



Gimnazija Šentvid
Prušnikova 98
1200 Ljubljana

Raziskovalna naloga pri predmetu
psihologija:

Vpliv sodobnih medijev na razvoj osebnosti

Avtorica: Pika Miškulin, 4.b
Mentorica: prof. Mojca Logonder

Ljubljana, spomladi 2021

Vsebina

Vsebina.....	2
POVZETEK IN KLJUČNE BESEDE	4
SUMMARY AND KEY WORDS	5
1 PROBLEM.....	6
2 TEORETIČNI UVOD	7
2.1 MEDIJI.....	7
2.1.1 POJEM MEDIJEV	7
2.1.2 ZNAČILNOSTI MEDIJEV	7
2.1.3 FUNKCIJE IN UČINKI MEDIJEV.....	8
2.1.4 POZITIVNI IN NEGATIVNI VPLIVI MEDIJEV.....	9
2.2 SAMOPODOBA	10
2.2.1 PODROČJA SPLOŠNE SAMOPODOBE.....	10
2.2.2 VPLIV MEDIJEV NA SAMOPODOBO	11
2.3 VPLIV MEDIJEV NA DUŠEVNO ZDRAVJE.....	12
2.3.1 KATERO SOCIALNO OMREŽJE NAJBOLJ ŠKODUJE MENTALNEMU ZDRAVJU.....	13
Empirični del naloge:	
3 CILJI IN HIPOTEZE.....	16
3.1 CILJI.....	16
3.2 HIPOTEZE.....	16
4 METODOLOGIJA	17
4.1 OPIS VZORCA	17
4.2 PRIPOMOČKI.....	17
4.3 POSTOPEK ZBIRANJA PODATKOV	18
4.4 OBDELAVA PODATKOV	18
5 REZULTATI IN INTERPRETACIJE.....	19
5.1 HIPOTEZA 1:.....	19
5.2 HIPOTEZA 2.....	20
5.3 HIPOTEZA 3.....	22
5.4 HIPOTEZA 4.....	23
5.5 HIPOTEZA 5.....	25

6	SKLEPI.....	27
7	OCENA NALOGE	28
7.1	PREDNOSTI	28
7.2	SLABOSTI.....	28
7.3	PREDLOGI IZBOLJŠAV	28
8	VIRI	30
8.1	PISNI VIRI.....	30
8.2	SPLETNI VIRI.....	30
9	PRILOGE.....	31
9.1	VPRAŠALNIK.....	31
9.2	SUMARNIK SPLETNE ANKETE.....	35
	KAZALO SLIK.....	35
	KAZALO TABEL.....	35

POVZETEK IN KLJUČNE BESEDE

V svoji raziskovalni nalogi sem želela proučiti, kakšen je vpliv sodobnih medijev na razvoj posameznika, predvsem njegove samopodobe in duševnega zdravja. Mediji nas v teh časih spremljajo dobesedno na vsakem koraku in v času epidemije je njihova uporaba še toliko večja. Imajo veliko pomembnih funkcij, z raziskovalno nalogo pa sem hotela predvsem predstaviti, da imajo mediji zelo veliko raznolikih učinkov, pozitivnih in negativnih, ki niso še dokončno raziskani in dokazani. Osredotočila sem se predvsem na vpliv medijev na samopodobo mladostnikov. Predstavila sem kaj je samopodoba in kaj so mediji, ter se v teoretičnem delu posvetila predvsem socialnim omrežjem.

Ugotovila sem, da mediji lahko zelo škodujejo samopodobi in duševnemu zdravju ter da se ljudje tega zavedajo, a jih zato nič manj ne uporabljajo. Daljša kot je dnevna uporaba omrežij, večja je možnost pojava anksioznosti, depresije, spletnega nasilja in FOMA (fear of missing out oziroma konstanten strah pred tem, da zamujamo neko dogajanje). Ker sem se tudi sama večkrat zaradi socialnih omrežij že počutila manjvredno in nesamozadostno, in ker sem o podobnih izkušnjah govorila s prijateljicami, sem se hotela prepričati, katero socialno omrežje je najbolj škodljivo in pričakovano se je za najslabšega izkazal Instagram. Prav tako sem seminarsko izbrala, ker sem nedavno nazaj začela uporabljati socialna omrežja za širitev moje ljubezni do fitnesa in želim s svojimi prispevki čim bolj pozitivno vplivati na mlade, ki imajo težave z samopodobo. Kar nekaj ljudi si je od socialnih omrežij že vzelo odmor, ki je na večino vplival pozitivno, tako mlajši kot starejši so poročali o boljšem počutju in daljšem dnevu. Za metodo raziskovanja sem uporabila vprašalnik, na reprezentativnem vzorcu 107 ljudi, od katerih je bila dobra polovica stara manj kot 24 let.

Ključne besede:

- Mediji
- Samopodoba
- Socialna omrežja
- Razvoj osebnosti
- Občutja mladostnikov

SUMMARY AND KEY WORDS

The aim of my research was to explore how modern media affects the development of an individual, especially his self-esteem and mental health. In these times media accompanies us everywhere we go and because of the epidemic their use is even bigger. Media has a lot of important functions and the major use of it has a lot of different (positive and negative) impacts on an individual's growth, which have not been completely researched yet. Mostly I focused on media affecting self-esteem of adolescents. I explained what is self-esteem and what is media and focused more on social media in the theoretic part of the assignment.

I have come to the conclusion that although people are aware of the negative effects social media has, like harming self-esteem and mental health, they still use it on a daily basis. The longer the use, the greater the chance of anxiety, depression, cyberbullying and FOMO (fear of missing out) is. Because I have a lot of experience with feeling inferior and insufficient because of social media and have a lot of friends with the same problem, I wanted to find out, which social media is the most harmful. As expected the most harmful one turned out to be Instagram. I have also chosen this topic because just recently I have started uploading more content to social media to share my passion for fitness and I want to have a positive impact on those who are struggling with their self image. Quite a few have already taken a break from social media and felt better without it. Older generation as well as younger reported positive affects of being offline for a while. For my method of research I used a questionnaire, on a representative pattern of 107 people of which a good half is under 24 years old.

Key words:

- Media
- Self – image
- Social media
- Development of personality
- Individual's welfare

1 PROBLEM

V današnjem času je veliko govora o medijih in o njihovem vplivu na ustvarjanje identitete in osebnosti posameznika. Marsikdaj usmerjajo naša čustva, cilje, vrednote in mnenja. Večkrat sem se že opazila, kako so mediji (predvsem negativno) vplivali na moja čustva in na čustva mojih prijateljev. Zadnje leto je ta vpliv zaradi globalne pandemije še toliko večji, zato sem se želela bolj poglobiti v to aktualno dilemo.

V raziskovalni nalogi bom pojasnila, kaj mediji sploh so in kaj je so njihove funkcije ter stranski učinki, ki jih le te prinesejo. Osredotočila se bom na sodobne medije (televizija, internet, socialna omrežja) in z znanjem psihologije kritično presodila njihove pozitivne in negativne vplive na posameznikov razvoj. Večji del bom posvetila samopodobi in duševnemu zdravju, ki ju bom podrobneje definirala in ugotavljala ali imajo mediji več negativnih ali pozitivnih učinkov nanju. Primerjala bom tudi različno moč vpliva sodobnih medijev med generacijami in med spoloma, saj je po mojem mnenju tu v ospredje postavljena mlajša generacija, sploh najstniška dekleta. Ugotavljala bom ali so sodobni mediji, predvsem socialna omrežja, ključni del porasta duševnih bolezni.

Raziskovala bom katero socialno omrežje najbolj škoduje posameznikovi samopodobi in če se je v odsotnosti socialnih omrežij ta poboljšala, saj sem se tudi sama že večkrat izklopila iz njih, z namenom doseči boljšo samozavest in samopodobo. Zanima me če je najbolj škodljivo omrežje Instagram, ki ga trenutno mladi največ uporabljajo, počasi pa privablja tudi starejše. Na te vprašanja bom odgovor izluščila iz vprašalnika v katerem nameravam dobiti vzorec okoli sto ljudi, vseh starosti in obeh spolov.

2 TEORETIČNI UVOD

2.1 MEDIJI

2.1.1 POJEM MEDIJEV

Mediji povezujejo med seboj oddajnike sporočil na eni strani in prejemnike na drugi. Oddajniki so avtorji (ustvarjalci) sporočil, prejemniki pa so lahko bralci, poslušalci ali gledalci, posredniki med njimi pa so mediji.

Medije lahko opredelimo tudi kot vsako komunikacijsko sredstvo npr. plakat, knjiga, revija, časopis, v sodobni komunikaciji pa tudi radio, televizija, medmrežje... Za medije, ki so dostopni širši javnosti uporabljamo izraz množični mediji. (povzeto po: Tavčar Kranjc in Počkar, 2011, str. 156)

2.1.2 ZNAČILNOSTI MEDIJEV

"Končni učinek kulturne industrije je nekakšno antirazsvetljenstvo; z njo postane razsvetljenstvo, napredujoče tehnično obvladovanje narave, množična prevara, sredstvo, s katerim uklenemo zavest. Kulturna industrija preprečuje razvoj avtonomnih, samostojnih individuumov, ki bi zavestno presojali in se zavestno odločali. Prav takšni individuumi pa bi bili prvi pogoj za demokratično družbo, ki se lahko ohranja in razvija le v mediju zrelosti." (Adorno T., v Fürst, 1996, str. 12)

Mediji so pomemben element našega življenja, namreč s svojo socializacijsko močjo predstavljajo splošna družbena mnenja. Nekateri avtorji menijo, (npr. Hatch, 2005; Heinberg, 1966; Mazur, 1986; Nelson, 2002) da so mediji v potrošniški družbi celo eden izmed najbolj prodornih posrednikov socialnih vrednot in idealov. (povzeto po: Lahe idr., 2018, str. 3)

Najstarejši množični mediji so tiskani (knjige, revije, časopisi), najhitrejši je radio, za najučinkovitejšega pa se je izkazala televizija, ki jo uvrščamo med avdio-vizualne medije (radio, televizija, film, video). (povzeto po: Erjavec in Volčič, 1999, str. 9)

Prednosti televizije so, da uporablja tako verbalno kot vizualno sporočanje, ki ju nadgrajuje še drugačna narava diskurza (manj je strukturiran od tiskanega besedila in je po razlagah nekaterih raziskovalcev tudi impresionističen). Pri gledalcu visoko stopnjo zaupanja o pravilnosti sporočil ustvarja vtis, da je očividec dogodkov. Z neposrednimi prenosi ustvarja občutek hkratnosti oziroma prezentnosti (gledalec ima občutek, da je prisoten na kraju dogodka v času, ko se ta odvija). Prezentnost pomeni učinkovit prodor v gledalčevo doživljanje in standardizacijo okusa, identifikacija gledalca je tako močnejša. V tem spoznamo moč medijev, ki niso vključeni le v prenos vsebin, temveč so ključni za njihovo soustvarjanje. Mnogo medijskih ustvarjalcev in novinarjev zatrjuje, da zgolj zbirajo in posredujejo te vsebine, informacije in podobe ter da ne vplivajo namerno na njihovo razumevanje oz. interpretacijo.

