poznavanje pojma depresija 31
Graf 4.4.1.2 Poznavanje oseb, ki se spopadajo z depresijo 31
Graf 4.4.1.3 Osebe, ki se spopadajo z depresijo 32
Graf 4.4.3.1 Pogostost doživljanja tesnobnega občutka med primerjanjem z drugimi 33

KAZALO TABEL

Tabela 3.1.1 Spremenljivke raziskave 19

1 TEORETIČNI UVOD

1.1 DRUŽBENA OMREŽJA

Uporaba družbenih omrežij je ena najbolj priljubljenih aktivnosti na spletu. V letu 2021 je preko 4,26 bilijonov ljudi po celem svetu uporabljalo družbena omrežja. Nekateri poročajo, da bo ta številka v letu 2027 prerasla na šest bilijonov (Statista, 2023a). Če se osredotočimo na definiranje pojma družbena omrežja, lahko razložimo vsak termin posebej. Družbeno se nanaša na interakcije z drugimi ljudmi, z izmenjavo informacij z njimi ter s prejemanjem informacij od njih. Termin »omrežja« pa se nanaša na instrument komunikacije, kot je internet. Iz navedenih opredelitev terminov lahko sestavimo splošno definicijo družbenih omrežij, ki bi se glasila, da so družbena omrežja spletna orodja za komunikacijo, ki omogočajo ljudem, da so med seboj v interakciji z izmenjavo in s pridobivanjem informacij (Nations, 2019).

Boyd in Ellison (2007) družbena omrežja opredeljujeta kot spletne storitve, ki omogočajo posameznikom ustvarjanje javnega ali poljavnega profila znotraj omejenega sistema, izpostavljanje seznama drugih uporabnikov, s katerimi delijo povezavo, ter pregledovanje in prehajanje prek svojega seznama povezav ter povezav, ki so bile vzpostavljene s strani drugih uporabnikov znotraj sistema.

V kategorijo spletnih družbenih omrežij uvrščamo katerokoli spletno stran, ki omogoča interakcijo (npr. Facebook, MySpace, Twitter, YouTube), igranje videoigric in virtualne svetove (Second Life, the Sims) ter bloge (Clarke Pearson in O'Keeffe, 2011). Pri svoji nalogi se bom osredotočila predvsem na aplikacije Facebook, Instagram, Snapchat in TikTok, ki je v zadnjem času med najbolj priljubljenim družbenimi omrežji.

Računalniški prostor ponuja različne priložnosti za izražanje identitete in eksperimentiranje z njo. Anonimnost omogoča mladim bolj odprte razprave o njih samih. 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 O'Keeffe, 2011). Tako zabava kot druženje sta ključna razloga, da mladi investirajo toliko časa in energije v svojo spletno dejavnost (Boyd, 2014).

1.1.1 STATISTIČNI PODATKI O UPORABI DRUŽBENIH OMREŽIJ

Stopnja uporabe družbenih omrežij se po podatkih Statiste (2023b) nenehno povečuje. Januarja 2020 je globalna stopnja uporabe družbenih omrežij znašala 49 %. Večina globalne rasti družbenih omrežij je posledica povečane uporabe mobilnih naprav. Če se osredotočim na mlade, ki so tudi moja ciljna populacija, bom predstavila nekaj osnovnih statističnih podatkov. Leta 2020 je okrog 85 % mladih v Sloveniji, starih 16–29 let, poročalo o uporabi družbenih omrežij. V letu 2022 je ta odstotek prešel na 87,73 % (Eurostat, 2023). Po podatkih SURS je v letu 2022 število učencev, dijakov in študentov, ki so uporabniki družbenih medijev 112.248. To predstavlja 99,9 % izprašanih, ki so v raziskavi sodelovali (SURS, 2023).

Če pogledamo količino časa, ki ga mladi, deljeni po spolu, namenijo različnim opravilom na spletu, pridemo do zanimivih ugotovitev. Ženske precej več časa dnevno namenijo obiskovanju družbenih omrežij, moški pa gledanju in nalaganju videov ter predvsem igranju iger (Lavrič, 2021). V raziskavi Mladina 2020 se je izkazalo, da okoli dve tretjini mladih vsak dan obiskuje spletna družbena omrežja, kot je Facebook, prav tako pa slabe tri petine dnevno uporablja video in foto skupnosti. Ko gre za vrsto spletnih skupnostih in komunikacijskih orodij, ki jih mladi danes uporabljajo, lahko ugotovimo, da gre za zmes »tradicionalnih« in novih orodij, ki so priljubljena med slovensko mladino. Med prve gotovo sodi Facebook, ki je še vedno najpogosteje uporabljeno družbeno omrežje med mladimi v Sloveniji, malo za njim pa je po deležu uporabnikov Instagram. Za TikTok, ki trenutno velja kot precej bolj v mlade orientirano orodje, se prav tako kaže širok krog uporabnikov, saj ga uporablja več kot tretjina mladih (Lavrič, 2021).

1.2 SAMOPODOBA

Samopodoba je ena izmed temeljnih področij osebnosti, ki se postopno oblikuje že od otroštva dalje in se spreminja ter razvija celo življenje. Gre za celoto predstav, stališč, potez, lastnosti, mnenj in drugih psihičnih vsebin, ki jih človek pripisuje samemu sebi. Je pomemben del njegove osebnosti v vsakem življenjskem obdobju in v vsaki situaciji (Kobal, 2000, str. 9). Samopodoba je danes ena najbolj raziskovanih fenomenov v psihologiji, najdemo jo v relacijah posameznik – družina, posameznik – okolje, posameznik – šola oziroma izobraževanje, posameznik – delo, posameznik – spol, posameznik – starost itd. (Kobal Grum, 2017, str. 13).

Kobal (2000) opredeli samopodobo kot organizirano celoto lastnosti, potez, občutij, podob, stališč, sposobnosti in drugih psihičnih vsebin, za katere je značilno, da:

1. jih posameznik – v različnih stopnjah razvoja in v različnih situacijah – pripisuje samemu sebi;
2. tvorijo referenčni okvir (Musek, 1985, kot navedeno v Kobal, 2000), s katerim posameznik uravnava in usmerja svoje ravnanje;
3. so v tesni povezavi z obstoječim vrednostnim sistemom posameznika ter z vrednostnim sistemom ožjega in širšega družbenega okolja;
4. so pod nenehnim vplivom delovanja obrambnih mehanizmov – nekakšna membrana med nezavednim in zavestnim, ki prepušča le tiste vsebine, ki so sprejemljive za posameznikov jaz (Kobal, 2000, str. 25).

Sam pojem samopodobe je koncipiral William James pod ključno besedo »self-concept« (Kobal Grum, 2017, str. 13). Tohmé je leta 1988 opredelitev »self-concept« (samokoncept) in »self-image« (samopodoba) strnil v misel: »Self-concept« je celota potez, podob, značilnosti, zanimanj, vrednot, pričakovanj in tako dalje, ki jih posameznik bolj ali manj jasno zaznava pri samem sebi in jih – v skladu z drugimi in v skladu s svojimi socialnimi vlogami – ustrezno organizira in usklajuje.« (Tohmé v Kobal, 2000, str. 24) Pojem samopodobe pa je močno povezan s pojmom identitete, včasih pa se izraza uporabljata tudi kot sinonima (Kobal, Kolenc, Lebarič in Žalec, 2004, str. 15). Številni psihologi označujejo isti psihični konstrukt (samopodoba) na več načinov. Nekateri mu pravijo sebstvo, drugi identiteta, tretji samopodoba, četrti socialni jaz itd., vsi pa se skladajo, da gre za množico odnosov, ki jih posameznik vzpostavlja do samega sebe (Kobal, 2000, str. 17).

Samopodoba je naša vrednost kot jo vidimo sami, drugi pa jo lahko zlahka prepoznajo. Naša dejanja so neposreden odsev naše samopodobe, ki jo nosimo s seboj in jo tudi drugi vidijo. Naša dejanja kažejo, koliko se cenimo. Čeprav je samopodoba osebna, vpliva na vse, kar rečemo in storimo (Youngs, 2000; str. 16). Odrasli, otroci in učenci delujejo skladno s sliko, ki jo imajo o sebi. Njihova samopodoba vpliva na to, koliko jih imajo drugi radi in jih sprejemajo, prav tako pa so tudi njihovi dosežki odvisni od njihove vere vase (Youngs, 2000, str. 16).

1.2.1 STRUKTURA SAMOPODOBE

Poznamo več modelov strukture samopodobe. Prvi model je nastal na osnovi različnih raziskav (Offer, 1969; Offer idr.,1974, 1984 , 1988; Pačnik, 1992, kot navedeno v Kobal,

2000), v katerih avtorji predpostavljajo, da je samopodoba sestavljena iz petih vsebinskih področij oziroma sebstev (Kobal, 2000, str. 95). Področja, ki opredeljujejo samopodobo, so psihološko sebstvo, ki je sestavljeno iz obvladljivosti impulzov, razpoloženja in telesne samopodobe. Naslednjo področje je socialno sebstvo, ki zajema socialne odnose, moralne vrednote ter poklicne in študijske cilje. Kot tretje področje je predstavljeno seksualno sebstvo, kjer gre za vedenje in odnos do spolnosti. V četrtem področju je govora o družinskih odnosih, saj gre za družinsko sebstvo, v petem področju gre za prilagoditveno sebstvo, ki je sestavljeno z obvladovanjem zunanjega sveta, s psihopatologijo in s prilagajanjem (Kobal, 2000, str. 96).

Za potrebe mojega diplomskega dela pa mi je bližje model samopodobe po Susan Harter (1981; 1985; 1988, kot navedeno v Kobal Grum, 2017, str. 27). Susan Harter samopodobe ne razume kot hierarhično urejene, temveč predpostavlja le njeno strukturno raznolikost glede na starost. Razvila je model, ki naj bi bil značilen za obdobje otroštva in srednjega mladostništva. Ker mojo populacijo v diplomskem delu sestavljajo dijaki, ki so stari 17–19 let, bom tekom diplomskega dela upoštevala ta model strukture samopodobe. Harter je v svojem modelu najprej izpostavila pet področij, in sicer: šolsko samopodobo, samopodobo na področju socialnih spretnosti, telesne sposobnosti, zunanji videz in regulacijo vedenja. V srednjem obdobju mladostništva pa se začne razvijati tudi splošna samopodoba, vsem prej naštetim področjem pa se pridružita še samopodoba na področju samozaznavne privlačnosti in samopodoba na področju odnosov z vrstniki (Kobal Grum, 2017, str. 28).

Izgradnja samopodobe se pogosto osredotoča na naše dosežke, kot so uspešnost na delovnem mestu, v šoli, videz, uspehi v športu in podobno. Jovanovič (2018, kot navedeno v Splichal, 2018) loči dosežke na zdrave in patološke. Zdravi dosežki, ki vključujejo doseganje ciljev, uspeh na področjih, ki nas zanimajo, kot so športne zmage, uspeh v šoli, službi, partnerski odnosi, potovanja in umetnost, izpolnjujejo duhovne potrebe, krepijo samozavest, vero vase in zdravo samopodobo. Po drugi strani patološki dosežki, kot so obsedenost z videzom, zdravim načinom življenja, pretirano čiščenje in pospravljanje, nenehno nakupovanje, seksualno dokazovanje, dajo lažen občutek uspešnosti, nas ne izpolnijo, ne povzročijo zadovoljstva, ne krepijo samozavesti in ne izboljšajo samopodobe.

Oblikovanje samopodobe se začne že v zgodnjem obdobju odraščanja, pri čemer je treba spodbujati čim več zdravih dosežkov in čim manj patoloških. Ko otroci vstopijo v šolo, se začne oblikovanje šolske ali akademske samopodobe, ko se učijo zavedati in zaznavati svoje sposobnosti v različnih šolskih predmetih. To vključuje prepričanja o lastni uspešnosti in zaznavanje lastnega uspeha ter akademsko samozaupanje (Inštitut za razvijanje človeških

virov, 2021). Pri odraslih se te sposobnosti nadgradijo in se merijo na drugačen način. To vključuje izgradnjo samopodobe na podlagi duševnega in telesnega zdravja, poznavanja lastnih talentov ter ocenjevanja lastne inteligentnosti.

Poleg tega se ta samopodoba povezuje s samopodobo o dosežkih, kot so kulturna izobraženost, dosežki na delovnem mestu, gmotna lastnina, osebni nadzor in podobno. Pri odraslih je pomemben del samopodobe poklicna samopodoba, ki vključuje zaupanje v lastne sposobnosti in zadovoljstvo z delovnimi rezultati (Inštitut za razvijanje človeških virov, 2021).

V okviru neakademske samopodobe se na Inštitutu za razvoj človeških virov telesna samopodoba povezuje z zaznavanjem telesnih sposobnosti in telesnega videza. To vključuje predstave o lastnem videzu, telesni pripravljenosti, privlačnosti, oblačenju, primerjanju lastnega videza z drugimi in zaznavanju, kako nas vidijo drugi.

Medosebna ali socialna samopodoba obsega zaznave, prepričanja in presoje o odnosih z vrstniki in z drugimi pomembnimi bližnjimi osebami. To so zaznave o sposobnosti sklepanja prijateljstev, priljubljenosti in kakovosti odnosov z bližnjimi. Del samopodobe se nanaša tudi na naš vpliv na širšo skupnost in naše doživljanje in presojo odnosa do zakonov in družbenih moralnih norm. Čustvena samopodoba obsega zaznave in prepričanja o izražanju in obvladovanju čustev, denimo o sebi kot mirnem, sproščenem in čustveno uravnovešenem človeku, o tem, ali smo pretežno dobro ali slabo razpoloženi, ali se hitro in močno vznemirimo, ali imamo čustva pod nadzorom (Inštitut za razvijanje človeških virov, 2021).

V splošnem se samopodoba sestavlja iz kombinacije akademske (šolske) in neakademske samopodobe. V svojem delu me bolj podrobno zanima področje splošne samopodobe, telesne samopodobe ter socialne samopodobe. Na podlagi pridobljenih podatkov bom vsa ta področja skupno poimenovala samopodoba.

1.2.2 VRSTE SAMOPODOBE

Predstave o sebi zajemajo miselno, psihično in duhovno področje, bistveni del naše samopodobe so naše predstave in pojmovanja, ki jih imamo o lastnem telesu. 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. Samopodoba zajema tri področja, tri »jaze« – duhovni jaz (predstave o miselnem, psihičnem in duhovnem področju), telesni jaz in socialni jaz (Musek, 1993, str.

344). Podobno Čačinovič Vogrinčič (2002) pojem socialne identitete oziroma socialni jaz opredeljuje kot pričakovanja drugih, določena družbena pričakovanja, ki so vezana na posamične vloge.

1. SPLOŠNA SAMOPODOBA

Splošna samopodoba je celovita percepcija, ki jo ima posameznik o sebi, vključno z ocenami o sebi, s prepričanji o sebi in z osebnostnimi značilnostmi. Ta koncept je pogosto povezan s samospoštovanjem, saj vključuje posameznikovo oceno lastne vrednosti in sposobnosti. Ena od definicij splošne samopodobe je tudi definicija Carla Rogersa, ki je bil eden izmed najbolj znanih psihologov na področju humanistične psihologije. Rogers je samopodobo opredelil kot »organiziran, dosleden niz zaznav in prepričanj o 'sebi« (Rogers, 1959).

2. TELESNA SAMOPODOBA

Telesna samopodoba je večrazsežen psihološki konstrukt z različnimi teoretičnimi in empiričnimi pomeni. Sodobna definicija telesne samopodobe je, da gre za večdimenzionalno osebno stališče do lastnega telesa, posebej do njegove velikosti, oblike in estetike (Cash in Pruzinsky, 1990, kot navedeno v Kuhar, 2002, str. 259). Na telesno samopodobo vplivajo družbeni in kulturni dejavniki (Grogan, 1999, kot navedeno v Kuhar, 2002, str. 259). Nanjo v veliki meri vplivajo kulturno omejene in konsenzualno veljavne definicije privlačnosti in zaželenosti. Pri tem oseba sama zaznava kulturne standarde. Obenem tudi presoja, koliko se ujema s standardi ter kako pomembno je to ujemanje za ljudi, ki jo obkrožajo in za osebo samo (Kuhar, 2002, str. 259).

Pojem telesne samopodobe je bil natančneje koncipiran leta 1890 v delu *Principles of psychology*, avtorja Williama Jamesa, ki je bil ameriški psiholog in filozof. James je pojem telesne samopodobe opredelil znotraj širše teorije sebstva. Najmanj pozornosti James nameni prav telesnemu sebstvu, saj meni, da predstave in pojmovanje o lastnem telesu nimajo bistvenega vpliva na oblikovanje posameznikove samopodobe (Kobal, 2000). Številne raziskave s področja psihologije (Spitz, 1962; Wallon, 1967; Fontaine, 1994, kot navedeno v Kobal, 2000), ki so se ukvarjale s konstruktom telesne samopodobe, so ovrgle Jamesovo teorijo in potrdile obstoj povezave med posameznikovimi predstavami in doživljanjem lastnega telesa ter njegovo samopodobo (Kobal, 2000, str. 19).

3. SOCIALNA SAMOPODOBA

Socialna samopodoba se nanaša na to, kako posameznik vidi sebe v kontekstu družbenih odnosov in vlog, ki jih igra v družbi. Ta vidik samopodobe obsega naše samozavedanje v

odnosu do drugih in kako mislimo, da nas vidijo drugi. Tajfel (1978, kot navedeno v Islam, 2014, str. 1781) je razvil teorijo socialne identitete, ki jo definira kot samopodobo posameznika, ki izhaja iz njegove pripadnosti določenim družbenim skupinam.

Ko govorimo o socialni samopodobi, govorimo o tem, kako naša pripadnost določenim skupinam in naša interakcija z drugimi vpliva na našo samopodobo.

1.2.3 SAMOSPOŠTOVANJE IN SAMOPODOBA

Ko govorimo o samopodobi, ne moremo mimo pojma samospoštovanje. Raziskave kažejo, da je najvišja stopnja povezanosti med samospoštovanjem in dvema področjema samopodobe, od katerih se eno nanaša na socialno sprejetost, drugo pa na zunanji videz (Kobal Grum, 2017, str. 94). Ti dve področji sta še zlasti pomembni v obdobju mladostništva.

Rosenberg (1965) opredeljuje samospoštovanje kot pozitivno ali negativno stališče posameznika do sebe. Pozitivno stališče ali visoko samospoštovanje pomeni, da se posameznik sprejema takšnega kot je, da se ceni, da je zadovoljen sam s seboj, da se čuti vrednega spoštovanja itd. Oseba, ki ima negativno stališče do sebe ali nizko samospoštovanje, se ne ceni, svojih lastnosti ne odobrava, njeno mnenje o sebi je negativno (Rosenberg, 1965). Raziskave kažejo tudi na visoko povezanost nizkega samospoštovanja, depresije in anksioznosti.

V skladu z raziskavami Baldwina in Sinclaira (1996) ter Rosenberga (1965) samospoštovanje predstavljajo kot subjektivno vrednostno sodbo, ki jo posameznik naredi o sebi, pri čemer je ta koncept dinamičen in se nenehno spreminja. Obstaja več dokazov, ki kažejo na povezanost med nizkim samospoštovanjem in številnimi tveganji za duševno zdravje (Sowislo in Orth, 2013). Po drugi strani pa raziskave kažejo, da visoko samospoštovanje deluje zaščitno in pomaga posameznikom spoprijeti se z morebitnimi tveganji in izzivi, kot so negativne povratne informacije, zastoji v napredku ali različne vrste neuspehov (Dumont in Provost, 1999).

1.2.4 DRUŽBENA OMREŽJA IN SAMOPODOBA

Velik in pomemben del samopodobe nam zgradijo drugi. Od drugih dobimo nekatere bistvene informacije, ki postanejo temeljni del podobe, ki si jo ustvarimo o samem sebi (Musek, 1993, str. 348). Naša samopodoba je tako v veliki meri socialno skonstruirana in zrcaljena (Musek, 1993).

Tudi družbena omrežja pomembno vplivajo na samopodobo (Valkenburg, Peter in Schouten, 2006). Povezava med uporabo družbenih omrežij in samopodobo kot tako obstaja, a je težko definirati vzrok in posledice te povezave. Povezava bi naj bila odvisna od vsakega posameznika (Richards, Caldwell in Go, 2015). Nekatere študije so preučevale razmerje med uporabo družbenih omrežij in zaznavanjem telesa (npr. Carter, Forrest in Kaida, 2017). Uporaba družbenih omrežij je tako bila povezana s skrbmi glede lastnega telesa, kot je obsedenost s prekomerno težo ali izogibanje telesni podobi. Med mladimi so zelo pogoste skrbi glede samega zunanjega izgleda (Confalonieri, Gatti, Ionio, in Traficante 2008, kot navedeno v Franchina in Lo Coco, 2018). Do tega pride, ker fizične spremembe med puberteto pogosto povečajo nezadovoljstvo s telesom (Arim, Shapka in Dahinten, 2006, kot navedeno v Franchina in Lo Coco, 2018). Na podlagi tega bi lahko predpostavljali, da je problematična uporaba družbenih omrežij imela med mladimi močan negativen učinek na zadovoljstvo s telesom ali samopodobo (Franchina in Lo Coco, 2018).

