

**54. srečanje mladih raziskovalcev Slovenije 2020**

# **VPLIV SOCIALNIH OMREŽIJ NA VREDNOTE MLADIH**

PODROČJE SOCIOLOGIJA  
RAZISKOVALNA NALOGA  
II. gimnazija Maribor

AVTORICI: Lucija Marković, Daša Bejat Krajnc

MENTOR: Barbara Bedenik, Tjaša Lepoša

MARIBOR, FEBRUAR 2020



**54. srečanje mladih raziskovalcev Slovenije 2020**

# **VPLIV SOCIALNIH OMREŽIJ NA VREDNOTE MLADIH**

PODROČJE SOCIOLOGIJA  
RAZISKOVALNA NALOGA  
II. gimnazija Maribor

AVTORICI: Lucija Marković, Daša Bejat Krajnc

MENTOR: Barbara Bedenik, Tjaša Lepoša

MARIBOR, FEBRUAR 2020



## POVZETEK

V najini raziskovalni nalogi sva želeli raziskati kako velik vpliv imajo na nas socialna omrežja. S popularizacijo novodobnih socialnih omrežij se vedno več mladih zateka k njihovi uporabi. Z najinim raziskovalnim problemom sva se osredotočili na mlade, ker so oni tisti ki z novodobnimi socialnimi omrežji odraščajo.

V teoretičnem delu sva definirali pojem socialna omrežja in motive za njihovo uporabo. Dotaknili sva se njihovih osnovnih funkcij. Ni naju zanimal le vpliv na posameznika, temveč tudi na vrednote. Vrednote sva definirali in predstavili klasifikacije.

V empiričnem delu naloga sva s pomočjo spletne ankete, ki je bila poslana na Prvo, II. in III. gimnazijo Maribor ugotavljali korelacijo med vrednotami in uporabo socialnih omrežij pri mladih. Ugotovili sva, da večina mladostnikov socialna omrežja uporablja in da je najbolj priljubljen *Instagram*. V povprečju na njih preživijo eno do dve uri dnevno in jih najpogosteje uporabljajo za zabavo, kratkočasje ali komuniciranje.



# KAZALO VSEBINE

<b>POVZETEK</b>	<b>4</b>
<b>KAZALO VSEBINE</b>	<b>6</b>
<b>KAZALO GRAFIKONOV</b>	<b>6</b>
<b>KAZALO TABEL</b>	<b>7</b>
<b>ZAHVALA</b>	<b>8</b>
<b>1. UVOD</b>	<b>10</b>
<b>1.2 Družbena odgovornost</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Hipoteze</b>	<b>11</b>
<b>2. TEORETIČNI DEL</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Kaj so socialna omrežja</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Spletna socialna omrežja</b>	<b>13</b>
<b>2.3 Funkcije množičnih medijev in omrežij</b>	<b>15</b>
<b>2.4 Motivi za uporabo socialnih omrežij</b>	<b>16</b>
<b>2.5 Kaj so vrednote</b>	<b>18</b>
<b>2.6 Kaj izoblikuje vrednote</b>	<b>21</b>
<b>2.7 Pretekle raziskave o vrednotah v Sloveniji</b>	<b>22</b>
<b>3. EMPIRIČNI DEL</b>	<b>24</b>
<b>3.1 Metodologija dela</b>	<b>24</b>
<b>3.2 Rezultati</b>	<b>25</b>
<b>3.3 Razprava</b>	<b>35</b>
<b>4. ZAKLJUČEK</b>	<b>38</b>
<b>5. LITERATURA</b>	<b>39</b>
<b>6. PRILOGE</b>	<b>41</b>
<b>6.1 Vprašalnik</b>	<b>41</b>

# KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: Razmerje med moškimi in ženskimi anketiranci.	25
Grafikon 2: Razmerje med letniki anketirancev.	25
Grafikon 3: Ocene vrednot anketirancev na numerični lestvici.	26
Grafikon 4: Razmerje med anketiranci ki socialna omrežja uporabljajo s tistimi ki jih ne.	27
Grafikon 5: Prikaz časa uporabe socialnih omrežij na dan.	27

Grafikon 6: Prikaz motivov za uporabo socialnih omrežij anketirancev.	28
Grafikon 7: Prikaz najpopularnejših socialnih omrežij med anketiranci.	29
Grafikon 8: Prikaz razlogov za uporabo najljubšega socialnega omrežja anketiranih.	30
Grafikon 9: Prikaz časa, ki ga dijaki preživijo na njihovem najljubšem socialnem omrežju	30
Grafikon 10: Prikaz tega, kaj mladostniki počnejo na socialnih omrežjih.	31
Grafikon 11: Prikaz omejevanja uporabe socialnih omrežij s strani staršev.	31
Grafikon 12: Prikaz motivov omejevanje uporabe socialnih omrežij.	32
Grafikon 13: Prikaz razlogov, ki so jih za odvzem dostopa navedli starši.	33
Grafikon 14: Prikaz razumevanja dejanja staršev s strani mladostnikov.	33
Grafikon 15: Prikaz odgovorov na trditve, ki za mladostnike veljajo odkar so začeli uporabljati socialna omrežja.	34

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Klasifikacija vrednot (vir: Musek, 2003)	19
--	----



## **ZAHVALA**

Za pobudo za izdelavo raziskovalne naloge se zahvaljujema obema mentoricama, ki sta naju spodbujali, dajali motivacijo in sproti popravljali napake. Radi bi se zahvalili tudi vsem, ki so izpolnili najin vprašalnik, saj brez njih ne bi bilo možno izvesti raziskave ali zapisati empiričnega dela naloge. Zahvaljujema se tudi druga drugi, ker kljub določenim težavam nisva obupali in ohranjali vestni odnos do dela.



# 1. UVOD

V 21. stoletju se je začela bolj intenzivno razvijati sodobna tehnologija, s tem pa tudi internet in mobilne naprave, brez katerih si ljudje danes ne znamo več predstavljati življenja. To velja zlasti za današnje mlade, ki so rojeni ravno v času, ko se je uporaba tehnologije začela vse bolj širiti. (Perišič, 2015). Socialna omrežja so torej glavni mediji s katerimi se srečujejo mladi in preko njih dobivajo informacije.

Opazimo lahko, da priljubljenost socialnih omrežij z njihovim razvojem samo raste. Omrežja so mamljiva zlasti, ker posamezniku nudijo možnost komuniciranja, preganjanja dolgčasa, zabave, nekatera nudijo celo socialno oporo, ki je na primer v resničnem svetu nimajo, in jih lahko vodijo k psihosocialni rasti. (Perišič, 2015)

Ker pa se socialna omrežja tako pogosto uporabljajo, ta vplivajo tudi na različne aspekte mladostniškega življenja. Med drugim (npr. samopodoba) vplivajo tudi na vrednote. Ko sva opredelili tako vrednote, kot tudi pojem socialna omrežja sva ju želeli povezati in ugotoviti njuno medsebojno korelacijo.

Za doseg zastavljenih ciljev sva se obrnili na mladostnike. To sva storili z spletnim vprašalnikom, ki je bil poslan trem mariborskim srednjim šolam. Pred raziskovanjem sva si zastavili hipoteze, ki sva jih s pomočjo vprašalnika večinoma potrdili, nekatere pa zavrgli.

Kot cilj sva si postavili tudi ustrezno analizo in iskanje literature. Pred raziskovanjem sva si zastavili hipoteze, ki sva jih s pomočjo vprašalnika večinoma potrdili, nekatere pa zavrgli.

Raziskovalno vprašanje sva si izbrali, ker se nama ta tematika zdi aktualna in zanimiva. Kljub vsakodnevni uporabi socialnih omrežij nikoli nisva razmislili o tem, kolikšen vpliv imajo lahko na nas in na naše vrednote.

Pri raziskovalni nalogi sva se srečevali z nekaterimi ovirami, kot je sprememba naslova in raziskovalnega področja naloge, vendar sva s pomočjo mentoric te težave uspeli odpraviti.