Že McLuhan je trdil, da mediji poleg (nevtralnega) posredovanja informacij hkrati vplivajo na vrednote in ideale bralca, namerno ali nenamerno. Velikokrat so uporabljeni in zlorabljeni v

politične namene, poleg odkritih sporočil pa posredujejo tudi prikrita – posredujejo vrednote, čustva in sodbe. V mešanici verodostojnih in neverodostojnih informacij, čustev, idealov, mnenj in sodb se občinstvu, ki je v vlogi prejemnikov teh vsebin, izgublja kompas za presojo. (povzeto po: Tavčar Kranjc in Počkar, 2011, str.157)

2.1.3 FUNKCIJE IN UČINKI MEDIJEV

Štiri osnovne funkcije medijev so:

- a) Informacijska oz. nadzorna omogoča seznanjanje občinstva z dogodki. Nanaša se na zbiranje in izvoz informacij o dogodkih v okolju znotraj ali zunaj družbe.
- b) Interpretacijska oz. korelacijska omogoča občinstvu, da si oblikuje mnenje. Obsega pojasnjevanje informacij o okolju in in napovedovanju možnih razvojov dogodkov. Navedena pojma se pogosto enači z uredniškimi komentarji in propagando.
- c) Socializacijska funkcija omogoča prenos znanja, vrednot in norm iz generacije v generacijo oz. od članov ene skupine na bodoče člane.
- d) Zabavna funkcija se nanaša na komunikacijske aktivnosti, katerih namen je razvedritev in sprostitve občinstva (povzeto po: Tavčar Kranjc in Počkar, 2011, str.159)

V drugem viru sem zasledila še eno funkcijo in sicer namensko manipulacijo politik, ki je tesno povezana z interpretacijsko . Glavna naloga novinarjev je, da pišejo zgodbe o odločitvah politikov, ki jih lahko prikažejo kot dobre ali slabe in s tem vplivajo na množično mnenje, ki lahko privede do političnih reform. Mediji tako ustvarjajo manipulativne zgodbe, ki so ustvarjene primarno, da vplivajo na politiko v smeri, ki je po gođu vodilnim. (povzeto po: Graber, 1997 v Saje, 2013)

Funkcija namenske manipulacije politik se je v zgodovini večkrat izkazala kot gradnik trdne oblasti npr. pri stalinizmu in nacizmu.

Dolgoletno raziskovanje medijev je v ospredje postavilo predvsem zaskrbljenost o njihovih učinkih, bodisi na posameznika ali na družbo kot celoto. Raziskave v 40-ih letih so obravnavale problem s upoštevanjem teorije hipodermične igle, ki poudarja vsemogočni in uniformni vpliv množičnih medijev. Sporočila medijev so dojemali kot sporočila, ki se vbrižgavajo pod kožo občinstvu, ki naj bi se neposredno in takoj emocionalno odzivalo ter prilagajalo svoje dojemanje in delovanje. Vpliv medijev naj bi bil vsemogočen, občinstvo pa pasivno.

Po drugi svetovni vojni so raziskovali moč občinstva, ki ni več pasivno, torej izbira medijska sporočila in je s tem aktivno. Bralci, poslušalci in gledalci izbirajo medijske vsebine skladno s svojimi potrebami in interesi, zato da bi jih tudi na ta način zadovoljili: potrebujejo in iščejo nove informacije, želijo zapolniti svoj prosti čas, ostati na tekočem z dogajanjem po svetu, kupovati, izmenjevati mnenja, idenificirati, učiti.

Sodobnejše raziskave so usmerjene v vplivnost medijev, ki delujejo na občinstvo, v družbenem kontekstu (npr, družinsko okolje, etnična, rasna in religijska pripadnost). Vpliv medijev razlagajo dolgoročno in v odnosu do družbene realnosti, ki pa se odraža v osebnostih posameznikov. Ugotovili so, da je tudi učinek televizije, doslej najmočnejšega medija, bolj diferenciran ter da deluje manj neposredno in uniformno, kot so sprva mislili. (povzeto po: Tavčar Kranjc in Počkar, 2011, str.159)

2.1.4 POZITIVNI IN NEGATIVNI VPLIVI MEDIJEV

Mediji so področje, okoli katerega se vrtijo številne diskusije in dileme glede njihovega mesta v sodobni družbi in vloge, ki jo imajo. Vedno manj pozornosti posvečajo kvalitetnemu poročanju in izbiri informacij, vedno bolj pa strmijo k zaslužku, ne glede na način, kako bodo do njega prišli. (povzeto po: Saje, 2013) To močno vpliva na posameznika ter njegov razvoj identitete in osebnosti, saj z mediji odraščamo in smo v stiku z njimi še celo življenje.

Pozitivne lastnosti medijev so:

- Hiter dostop do informacij o tem kaj se dogaja pri nas in po svetu; naprimer pogoste informacije po radiju o stanju na cestah, večerne novice o celodnevem dogajanju ipd. Te informacije s pomočjo medijev potujejo zelo hitro in so pogosto zelo koristne.
- Vzpostavljanje reda; preko medijev izvemo kakšni so novi zakoni in kako naj ravnamo. Za primer lahko vzamemo trenutno situacijo epidemije, kjer dnevno dobivamo nove informacije o tem, kako naj se vedemo, izključno prek medijev.
- Hitrejša komunikacija preko socialnih omrežij; omrežje omogoča hitro izmenjavo sporočil in s tem učinkovitejšo medsebojno komunikacijo. Eden izmed primerov je slikanje in izmenjavanje zapiskov mankajočim pri pouku.
- Nove možnosti zaposlitve in novi poklici, kot je menedžer socialnih omrežij ali "content creator" kar v dobesednem prevodu pomeni ustvarjalec vsebin (Youtube, pisanje blogov...)
- S porastom takih ustvarjalcev se je povečalo tudi število motivacijskih vsebin, ki so dostopne vsakemu, ki ima dostop do interneta. Mediji so ključni za oblikovanje vrednot in prepričanj posameznika in ga lahko naučijo hvaležnosti, prijaznosti, spoštovanja in zaupanja v svoje sposobnosti. Nema lokrat se je že zgodilo, da je zgolj en posnetek ali slika nekemu spremenila življenje na bolje. (povzeto po: Positive impact of social media, 2020)

Primeri negativnih lastnosti medijev so:

- Nenehen pritisk takojšnje dosegljivosti, ki velja predvsem za splet in socialna omrežja; včasih želimo le mirno prebrati kakšen spleten članek ali objavo na različnih socialnih omrežjih a zaradi funkcije, ki omogoča vpogled v prisotnost posamezne osebe na socialnem omrežju, dobimo občutek večje odgovornosti, saj se od nas pričakuje, da smo nenehno dosegljivi in odzivni ali da imamo utemeljen razlog za trenutno nedosegljivost. To lahko postane zelo obremenjujoče, saj zaradi nenehne dosegljivosti za marsikoga vikendi, bolniški dopusti in počitnice niso več povsem prosti. (povzeto po: Vehovar, 2007, str. 224)
- Slab vpliv na medosebne odnose; čeprav po eni strani ohranjajo in vzpostavljajo osebne stike, so te načeloma bolj površinski, brezosebni in manj trdi. Šibki medosebni odnosi so značilni predvsem za mlajše generacije, ki imajo vedno večji strah pred komuniciranjem in izražanjem čustev na štiri oči. Pogovor preko interneta nekaterim posameznikom olajša izražanje čustev. Omogoča nadzor in prikritje negativnih ali neprijetnih čustev obenem pa prinaša tudi nove načine izražanja le teh. (povzeto po: Vehovar, 2007, str. 202)
- Internetno nasilje, ki je povezano z prejšnjo dilemo. Ljudje se skrivajo za napravami, kjer ni osebnega stika, kar jim daje občutek določene mere varnosti in večje samozavesti. Mnogokrat ljudje izvajajo nasilje pod drugimi identitetami (fake accounts), ker na ta način zavarujejo sami sebe.

- Odvisnost od socialnih omrežij in z njim povezan FOMO (fear of missing out ali strah, da bi kaj zamudili); psihologi Nottinghamske univerze so proučevali razloge za odvisnost od socialnih omrežij v Združenem kraljestvu. 5% sodelujočih je bilo ocenjenih kot resno odvisnih od socialnih omrežij. Eden od glavnih razlogov za to je FOMO, ki pojasni nujnost, da ljudje (pre)pogosto preverjamo socialna omrežja, ker se bojimo da bi kakšno informacijo izpustili ali da ne bi bili priča čemu pomembnemu. Za to vrsto fobije je značilno počutje, da imajo naši znanci, prijatelji ali celo neznanci boljše in zanimivejše življenje od nas, kar povroči željo po tem, da neprestano spremljamo kaj se z njimi dogaja. Doktorica Halley Pontes, psihologinja z Nottinghamske fakultete je potrdila, da kronično občutenje FOM-a lahko vodi v odvisnost. Izpostavila je, da se FOMO lahko poslabša zaradi neprestanih obvestil vseh možnih socialnih omrežij na našem telefonu. Motnjo lahko omilimo tako, da izberemo katere vrste obvestil želimo prejemati. Razlog za FOMO se lahko skriva tudi v tem, da posameznik ne zadovolji potrebe po socialnih kontaktih, zato rešitev išče v oziranju na življenje drugih, kar mu v tistem trenutku zadostuje, na dolgi rok pa seveda drastično škoduje njegovemu mentalnemu zdravju. (povzeto po: Fear of missing out, 2018)
- Negativen vpliv na samopodobo, sploh telesno in socialno. Več o tem je predstavljeno v poglavju Vpliv medijev na samopodobo.

2.2 SAMOPODOBA

SAMOPODOBA je ideja ali podoba, ki jo imamo o sebi. Ta notranja refleksija je subjektivni odsev naše osebnosti, ciljev, ideologije ali filozofije itd. Pripisemo ji lastnost dinamičnosti, saj se spreminja s časom in je občutljiva na spremembe v prej omenjenih vidikih. Zaradi kompleksnosti pojava, ki se razvija skozi celo življenje in se razlikuje od posameznika do posameznika, je samopodobi težko pripisati univerzalno definicijo, bom pa jo poskušala predstaviti čim bolj celostno in razumljivo. (povzeto po: Hribar, 2015)

2.2.1 PODROČJA SPLOŠNE SAMOPODOBE

- ŠOLSKA (AKADEMSKA) SAMOPODOBA je zaznava lastnih spretnosti in sposobnosti za učenje ter interes za šolske predmete. Gre za zaznavanje lastnega uspeha in prepričanje o tem, Koliko je nekdo zmožen (npr. "Menim, da sem sposobna pisati matematiko odlično."). Pri odraslih je samopodoba vključena v samopodobo o sposobnostih in počutju, ta pa se povezuje še z samopodobo o dosežkih.
- TELESNA SAMOPODOBA so zaznavanja in prepričanja o svoji telesni privlačnosti, telesni kondiciji in slogu oblačenja ter primerjave zaznavanja z drugimi in prepričanja o tem, kako osebe vidijo drugi. S telesno podobo se navadno najbolj intenzivno ukvarjajo najstniki, saj se takrat njihovo telo in samopodoba zelo hitro spreminjata in so telesne značilnosti najpomembnejši del lastnega in medsebojnega vrednotenja.
- MEDOSEBNA ALI SOCIALNA SAMOPODOBA zajema prepričanja in presoje o odnosih z vrstniki in drugimi pomembnejšimi bližnjimi osebami (starši, sorojenci, partnerjem, sodelavci). Zajema našo predstavo o lastni sposobnosti sklepanja prijateljstev in o lastni priljubljenosti med ljudmi, ki so nam blizu. Del samopodobe pa se nanaša tudi na oddaljene druge: kakšen je naš vpliv na širšo skupnost, doživljanje in

presoja lastnega odnosa do zakonov in družbenih moralnih norm (npr. Pomagam ljudem, ki potrebujejo učno pomoč).

