

Mladi za napredek Maribora 2016
33. srečanje

Neresničen, a vsaj priljubljen
Psihologija
Raziskovalna naloga

Prostor za nalepko

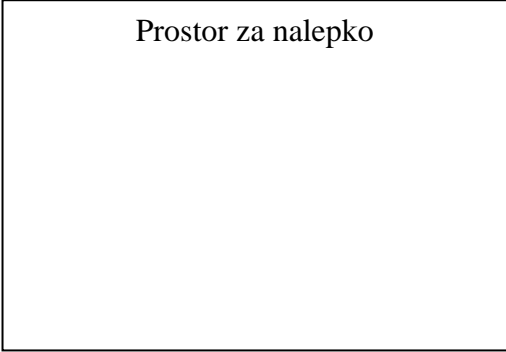
Avtor: MARTINA VIDE
Mentor: JANINA CURK
Šola: II. GIMNAZIJA MARIBOR

Maribor, februar 2016

Mladi za napredek Maribora 2016
33. srečanje

Neresničen, a vsaj priljubljen
Psihologija
Raziskovalna naloga

Prostor za nalepko



Maribor, februar 2016

Kazalo	
KAZALO TABEL	5
KAZALO GRAFOV	5
POVZETEK	6
ZAHVALA	7
1 UVOD	8
2 CILJI IN HIPOTEZE	9
2.1 Cilji	9
2.2 Hipoteze	9
3 TEORETIČNI DEL	10
3.1 Priljubljenost	10
3.2 Prijatelji	10
3.2.1 Tradicionalno prijateljstvo	10
3.2.2 Prijateljstvo na spletu	11
3.3 Igra identitet	12
3.4 Komunikacija	13
3.5 Socialna omrežja	14
3.5.1 Facebook	15
3.5.2 Instagram	16
3.5.3 Snapchat	16
3.5.4 YouTube	17
3.6 Nikoli sam?	17
3.7 Multitasking	18
3.8 Samopodoba	19
4 METODOLOGIJA DELA	20
4.1 Opis vzorca	20
4.2 Opis instrumenta	20
4.3 Postopek zbiranja podatkov	20
4.4 Postopek statistične obdelave	21
5 REZULTATI IN ANALIZA	23
5.1 Pojasnilo oznak	23
5.2 Sociometrična tehnika (Priloga 1)	23
5.3 Sposobnost ocenjevanja svoje priljubljenosti	24
5.4 Število prijateljev na Facebook-u	26

5.5	Pomembnost prijateljev.....	27
5.6	Pomembnost Facebook prijateljev	28
5.7	Pomembnost lajkov.....	29
5.8	Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev	30
5.9	Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev vrstnikom.....	31
5.10	Dejavnost na virtualnih omrežjih.....	32
5.11	Čas, preživet na socialnih omrežjih (dnevno).....	33
5.12	Besedilna sporočila in klic	34
6	INTERPRETACIJA	35
6.1	Interpretacija 1. hipoteze.....	35
6.2	Interpretacija 2. Hipoteze	36
6.3	Interpretacija 3. Hipoteze	37
6.4	Interpretacija 4. hipoteze.....	37
6.5	Interpretacija pomena socialnih omrežji pri mladostnikih	38
7	SKLEPI.....	39
7.1	Povzetek naloge	39
7.2	Kritika naloge.....	39
7.3	Uporabna vrednost	40
7.4	Nova vprašanja.....	41
8	DRUŽBENA ODGOVORNOST	42
9	VIRI.....	43
10	PRILOGE.....	45
10.1	Priloga 1: Tabele sociometrične tehnike	45
10.2	Priloga 2: Vprašalnik	47

KAZALO TABEL

Tabela 1: Ocena priljubljenosti	24
Tabela 2: Precenjevanje in podcenjevanje pri napačnih ocenah.....	25
Tabela 3: Število prijateljev na Facebook-u pri dijakih z višjim sociometričnim statusom	26
Tabela 4: Število prijateljev na Facebook-u pri dijakih z nižjim sociometričnim statusom.....	26
Tabela 5: Pomembnost prijateljev	27
Tabela 6: Pomembnost Facebook prijateljev	28
Tabela 7: Pomembnost lajkov.....	29
Tabela 8: Pomen lajkov in Facebook prijateljev.....	30
Tabela 9: Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev vrstnikom	31
Tabela 10: Dejavnost na virtualnih omrežjih	32
Tabela 11: Besedilna sporočila in klicanje.....	34
Tabela 12: Sociometrična tehnika - razred 1	45
Tabela 13: Sociometrična tehnika - razred 2	46
Tabela 14: Sociometrična tehnika - razred 3	46

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev	30
Graf 2: Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev vrstnikom	31

POVZETEK

Namen moje raziskovalne naloge je bil ugotoviti razlike, do katerih prihaja med resničnim življenjem in življenjem na spletu, predvsem na področju priljubljenosti. Ugotovila sem, da priljubljenost v razredu ni povezana s priljubljenostjo na spletu, tako da dijaki, ki so v razredu bolj priljubljeni, v povprečju preživijo več časa na socialnih omrežjih kot tisti, ki so manj.

Potrdila sem, da so pri nas resnični odnosi še vedno bolj pomembni od tistih, ki nastanejo preko spleta, ter da med dijaki II. gimnazije Maribor velja za nezaželeno, da se socialnim omrežjem pripisuje prevelik pomen.

Prav tako je moja raziskava pokazala, da dijaki raje pišejo sporočila kot kličejo, saj jim takšen način komunikacije omogoča večji nadzor nad njenim potekom.

ZAHVALA

Zahvaljujem se vsem, ki so mi pomagali pri nastajanju raziskovalne naloge.

Posebna zahvala gre mentorici, ki me je usmerjala pri delu.

Hvala dijakom II. gimnazije Maribor, ki so izpolnili vprašalnik in mi omogočili izvedbo raziskave.

Zahvala gre seveda tudi moji družini in prijateljem, ki so prispevali ideje ter me pri delu spodbujali.

1 UVOD

V današnjem času imamo ljudje vedno manj osebnih stikov in se o vsem dogovarjamo in urejamo preko telekomunikacijskih omrežij, tako brezžične radiotelefonije (telefon) kot tudi interneta. Vedno večja uporaba takšnih načinov komunikacije ima veliko posledic na naše življenje, olajšuje nam hiter dostop do vsega, kar potrebujemo, že skoraj kjerkoli na svetu, daje nam občutek večje produktivnosti in povezanosti z ostalimi. Tukaj se začnejo pojavljati vprašanja o tem, ali so tako zgrajeni odnosi res pristni ali ne.

Velikokrat zasledimo, da so profili na socialnih omrežjih prirejani, če ne popolnoma izmišljeni, do česar prihaja zaradi možnosti izbiranja. Med slikami izberemo tisto, ki se nam zdi najboljša, o sebi lahko povemo samo tisto, kar želimo, da drugi izvejo, to pa so v večini pozitivni in družbeno zaželeni podatki. Posledično ustvarimo neki drugi jaz, ki "živi" neko popolnoma drugo življenje.

Ravno zaradi novonastalega jaza na socialnih omrežjih sem se odločila za izdelavo raziskovalne naloge, v kateri me predvsem zanima, kako velike so razlike, ki nastanejo med enim in drugim svetom, predvsem na področju priljubljenosti.

Za področje priljubljenosti sem se odločila, saj predstavlja velik del naše samopodobe, ki pa vpliva na naše življenje na vseh področjih.

2 CILJI IN HIPOTEZE

2.1 Cilji

Cilji moje raziskovalne naloge so ugotoviti:

- kakšna je povezava med priljubljenostjo na spletu in v krogu vrstnikov (razred),
- kakšna je povezava med priljubljenostjo in preživljanjem časa v virtualnem svetu,
- kakšne so predstave dijakov o svoji priljubljenosti med vrstniki,
- kakšen način prenašanja sporočil je med dijaki bolj priljubljen,
- pomen socialnih omrežji v življenju mladostnikov.