## 1.2 Družbena odgovornost

Tako kot kažejo študije, so mladi vse pogosteje izpostavljeni novo sodobnim medijem ter s tem socialnim omrežjem. Prav zato je toliko bolj pomembno, da raziskujemo učinke, posledice in razmišljamo, ali lahko danes kaj naredimo, da v prihodnje mladostniki ne bi bili izpostavljeni njihovim negativnim vplivom. Lahko bi poskusili na socialnih omrežjih ustvariti čim bolj pozitivno okolje. Problematika se pri socialnih omrežjih začne že pri raznih nevarnostih, kot je

kraja identitete in razne spolne zlorabe. Prav tako mnogokrat vsiljujejo nedosegljive lepotne ideale. Kljub temu pa sva mišljenja, da lahko imajo socialna omrežja pozitivni učinek na današnje mladostnike. Lahko delujejo kot vir informacij, ozaveščanja o varovanju okolja, kot vzpodbuda za aktivno spremljanje in sodelovanje v politiki, ter vključevanje v skupnosti, v katerih se mladi počutijo sprejete.

### 1.3 Hipoteze

Pred začetkom raziskovanja sva si na podlagi analize literature zastavili hipoteze, ki sva jih tekom raziskovanja potrdili ali ovrgli. Zastavljene hipoteze so:

**1. Internet vsak dan uporablja 90% mladostnikov.**

Na podlagi Ružič (2013) sklepava, da socialna omrežja uporablja velika večina mladostnikov. Ružič za vir v svoji magistrski nalogi (str. 10) uporabi vir SURS (2012), v katerem je bila opisana izvedena raziskava.

**2. Mladostniki uporabljajo internet vsaj 3 ure na dan.**

Raziskava na ameriških mladostnikih je pokazala, da bi naj mladi od 13-17 let starosti na dan preživeli več kot 4 ure na internetu. (Ballard, 2019) Na podlagi raziskave sva sklepali, da bodo najini anketiranci na internetu manj časa, saj so gimnazijci in imajo dosti učnih obveznosti.

**3. Najbolj priljubljeno socialno omrežje je *Instagram*.**

Ballard (2019) je izvedla raziskavo med ameriški mladostniki in na podlagi rezultatov ugotovila, da je *Instagram* najbolj popularno socialni omrežje.

**4. Starši nadzirajo/omejujejo uporabo interneta.**

Sklepajoč iz Ružič (2013) sva napovedali, da so starši tisti, ki uporabo socialnih omrežij nadzorujejo, saj so oni tisti, ki jim uporabo interneta in dragih naprav finančno omogočijo. Raziskavi, ki jih je Ružič uporabila sta Sonie Livingstone in raziskavo Doktorata za informacijsko družbo in medije. Vira uporabi na 12. strani svoje magistrske naloge.

**5. Otrokom starši prepovedujejo uporabo telefona najpogosteje med opravljanjem domače naloge in med družinskimi aktivnostmi, kot so skupni obroki in druženje.**

Na podlagi magistrske naloge Ružič (2013) sva oblikovali tudi tretjo hipotezo. Uporabila je zgoraj omenjeno raziskavo Doktorata za informacijsko družbo in medije (2007), prav tako na 12. strani.

**6. V glavnem nadzor, ki ga izvajajo starši otroke ne moti in ga razumejo.**

Ružič (2013) na 13. strani magistrske naloge *Varnost otroških socialnih omrežij in klepetalnic pred zlorabami* ponovno navede Doktorat za informacijsko družbo in medije (2007) kot vir.

**7. Spletna socialna omrežja so zelo priljubljena, saj nam omogočajo komunikacijo in so nam zato v veliko pomoč pri ohranjanju družinskih, osebnih in poslovnih stikov.**

Hipoteza je bila oblikovana na podlagi raziskave, ki jo je izvedla Lili Brečko leta 2013 o varnosti na internetu.

**8. Zaradi hitrega pridobivanja informacij na socialnih omrežjih bodo mladi poudarjali tudi okoljevarstvene vrednote, zanimali se bodo za politiko.**

Hipotezo sva oblikovali na podlagi raziskave iz leta 2019, ki pravi, da je mladim pomembna družbena pravičnost in zaščita naravnega okolja. Zaradi velike popularnosti socialnih medijev in omrežij sva predvidevali, da je to posledica hitrejšega pridobivanja informacij. (Naterer in drugi, 2019, str. 29)

**9. Zaradi konstantnega oglaševanja osebnega življenja na socialnih medijih bodo zelo pomembne individualistične, hedonske vrednote, manj pomembna pa bo vera.**

Predvidevava, da bo vera manj pomembna vrednota, ker danes institucionalna vera izgublja svojo moč. V 20. stoletju je bilo število nevernih najbolj rastoča skupina v svetovnem prebivalstvu. Ker število vernih upada sklepava, da je tudi vera kot vrednota danes manj pomembna. To hipotezo sva oblikovali na podlagi Rozman Pevec (2017), ki je kot vir na strani 291 navedla Štuhec, 2012. Prav tako sva vzeli v poštev nenehno oglaševanje zdravega življenja, užitkov zabave, ki pošiljajo uporabnikom sporočilo, da so te vrednote zelo pomembne. Na podlagi tega sva predvidevali, da bo takšno oglaševanje povečale pomembnost hedonskih vrednot pri mladih (med njih spadajo zdravje, užitki, zabava in podobno).

## 2. TEORETIČNI DEL

### 2.1 Kaj so socialna omrežja

Izraz socialna omrežja lahko definiramo na dva načina.

Prvič ga lahko razložimo na »tradicionalen«, sociološki način. Tukaj na socialna omrežja gledamo kot na skupino posameznikov, ki so med seboj povezani s pomočjo različnih vrst socialnih vezi (npr. povezani so lahko v družinsko, prijateljsko, delovno razmerje itd.) in, ki si med seboj delijo skupne interese. Zadnje desetletje pa osebni stiki predstavljajo vedno manjšo pomembnost, saj ohranjamo odnose in svoje socialno omrežje s pomočjo spletnih socialnih omrežij, kar nas pripelje do druge definicije za socialna omrežja. Drugi izraz za socialno omrežje se je pojavil z razvojem nove tehnologije in predvsem s pojavom spletnih socialnih omrežij (kot so npr. Facebook, Instagram, Twitter, itd.). Gre predvsem za spletne strani, ki omogočajo oblikovanje virtualnih socialnih mrež. Socialno omrežje tvorijo skupine ljudi, ki so na kakršenkoli način povezane med seboj. (Peršič, 2012, str. 3).

V tej raziskovalni nalogi se bova osredotočili na in raziskali drugo definicijo, ki zajema spletna socialna omrežja in medije.

### 2.2 Spletna socialna omrežja

Spletno socialno omrežje je dokaj širok pojem, ki v najširšem pomenu obsega vsako spletno stran, na kateri je možno komuniciranje z drugimi uporabniki in pridobivanje novih stikov. Tako se lahko med socialne mreže prišteva najrazličnejše spletne storitve, od blogov pa vse do portalov za objavljanje slik. Mnogokrat s pojmom spletna socialna mreža označimo spletne storitve, pri katerih je poudarek predvsem na pridobivanju oziroma večanju človekovega socialnega kapitala (ali socialne mreže na internetu), ki označuje vključenost posameznika v družbene vezi in omrežja. (Adam in drugi 2008; povzeto po Peršič, 2012, str 5)

V slovenskem jeziku za angleški izraz »Social Networks Sites« (SNS) nimamo točno določenega izraza, lahko pa zasledimo številne različice, kot so na primer: spletna socialna omrežja, spletne mreže, socialne spletne skupnosti, družabna omrežja, družbena omrežja, družbene spletne strani itd. Danes se izraz »Social Network« uporablja za označevanje orodja za ustvarjanje in vzdrževanje virtualnih omrežij in spletnih skupnosti. (Peršič, 2012, str 4)

Boyd in Ellison (2007) sta pojem spletna socialna omrežja definirala kot »spletne storitve, ki uporabniku omogočajo tri stvari: da ustvarijo javen ali delno javen profil v okviru omejenega spletnega mesta, da oblikujejo seznam lastnih stikov z drugimi uporabniki v s katerimi imajo povezavo in skupne interese, t.j. ljudi, s katerimi želijo biti v stiku in vpogled v lasten seznam stikov v spletnem socialnem omrežju in da si ogledajo svoje povezave in povezave, ki so jih ustvarili drugi. (Boyd in Ellison, 2007)