- ČUSTVENA SAMOPODOBA so predstave in prepričanja o izražanju in obvladovanju čustev npr. o samem sebi kot apatičnem/sočuten, ali sem pretežno dobro ali slabo razložen itd. (povzeto po: Kompare, v Uvod v psihologijo, 2009, str. 137, 138)

2.2.2 VPLIV MEDIJEV NA SAMOPODOBO

Mediji naj bi imel največji vpliv na telesno samopodobo. Vplivajo tudi na socialno, pri šolski in čustveni samopodobi pa ne igrajo tako pomembne vloge. V tem poglavju se bom osredotočila predvsem na telesno samopodobo, prav tako pa bom na kratko komentirala socialno.

Negativen vpliv medijev na telesno samopodobo je ena najbolj odmevnih tem 20. in 21. stoletja. Prof. Južnič meni, da vsak človek primerja svoje telo z vzori, ki jih velevata družba in kultura. Človek skoraj nikoli ni zadovoljen s svojim telesom, saj je napetost med realnim in idealnim telesom, torej tistim, ki ga človek ima in tistim, ki si ga želi imeti, vir izjemne dramatike v človekovi identiteti. (povzeto po: Južnič, 1193, v Kastelic, 2004) V zahodni kulturi se telo obravnava kot projekt, na katerem se dela in je izpopolnjen del posameznikove identitete. Ne dojema se ga več kot "biološko danega" in njegova primarna naloga strukture človeškega bitja se izgublja v senci nereálnih idealov, ki pogosto neposredno ali posredno škodujejo njegovemu zdravju.

Danes je edino sprejemljivo in zaželjeno vitko, športno telo, ki je simbol uspešnosti, privlačnosti in moči. Sodobna prehranjevalna in modna industrija vitko telo ob pomoči medijev vzdržujeta kot popoln, predvsem nerealen ideal. Posledica tega je visok porast motenj hranjenja v zadnjih 10 letih: anoreksije, bulimije in prisilnega prenaždanja, med novejšimi pa še ortoreksije (obsedenost s pravilno prehrano) in bigoreksije (posameznik je obseden z mišičastim telesom, značilna je predvsem za moške). (povzeto po: Kastelic, 2004)

Raziskave kažejo, da se ženske večkrat primerjajo s tem kar vidijo v medijih, kot moških. To velja predvsem za mlajše punce. Tudi vplivi imajo večji negativni učinek pri ženskah kot pri moških, dejstvo pa je, da je telesna samopodoba moških veliko manj raziskana. (Steinsbekk, 2020) Tomori pravi, da je prav ta del samopodobe za človekovo življenje lahko marsikje usoden, vpliva na njegovo samospoštovanje in marsikdaj uravnava njegovo vedenje. (povzeto po: Kastelic, 2004) Raziskave SIRC (raziskovalnega centra za socialne probleme) so pokazale, da se žensko nezadovoljstvo začne že zelo zgodaj. Ljudje se začnemo prepoznavati v ogledalu pri približno dveh letih, mlade punce pa se z postavo začnejo obremenjevati že nekaj let kasneje. V eni od Ameriških anket je 81% desetletnic že imelo "dieto". V Evropi je Švedska raziskava pokazala, da je 25% švedinj starih 7 let že poskušalo shujšati z spremembo prehrane in da so se v ogledalo velikokrat videle "širše" kot so zares bile, kar je značilno za anoreksijo. Podobne raziskave so tudi na Japonskem dokazale, da je 41% mladih deklet v osnovni šoli mislilo, da so predebele – težo so želele izgubiti tudi tiste podhranjene in punce z normalno težo. Fantje so bili v teh raziskavah očitno manj kritični do svojega telesa – punce z normalno težo so izrazile bistveno več zaskrbljenosti, kot fantje z nadpovprečno težo. (povzeto po: Fox, 1997)

Telesni ideali so prisotni že v najbolj tradicionalnih - tiskanih medijih, predvsem v revijah. Tam se pojavljajo najuspešnejši in najlepši primerki človeške vrste z najdragocenejšo porabniško robo. Tukaj gre predvsem za nežnejši spol: vsebina ženskih revij se v največji meri ukvarja z

vidnimi podobami žensk, saj kultura, v kateri živimo, daje prednost vizualnemu vtisu pred drugimi čutilnimi vtisi. (povzeto po: Kastelic, 2004) Revije enačijo srečo in zadovoljstvo s vitkim in postavnim telesom, zato se ženske pogosto počutijo nesrečne in nezadovoljne same s seboj.

Podobno je tudi s televizijo in filmom, kjer so ženske velikokrat predstavljene kot popolne – imajo čisto kožo, brez gubic ali mozoljev, vitko in natrenirano telo, vrhunski nasmešek ter vedno urejeno frizuro. Ljudje pogosto pozabimo, da vsebine, ki jih vidimo na televiziji niso resnične in so v veliki meri produkcijsko obdelane. Primerjamo se z liki iz filmov, kar ne daje realne predstave o tem kako dobro zgledamo in kdo smo.

Vedno večji vpliv pa imajo socialna omrežja. Tukaj bi predvsem izpostavila trenutno pri mladih najbolj priljubljeno platformo Instagram. Namenjen je predvsem objavljanju fotografij in videoposnetkov tako zasebnim uporabnikom, kot večjim organizacijam, ki platformo uporabljajo predvsem za oglaševanje.

Na Instagram (kot tudi Facebook ipd.) se pogosto objavlja nerealne in studijsko obdelane fotografije, ki jih zaznamuje predvsem popolnost in idealiziranost človeške podobe. Vse več ljudi poskuša skriti svoje "napake", kar naredijo s pomočjo preurejanja svojih fotografij, z rednim objavljanjem le teh pa ljudje tej popolnosti postopoma začnejo verjeti.

Štiri študentke Behavioristične fakultete na Nizozemskem (Behavioural science institute) so leta 2016 izvedle eksperiment, v katerem je sodelovalo 144 deklet od 14-18 let, ki so bile naključno izpostavljene originalnim ali preurejenim Instagram fotografijam. Rezultati eksperimenta so pokazali, da je izpostavljenost tem fotografijam vplivala na samopodobo v negativnem smislu, prizadete so bile predvsem punce z višjo tendenco socialne primerjave. Na slikah so opazile predvsem uporabo filtrov in efektov, preoblikovanje telesa pa so zaznale le redke. Obe skupini deklet so slike označile za realne, čeprav so bile daleč od tega. Raziskava je dokazala, da so dileme o preurejanju fotografij na Instagramu in posledično slabša samozavest predvsem mladih deklet, opravičene. (povzeto po: Kleemans idr., 2016)

2.3 VPLIV MEDIJEV NA DUŠEVNO ZDRAVJE

Profil na vsaj enem socialnem omrežju naj bi po raziskavi Media+ imelo 82% slovencev starih od 16 do 74 let. Na družbenih omrežjih preživijo vsaj eno uro na dan. Največ uporabnikov ima Facebook, kjer ima skoraj milijon Slovencev ustvarjen profil. Sledi mu Instagram s približno pol milijona uporabniki, naslednji so Twitter, Pinterest in LinkedIn. (Profil na vsaj enem družabnem omrežju, 2020)

Po podatkih raziskave #StatusOfMind, ki jo je izvedla RSPH (Royal society for public health) 91% procentov ljudi, starih od 16 do 24 let uporablja internet za socialna omrežja. Poudarjajo, da so socialna omrežja nov in zapleten fenomen, ki še ni povsem raziskan, veliko pa je študij, ki so izrazile resno skrb do tega, da mediji množično zelo negativno vplivajo na mlajše generacije, sploh na njihovo mentalno zdravje.

Eden izmed šestih ljudi v svojem življenju izkusi anksioznost ali depresijo. Ti dve motnji sta se v zadnjih 25 letih povečali za kar 70%. Redni uporabniki socialnih omrežij (tisti, ki preživijo več kot dve uri na dan na straneh kot so Facebook, Instagram in Twitter) pogosteje poročajo znake anksioznosti, depresivnosti in slabe samopodobe, kot tisti, ki socialna omrežja uporabljajo bolj redko, ali pa sploh ne. Prizori prijateljev, ki so ves čas na počitnicah ali v klubih lahko v nekaterih vzbudijo občutek, da drugi uživajo življenje, medtem, ko ga oni ne.

Nerealistične in preurejene fotografije primerjajo s svojim življenjem, ki se jim lahko tisti trenutek zdi dolgočasno in ničvredno.

Te nerealistične predstave mnogokrat vodijo v samozavedanje, slabšo samozavest in v težnjo po perfekcionizmu, kar se lahko spreobrne v anksioznost. Z večanjem števila profilov, ki jih imajo mladi se poveča tudi možnost duševnih motenj.

Za globoko depresijo v Združenem Kraljestvu trpi kar 80.000 mladih ljudi. Vedno več je dokazov, da so depresija, samomorilske motnje in druge podobne motnje koleracijsko povezane z uporabo socialnih omrežij. Ena od raziskav si je celo drznila napovedati depresijo pri posameznikih, izključno iz njihovih spletnih objav. Kar pri 70% procentih se je napoved tudi uresničila.

Socialna omrežja posredno vplivajo tudi na trajanje in kakovost spanca, ta pa je spet povezan z našim počutjem. Možgani se popolnoma razvijejo šele okoli 20 - 30 leta, zato mladi potrebujejo 1 do 2 uri več spanja kot odrasli. Nekateri anketiranci so že sami pri sebi ugotovili, da so zaradi odvisnosti od spleta marsikdaj prikrajšali svoj čas počitka, ki je v teh letih še kako pomemben. Pomanjkanje spanja le še povečuje možnost razvoja duševnih bolezni, kar je lahko v kombinaciji z socialnimi omrežji zelo kritično.