2.2 Hipoteze

1. Večina dijakov, ki so med bolj priljubljeni v razredu, torej z višjim indeksom priljubljenosti po sociometrični tehniki, so tudi med bolj priljubljenimi na socialnih omrežjih (imajo več prijateljev na Facebook-u).
2. Dijaki, z nižjim indeksom priljubljenosti po sociometrični tehniki, v povprečju preživijo več časa na socialnih omrežjih kot tisti z višjim.
3. Večina dijakov ocenjuje svojo priljubljenost v razredu enako ali zelo podobno, kot jo prikazuje indeks priljubljenosti po sociometrični tehniki.
4. Večina dijakov raje napiše sporočilo kot pokliče.

3 TEORETIČNI DEL

3.1 Priljubljenost

Priljubljenost je v slovarju slovenskega knjižnega jezika definirana kot lastnost priljubljenega, ta pa kot nekdo, ki ga ima rado razmeroma veliko ljudi (SSKJ, str. 149).

Tako iz definicije sledi, da so bolj priljubljeni tisti, ki jih ima rado večje število ljudi. Tukaj ne gre samo za to, da imajo posamezniki priljubljenega radi, temveč tudi, da mu sledijo, mu želijo biti bolj podobni in videni v njegovi družbi. Potrebna ni čustvena navezanost, dovolj je, da nam je všeč ena od lastnosti, ki bi jo želeli imeti sami, prav zato so zvezdniki priljubljeni, saj si mnogo ljudi želi njihove slave.

V današnjem času vedno večjo vlogo v merjenju priljubljenosti dobivajo socialna omrežja, kjer je najbolj pomembno število sledilcev ali prijateljev, lajkov¹ in komentarjev.

3.2 Prijatelji

3.2.1 Tradicionalno prijateljstvo

Prijatelji so ena najpomembnejših skupin v našem življenju in nas spremljajo vse življenje, od otroštva pa do starosti. To je skupina, ki si jo lahko izbiramo sami, česar za družino ne moremo reči. Vsak posameznik ima svoje predstave o tem, kaj za njih pomeni prijateljstvo in ravno te vplivajo na različne kriterija izbire prijateljev (Cavnik, 2011).

Subjektivnost tega koncepta vodi v to, da se znanstveniki še zmeraj niso poenotili v definiciji prijateljstva, zato najdemo pri različnih avtorjih različne definicije.

»Prijateljstvo je odnos, ki nastane zato, ker se imajo osebe, vpletene vanj, rade, ne zato, ker skupaj nekaj počnejo« (Ule, 2009, str. 338).

¹ Izraz prihaja iz Facebooka in drugih forumov, pomeni da ti je nekaj všeč in to označiš z klikom na določen gumb. To dejanje vidijo tudi drugi. Uporablja se tudi izraz všečkati.

»Prijateljstva so jedro našega življenja« (Fehr, 1996, v Cavnik, 2011, str. 9).

»Prijatelji so ljudje, ki spontano iščejo družbo drug drugega; natančneje, iščejo bližino v odsotnosti močnih družbenih pritiskov, ki jim to narekujejo« (Hartup, 1975, v Cavnik, 2011, str. 9).

Prijateljstvo zaseda osrednje mesto v osebostnem razvoju v času adolescence. Prijatelji nam ne nudijo le čustvene podpore, temveč so tudi vir statusa in med njimi se razvijejo vzajemni odnosi ter zaupanje. Mladostniki tako oblikujejo svojo identiteto pod vplivom socialnega okolja, ki vpliva na konflikte s starši in z učitelji, na pogoste pritiske odločitev o prihodnosti in na seksualno dozorevanje. Prijatelji so v tem času tisti, ki doživljajo enake probleme, in nam zato lažje nudijo podporo in nasvete kot odrasli. Vrstniške skupine (ne samo prijatelji) so tudi učno okolje za vpeljevanje v širši socialni svet. Zaradi tako velikega vpliva prijateljev pri oblikovanju identitete je nastal rek: Povej mi, s kom se družiš, in povem ti, kdo si (Ule, 2008).

3.2.2 Prijateljstvo na spletu

Spletna prijateljstva se ustvarjajo na socialnih družbenih omrežjih, ki nam tako omogočajo, da se povežemo z ljudmi zunaj kroga bližnjih prijateljev in družine. Stike lahko navezujemo tudi z ljudmi, ki jih še nikdar nismo spoznali ali pa jih sploh ne bomo. Iz tega lahko sklepamo, da prijatelji na spletnih omrežjih nimajo istega pomena kot v tradicionalnih odnosih, saj ima posameznik v le teh praviloma do 20 prijateljev, medtem ko je to število na spletnih omrežjih krepko preseženo (Cavnik, 2011).

Splet nam zaradi anonimnosti in nadzora, ki nam ga nudi, omogoča, da poizkušamo različne identitete brez resnejših posledic, ki pa so prisotne v resničnem svetu. Na družbenih omrežjih posledično predstavljamo različne jaze, ki jih večinoma oblikujemo takšne, kakršni bi želeli biti tudi v resničnem življenju. Mnogokrat tisto, kar se je na spletu izkazalo za pozitivno, nato po svojih najboljših močeh prenašamo v svet izven spleta (Turkle, 2012).

Kot že rečeno, igro identitet nam omogočata anonimnost in nadzor na dogajanjem na spletu. Nadzor izhaja iz dejstva, da imamo vedno čas. Med pisanjem odgovora lahko počasi urejamo

svoje misli, jih oblikujemo in popravljamo. Sami se odločimo, kako želimo, da nas druga oseba vidi, kaj ji bomo povedali, saj ni nevarnosti, da bi nezavedno razkrili preveč s tonom ali telesno govorico, tako kot v »face to face« interakcijah. Zaradi strahu pred intimnostjo se vedno več ljudi izmika tudi telefonskim pogovorom, ki jim ne dopuščajo časa za razmislek in ne skrijejo čustvenega prizvoka v glasu. Iz spletnih omrežji se lahko tudi preprosto odjavimo, ko se ne želimo več pogovarjati, ali pa osebo, ki nam povzroča neugodje, blokiramo (Turkle, 2012).

Anonimnost pride do izraza na družbenih omrežjih, kjer v večini primerov nimamo resničnih znancev. Ljudem, ki nas še niso spoznali, in nas verjetno tudi ne bodo, se lahko predstavljamo čisto drugače, kot smo v resnici (Turkle, 2012). Anonimnost nas spodbuja k bolj odprtim razpravam o nas, skozi oblikovanje profilov ali blogov pa lahko odkrivamo tudi veliko novega o samih sebi, o naših strahovih in željah (Ule, 2008).

V nasprotju s tem pa nas konstantno opozarjajo, da vsako dejanje na spletu pušča sledi. Vse, kar objavimo, je za večno. Brez naše vednosti lahko drugi shranijo, kopirajo in celo preuredijo naše objave. Kot pravi Turkle (2012), je beseda »izbrisati« na spletu bolj metaforična, saj so podatki le umaknjeni iz nam vidnega.

3.3 Igra identitet

»V današnjem času se steka več zgodovinskih tokov, ki [...] ustvarjajo rastočo spiralo zavzetosti s seboj – občutek sebe kot igralca pod nenehnim budnim očesom prijateljev in tujcev« (Lasch, 2012, str. 114).

Mnogokrat zasledimo objave (predvsem slike) na socialnih omrežjih, ki bi naj kazale, da nam je vseeno, da niso bile do potankosti načrtovane, a nihče več ne verjame temu mitu. Po cele dneve smo na spletu in urejamo svoje profile, tako da bi bili vseč čim večim, medtem ko poskušamo dajati vtis, da se sploh ne trudimo, da smo pač takšni (Turkle, 2012).

Postajamo pogumnejši, lepši, pametnejši in na vse načine boljši. Iščemo ravnovesje, ki bo ljudem najbolj všeč in ga lahko prenesemo v realno življenje. Z takšnim eksperimentiranjem oblikujemo svojo osebnost, kar pa je v času adolescence najbolj izrazito.

Turkle (2012) nam predstavi pojem »life mix«, ki ga je uporabil eden od njegovih intervjuvancev. Pravi, da je to mešanica tistega, kar imaš »online« in »offline«, torej na spletu in v realnosti, in tako pride do zaključka, da smo se premaknili iz multitaskinga v »multilifing«.