Spletna socialna omrežja uporabnikom ponudijo profil, možnosti za objavo gradiva (npr. fotografij, glasbe), možnost pošiljanja sporočil v različnih oblikah in zmožnost povezave z drugimi uporabniki. Te povezave med uporabniki (ali 'prijatelji') so osrednja funkcija spletne strani, čeprav večina zagotavlja tudi priložnosti za komunikacijo, gostovanje vsebin itd. Z okencem 'friends' uporabnik izbira prijatelje oziroma znance, ki imajo na istem spletnem socialnem omrežju svoj profil. Uporabniki si med seboj lahko izmenjujejo informacije, pošiljajo in objavljajo fotografije, videoposnetke, lahko klepetajo v živo in izvajajo podobne aktivnosti. Omenjene aktivnosti, ki jih nudijo spletna socialna omrežja njihovim uporabnikom, pomagajo graditi in vzdrževati odnose z drugimi člani omrežja. (Joinson, 2008)

Glede na rast spletnih socialnih omrežij morda ni presenetljivo, da je njihova uporaba pritegnila medijsko pozornost, vključno z navidezno obveznimi strašljivimi zgodbami o spolnih prestopnikih, kradljivcih identitet, stopnjah uporabe na delovnem mestu in tudi zasvojenosti. (Joinson, 2008)

Spletna socialna omrežja, kot so na primer Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, itd., so v le nekaj letih svojega delovanja postala izjemno priljubljena, zlasti med mladimi uporabniki interneta. Namenjena so predvsem predstavitvi posameznikov, ki si na omrežju oblikujejo svoje lastne profile, vzpostavljajo nove stike ter ohranjajo stare. Četudi se na prvi pogled med seboj razlikujejo, je vsem spletnim socialnim omrežjem skupno le eno, in to je omogočanje medosebnih odnosov, tako novih kot starih, kot tudi tistih ki temeljijo 'online'<sup>1</sup>. Tako omenjene storitve, ki jih omogočajo spletna socialna omrežja, omogočajo uporabnikom upravljanje in krepitev obstoječih prijateljstev preko spleta, ali razširitev mreže stikov ( Perišič, 2012, str. 4 in 5).

Spletna socialna omrežja so v večini zasnovana tako, da je njihova uporaba zelo enostavna. Na samem začetku pa si mora uporabnik ustvariti svoj lasten profil, kjer razkrije osnovne podatke

---

<sup>1</sup> Stanje, ko je naprava povezana z internetom.

o sebi, lahko doda tudi fotografijo, vse pa je odvisno od tega koliko in kaj vse želi razkriti svetu. Z ustvarjanjem profila začne izbirati svojo socialno mrežo prijateljev (Crnović, 2007; povzeto po Perišič, 2012, str. 6).

Zavedati pa se je potrebno, da so spletna omrežja le ena izmed metod za ohranjanje vezi, saj poznamo veliko drugačnih metod, ki so bolj učinkovite in bolj resnične od omenjenih spletnih socialnih omrežij. Tako lahko na primer ohranjamo stike in vezi z neposrednim stikom t. i. »face-to-face« (iz oči v oči, ki je najbolj učinkovito sredstvo), s sestanki, telefonom, e-pošto, pisanjem, in drugimi komunikacijskimi sredstvi (Garton in drugi, 1997; povzeto po Perišič, 2012, str. 6 in 7).

### **2.3 Funkcije množičnih medijev in omrežij**

Današnjemu svetu tako pravimo tudi medijski čas, saj imajo množični mediji v naši družbi zelo pomembno vlogo. Elektronski mediji nam posredujejo prvo aktualnost. (Erjavec, 1998)

Množični mediji opravljajo štiri osnovne funkcije (Erjavec, 1998):

- Informacijska ali nadzorna, ki omogoča seznanjanje občinstva z dogodki. Nanaša se na zbiranje podatkov in distribucijo informacij o dogodkih v okolju znotraj ali zunaj določene družbe.
- Interpretacijska ali korelacijska, ki omogoča občinstvu oblikovanje lastnega mnenja. Vključuje pojasnjevanje informacij o okolju in napovedovanje možnega razvoja dogodkov. Te aktivnosti se pogosto enačijo z propagando.
- Socializacijska, ki omogoča prenos znanja, vrednot in norm iz ene generacije v drugo oziroma od članov ene skupine na bodoče člane. Lahko jo razumemo kot izobraževalno dejavnost.
- Zabavna, ki omogoča razvedrilo in sprostitev občinstva. Nanaša se na komunikacijske aktivnosti namenjene razvedrilu.

Spletna socialna omrežja predstavljajo vse bolj priročen in enostaven medij za komuniciranje, tako s prijatelji, družino, znanci kot tudi z novimi ljudmi, s čimer tako zadovoljijo potrebo po komunikaciji, saj je to ena izmed glavnih funkcij množičnih medijev. (Perišič, 2015, str. 12)

Kot že zapisano, večina spletnih socialnih omrežij nudi svojim uporabnikom možnost socializacije z drugimi oziroma podpirajo že obstoječe socialne mreže. (Boyd in Ellison, 2007) Ker Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram in druga socialna omrežja predstavljajo novo obliko socializacije, bi jim lahko kot zelo pomembno dodelili socializacijsko funkcijo.



Po mnenju Lampe (Joinson, 2008) lahko družbena omrežja služijo tudi nadzorni funkciji, ki uporabnikom omogoča, da 'spremljajo dejanja, prepričanja in interese večjih skupin, ki jim pripadajo'. Funkcije nadzora družbenega iskanja Facebooka lahko deloma pojasnijo, zakaj toliko uporabnikov Facebooka pušča svoje nastavitve zasebnosti razmeroma odprte. (Joinson, 2008)

## **2.4 Motivi za uporabo socialnih omrežij**

Razlogi in motivi za uporabo socialnih omrežij so različni. Kljub velikemu številu študij in raziskav na to temo se razni analitiki in strokovnjaki tega področja še vedno sprašujejo, kaj je tisti glavni razlog za uporabo in njihovo priljubljenost. Vsekakor se motivi od posameznika do posameznika razlikujejo lahko bi pa rekli tudi, da kot glavni motiv pri uporabi socialnih omrežij šteje neko zadovoljevanje posameznikovih potreb in izpolnjevanje njihovih želja. (Urista in drugi, 2008; povzeto po Perišič, 2015, str .12) V nadaljevanju bova predstavili ostale ključne motive za njihovo uporabo.

Rosen (2012) izpostavi pet ključnih motivov, ki naj bi bili vzrok za takšno priljubljenost spletnih socialnih omrežij:

- So preprosta in enostavna za uporabo;
- Izkoristijo naše čute, da nas pritegnejo do svojih privlačnih in očarljivih vsebin;
- Omogočajo anonimnost, saj nas nihče ne more videti – »na internetu nihče ne ve, da si pes« (ang. On the Internet nobody knows you are a dog);
- Izkoriščajo dejstvo, da je vsaka komunikacija brez fizičnih pokazateljev, kar nam omogoča, da se počutimo manj obremenjeni in da smo ravnodušni do drugega, ki prejme naše sporočilo;
- Vedno so nam na voljo preko številnih naprav (npr. pametni telefoni, tablični računalnik itd.).

(Rosen 2012; povzeto po Perišič, 2015, str. 12 in 13)

Socialna omrežja imajo številne funkcije v 'offline'<sup>2</sup> - zagotavljajo socialno in čustveno podporo, informacijske vire in povezavo z drugimi. Podobne vrste socialnih mrež so bile identificirane na spletnih skupnostih, kamor se uporabniki zatekajo tako za čustveno podporo

---

<sup>2</sup> Stanje, ko naprava ni povezana z internetom.

kot tudi za nek vir informacij. V obeh primerih lahko socialno omrežje uporabnika zagotovi socialni kapital. (Joinson, 2008, str. 1).