Omeniti je seveda potrebno tudi spletno nasilje (ang. Cyberbullying), ki je posebej nevarno za razvoj mentalnih motenj. 7 od 10 mladostnikov je spletno nasilje občutilo na svoji koži vsaj enkrat v življenju. Posledice nasilja so lahko slab šolski uspeh, depresija, anksioznost, samoškodovanje, občutki osamljenosti ter spremembe v prehrani in spanju. Ocenjeno je, da se največ nasilja dogaja na Facebooku za katerega je 37% mladostnikov vključenih v raziskavo povedalo, da nasilje doživljajo zelo pogosto. (povzeto po: RSPH, #StatusOfMind, 2017)

2.3.1 KATERO SOCIALNO OMREŽJE NAJBOLJ ŠKODUJE MENTALNEMU ZDRAVJU

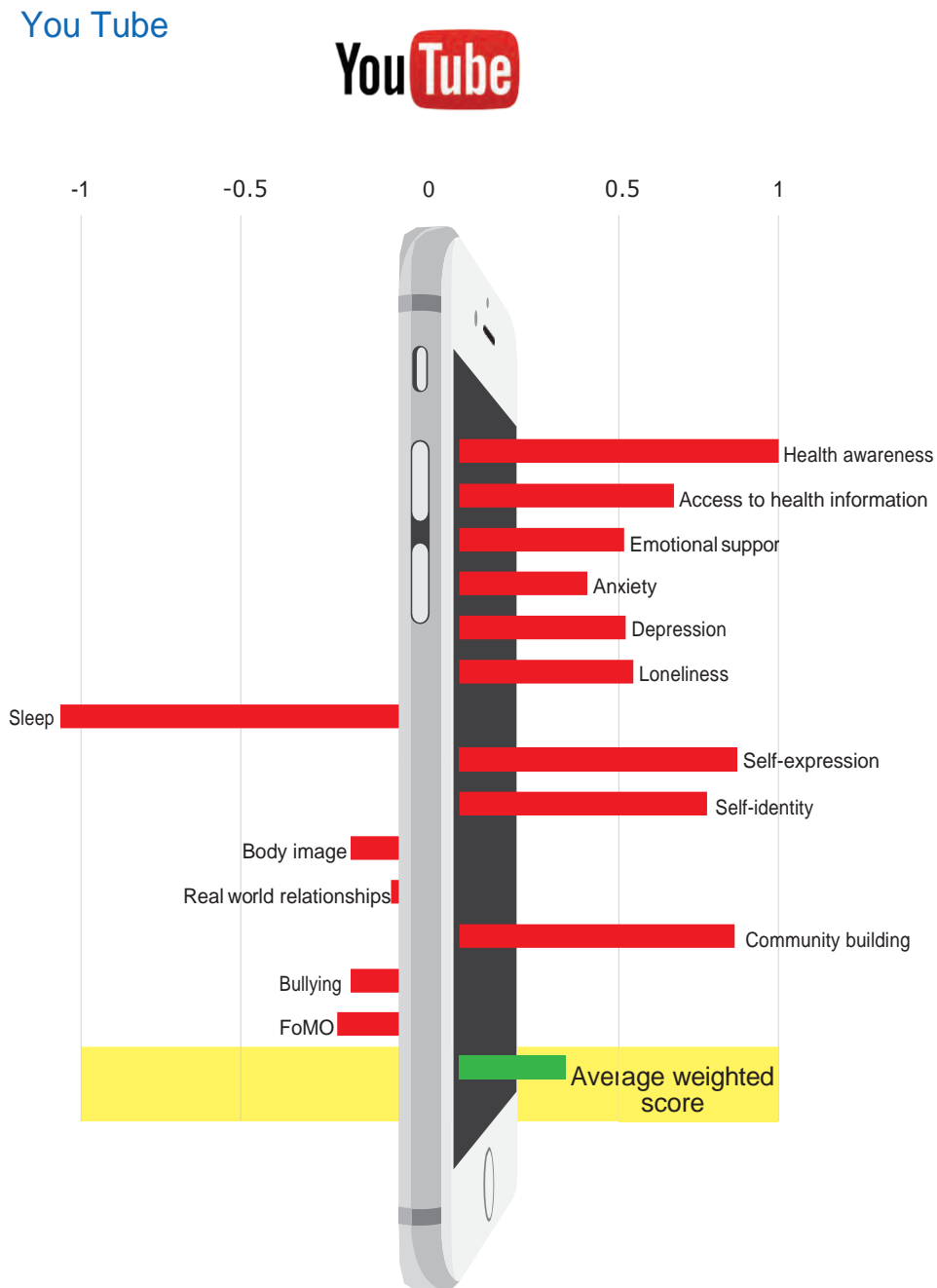
V že zgoraj omenjeni raziskavi #StatusOfMind so izvedli tudi anketo, ki naj bi pokazala katero od socialnih omrežij je najbolj škodljivo duševnemu zdravju. Na anketo je odgovarjalo 1479 ljudi (od 14 do 24 let), ki prihajajo iz Anglije, Škotske, Walesa in Severne Irske. Od februarja do marca leta 2020 so mladi odgovarjali na vprašanja o 14 različnih učinkih socialnih omrežij, povezanih z njihovim duševnim stanjem.

Po rezultatih raziskave je zdravju najbolj neprijazen Instagram, prav tista platforma, ki jo uporablja največ mladih. Pozitivne točke je platforma dobila za izražanje in iskanje samega sebe kot posameznika, za čustveno podporo in za grajenje skupnosti. Največkrat pa se je Instagram pokazal v slabi luči – močno je povezan z visoko stopnjo anksioznosti, depresije, nasilja in FOMA (fear of missing out).

Med aplikacijami se je za najbolj pozitivnega izkazal Youtube, ki je edini izmed navedenih dobil več točk za pozitivne kot negativne lastnosti. Mladostniki so povedali, da na Youtubu najdejo zelo dobre vsebine in izkušnje drugih z njihovim zdravjem, prav tako pa Youtube pogosto znižuje možnost depresije, anksioznosti in osamljenosti. Vse strani so pozitivne točke dobile za izražanje posameznika, grajenje skupnosti in čustveno podporo. Na drugo mesto po

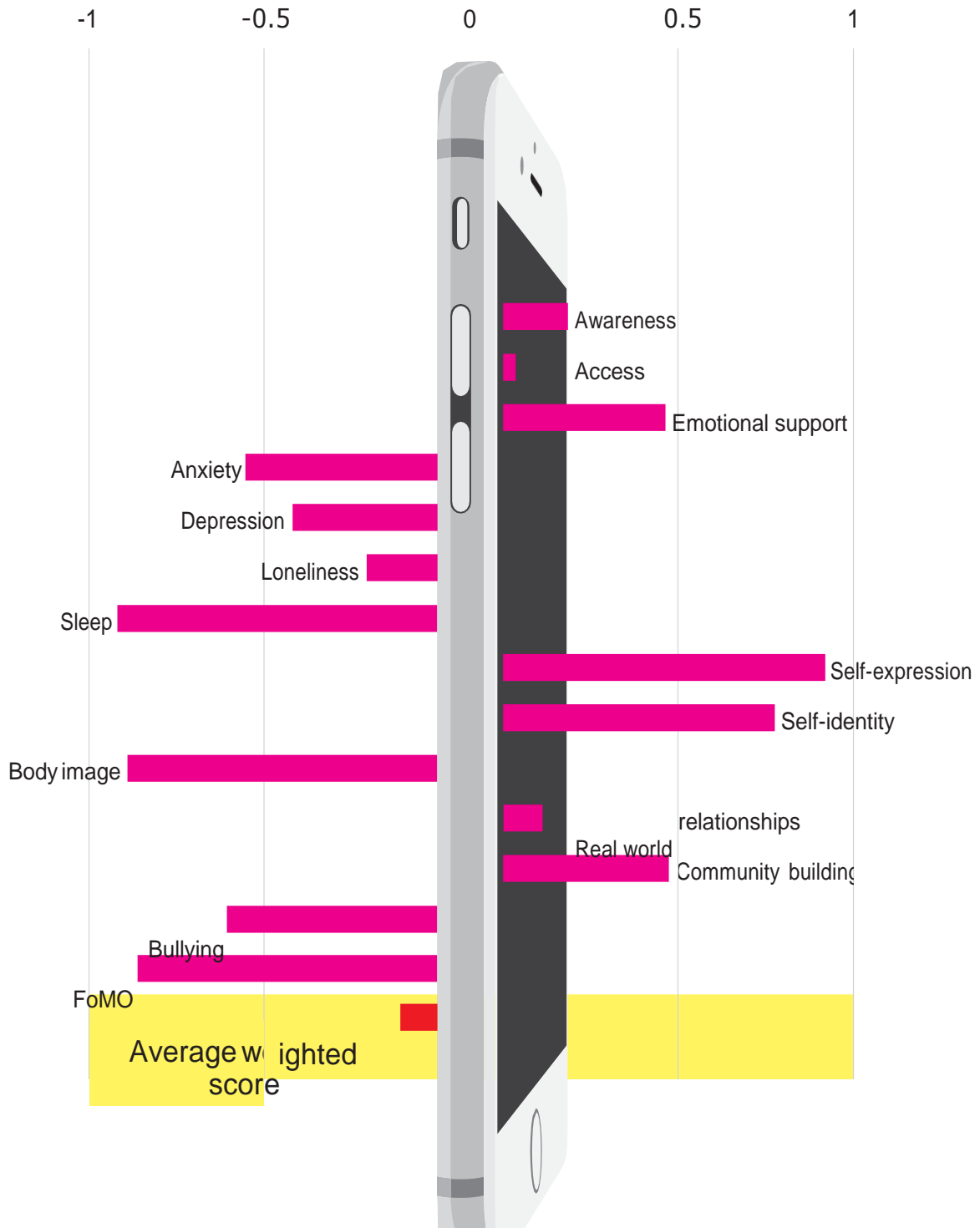
pozitivnih učinkih se je uvrstil Twitter, na tretje Facebook, temu pa sledi še Snapchat in nazadnje Instagram. (povzeto po: RSPH, #StatusOfMind, 2017)

Za lažje razumevanje ankete sem vključila dve sliki iz raziskave, ki zelo nazorno nakažeta rezultate Instagrama in Youtuba.



Slika 1: Pozitivni in negativni učinki Youtuba (Pridobljeno s: <https://cutt.ly/OcGfzoF>)

Instagram



Slika 2: Pozitivni in negativni učinki Instagrama (Pridobljeno s: <https://cutt.ly/OcGfzoF>)

3 CILJI IN HIPOTEZE

3.1 CILJI

- Predstaviti kaj so mediji in kaj je samopodoba.
- Predstaviti pozitivne in negativne vplive medijev na posameznika.
- Raziskati vpliv sodobnih medijev na samopodobo.
- Raziskati vpliv Instagrama na mlade.
- Ugotoviti, katero socialno omrežje najbolj škoduje duševnemu zdravju.
- Ugotoviti, ali se je ob odsotnosti socialnih omrežij poboljšalo mentalno zdravje.

3.2 HIPOTEZE

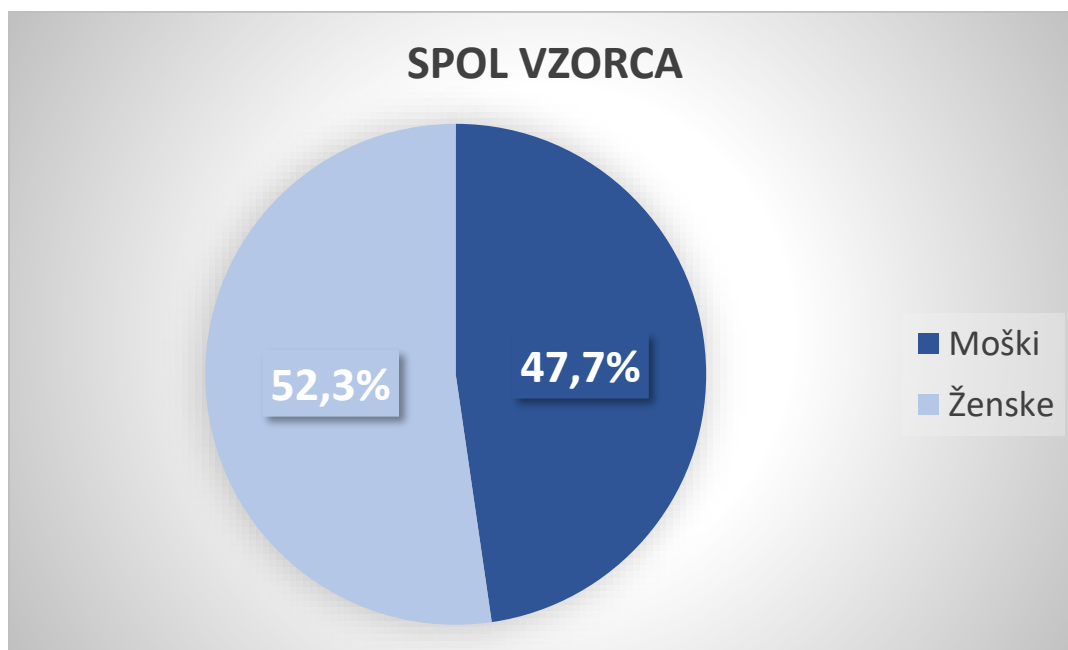
1. Hipoteza: Osebe, ki preživijo manj časa na socialnih omrežjih imajo boljše samopodobo.
2. Hipoteza: Socialna omrežja imajo večji vpliv na telesno samopodobo ženskega spola.
3. Hipoteza: Ljudje se zavedajo, da socialna omrežja škodujejo samopodobi in duševnemu zdravju.
4. Hipoteza: Instagram najbolj izmed vseh množičnih socialnih omrežij škoduje mentalnemu zdravju.
5. Hipoteza: Ob odsotnosti socialnih omrežij se lahko izboljša mentalno zdravje.