Ule (2008) pravi, da so se socialna omrežja že tako zasidrala v življenje mladih, da naj ne bi bilo več mogoče ločiti življenja na »online« in »offline«. Mladino, ki je z računalniki odraščala imenuje net-generacij ter pravi, da ta informacijsko-komunikacijske tehnologije ne uporablja temveč z njo živi.

Vsa socialna omrežja pa nam ne ponujajo okolja brez posledic. Ko nam na nekem omrežju sledi veliko resničnih znancev, si ne moremo več privoščiti takšnega eksperimentiranja. V tem primeru začne naše obnašanje na spletu vplivati na to, kako nas sprejemajo ljudje v resničnem življenju (Turkle, 2012).

3.4 Komunikacija

»Komuniciranje je človeški akt, s katerim skušamo osmisliti zunanji svet, in ta smisel deliti z drugimi« (Trenholm, Jensen, 2000, v Ule, 2009, str. 16).

»Med neposrednim komuniciranjem in komuniciranjem z uporabo informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT) obstajajo razlike v štirih temeljnih razsežnostih. Pri komuniciranju z uporabo IKT je namreč: a) mogoča večja anonimnost, b) zmanjšan je pomen telesnega/fizičnega videza; c) povečan je nadzor nad časom, krajem in hitrostjo komuniciranja ter d) mogoče je lažje določiti »sebi enake«/vzpostaviti stike z njimi« (Amichai-Hamburger in Barak, v Lavrič idr., 2011, str. 281).

Komunikacija »face to face« je hkrati verbalna in neverbalna. Verbalni govor bolje prenaša sporočila o zunanjem svetu, medtem ko neverbalna sporočila služijo pri sporočanju občutij, čustev in medosebnih razmerij (Ule, 2009).

Zaupanje v verbalna in neverbalna sporočila se spreminja glede na trenutek. Neverbalnim sporočilom zaupamo najbolj takrat, ko ta nasprotujejo verbalnim seveda, če smo nanje pozorni, če pa so le ta v skladu z njimi, pa povečajo pomen verbalnih sporočil (Ule, 2009).

S komunikacijo na socialnih omrežjih, kot tudi z sms-i, uporabljamo samo verbalni kanal komunikacije. Posledično ne moremo vedeti, kako se sogovornik počuti, če je morda sarkastičen in kako resnične so njegove izjave, saj ne vidimo ali se telesna govorica sklada z izrečenim ali ne.

Kot pravi Turkle (2012), tukaj največji problem predstavljajo opravičila. Napisati oprusti ni noben problem, da pa stopiš do človeka, ki si ga oškodoval, pa je potrebno že več. V sporočilu prejemnik tudi ne more biti prepričani, ali je bilo opravičilo iskreno ali le iz vljudnosti, kar pa s pomočjo neverbalne komunikacije, v »face to face« interakcijah dosti lažje ugotovi, saj lahko na obrazu sogovornika opazi čustvene poteze, ki so ob iskrenih opravičilih prisotne.

»Digitalni svet ljudi prevara, da se ne naučijo brati telesne govorice in odtenkov čustev« (Turkle, 2012).

Ker je komunikacija bistven element vsake kulture, nosijo ti novi načini komuniciranja s seboj tudi kulturne spremembe (Oblak in Petrič, 2005).

Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije, po študijah v Mladini 2010, ne izpodriva »face to face« komunikacije, temveč je z njo predvsem pozitivno povezana, saj se mladi, ki več uporabljajo medije, tudi več osebno družijo (Lavrič idr., 2011).

3.5 Socialna omrežja

Socialna omrežja so prostor, kjer se v današnjem času odvija vedno večji del našega življenja. Na njih sklepamo prijateljstva, ki imajo sicer drugačen pomen kot v tradicionalnih odnosih.

Preko dogajanja na spletu in načina, kako nas obravnavajo njegovi drugi uporabniki, iščemo potrditev, ki sooblikuje našo osebnost. Splet z mnenji drugih in tem, kar najdemo na njem, močno vpliva na našo samopodobo, katere eden od močnejših faktorjev je ravno tisti, kako nas sprejemajo drugi, torej priljubljenost. Ta se na različnih socialnih omrežjih meri po drugačnih kriterijih, ki jim tako skušamo zadostiti.

Zato bom predstavila nekaj teh omrežij, ki so pri nas med mladostniki najbolj priljubljena in načine merjenja priljubljenosti na le teh.

3.5.1 Facebook

Facebook je definiran kot spletna stran za socialno mreženje, ki nam olajšuje stike in deljenje podatkov z družino in prijatelji. Stran je ustvaril Mark Zuckerberg leta 2004, leta 2006 pa je postal dostopen vsem starejšim od 13 let po svetu (GCF Learnfree, 2016).

Facebook ima okoli 1,100,000,000 mesečnih obiskovalcev, kar ga uvršča na sam vrh socialnih omrežij (eBizMBA, 2016).

Profil lahko uredimo tako, da je viden vsem ali pa le našim prijateljem. Ti lahko potem komentirajo in lajkajo naše slike ter objave, z njimi se lahko pogovarjamo po zasebnih pogovorih in nam lahko objavijo, kaj želijo na naš zid².

3.5.1.1 Merjenje priljubljenosti

Priljubljenost se na Facebook-u meri s številom prijateljev, lajkov in komentarjev. Ni pomembno, koliko ljudi, ki so naši prijatelji na Facebook-u, resnično poznamo, niti to ali smo jim simpatični ali ne. Tudi če so komentarji negativni, bomo z njihovo pomočjo delovali bolj zaželeni, saj bo število komentarjev pod objavami večje. Pri ocenjevanju priljubljenosti pa večinoma pogledamo samo na število in komentarjev ne beremo.

² Zid je del profila, kjer so navedene vse uporabnikove aktivnosti, ki hkrati prikazujejo njegove interese drugim (Cavnik, 2011).

3.5.2 Instagram

Instagram je socialno omrežje, kjer s serijami slik delimo naše življenje z drugimi. Naše slike so v osnovi vidne vsem uporabnikom socialnega omrežja, lahko pa naredimo svoj profil privaten in tako ogled omogočimo le sledilcem, ki smo jih potrdili (Instagram, 2016).

Instagram ima približno 100,000,000 mesečnih obiskovalcev, s čimer se uvršča na 7. mesto popularnosti socialnih omrežji na lestvici eBizMBA (2016).

3.5.2.1 Merjenje priljubljenosti

Glavni merilec priljubljenosti na Instagramu so sledilci. To so tisti, ki spremljajo slike, ki jih objavimo. Ob ogledu profila najprej vidimo, koliko sledilcev ima nekdo in kolikim sledi. Na podlagi tega si ustvarjamo mnenje ali je priljubljen ali ne. Drugi merilec, ki pa ima malo manjši vpliv in je v tesni povezavi s sledilci, pa je število lajkov.

3.5.3 Snapchat

Snapchat je aplikacija za sporočanje s pomočjo slik in videov. Komunikacija poteka predvsem prek slik, ob katere lahko pripišemo krajše sporočilce. Posebnost aplikacije je, da se vse slike in videi izbrišejo po nekaj sekundah, ko si jih prejemnik ogleda. Po podatkih iz maja 2014 so uporabniki poslali po 700 milijonov snapov³ na dan (Betters, 2015).

3.5.3.1 Merjenje priljubljenosti

Merjenje priljubljenosti na Snapchatu je najtežje, saj o osebi ne moremo videti ničesar razen tega, koliko snapov je oseba poslala. Druga stvar, ki jo še lahko vidimo, je, v kakšnem »odnosu« je z nami. Če je ob imenu srček, to pomeni, da si z tisto osebo pošljemo največ in prav tako ona z nami, s čimer pa ne moremo oceniti priljubljenosti.

³ Snap je slika, ki ji ni bilo namenjeno veliko časa, po navadi slučajno ujet trenutek.

Tako se priljubljenost meri bolj na podlagi števila poslanih snapov in obsegu slik ter posnetkov na »MyStory⁴«.