Ločimo lahko med uporabo Facebooka (ali drugega socialnega omrežja) za "socialno iskanje" - iskanje informacij o stikih brez povezave in "socialno brskanje" - uporabo spletnega mesta za razvoj novih povezav, včasih s ciljem interakcije 'offline' ali brez povezave. (Joinson, 2008, str. 1)

Raziskava z 2000 študenti je našla dokaze, da je bila primarna uporaba Facebooka namenjena "socialnemu iskanju", torej uporabi Facebooka za iskanje več o ljudeh ki so jih spoznali 'offline' ali o tistih, s katerimi obiskujejo pouk ali si delijo študentski dom. Uporaba Facebooka za „brskanje po družabnih omrežjih“, na primer za spoznanje z nekom prek spletnega mesta z namenom poznejšega srečanja 'offline' je med njihovimi vzorci raziskanih dosegla razmeroma nizke rezultate. Glavni motiv uporabe poročila na vzorcu, ki ga je preučeval Lampe naj bi bil "stik s starim prijateljem ali z nekom, ki sem ga poznal iz srednje šole", dejavnost, ki ob izražanju vidikov socialnega iskanja 'offline' predlaga funkcijo Facebooka kot socialnega kapitala. Golder poroča, da je velika večina sporočil poslana prijateljem (90,6%), velik del (41,6%) pa je poslan prijateljem izven lokalnega omrežja. To kaže, da se sporočila uporabljajo za vzdrževanje socialnih vezi na daljavo. V primerjavi s tem so 'dregljaji' (oblika sporočanja brez vsebine) izmenjani predvsem v omrežju / šoli (98,3% vseh poklicev je bilo v mreži). Golder trdi, da je za vzdrževanje prijateljskih vezi potrebno malo truda ali naložb, medtem ko se za gradnjo socialnega kapitala uporablja sporočilo z geografsko oddaljenimi prijatelji. (Joinson, 2008, str. 2)

Motivi za uporabo Facebooka in drugih socialnih omrežij so začeli za rastjo njihove popularnosti rasti in se spreminjati. Uporaba in ugodnosti, zadovoljstev se nanašajo na "kako in zakaj" uporabe socialnih omrežij. Konkretno, „uporaba in ugodnosti“ se nanašajo na motivacijo osebnih uporabnikov in in zadovoljstvo, ki ga ljudje pridobijo takšno uporabo. Ta zadovoljstva lahko razdelimo na tista, ki temeljijo na vsebini medijev (ali smo z vsebino zadovoljni), in tista, ki temeljijo na dejanskih izkušnjah z uporabo medijev. Običajno velja, da je zadovoljstvo z vsebino povezano z večkratno uporabo medijev, ki se za oblikovalce takšnih sistemov nanaša na "lepljivost" spletnega mesta. Vendar internet in zlasti družbena omrežja prav tako zagotavljajo komunikacijo in interakcijo, za razliko od mnogih "starih medijev" (npr. Televizije). (Joinson, 2008, str. 2)

To je vodilo Stafforda do predloga za tretjo obliko ugodnosti, ki izhaja iz uporabe interneta: internet nam služi kot socialno okolje. V tej študiji je uporabljen običajni dvostopenjski pristop k preučevanju uporab in ugodnosti. V študiji 1 uporabnike Facebooka prosijo, da ustvarijo sezname besed ali besednih zvez, ki na raziskovalni način opisujejo njihovo uporabo in pohvale. V študiji 2 so ti izrazi podvrženi faktorskim analizam, da se oblikujejo združeni profili posebne uporabe in ugodnosti. (Joinson, 2008, str. 2)

V preteklosti je bila pogostejša že v prejšnjem podpoglavju omenjena komunikacija iz oči v oči (ang. face-to-face) za zadovoljitev te potrebe. To seveda uporabljamo tudi danes, vendar pa drugi pretekli načini komunikacije, kot sta starejša medija radio in televizija zamenjujejo spletna socialna omrežja, ki uporabnikom omogočajo takojšnjo komunikacijo, ki je posredovana preko zaslona, bodisi računalniškega, bodisi katerega drugega. (Urista in drugi, 2008; povzeto po Perišič, 2015, str. 12). Omenjena omrežja so torej priljubljena predvsem zaradi tega, ker omogočajo neprestano povezanost in vzdrževanje različnih družbenih vezi, ki jih na primer zaradi oddaljenosti ne bi mogli vzdrževati, in tudi tiste, ki jih imamo v vsakdanjem življenju kar je omenjeno že v zgornjem poglavju. Spletna socialna omrežja omogočajo posameznikom z uporabo različnih orodij da se lahko predstavijo »svetu«, pokažejo njihovo pripadnost, njihov okus, kaj jim je všeč in kaj ne, katerim skupinam pripadajo itd. (Mendelson in Papacharissi, 2011; povzeto po Perišič, 2015, str. 12).

## **2.5 Kaj so vrednote**

Vrednote so nizi idej o tem, kaj ljudje pojmujejo kot zaželeno, lepo, primerno, dobro. Določajo okvir, znotraj katerega je urejeno naše družbeno življenje, in so pomemben del kolektivne zavesti. Na njihovi osnovi razlagamo svet okoli sebe, oblikujemo različna stališča in prepričanja in se usmerjamo k (za nas) pomembnim ciljem. (Počkar, Andolšek, Popit in Barle Lakota, 2011, str. 29)

Vrednote imajo torej zelo velik vpliv na razmišljanje posameznika, presojanje situacij, njegov odnos z drugimi in obnašanje. Ker so ponotranjene, se pogosto ne zavedamo, da so to samo naše vrednote ter da se razlikujejo od človeka do človeka, zaradi tega pa lahko pride do konfliktov. Pripadniki iste kulture imajo večinoma med seboj nekoliko podobne vrednote; v vzhodnih družbah, na primer, bodo vrednote povezane z delom, sodelovanjem, družino, ter spoštovanjem starejših, medtem ko bodo v zahodni družbi bolj individualistične, ter se bolj

osredotočile na osebno srečo. Zaradi takšnih razlik med vrednotami, in zaradi mnenja, da so le naše vrednote sprejemljive, lahko dostikrat pride tudi do medkulturnih konfliktov in nesporazumov med ljudmi. (Počkar, Andolšek, Popit in Barle Lakota, 2011, str. 30).

Obstaja več različnih klasifikacij vrednot, Janek Musek, slovenski psiholog, pa je postavil hierarhijo vrednot tako:

- izpolnitvene (samoaktualizacija - pomenijo duhovno rast)
- moralne (vezane na dolžnosti, odgovornosti)
- potenčne (vezane na uspehe in dosežke)
- hedonske (vezane na užitke)

Te štiri skupine lahko zožamo še na dve; hedonske in potenčne uvrščamo v dionizične, moralne in izpolnitvene pa v apolonske. (Musek, 2003)

Pod hedonske vrednote spadajo čutne (užitki, zabava, avanturizem), zdravstvene, in varnostne vrednote, pod potenčne pa statusne (ugled, moč, uspeh...) in patriotske (patriotizem) vrednote (patriotizem). Moralne vrednote delimo na tradicionalne moralne (poštenost, dobrot, pravičnost...), socialne (družinska sreča, ljubezen, prijateljstvo...) in societalne (sreča, mir, napredek...), izpolnitvene pa delimo na spoznavne, estetske, kulturne, aktualizacijske, verske in ekološke vrednote. (Musek 2003)

Tabela 1: Klasifikacija vrednot (vir: Musek, 2003)

DIONIZIČNE VREDNOTE		APOLONSKE VREDNOTE	
HEDONSKÉ VREDNOTE	POTENČNE VREDNOTE	MORALNE VREDNOTE	IZPOLNITVENE VREDNOTE
<p>ČUTNE VREDNOTE:</p> <p><i>užitki, uživanje, življenja, zabava, prosti čas, avanturizem</i></p>	<p>STATUSNE VREDNOTE</p> <p><i>ugled, moč, uveljavljanje, socialna moč, avtoriteta, bogastvo, uspeh, sposobnosti, ambicije, vplivnost</i></p>	<p>TRADICIONALNE MORALNE VREDNOTE</p> <p><i>poštenost, dobrot, red, zakoni, morala, pravičnost, širokomiselnost, pripravljenost pomagati,</i></p>	<p>SPOZNAVNE VREDNOTE</p> <p><i>spoznavanje</i></p>