Vsebine na družbenih omrežjih so polne lepih modelov, ljudi, ki živijo popolna življenja in nedosegljivih telesnih idealov. Fotografije so spremenjene s filtri, prikazani pa so le najboljši trenutki neke osebe. Najstnice so še posebej občutljive na stroge standarde lepote, ki se prikazujejo na družbenih omrežjih, ki pogosto povečujejo njihovo negotovost in tesnobo. V primerjavi z urejenim, s popolnim življenjem drugih, se mnoge počutijo nezadostne (Etherson in Curran, 2021).

Podatki potrjujejo, da so družbena omrežja in uporaba interneta povezani s skrbmi glede samopodobe in z motnjami prehranjevanja pri ženskah in najstniških dekletih (Holland in Tiggemann, 2016, kot navedno v Franchina in Lo Coco, 2018). Zaradi male količine dokazov še ni možno poudariti povezave med družbenimi omrežji in nezadovoljstvom s telesom. Franchina in Lo Coco (2018) navajata le eno raziskavo, ki je raziskovala razmerje med uporabo Facebooka in skrbjo za telesno samopodobo pri najstnikih. Gre za raziskavo Tiggemann in Slaterja v letu 2017. Ugotovljeno je bilo, da število Facebook prijateljev napoveduje skrbi deklet glede telesne samopodobe (Franchina in Lo Coco, 2018).

1.3 POSLEDICE UPORABE DRUŽBENIH OMREŽIJ

Družbena omrežja lahko pomembno vplivajo na našo samozavest. Njihova struktura je zasnovana tako, da spodbuja deljenje obsežnih osebnih informacij, ki vključujejo naše priljubljene stvari, hobije, osebne poglede in seveda fotografije (Gonzales in Hancock, 2011).

Anderson in Jiang (2018) navajata, da so med mladostniki Youtube, Instagram in Snapchat najbolj priljubljene spletne platforme. Med mladostniki so mnenja o tem, kako družbena omrežja vplivajo nanje različna. Večina (45 %) jih meni, da družbena omrežja nanje in njihove vrstnike nimajo ne pozitivnega in ne negativnega vpliva. Medtem jih približno tretjina (31 %) ocenjuje, da imajo ti mediji nanje večinoma pozitiven vpliv, 24 % pa vpliv družbenih omrežij opisuje kot negativen (Anderson in Jiang, 2018). Leta 2022 je bila narejena podobna raziskava, kjer je v podatke zajeta tudi uporaba aplikacije TikTok. Še vedno je najbolj priljubljena platforma Youtube, saj ga uporablja 95 % najstnikov. TikTok je naslednji na seznamu platform (67 %), sledita mu Instagram in Snapchat, ki ju uporablja približno šest od desetih najstnikov. Po teh platformah sledi Facebook s 32 % in manjši deleži uporabnikov Twitterja, Twitcha, WhatsAppa, Reddita in Tumblra (Vogels, Gelles-Watnick in Massarat, 2022).

Prej je bilo veliko skrbi povezanih z medijskimi podobami modelov in njihovim vplivom na mlada dekleta, sedaj pa so mladi sami postali modeli, ki uporabljajo različna orodja za izboljšanje svojih fotografij (Ehmke, b.d.).

Raziskava Royal Society for Public Health (2017) je pokazala, da se mladi primerjajo s podobami, ki jih vidijo okoli sebe, kar pogosto vodi v občutke krivde, ker njihova telesa ne ustrezajo tem idealnim podobam. Iz njihovih ocen različnih platform, glede na njihov vpliv na zdravje in počutje, je bil YouTube najbolje ocenjen, medtem ko sta Snapchat in Instagram prejela najslabše ocene, saj sta pripeljala do občutkov nezadostnosti in tesnobe (Royal Society for Public Health, 2017).

Poleg tega lahko družbena omrežja vplivajo na občutek strahu pred zamujenimi priložnostmi, znan tudi kot "Fear of Missing Out" (FOMO), kar bi lahko prevedli kot strah pred tem, da ne bi česa zamudili. Približno 40 % anketirancev, starih med 12 in 67 let, je poročalo o tem občutku (Abel, Buff in Burr, 2016).

1.3.1 PREKOMERNA, ŠKODLJIVA RABA DRUŽBENIH OMREŽIJ IN NEGATIVNE POSLEDICE

Težave, ki izhajajo iz uporabe družbenih omrežij, se pogosto pojavljajo pri mlajših uporabnikih, ki nimajo zadostnih življenjskih izkušenj, da bi jih lahko prepoznali ali se jim izognili. Zlasti mladostniki do 19. leta so izjemno dovzetni za negativne vplive družbenih omrežij. Najbolj občutljiva starostna skupina deklet je med 11. in 13. letom, fantje pa so najbolj izpostavljeni med 14. in 15. letom. Raziskava, ki je bila izvedena v Angliji, je

pokazala, da daljše dnevno bivanje na družbenih omrežjih v teh starostnih skupinah korelira z nižjo stopnjo življenjskega zadovoljstva. Nasprotno pa so bili mladostniki, ki so bili bolj zadovoljni s svojim življenjem, saj so družbena omrežja uporabljali manj časa (Orben idr., 2022).

Podoba prekomerne uporabe družbenih omrežij se spreminja od osebe do osebe. Vendar Raypole (2020) poudarja nekaj splošnih pokazateljev, ki so povezani z običajnimi znaki pretirane uporabe zaslonov in interneta. Ti vključujejo daljše bivanje na omrežju kot je bilo načrtovano, uporabo omrežja za izboljšanje razpoloženja, zanemarjanje spanja, fizičnega in duševnega zdravja ter osebnih odnosov in stalno potrebo po preverjanju in osveževanju družbenih omrežij.

Nekateri raziskovalci opažajo, da impulzivna in kompulzivna uporaba družbenih omrežij narašča, kar kaže na potencial za zasvojenost (Kuss in Griffiths, 2011; Chakraborty, 2016). Ker je vedno večji delež populacije, zlasti mladih, izpostavljen pretirani ali škodljivi uporabi družbenih omrežij, interneta ali zaslonskih tehnologij, je nadaljnje proučevanje teh učinkov nujno.

Mladostniki, ki so družbena omrežja uporabljali več kot tri ure na dan, so bili najbolj nezadovoljni s svojim življenjem (Orben idr., 2022). Glede pretirane in škodljive uporabe so opazne številne negativne posledice, ki so podobne zgornjim pokazateljem in so deloma povezane s splošno pretirano uporabo interneta in zaslonov. Specifične posledice pretirane in škodljive uporabe družbenih omrežij vključujejo:

- negotovost in nesproščenost glede lastnega izgleda in telesa;
- ustvarjanje in spodbujanje občutka manjvrednosti;
- občutki izključenosti, osamljenosti, zavisti ...;
- občutek pritiska po objavljanju podrobnosti iz osebnega življenja;
- želja po prikazovanju zgolj »idealne« plati življenja;
- nezadovoljstvo z življenjem;
- nižja samozavest in šibka samopodoba;
- večja dovzetnost za razvoj depresivnega razpoloženja;
- poplitvene življenjske vrednote;
- večja ranljivost za duševne stiske in težave z duševnim zdravjem itd. (Chou in Edge 2012; Woods in Scott 2016; Zheng in Lee, 2016; Akram in Kumar, 2017; Thorisdottir

idr., 2019; Thorisdottir idr., 2020; Orben idr., 2022; Chang idr., 2022, kot navedeno v Srebrnič, Domajnko in Behin, 2022).

Večina raziskav (Kraut idr., 1998; Yen idr., 2007; Lam in Peng, 2010; Akin in Iskender, 2011; Tsitsika idr., 2011) potrjuje tezo, da obstaja neposredna povezava med pogostostjo uporabe spleta in stopnjo depresije. To pomeni, da imajo pogostejši uporabniki interneta v povprečju večje možnosti za razvoj depresivnih simptomov. Kraut in sodelavci (1998) so na podlagi rezultatov raziskave prišli do sklepa, da lahko uporaba svetovnega spleta poveča posameznikovo izpostavljenost osamljenosti, depresiji in stresu, kar so poimenovali kot »internetni paradoks«. Presenetljivo je, da lahko tehnologija, ki je v osnovi namenjena spodbujanju medčloveške komunikacije, privede do nasprotnih učinkov, vključno z negativnimi socialnimi in psihološkimi posledicami. Podobne ugotovitve sta v svoji raziskavi zabeležila tudi Akin in Iskender (2011). V svoji študiji, ki je zajemala 300 univerzitetnih študentov iz Turčije, sta ugotovila, da imajo posamezniki, ki kažejo simptome odvisnosti od interneta, večjo verjetnost, da bodo doživeli depresijo, tesnobo in stres.

1.4 DRUŽBENA OMREŽJA IN DEPRESIJA

Depresijo lahko obravnavamo kot najpogostejšo duševno motnjo sodobnega časa (Schmidt, 2022). Takšna lahko zajema precej več kot le občutek žalosti. Pri depresiji je moteno delovanje nekaterih kemičnih prenašalcev – nevrotransmiterjev, ki so majhne molekule, ki v možganih prenašajo sporočila med celicami (Dernovšek, Gorenc in Jeriček, 2012). Depresija lahko prizadene vsakogar – mlade, starejše, moške ali ženske. Približno vsaka šesta oseba v svojem življenju zboli za depresijo. Ženske celo dvakrat pogosteje zbolijo za depresijo kot moški (Dernovšek in Tavčar, 2005).

Depresija se lahko kaže na zelo različne načine na telesnem, psihičnem in socialnem področju človekovega bivanja. Vpliv na človeka je celosten (Schmidt, 2022). Pogosteje se depresivna motnja razvije pri osebah z ranljivo, z občutljivo in s pesimistično osebnostjo, kar pomeni, da si ti ne zaupajo in imajo slabo samopodobo (Schmidt, 2022, str. 82).

Kot je že omenjeno lahko depresija prizadene vsakogar. Pojavlja se tudi pri otrocih in mladostnikih. Pri otrocih je pogostost depresije ocenjena na 2 %, pri mladostnikih pa na 9 % (Remschmidt in Gregoričič Kumperščak, 2009, kot navedeno v Schmidt, 2022, str. 120). Po podatkih WHO je depresija tista motnja, ki v starostnem obdobju od 15 do 44 let najbolj

prizadene kakovost življenja, saj močno vpliva na vsakodnevno življenje posameznika (Schmidt, 2022, str. 120).

Dejavniki tveganja za razvoj depresije pri otrocih ali mladostnikih so: zgodovina depresije v otroštvu, spol (pri deklicah se depresija pojavlja pogosteje), zgodnja puberteta pri deklicah, prisotnost anksioznih motenj, prekinitev romantičnega odnosa, izguba ljubljene osebe – še posebej starša, druge travme, vključno z naravnimi katastrofami, zloraba drog, vključno s kajenjem, močan stres, ločitev staršev, zanemarjanje, zloraba itd. (Dernovšek, Gorenc in Jeriček, 2012).

Družbena omrežja bi lahko obravnavali kot »dvojni meč«. Študije kažejo koristi, ki omogočajo ljudem izražanje misli in čustev ter prejemanje socialne podpore (Deters in Mehl, 2013; Lenhart idr., 2015; Lilley, Ball in Vernon, 2014; Clarke-Pearson in O'Keeffe, 2011; Rosen, 2011, kot navedeno v Keles, McCrae in Grealish, 2019). Raziskave so pokazale tudi povezavo med uporabo družbenih omrežij in psihološkimi težavami. Keles, McCrae & Grealish (2019) so sistematično pregledali 11 študij, ki so merile uporabo družbenih omrežij in simptome depresije pri otrocih in mladostnikih. Te so pokazale majhno, vendar statistično pomembno razmerje (McCrae, Gettings in Purssell, 2017, kot navedeno v Keles, McCrae & Grealish, 2019). Metaanaliza 23. študij, ki so jo izvedli Keles, McCrae in Grealish, je pokazala korelacijo med problematično uporabo Facebooka in psihološko stisko pri mladostnikih in mladih odraslih (Marino, Gini, Vieno in Spada, 2018, kot navedeno v Keles, McCrae in Grealish, 2019). Druge sistematične ocene so prav tako našle pomembno razmerje med uporabo družbenih omrežij in depresijo (Best, Manktelow in Taylor, 2014; Hoare, Milton, Foster in Allender, 2016, kot navedeno v Keles, McCrae in Grealish, 2019).

1.5 DRUŽBENA OMREŽJA IN TESNOBA ALI ANKSIOZNOST

Tesnoba ali anksioznost je neprijetno čustvo, ki ga običajno spremljajo telesne in vedenjske spremembe podobne tistim, ki spremljajo običajen odziv na stres (Dernovšek, Gorenc in Jeriček, 2012; str. 36). Tesnobnost je povezana z občutjem strahu. Pri tesnobi gre tako za irealen strah, pravzaprav za stanje, ki je strahu podobno predvsem po telesnih reakcijah, ki jih sproži. Posameznik je, ne da bi vedel vzrok, napet, neredko ga obliva pot, stiska ga v prsih ali v grlu, je ves zmeden, pogosto občuti nekakšen nemir, misli mu begajo in ne more se prav zbrati (Rakovec-Felser, 1991; str. 16). Če tesnobni občutek ne preneha in je tako močan, da

posameznika ovira pri vsakodnevnih dejavnostih, če vztraja, tudi ko nevarnosti več ni, gre za bolezensko tesnobo ali anksiozne motnje (Dernovšek, Gorenc in Jeriček, 2012; str. 36).

Anksioznost se lahko posameznika poloti trenutno, v obliki napada ali krize, ali pa je njegova bolj ali manj skrita stalna spremljevalka (Rakovec-Felser, 1991; str. 28). Skozi zgodovino je anksioznost bila definirana na različne načine: kot dražljaj, poteza, motiv, gon in nazadnje kot čustveno stanje s subjektivno izkušnjo strahu in napetosti (Endler in Kocovski, kot navedeno v Kozina, 2016; str. 4). Uporablja se tudi izraz anksiozne motnje, kjer gre za več različnih oblik motenj. In sicer pod to spadajo:

- Generalizirana anksiozna motnja, kjer gre za pretirano skrb in zaskrbljenost zaradi stvari, ki so za nas pomembne in nam predstavljajo različne vrednote.
- Panična motnja, o kateri govorimo, ko posameznik doživi vsaj dva nepričakovana panična napada, ki jima sledi vsaj en mesec skrbi pred novim napadom, izgubo nadzora ali izgubo zdravega razuma.
- Fobične motnje, ki so izogibajoče in tesnobne reakcije na določene razmere (na zaprte prostore, na odprte prostore ...).
- Posttravmatski stresni sindrom, ki je definiran kot tesnobnost, kjer gre za posledice zelo hude in za posameznika zelo travmatične izkušnje.
- Obsesivno kompulzivna motnja, kjer prihaja do ponavljajočih se misli in dejanj, s katerimi posameznik blaži tesnobo in jih ne more nadzirati (Dernovšek, Gorenc in Jeriček, 2012; str. 36–37).

Anksioznost spada med najpogostejše psihološke težave v obdobju šolanja (Kozina, 2016; str. 3). Stalna anksioznost tako prizadene otroka ali mladostnika na čustvenem področju, škodi njegovemu telesnemu zdravju, vpliva na njegov razvoj, njegovo učenje in razvoj medosebnih odnosov še posebej v šolskem obdobju.

Pri otrocih in mladostnikih so najpogostejše oblike anksioznosti: separacijska anksioznost, skrb zaradi šolskega uspeha, strah glede navezovanja prijateljstev, strah pred učitelji in pretepaškimi otroki, pred hranjenjem v skupni jedilnici, uporabo šolskih stranišč, spraševanjem pred razredom, preoblačenjem pri športni vzgoji, pred interakcijami z drugimi otroki ali učitelji ter strah pred zbadanjem vrstnikov ali starejših otrok (Dernovšek, Gorenc in Jeriček, 2012; str. 41). Vendar je pomembno izpostaviti, da vsak otrok ali mladostnik občasno občuti anksioznost, ki je normalen in naraven odziv v situacijah, ko občutimo grožnjo ali nevarnost. Normalno je, da otroci občutijo strah ali anksioznost zaradi različnih stvari, saj se

med odraščanjem soočajo z različnimi novimi situacijami in izzivi (Čas, Fras Seršen in Hudoklin, 2022; str. 7). Kot eden izmed dejavnikov razvoja anksioznosti je tudi perfekcionizem, ki ga definiramo kot pretirano samovrednotenje na podlagi visoko postavljenih osebnih zahtev in kriterijev na vsaj enem pomembnem področju življenja, kljub škodljivim posledicam za posameznika (Čas, Fras Seršen in Hudoklin, 2022; str. 32).

Rosenberg je leta 1965 predstavil štiri dejavnike, ki izzovejo tesnobo, in sicer: (1) nestabilna in spreminjajoča se samopodoba, (2) lažno prikazovanje samega sebe v medosebnih odnosih, (3) pretirana občutljivost na neugodne odzive iz okolja, (4) fizična in čustvena izolacija od drugih, ki vodi v osamljenost. Ti dejavniki so v tesni medsebojni povezanosti, a je nemogoče ugotoviti, kateri je tisti, ki pravzaprav sproži negativno vrednotenje samega sebe (Kobal, 2000; str. 165).

Spoznanja o odnosu med samopodobo in anksioznostjo se večinoma skladajo v postavki, da je zveza med njima obratno sorazmerna – bolj ima posameznik izoblikovano pozitivno samopodobo (in visoko samospoštovanje), nižja je njegova stopnja anksioznosti, vendar ne moremo trditi, da je povezava vzročno posledična, saj je nemogoče trditi, da je nekdo tesnoben zaradi neustrezne samopodobe (prav tam).

Raziskave nakazujejo, da mladi, ki veliko uporabljajo družbena omrežja, pogosteje poročajo o slabem duševnem zdravju, vključno s simptomi tesnobe in depresije. Neprestano gledanje prijateljev na dopustu ali pri uživanju v nočnem življenju, lahko pri mladih ustvari občutek, da nekaj zamujajo. To lahko vodi do občutka nezadostnosti, ko primerjajo svoje življenje s popolno prikazanimi življenji na družbenih medijih. Nerealna pričakovanja, ki jih postavljajo družbeni mediji, lahko povzročijo občutke nizke samozavesti, težnje k perfekcionizmu in se lahko kažejo kot anksiozne motnje. Uporaba več računov družbenih medijev hkrati je prav tako povezana s simptomi socialne anksioznosti (Royal Society for Public Health, 2017).

1.6 SNAPCHAT DISMORFIJA IN ŽELJA PO SPREMEMBI LASTNEGA TELESA

S filtri na družbenih omrežjih, kot sta Instagram in Snapchat, z laskavo osvetlitvijo, s popolnimi pozami in z urejevalnimi aplikacijami, ki vas lahko prikažejo kot vitkejšo različico sebe (zraven tega s popolno kožo), smo vstopili v dobo popolnih selfiejev. Vendar pa nekateri strokovnjaki trdijo, da ta popolnost iz družbenih omrežij prehaja iz naših telefonov in vdira v naše resnično življenje. Vedno več ljudi si misli »želim izgledati tako« , zato gredo do skrajnosti, da to dosežejo (Migala, 2018).

Trend, ki mu nekateri pravijo »Snapchat dismorfija«, je resničen in vsako leto postaja močnejši. Glede na podatke iz leta 2017, ki jih navaja Ameriška akademija za obrazno plastično in rekonstrukcijsko kirurgijo (AAFPRS), je 55 odstotkov kirurgov, specializiranih za obrazno plastično kirurgijo, povedalo, da so pacienti zahtevali kozmetične postopke, da bi bolje izgledali na družbenih omrežjih, kar je za 13 odstotkov več kot leto prej (ibid.).

Mnoge mlade ženske svoja telesa primerjajo z idealiziranimi lepotnimi podobami, ki jih vidijo na družbenih omrežjih. Takšno primerjanje lahko privede do nizke samopodobe, kar lahko posledično poveča uporabo lepotnih filtrov pri fotografiranju za socialna omrežja. Lepotni filtri vsakodnevno pridobivajo na priljubljenosti in postaja »normalno«, predvsem za mlade ženske, da uporabljajo te filtre za spreminjanje svoje podobe in prikrivanje svojih pomanjkljivosti. Po besedah Willinghama (2018) pa je problematično, ko posameznik spremeni svojo fotografijo in se v rezultatu sooči z idealizirano različico samega sebe, saj lahko to vodi do nerealnih pričakovanj glede lastnega videza. Kot diplomantka socialnega dela bi opozorila na potencialne škodljive učinke tega trenda na samopodobo in samospoštovanje mladih žensk (Eshiet, 2020).

Snapchat dismorfija je motnja samopodobe, ki jo označuje potreba po intenzivnem urejanju lastne digitalne slike. V skrajnih primerih lahko ta motnja vodi do iskanja kozmetičnih posegov za posnemanje spremenjenih podob, ki jih posamezniki objavljajo na spletu. Britanski zdravnik, dr. Tijion Esho, je opazil povečanje pacientov, ki namesto fotografij slavnih, prinesejo močno obdelane selfije na posvete, kar je privedlo do uveljavitve izraza »Snapchat dismorfija«. Težava nastane, ko se spremenjene slike na fotografijah ne ujemajo z resnično podobo posameznikov, kar lahko vodi do občutka negotovosti. Digitalno urejanje, kot je odstranjevanje podvojene brade, je morda estetsko privlačno in hitro dosegljivo, vendar končna slika pogosto ne odraža resničnega videza posameznika (Wigmore, 2019).