4 METODOLOGIJA

4.1 OPIS VZORCA

Vzorec je zajel 107 ljudi, starih od 18 do 60 let, od tega 51 (47,7%) moških in 56 (52,3%) žensk.

Slika 3: Graf spola vzorca



Vzorec je izbran povsem kolikor je mogoče naključno, zato da sem zagotovila čim večjo relevantnost. Vprašalnik sem poslala v tri razrede četrtih letnikov Gimnazije Šentvid in nekaj najstnikom, ki obiskujejo druge srednje šole tudi izven Ljubljane, za reprezentativnost vzorca. Vprašalnik je bil poslan preko spleta, zaradi trenutne epidemije, zato dijaki niso bili pod nadzorom, a so vseeno bili naprošeni naj odgovarjajo čim bolj resnično. Starejši del vzorca sem dosegla preko sorodnikov ter prijateljev očeta in matere. Na ta način sem želela dobiti čim večji vzorec, ki ni centraliziran samo na Ljubljano. Vprašalnik sem aplicirala decembra 2020, preko interneta.

4.2 PRIPOMOČKI

Za svojo nalogo sem uporabila vprašalnik, ki sem ga sestavila sama, konec novembra 2020 s programom Google Forms. Rezultate sem nato razvrstila in pregledala v programu Google Sheets.

Vprašalnik je zasnovan tako, da sem z njim lahko zavrgla ali potrdila svoje hipoteze, na katere nisem našla točno določenih odgovorov v literaturi ali pa sem želela že znane podatke preveriti še sama. Vprašalnik sem hotela ohraniti kratek, a ne preskromen, saj je tako več možnosti, da ne bo do konca vprašalnika padla motivacija sodelujočih. Obsega 10 oz. 11 vprašanj, odvisno od odgovora vprašanih. 7 vprašanj je zaprtega tipa, kjer so vnaprej podani najbolj verjetni odgovori, 1 ocenjevalna lestvica, 2 vprašanja sta kombiniranega tipa, kjer so

spraševanci imeli možnost odgovora "drugo" in 1 vprašanje odprtega tipa, kjer je bil odgovor popolnoma prost in ne sugeriran. Z tako izbiro vprašanj sem hotela izluščiti pozitivne lastnosti vseh tipov vprašanj in čim bolj ohraniti motivacijo za odgovarjanje in realne rezultate. Nekatero rezultate sem razvrstila in primerjala glede na starost in spol.

4.3 POSTOPEK ZBIRANJA PODATKOV

Podatke sem zbrala z vprašalnikom, ki sem ga naredila 17. novembra, ga poslala v vpogled mentorju in ga nato nekaj dni v decembru posredovala vprašancem. Zaradi trenutne situacije socialnega distanciranja sem vprašalnik implicirala preko interneta in ga poslala preko različnih socialnih omrežij – Messengerja, Snapchata, Instagrama in elektronske pošte. Vprašalnik je bil odprt 2 tedna – od 14. do 28. decembra.

Razredi v katere sem poslala vprašalnik so 4.a, 4.b in 4.d (športni razred). Ostale sodelujoče sem naključno izbrala med mojimi prijatelji, starejši od 50 let pa so moji sorodniki ali družinski prijatelji.

Nagovor, ki so ga prejeli je " Pozdravljeni, sem Pika Miškulin, dijakinja 4. letnika in delam maturitetno seminarso nalogo pri predmetu psihologija. Naprošam vas, da izpolnite anketo, vsi podatki so anonimni," zraven pa sem še v sporočilu pripisala, da gre za raziskovalno nalogo in jih prosila, naj odgovarjajo resno in iskreno, saj je vprašalnik popolnoma anonimen. Čas odgovarjanja je bil neomejen.

4.4 OBDELAVA PODATKOV

Zbrane podatke sem obdelala s pomočjo Google Sheets in Excela. Izračunala sem frekvence v odstotkih in podatke po hipotezah predstavila tabelarično in grafično s pomočjo krožnih prikazov in histogramov, s katerimi sem poskušala čim bolj nazorno predstaviti dobljene ugotovitve. Hipoteze sem glede na pridobljene podatke potrdila ali zavrnila.

5 REZULTATI IN INTERPRETACIJE

5.1 HIPOTEZA 1:

Osebe, ki preživijo manj časa na socialnih omrežjih imajo boljšo samopodobo.

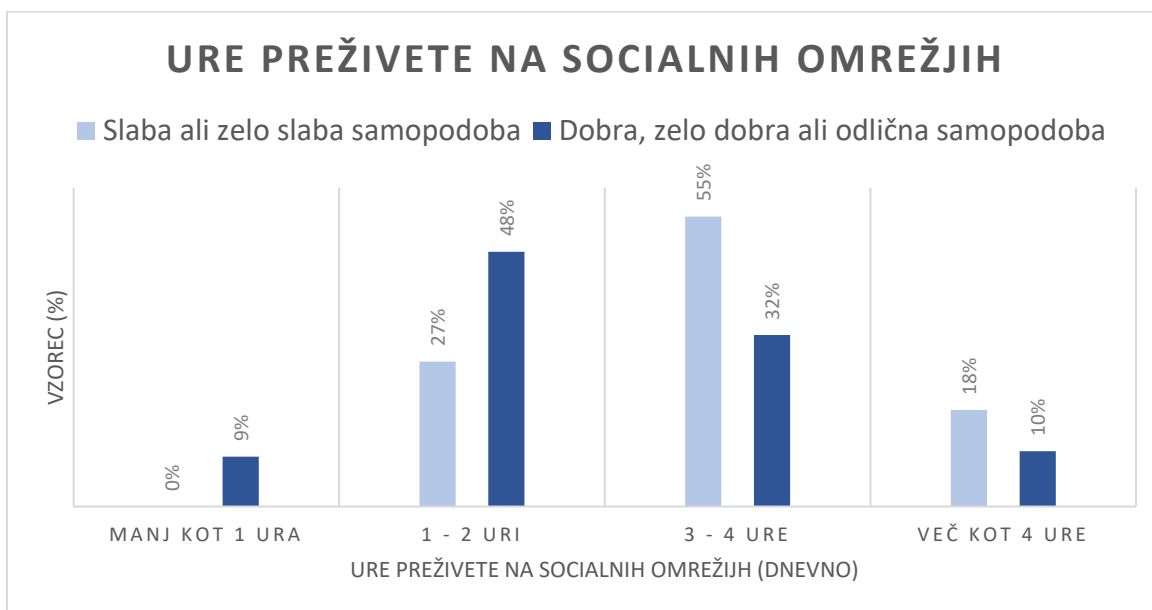
Tabela 1: Število ur preživetih na socialnih omrežjih (dobra samopodoba)

Koliko ur na dan preživijo na socialnih omrežjih osebe z dobro, zelo dobro in odlično samopodobo?	število oseb
3-4 ure na dan	31
1-2 uri na dan	46
Več kot 4 ure na dan	10
Manj kot eno uro	9

Tabela 2: Število ur preživetih na socialnih omrežjih (slaba samopodoba)

Koliko ur na dan preživijo na socialnih omrežjih osebe s slabo ali zelo slabo samopodobo?	število oseb
3-4 ure na dan	6
1-2 uri na dan	3
Več kot 4 ure na dan	2
Manj kot eno uro na dan	0

Slika 4: Ure preživete na socialnih omrežjih



Opis rezultatov za H1:

Hipoteza je potrjena, saj je po grafu razvidno, da ljudje s slabšo samopodobo preživijo več časa na socialnih omrežjih, kot tisti, ki imajo dobro, zelo dobro ali odlično samopodobo. Kar 73% ljudi z slabo samopodobo preživi na socialnih omrežjih vsaj 3 ure dnevno in niti en manj kot eno uro na dan. Od anketirancev, ki imajo dobro samopodobo, pa jih le 42% uporablja socialna omrežja 3 ali več ur na dan, 9% pa manj kot 1 uro.

Interpretacija:

Rezultat se ujema z raziskavo, ki jo je izvedla organizacija Royal society for public health, v kateri so prav tako ugotovili, da tisti, ki preživijo na socialnih omrežjih več časa, pogosteje poročajo znake slabše samopodobe. Tak rezultat sem pričakovala, saj sem si že sama večkrat vzela odmor od socialnih omrežij, ker so zelo vplivala predvsem na telesno samopodobo. Podobne izkušnje imam tudi s prijateljicam, s katerimi se večkrat pogovarjamo o negativnih vplivih socialnih omrežjih. Do slabšanja samopodobe pride, ker so na socialnih omrežjih slike retuširane in selekcionirane, zato so ljudje videti popolnejši kot v resnici. Pogosto so na socialnih omrežjih vsi nasmejani in s svojimi objavami prikazujejo le najsvetlejše trenutke svojega življenja, npr. potovanja. Videti je, kot da si oni lahko privoščijo več od drugih, zato mnogi postanejo nesrečni s samim seboj ali s svojim finančnim položajem.

5.2 HIPOTEZA 2

Socialna omrežja imajo večji vpliv na telesno samopodobo ženskega spola.