		<i>odpuščanje, zvestoba, odgovornost</i>	
ZDRAVSTVENE VREDNOTE  <i>zdravje</i>	PATRIOTSKE VREDNOTE  <i>patriotizem, narodni ponos, nacionalna varnost</i>	SOCIALNE VREDNOTE  <i>družinska sreča, ljubezen zvestoba, prijateljstvo</i>	ESTETSKE VREDNOTE  <i>lepota</i>
VARNOSTNE VREDNOTE  <i>varnost, neogroženost, mir</i>		SOCIETALNE VREDNOTE  <i>sreča, blagostanje, mir, napredek, enakopravnost, socialni red, vračanje uslug, socialna pravičnost</i>	KULTURNE VREDNOTE  <i>umetnost, kultura</i>
			AKTUALIZACIJSK E VREDNOTE  <i>notranje zadovoljstvo, osebna rast, ustvarjanje, modrost, pogum, življenjske spremembe, vznemirljivo življenje</i>
			VERSKE VREDNOTE  <i>vera, svetost, odrešenje</i>
			EKOLOŠKE VREDNOTE  <i>ohranjanje okolja,</i>

			<i>harmonija z naravo</i>
--	--	--	---------------------------

Najbolj zgodaj se pojavijo hedonske vrednote, ker so povezane s čutnimi potrebami, kasneje tiste, povezane z uspehom (potenčne vrednote), za njimi pa moralne vrednote, povezane z odgovornostjo in pripadnostjo, zadnje pa se uveljavijo izpolnitvene, eksestencionalne vrednote. (Musek, 2003)

## 2.6 Kaj izoblikuje vrednote

Pri oblikovanju vrednot sta zelo pomembni kultura in vera, pa tudi politično okolje, v katerem se nahajamo in odraščamo. Osnove za nastanek vrednot je socializacija in socialno učenje. To dobimo večinoma v družini in v šoli, delno pa tudi iz raznovrstnih medijev in literature. Starši otroke že načrtno učijo določenih vrednot, kot so delavnost in poštenost, dosti vrednot pa otroci internalizirajo s posnemanjem pomembnih ljudi v njihovem življenju, kot so starši, prijatelji, idoli itd. Vrstniki pa imajo na oblikovanje vrednot poseben vpliv, še posebej v adolescenci, saj imajo ravno v tem obdobju največji vpliv na otroka vrstniki, in bo otrok skozi proces prilagajanja skupini prevzel nekatere vrednote vrstnikov, čeprav o njih ni kritično razmišljal. (Krančan, 2013, str. 19-25)

Vrednote pri posamezniku pa skozi življenje ne ostajajo enake, temveč se spreminjajo na individualni in družbeni ravni. Na individualni večinoma zaradi pridobivanja novih izkušenj v različnih situacijah, spoznavanja novih ljudi in učenja od njih, pa tudi zaradi travmatičnih življenjskih izkušenj. Vietnamski šok je primer takšnega spreminjanja vrednot; poimenovan je po vojakih, ki so preživeli Vietnamsko vojno. Ko preživeli vojaki pridejo iz vojne v "resnični svet," kjer so okoliščine čisto drugačne, doživijo vrednotni šok, saj so mnoge stvari, ki so bile med vojno videne kot povsem normalne, v tej novi situaciji nesprejemljive, in obratno. V tem primeru so prisiljeni spremeniti lastne vrednote, da se lahko vključijo v družbo in v njej normalno funkcionirajo. Vrednote lahko ljudje spremenijo tudi ob prihodu v novo okolje, kot na primer novi krog prijateljev; da bi se lahko vključili v skupino, bodo ljudje prevzeli ali pa ovrgli določene <sup>3</sup>vrednote. (Počkar, Andolšek, Popit, Barle Lakota, 2011, str. 30)

---

<sup>3</sup> Pri tem ni nujno, da bodo v te vrednote resnično verjeli, ampak se lahko čez čas nezavedno ponotranjijo.

## 2.7 Pretekle raziskave o vrednotah v Sloveniji

Raziskava iz leta 2010 je pokazala, da so vrednote mladih od devetdesetih let dalje postajale vedno bolj individualistične. Globalne in ideološke vrednotne sisteme so zamenjale posamezne, konkretne vrednote, med katerimi so bili mladim pomembnejši medsebojni odnosi in kakovost vsakdanjega življenja. Vrednote, ki so jim bile najpomembnejše, so zdravje, resnično prijateljstvo, družinsko življenje, mir na svetu, varovanje narave, varnost naroda pred sovražniki ter uspeh v šoli in liberalne vrednote, kot težnja po svobodi in biti "sam svoj gospodar". Vedno manj jih je zanimala politika, vera in vojaške zadeve. Mladim je v povprečju bilo kot vrednota na prvem mestu najbolj pomembno zdravje, sledijo mu resnično prijateljstvo, družinsko življenje in svoboda delovanja in mišljenja. Najmanj pomembne pa so jim statusno-materialistične oz. hedonistične vrednote (materialne dobrine, vznemirljivo življenje, biti avtoriteta, voditelj in imeti moč nad drugimi), pri čemer so bile statusno-materialistične vrednote moškim anketirancem bolj pomembne. Raziskava je poudarila tudi splošni upad zanimanja za stvari, kot so šola, izobraževanje in politika, malo pa se je povečalo zanimanje za hrano in pijačo. Tako se je pri mladih zmanjševal pomen družbenih tem in večal pomen individualnih interesov. Razlika je bila tudi med vrednotami moških in žensk. Moške je bolj zanimala vojska, šport, tehnika, znanost, nacionalna preteklost in usoda lastnega naroda, medtem ko je bila ženskam bolj pomembna šola, izobraževanje, poklic, vera, zunanji videz, umetnost in kultura. Moške so torej zanimale bolj socialno širše teme, ženske pa<sup>4</sup> individualistične. (Lavrič in drugi, 2010, str. 395-418)

Raziskava, izvedena v letu 2011 pokaže, da so takrat ljudje postavili družino na prvo mesto (88,7% ljudi jo je označilo kot zelo pomembno), sledijo prijatelji in znanci (44,2 % je označilo zelo pomembno), nato delo (41,3%) in prosti čas (41,2%). Nista pa jim preveč pomembna vera (11,2% ljudi jo je označilo kot zelo pomembno) in politika (2%). Vrednote, ki so se ljudem zdele pomembne, da se jih otroci naučijo, so samostojnost (88%), občutek za odgovornost (83,1%) ter strpnost in spoštovanje do drugih (81,2%). Najmanj pomembna sta se jim zdela domišljija (26,2,%) in vernost (23,4%). Iz teh rezultatov lahko vidimo, da so ljudem v večini pomembne moralne vrednote, veliko manj pa izpolnitvene in potenčne vrednote. (Toš, 2016, str. 85-86)

---

<sup>4</sup> Ta raziskava je bila izvedena deset let nazaj, in so bile vloge in razlike med spoli bolj zaželeni in pomembni kot danes, zato je možno, da so anketiranci dajali socialno zaželene odgovore.

V letih 2018 in 2019 je bila izvedena raziskava o vrednotah mladih Slovencev, izkazalo pa se je, da je slovenska mladina precej nematerialistična, zelo pa sta pomembni vrednoti odgovornosti in lojalnosti. Pomembne so jim tudi vrednote družbena pravičnost, zdravje, in zaščita naravnega okolja. Za korupcijo in brezposelnost jih skrbi manj kot devet držav jugovzhodne Evrope, ki so bile prav tako del raziskave. Pomen religije kot vrednote v Sloveniji ni velik, in se iz leta v leto zmanjšuje; delež ateistov se je v osmih letih povečal za 14%. (Naterer in drugi, 2019, str. 29)