Filtri na platformah, kot sta Snapchat in Instagram, omogočajo posameznikom, da prilagodijo svojo podobo v skladu s trenutnimi lepotnimi standardi zahodne družbe, kot so gladka koža, polnejše ustnice in večje oči. V današnji digitalni kulturi so ti filtri, ki vključujejo različne učinke, postali norma. Vendar pa je bilo veliko razprav o potencialno škodljivem vplivu teh aplikacij in filtrov na samozavest posameznikov. Posebej skrb vzbujajoča je možnost, da takšne prakse vodijo k težavam, kot je motnja telesne dismorfije, ki jo opredeljujejo vztrajne in vsiljive obsedenosti z domišljeno ali majhno napako v lastnem videzu (Brucculieri, 2018).

Vse pogosteje ljudje od plastičnih kirurgov zahtevajo, da jih operativno spremenijo, da bodo podobni učinkom filtrov na Snapchatu, torej pojavu, ki ga imenujemo »Snapchat dismorfija«. Selfiji so ključen dejavnik pri teh zahtevah, saj želijo ljudje izgledati bolje na svojih fotografijah. Posebno skrb vzbujajoče je, da mladi med 16. in 25. letom porabijo kar 16 minut in sedem poskusov za ustvarjanje »popolnega« selfija. Filtri na družbenih omrežjih in preobilje selfijev lahko sproži nerealna pričakovanja glede lepote in povzročijo telesno dismorfično motnjo. Ker živimo v družbi, ki poudarja instantno zadovoljstvo, mnogi pacienti pričakujejo hitre rezultate, ki pa so pogosto nerealna pričakovanja. Zelo pomembno je opozoriti, da kozmetični postopki pogosto ne morejo replicirati videza, ki ga ustvarjajo filtri in da lahko nekateri filtri prikazujejo videz, ki je kirurško nedosegljiv (Perkins, 2019).

Glavni simptom pri »Snapchat dismorfiji«, ki spada v večjo skupino motenj telesne dismorfije, je obsedenost z videzom. Ti posamezniki bodo vsak dan preživeli ure, osredotočene na napake, ki so jih prepoznali. Na splošno bodo pacienti z motnjami telesne dismorfije imeli nizko samopodobo, nagnjenost k izogibanju družbenim situacijam in težave pri delu in/ali šoli (ibid.). Vedenja, ki so lahko znak motenj telesnih dismorfij, kot je Snapchat dismorfija:

- primerjanje sebe z drugimi,
- iskanje operacije,
- preverjanje svojega videza v ogledalu,
- prekomerno urejanje,
- prekomerna vadba,
- pogosta menjava oblačil,
- prekomerno sončenje,
- prekomerno nakupovanje (ibid.).

2 FORMULACIJA PROBLEMA

V sodobnem času je vedno večji del našega življenja povezan z uporabo družbenih omrežij. V vzponu teh je v porastu tudi »nevarna« uporaba družbenih omrežij, ki se nanaša na konstantno primerjanje z uspešnimi vplivneži na Instagramu, uporabo Snapchata, Instagrama in ostalih filtrov ter uporabo platform, ki so se že izkazale za lahko zasvojitvene. Taka platforma je tudi TikTok, ki ga uporablja vse več mladih. Mladi se tako primerjajo s spletnimi vplivneži, ki uporabljajo filtre ali pa se poslužujejo lepotnih operacij. Tako naletimo na želje mladostnikov po lastni spremembi telesa in to lahko vpliva tudi na njihovo samopodobo. Nizka samopodoba pa lahko vodi do različnih izzivov v duševnem zdravju.

Na gimnazijce sem se osredotočila predvsem iz razloga, ker me je zanimalo, kako razširjena je uporaba družbenih omrežij in kakšno vlogo ima pri oblikovanju samopodobe ter poznavanju različnih duševnih stisk, kot so depresija, anksioznost oziroma tesnoba ter Snapchat dismorfija v gimnazijah. Spodnje Podravje pa sem si izbrala, ker je to območje, na katerem živim in si želim delati na tem geografskem področju. Moja raziskava je moj prvi stik z raziskovanjem tega geografskega področja in tudi te tematike.

Menim, da bo uporaba družbenih omrežij in njihova vloga pri oblikovanju našega vsakdana vedno bolj sodoben izziv, s katerim se bomo srečevali socialni delavci in ga moramo še bolje spoznati in ga ozavestiti.

V sklopu tega sem si postavila raziskovalna vprašanja in hipoteze. Skozi svojo raziskavo bom tako odgovarjala na raziskovalna vprašanja in potrdila oziroma zavrnila hipoteze.

RAZISKOVALNA VPRAŠANJA:

1. Ali imajo dijaki, ki več časa preživijo na družbenih omrežjih, slabšo samopodobo kot tisti, ki na družbenih omrežjih preživijo le kratek čas ali pa jih sploh ne uporabljajo?
2. Kako razširjeno je poznavanje depresije, anksioznosti in Snapchat dismorfije med gimnazijci v Spodnjem Podravju?
3. Ali obstaja povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in željo po spremembi lastnega telesa?

HIPOTEZE:

Hipoteza 1: Statistično obstaja pomembna povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in negativnim dojemanjem samopodobe.

Hipoteza 2: Več kot polovica dijakinj in dijakov še ni slišala pojma »Snapchat dismorfija«.

Hipoteza 3: Več kot polovica dijakinj in dijakov pozna nekoga, ki doživlja depresijo.

Hipoteza 4: Med količino preživetega časa na družbenih omrežjih in poznavanjem anksioznosti pri dijakinjah in dijakih v Spodnjem Podravju obstaja močna povezava.

Hipoteza 5: Več kot polovica gimnazijk in gimnazijcev Spodnjega Podravja poroča o pogostem doživljanju občutka tesnobe med primerjanjem z drugimi.

Hipoteza 6: Povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in željo po spremembi lastnega telesa je statistično pomembna pri dekletih, ne pa tudi pri fantih.

3 METODOLOGIJA

3.1 VRSTA RAZISKAVE IN SPREMENLJIVKE

Raziskava, ki sem jo opravila, je empirična, saj sem zbirala novo, neposredno izkustveno gradivo z metodo spraševanja. Pridobljeno gradivo sem uporabila za preverjanje hipotez in znanstveno dokazovanje (Mesec, 2009). Raziskava je **kvantitativna**, ker sem zbirala podatke, ki sem jih tudi številčno obdelala. S tem sem pridobila podatke, ki sem jih primerjala med sabo, lažje sem jih interpretirala in tudi predstavila. Zbirala sem jih s pomočjo anketnega vprašalnika, v nadaljevanju pa statistično tudi analizirala (Mesec, 2009). Obenem je raziskava tudi **deskriptivna** oziroma opisna, saj sem količinsko opredelila osnovne značilnosti proučevanega pojava (Mesec, 2009). Med samo raziskavo pa me je zanimal obstoj in jakost zveze med dvema ali več pojavi (Mesec, 2009).

Upoštevane spremenljivke v raziskavi so:

Tabela 3.1.1 Spremenljivke raziskave

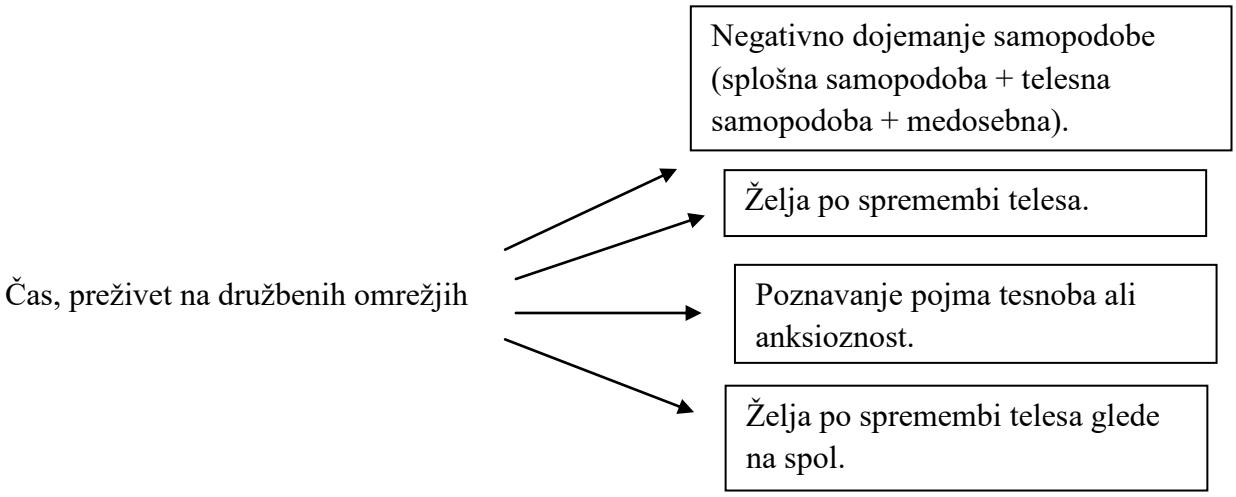
Statistična spremenljivka	**Indikatorji**	**Vrednosti/modalitete**
Dovoljenje staršev	Obkrožen en odgovor anketiranca na 1. vprašanje glede pridobljenega dovoljenja za sodelovanje.	Da, Ne
Uporaba družbenih omrežij	Obkrožen en odgovor na 2. vprašanje glede uporabe družbenih omrežij.	Da, Ne
Vrsta družbenih omrežij	Možnost več odgovorov na 3. vprašanje v povezavi z vrsto uporabljenih družbenih omrežij.	Facebook, Messenger, Instagram, Snapchat, TikTok
Doživljanje neprijetnih čustev	En odgovor DA/NE na 4. vprašanje glede doživljanja naštetih negativnih čustev (žalost, razočaranje, sram, zaskrbljenost, vznemirjenost, jeza, frustracija, sovraštvo do sebe, razdraženost, zadrega, dvom, obup, šokiranost).	Da, Ne
Čas, preživet na družbenih omrežjih	Anketirančeva ocena preživetih ur na družbenih omrežjih; odgovor na 5. vprašanje v vprašalniku.	0–24 ur
Starost začetka uporabe družbenih omrežij	Odgovor na 6. vprašanje glede starosti pri začetku uporabljanja družbenih omrežij.	0–100 let
Splošna samopodoba	Indeks trditev pri 7. in 8. vprašanju glede doživljanja samega sebe.	1 – sploh se ne strinjam 2 – se ne strinjam 3 – se niti ne strinjam/niti strinjam 4 – se strinjam 5 – povsem se strinjam In 1 – nikoli 2 – skoraj nikoli/redko 3 – občasno/včasih 4 – pogosto 5 – vedno

Telesna samopodoba	Indeks trditev pri 9. in 10. vprašanju glede lastne telesne samopodobe.	1 – sploh se ne strinjam 2 – se ne strinjam 3 – se niti ne strinjam/niti strinjam 4 – se strinjam 5 – povsem se strinjam In 1 – nikoli 2 – skoraj nikoli/redko 3 – občasno/včasih 4 – pogosto 5 – vedno
Medosebna (socialna) samopodoba	Indeks trditev pri 11. vprašanju glede medosebne (socialne) samopodobe.	1 – sploh se ne strinjam 2 – se ne strinjam 3 – se niti ne strinjam/niti strinjam 4 – se strinjam 5 – povsem se strinjam
Želja po spremembi telesa	Indeks pri 10. vprašanju o želji po spremembi telesa.	1 – nikoli 2 – skoraj nikoli/redko 3 – občasno/včasih 4 – pogosto 5 – vedno
Pozitivne lastnosti družbenih omrežij	Možnost več odgovorov na 13. vprašanje glede pozitivnih lastnosti družbenih omrežij.	Spoznavanje ljudi, Fotografije, Izleti, TikTok, Prepoznavnost, Drugo
Negativne lastnosti družbenih omrežij	Anketirančevi odgovori glede treh negativnih lastnosti družbenih omrežij.	Odprta kategorija
Poznavanje pojma depresija	Odgovor glede poznavanja pojma depresija.	Da, Ne
Poznavanje pojma tesnoba ali anksioznost	Odgovor glede poznavanja pojma tesnoba ali anksioznost.	Da, Ne
Izkušnje z depresijo	Odgovor glede spopadanja ter oseba, ki se spopada z anksioznostjo.	Da, Ne Pri osebah, ki se spopadajo z depresijo; ali poznajo osebo: Sošolec/sošolka; Prijatelj/prijateljica, ki ni sošolec/sošolka; Družinski član; Drugo
Izkušnje z anksioznostjo	Odgovor glede spopadanja ter oseba, ki se spopada z anksioznostjo.	Da, Ne Pri osebah, ki se spopadajo z anksioznostjo; ali poznajo osebo: Sošolec/sošolka; Prijatelj/prijateljica, ki ni sošolec/sošolka; Družinski član; Drugo
Tesnobni občutek pri primerjanju z drugimi	Odgovor glede doživljanja in pogostosti (vprašanje 21 in 22).	Da, Ne (za doživljanje); 1–5 (1 – redko, 5 – vedno) (za pogostost)
Poznavanje Snapchat dismorfije	Odgovor na 23. vprašanje glede poznavanja ter odgovor na 24. vprašanje glede razumevanja pojma Snapchat dismorfija.	Da, Ne Snapchat dismorfija je nagnjenost k pretiravanju pri uporabi filtrov in urejevalnih orodij na družbenih omrežjih, kar vodi v nezadovoljstvo z lastnim videzom; Snapchat dismorfija je pojav, pri katerem posamezniki doživljajo zasvojenost s preverjanjem in odgovarjanjem na sporočila na družbenem omrežju Snapchat; Snapchat dismorfija je občutek nelagodja in tesnobe, ki ga posameznik doživlja, ko se mora

		soočiti z lastno podobo na fotografijah brez filtrov ali urejanja; Snapchat dismorfija je vrsta telesne dismorfije, kjer posamezniki občutijo močno željo, da bi svoj videz prilagodili tako, kot ga prikazujejo filtri in urejevalna orodja na družbenih omrežjih, kar lahko vodi v resne duševne težave in nezadovoljstvo s svojim videzom.
Izkušnje s Snapchat dismorfijo	Odgovor na 25. vprašanje glede doživljanja Snapchat dismorfije.	Da, Ne
Spol	Obkrožen odgovor na 26. vprašanje o spolu.	Ženski, Moški, Drugo
Letnik šolanja	Obkrožen odgovor na 24. vprašanje o letniku šolanja v šolskem letu 2022/23.	3. letnik, 4. letnik
Srednja šola	Izpolnjen odgovor na 25. vprašanje o obiskovanju šole.	Gimnazija Ormož, Gimnazija Ptuj

Za analizo samopodobe bom uporabila združene pojme splošne samopodobe, telesne samopodobe in medosebne oziroma socialne samopodobe.

Navajam še nekatere spremenljivke in povezavo med njimi:



3.2 MERSKI INSTRUMENTI IN VIRI PODATKOV

Podatke sem pridobila neposredno od anketirancev. Kot merski instrument sem uporabila spletni anketni vprašalnik. Merski instrument je pripomoček, ki ga uporabljamo pri merjenju. Z njegovo pomočjo izzovemo vedenje pri opazovani enoti, ki je indikator lastnosti, ki jo želimo meriti ter zabeležimo stopnjo te reakcije (Mesec, 2009).

Za merski instrument sem izbrala spletni anketni vprašalnik, saj menim, da lahko s pomočjo tega dobim zanesljive podatke. Skupaj z mentorico sva oblikovali vprašalnik, nato sem

vprašalnik izdelala sama s pomočjo aplikacije Arnes 1KA (Enklik Anketa), ki je dodan v Prilogi 1 in je anonimen ter ne izda posameznikove identitete. Vprašanja sem sestavila na podlagi prebrane strokovne literature in nekaterih lastnih opažanj glede izbranega problema raziskave. Večina vprašanj se nanaša na hipoteze in raziskovalna vprašanja. Nekatera vprašanja pa orišejo širšo sliko populacije, npr. vprašanje glede tega, katera družbena omrežja študenti uporabljajo, ali imajo ustvarjen profil na družbenih omrežjih, starost in spol.

Vprašalnik je sestavljen iz 28. vprašanj, ki se na začetku navezujejo na družbena omrežja, nato se navezujejo na opredelitev vseh vidikov samopodobe, sledijo vprašanja glede želje po spremembi telesa ter negativnih občutkov ob objavi lastne fotografije, na koncu pa se dotaknejo še tem, kot so depresija, anksioznost in »Snapchat dismorfija«. Vprašanja so razdeljena na različne tematike in prav tako na različne ravni merjenja. Poslužujem se odgovorov v tabeli, kjer ocenjujejo pogostost in veljavnost, prav tako uporabljam lestvice zadovoljstva, nekatera vprašanja pa so odprte kategorije.

Vprašalnik je potrjen s strani mentorice in je tudi testiran s strani trinajstih sošolcev in sošolk, ki so podali komentarje, na podlagi katerih sem vprašalnik še izboljšala.

3.3 POPULACIJA IN VZOREC

Populacijo v moji nalogi sestavljajo **dijaki in dijakinje gimnazij v Spodnjem Podravju (Ptuj in Ormož), ki obiskujejo gimnaziji v šolskem letu 2022/23.** Za lažjo izvedbo raziskave sem se poslužila tudi vzorčenja. Vzorec je tako neslučajnostni, ker vsaka enota populacije ne bo imela enake možnosti pri izboru vanj, in priročni, saj sem raziskavo izvedla na najbolj dostopni skupini ljudi (Mesec, 2009). Vzorec tako sestavljajo gimnazijci in gimnazijske v Spodnjem Podravju, ki v šolskem letu 2022/23 obiskujejo 3. in 4. letnik.

Ker so nekateri dijaki še mladoletni, sem morala pridobiti tudi soglasja staršev. Tudi v merskem instrumentu je bilo prvo vprašanje vezano na pridobitev dovoljenja s strani staršev.

3.4 ZBIRANJE PODATKOV

Kot metodo zbiranja podatkov bom uporabila spraševanje, in sicer **spletno anketiranje**. Posamezniki bodo izpolnjevali anketni vprašalnik samostojno in v elektronski obliki. Dijakinjam in dijakom, ki so mlajši od 18 let, ali pa tistim, ki bodo potrebovali kakršnokoli pomoč pri izpolnjevanju, bom v pomoč kot vodja raziskave sama.

Anketa je **standardizirana** (Mesec, 2009), saj so vprašanja pripravljena že pred samo izvedbo in so enaka za vse udeležence. Vprašanja so prilagojena glede na njihove odgovore. Prav tako je izpolnjevanje vprašalnika potekalo **nevodeno** (Mesec, 2009), saj sama ne bom podajala vprašanj in navodil neposredno. Vsi prisotni bodo anketni vprašalnik izpolnjevali istočasno.

Anketo sem izvedla s pomočjo aplikacije Arnes 1KA (Enklik Anketa). Povezavo oziroma QR kodo za dostop do ankete sem delila z gimnazijci, ko sem jih obiskala osebno v razredu in jim predstavila temo mojega diplomskega dela. Tistim, ki takrat niso bili prisotni v šoli, so profesorice, s katerimi sem sodelovala, posredovale dostop do ankete in jih prosile, da jo izpolnijo v čim krajšem možnem času. Na Gimnaziji Ormož pa sem se povezala s profesorico, ki sem ji posredovala dostop do ankete in je med dijake sama delila povezavo v sklopu njenih predmetov. Anketa je bila aktivna od 17. 4. 2023 do vključno 5. 5. 2023, ko je bil zabeležen zadnji vnos. Anketo sem deaktivirala 15. 5. 2023, saj sem še počakala, če bodo dijaki in dijakinje, ki niso bili prisotni v šoli, izpolnili anketo. Povprečen čas izpolnjevanja ankete je bil sedem minut. Rezultati so se sproti beležili v zbirnik podatkov, do katerega lahko dostopam s svojim uporabniškim imenom in geslom.

3.5 ANALIZA IN OBDELAVA PODATKOV

Podatke raziskave sem obdelala na kvantitativen način s pomočjo aplikacije Arnes 1KA (Enklik Anketa) in računalniškega programa Microsoft Excel. Rezultate sem prikazala z diagrami. Pri spremenljivkah, za katere me zanima povezava, sem izračunala korelacijo (s Spearmanovim koeficientom korelacije rangov in Pearsonovim koeficientom korelacije). Pri podatkih iz ocenjevalnih lestvic pa sem uporabila indeks. Za vsakega študenta sem izračunala indeks odgovorov. Najprej sem seštela vse odgovore za vsakega študenta – vse številke (od 1 do 5), ki jih je študent označil za vsako izjavo pri ocenjevalni lestvici. Pri tem sem morala biti pozorna, saj so nekatere izjave vsebovale vrednosti za negativno dojemanje samopodobe, kar me je tudi zanimalo tekom moje raziskave. Pri tem sem morala upoštevati, da so bile vrednosti obratne, saj je številka 1 predstavljala najboljšo vrednost in 5 najslabšo. Vsoto njegovih odgovorov (številk) sem nato delila s številom vseh trditev ocenjevalne lestvice. S tem sem izračunala povprečje posameznikovih odgovorov. Če je bilo to povprečje enako ali višje od 3, 0, sem študenta uvrstila v skupino tistih, ki samopodobo (splošno + telesno + medosebno samopodobo) dojemajo negativno. V primeru, da je bilo to povprečje nižje od 3,

0, sem študenta uvrstila v skupino tistih, ki ne dojemajo samopodobe (splošno + telesno + medosebno samopodobo) negativno. Na koncu sem hipoteze potrdila ali ovrgla.