3.5.4 YouTube

YouTube je spletna stran za izmenjavo videoposnetkov s svetom. Za ogled posnetkov registracija na strani ni potrebna, za vse druge dejavnosti, kot so sledenje kanalom, komentiranje ter ocenjevanje posnetkov in za nalaganje svojih posnetkov, pa se mora uporabnik registrirati (Stickland, 2007).

YouTube ima več kot bilijona uporabnikov in na dan zabeležijo več bilijonov ogledov videoposnetkov (YouTube, 2016).

3.5.4.1 Merjenje priljubljenosti

Priljubljenost na YouTubu se meri s številom naročnikov na določen kanal. Tu gre za priljubljenost osebe, kar je drugačnost tega socialnega omrežja od ostalih, saj lahko ima nekdo, ki je drugače brez sledilcev, enega najbolj priljubljenih videov. Priljubljenost videov se meri s številom ogledov in komentarjev ter z oceno, ki jo posnetek dobi na podlagi mnenj gledalcev.

3.6 Nikoli sam?

»In našli smo način, kako preživeti več časa s prijatelji in družino, v katerem jim namenimo komaj kaj pozornosti« (Turkle, 2012, str. 164).

Na spletu lahko zmerom najdemo koga, ki se bo pogovarjal z nami, nam namenil en del pozornosti. Tako se na socialna omrežja obrnemo, ko se počutimo osamljene, a tako se še dodatno izoliramo od resničnih ljudi. Tako se ujamemo v začaran krog osamljenosti, iz katerega začasno navidezno pobegnemo na splet, ponovno se počutimo povezane in zaželeno.

⁴ MyStory je način deljenja na Snapchatu, s katerim omogočimo vsem prijateljem, ki smo jih sprejeli na tem socialnem omrežju, da si lahko ogledajo objavljeno vsebino za 24 ur.

Tako ta povezanost postane zasvojenost, saj naš živčni sistem ob prejetju sporočila sprosti dopamin (Turkle, 2012).

Medtem ko se hvalimo s številom prijateljev na socialnih omrežjih, pa večina pravi, da se za nasvet lahko obrnejo le še na družino (Turkle, 2012).

Na vedno zgodnejšo uporabo telefonov in drugih komunikacijskih sredstev vplivajo starši, ki jih podpirajo zaradi lažjega nadzora nad svojimi otroki. Z uporabo mobilne telefonije, jih lahko imajo ves čas »na očeh« (Ule, 2008).

V času adolescence bi se naj mladi osamosvojili od svojih staršev, zdaj pa nam tehnologija omogoča, da jih »jemljemo« s seboj, saj so le klik oddaljeni od nas. Ne glede na to, kje se nahajamo, jih lahko vprašamo za nasvet ali prosimo za pomoč. Na ta način se podaljšuje čas odraščanja (Turkle, 2012).

Šole so v tem smislu v težavnem položaju, saj od svojih učencev zahtevajo, da telefone umaknejo in jih ne uporabljajo. Na ta način dobivajo učenci mešane signale, saj ko so telefon dobili od staršev, je bil to znak, da jih imajo radi in jim ni vseeno, šola pa jim želi to odvzeti in na ta način pošilja negativno sporočilo (Turkle, 2012).

3.7 Multitasking

Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije nam omogoča, da počnemo več stvari hkrati. Pogovarjamo se lahko z velikim številom ljudi, gledamo slike, beremo ali dokončujemo naloge (šolske ali službene). Znano je, da multitasking zmanjšuje kvaliteto storjenega, saj se naša pozornost porazdeli med dejavnostmi, ki jih opravljamo (Turkle, 2012).

Turkle (2012) poroča o tem, da večina njegovih intervjuvancev pogreša čas, ko so se lahko z nekom pogovarjali in so imeli njihovo celotno pozornost. To želijo doseči s telefonskimi klici, ki pa so tudi vedno manj pogosti, saj imamo vedno občutek, da bomo koga zmotili. Zato namesto klica raje napišemo sporočilo, za katerega vemo, da ga bo druga oseba dobila takoj in

nam bo odgovorila v trenutku, ko bo lahko, ne glede na to ali bo to med poukom, sestankom, vožnjo ali počitkom (Turkle, 2016).

»Sporočila pošiljamo med družinskimi večerjami, tekom, vožnjo, potiskanjem otrok na gugalnici. Drugih ne želimo motiti (s klicem), tako namesto tega druge konstantno motimo, vendar ne v »resničnem času (s sporočili)« (Turkle, 2012, str. 280).

3.8 Samopodoba

Samopodoba je celota predstav, stališč in sodb o samem sebi oziroma doživljanje samega sebe. Ta je sestavljena iz različnih področji in sicer: šolske, telesne, socialne in čustvene. Tako vidimo, da samopodoba zajema vsa področja našega življenja ter posledično tudi vpliva nanje.

Bolj ali manj se vsi trudimo ohraniti pozitivno samopodobo, nekateri pa se zatečejo v varanje samega sebe in si tako z obrambnimi mehanizmi umetno dvigujejo svojo vrednost. To poznamo kot precenjevanje. Možno je tudi, da se podcenjujemo, torej se ocenjujemo dosti bolj kritično kot bi se naj (Kompore idr., 2014).

4 METODOLOGIJA DELA

4.1 Opis vzorca

Vprašalnik so izpolnjevali trije razredi 2. letnika gimnazijskega programa na II. gimnaziji Maribor v šolskem letu 2015/2016. Vprašalnik je izpolnilo 80 dijakov, od tega 47 deklet in 33 fantov.

4.2 Opis instrumenta

Za raziskovanje sem uporabila vprašalnik in sociometrično preizkušnjo (priloga 2).

Vprašalnik sem pripravila sama. Sestavljajo ga štiri vprašanja zaprtega tipa z ocenjevalno lestvico od 1 do 5 (kjer pomeni 1 malo in 5 zelo), tri naloge izbirnega tipa ter eno vprašanje odprtega tipa. Ta vprašanja se nanašajo na socialna omrežja.

Sociometrično preizkušnjo sem naredila po navodilih dr. Tanje Kajtna, univ. dipl. psih.. S sociometrično preizkušnjo izmerimo položaj posameznika v neki skupini, torej ali je nekdo bolj priljubljen ali izločen iz družbe (Kajtna, 2009).

4.3 Postopek zbiranja podatkov

Podatke sem zbirala v času pouka med 12. in 15. januarjem 2016. Vprašalnik sem razdelila vsakemu razredu posebej. Dijakom sem najprej razložila kaj je namen moje raziskovalne naloge in da njihova imena ne bodo nikjer uporabljena saj jih bom že v nadaljnji obdelavi zamenjala s številkami.

4.4 Postopek statistične obdelave

Sociometrični status posameznikov sem izračunala po formuli:

$$SS_n = 1 + \frac{\sum \text{izbir} - M_{\text{izbir}}}{N-1}$$

SS_n – sociometrični status posameznika

M_{izbir} – aritmetična sredina izbir, ki jih je imel posameznik na voljo

N – numerus (število enot v vzorcu)

Dobljene podatke sem nato ovrednotila po kriteriju (za skupine med 20 in 30 posameznikov):

$SS < 0.90$ – nizek socialni status

$0.90 \leq SS \leq 1.19$ – srednji sociometrični status

$1.19 < SS$ – visoki sociometrični status

Samokritičnost posameznikov, ki sem jo dobila s pomočjo vprašanja »Kaj misliš, koliko ljudi bo izbralo tebe?«, sem ovrednotila za pravilno, kadar je dijakova ocena bila popolnoma pravilna ali za 1 večja oz. manjša. Nato sem določila najpogostejši odgovor, torej modus (M_o).

Vprašanja C, D, E, in F sem statistično obdelala tako, da sem dobila aritmetično sredino za vsak odgovor.

Pri vprašanjih G in I sem iskala modus.

Vprašanje B sem obdelala v povezavi s sociometričnimi statusi tako, da sem poiskala aritmetično sredino pri vprašanju B in vse, kar je bilo nad dobljeno vrednostjo štela kot znak

priljubljenosti na spletu. Kot bolj priljubljene v razredu sem štela tiste, ki so imeli sociometrični status 1 ali več.