Moški:

Tabela 3: Počutje moških o svojem telesu zaradi uporabe socialnih omrežij

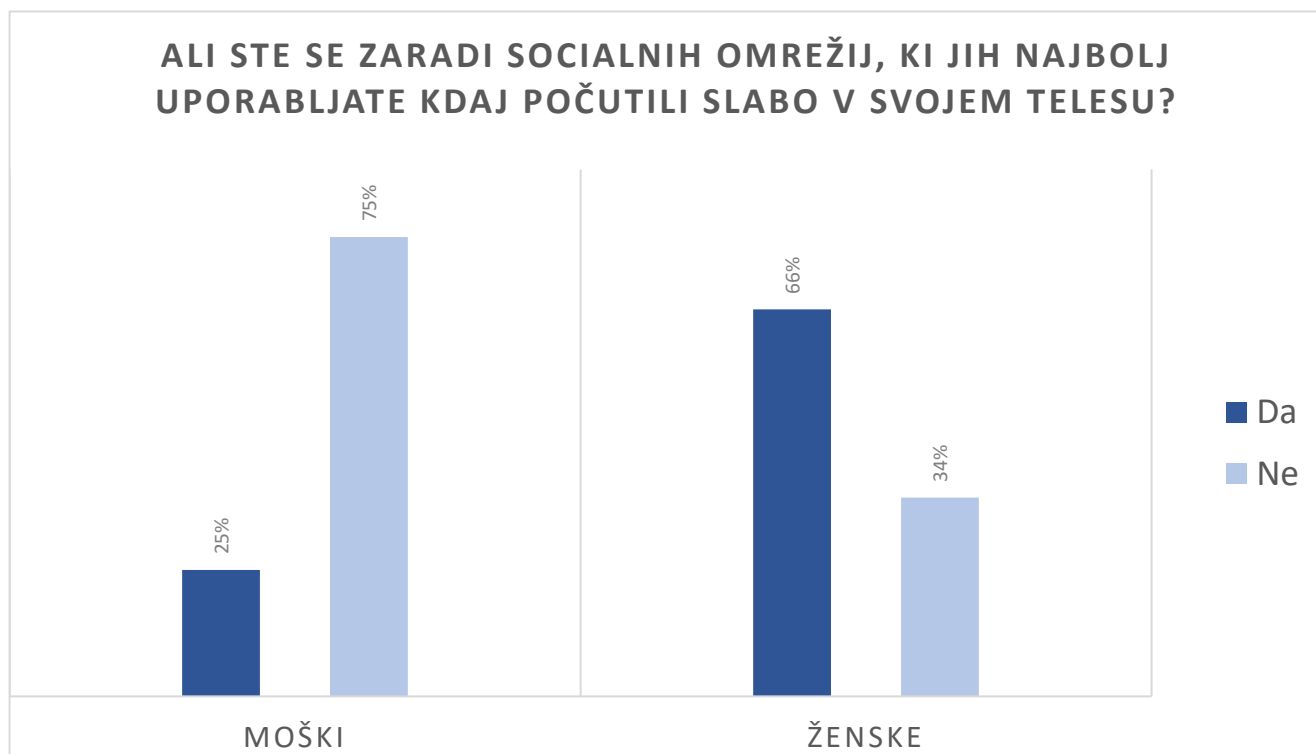
Ali ste se zaradi socialnih omrežij, ki jih najbolj uporabljate kdaj počutili slabo v svojem telesu?	Število oseb	%
Da	13	25
Ne	38	75

Ženske:

Tabela 4: Počutje žensk o svojem telesu zaradi uporabe socialnih omrežij

Ali ste se zaradi socialnih omrežij, ki jih najbolj uporabljate kdaj počutili slabo v svojem telesu?	Število oseb	%
Da	37	66
Ne	19	34

Slika 5: Slabo počutje o svojem telesu glede na omrežje, ki ga največ uporabljajo



Opis rezultatov za H2:

Hipoteza je potrjena, namreč 66% (37 od 56) žensk se je zaradi socialnih omrežij že počutilo manjvredne, procent moških, ki so se že počutili manjvredne pa je 22%.

Interpretacija:

Vprašala sem se, zakaj bi se ženske slabše počutile kot moški zaradi vpliva socialnih omrežij? Ženske se glede na raziskavo, ki jo je izvedel SIRC na Švedskem, začnejo obremenjevati s telesnim izgledom veliko prej kot moški, kar je lahko eden izmed razlogov za dobljeni rezultat. Čeprav se na socialnih omrežjih pojavlja tudi vedno več fotografij popolnih, mišičastih teles moških, se ti za to obremenjujejo veliko manj kot ženske.

Ženske so bile skozi zgodovino pogosto podrejene moškim, zato še vedno zelo rade prisluhnejo njihovem mnenju, tudi o tem, kakšna naj bi bila idealna ženska, in se temu idealu poskušajo približati.

Raziskave Muska o vrednotah Slovencev pa so pokazale, da so pri ženskah so višje cenjene estetske vrednote, lepota in izgled kot pri moških, kar bi znalo vplivati na to, da se jih tudi izjave oziroma komentarji drugih o njihovem izgledu ali neurejenosti na socialnih omrežjih precej bolj dotaknejo in jih prizadenejo kot moške. Od žensk se stereotipno v družbi bolj pričakuje da bodo lepe in urejene, tradicionalno se govori, da ženske preživijo več časa v kopalnici in pred ogledalom kot moški. Stereotipno pa se od moških bolj pričakuje, da so racionalni in močni in se manj ukvarjajo s svojim izgledom, čeprav tu sodobni čas prinaša tudi nove standarde in potrebo po tem, da so tudi moški negovani in urejeni, kar se imenuje psihološka androginijska nasproti tradicionalnim spolnim vlogam.

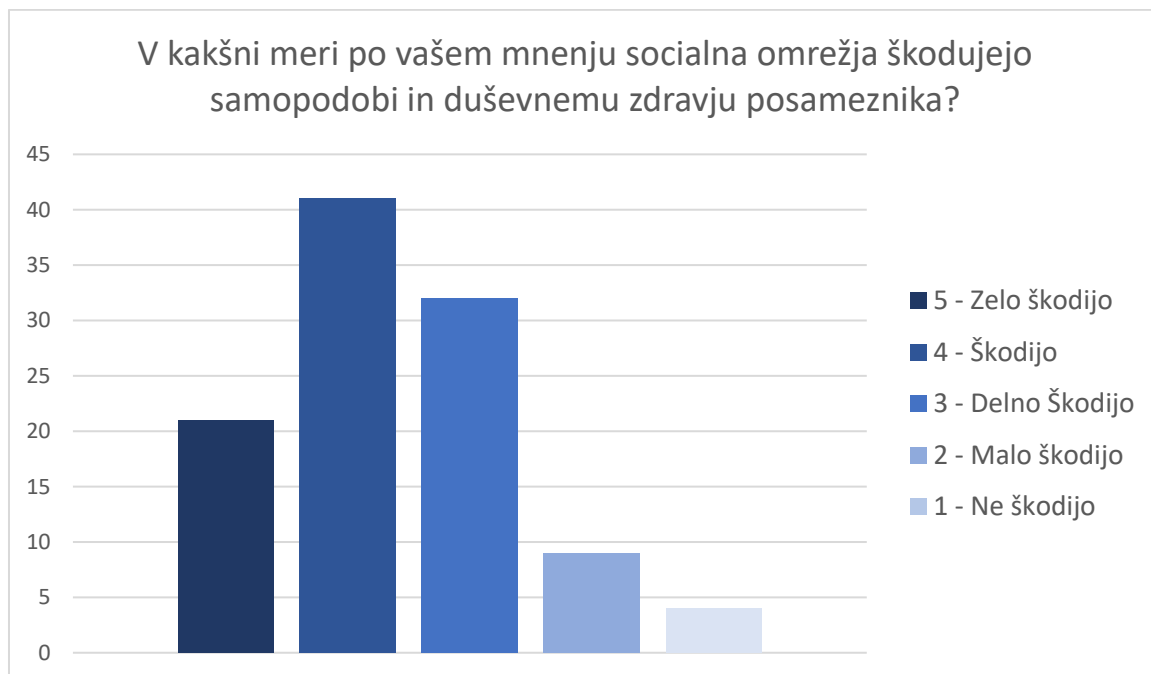
5.3 HIPOTEZA 3

Ljudje se zavedajo, da socialna omrežja škodujejo samopodobi in duševnemu zdravju.

Tabela 5: Škodovanje socialnih omrežij samopodobi in duševnemu zdravju

V kakšni meri po vašem mnenju socialna omrežja škodujejo samopodobi in duševnemu zdravju posameznika?	Vzorec
5 - Zelo škodijo	21
4 - Škodijo	41
3 - Delno škodijo	32
2 - Malo škodijo	9
1 - Ne škodijo	4

Slika 6: Stopnja škodljivosti socialnih omrežij samopodobi in duševnemu zdravju



Rezultati:

Hipoteza je potrjena, saj le 12% vzorca (13 od 107) misli, da socialna omrežja ne škodujejo samopodobi in duševnemu zdravju.

Interpretacija:

Ljudje se vedno bolj zavedajo negativnih učinkov socialnih omrežij na njihovo počutje, kakovost spanja, medosebno odnose ... in jih tudi vedno bolj raziskujejo ter poudarjajo škodo, ki jo predvsem pretiran čas pred omrežji prinaša za uporabnike. Veliko se piše o škodi, ki jo Menim, da se kljub temu zavedanju ljudje še vedno preveč zadržujemo na njih in s tem še poslabšujemo svojo samopodobo in duševno stanje. Mentalnemu zdravju škodujejo, ker

prikazujejo srečne/uspešne/nasmejane ljudi v najlepših trenutkih, sami pa se ne počutimo vedno tako srečno in optimistično. Želimo si vsega, kar se izjemnega dogaja drugim, saj razkazujejo, kje so bili in kako so uživali, sami pa tega nimamo in tega ne moremo imeti, kar nas dela nesrečne. Na samopodobo vplivajo negativno, ker so posnetki olepšani s fotomontažo in se mi primerjamo z nečim, česar v realnosti sploh ni. Vedno manj je takih, ki negativne posledice socialnih omrežij občutijo v manjši meri ali pa jih sploh ne.

5.4 HIPOTEZA 4

Instagram najbolj izmed vseh množičnih socialnih omrežij škoduje mentalnemu zdravju .Prvo vprašanje je bilo *Katero omrežje najpogosteje uporabljate?*, drugo pa *Ali ste se zaradi socialnega omrežja, ki ga uporabljate največ, kdaj počutili manjvredne?*

Tabela 6: Osebe, ki so se počutile manjvredne zaradi socialnega omrežja, ki ga uporabljajo največ

Socialna omrežja	Koliko oseb se je počutilo manjvredne zaradi socialnega omrežja, ki so ga uporabljali največ
Instagram	28
Tiktok	1
Facebook	6
Youtube	8
Snapchat	6
Linkedin	0
Discord	1

Opis rezultatov:

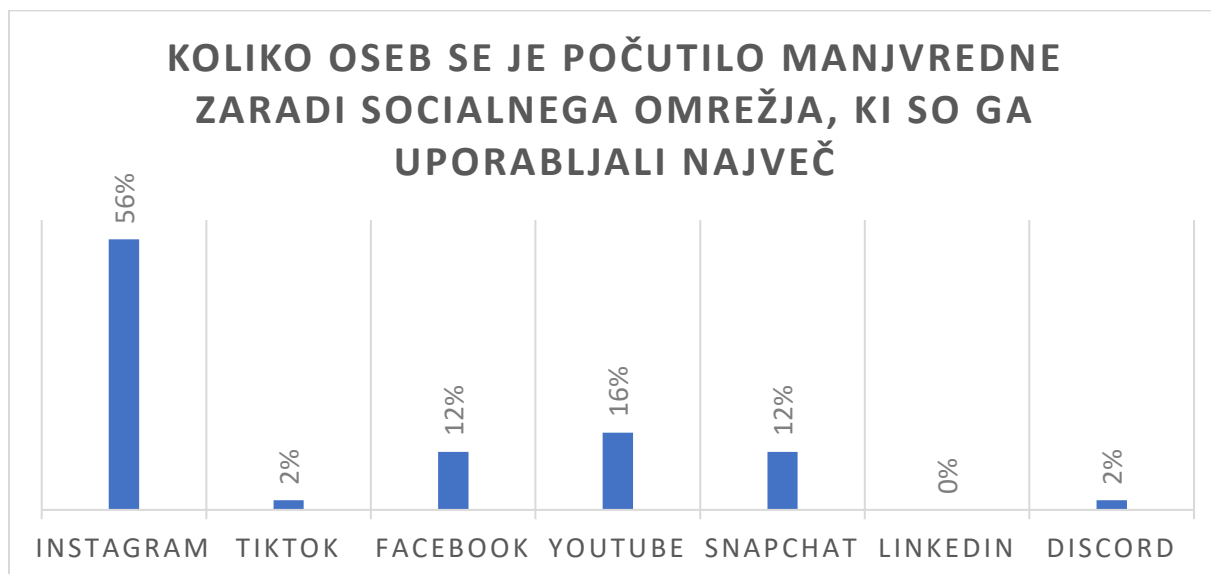
Od 107 ljudi se je 50 oseb počutilo manjvrednih zaradi socialnega omrežja, ki ga uporabljajo največ (glej Tabela 3 in Tabela 4). Hipoteza je potrjena, saj se je največ ljudi počutilo manjvredno zaradi Instagrama (28 od 50). Tudi po mnenje celotnega vzorca (tudi tistih, ki se zaradi socialnih omrežij niso nikoli počutili manjvredne) je najbolj škodljiv Instagram, saj tako meni kar 68% vseh vprašancev.