S stolpčnimi diagrami sem prikazala spremenljivke spol, srednja šola, letnik šolanja, čas, preživet na družbenih omrežjih, ter poznavanje pojma depresija. S paličnimi diagrami sem prikazala vrsto družbenih omrežij po uporabi, doživljanje neprijetnih čustev ob nizkem odzivu (majhnem številu »všečkov«) na fotografijo samega sebe, ki so jo objavili na svojem profilu družbenega omrežja, osebe, ki se spopadajo z depresijo in jih dijakinje in dijaki poznajo ter pogostost doživljanja tesnobnega občutka pri primerjanju z drugimi na družbenih omrežjih. Za prikaz poznavanja oseb, ki se spopadajo z depresijo pa sem uporabila tortni diagram.

Pri teh spremenljivkah sem podatke navedla v odstotkih, pri spremenljivkah, kjer sem pa raziskovala še povezavo s časom, preživetim na družbenih omrežjih, sem opisno navedla, ali povezanost obstaja ali ne.

4 REZULTATI

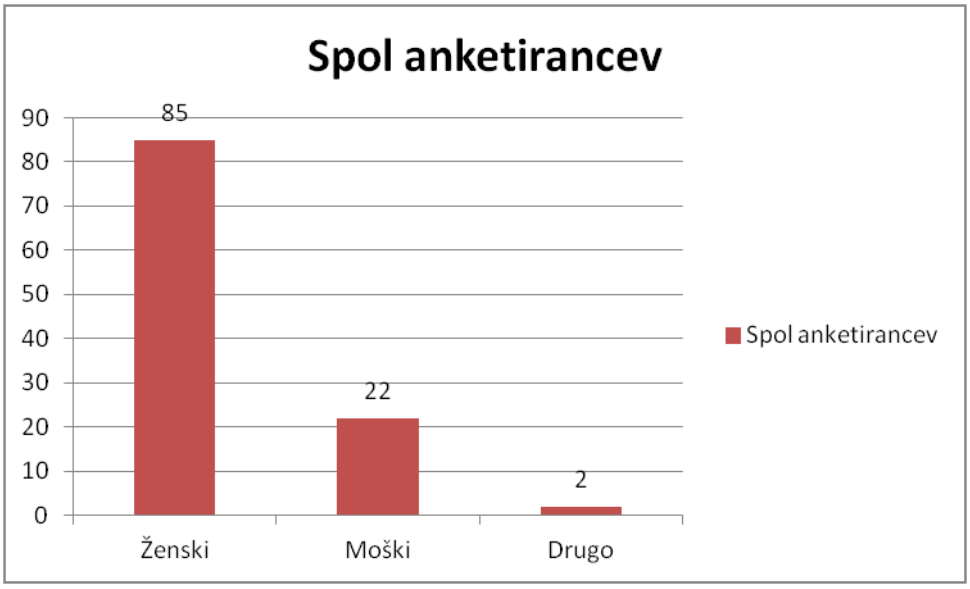
V nadaljevanju so prikazani rezultati izvedene raziskave na vzorcu 116 gimnazijk in gimnazijcev iz Spodnjega Podravja. Število anketirancev, ki so pridobili dovoljenje staršev za izpolnjevanje vprašalnika in končali anketo je bilo 109, kar je končno število vzorca.

4.1 SPLOŠNI PODATKI O ANKETIRANCIH

4.1.1 SPOL

V raziskavi je sodelovalo 86 dijakinj, kar predstavlja 78 % vseh anketirancev. Dijakov je bilo 22, kar predstavlja 20 % vseh sodelujočih. 2 od vseh anketirancev sta svoj spol opredelila kot drugo.

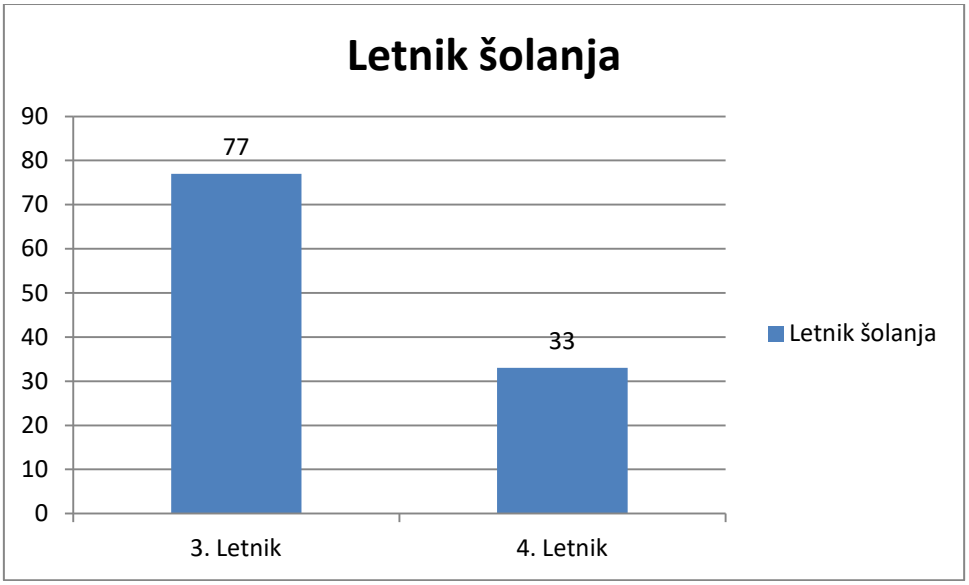
Graf 4.1.1.1 Spol anketirancev



4.1.2 LETNIK ŠOLANJA

Vzorec gimnazijcev in gimnazijk, ki so sodelovali, je bil sestavljen iz tretjih in četrtih letnikov srednje šole. 4. letnik gimnazij je tako obiskovalo 33 anketirancev, kar predstavlja 30 % vseh. Večina jih je tako obiskovala 3. letnik, in sicer 77 gimnazijcev, kar predstavlja 70 % izprašanih.

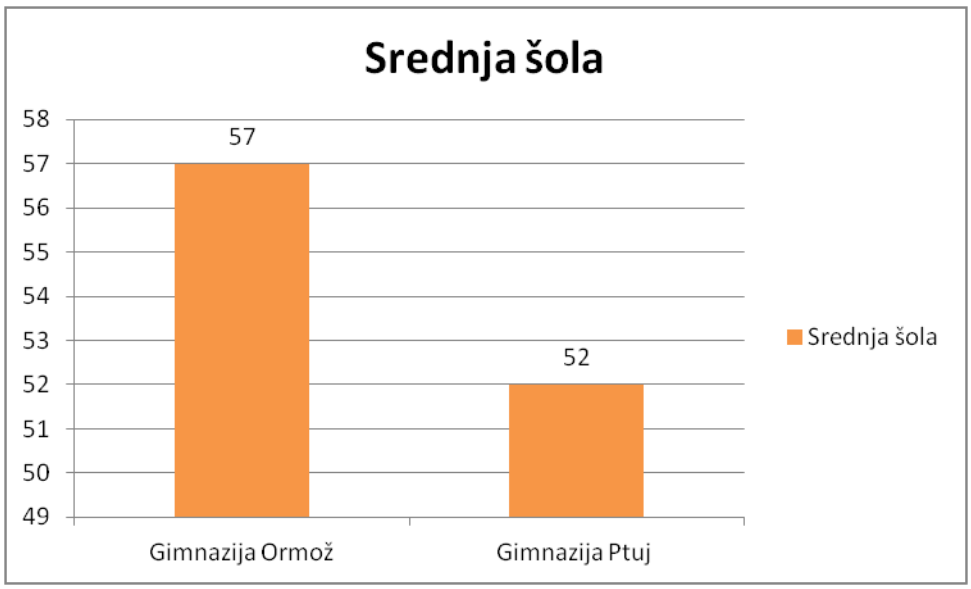
Graf 4.1.2.1 Letnik šolanja anketirancev



4.1.3 SREDNJA ŠOLA

Raziskavo sem izvedla na dveh gimnazijah v Spodnjem Podravju, in sicer na Gimnaziji Ormož in Gimnaziji Ptuj. Anketirancev, ki so obiskovali Gimnazijo Ormož je bilo 58 (53 %), ostalih 52 (47 %) pa je obiskovalo Gimnazijo Ptuj.

Graf 4.1.3.1 Srednja šola anketirancev



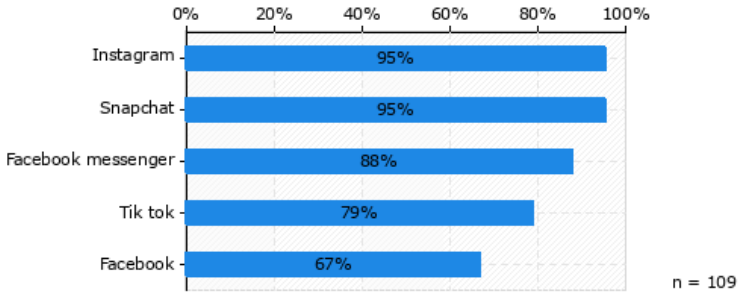
4.1.4 UPORABA DRUŽBENIH OMREŽIJ

Anketirancev, ki so pridobili dovoljenje staršev za izpolnjevanje vprašalnika je bilo 109. Od tega imajo vsi sodelujoči ustvarjen profil oziroma so vpisani na kakšnem od družbenih omrežij.

4.1.5 VRSTA DRUŽBENIH OMREŽIJ

Pri vprašanju – Katera družbena omrežja uporabljaš? – je 104 dijakov in dijakinj (95 %) uporabljalo Instagram, prav tako so 104 (95 %) poročali o uporabi Snapchata, 96 (88 %) anketirancev je poročalo o uporabi Facebook Messengera, 86 (79 %) vseh sodelujočih uporablja tudi TikTok, aplikacijo Facebook pa uporablja 73 (67 %) anketirancev.

Graf 4.1.5.1 Vrsta družbenih omrežij, ki jih uporabljajo

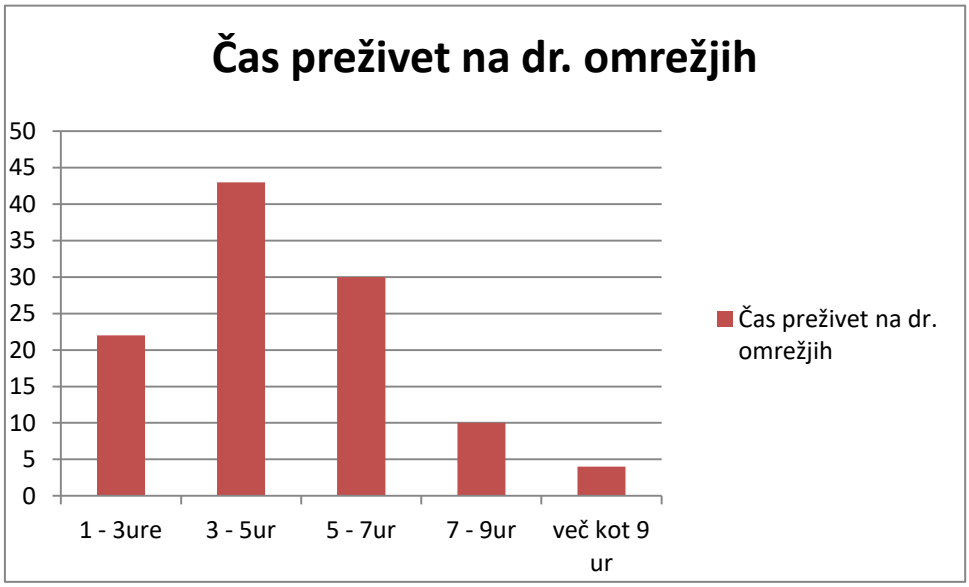


4.2 UPORABA DRUŽBENIH OMREŽIJ

4.2.1 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

Pri vprašanju o času, preživetem na družbenih omrežjih, sem vprašanje oblikovala kot odprto in kasneje oblikovala range. Količino preživetega časa na družbenih omrežjih so izražali v urah. Največkrat zastopana vrednost so bile 3 ure. V povprečju dijakinje in dijaki, ki so bili izprašani, na družbenih omrežjih preživijo 4 ure in 41 minut.

Graf 4.2.1.1 Čas, preživet na družbenih omrežjih



4.2.2 STAROST ZAČETKA UPORABE DRUŽBENIH OMREŽIJ

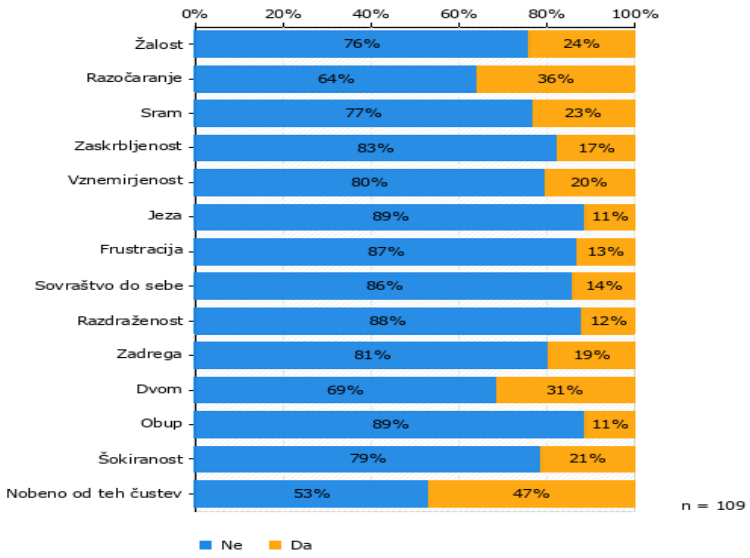
Pri vprašanju – Koliko si bil/a star/a, ko si začel/a uporabljati družbena omrežja? – so dijakinje in dijaki morali s številko zapisati leta, pri katerih so začeli uporabljati družbena

omrežja. Ker je bilo vprašanje odprtega tipa, so bile vrednosti zelo raznolike. Pri analizi sem tako izračunala povprečno starost, pri kateri so dijakinje in dijaki začeli uporabljati družbena omrežja, kar je znašalo 12,56 let. Ker let ne moremo opisovati z decimalkami, bi vrednost pretvorila v mesece, zato dobimo podatek, da je povprečna starost dijakinj in dijakov, ko so začeli uporabljati družbena omrežja 12 let in 6 mesecev. Gostišnica ali modus, kar predstavlja najpogosteje zastopano vrednost, znaša 12 let. Iz tega lahko sklepamo, da je večina dijakov in dijakinj začelo uporabljati družbena omrežja med 12. in 13. letom. Največji odklon od povprečja pa je predstavljal podatek enega izmed anketirancev, ki je družbena omrežja začel uporabljati že pri osmih letih.

4.2.3 DOŽIVLJANJE NEPRIJETNIH ČUSTEV

Na vprašanje – Ali si ob nizkem odzivu (majhnem številu »všečkov«) na fotografijo samega sebe, ki si jo objavil/a na svojem profilu družbenega omrežja, že doživel/a neprijetna čustva? – so dijakinje in dijaki največ poročali o doživljanju občutka razočaranja in dvoma. Razočaranje je doživelo 39 (36 %) anketirancev, dvom pa 34 (31 %). 51 dijakov in dijakinj, kar predstavlja 47 % vseh izprašanih, je poročalo o tem, da niso doživeli nobenega od teh čustev.

Graf 4.2.3.1 Doživljanje neprijetnih čustev



4.2.4 LASTNOSTI DRUŽBENIH OMREŽIJ

V sklopu anketnega vprašalnika sta bili zastavljeni dve vprašanji v povezavi z lastnostmi družbenih omrežij. Pri enem vprašanju so se anketiranci osredotočili na pozitivne lastnostni družbenih omrežij, pri drugem vprašanju pa na negativne lastnosti. Na vprašanje o pozitivnih lastnostih družbenih omrežij jih je večina, in sicer 88 anketirancev (81 %) odgovorilo, da je pozitivna lastnost spoznavanje novih ljudi. Nato so si po vrsti sledili gledanje fotografij izletov z 52 %, gledanje fotografij drugih s 35 %, prepoznavnost s 25 % ter snemanje TikTokov z 19 %. Pod kategorijo drugo so naštevali ohranjanje stikov, ideje za oblačenje, kuhanje, komunikacijo, nove informacije, sprostitev, zabavo in krajšanje časa, gledanje TikTok videov ter izobraževanje.

Na vprašanje o negativnih lastnostih družbenih omrežij, kjer sem zastavila vprašanje odprtega tipa, so dijaki in dijakinje naštevali naslednje stvari: radikalizacija, nerealne predstave, negativna samopodoba, zlorabe, nezmožnost ločevati med realnostjo in spletom, manipulacija, zasvojenost, primerjanje z drugimi, spletno nasilje, dvom vase, pranje možganov, dostopnost do vsega, laži, sovraštvo, nasilje, konflikti, vdori v profile, kraja podatkov, obsedenost z objavljanjem na družbenih omrežjih, sovražni govor, zapravljanje časa, napačne informacije, opravljanje, lažni profili, nepoznavanje nevarnosti, mobing, postavljanje lepotnih standardov z uporabo filtrov in photoshopa, motnja koncentracije, odtujenost od realnega sveta, prevelika pričakovanja, socialna izoliranost in drugo.

4.3 SAMOPODOBA

V okviru dela sem anketirance spraševala o splošni samopodobi, telesni samopodobi in medosebni ali socialni samopodobi. Vse vrednosti skupaj predstavljajo skupni pojem samopodobe.

Z ocenjevalno lestvico v vprašalniku sem merila splošno, telesno in medosebno (socialno) samopodobo vprašanih dijakov in dijakinj. Za vsakega sem nato izračunala indeks odgovorov (pri ocenjevalni lestvici, ki se nanaša na samopodobo) za vsako samopodobo posebej. Najprej sem seštela vse odgovore za vsakega dijaka – vse številke (od 1 do 5), ki jih je dijak ali dijakinja označila za vsako izjavo pri ocenjevalni lestvici. Pri tem sem morala biti pozorna tudi na trditve, ki so se dotikale negativne samopodobe, saj so pri teh vrednosti bile obratne. Vsoto njegovih ali njenih odgovorov (številk) sem nato delila s številom vseh trditev

ocenjevalne lestvice (13 trditev za splošno, 8 trditev za telesno in 5 trditev za medosebno ali socialno samopodobo). S tem sem izračunala povprečje posameznikovih odgovorov. Če je bilo to povprečje enako ali višje od 3, 0, sem dijaka ali dijakinjo uvrstila v skupino tistih, ki imajo pozitivno oziroma višjo samopodobo. V primeru, da je bilo to povprečje nižje od 3, 0, sem dijake ali dijakinje uvrstila v skupino tistih, ki imajo negativno oziroma nižjo samopodobo. Indeksi odgovorov so mi nato služili za izračun korelacij oziroma povezav med posameznimi vidiki uporabe družbenih omrežij in samopodobo. Rezultati so navedeni v nadaljevanju.

V splošnem pomenu, kjer so splošna samopodoba, telesna samopodoba ter medosebna oziroma socialna združene v en pojem samopodobe, sem ugotovila, da ima 64 dijakov ali dijakinj, kar predstavlja 58,72 % vseh anketirancev, nizko samopodobo, 45 dijakov ali dijakinj, ki predstavljajo 41,28 % vseh anketirancev pa ima pozitivno samopodobo.

4.3.1 ŽELJA PO SPREMEMBI TELESA

Pri vprašanjih, ki so se dotikala vseh vidikov samopodobe, sem spraševala tudi o želji po spremembi telesa. Na vprašanja, ali si želijo spremeniti svoje telo, so dijakinje in dijaki v povprečju ocenili pogostost s številko 3, kar pomeni, da si občasno ali včasih želijo spremeniti svoje telo. Prav tako je gostišnica oziroma vrednost, ki ima največkrat zastopano vrednost 3, kar samo potrjuje, da si izprašani dijaki, katerih numerus pri tem vprašanju je bil 109, občasno ali včasih želijo spremembo svojega telesa.

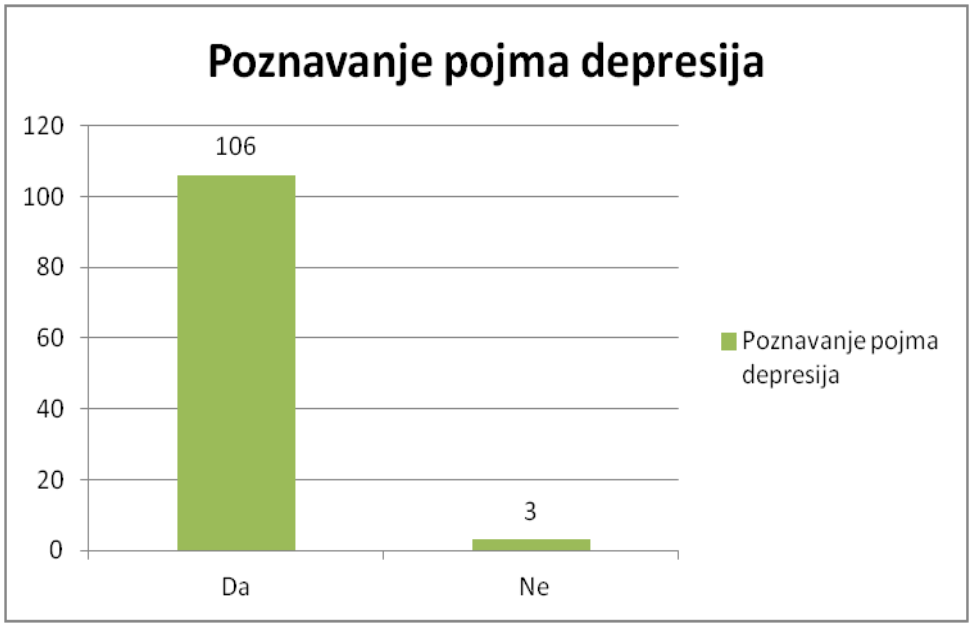
4.4 DEPRESIJA, TESNOBA ALI ANKSIOZNOST IN SNAPCHAT DISMORFIJA

V povezavi s temi temami sem anketirancem zastavljala vprašanja, ali te pojme poznajo, ali poznajo vsaj eno osebo, ki se spopada s temi težavami in kdo je ta oseba.