Vprašanje H sem obdelala v povezavi sociometričnim statusom. Izračunala sem aritmetično sredino časa, ki ga na socialnih omrežjih preživijo tisti z nižjim sociometričnim statusom, kot ena in to primerjala z aritmetično sredino tistih z ena ali več.

Računala sem tudi odstotne frekvence odgovorov.

Formula za aritmetično sredino (M): $M = \frac{\sum x}{N}$

$\sum x$ – vsota vseh rezultatov

N – numerus

Formula za odstotne frekvence (f%): $f\% = \frac{f}{N} \times 100$

f – absolutna frekvenca odgovora

N - numerus

5 REZULTATI IN ANALIZA

5.1 Pojasnilo oznak

M – aritmetična sredina

Mo – modus (odgovor, ki se pojavi največkrat)

f – absolutna frekvenca

f% – odstotne frekvence

SSn – sociometrični status

5.2 Sociometrična tehnika (Priloga 1)

Dijake sem na podlagi sociometričnih statusov razdelila v dve skupini in sicer med bolj ali manj priljubljene. Za bolj priljubljene sem štela tiste, ki imajo sociometrični status 1 ali več, kar pomeni, da jih je izbralo vsaj isto število ljudi, kot je bilo možnosti za izbiro (3). Vsi z nižjim statusom so bili tako uvrščeni med manj priljubljene.

Noben od dijakov ni po standardnem kriteriju spadal v skupino z visokim sociometričnim statusom ($SSn > 1,19$).

5.3 Sposobnost ocenjevanja svoje priljubljenosti

Tabela 1: Ocena priljubljenosti

	Odgovor	f	f %
Skupaj	Pravilno	59	73,75
	Nepravilno	21	26,25
	Skupaj	80	100,00
Moški	Pravilno	19	57,58
	Nepravilno	14	42,42
	Skupaj	33	100,00
Ženske	Pravilno	40	85,11
	Nepravilno	7	14,89
	Skupaj	47	100,00

M_{o1} = pravilno

Točni podatki v prilogi 1.

Skoraj tri četrtine dijakov svojo priljubljenost ocenjuje pravilno, kar pomeni, da so na vprašanje : »Kaj misliš, koliko ljudi bo izbralo tebe?«, odgovorili popolnoma pravilno ali z napako ena več oziroma manj. Dekleta svojo priljubljenost v povprečju ocenjujejo pravilneje.

Tabela 2: Precenjevanje in podcenjevanje pri napačnih ocenah

	Ocena	f	f %
Skupaj	Precenjevanje	7	33,33
	Podcenjevanje	6	28,57
	Ne vem	8	38,10
	Skupaj	21	100,00
Moški	Precenjevanje	6	42,85
	Podcenjevanje	2	14,30
	Ne vem	6	42,85
	Skupaj	14	100,00
Ženske	Precenjevanje	1	14,29
	Podcenjevanje	4	57,14
	Ne vem	2	28,57
	Skupaj	7	100,00

Med napačnimi ocenami je največ tistih, kjer se dijaki niso mogli odločiti in so tako odgovor pusti prazen ali napisali: Ne vem.

Med fanti je več takšnih, ko se precenjujejo, dekleta pa se v večini podcenjujejo.

5.4 Število prijateljev na Facebook-u

$M_{FbP} = 488$ Facebook prijateljev

Tabela 3: Število prijateljev na Facebook-u pri dijakih z višjim sociometričnim statusom

Število prijateljev na Facebook-u (x)	$SSn \geq 1$	f %
Več kot 488	21	42,86
Manj kot 488	28	57,14
Skupaj	49	100,00

Nekoliko več kot polovica dijakov, ki so v razredu med bolj priljubljenimi ($SSn \geq 1$), ima na socialnem omrežju Facebook manj prijateljev od M_{FbP} .

Tabela 4: Število prijateljev na Facebook-u pri dijakih z nižjim sociometričnim statusom

Število prijateljev na Facebook-u	$SSn < 1$	f %
Več kot 488	8	25,81
Manj kot 488	23	74,19
Skupaj	31	100,00

Skoraj tri četrtine dijakov, ki so med manj priljubljenimi v razredu ($SSn < 1$), ima tudi na socialnem omrežju Facebook manj prijateljev od M_{FbP} .

Procent dijakov, ki imajo več kot 488 prijateljev, je pri tistih z višjim sociometričnim statusom večji kot pri tistih z nižjim.

5.5 Pomembnost prijateljev

Tabela 5: Pomembnost prijateljev

Kako pomembni se ti zdijo prijatelji (<u>ne</u> na Facebook-u)?		
Ocena na lestvici	f	f %
1	4	5,00
2	3	3,75
3	4	5,00
4	16	20,00
5	53	66,25
Skupaj	80	100,00

$$M_p = 4.39$$

Kar več kot tri četrtine dijakov meni, da so prijatelji precej pomembni (ocena 4 ali 5). Le 7 dijakov ocenjuje njihovo pomembnost podpovprečno (z oceno manj kot 3).

5.6 Pomembnost Facebook prijateljev

Tabela 6: Pomembnost Facebook prijateljev

Kako pomembno ti je število FB prijateljev?		
Ocena na lestvici	f	f %
1	52	65,00
2	26	32,50
3	1	1,25
4	0	0,00
5	1	1,25
Skupaj	80	100,00

$$M_{FP} = 1.40$$

Največ dijakov je izbralo oceno 1, kar pomeni, da jim ti prijatelji ne pomenijo nič oziroma zelo malo, le eden je ocenil pomembnost kot nadpovprečno (nad oceno 3).

Razlika med pomembnostjo prijateljev in Facebook prijateljev (M_P in M_{FP}) je velika in sicer skoraj za 3.

5.7 Pomembnost lajkov

Tabela 7: Pomembnost lajkov

Kako pomembno ti je število lajkov?		
Ocena na lestvici	f	f %
1	39	48,75
2	24	30,00
3	13	16,25
4	3	3,75
5	1	1,25
Skupaj	80	100,00

$$M_L = 2.06$$

Pomembnost lajkov največ dijakov ocenjuje z oceno manj kot 3, štirje pa z več kot 3.

5.8 Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev

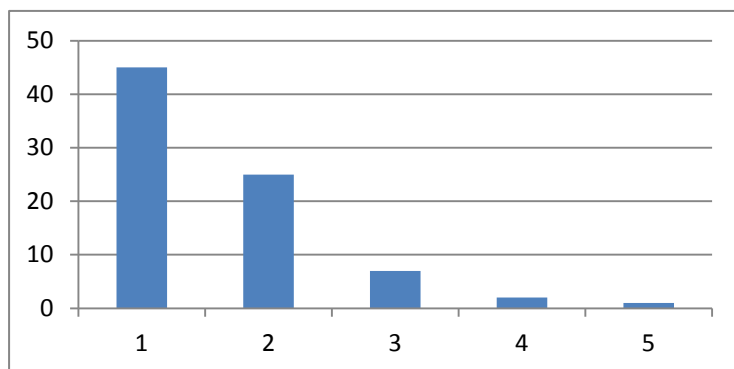
Tabela 8: Pomen lajkov in Facebook prijateljev

Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev		
Ocena na lestvici	f	f %
1	45	56,25
2	25	31,25
3	7	8,75
4	2	2,50
5	1	1,25
Skupaj	80	100,00

$$M_{FPL} = 1,61$$

Če združimo podatke o pomembnosti lajkov in Facebook prijateljev, torej vzamemo povprečno število dijakov, ki so izbrali določen odgovor, podatki še vedno nakazujejo, da je pomen le teh majhen.