# 3. EMPIRIČNI DEL

## 3.1 Metodologija dela

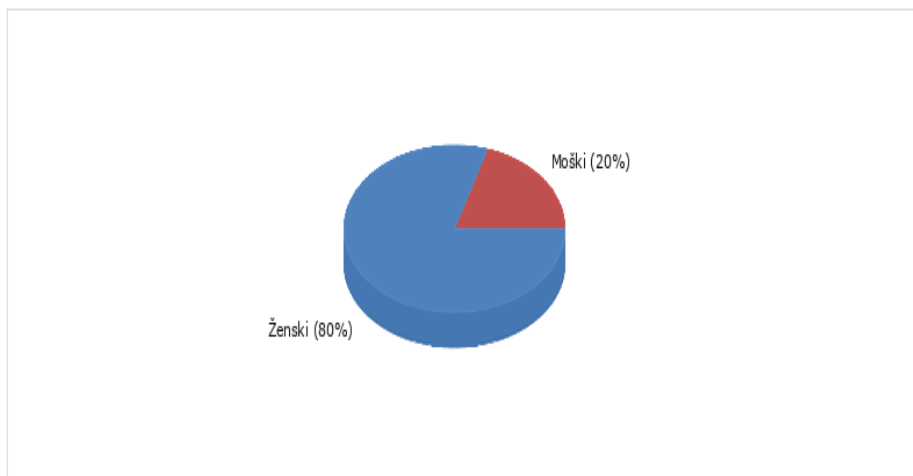
Pri raziskovanju sva uporabili spletni vprašalnik, ki je bil sestavljen iz dveh delov, v obeh pa so bila samo vprašanja zaprtega tipa. Na začetku so morali anketiranci označiti spol in letnik. V prvem delu sva preverjali, kakšne vrednote so danes pomembne mladim v Sloveniji. Anketiranci so morali označiti, kako pomembne so jim vrednote na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni nepomembno, 5 pa zelo pomembno. Vključili sva 28 vrednot, ki sva jih kasneje združili v štiri skupine po Musekovi klasifikaciji vrednot. V drugem delu vprašalnika so anketiranci odgovarjali na vprašanja o uporabi interneta, socialnih omrežij, ter spremembi njihovih vrednot po uporabi le-teh. Nekatera izmed glavnih vprašanj sprašujejo, koliko časa uporabljajo socialne medije, iz katerega razloga, katere najpogosteje uporabljajo in zakaj. S temi vprašanji sva poskušali odgovoriti na najine hipoteze, hkrati pa dobiti tudi širši pogled nad tem, kako dijaki sploh gledajo na socialne medije, na prepoved le-teh, in na vpliv, ki ga imajo mediji na posameznika.

Želeli sva raziskovati predvsem vpliv socialnih medijev na vrednote pri mladih od približno 15-19 let, zato sva za sodelovanje pri anketiranju prosili dijake treh srednjih šol v Mariboru. V raziskavo je bilo vključenih 292 dijakov od prvega do četrtega letnika iz I. Gimnazije Maribor, II. Gimnazije Maribor in III. Gimnazije Maribor. Od tega je bilo 69 prvih letnikov, 115 drugih, 73 tretjih in 35 četrth letnikov. Vprašalnike sva poslali dijakom teh šol preko elektronske pošte.

### 3.2 Rezultati

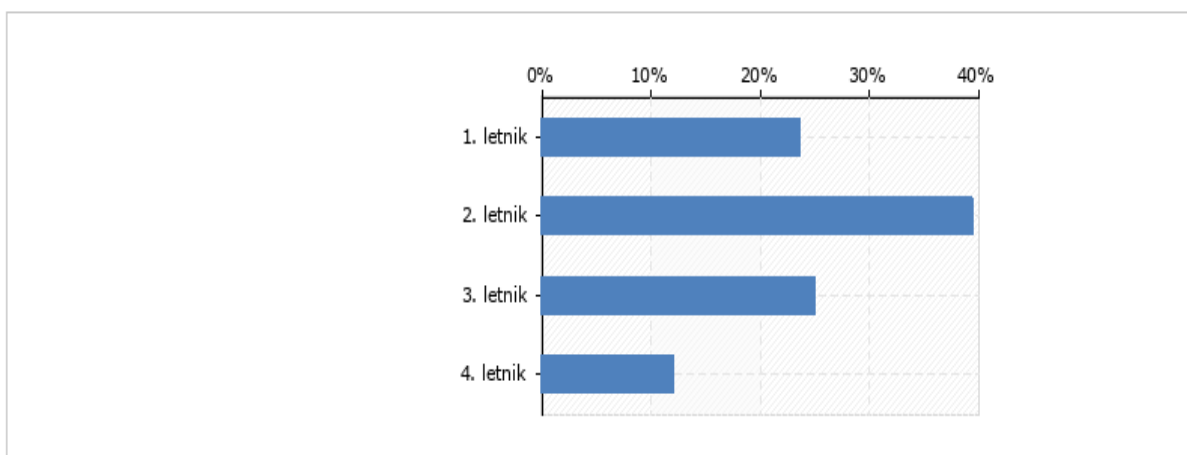
Na vprašalnik je odgovorilo 292 dijakov, od tega 233 (80%) žensk in 59 moških (20%).

*Grafikon 1: Razmerje med moškimi in ženskimi anketiranci.*



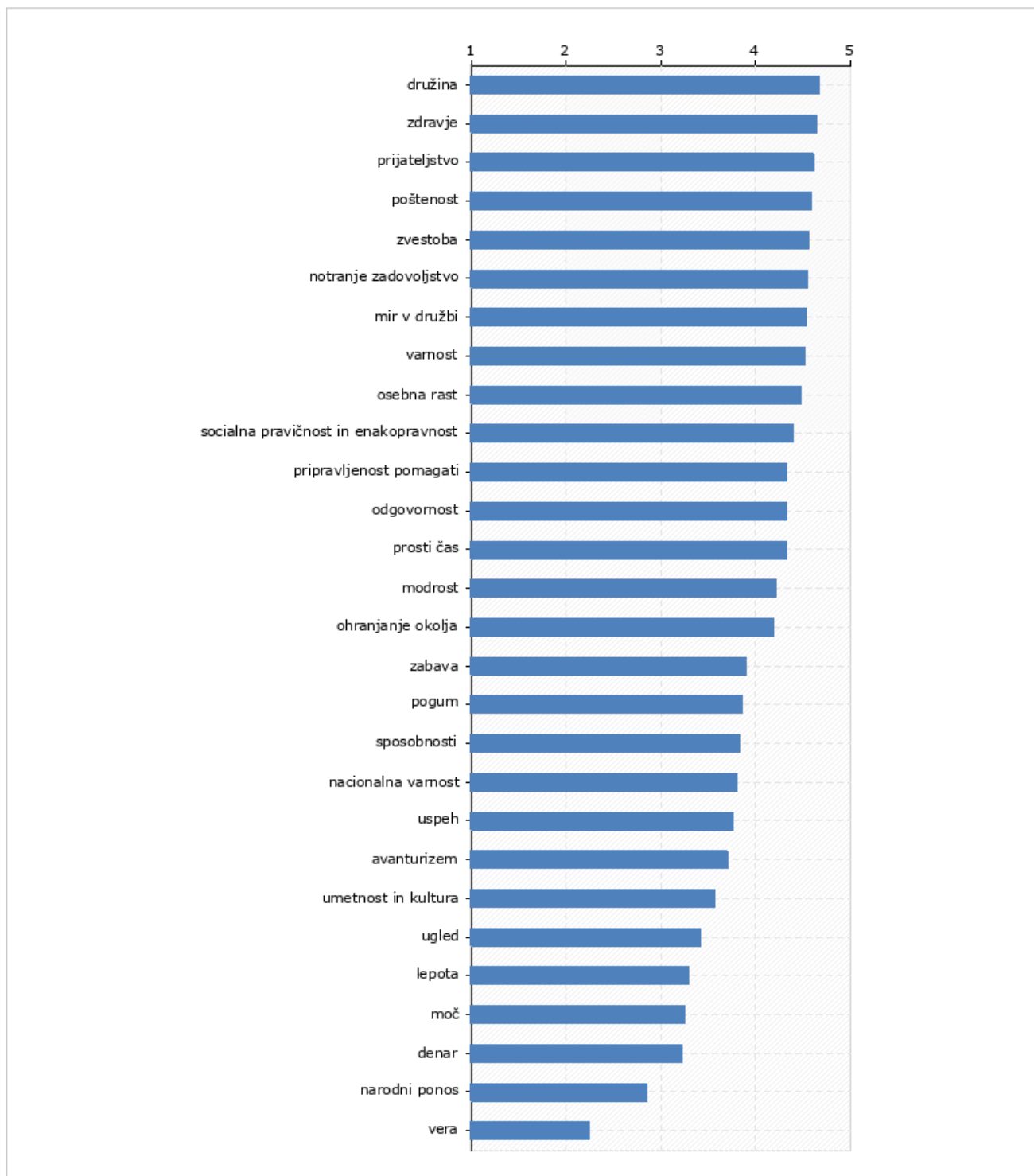
Največ je na vprašalnik odgovorilo dijakov drugih letnikov (115), sledili so tretji (73), prvi (69) in četrti (35) letniki.