4.4.1 DEPRESIJA

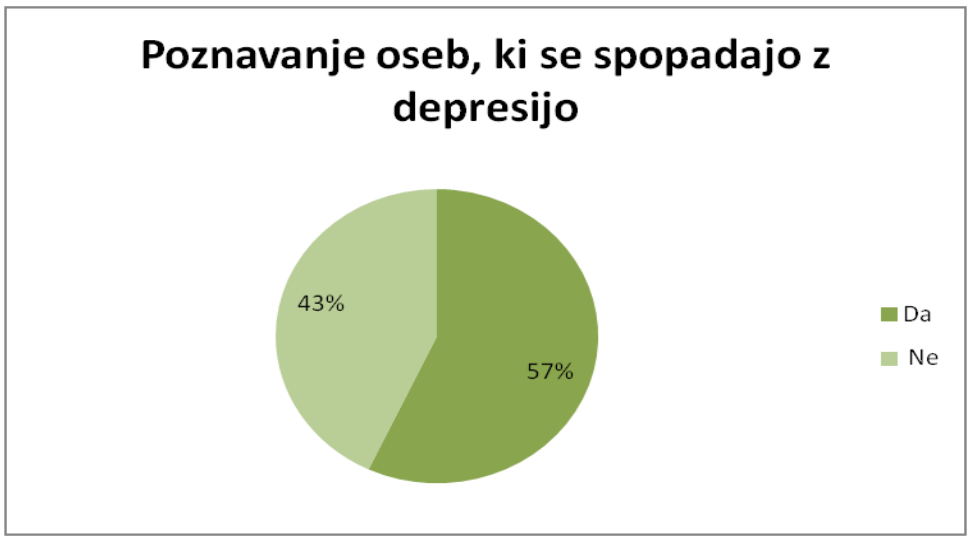
Na vprašanje – Ali poznajo pojem depresija? – je 106 dijakov ali dijakinj odgovorilo, da pojem pozna. To predstavlja 97 % vseh izprašanih. Trije dijaki ali dijakinje, ki predstavljajo 3 % vseh izprašanih pa pojma ne poznajo.

Graf 4.4.1.1 Poznavanje pojma depresija



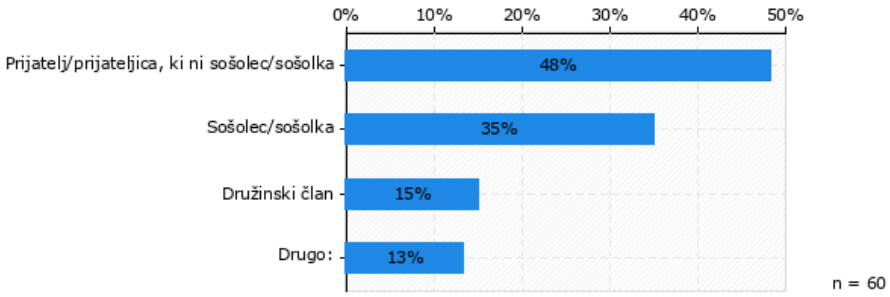
Dijaki, ki so pri prvem vprašanju o poznavanju pojma depresija odgovorili z DA, so nato odgovarjali na vprašanji, ali poznajo katero osebo, ki se spopada z depresijo, in kdo je ta oseba. Vseh, ki so dogovarjali na ti dve vprašanji, je bilo 106. Tako je 60 dijakinj in dijakov (57 %) odgovorilo, da poznajo vsaj eno osebo, ki se trenutno po njihovem mnenju spopada z depresijo, 46 dijakov in dijakinj (43 %) pa pravi, da ne poznajo nobene osebe.

Graf 4.4.1.2 Poznavanje oseb, ki se spopadajo z depresijo



Na vprašanje – Kdo je ta oseba? – so odgovarjali samo tisti, ki so odgovorili z DA na vprašanje, ali poznajo katero osebo, ki se trenutno po njihovem mnenju spopada z depresijo. Teh, ki poznajo vsaj eno tako osebo, je bilo 60. Med njimi je bil največkrat zastopan odgovor, da je to prijatelj/prijateljica, ki ni sošolka. Ta odgovor je bil zastopan v 48 %, kar pomeni, da je ta odgovor izbralo 29 anketirancev, ki so na to vprašanje odgovarjali. Štirje izmed anketirancev so na to vprašanje odgovorila, da se z depresijo spopadata sama.

Graf 4.4.1.3 Osebe, ki se spopadajo z depresijo



4.4.2 TESNOBA ALI ANKSIOZNOST

Na vprašanje – Ali poznaš pojem anksioznost oziroma tesnobnost? – so pritrdilno odgovorili 103 dijaki in dijakinje, kar predstavlja 94 % vseh anketirancev. Samo 6 dijakov in dijakinj ni poznalo pojma tesnoba ali anksioznost.

Na naslednje vprašanje o poznavanju osebe, ki se po njihovem mnenju srečuje s tesnobo ali anksioznostjo, je pritrdilno odgovorilo 72 dijakov ali dijakinj. To pomeni, da 66 % vseh anketirancev pozna vsaj eno osebo, ki se po njihovem mnenju trenutno spopada s tesnobo ali anksioznostjo.

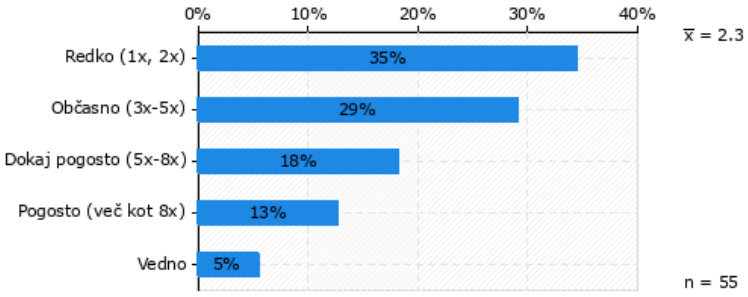
Pri vprašanju, kdo je ta oseba, je 29 dijakov ali dijakinj (57 %) odgovorilo, da je to prijatelj/prijateljica, ki ni sošolec/sošolka, 16 (31 %) jih je odgovorilo, da se s tem spopada sošolec/sošolka, sledi kategorija drugo (12 odgovorov), kar predstavlja 24 %, kot zadnja kategorija pa je bil zastopan družinski član (10 odgovorov), kar predstavlja 20 %. Pod kategorijo drugo so dijakinje in dijaki naštevali sami sebe (9) ali pa znance. Ker je bilo možnih več odgovorov, so lahko anketiranci označili tudi več oseb.

4.4.3 TESNOBNI OBČUTEK PRI PRIMERJANJU Z DRUGIMI

Na vprašanje o doživljanju tesnobnega občutka pri primerjanju z drugimi na družbenih omrežij, so dijakinje in dijaki odgovarjali mešano. 54 anketirancev je odgovorilo, da takšnega občutka še niso doživeli. 55 anketirancev pa je odgovorilo, da se je s tem občutkom že srečalo. Če to pretvorimo v delež, se delež razdeli na 50 % tistih, ki so občutek tesnobe pri primerjanju z drugimi na družbenih omrežjih že doživeli in 50 % tistih, ki takšnega občutka še niso doživeli.

Anketiranci, ki so na to vprašanje odgovorili pritrdilno, so v naslednjem vprašanju odgovarjali na vprašanje, kolikokrat se jim je ta tesnobni občutek pripetil. Odgovori: 19 (35 %) jih je odgovorilo, da se jim je to zgodilo redko, kar sem opredelila kot enkrat ali dvakrat, občasno (trikrat do petkrat) se je to pripetilo 16. dijakom ali dijakinjam, kar predstavlja 29 % vseh sodelujočih pri tem vprašanju. Sledila je kategorija dokaj pogosto, ki je bila zastopana z desetimi odgovori anketirancev. To predstavlja 18 % vseh vključenih pri tem vprašanju. Sledili sta si še kategoriji pogosto (več kot osemkrat), kjer je bilo sedem odgovorov (13 %), nato pa kategorija vedno, za kar so se odločili trije dijaki ali dijakinje, kar predstavlja 5 % vseh vključenih pri tem vprašanju.

Graf 4.4.3.1 Pogostost doživljanja tesnobnega občutka med primerjanjem z drugimi



4.4.4 SNAPCHAT DISMORFIJA

Pri raziskovanju poznavanja pojma Snapchat dismorfija sem najprej postavila vprašanje, ali poznajo ta pojem. Pri tem jih je 27 (25 %) odgovorilo, da pojem poznajo, 82 (75 %) pa je odgovorilo, da pojma ne poznajo. Ker me je zanimalo, kako ta pojem razumejo, sem naslednje vprašanje zastavila tako, da sem zapisala več različnih izjav o sami definiciji pojma in anketirance povprašala o tem, kaj si predstavljajo pod pojmom »Snapchat dismorfija«. Zapisala sem štiri izjave in ena izmed njih je bila pravilna. Anketiranci so tako izbirali med štirimi izjavami. Pravilna se je glasila: *»Snapchat dismorfija je vrsta telesne dismorfije, kjer*

posamezniki občutijo močno željo, da bi svoj videz prilagodili tako, kot ga prikazujejo filtri in urejevalna orodja na družbenih omrežjih, kar lahko vodi v resne duševne težave in nezadovoljstvo s svojim videzom.«

Pri analizi rezultatov je 52 dijakov in dijakinj, kar predstavlja 48 %, izbralo pravilno definicijo. Sledila je izjava: »*Snapchat dismorfija je občutek nelagodja in tesnobe, ki ga posameznik doživlja, ko se mora soočiti z lastno podobo na fotografijah brez filtrov ali urejanja*.« Ta trditev je bila zastopana s strani 27 dijakov ali dijakinj, kar predstavlja 25 % vseh sodelujočih. Nato je sledila izjava: »*Snapchat dismorfija je nagnjenost k pretiravanju pri uporabi filtrov in urejevalnih orodij na družbenih omrežjih, kar vodi v nezadovoljstvo z lastnim videzom*.« Izjavo je izbralo 23 dijakov ali dijakinj, kar je 21 % vseh sodelujočih. Kot najmanj zastopana je bila izjava: »*Snapchat dismorfija je pojav, pri katerem posamezniki doživljajo zasvojenost s preverjanjem in odgovarjanjem na sporočila na družbenem omrežju Snapchat*.« To izjavo je izbralo sedem dijakov ali dijakinj, kar predstavlja 6 % vseh anketirancev.

Tisti anketiranci, ki so pojem poznali, bilo jih je 27, so odgovarjali še na vprašanje o izkušnjah s Snapchat dismorfijo. Na vprašanje – Ali si že sam/a kdaj doživel/a Snapchat dismorfijo? – je 22 dijakov ali dijakinj odgovorilo, da je še niso doživeli. To predstavlja 81 % tistih, ki so na to vprašanje odgovorili in 20,18 % vseh sodelujočih v raziskavi. Tistih, ki so na vprašanje o doživljanju Snapchat dismorfije odgovorili pritrdilno, je bilo 5 oziroma 19 % sodelujočih pri tem vprašanju in 4,59 % vseh.

4.5 POVEZAVA VIDIKOV DRUŽBENIH OMREŽIJ Z DRUGIMI POJMI

4.5.1 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH, IN NEGATIVNO DOJEMANJE LASTNE SAMOPODOBE

S Spearmanovim koeficientom rangov sem izračunala korelacijo med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in dojemanjem lastne samopodobe. V to dojemanje so bili vključeni vsi vidiki samopodobe, kot so splošna samopodoba, telesna samopodoba in medosebna oziroma socialna samopodoba. Spearmanov koeficient rangov je rs = 0,21, kar kaže na to, da obstaja nizka korelacija med časom, preživetim na družbenih omrežjih in dojemanjem lastne samopodobe. Čas, preživet na družbenih omrežjih, je sicer povezan z dojemanjem lastne samopodobe, a med njima obstaja nizka povezava.

4.5.2 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH, IN ŽELJA PO SPREMEMBI TELESA

Ker me je zanimalo, ali je želja po spremembi telesa povezana tudi s količino preživetega časa na družbenih omrežij, sem izračunala Spearmanov koeficient rangov. Koeficient v tem primeru znaša rs = 0,30, kar pomeni, da obstaja šibka povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in željo po spremembi telesa. Torej iz tega lahko sklepamo, da več časa dijakinje in dijaki preživijo na družbenih omrežjih, večja je želja po spremembi telesa, vendar je ta povezava šibka.

4.5.3 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH, IN POZNAVANJE POJMA TESNOBA ALI ANKSIOZNOST

Pri računanju korelacije med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in poznavanjem pojma anksioznost sem za izračun tega uporabila Pearsonov korelacijski koeficient. Pearsonov koeficient korelacije je v tem primeru rxy = -0,16, kar kaže na to, da med spremenljivkama obstaja neznatna negativna povezanost. To prikazuje, da če dijakinje in dijaki preživijo več časa na družbenih omrežjih, ne pomeni, da jih zato več pozna pojem anksioznost.

4.5.4 ČAS, PREŽIVET NA DRUŽBENIH OMREŽJIH, IN ŽELJA PO SPREMEMBI TELESA GLEDE NA SPOL

Pri raziskovanju korelacije med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in želji po spremembi telesa sem se odločila raziskati tudi razlike v korelaciji glede na spol. To sem izračunala s pomočjo Spearmanovega koeficienta rangov.

V primeru korelacije med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in želji po spremembi telesa pri ženskah je rs = 0,23, kar kaže na to, da obstaja med spremenljivkama nizka korelacija. To pomeni, da če dijakinje več ur preživijo na družbenih omrežjih, je večja želja po spremembi telesa, vendar obstaja nizka povezava med tema spremenljivkama.

Ko sem izračunala Spearmanov koeficient korelacije rangov med spremenljivkama čas, preživet na družbenih omrežjih, in željo po spremembi telesa pri moškem spolu, je rs = -0,23. To kaže na to, da obstaja med spremenljivkama inverzna zveza, kar pomeni, da več časa preživijo na družbenih omrežjih, manj si želijo spremembo telesa, vendar obstaja med tema dvema pojavoma nizka korelacija. To pomeni, da če dijaki preživijo več časa na družbenih omrežjih, si bodo manj želeli spremembo telesa, vendar je ta povezava nizka.

4.6 PREVERJANJE HIPOTEZ

Hipoteza 1: Statistično obstaja pomembna povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in negativnim dojemanjem samopodobe.

Na podlagi pridobljenih podatkov hipoteze ne morem ovreči, saj obstaja povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in dojemanjem samopodobe, a je ta nizka. Med tema dvema spremenljivka obstaja nizka korelacija, kar sem izračunala s pomočjo Spearmanovega koeficienta rangov (rs = 0,21). Potrdim lahko del, da obstaja povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in negativnim dojemanjem samopodobe. Ovreči moram del, da gre za statistično pomembno povezavo, saj je korelacija med tema dvema pojavoma nizka.

Vendar lahko trdimo, da večja kot je količina preživetega časa na družbenih omrežjih, bolj negativno dijaki in dijakinje dojemajo samopodobo.

Hipoteza 2: Več kot polovica dijakinj in dijakov še ni slišala pojma »Snapchat dismorfija«.

Po analizi pridobljenih podatkov lahko hipotezo potrdim. Dijakinje in dijaki so na vprašanje v povezavi s poznavanjem pojma Snapchat dismorfija odgovarjali, da jih 27 (25 %) pojem pozna, 82 (75 %) pa je odgovorilo, da pojma ne poznajo. Vendar jih je pri vprašanju, kaj si predstavljajo pod pojmom Snapchat dismorfija 52, kar predstavlja 48 % vseh sodelujočih, izbralo pravilno definicijo. Na podlagi vseh teh podatkov lahko potrdim, da več kot polovica dijakinj in dijakov še ni slišala pojma Snapchat dismorfija.

Hipoteza 3: Več kot polovica dijakinj in dijakov pozna nekoga, ki doživlja depresijo.

Na podlagi pridobljenih podatkov lahko hipotezo potrdim. 60 dijakinj in dijakov (57 %) pozna vsaj eno osebo, ki se trenutno po njihovem mnenju spopada z depresijo, 46 dijakov in dijakinj (43 %) pa pravi, da ne poznajo nobene osebe.

Hipoteza 4: Med količino preživetega časa na družbenih omrežjih in poznavanjem anksioznosti pri dijakinjah in dijakih v Spodnjem Podravju obstaja močna povezava.

Glede na pridobljene podatke moram hipotezo zavreči. Hipotezo zavračam, saj je pri računanju korelacije med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in poznavanjem pojma anksioznost Pearsonov koeficient korelacije xy = -0,16, kar kaže na to, da med spremenljivkama obstaja neznatna negativna povezanost. To pomeni, da med tema dvema pojavoma ne obstaja močna povezava. Iz tega sklepamo, da ni povezave med količino preživetega časa na družbenih omrežjih in poznavanjem pojma anksioznost oziroma je ta neznatna.

Hipoteza 5: Več kot polovica gimnazijk in gimnazijcev Spodnjega Podravja poroča o pogostem doživljanju občutka tesnobe med primerjanjem z drugimi.

Na podlagi pridobljenih podatkov moram hipotezo zavreči, saj so dijakinje in dijaki, ki so poročali o doživljanju tesnobnega občutka v telesu med primerjanjem z drugimi na družbenih omrežjih največkrat ta občutek doživeli redko (1x ali 2x), ne pa pogosto (več kot 8x). Pri vprašanju je sodelovalo 55 dijakov in dijakinj in od tega jih ta občutek doživi redko 19 (35 %) dijakinj in dijakov, pogosto pa ta občutek doživi 7 (8 %) sodelujočih pri tem vprašanju.

Hipoteza 6: Povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in željo po spremembi lastnega telesa je statistično pomembna pri dekletih, ne pa tudi pri fantih.

Skozi analizo pridobljenih podatkov lahko hipotezo šest potrdim. S Spearmanovim koeficientom rangov sem pridobila podatke, da povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in željo po spremembi telesa obstaja pri dijakinjah. Ta povezava je sicer nizka (rs = 0,23), a obstaja.

Pri fantih oziroma dijakih pa sem s pomočjo Spearmanovega koeficienta rangov izračunala, da korelacija ne obstaja, saj je rs = -0,23, kar pomeni, da obstaja med spremenljivkama inverzna zveza, kar lahko interpretiramo, da več časa dijaki preživijo na družbenih omrežjih, manj si želijo spremembo telesa, vendar obstaja med tema dvema pojavoma nizka korelacija.

Iz tega lahko sklepamo, da več časa dekleta preživijo na družbenih omrežjih, bolj si želijo spremembo lastnega telesa, pri fantih je pa ravno obratno.

5 RAZPRAVA IN SKLEPI

Namen moje raziskave v okviru diplomskega dela je bil ugotoviti, ali imajo dijaki gimnazij Spodnjega Podravja, ki več časa preživijo na družbenih omrežjih, slabšo samopodobo kot tisti, ki na družbenih omrežjih preživijo le kratek čas ali pa jih sploh ne uporabljajo. S tem sem želela ugotoviti, kako razširjeno je poznavanje depresije, anksioznosti in Snapchat dismorfije med gimnazijci v Spodnjem Podravju ter ali obstaja povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in željo po spremembi lastnega telesa. V sklopu tega sem raziskovala, ali je povezava med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in negativnim dojemanjem samopodobe statistično pomembna, prav tako me je zanimalo, koliko gimnazijcev Spodnjega Podravja pozna pojem Snapchat dismorfija. Naslednja tematika, ki me je zanimala, je bilo poznavanje oseb, ki se spopadajo z depresijo. Pri tem me je zanimalo, ali več kot polovica gimnazijcev Spodnjega Podravja pozna vsaj eno osebo, ki doživlja depresijo. Dotaknila sem se tudi doživljanja občutka tesnobe med primerjanjem z drugimi in povezave med časom, preživetim na družbenih omrežjih, in željo po spremembi telesa glede na spol.