Graf 1: Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev



5.9 Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev vrstnikom

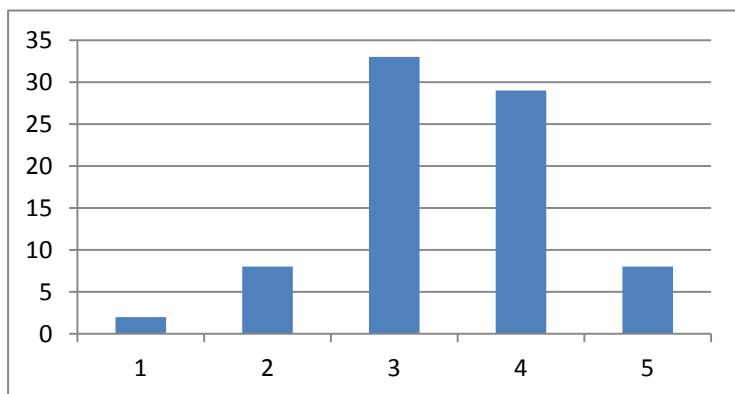
Tabela 9: Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev vrstnikom

Kako pomembno misliš, da je število FB prijateljev in lajkov tvojim vrstnikom?		
Ocena na lestvici	f	f %
1	2	2,50
2	8	10,00
3	33	41,25
4	29	36,25
5	8	10,00
Skupaj	80	100,00

$$M_{\text{vrstnikom}} = 3.41$$

Največ dijakov je pomembnost lajkov in Facebook prijateljev pri vrstnikih ocenilo s 3 in 4. Osem dijakov z oceno 5 in deset dijakov jo je ocenilo z manj kot 3.

Graf 2: Pomembnost lajkov in Facebook prijateljev vrstnikom



Iz grafov (1 in 2) je razvidno, da so si rezultati med ocenjevanjem sebe in drugih precej nasprotujoči. Razlika med aritmetičnima sredinama ($M_{\text{vrstnikom}}$ in M_{FPL}) je 1,80.

5.10 Dejavnost na virtualnih omrežjih

Tabela 10: Dejavnost na virtualnih omrežjih

Zdi se mi, da moja dejavnost na virtualnih omrežjih:		
Odgovor	f	f %
Zelo nadomešča moje resnično življenje	1	1,25
Nekoliko nadomešča	3	3,75
Ne nadomešča, pač pa dopolnjuje	47	58,75
Ni tako intenzivna, da bi vplivala	29	36,25
Nisem na socialnih omrežjih	0	0,00
Skupaj	80	100,00

M_{O_2} = Ne nadomešča, pač pa dopolnjuje

Vsi dijaki uporabljajo socialna omrežja. Več kot polovica jih trdi, da ta dejavnost njihovo resnično življenje dopolnjuje, devetindvajset jih meni, da na njihovo resnično življenje ne vpliva, štiri dijaki pa, da njihova dejavno na socialnih omrežjih močneje vpliva na njihovo resnično življenje.

5.11 Čas, preživet na socialnih omrežjih (dnevno)

$$M_{\text{manj priljubljenih}} = 2,1\text{h}$$

$$M_{\text{bolj priljubljenih}} = 2,55\text{h}$$

Odgovorom iz vprašalnika sem določila srednjo vrednost, ki je: $a=1\text{h}$, $b=2\text{h}$, $c=4\text{h}$, $d=6\text{h}$, $e=7\text{h}$. S temi vrednostmi sem nato izračunala aritmetični sredini časa, ki ga dijaki iz različnih skupin preživijo na socialnih omrežjih.

Rezultati nakazujejo, da dijaki z višjim sociometričnim statusom preživijo v povprečju več časa na socialnih omrežjih kot tisti z nižjim in sicer za skoraj pol ure več (0,45 h).

5.12 Besedilna sporočila in klic

Tabela 11: Besedilna sporočila in klicanje

	Ko moraš nekemu nekaj sporočiti, raje _____.		
	Odgovor	f	f %
Skupaj	Napišeš sporočilo	57	71,25
	Pokličeš	23	28,75
	Skupaj	80	100,00
Moški	Napišeš sporočilo	24	72,73
	Pokličeš	9	27,27
	Skupaj	33	100,00
Ženske	Napišeš sporočilo	33	79,21
	Pokličeš	14	29,79
	Skupaj	47	100,00

Mo₃= Napiše sporočilo

Skoraj tri četrtine dijakov raje napiše sporočilo kot pokliče osebo, ki ji mora nekaj sporočiti. Večjih razlik med spoloma ni, a je pisanje sporočil nekoliko bolj pogosto pri ženskah kot moških.

6 INTERPRETACIJA

6.1 Interpretacija 1. hipoteze

Hipoteza 1: Večina dijakov, ki so med bolj priljubljeni v razredu, torej z višjim indeksom priljubljenosti po sociometrični tehniki, so tudi med bolj priljubljenimi na socialnih omrežjih (imajo več prijateljev na Facebook-u).

To hipotezo sem ovrgla, saj rezultati (tabela 3) nakazujejo, da je večji odstotek tistih z višjim sociometričnim statusom med manj priljubljenimi na spletu.

Ker temelji ocena priljubljenosti na socialnih omrežjih na številu prijateljev na Facebook-u, bom v nadaljevanju govorila o številu in ne o priljubljenosti, saj lahko do velikega števila prijateljev pridemo sami s pošiljanjem prošenj, ker veliko ljudi sprejme vsakogar.

Način, kako se predstavljamo na spletu in kako v resničnem življenju, je drugačen, kot pravi že Turkle (2012). Način, na katerega se predstavljamo, vpliva na druge pri izbiranju ali želijo postati naši prijatelji ali ne.

Tako sklepam, da dijaki, ki imajo manj prijateljev na Facebook-u in so med bolj priljubljenimi v razredu, na socialnih omrežjih ne znajo tako dobro prikazati lastnosti, zaradi katerih bi si drugi želeli postati njihovi prijatelji, kot to znajo v neposrednih interakcijah. Torej pri njih temelji močnejši dejavnik izbire prijateljev na govornih in karakternih lastnostih, ki na spletu pridejo manj do izraza.

Druga možna razlaga je, da večje število dijakov z višjim sociometričnim statusom ne posveča toliko pozornosti in truda ustvarjanju privlačnejših profilov na spletu, saj verjetno dobijo želeno potrditev od ljudi med neposrednimi interakcijami.

6.2 Interpretacija 2. Hipoteze

Hipoteza 2: Dijaki z nižjim indeksom priljubljenosti po sociometrični tehniki v povprečju preživijo več časa na socialnih omrežjih kot tisti z višjim.

To hipotezo sem ovrgla, saj razlika aritmetičnih sredin časa, ki ga dijaki z višjim oz. nižjim sociometričnim statusom preživijo na socialnih omrežjih, nakazuje, da več časa na teh omrežjih preživijo dijaki z višjim statusom.

Razlika med aritmetičnima sredinama je bila zelo majhna (0,45 h) in aritmetični sredini sta bili izračunani s približki ter s premajhnim vzorcem, da bi lahko bili rezultati resnično zanesljivi ali posplošeni na večjo populacijo.

Ugotovljeno je bilo, da na socialnih omrežjih večinoma komuniciramo s tistimi, ki jih poznamo tudi izven spleta in z njimi preživljamo čas. Zato je smiselno, da tisti, ki so bolj priljubljeni v realnem svetu, preživijo več časa na socialnih omrežjih od tistih manj priljubljenih, saj imajo več možnosti, da se bo na spletu pojavil kdo, s katerim bodo lahko komunicirali.

Druga razlaga takšnega rezultata je, da se dijaki z višjim sociometričnim statusom bolj trudijo pri urejanju socialnih omrežij, da bi tudi na njih vzpostavljali podobno priljubljenost. To potrjujejo tudi rezultati števila prijateljev na Facebook-u med bolj in manj priljubljenimi (tabela 3 in 4). Torej preživijo na spletu več časa tisti, ki imajo več prijateljev na spletnih omrežjih, saj urejajo svoje profile, tako da bi bili drugim čim bolj simpatični. In ker je med tistimi z več prijatelji na spletu več takšnih, ki imajo tudi višji sociometrični status, je povprečen čas, ki ga dijaki z višjim sociometričnim statusom preživijo na spletu, večji kot pri dijakih z nižjim statusom.