*Grafikon 2: Razmerje med letniki anketirancev.*



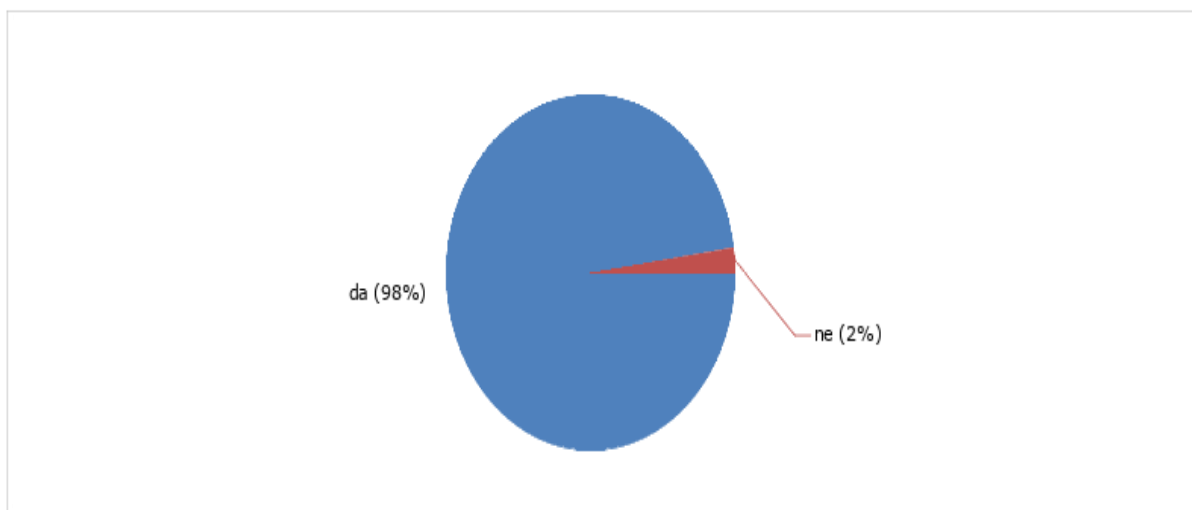
Najino tretje vprašanje je bilo vezano na vrednote. Pred izvedbo vprašalnika sva napovedali, da bo najmanj pomembna vrednota religija. Rezultati kažejo, da sva sklepali pravilno, saj je vrednota vera imela povprečno oceno 2,2. Najpomembnejša vrednota dijakov je bila družina, s povprečno oceno 4,7.

*Grafikon 3: Ocene vrednot anketirancev na numerični lestvici.*



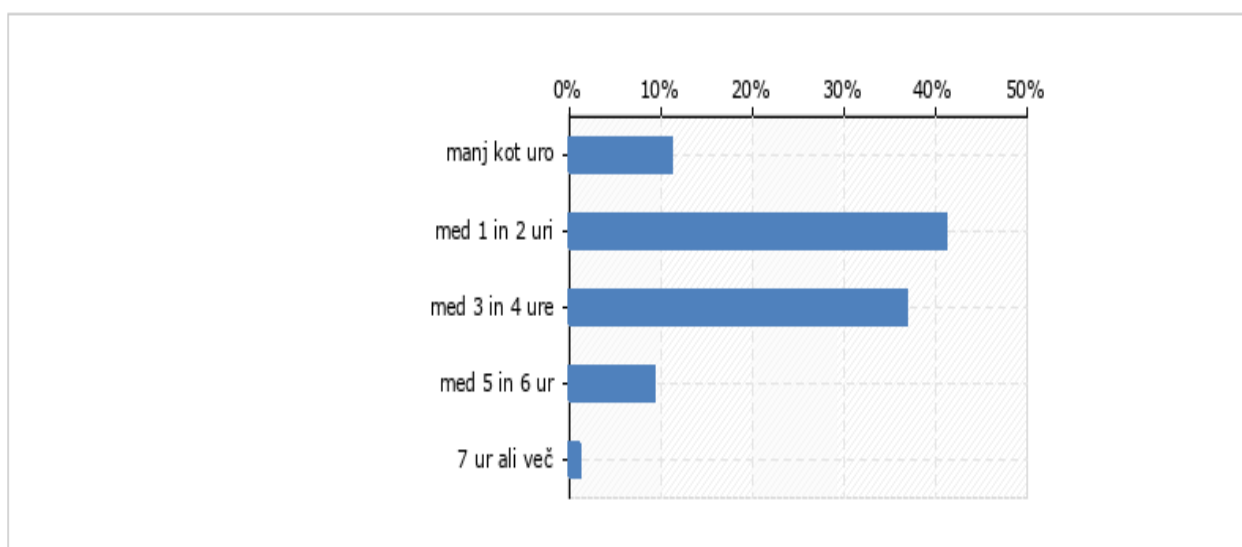
V drugem delu vprašalnika sva se osredotočili na socialna omrežja. Najprej naju je zanimalo, koliko mladostnikov jih pravzaprav uporablja, saj sva želeli rezultate primerjati z najino 1. hipotezo. Vse o primerjavi je zapisano v podpoglavju Razprava.

Grafikon 4: Razmerje med anketiranci ki socialna omrežja uporabljajo s tistimi ki jih ne.



Z naslednjim vprašanjem sva želeli izvedeti kako dolgo mladostniki dnevno preživijo na socialnih omrežjih. Ugotovili sva, da jih največ (41%) na socialnih omrežjih preživi od 1 do 2 uri na dan. 37% jih na njih preživi od 3 do 4 ure na dan, 9% med 5 in 6, nekaj (1%) pa jih na socialnih omrežjih preživi 7 ali več ur. Okoli 11% anketirancev pravi, da na socialnih omrežjih preživi manj kot uro.

Grafikon 5: Prikaz časa uporabe socialnih omrežij na dan.

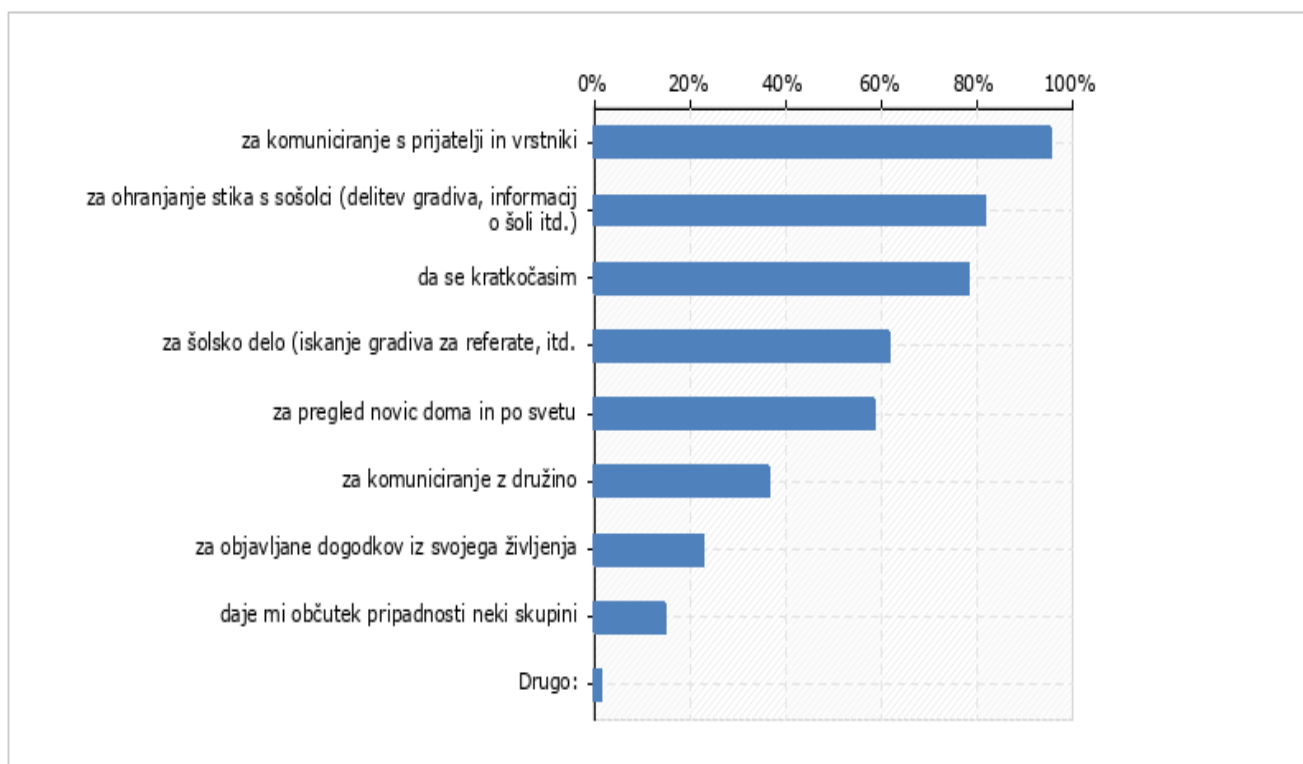


V skladu z najinim poglavjem 'Motivi za uporabo socialnih omrežij' so naju zanimali motivi najinih vrstnikov. Največ (95%) jih socialna omrežja uporablja za komuniciranje s prijatelji.