V raziskavi je sodelovalo 116 gimnazijcev iz gimnazij v Spodnjem Podravju (Gimnazija Ptuj in Gimnazija Ormož), od tega jih sedem, ki so še bili mladoletni, ni pridobilo dovoljenja za sodelovanje s strani staršev. Sodelovali so gimnazijci, ki obiskujejo 3. in 4. letnik na sodelujočih gimnazijah. Razmerje med spoli je 86 žensk, 22 moških, dve osebi sta se opredelili kot drugo. Slednji podatki me ne presenečajo, saj je po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (2023) razvidno, da je bilo v letih, ko so se v srednjo šolo vpisovali dijaki, ki sedaj obiskujejo 3. in 4. letnik, v gimnazije vpisanih več deklet kot fantov. V šolskem letu 2019/20 je bilo vpisanih v 1. letnik splošnih in strokovnih gimnazij 2.473 moških, kar predstavlja 24,86 % vseh vpisanih moških v srednjo šolo v tistem šolskem letu, žensk pa je v tistem letu bilo vpisanih 4.035, kar je 43,46 % vseh vpisanih v srednjo šolo v tistem šolskem letu. V šolskem letu 2020/21 pa je bilo vpisanih v splošno in strokovno gimnazijo 2.683 moških, kar je 26,39 % od vseh vpisanih v katerokoli srednjo šolo v tistem šolskem letu, žensk je pa bilo v tistem šolskem letu v splošno in strokovno gimnazijo vpisanih 4.178, kar je 44,73 % vseh vpisanih v katerokoli srednjo šolo v tistem šolskem letu.

V raziskavo so bili vključeni gimnazijci, ki v šolskem letu 2022/23 obiskujejo 3. ali 4. letnik na eni izmed gimnazij v Spodnjem Podravju. Večina sodelujočih v raziskavi je obiskovala 3. letnik, in sicer 77 anketirancev, 33 pa jih je obiskovali 4. letnik. To lahko pripišem času izvedbe vprašalnika, saj se je vprašalnik izvajal v času priprave na maturo in so bili 3. letniki

bolj pripravljeni sodelovati, saj so imeli na razpolago več časa za izpolnjevanje vprašalnika. Ker sem ankete izvajala skupaj z njimi v razredih, lahko to pripišem tudi temu, da je pri pouku v tistih dneh bilo prisotnih več dijakov 3. letnikov kot pa 4. letnikov, ostali, ki pa niso bili prisotni, vprašalnika niso rešili, kljub temu da jim je bil posredovan. Kar se tiče sodelovanja posamezne gimnazije pa so udeleženci v anketah lepo razporejeni, saj je bilo 53 % gimnazijcev iz Gimnazije Ormož in 47 % gimnazijcev iz Gimnazije Ptuj.

Z raziskavo sem ugotovila, da imajo vsi vključeni dijaki in dijakinje ustvarjen profil na družbenih omrežjih. Med vprašanimi je najbolj priljubljeno družbeno omrežje Instagram, sledijo mu Snapchat, Facebook Messenger, TikTok in na koncu Facebook. Lestvica priljubljenosti družbenih omrežij je tako podobna tisti, ki jo predstavlja Statista (2023a), kjer je sicer izmed vključenih družbenih omrežij najbolj popularen Facebook, sledijo pa mu Instagram, TikTok, Facebook Messenger in Snapchat. To lahko pripišem izprašani populaciji, saj so v mojo populacijo in vzorec zajeti samo gimnazijci, ki obiskujejo 3. ali 4. letnik v šolskem letu 2022/23.

Dijakinje in dijaki, ki so v raziskavi sodelovali, so v povprečju ob prvi uporabi družbenih omrežij bili stari 12,56 let. Ker let ne moremo opisovati z decimalkami, bi vrednost zaokrožila v mesece, in sicer v starost 12 let in 6 mesecev. Najpogosteje so družbena omrežja začeli uporabljati pri 12. letih. Leta, ko so začeli uporabljati družbena omrežja, so se sicer razlikovala, a največji odklon od povprečja je bil podatek enega izmed anketirancev, ki je družbena omrežja začel uporabljati že pri osmih letih.

Podatki raziskave so pokazali, kako pomemben dejavnik v vsakdanjem življenju so družbena omrežja, saj gimnazijci Spodnjega Podravja na družbenih omrežjih povprečno preživijo 4 ure in 41 minut, kar kaže na to, da postajajo družbena omrežja vedno večji del našega vsakdana. Prav tako je dokaz za to podatek, da je uporaba družbenih omrežij ena najbolj priljubljenih aktivnosti na spletu. V letu 2021 je preko 4,26 bilijonov ljudi po celem svetu uporabljalo družbena omrežja, nekateri poročajo, da bo ta številka v letu 2027 prerasla na šest bilijonov (Statista, 2023a). To lahko povežem s pridobljenim podatkom, da imajo vsi vključeni v moji raziskavi ustvarjen profil na družbenih omrežjih.

V moji raziskavi me je zanimalo tudi doživljanje negativnih čustev ob nizkem odzivu na fotografijo samega sebe na svojem profilu družbenega omrežja. Rezultati me niso presenetili, saj je 36 % že doživelo razočaranje, 31 % pa tudi dvom.

Ker me je zanimalo, kako dijakinje in dijaki dojemajo družbena omrežja, sem jih povprašala o pozitivnih in negativnih lastnostih družbenih omrežij. Velika večina dijakinj in dijakov (81 %) kot pozitivne lastnosti družbenih omrežij našteva spoznavanje novih ljudi, sledijo pa gledanje fotografij izletov, fotografij drugih, prepoznavnost, snemanje TikTok videov. Pod kategorijo drugo pa so naštevali še ohranjanje stikov, ideje za oblačenje, kuhanje, komunikacija, nove informacije, sprostitev, zabava in krajšanje časa, gledanje TikTok videov ter izobraževanje. To potrjuje tudi Ule (2008), ki pravi, da lahko preko oblikovanja svoje spletne strani ali bloga mladi izvedo veliko novega o sebi, svojih željah in strahovih. Prav tako Boyd (2014) pove, da sta tako zabava kot druženje ključna razloga, da mladi investirajo toliko časa in energije v svojo spletno dejavnost.

Dotaknili pa smo se tudi prepoznavanja negativnih lastnosti družbenih omrežij, kjer sem ugotovila, da imajo dijakinje in dijaki dobro ozaveščene nevarnosti spleta in družbenih omrežij. Ker sem jim zastavila vprašanje odprtega tipa, so se odgovori razlikovali, strnila pa sem nekaj najpogostejših. Dijaki in dijakinje so naštevali radikalizacijo, nerealne predstave, negativno samopodob, zlorabe, nezmožnost ločevanja med realnostjo in spletom, manipulacijo, zasvojenost, primerjanje z drugimi, spletno nasilje, dvom vase, pranje možganov, dostopnost do vsega, laži, sovraštvo, nasilje, konflikti, vdori v profile, kraja podatkov, obsedenost z objavljanjem na družbenih omrežjih, sovražni govor, zapravljanje časa, napačne informacije, opravljanje, lažni profili, nepoznavanje nevarnosti, mobing, postavljanje lepotnih standardov z uporabo filtrov in photoshopa, motnja koncentracije, odtujenost od realnega sveta, prevelika pričakovanja, socialna izoliranost in drugo.

Ključna tema, ki me je zanimala v nalogi, je bila tudi samopodoba. Z več vprašanji sem jih spraševala o njihovi splošni samopodobi, telesni samopodobi in socialni ali medosebni samopodobi. Vse to sem se odločila povezati v enoten pojem samopodobe in raziskovati kot celoto, ne pa kot posamezne dele. V splošnem so bile ugotovitve pričakovane, saj sem ugotovila, da ima 64 dijakov ali dijakinj, kar predstavlja 58,72 % vseh anketirancev, nizko samopodobo, 45 dijakov ali dijakinj, ki predstavljajo 41,28 % vseh anketirancev, pa ima pozitivno samopodobo. Ti rezultati potrjujejo, da nam velik in pomemben del samopodobe zgradijo drugi. Prav tako od drugih dobimo nekatere bistvene informacije, ki postanejo temeljni del podobe, ki si jo ustvarimo o samem sebi (Musek, 1993, str. 348). Naša samopodoba je tako v veliki meri socialno skonstruirana in zrcaljena (Musek, 1993).

Tudi družbena omrežja pomembno vplivajo na samopodobo (Valkenburg, Peter in Schouten, 2006). Povezava med uporabo družbenih omrežij in samopodobo kot tako obstaja, a je težko definirati vzrok in posledice te povezave. Povezava bi naj bila odvisna od vsakega posameznika (Richards, Caldwell in Go, 2015). Povezavo je pokazala tudi moja raziskava, a ker je $r_S = 0{,}21$ pomeni, da je povezava vendarlenizka. To sem izračunala s pomočjo Spearmanovega koeficienta rangov.

V sklopu dojemanja samega sebe oziroma svoje samopodobe me je zanimala tudi želja po spremembi lastnega telesa. Pri želji po spremembi telesa je večina dijakinj in dijakov odgovarjalo, da si včasih ali občasno želi spremembo telesa. Kasneje, ko sem raziskovala povezavo s časom, sem prišla do ugotovitve, da več časa dijakinje in dijaki preživijo na družbenih omrežjih, večja je želja po spremembi telesa, vendar je bila povezava teh dveh spremenljivk nizka oziroma šibka. To bi lahko pripisala tudi majhnemu vzorcu anketirancev. Kasneje je bilo v raziskavi ugotovljeno, da je pri dijakinjah, ki na družbenih omrežjih preživijo več časa, pogostejša želja po spremembi telesa, pri fantih pa se ta želja ne povezuje s količino preživetega časa na družbenih omrežjih oziroma je ta povezava nizka in inverzna, kar pomeni, da več časa fantje preživijo na družbenih omrežjih, manjša je želja po spremembi telesa. Nekatere študije so preučevale razmerje med uporabo družbenih omrežij in zaznavanjem telesa (glej npr. Carter, Forrest in Kaida, 2017). Uporaba družbenih omrežij je tako bila povezana s skrbmi glede lastnega telesa, kot je obsedenost s prekomerno težo ali izogibanje telesni podobi. Med mladimi so zelo pogoste skrbi glede samega zunanjega izgleda (Confalonieri, Gatti, Ionio, in Traficante 2008, kot navedeno v Franchina in Lo Coco, 2018). Vse to lahko vodi do želje po spremembi lastnega telesa.

Naslednje teme, ki so me zanimale v sklopu moje raziskave, so bile poznavanje pojmov depresija, tesnoba ali anksioznost in Snapchat dismorfija. Prav tako me je zanimalo, ali imajo dijakinje in dijaki kakšne izkušnje z vsemi temi pojmi. Pri ugotovitvah sem tako pričakovala, da bodo pojma depresija in tesnoba ali anksioznost poznali, sam pojem Snapchat dismorfija pa bo več kot polovici nepoznan. To se je tudi potrdilo, saj je 97 % anketirancev poznalo pojem depresija, prav tako pa 93 % dijakov in dijakinj pozna pojem tesnoba ali anksioznost. Pri poznavanju pojma Snapchat dismorfija so bili rezultati pričakovani, saj je samo 25 % dijakov in dijakinj poznalo ta pojem. To lahko pripišem temu, da je pojem še nepoznan in nov, vendar se potencialni trend, ki ga nekateri opisujejo kot »Snapchat dismorfijo« iz leta v leto povečuje. Ameriška akademija za obrazno plastično in rekonstrukcijsko kirurgijo (AAFPRS) je leta 2017 poročala, da je 55 odstotkov kirurgov, specializiranih za obrazno

plastično kirurgijo, prejelo zahteve pacientov po kozmetičnih posegih z namenom izboljšanja videza na družbenih omrežjih. To predstavlja 13-odstotno povečanje v primerjavi z letom prej (Migala, 2018).

Pri izkušnjah anketirancev z depresijo, s tesnobo ali anksioznostjo ter s Snapchat dismorfijo se je pokazal zaskrbljujoč podatek pod kategorijo drugo, kjer sem jih spraševala o poznavanju oseb, ki se spopadajo s temi duševnimi stiskami. Navedli so, da se s tem spopadajo sami. Sicer je samo 13 dijakov in dijakinj pri vseh kategorijah o poznavanju oseb izpostavilo, da se s tem spopadajo sami, vendar mi je ta številka zaskrbljujoča, če povzamem, da sem raziskavo izvajala zgolj v dveh letnikih na dveh gimnazijah v Spodnjem Podravju. Na vprašanje, ki se je navezovalo na doživljanje tesnobnega občutka med primerjanjem z drugimi, so mi podatki delovali zaskrbljujoče, saj se je polovica dijakov in dijakinj, ki so sodelovali, že srečalo s takšnimi občutki. To znova še dodatno potrjuje raziskavo, ki jo je izvedla Royal Society for Public Health (2017), ki je pokazala, da se mladi pogosto primerjajo z idealnimi podobami, ki jih vidijo okoli sebe, kar lahko povzroči občutke krivde, ker njihovo telo ne ustreza tem idealom. V skladu z njihovimi ocenami vpliva različnih platform na zdravje in počutje je bil YouTube najvišje ocenjen, medtem ko sta Snapchat in Instagram prejela najnižje ocene, saj sta povzročala občutke nezadostnosti in tesnobe (Royal Society for Public Health, 2017). Glede samega doživljanja Snapchat dismorfije me rezultati niso presenetili, saj je 81 % tistih, ki je pojem poznalo, poročalo o tem, da še niso doživeli tega pojava, pet dijakov in dijakinj pa je poročalo, da so Snapchat dismorfijo tudi že doživeli.

Z raziskavo sem potrdila tudi to, da poznavanje pojmov depresija, tesnoba ali anksioznost in Snapchat dismorfija ni odvisno od količine preživetega časa na družbenih omrežjih.

Ugotovitve raziskave niso spodbudne, vendar bi lahko trdila, da so odraz našega vsakdana in vsakdana vseh anketirancev. Iz raziskave je razvidno, kakšno vlogo imajo družbena omrežja pri dojemanju lastne samopodobe ter kako razširjeni so problemi depresije, tesnobe in anksioznosti ter nenazadnje tudi Snapchat dismorfije, ki sem jo povezala z željo po spremembi telesa. V raziskavi je sicer res samo 13 dijakov in dijakinj poročalo o tem, da se sami spopadajo z depresijo ali pa s tesnobo in z anksioznostjo, vendar moramo vzeti v obzir, da je moj vzorec majhen in da gre za srednješolce. Obstaja možnost, da bi se rezultati precej razlikovali, če bi raziskavo izvajala na populaciji študentov ali pa odraslih od 26 let naprej. Spodbudne se mi zdijo ugotovitve, da želja po spremembi telesa pri fantih ni povezana s količino preživetega časa na družbenih omrežjih oziroma je ta povezava celo inverzna.

Ocenjujem oziroma povezujem pa željo po spremembi telesa pri dekletih predvsem s tem, da po statističnih podatkih prav one preživijo več časa na družbenih omrežjih, kot so Instagram, Snapchat in drugo, fantje pa več časa namenijo igranju igric. Zaskrbljujoč se mi zdi tudi podatek, da se je polovica dijakinj in dijakov že srečala s tesnobnim občutkom med primerjanjem z drugimi. To pripisujem zgolj temu, da so objave posameznikov na večini družbenih omrežij največkrat vezane na navidezno popolni zunanji izgled in uživanje navidezno popolnega življenja. Posledično dijakinje in dijaki med pregledovanjem družbenih omrežij najpogosteje vstopajo v stik ravno s takšnimi vsebinami.

Temeljne ugotovitve oziroma sklepi raziskave v okviru mojega diplomskega dela so:

- Vsi sodelujoči v raziskavi imajo ustvarjen profil na družbenih omrežjih.
- Med sodelujočimi dijaki in dijakinjami je najbolj priljubljeno družbeno omrežje Instagram, sledijo mu Snapchat, Facebook Messenger, TikTok in Facebook.
- Dijaki in dijakinje na družbenih omrežjih v povprečju preživijo 4 ure in 41 minut.
- Povprečna starost, pri kateri so dijaki in dijakinje začeli uporabljati družbena omrežja, je bila 12 let in 6 mesecev.
- Največkrat doživeti neprijetni čustvi pri nizkem odzivu (»malem številu všečkov«) na fotografijo samega sebe sta sram in dvom.
- Dijakinje in dijaki prepoznavajo tako pozitivne lastnosti in negativne lastnosti družbenih omrežij.
- Več kot polovica (58,72 %) vseh anketirancev ima nizko samopodobo.
- Več časa dijakinje in dijaki preživijo na družbenih omrežjih, večja je želja po spremembi telesa, vendar je ta povezava nizka oziroma šibka.
- Velika večina dijakov in dijakinj (97 %), ki so sodelovali pozna pojem depresija.
- Več kot polovica (57 %) anketirancev pozna vsaj eno osebo, ki se po njihovem mnenju spopada z depresijo.
- Velika večina (94 %) sodelujočih dijakov in dijakinj pozna pojem tesnobnost ali anksioznost.
- Več kot polovica (66 %) dijakov in dijakinj tudi pozna vsaj eno osebo, ki se po njihovem mnenju spopada z anksioznostjo.
- Pri doživljanju tesnobnega občutka je bila polovica anketirancev takšnih, ki so ta občutek že doživeli in polovica teh, ki tega občutka še niso doživeli.
- Več kot polovica dijakov (75 %) pojma Snapchat dismorfija ne pozna.

- Malo manj kot polovica (48 %) dijakov in dijakinj bi pravilno definiralo pojem Snapchat dismorfije.
- Velika večina izprašanih (81 %), ki so pojem Snapchat dismorfije poznali, jih še ni doživela tega občutka.
- Čas, preživet na družbenih omrežjih, je sicer povezan z negativnim dojemanjem lastne samopodobe, a med njima obstaja nizka povezava.
- Če dijakinje in dijaki preživijo več časa na družbenih omrežjih, ne pomeni, da jih zato več pozna pojem anksioznost.
- Če dijakinje več ur preživijo na družbenih omrežjih, imajo večjo željo po spremembi telesa, vendar obstaja nizka povezava med tema spremenljivkama.
- Če dijaki preživijo več časa na družbenih omrežjih, si manj želijo spremembo telesa, vendar je ta povezava nizka.

6 PREDLOGI

V nadaljevanju predstavljam svoje predloge za nadaljnje raziskovanje in praktično delovanje. Sestavila sem jih na podlagi pridobljenih podatkov moje raziskave, ki je bila izvedena v sklopu diplomskega dela.

Predlog glede nadaljnjega raziskovanja je, da bi se ta raziskava izvedla najprej na populaciji vseh gimnazijcev Spodnjega Podravja, kasneje pa tudi na nacionalni ravni, saj bi tako pridobili bolj zanesljive podatke, ki pa bi se lahko razlikovali od tistih, ki sem jih pridobila sama. Prav tako bi bilo zanimivo izvesti podobno raziskavo na mlajši populaciji, npr. v osnovnih šolah, saj vemo, da se družbena omrežja začnejo uporabljati že v osnovni šoli.

Drugi predlog za nadaljnje raziskave bi bil, da se izvede raziskava o duševnih stiskah, kot so anksioznost, depresija in tudi Snapchat dismorfija. To bi bilo potrebno izvesti na način, da bi zajeli več dejavnikov v povezavi z razvojem teh motenj in da bi se raziskoval vpliv teh dejavnikov na razvoj posamezne motnje. Tega bi se bilo treba lotiti na nacionalni ravni pod okriljem kakšne večje organizacije.

Naslednji predlog, ki sem ga oblikovala skupaj s sodelujočimi gimnazijci ob kratkem pogovoru, je ta, da bi se še več pogovarjali o pasteh družbenih omrežij. V sklopu tega si želijo tudi izvedbe delavnice, na kateri bom predstavila rezultate moje raziskave in bomo interaktivno raziskovali pasti interneta. Na podlagi tega pogovora sem pridobila tudi idejo, da bi se izvedla delavnica aktivnega poslušanja med sodelujočimi, saj so sami povedali, da imajo včasih občutek, da se več ne znajo poslušati. To delavnico bi izvedel strokovni kader v okviru mladinskega centra v Spodnjem Podravju.

V sklopu sodelovanja z mladinskim centrom v domačem kraju sem obiskala tudi mednarodni dogodek o duševnem zdravju mladih, kjer je bilo veliko govora o anksioznosti in depresiji. Na podlagi deljenih izkušenj sodelujočih iz drugih držav sem pridobila tudi idejo o izvedbi delavnice pisanja dnevnika, kjer bi dijaki in dijakinje vsak dan našli eno stvar, ki jo lahko označijo kot pozitivno. Delavnico bi izvedla sama ob pomoči strokovnih delavk na mladinskem centru. To bi pripomoglo k rasti samozavesti dijakinj in dijakov, saj bi tako pogledali tudi na pozitivne stvari, ne pa se osredotočali samo na slabo.