6.3 Interpretacija 3. Hipoteze

Hipoteza 3: Večina dijakov ocenjuje svojo priljubljenost v razredu enako ali zelo podobno, kot jo prikazuje indeks priljubljenosti pri sociometrični tehniki.

To hipotezo sem potrdila, saj rezultati (tabela 1) nakazujejo na to, da veliko večji odstotek dijakov svoj status ocenjuje pravilno.

Ocenjevanje svojega statusa v razredu temelji na ustrezni samopodobi, torej ima večina dijakov realno samopodobo. Ker ima samopodoba motivacijsko vlogo, je pomembno, da je primerna (zdrava). Osebe z zdravo samopodobo lažje razvijajo in ohranjajo medosebne odnose, so bolj neodvisne, odgovorne, se bolj konstruktivno spoprijemajo s problemi ter si zastavljajo visoke, a dosegljive cilje (Kompore idr., 2014).

Dijaki, ki svojega statusa niso ocenili pravilno, se precenjujejo, podcenjujejo ali pa ne vedo, kako bi ga ocenili (tabela 2). Precenjujejo se v večini fantje, dekleta pa se podcenjujejo. Tako je verjetno zaradi večjih pritiskov družbe na dekleta (izstopajo mediji), ki jim dajejo idealistične predstave in tako postavljajo visoke kriterije za samoocenjevanje. Tisti, ki točnega odgovora niso podali, svojega statusa verjetno ne znajo oceniti ali pa jih ne zanima dovolj, da bi se bolj posvetili temu vprašanju.

6.4 Interpretacija 4. hipoteze

Hipoteza 4: Večina dijakov raje napiše sporočilo kot pokliče.

To hipotezo sem potrdila, saj rezultati (tabela 11) nakazujejo na to, da veliko večji odstotek dijakov raje napiše sporočilo.

Tudi pri nas se močno pozna želja po nadzoru poteka komunikacije, kot je ugotovila Turkle (2012) za svoje intervjuvance. Zato se veliko dijakov počuti bolje ob pisanju sporočil. To se približno enakovredno pojavlja pri obeh spolih, nekoliko več pri ženskah, a zaradi majhnega vzorca in premajhne razlike ta podatek ni zanesljiv. Torej ni večjih razlik, da bi se kateri od spolov bolj trudil nadzorovati situacije in bi bolj izkoriščal premišljen ter izboljššan prikaz

sebe, kar nam omogočajo sporočila, saj nihče ne pričakuje odgovora v istem trenutku. Malo večji odstotek za pisanje sporočil pri ženskah, je verjetno posledica večjih pritiskov družbe in bolj strogih kriterijev obnašanja.

6.5 Interpretacija pomena socialnih omrežji pri mladostnikih

Rezultati med oceno pomembnosti prijateljev v realnosti (tabela 5) ali na družben omrežju (tabela 6) so si ravno nasprotni. Torej pri nas ostajajo resničnih »face to face« interakcij bolj pomembne od manj intimnih odnosov, ki se ustvarjajo na spletu.

Odgovori na nobeno od teh vprašanj verjetno niso popolnoma resnični, saj je družbeno bolj zaželen rezultat, da socialnim omrežjem ne bi pripisovali večjega pomena. Mnogi tako odgovarjajo v skladu s pričakovanim. Verjamem pa, da bi prišlo do podobnih rezultatov tudi, če bi bili vsi resnično odkriti, saj se pri nas še ne vidi tako močan vpliv socialnih omrežij kot v krajih, kjer je tehnološki napredek hitrejši (npr. ZDA), kljub temu da se tudi pri nas ta vpliv bliskovito povečuje.

Za preverjanje socialno zaželenih odgovorov sem v vprašalnik vključila vprašanje, kjer so dijaki morali oceniti pomen socialnih omrežji svojim vrstnikom. Pri primerjavi odgovorov, s katerimi so opisovali sebe in vrstnike, je prišlo do odstopanj (graf 1 in 2), predvidoma zato, ker drugih niso ocenjevali po standardih družbeno zaželenega. Tako so sklepali, da je drugim dejavnost na socialnih omrežjih tako pomembna kot njim, a za sebe ne priznavajo resnične vrednosti, ker bi se tako lahko osramotili.

V večini primerov menijo dijaki, da so socialna omrežja le dopolnilo k njihovem življenju in jim tako ne pripisujejo večje vloge, a tudi tukaj je treba upoštevati verjetnost družbeno zaželenih odgovorov, saj se štejejo pri nas tisti, ki nimajo socialnega življenja (neposredne interakcije), za čudaške. Tako bi ob večji realnosti odgovorov tudi tukaj verjetno bil vpliv socialnih omrežij večji.

7 SKLEPI

7.1 Povzetek naloge

Namen moje raziskovalne naloge je bil ugotoviti razlike, do katerih prihaja med resničnim življenjem in življenjem na spletu, predvsem na področju priljubljenosti. Do ugotovitev sem prišla s pomočjo vprašalnika, sociometrične tehnike in s preučevanjem različnih virov.

Predpostavljala sem, da ima večina dijakov, ki so med bolj priljubljenimi v razredu, takšen status tudi na socialnih omrežjih. To hipotezo sem ovrgla, saj je med tistimi, ki so bolj priljubljeni v razredu, več takšnih, ki so na spletu med manj priljubljenimi.

Ovrgla sem tudi hipotezo, da dijaki z nižjim sociometričnim statusom preživijo več časa na spletu, saj se je izkazalo, da je ravno obratno, da v resnici več časa na teh omrežjih preživijo dijaki z višjim statusom.

Predpostavki, da dijaki raje pošljejo sporočilo kot pokličejo in realno ocenjujejo svojo priljubljenost v razredu, sem potrdila. Pri ocenjevanju priljubljenosti so rezultati pokazali, da so ženske bolj nagnjene k podcenjevanju, moški pa k precenjevanju. Dejstvo, da dijaki raje pišejo kot kličejo, dokazuje, da se, če je le možno, raje izognejo bolj intimnih interakcijam.

Ugotovila sem, da so pri dijakih, ki so izpolnjevali vprašalnik, še vedno veliko bolj pomembna resnična prijateljstva kot tista, nastala na spletu. Zaradi razlik med rezultati pri ocenjevanju pomembnosti lajkov in Facebook prijateljev sebi ter drugim, predvidevam, da dijaki ocenjujejo kot nezaželeno, da se pripisuje prevelik pomen socialnim omrežjem.

7.2 Kritika naloge

Vprašalnice sem delila v razredih in tako so se dijaki med seboj veliko pogovarjali, zaradi česar je resničnost odgovorov pri sociometrični tehniki manjša. Verjetno je to tudi vplivalo na bolj družbeno zaželeno odgovore, saj so drugi videli, kaj kdo odgovarja. Objektivnost odgovorov bi verjetno lahko povečala z individualnim reševanjem ali intervjujem.

Ker sem za analizo potrebovala imena, so dijaki vprašalnik izpolnjevali bolj resno, saj ni bilo nobenih nesmiselnih odgovorov, hkrati pa je to verjetno ponovno vplivalo na družbeno zaželene odgovore.

Vprašanje, s katerim sem ocenjevala priljubljenost na spletu (število prijateljev na Facebook-u), ni bilo najbolj primerno, saj število prijateljev ni nujno pokazatelj priljubljenosti, namreč prijatelje lahko pridobimo sami, če pošiljamo prošnje, kajti ogromno ljudi sprejme vsakogar. Bolj objektivno bi bilo, če bi spraševala po številu lajkov na slikah, kjer pa se ponovno pojavi problem, da imajo uporabniki na različnih slikah drugačno število lajkov. Tudi tukaj je vprašanje kako resno in natančno bi dijaki odgovarjali. Če bi spraševala samo po številu lajkov na profilnih slikah, pa bi do odstopanj prišlo, ker si jih nekateri zaklenejo⁵.

Pri vprašanju, koliko časa dijak preživi na spletu, jih je večina upoštevala le čas, ko gledajo slike, posnetke ali objave, čas, ko se pogovarjajo preko spletnih omrežij, pa so zanemarili, saj je drugače veliko ljudi dosegljivo čez ves dan na omrežjih za hitra sporočila, ki delujejo preko spleta. Za bolj resnične odgovore bi pri tem vprašanju morala bolj podrobno definirati, katere dejavnosti na socialnih omrežjih me zanimajo.