Interpretacija:

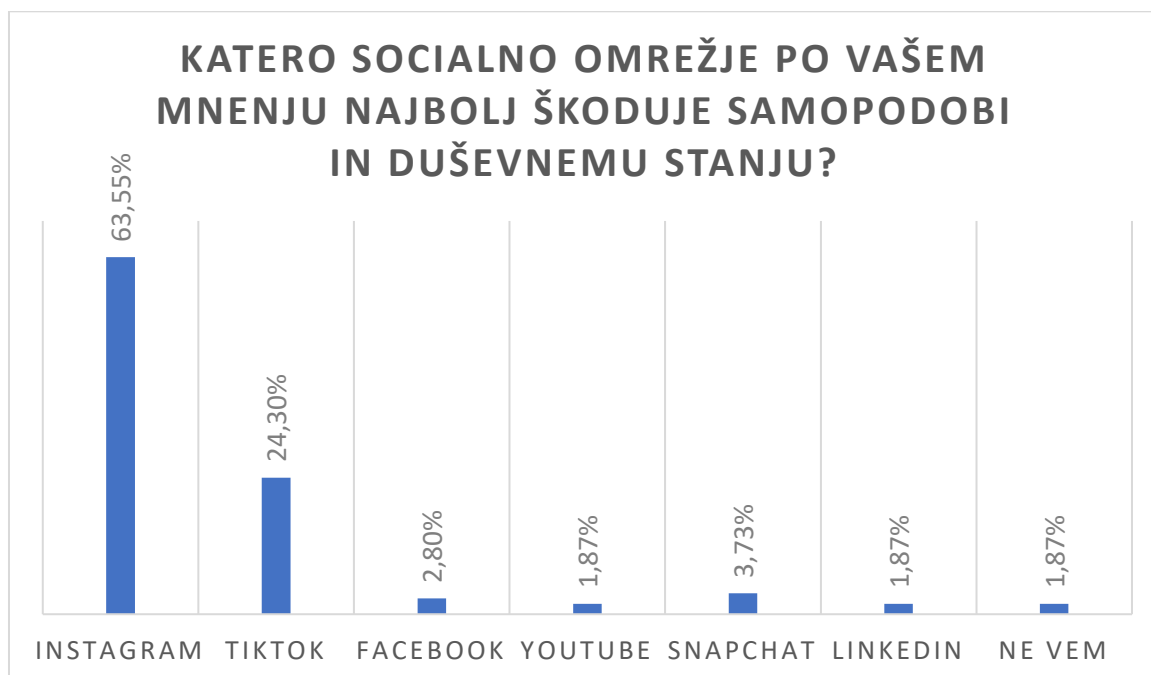
Rezultati so pričakovani in še dodatno potrjujejo raziskavo #StatusOfMind, v kateri so prav tako največ negativnih vplivov odkrili pri Instagramu. Omenjena platforma je najbolj razširjen pri mladih, vedno več pa ga uporabljajo tudi starejši. Nanjo se objavlja slike in videe, ki so lahko profesionalno obdelani. Mnogokrat se ljudje na Instagramu prikazujejo v najboljši luči in svoje življenje predstavljajo kot popolno. Take objave lahko močno vplivajo na mlajše, ker se želijo identificirati z idoli, ki (večinoma) objavljajo le najbolj svetle trenutke svojega življenja, socialno manj zaželeno čustva (žalost, strah, jezo..) pa na socialnih omrežjih po navadi skrivajo. Take vsebine močno vplivajo tudi na tiste, ki imajo nizko stopnjo samozaupanja in samospoštovanja, in se zaradi tega veliko primerjajo z ljudmi, ki jih vidijo na socialnih omrežjih in večkrat poročajo o anksioznosti, depresiji, spletnemu nasilju in FOMU (fear of missing out).

Zanimiv podatek je, da se je le 1 oseba počutila manjvredno zaradi TikToka, za katerega sem predvidevala, da bo bolj škodljiv kot Facebook in Youtube. Enakega mnenja so bili tudi vprašanci, a se na mojem vzorcu to ni izkazalo za pravilno. Instagram ima tako močen vpliv, ker nanj lahko naložimo žive slike in videe, ki dajejo občutek realnosti, a so z današnjo tehnologijo prav tako obdelani. Pri dobljenem rezultatu je potrebno tudi upoštevati, da v vzorcu prevladuje starostna skupina mladih, ki najve uporabljajo Instagram. Če bi to vprašanje postavili vzorcu, kjer bi prevladovali ljudje starejši od 50 let, bi se za najbolj škodljivega verjetno izkazal Facebook.

Slika 7: Osebe, ki se počutijo manjvredne zaradi socialnega omrežja



Slika 8: Najbolj škodljivo socialno omrežje po mnenju vzorca



5.5 HIPOTEZA 5

Odsotnost socialnih omrežij pozitivno vpliva na počutje posameznika.



Kako je odmor od socialnih omrežij vplival na vas in vaše zdravje?	Število anketirancev
Pozitivno	55
Negativno	0

Opis rezultatov:

Hipoteza je potrjena, saj je kar 95% (55 od 58) ljudi, ki so si že vzeli odmor od socialnih omrežij, občutilo pozitivne spremembe svojega počutja. Na 4% odmor ni vplival, na nobenega pa odmor ni vplival negativno. Svoj odgovor je od 61 ljudi, ki so si vzeli odmor socialnih omrežij, prispevalo 58 ljudi. 3 od tega so napisali, da na njih odmor ni vplival, eden od teh meni, da je bil verjetno odmor prekratek. Odgovori tistih, na katere je odmor pozitivno vplival, so bili (zelo podobnih odgovorov nisem ponavljala):

-pozitivno

-dobro, manj obremenjenosti s telefonom

-dobro, našel sem čas in počel stvari, ki jih drugače ne bi

-več časa za družino, šport, šolo

-precej sem se mentalno odpočila

-Vzela sem si daljši odmor cca 1 mesec in ko sem prišla nazaj sem ugotovila, da se stvari niso sploh nič spremenile in sem Instagram dokončno zbrisala. Najboljša izbira v mojem življenju:)

-Pravzaprav sem se odpovedal nekaterim socialnim omrežjem, ker sem mnenja, da mi je eno dovolj. Počutim se bolj svobodnega.

-Zelo pozitivno vendar sem se moral zaradi korone vrniti nazaj na socialna omrežja.

-Dneve začneš preživljati bolj sproščeno, ni več občutka neznanega pritiska.

Interpretacija:

Odsotnost socialnih omrežij po poročanju več kot polovice respondentov pozitivno vpliva na počutje posameznika, ker imajo ljudje tako več prostega časa, ki so ga lahko porabili na bolj konstruktiven način.

Odmor od socialnih omrežij je pozitivno vplival tudi na duševno zdravje, saj so se nekateri mentalno odpočili in niso več čutili konstantnega pritiska, ker niso več videli obdelanih fotografij in idealiziranih življenj, ter se tako lahko bolj osredotočili na svojega. Eden od vprašanih si je po 1 mesecu pavze celo permanentno izbrisal Instagram račun, ki se je v H4 izkazal za najbolj škodljivega. Kot kaže tudi mladi ugotavljajo to, kar večkrat lahko beremo v literaturi, namreč da zaradi nenehne prisotnosti pametnih telefonov in socialnih omrežij v našem življenju doživljamo več stresa, saj moramo nenehno slediti vsem objavam, saj obstaja kar strah, da bomo kaj pomembnega zamudili in ne bomo v toku dogodkov.

6 SKLEPI

Pri izdelavi raziskovalne naloge sem se veliko naučila in potrdila stvari, ki so se dogajale meni npr. slabša samopodoba zaradi pogoste uporabe socialnih omrežij, le da sem vse to raziskala na večjem in bolj reprezentativnem vzorcu.

Ugotavljala sem če uporaba socialnih omrežij vpliva na samopodobo in duševno zdravje, predvsem mladostnikov. Ugotovila sem, da imajo osebe, ki preživijo manj časa na socialnih omrežjih boljšo samopodobo (H1) in da se večina ljudi zaveda, da socialna omrežja škodujejo zdravju (H3). Slabša samopodoba in več primerjanja z drugimi je značilno predvsem za ženski spol (H2), ki negativna čustva o sebi začnejo doživljati prej kot moški. Eno izmed mojih vprašanj je bilo tudi, če so si od socialnih omrežij vprašanci že kdaj vzeli odmor in kako je na njih vplival (H5). Odmor je pozitivno vplival na skoraj vse, le manjši odstotek je poročal, da odmor na njih ni vplival, na nobenega pa ni vplival negativno. Kljub temu pa trenutno socialna omrežja uporabljajo vsi anketiranci. Med množico omrežij, ki obstaja, se je za najbolj škodljivega izkazal Instagram (H4), kar je pričakovano, ker je najhitreje rastoče omrežje in ga največ uporabljajo mladi.

Izkazalo se je tudi, da čas, ki ga preživimo na socialnih omrežjih povečuje možnost pojava anksioznosti, depresije, spletnega nasilja in FOMA.

Seveda mediji in socialna omrežja nimajo le negativnih učinkov. So nujen sestavni del našega življenja, pomembno je le, da pri njihovi rabi najdemo pravo ravnotežje. Sploh sedaj, v času pandemije koronavirusa so za mnoge postali pomemben vir informacij in tudi prostor za druženje, ker je neposredno druženje z vrstniki zelo omejeno.

Mladi na socialnih omrežjih najdejo veliko poučnih vsebin, ki jim pomagajo pri šolski samopodobi, prav tako pa si lahko pomagajo z izkušnjami reševanja različnih problemov, ki jih nekateri delijo na spletu in si s tem lajšajo občutke osamljenosti.

7 OCENA NALOGE

7.1 PREDNOSTI

Menim, da je tema raziskovalne naloge zelo pomembna in aktualna, še posebej za čas od začetka epidemije, ker se je uporaba medijev še toliko povečala. Ključno je, da ob tako množični uporabi novodobnih medijev, kot so socialna omrežja, raziskujemo in poznamo negativne ter pozitivne lastnosti le teh. Verjamem, da bi se z širjenjem znanja o vplivu medijev vsaj malo zmanjšala razširjenost duševnih motenj in nizke samopodobe, ker bi ljudje sčasoma spoznali, da mediji večkrat prikazujejo stvari, ki niso realne, ki so pretirane ali idealizirane.

Prednost moje naloge je bila, da je ta tema zelo aktualna in o njej se najde veliko virov, drži pa, da se o njej veliko več prebere na internetu, kot v knjigah, ker je razvoj medijev tako hiter, da mu knjige težko zares sledijo. Prednost se mi zdi tudi, da sem veliko izhajala iz lastnih izkušenj (v zadnje pol leta se veliko ukvarjam s socialnimi omrežji) in ker spadam v starostno skupino mladostnikov, ki je v mojem vzorcu prevladovala, sem lahko postavila zanimive in bolj aktualne hipoteze. Ker je tema poznana mladim in ker je anketa anonimna, po zadnjem odprtem vprašanju sodeč predvidevam, da so jo rešili resno in resnično.