7 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

1. Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1). Pridobljeno 15. 4. 2023 s https://clutejournals.com/index.php/JBER/article/view/9554/9632

2. Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media and Technology 2018.* Pridobljeno 18. 5. 2023 s https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/

3. Baldwin, W., M., & Sinclair, L. (1996). Self-Esteeem and »If ... Then« Contingencies of Interpersonal Acceptance. *Journal of Personality and Social Psychology,* 71(6). Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://selfesteemgames.mcgill.ca/research/baldwinsinclair.pdf

4. Boyd, D. (2014). *It's complicated : the social lives of networked teens.* London: Yale University Press.

5. Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definiton, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). Pridobljeno 15. 4. 2023 s https://www.researchgate.net/publication/220438020_Social_Network_Sites_Definition_History_and_Scholarship

6. Brucculieri, J. (2018). »Snapchat Dysmporhia« Points To A Troubling New Trend In Plastic Surgery: Those pretty flower crown filters could have an ugly side. *Huffpost 22. 02. 2018.* Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.huffpost.com/entry/snapchat-dysmorphia_n_5a8d8168e4b0273053a680f6#

7. Carter, A., Forrest, J., & Kaida, A. (2017). Association Between Internet Use and Body Dissatisfaction Among Young Females: Cross-Sectional Analysis of the Canadian Community Health Survey. *Journal of Medical Internet Research,* 19(2). Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.researchgate.net/publication/313537476_Association_Between_Internet_Use

_and_Body_Dissatisfaction_Among_Young_Females_Cross-Sectional_Analysis_of_the_Canadian_Community_Health_Survey

8. Clarke-Pearson, K., & O'Keffe, G. S. (2011). The impact of social media on children, adolescents and families. *Pediatrics,* 127(4). Pridobljeno 13. 4. 2023 s https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21444588

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

10. Čas, P., Seršen Fras, A., & Hudoklin, M. (2022). *Pomoč anksioznemu učencu: priročnik za učitelje.* Ljubljana: Svetovalni center za otroke, mladostnike in starše.
11. Dernovšek, Z., M., & Tavčar, R. (ur.) (2005). *Prepoznajmo in premagajmo depresijo: Priročnik za osebe z depresijo in njihove svojce.* Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja RS
12. Dernovšek, Z., M., Gorenc, M., & Jeriček, H. (2012). *Ko te strese stres: kako prepoznati in zdraviti stresne, anksiozne in depresivne motnje.* Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.

13. Dumont, M., & Provost, A., M. (1999). Resilience in Adolescents: Protective Role of Social Support, Coping Strategies, Self-Esteem, and Social Activities on Experience of Stress and Depression. *Journal of Youth and Adolescence,* 28(3). Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://link.springer.com/article/10.1023/A:1021637011732

14. Ehmke, R. (b.d.). *What Selfies Are Doing to Self-Esteem*. Pridobljeno 12. 4. 2023 s https://childmind.org/article/what-selfies-are-doing-to-girls-self-esteem/

15. Eshiet, J. (2020). »Real me versus social media me:« filters, snapchat dysmorphia, and beauty perceptions among young women. *Electronic Theses, Projects, and Dissertations.* Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://scholarworks.lib.csusb.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2243&context=etd

16. Etherson, E., M., & Curran, T. (2021). *Social media: teenage girls with perfectionist tendencies need to take extra care – here's how.* The conversation. Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://theconversation.com/social-media-teenage-girls-with-perfectionist-tendencies-need-to-take-extra-care-heres-how-95479

17. Eurostat (2023). *Individuals who used the internet, frequency of use and activities* . Pridobljeno 15. 3. 2023 s https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_r_iuse_i/default/table?lang=en

18. Franchina, V., & Lo Coco, G. (2018). The Influence of Social Media Use on Body Concern. *International Journal of Psychoanalysis and Education*, 10(1). Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.researchgate.net/publication/331114176_The_Influence_of_Social_Media_Use_on_Body_Concern

19. Gonzales, L. A., & Hancock, T. J. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: effects of exsposure to Facebook on selfesteem. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking,* 14(1-2). Pridobljeno 14. 4. 2023 s https://www.researchgate.net/publication/49843871_Mirror_Mirror_on_My_Facebook_Wall_Effects_of_Exposure_to_Facebook_on_Self-Esteem

20. Inštitut za človekove vire. (b.d.). *Osebnost in samopodoba.* Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.psihoterapija-ordinacija.si/osebnost-in-odnosi/osebnost/osebnost-in-samopodoba

21. Islam, G. (2014). Social identity theory. V T. Teo (ur.), *Encyclopedia of Critical Psychology* (str. 1781–1783). Verlag: Springer. Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.researchgate.net/profile/Gazi-Islam-2/publication/281208338_Social_Identity_Theory/links/55db57ec08ae9d6594935f59/Social-Identity-Theory.pdf

22. Keles, B., McCrae, N., & Grealish A. (2019) A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth* 25(1). Pridobljeno 19. 5. 2023 s https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02673843.2019.1590851

23. Kobal Grum, D. (2017). *Samopodoba v diferencialni psihologiji.* Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.

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

25. Kobal, D., Kolenc, J., Lebarič, N., & Žalec, B. (2004). *Samopodoba med motivacijo in tekmovalnostjo.* Ljubljana: Študentska založba.

26. Kozina, A. (2016). *Anksioznost in agresivnost v šolah: dejavniki, trendi in smernice za zmanjševanje.* Ljubljana: Pedagoški inštitut.

27. Kuhar, M. (2002). O telesni samopodobi mladih. *Socialna pedagogika* 6(3), 255–278.

28. Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction – a review of the psychological literature. *International journal of environmental research and public health,* 8(9), 3528–3552.

29. Lavrič, M. (ur). (2021). *Mladina 2020: Položaj mladih v Sloveniji*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad RS za mladino.

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

31. Migala, J. (2018). »Snapchat dysmorphia«: Is The Stress of Social Media Driving Teens To Plastic Surgery?. Everyday health 16.10. Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.everydayhealth.com/wellness/united-states-of-stress/what-snapchat-dysmorphia-detailed-look-trend/

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

33. Nations, D. (2019). *What is Social media?* [Blog]. Pridobljeno 15. 4. 2023 s https://www.lifewire.com/what-is-social-media-explaining-the-big-trend-3486616

34. Orben, A., Przybylsk, K. A., Blakemore, J., S., & Kievit, A., R. (2022). Windows of developmental sensitivity to social media. *Nature Communications,* 13(1). Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.researchgate.net/publication/359509628_Windows_of_developmental_sensitivity_to_social_media

35. Perkins, A. (2019). Body dysmorphic disorder: The drive for perfection. *Nursing Made Incredibly Easy!* 17(1). Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://journals.lww.com/nursingmadeincrediblyeasy/Fulltext/2019/01000/Body_dysmorphic_disorder__The_drive_for_perfection.7.aspx

36. Rakovec-Felser, Z. (1991). *Človek v stiski – stres in tesnoba.* Maribor: Obzorja.

37. Raypole, C. (2020). *How Facebook Can Become an 'Addiction'*. Healthline. Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.healthline.com/health/facebook-addiction

38. Richards, D. , Caldwell, HY, P., & Go, H. (2015). Impact of social media on the health of children and young people. *Journal of Paediatrics and Child Health,* 51(12). Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jpc.13023?saml_referrer

39. Rogers, C. (1959). A theory of therapy, personality, and interpersonal relationships, as developed in the client-centered framework. In S. Koch (ur.), *Psychology: A study of a science. Vol. 3: Formulations of the person and the social context* (str. 184–256). New York: McGraw-Hill.

40. Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image.* Princeton: Princeton University Press

41. Royal society for public health (2017). *#StatusOfMind: Social media and young people's mental health and wellbeing.* Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf

42. Schmidt, I. (2022). *Barve življenja: o sreči, tesnobi in depresiji.* Maribor: Založba Pivec.

43. Sowislo, F., J., & Orth, U. (2013). Does Low Self-Esteem Predict Depression and Anxiety? A Meta-Analysis of Longitudinal Studies. *Psychological Bulletin,* 139(1). Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.researchgate.net/publication/228064767_Does_Low_Self-Esteem_Predict_Depression_and_Anxiety_A_Meta-Analysis_of_Longitudinal_Studies

44. Splichal, U. (2018). Brez samopodobe gre vse narobe. *Samopodoba 21. 4. 2018.* Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://ksenijajovanovic.si/clanki/

45. Srebrčič, J., Domajnko, A., & Behin, M. (2022). *Štekamo mlade: prekomerna in škodljiva raba zaslonskih tehnologij pri otrocih in mladostnikih: priročnik za strokovne delavce.* Maribor: Društvo IndiJanez.

46. Statista (2023a). *Most popular social networks worldwide as of April 2019, ranked by number of active users (in millions)*. Pridobljeno 15. 3. 2023 s https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-numberof-users/

47. Statista (2023b). *Number of social media users worldwide from 2010 to 2021* (in billions). Pridobljeno 15. 3. 2023 s https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-networkusers/

48. SURS (2023). *Dijaki, prvič vpisani v srednješolsko izobraževanje, po vrsti izobraževanja, starosti in spolu, Slovenija, letno*. Pridobljeno 8. 6. 2023 s https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/Data/0953230S.px/table/tableViewLayout2/

49. SURS (2023). *Število posameznikov po namenu uporabe interneta pri uporabnikih interneta, po starostnih razredih in spolu, Slovenija, letno.* Pridobljeno 15. 3. 2023 s https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2974205S.px/table/tableViewLayout2/

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

51. Valkenburg, M., P. , Peter, J., & Schouten, A. (2006). Friend Networking Sites and Their Relationship To Adolescents' Well-Being And Social Self-Esteem. *Cyberpsychology & behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society,* 9(5). Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.researchgate.net/publication/6761621_Friend_Networking_Sites_and_Their_Relationship_to_Adolescents'_Well-Being_and_Social_Self-Esteem

52. Vogels, A. E. ,Gelles-Watnick, R., & Massarat, N. (2022). *Teens, Social Media and Technology 2022.* Pridobljeno 18. 5. 2023 s https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/

53. Wigmore, J. (2019). Snapchat dysmorphia. *TechTarget.* Pridobljeno 28. 5. 2023 s https://www.techtarget.com/whatis/definition/Snapchat-dysmorphia

54. Youngs, B. (2000). *Šest temeljnih prvin samopodobe: Kako jih razvijamo pri otrocih in učencih: priročnik za vzgojitelje in učitelje v vrtcih, osnovnih in srednjih šolah.* Ljubljana: EDUCY.

8 PRILOGE

8.1 VPRAŠALNIK

VPRAŠALNIK

Pozdravljen/a, sem Eva Poplatnik, študentka 4. letnika Fakultete za socialno delo Univerze v Ljubljani in pišem diplomsko delo z naslovom Vloga družbenih omrežij pri oblikovanju samopodobe gimnazijcev v Spodnjem Podravju. Če si v šolskem letu 2022/2023 vpisan/a v 3. ali 4. letnik Gimnazije Ptuj ali Gimnazije Ormož in si uporabnik/ca družbenih omrežij, bi te prosila, da si vzameš nekaj minut časa ter izpolniš ta vprašalnik. Tvoji odgovori so povsem anonimni, uporabila pa jih bom izključno za potrebe svoje raziskave v okviru diplomskega dela, zato te prosim, da so čimbolj iskreni.

1. **Ali si za izpolnjevanje vprašalnika pridobil dovoljenje staršev, če je to potrebno (če še nisi dopolnil/a 18 let)?**
   a) Da
   b) Ne (če si na to vprašanje odgovoril/a z Ne, te prosim, da zaključiš z izpolnjevanjem vprašalnika)
2. **Ali imaš ustvarjen profil oziroma si vpisan/a na kakšnem družbenem omrežju (Facebook, Facebook Messenger, Instagram, Snapchat, TikTok)?**
   a) Da
   b) Ne
3. **Katera družbena omrežja uporabljaš?**
   a) Facebook
   b) Facebook Messenger
   c) Instagram
   d) Snapchat
   e) TikTok
4. **Ali si ob nizkem odzivu (majhnem številu »všečkov«) na fotografijo samega sebe, ki si jo objavil/a na svojem profilu družbenega omrežja, že doživel/a naslednja neprijetna čustva?**

Prosim, označi z DA ali NE

ČUSTVO	DA	NE
Žalost		
Razočaranje		
Sram		
Zaskrbljenost		
Vznemirjenost		
Jeza		
Frustracija		
Sovraštvo do sebe		
Razdraženost		
Zadrega		
Dvom		
Obup		
Šokiranost		
Nobeno od teh čustev		

5. **Oceni, koliko ur na dan v povprečju preživiš na družbenih omrežjih (prosim podaj iskreno oceno, saj je podatek pomemben za relevantnost raziskave – tvoj odgovor je povsem anonimen).**

_____

_____

6. **Koliko si bil/a star/a, ko si začel/a uporabljati družbena omrežja?**

_____

7. Označi, koliko se strinjaš z naslednjimi trditvami (1 – sploh se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 – se niti ne strinjam/niti strinjam, 4 – se strinjam, 5 – se popolnoma strinjam).

IZJAVA	**1 – sploh se ne strinjam**	**2 – se ne strinjam**	**3 – se niti ne strinjam/niti strinjam**	**4 – se strinjam**	**5 – se popolnoma strinjam**
Sprejemam se takšnega/takšno kot sem – tudi s pomanjkljivostmi					
Spoštujem se					
Menim, da sem vredna uspeha					
Všeč mi je moj karakter					
Imam težave pri sprejemanju komplimentov					
Menim, da si zaslužim dobre stvari, ki se mi zgodijo v življenju					
Postavljam si visoke, vendar dosegljive cilje					
Svoje napake vidim kot nove izkušnje					

8. Označi, kako pogosto držijo spodnje trditve (1 – nikoli, 2 – skoraj nikoli/redko, 3 – občasno/včasih, 4 – pogosto, 5 – vedno).

IZJAVA	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

Zaupam v svoje sposobnosti					
Skrbi me, kaj si bodo drugi mislili o meni					
Počutim se neuporabno					
Menim, da nisem dovolj dober/dobra					
Mislim, da bi moral/a vse opraviti odlično					
Zelo sem samokritičen/a					

9. Označi, koliko se strinjaš z naslednjimi trditvami (1 – sploh se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 – se niti ne strinjam/niti strinjam, 4 – se strinjam, 5 – se popolnoma strinjam).

IZJAVA	**1 – sploh se ne strinjam**	**2 – se ne strinjam**	**3 – se niti ne strinjam/niti strinjam**	**4 – se strinjam**	**5 – se popolnoma strinjam**
Všeč mi je moj telesni izgled					
Dojemam se kot privlačno osebo					
Nisem zadovoljen/zadovoljna z lastno težo					
Zdi se mi, da imam slabšo postavo kot osebe, s katerimi se primerjam					

10. Označi, kako pogosto držijo spodnje trditve (1 – nikoli, 2 – skoraj nikoli/redko, 3 – občasno/včasih, 4 – pogosto, 5 – vedno).

IZJAVA	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Želim si spremeniti svoj izgled					
Za spremembo svojega izgleda bi uporabil/a					

kirurški poseg					
Želel/a bi si izgledati tako kot ob uporabi filtrov na družbenih omrežjih					
Za spremembo svojega izgleda bi želela plastičnemu kirurgu pokazati svojo fotografijo z uporabo filtrov na družbenih omrežjih					

11. Označi, koliko se strinjaš z naslednjimi trditvami (1 – sploh se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 – se niti ne strinjam/niti strinjam,4 – se strinjam, 5 – se popolnoma strinjam).

IZJAVA	**1 – sploh se ne strinjam**	**2 – se ne strinjam**	**3 – se niti ne strinjam/niti strinjam**	**4 – se strinjam**	**5 – se popolnoma strinjam**
Menim, da sem vredna, da me drugi spoštujejo					
Ne znam postaviti lastnih mej v odnosih z drugimi					
Potrebujem konstantno odobravanje drugih					
Nimam težav s tem, da čas preživim sama					
Nimam težav pri sklepanju prijateljstev					

12. Označi, koliko si sedaj zadovoljen/zadovoljna z lastnim življenjem v celoti (1 – ekstremno nezadovoljen/nezadovoljna, 5 – ekstremno zadovoljen/zadovoljna).

1 2 3 4 5

13. Kaj so po tvojem mnenju pozitivne lastnosti družbenih omrežij?

a) Spoznavanje novih ljudi
b) Gledanje fotografij drugih
c) Gledanje fotografij izletov

d) Snemanje TikTokov
e) Prepoznavnost
f) Drugo:

14. Kaj so po tvojem mnenju negativne lastnosti družbenih omrežij? (naštej tri stvari):

15. Ali poznaš pojem depresija?
a) Da
b) Ne

16. Ali poznaš vsaj eno osebo, ki se po tvojem mnenju trenutno spopada z depresijo?
a) Da
b) Ne

17. Če si na prejšnje vprašanje odgovoril/a z Da, kdo je ta oseba?
a) Sošolec/sošolka
b) Prijatelj/prijateljica, ki ni sošolec
c) Družinski član
d) Drugo: .....

18. Ali poznaš pojem anksioznost oziroma tesnobnost?
a) Da
b) Ne

19. Ali poznaš vsaj eno osebo, ki se po tvojem mnenju spopada s tesnobnostjo?
c) Da
d) Ne

20. Če si na prejšnje vprašanje odgovoril/a z Da, kdo je ta oseba?
e) Sošolec/sošolka
f) Prijatelj/prijateljica, ki ni sošolec
g) Družinski član
h) Drugo: .....

21. Ali si že kdaj doživel/a tesnobni občutek v telesu med primerjanjem z drugimi na družbenih omrežjih?
a) Da
b) Ne

22. Če si na prejšnje vprašanje odgovoril/a z Da, kolikokrat se ti je to zgodilo?
a) Enkrat
b) Dvakrat do trikrat
c) Dogaja se mi pogosto
d) Zgodi se mi vedno, ko se primerjam z drugimi

23. Ali poznaš pojem »Snapchat dismorfija«?

a) Da
b) Ne

24. Kaj si predstavljaš pod pojmom »Snapchat dismorfija«?

a) Snapchat dismorfija je nagnjenost k pretiravanju pri uporabi filtrov in urejevalnih orodij na družbenih omrežjih, kar vodi v nezadovoljstvo z lastnim videzom.
b) Snapchat dismorfija je pojav, pri katerem posamezniki doživljajo zasvojenost s preverjanjem in odgovarjanjem na sporočila na družbenem omrežju Snapchat.
c) Snapchat dismorfija je občutek nelagodja in tesnobe, ki ga posameznik doživlja, ko se mora soočiti z lastno podobo na fotografijah brez filtrov ali urejanja.
d) Snapchat dismorfija je vrsta telesne dismorfije, kjer posamezniki občutijo močno željo, da bi svoj videz prilagodili tako, kot ga prikazujejo filtri in urejevalna orodja na družbenih omrežjih, kar lahko vodi v resne duševne težave in nezadovoljstvo s svojim videzom.

25. Ali si že sam/a kdaj doživel/a Snapchat dismorfijo? (samo za tiste, ki pojem poznajo)

a) Da
b) Ne

26. Spol:

a) Ženski
b) Moški
c) Drugo:_____

27. Letnik obiskovanja srednje šole v šolskem letu 2022/23:

a) 3. letnik
b) 4. letnik

28. Srednja šola:

a) Gimnazija Ormož
b) Gimnazija Ptuj

8.2 TABELE S PODATKI

Q1	Ali si za izpolnjevanje vprašalnika pridobil dovoljenje staršev, če je to potrebno (če še nisi dopolnil/a 18 let)?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (da)	109	94 %	94 %	94 %
	2 (ne) (če si na to vprašanje odgovoril/a z Ne, te prosim, da zaključiš z izpolnjevanjem vprašalnika)	7	6 %	6 %	100 %
Veljavni	Skupaj	116	100 %	100 %	

Q2	Ali imaš ustvarjen profil oziroma si vpisan/a na kakšnem družbenem omrežju (Facebook, Facebook Messenger, Instagram, Snapchat, TikTok)?			
Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
1 (da)	109	94 %	100 %	100 %
2 (ne)	0	0 %	0 %	100 %
Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	1,0	Std. odklon	0,0

Q3	Katera družbena omrežja uporabljaš?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% – Veljavni	Ustrezni	% – Ustrezni	Frekvence	%
Q3a	Facebook	73	109	67 %	116	63 %	73	16 %
Q3b	Facebook Messenger	96	109	88 %	116	83 %	96	21 %
Q3c	Instagram	104	109	95 %	116	90 %	104	22 %
Q3d	Snapchat	104	109	95 %	116	90 %	104	22 %

Q3e	TikTok	86	109	79 %	116	74 %	86	19 %
	SKUPAJ		109		116		463	100 %

Q4	Koliko si bil/a star/a, ko si začel/a uporabljati družbena omrežja?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	12 let	1	1 %	1 %	1 %
	14 let	1	1 %	1 %	2 %
	10	9	8 %	8 %	10 %
	11	3	3 %	3 %	13 %
	12	30	26 %	28 %	40 %
	13	24	21 %	22 %	62 %
	14	19	16 %	17 %	80 %
	15	7	6 %	6 %	86 %
	16	1	1 %	1 %	87 %
	7	1	1 %	1 %	88 %
	9	2	2 %	2 %	90 %
	konec 5. razreda	1	1 %	1 %	92 %
	12 ali 13	1	1 %	1 %	93 %
	7 razred- 13/14	1	1 %	1 %	94 %
	8 let	1	1 %	1 %	94 %
	12–13	1	1 %	1 %	95 %
	13–14	1	1 %	1 %	96 %
	10–11	1	1 %	1 %	97 %
	13 let	3	3 %	3 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Q4_coding_1	Q4_coding_1

	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (12 le)	1	1 %	13 %	13 %
	2 (14 le)	1	1 %	13 %	25 %
	3 (Konec 5. raz)	1	1 %	13 %	38 %
	4 (12 ali)	1	1 %	13 %	50 %
	5 7 razred- 13/14	1	1 %	13 %	63 %
	6 (13–1)	1	1 %	13 %	75 %
	7 (13 le)	2	2 %	25 %	100 %
Veljavni	Skupaj	8	7 %	100 %	
		Povprečje	4,4	Std. odklon	2,3