Rezultati ne smemo posploševati na večjo populacijo, saj sem delala raziskavo z dijaki gimnazijskega programa, ki se zagotovo vsaj v večini razlikujejo od dijakov iz drugih srednjih šol, tako ugotovitve veljajo izključno za vzorec.

7.3 Uporabna vrednost

Vpliv socialnih omrežij na razvoj ljudi (tako mladih kot starejših) je zaenkrat še precej slabo raziskano področje, saj so se ta v večjem obsegu začela pojavljati komaj v zadnjih dveh desetletjih. Zaradi prepletenosti dogajanja na spletu in v resničnem življenju ter velikega števila dejavnikov, ki vplivajo na nas, je iskanje vzročno posledičnih dogodkov nemogoče, saj se izvajajo korelacijske raziskave in ne eksperimenti. Raziskave na spletu podajajo predvsem korelacijske povezave.

⁵ Zaklenjena profilna slika je tista, ki je drugi uporabniki ne morejo komentirati, lajkati ali pogledati v večjem formatu.

Vendar tudi zavedanje o določenih povezavah, katerih se drugače sploh ne zavedamo, je lahko koristno pri reševanju težav, ki se utegnejo pojaviti.

7.4 Nova vprašanja

Menim, da bi se na temo socialnih omrežji dalo raziskati še veliko. Vprašanja, ki so se mi porajala, po zaključeni raziskovalni nalogi so: do katere mere se mladostniki zavedajo vpliva socialnih omrežij na njihovo življenje, katere dejavnike na spletu štejejo za pozitivne in katere za negativne, ter kolikokrat, če sploh, se pojavlja želja, da informacijsko-komunikacijske tehnologije ne bi bilo oz. bi se za nekaj časa odklopili.

8 DRUŽBENA ODGOVORNOST

Medtem, ko nam splet omogoča anonimnost in večje možnosti za eksperimentiranje brez posledic ima tudi negativne strani. Brez, da bi se zavedali se vsako naše dejanje shrani, tudi če ga sami ne vidimo več. Dejavnost na socialnih omrežjih nezavedno vpliva na vsa področja našega življenja, recimo doživljanje samega sebe, sklepanje prijateljstev in drugo.

Kar sem mnenja, da se pomen socialnih omrežij povečuje, kar sklepam iz ugotovitev avtorjev, ki so svoje raziskave delali v državah, kjer so ta že del časa in jim ljudje pripisujejo veliko večji vpliv kot pri nas. Menim, da bi morali biti mladostniki bolj obveščeni o pasteh spleta in načinih, kako reagirati v neprijetnih situacijah.

Ker se uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije širi v vse mlajše skupine otrok, bi morali z ozaveščanjem aktivno začeti že v osnovnih šolah. Sama sem mnenja, da je preveč predavanj in delavnic na temo alkohola, kajenja in drog, ki se predvsem v srednjih šolah že ponavljajo, problemom, do katerih prihaja na spletu, pa se posveti premalo pozornosti.

9 VIRI

- Better, E. (2015). What's the point of Snapchat and how does it work?. (Cit. 24. 1. 2016) Dostopno preko: <http://www.pocket-lint.com/news/131313-what-s-the-point-of-snapchat-and-how-does-it-work>
- Cavnik, T. (2011). Prijateljstvo in spletna družbena omrežja (Diplomsko delo). Fakulteta za družbene vede, Ljubljana. (Cit. 20. 1. 2016) Dostopno na: http://dk.fdv.uni-lj.si/diplomska_dela_1/pdfs/mb11_cavnik-tina.pdf
- eBizMBA (2016). Top 15 Most Popular Social Networking Sites January 2016. (Cit. 20. 1. 2016) Dostopno preko: <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>
- GCF Learnfree. Facebook 101. (Cit. 24. 1. 2016) Dostopno preko: <http://www.gcflearnfree.org/facebook101/2/full>
- Instagram. FAQ. (Cit. 24. 1. 2016) Dostopno preko: <https://www.instagram.com/about/faq/>
- Kajtna, T. (2009). *Kako sociometrična preizkušnja*. (Cit. 20.. 2016) Dostopno preko : www.fsp.uni-lj.si/mma_bin.php?id=2009121108375052
- Kompare, A. idr. (2014). Uvod v psihologijo. Ljubljana: DZS.
- Lasch, C. (2012). Kultura narcisizma. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Lavrič, M. idr. (2011). MLADINA 2010: družbeni profil mladih v Sloveniji. (Cit. 25. 1. 2016) Dostopno preko: http://www.ursm.gov.si/fileadmin/ursm.gov.si/pageuploads/slike/mladina_2010/Mladina2010-2.pdf
- Oblak, T., Petrič, G. (2005). Splet kot medij in mediji na spletu. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Slovar slovenskega knjižnega jezika: četrta knjiga: Preo-Š. Ljubljana: Državna založba Slovenije, 1985, str. 149.
- Stickland, J. (2007). How YouTube Works. (Cit. 24. 1. 2016) dostopno preko: <http://money.howstuffworks.com/youtube.htm>
- Turkle, S. (2012). Alone together: why we expect more from technology and less from each other. New York: Basic Books.

- Ule, M. (2008). Za vedno mladi? Socialna psihologija odraščanja. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Ule, M. (2009). Psihologija komuniciranja in medosebnih odnosov. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- YouTube. Statistics. (cit. 24. 1. 2016) Dostopno preko: <https://www.youtube.com/yt/press/en-GB/statistics.html>

10 PRILOGE

10.1 Priloga 1: Tabele sociometrične tehnike

Tabela 12: Sociometrična tehnika - razred 1

c	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	SSn
1					1																							0,92
2			2																									0,88
3					2	1					3																	1
4				1																								1
5					1																							0,96
6																												0,88
7							3																					0,88
8																												1,04
9																												0,92
10	2																											0,96
11																												1,04
12																												1,04
13																												0,92
14																												1,04
15																												0,96
16																												1,04
17																												1
18																												0,96
19																												1,04
20																												1
21																												1,04
22																												1,08
23																												1,12
24																												1
25																												1,04
26																												1,04
27																												1,04
VSC	1	0	3	3	2	0	0	4	1	2	4	4	1	4	2	4	3	2	4	3	4	5	6	3	4	4	4	//
ŠT. :	1	3	3	3	3	0	3	3	0	2	3	3	4	6	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	//

10.2 Priloga 2: Vprašalnik

Neresničen, a vsaj priljubljen

Ime: _____

Razred: _____

Spol: Ž / M

A) Naštej tri osebe iz razreda s katerimi bi si najraje delil/a sobo na maturantskem izletu:

1. _____
2. _____
3. _____

Kaj misliš, koliko ljudi bo izbralo tebe? _____

B) Koliko prijateljev imaš na Facebook-u (približno)?

C) Kako pomembni se ti zdijo prijatelji (ne na Facebook-u)? (1- malo, 5- zelo)

1 2 3 4 5

D) Kako pomembno ti je število FB prijateljev? (1- malo, 5- zelo)

1 2 3 4 5

E) Kako pomembno ti je število lajkov? (1- malo, 5- zelo)

1 2 3 4 5

F) Kako pomembno misliš da je število FB prijateljev in lajkov tvojim vrstnikom? (1- malo, 5- zelo)

1 2 3 4 5

G) Zdi se mi, da moja dejavnost na virtualnih omrežjih:

- a. Zelo nadomešča moje resnično življenje
- b. Nekoliko nadomešča
- c. Ne nadomešča pač pa dopolnjuje
- d. Ni tako intenzivna, da bi vplivala
- e. Nisem na socialnih omrežjih

H) Koliko časa na dan preživiš na socialnih omrežjih?

- a. do 1 h
- b. 1-3 h
- c. 3-5 h
- d. 5-7 h
- e. več kot 7 h

I) Ko moraš nekomu nekaj sporočiti, raje _____ .

- a. napišeš sporočilo
- b. pokličeš