7.2 SLABOSTI

Pomanjkljivost moje seminarske je premalo pisnih virov, ki so bolj zanesljivi od spletnih, a pridobitev le teh zaradi letošnje situacije ni bilo mogoče. Pomanjkljivost je tudi to, da sem se s tako raziskovalno nalogo seznanila prvič in sem v anketo vključila vprašanje, ki ga za potrditev hipotez nisem potrebovala, podatki pa so bili tudi težki za obdelati ker sem anketo naredila v programu Google Docs, ki ga prej še nikoli nisem uporabila in ker so nekatere hipoteze potrdili le podatki določene skupine (npr. skupina enega spola), ki jih je bilo težko izluščiti. Če bi okoliščine to dopuščale, bi v to raziskovalno vložila več časa in sredstev, jo izvedla na večjem vzorcu ter med seboj primerjala tudi prebivalce mest in podeželja, različne ekonomske razrede, različno izobražene ljudi, pripadnike različnih kultur in podobno. Rezultate bi bilo zanimivo preveriti z eksperimentom, ker verjamem, da se nekateri ljudje ne zavedajo, koliko časa dejansko preživijo na socialnih omrežjih.

Če bi imela možnost narediti vprašalnik še enkrat, bi vanj vključila več vprašanj odprtega tipa, saj se mi zdi, da sem z vprašanji zaprtega tipa preveč omejila vprašance in nisem dobila tako globokega vpogleda v njihova stališča do socialnih omrežij, kot bi ga lahko.

7.3 PREDLOGI IZBOLJŠAV

Vzorec bi moral biti večji, da bi bili rezultati raziskave bolj resnični. Raziskava bi bila še bolj zanimiva, če bi anketo poslala tudi več starejšim ljudem, ki niso zrastle s toliko tehnologije in bi lahko primerjala razlike v samopodobi med mlajšimi in starejšimi generacijami. Če bi

imela več časa in poznanstev, bi se lahko posvetovala s strokovnjaki in dobila razmišljanja ljudi, ki se s temi temami srečujejo vsak dan. Prav tako bi si zastavila več vprašanj in hipotez, moj vprašalnik bi še dodelala in ga poslala še enkrat. Zdi se mi, da je to temo vredno še nadaljnje raziskovati, saj predvidevam, da bo vpliv že zdajšnji močen vpliv medijev vedno močnejši. Sploh pa bi raziskovanje te teme bilo potrebno po času epidemije, kjer so mediji in socialna omrežja bili neprestano z nami in si se od njih težko odpočil. Glede na to, da je zelo malo raziskav o vplivu socialnih omrežij na moški spol, bi bilo ključno narediti tudi korak v to smer.

8 VIRI

8.1 PISNI VIRI

- Erjavec, K., Volčič, Z. (1999). *Odraščanje z mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine.
- Kompare, A., idr. (2009). *Uvod v psihologijo*. Ljubljana: DZS.
- Lahe, D. idr. (2018). *Subkulture: prispevki za kritiko in analizo družbenih gibanj*. Maribor: Kulturni center Maribor.
- Počkar, M., Tavčar Kranjc, M. (2011). *Sociologija*. Ljubljana: DZS.
- Vehovar, V. (2007). *Mobilne refleksije*. Ljubljana: FDV.

8.2 SPLETNI VIRI

- Fox, K. (1997). *Mirror, mirror*. (Cit. 25.11.2020). Pridobljeno s <http://www.sirc.org/publik/mirror.html>
- Hribar, N. (2015). *Samopodoba kot nenehno spreminjajoči se pojav*. (Diplomska naloga.) Univerza na Primorskem, Koper. (Cit. 20.11.2020). Pridobljeno s https://www.famnit.upr.si/files/zakljucna_dela_repo/317
- Kastelic, M. (2004). *Vpliv medijev na samopodobo žensk*. (Diplomsko delo.) Univerza v Ljubljani, Ljubljana. (cit. 24.11.2020). Pridobljeno s <http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Kastelic-Maja.PDF>
- Kleemans M., Daalmans S. (2016). *Picture perfect*. (Cit. 20.11.2020). Pridobljeno s <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15213269.2016.1257392?src=recsys&>
- Saje, K. (2013). *Vladavina medijev*. (Cit. 20.11.2020). Pridobljeno s http://dk.fdv.uni-lj.si/diplomska_dela_1/pdfs/mb11_saje-karmen.pdf
- Steinsbekk S. (2020). *The impact of social media*. (Cit. 25.11.2020) Pridobljeno s <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563220302806?via%3Dihub>
- *22 examples of the positive impact of social media*. (Cit. 24.11.2020) Pridobljeno s <https://smartsocial.com/positive-impact-of-social-media/>
- *'Fear of missing out'*. (Cit. 20.11.2020). Pridobljeno s <https://www.ntu.ac.uk/about-us/news/news-articles/2018/06/fear-of-missing-out-driving-social-media-addiction,-study-suggests>
- *Profil na vsaj enem družbenem omrežju ima 1,25 milijona prebivalcev Slovenije*. (Cit. 26.11.2020). Pridobljeno s <https://www.racunalniskenovice.com/novice/splet/socialna-omrezja/facebook/profil-na-vsaj-enem-druzbenem-omrezju-ima-125-milijona-prebivalcev-slovenije.html>
- *#StatusOfMind*. (Cit. 26.11.2020). Pridobljeno s <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>

9 PRILOGE

9.1 VPRAŠALNIK

Vpliv sodobnih medijev na razvoj osebnosti

05/04/2021, 19:35

Vpliv sodobnih medijev na razvoj osebnosti

Pozdravljeni, sem Pika Miškulin, dijakinja 4. letnika in delam maturitetno seminarsko nalogo pri predmetu psihologija. Naprošam vas, da izpolnite anketo, vsi podatki so anonimni.

1. Vaš spol

ženski

moški

2. Vaša starost:

manj kot 14 let

14-18 let

19-24 let

25-40 let

41-60 let

več kot 60 let

3. Kako bi ocenili svojo samopodobo?

Kot odlično

Kot zelo dobro

Kot dobro

Kot slabo

Kot zelo slabo

4. Ali uporabljate socialna omrežja?

Da

Ne

5. Koliko časa na dan približno preživite na socialnih omrežjih?

Manj kot eno uro

1-2 uri na dan

3-4 ure na dan

Več kot 4 ure na dan

6. Katero omrežje najpogosteje uporabljate?

Instagram

Facebook

Snapchat

LinkedIn

Youtube

Tiktok

Drugo: _____

7. Ali ste se zaradi socialnih omrežij kdaj počutili manjvredne?

Da

Ne

8. V kakšni meri po vašem mnenju socialna omrežja škodujejo samopodobi in duševnemu zdravju posameznika?

1 2 3 4 5

Sploh ne škodujejo Zelo škodujejo

9. Katero socialno omrežje po vašem mnenju najbolj škoduje samopodobi in duševnemu stanju?

Instagram

Facebook

Snapchat

Tiktok

LinkedIn

Youtube

Drugo: _____

10. Ali ste si kdaj vzeli odmor od socialnih omrežij?

Da

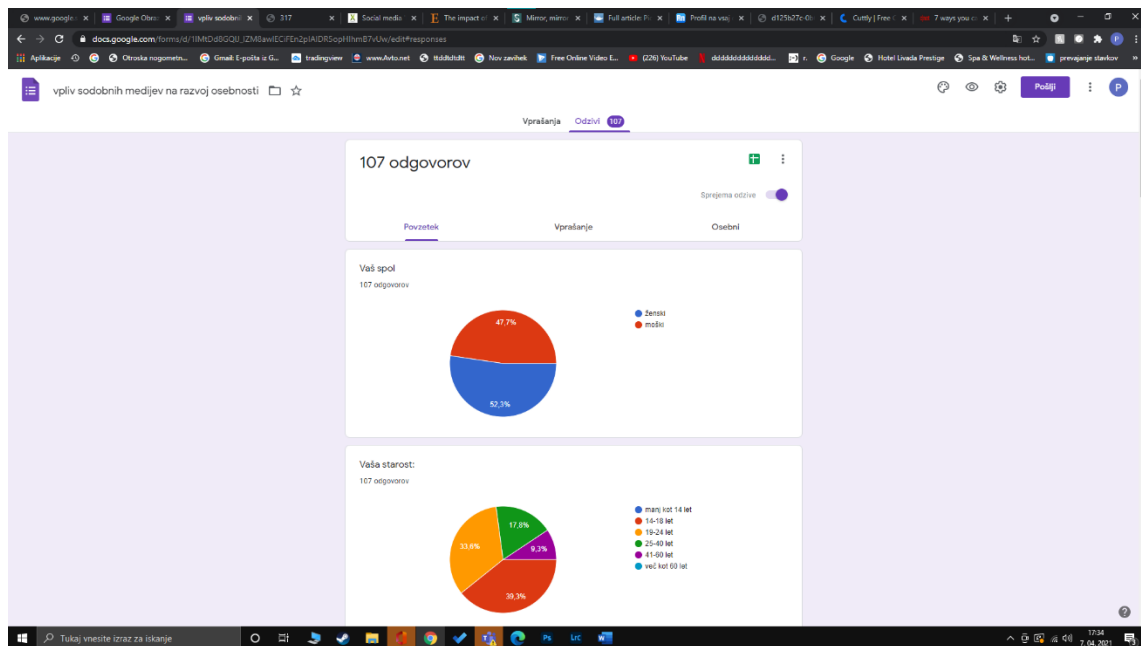
Ne

11. Kako je odmor od socialnih omrežij vplival na vas in vaše zdravje?

Google ni niti ustvaril niti odobril te vsebine.

Google Obrazci

9.2 SUMARNIK SPLETNE ANKETE



KAZALO SLIK

Slika 1: Pozitivni in negativni učinki Youtubea (Pridobljeno s: https://cutt.ly/OcGfzoF)	14
Slika 2: Pozitivni in negativni učinki Instagrama (Pridobljeno s: https://cutt.ly/OcGfzoF) ...	15
Slika 3: Graf spola vzorca	17
Slika 4: Ure preživete na socialnih omrežjih	19
Slika 5: Slabo počutje o svojem telesu glede na omrežje, ki ga največ uporabljajo	21
Slika 6: Stopnja škodljivosti socialnih omrežij samopodobi in duševnemu zdravju	22
Slika 7: Osebe, ki se počutijo manjvredne zaradi socialnega omrežja.....	24
Slika 8: Najbolj škodljivo socialno omrežje po mnenju vzorca.....	25

KAZALO TABEL

Tabela 1: Število ur preživetih na socialnih omrežjih (dobra samopodoba).....	19
Tabela 2: Število ur preživetih na socialnih omrežjih (slaba samopodoba).....	19
Tabela 3: Počutje moških o svojem telesu zaradi uporabe socialnih omrežij	20
Tabela 4: Počutje žensk o svojem telesu zaradi uporabe socialnih omrežij.....	20
Tabela 5: Škodovanje socialnih omrežij samopodobi in duševnemu zdravju	22
Tabela 6: Osebe, ki so se počutile manjvredne zaradi socialnega omrežja, ki ga uporabljajo največ	23