Q5	Oceni, koliko ur na dan v povprečju preživiš na družbenih omrežjih (prosim podaj iskreno oceno, saj je podatek pomemben za relevantnost raziskave – tvoj odgovor je povsem anonimen).				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 do 2 uri	1	1 %	1 %	1 %
	6–8 ur	1	1 %	1 %	2 %
	8 ur	2	2 %	2 %	4 %
	1,5–3 ure odvisno od dneva	1	1 %	1 %	5 %
	3–4	1	1 %	1 %	6 %
	2 ure	1	1 %	1 %	6 %
	4 ure	4	3 %	4 %	10 %
	4h	4	3 %	4 %	14 %
	1,5h	1	1 %	1 %	15 %
	5 ur	2	2 %	2 %	17 %
	6 ur	3	3 %	3 %	19 %
	7 ur	2	2 %	2 %	21 %

	3,5 ure	1	1 %	1 %	22 %
	1 ura	1	1 %	1 %	23 %
	1,5h	1	1 %	1 %	24 %
	10	2	2 %	2 %	26 %
	5h	1	1 %	1 %	27 %
	2–3 ure	1	1 %	1 %	28 %
	7ur	1	1 %	1 %	28 %
	3 ure	4	3 %	4 %	32 %
	1	2	2 %	2 %	34 %
	2	9	8 %	8 %	42 %
	3	13	11 %	12 %	54 %
	4	11	9 %	10 %	64 %
	2–3	1	1 %	1 %	65 %
	5	11	9 %	10 %	75 %
	6	8	7 %	7 %	83 %
	7	1	1 %	1 %	83 %
	8	3	3 %	3 %	86 %
	9	1	1 %	1 %	87 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Q6	Ali si ob nizkem odzivu (majhnem številu »všečkov«) na fotografijo samega sebe, ki si jo objavil/a na svojem profilu družbenega omrežja, že doživel/a naslednja neprijetna čustva?							
	Podvprašanja	Odgovori			Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. odklon
		Da	Ne	Skupaj				
Q6a	Žalost	26 (24 %)	83 (76 %)	109 (100 %)	109	116	1,8	0,4
Q6b	Razočaranje	39 (36 %)	70 (64 %)	109 (100 %)	109	116	1,6	0,5
Q6c	Sram	25 (23 %)	84 (77 %)	109 (100 %)	109	116	1,8	0,4
Q6d	Zaskrbljenost	19 (17 %)	90 (83 %)	109 (100 %)	109	116	1,8	0,4

Q6e	Vznemirjenost	22 (20 %)	87 (80 %)	109 (100 %)	109	116	1,8	0,4
Q6f	Jeza	12 (11 %)	97 (89 %)	109 (100 %)	109	116	1,9	0,3
Q6g	Frustracija	14 (13 %)	95 (87 %)	109 (100 %)	109	116	1,9	0,3
Q6h	Sovraštvo do sebe	15 (14 %)	94 (86 %)	109 (100 %)	109	116	1,9	0,3
Q6i	Razdraženost	13 (12 %)	96 (88 %)	109 (100 %)	109	116	1,9	0,3
Q6j	Zadrega	21 (19 %)	88 (81 %)	109 (100 %)	109	116	1,8	0,4
Q6k	Dvom	34 (31 %)	75 (69 %)	109 (100 %)	109	116	1,7	0,5
Q6l	Obup	12 (11 %)	97 (89 %)	109 (100 %)	109	116	1,9	0,3
Q6m	Šokiranost	23 (21 %)	86 (79 %)	109 (100 %)	109	116	1,8	0,4
Q6n	Nobeno od teh čustev	51 (47 %)	58 (53 %)	109 (100 %)	109	116	1,5	0,5

Q7	Označi, koliko se strinjaš z naslednjimi trditvami.										
	Podvprašanja	Odgovori						Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. odklon
		Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti-niti	Se strinjam	Povsem se strinjam	Skupaj				
Q7a	Sprejemam se takšnega/takšno kot sem – tudi s pomanjkljivostimi	7 (6 %)	16 (15 %)	25 (23 %)	45 (41 %)	16 (15 %)	109 (100 %)	109	116	3,4	1,1
Q7b	Spoštujem se	1 (1 %)	6 (6 %)	23 (21 %)	50 (46 %)	29 (27 %)	109 (100 %)	109	116	3,9	0,9
Q7c	Menim, da sem vredna uspeha	0 (0 %)	3 (3 %)	8 (7 %)	53 (49 %)	45 (41 %)	109 (100 %)	109	116	4,3	0,7
Q7d	Všeč mi je	3 (3 %)	7 (6 %)	16 (15 %)	54 (50 %)	29 (27 %)	109 (100	109	116	3,9	1,0

	moj karakter						%)				
Q7e	Imam težave pri sprejemanju komplimentov	8 (7 %)	21 (19 %)	21 (19 %)	42 (39 %)	17 (16 %)	109 (100 %)	109	116	3,4	1,2
Q7f	Menim, da si zaslužim dobre stvari, ki se mi zgodijo v življenju	0 (0 %)	1 (1 %)	16 (15 %)	50 (46 %)	42 (39 %)	109 (100 %)	109	116	4,2	0,7
Q7g	Postavljam si visoke, vendar dosegljive cilje	1 (1 %)	5 (5 %)	32 (29 %)	47 (43 %)	24 (22 %)	109 (100 %)	109	116	3,8	0,9
Q7h	Svoje napake vidim kot nove izkušnje	3 (3 %)	9 (8 %)	23 (21 %)	52 (48 %)	22 (20 %)	109 (100 %)	109	116	3,7	1,0

Q8	Označi, kako pogosto držijo spodnje trditve.										
	Podvprašanja	Odgovori						Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. odklon
		1 – nikoli	2 – skoraj nikoli/redko	3 – občasno/včasih	4 – pogosto	5 – vedno	Skupaj				
Q8a	Zaupam v svoje sposobnosti	1 (1%)	9 (8%)	42 (39 %)	47 (43 %)	10 (9 %)	109 (100 %)	109	116	3,5	0,8
Q8b	Skrbi me, kaj si bodo	5 (5 %)	22 (20 %)	36 (33 %)	26 (24 %)	20 (18 %)	109 (100 %)	109	116	3,3	1,1

	drugi mislili o meni										
Q8c	Počutim se neuporabno	12 (11 %)	36 (33 %)	41 (38 %)	18 (17 %)	2 (2 %)	109 (100 %)	109	116	2,7	0,9
Q8d	Menim, da nisem dovolj dober/dobra	11 (10 %)	24 (22 %)	41 (38 %)	25 (23 %)	8 (7 %)	109 (100 %)	109	116	3,0	1,1
Q8e	Mislim, da bi moral/a vse opraviti odlično	10 (9 %)	9 (8 %)	30 (28 %)	32 (29 %)	28 (26 %)	109 (100 %)	109	116	3,5	1,2
Q8f	Zelo sem samokritičen/a	2 (2 %)	6 (6 %)	25 (23 %)	42 (39 %)	34 (31 %)	109 (100 %)	109	116	3,9	1,0

Q9	Označi, koliko se strinjaš z naslednjimi trditvami.										
	Podvprašanja	Odgovori						Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. odklon
		Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti-niti	Se strinjam	Povsem se strinjam	Skupaj				
Q9a	Všeč mi je moj telesni izgled	10 (9 %)	17 (16 %)	42 (39 %)	30 (28 %)	10 (9 %)	109 (100 %)	109	116	3,1	1,1
Q9b	Dojemam se kot privlačno osebo	8 (7 %)	25 (23 %)	30 (28 %)	36 (33 %)	10 (9 %)	109 (100 %)	109	116	3,1	1,1
Q9c	Nisem zadovoljen/zadovoljna z	21 (19 %)	17 (16 %)	21 (19 %)	34 (31 %)	16 (15 %)	109 (100 %)	109	116	3,1	1,4

	lastno težo										
Q9d	Zdi se mi, da imam slabšo postavo kot osebe, s katerimi se primerjam	9 (8 %)	21 (19 %)	20 (18 %)	39 (36 %)	20 (18 %)	109 (100 %)	109	116	3,4	1,2

Q10	Označi, kako pogosto držijo spodnje trditve.										
	Podvprašanja	Odgovori						Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. odklon
		1 – nikoli	2 – skoraj nikoli/ redko	3 – občasno/ včasih	4 – pogosto	5 – vedno	Skupaj				
Q10a	Želim si spremeniti svoj izgled	5 (5 %)	18 (17 %)	38 (35 %)	30 (28 %)	18 (17 %)	109 (100 %)	109	116	3,3	1,1
Q10b	Za spremembo svojega izgleda bi uporabil/a kirurški poseg	54 (50 %)	23 (21 %)	22 (20 %)	5 (5 %)	5 (5 %)	109 (100 %)	109	116	1,9	1,1
Q10c	Želel/a bi si izgledati tako kot ob uporabi filtrov na družbenih omrežjih	61 (56 %)	25 (23 %)	16 (15 %)	5 (5 %)	2 (2 %)	109 (100 %)	109	116	1,7	1,0
Q10d	Za spremem	86 (79 %)	11 (10 %)	12 (11 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	109 (100	109	116	1,3	0,7

	bo svojega izgleda bi želela plastične mu kirurgu pokazati svojo fotografij o z uporabo filtrov na družbenih omrežjih						%)				

Q11	Označi, koliko se strinjaš z naslednjimi trditvami.										
	Podvpraš anja	Odgovori						Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. odklon
		Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti-niti	Se strinjam	Povsem se strinjam	Skupaj				
Q11a	Menim, da sem vredna, da me drugi spoštujej o	0 (0 %)	1 (1 %)	6 (6 %)	58 (53 %)	44 (40 %)	109 (100 %)	109	116	4,3	0,6
Q11b	Ne znam postaviti lastnih mej v odnosih z drugimi	13 (12 %)	36 (33 %)	31 (28 %)	20 (18 %)	9 (8 %)	109 (100 %)	109	116	2,8	1,1
Q11c	Potrebuje m konstantn o odobrava nje drugih	13 (12 %)	29 (27 %)	33 (30 %)	22 (20 %)	12 (11 %)	109 (100 %)	109	116	2,9	1,2
Q11d	Nimam	3 (3 %)	9 (8 %)	11 (10 %)	33 (30 %)	53 (49 %)	109 (100	109	116	4,1	1,1

	težav s tem, da čas preživim sama						%)				
Q11e	Nimam težav pri sklepanju prijateljstev	3 (3 %)	18 (17 %)	27 (25 %)	31 (28 %)	30 (28 %)	109 (100 %)	109	116	3,6	1,1

Q12	Označi, koliko si sedaj zadovoljen/zadovoljna z lastnim življenjem v celoti (1 – ekstremno nezadovoljen/nezadovoljna, 5 – ekstremno zadovoljen/zadovoljna).				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1	1	1 %	1 %	1 %
	2	10	9 %	9 %	10 %
	3	38	33 %	35 %	45 %
	4	46	40 %	42 %	87 %
	5	14	12 %	13 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	3,6	Std. odklon	0,9

Q13	Kaj so po tvojem mnenju pozitivne lastnosti družbenih omrežij?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% – Veljavni	Ustrezni	% – Ustrezni	Frekvence	%
Q13a	Spoznavanje novih ljudi	88	109	81 %	116	76 %	88	36 %
Q13b	Gledanje fotografij drugih	38	109	35 %	116	33 %	38	16 %
Q13c	Gledanje	57	109	52 %	116	49 %	57	23 %

	fotografij izletov							
Q13d	Snemanje TikTokov	21	109	19 %	116	18 %	21	9 %
Q13e	Prepoznavnost	27	109	25 %	116	23 %	27	11 %
Q13f	Drugo:	14	109	13 %	116	12 %	14	6 %
	SKUPAJ		109		116		245	100 %

Q13f_text	Q13 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ohranjanje stikov	1	1 %	7 %	7 %
	poslušanje tomeka	1	1 %	7 %	14 %
	učenje, spoznavanje novega	1	1 %	7 %	21 %
	ideje za oblačenje, kuhanje	1	1 %	7 %	29 %
	iskanje inspiracije za oblačenje, kuhanje, ustvarjanje …	1	1 %	7 %	36 %
	gledanje TikTokov	1	1 %	7 %	43 %
	dank memes	1	1 %	7 %	50 %
	komunikacija na daljavo	1	1 %	7 %	57 %
	komunikacija	2	2 %	14 %	71 %
	nove informacije	1	1 %	7 %	79 %
	sprostitev	1	1 %	7 %	86 %
	zabava in krajšanje časa (ko ga imam na voljo)	1	1 %	7 %	93 %
	izobraževanje	1	1 %	7 %	100 %
Veljavni	Skupaj	14	12 %	100 %	

Q14	Kaj so po tvojem mnenju negativne lastnosti družbenih omrežij? (naštej tri stvari):				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	radikalizacija	1	1 %	1 %	1 %
	zloraba, vsak lahko ve vse o tebi vsak trenutek, ne znaš ločiti med realnostjo in spletom	1	1 %	1 %	2 %
	nerealne predstave, negativna samopodoba	1	1 %	1 %	3 %
	prikazovanje nerealnih stvari, manipulacija, zasvojenost	1	1 %	1 %	4 %
	zasvojenost, primerjanje z drugimi, živeti izven realnosti	1	1 %	1 %	5 %
	drugačno sprejemanje sebe kot osebo	1	1 %	1 %	6 %
	cyber bullying, grooming mladoletnih oseb, krajšanje attention spana	1	1 %	1 %	6 %
	slabšanje samopodobe, žalost, ker nisi na potovanjih, ki jih objavljajo drugi, jemljejo fokus od realnega življenja	1	1 %	1 %	7 %
	dvom vase, slaba samopodoba, pranje možganov	1	1 %	1 %	8 %
	zasvojenost, dostopnost do	1	1 %	1 %	9 %

	vsega, težave s samopodobo				
	prevec jih laže	1	1 %	1 %	10 %
	nizka samopodoba, previsoki cilji, ne realnost	1	1 %	1 %	11 %
	poraba časa, laž	1	1 %	1 %	12 %
	odvisnost, občutek sledenja	1	1 %	1 %	13 %
	sovraštvo, nasilje, konflikti	1	1 %	1 %	14 %
	primerjanje z drugimi, zasvojenost s telefonom, obremenitev	1	1 %	1 %	15 %
	primerjanje z drugimi, obsedenost z objavljanjem na družbenih omrežjih, hate komentarji	1	1 %	1 %	16 %
	vdori v profile, virusi, lažne fotografije	1	1 %	1 %	17 %
	primerjanje sebe z drugimi	1	1 %	1 %	17 %
	nasilje, nesramnost	1	1 %	1 %	18 %
	nasilje, kraja podatkov, uničevanje samopodobe	1	1 %	1 %	19 %
	odvisnost, body shaming, photoshopping	1	1 %	1 %	20 %
	primerjanje z drugimi, posnemanje drugih, zlorabe	1	1 %	1 %	21 %
	zmanjšujejo	1	1 %	1 %	22 %

	samopodobo				
	odvisnost, zaprava časa	1	1 %	1 %	23 %
	spoznavanje novih ljudi (zdi se mi neprimerno in nevarno za mladoletne), nerealna slika življenja, promocija neprimernih vsebin	1	1 %	1 %	24 %
	nerealni standardi, lazne predstave o zivljenju in izgledu	1	1 %	1 %	25 %
	primerjanje z drugimi	1	1 %	1 %	26 %
	primerjanje z drugimi, zasvojenost, napačne informacije	1	1 %	1 %	27 %
	laži, uničevanje mladih, prikazovanje »fake« stvari	1	1 %	1 %	28 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Q15	Ali poznaš pojem depresija?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	106	91 %	97 %	97 %
	2 (Ne)	3	3 %	3 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	1,0	Std. odklon	0,2

Q16	Ali poznaš vsaj eno osebo, ki se po tvojem mnenju trenutno spopada z depresijo?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	60	52 %	57 %	57 %
	2 (Ne)	46	40 %	43 %	100 %
Veljavni	Skupaj	106	91 %	100 %	

		Povprečje	1,4	Std. odklon	0,5

Q17	Če si na prejšnje vprašanje odgovoril/a z Da, kdo je ta oseba?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% – Veljavni	Ustrezni	% – Ustrezni	Frekvence	%
Q17a	Sošolec/sošolka	21	60	35 %	116	18 %	21	31 %
Q17b	Prijatelj/prijateljica, ki ni sošolec/sošolka	29	60	48 %	116	25 %	29	43 %
Q17c	Družinski član	9	60	15 %	116	8 %	9	13 %
Q17d	Drugo:	8	60	13 %	116	7 %	8	12 %
	SKUPAJ		60		116		67	100 %

Q17d_text	Q17 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	me	1	1 %	13 %	13 %
	znanec	1	1 %	13 %	25 %
	nevem, kar je žalostno, ampak bi jo statistično gledano moral	1	1 %	13 %	38 %

	jaz	3	3 %	38 %	75 %
	znanka	1	1 %	13 %	88 %
	metka	1	1 %	13 %	100 %
Veljavni	Skupaj	8	7 %	100 %	

Q18	Ali poznaš pojem anksioznost oziroma tesnobnost?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	103	89 %	94 %	94 %
	2 (Ne)	6	5 %	6 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	1,1	Std. odklon	0,2

Q19	Ali poznaš vsaj eno osebo, ki se po tvojem mnenju spopada s tesnobnostjo?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	72	62 %	66 %	66 %
	2 (Ne)	37	32 %	34 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	1,3	Std. odklon	0,5

Q20	Če si na prejšnje vprašanje odgovoril/a z Da, kdo je ta oseba?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% – Veljavni	Ustrezni	% – Ustrezni	Frekvence	%
Q20a	Sošolec/sošolka	16	51	31 %	116	14 %	16	24 %

Q20b	Prijatelj/prijateljica, ki ni sošolec/sošolka	29	51	57 %	116	25 %	29	43 %
Q20c	Družinski član	10	51	20 %	116	9 %	10	15 %
Q20d	Drugo:	12	51	24 %	116	10 %	12	18 %
	SKUPAJ		51		116		67	100 %

Q20d_text	Q20 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	jaz	9	8 %	75 %	75 %
	znanec	1	1 %	8 %	83 %
	sama s	1	1 %	8 %	92 %
	metka	1	1 %	8 %	100 %
Veljavni	Skupaj	12	10 %	100 %	

Q21	Ali si že kdaj doživel/a tesnobni občutek v telesu med primerjanjem z drugimi na družabenih omrežjih?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	55	47 %	50 %	50 %
	2 (Ne)	54	47 %	50 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	1,5	Std. odklon	0,5

Q22	Če si na prejšnje vprašanje odgovoril/a z Da, kolikokrat se ti je to zgodilo?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Redko (1x, 2x))	19	16 %	35 %	35 %

	2 (Občasno (3x–5x))	16	14 %	29 %	64 %
	3 (Dokaj pogosto (5x–8x))	10	9 %	18 %	82 %
	4 (Pogosto (več kot 8x))	7	6 %	13 %	95 %
	5 (Vedno)	3	3 %	5 %	100 %
Veljavni	Skupaj	55	47 %	100 %	

Povprečje	2,3	Std. odklon	1,2

Q23	Ali poznaš pojem »Snapchat dismorfija«?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Da)	27	23 %	25 %	25 %
	2 (Ne)	82	71 %	75 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	1,8	Std. odklon	0,4

Q24	Kaj si predstavljaš pod pojmom "Snapchat dismorfija"?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Snapchat dismorfija je nagnjenost k pretiravanju pri uporabi filtrov in urejevalnih orodij na družbenih omrežjih, kar vodi v nezadovoljstvo z lastnim videzom.)	23	20 %	21 %	21 %
	2 (Snapchat	7	6 %	6 %	28 %

	dismorfija je pojav, pri katerem posamezniki doživljajo zasvojenost s preverjanjem in odgovarjanjem na sporočila na družbenem omrežju Snapchat.)				
	3 (Snapchat dismorfija je občutek nelagodja in tesnobe, ki ga posameznik doživlja, ko se mora soočiti z lastno podobo na fotografijah brez filtrov ali urejanja.)	27	23 %	25 %	52 %
	4 (Snapchat dismorfija je vrsta telesne dismorfije, kjer posamezniki občutijo močno željo, da bi svoj videz prilagodili tako, kot ga prikazujejo filtri in urejevalna orodja na družbenih omrežjih, kar lahko vodi v resne duševne težave in nezadovoljstvo s svojim videzom.)	52	45 %	48 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

		Povprečje	3,0	Std. odklon	1,2

Q25	Ali si že sam/a kdaj doživel/a Snapchat dismorfijo? (samo za tiste, ki pojem poznajo)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa

	1 (Da)	5	4 %	19 %	19 %
	2 (Ne)	22	19 %	81 %	100 %
Veljavni	Skupaj	27	23 %	100 %	

Povprečje	1,8	Std. odklon	0,4

Q26	Spol				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Ženski)	85	73 %	78 %	78 %
	2 (Moški)	22	19 %	20 %	98 %
	3 (Drugo:)	2	2 %	2 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	1,2	Std. odklon	0,5

Q26_4_text	Q26 (Drugo:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	>˚))))彡	1	1 %	50 %	50 %
	pingvin	1	1 %	50 %	100 %
Veljavni	Skupaj	2	2 %	100 %	

Q27	Letnik obiskovanja srednje šole v šolskem letu 2022/23:				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (3. letnik)	76	66 %	70 %	70 %
	2 (4. letnik)	33	28 %	30 %	100 %

Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	1,3	Std. odklon	0,5

Q28	Srednja šola:				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (Gimnazija Ormož)	57	49 %	52 %	52 %
	2 (Gimnazija Ptuj)	52	45 %	48 %	100 %
Veljavni	Skupaj	109	94 %	100 %	

Povprečje	1,5	Std. odklon	0,5