Kot pomembni razlog za uporabo so navedli tudi ohranjanje stika z sošolci, preko katerih si izmenjujejo gradivo in učne informacije (82%).

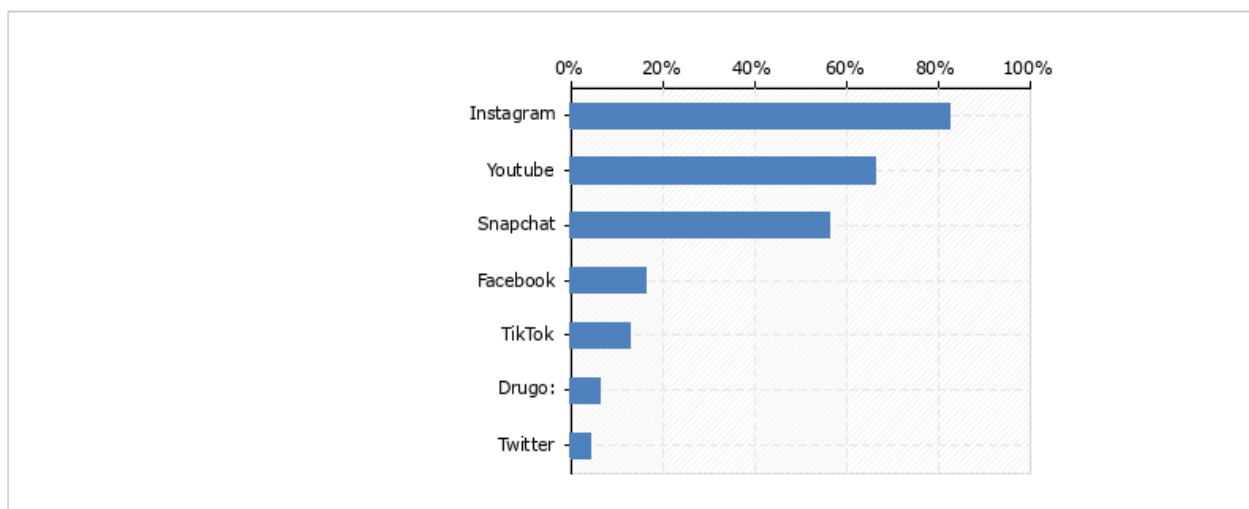
Najmanj (15%) socialna omrežja uporablja da se čuti kot del neke skupine. Nekaj (2%) jih je navedlo tudi druge vzroke in motive za uporabo. Kot druge motive so navajali spoznanje novih informacij (1), socialna omrežja opredelili kot socialno investicijsko platformo (1), kot motiv navedli sponzoriranje svojega dela (1) in za osebno rast (1).

Grafikon 6: Prikaz motivov za uporabo socialnih omrežij anketirancev.



Pri 8. vprašanju naju je zanimalo katera socialna omrežja najini vrstniki najpogosteje uporabljajo. Izmed ponujenih jih je največ (83%) izbralo Instagram, najmanj (4%) pa Twitter. 16 dijakov je odgovorilo z 'drugo'. Med temi odgovori se je najpogosteje znašel Reddit (7 krat). Dvakrat so bili tukaj odgovori Pinterest, Whatsapp in Messenger. Navedli so tudi Amino, Tumblr, Viber in Etoro.

Grafikon 7: Prikaz najpopularnejših socialnih omrežij med anketiranci.

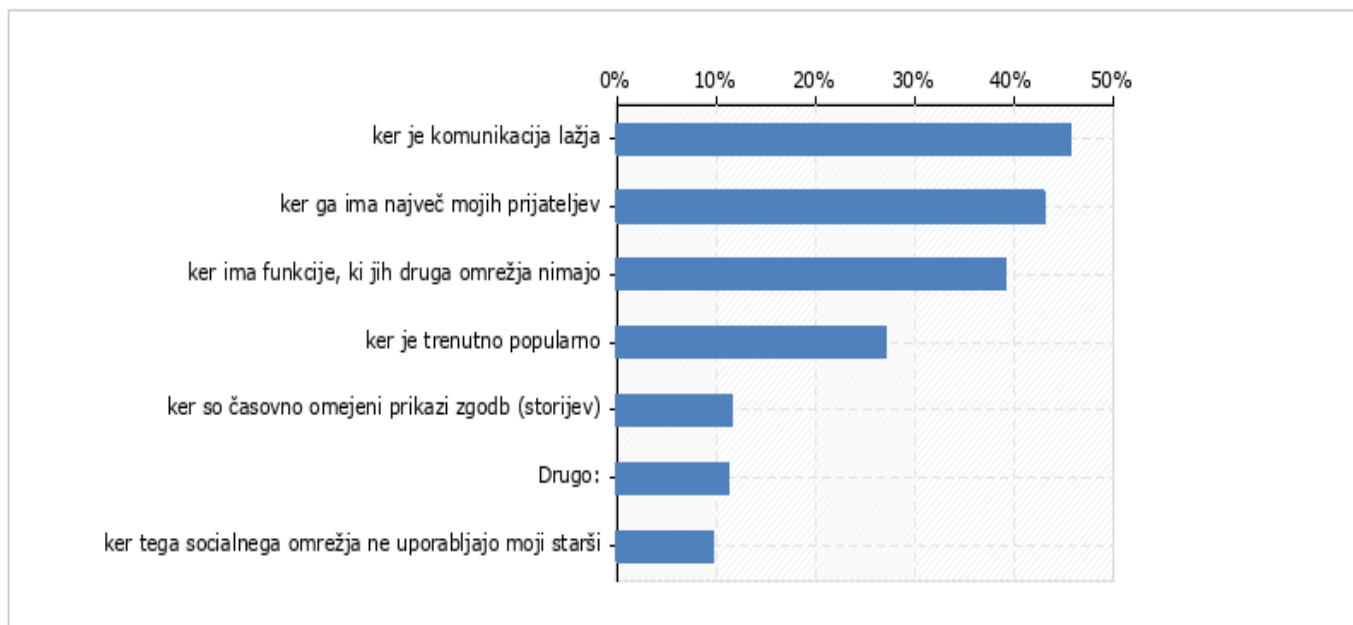


Po tem ko sva izvedeli katera omrežja so najbolj priljubljena naju je zanimalo zakaj so jim pri srcu ravno ta. Največ anketirancev je to omrežje izbralo, ker je komunikacija lažja(46%). Poglavit razlog za uporabo je bil tudi, ker ga ima največ njihovih vrstnikov (43%). Najmanjkrat izbran odgovor od navedenih je bil ker tega socialnega omrežja ne uporabljajo njihovi starši. 11% jih je odgovorilo z drugo, kjer je bilo več različnih odgovorov.

Nekaj jih je kot razlog izbralo to, da je so na tem socialnem omrežju poučne vsebine in videi, ki jih zabavajo (na njih gledajo objavljene 'meme<sup>5</sup>') in navdihujejo k učenju. Spet drugi menijo, da ima njihovo najljubše socialno omrežje največ različnih funkcij, je najboljše po strukturi in delovanju ki ustrezajo njihovim potrebam in željam. Nekateri pa preprosto nimajo ničesar drugega za početi, saj jih kratkočasi.

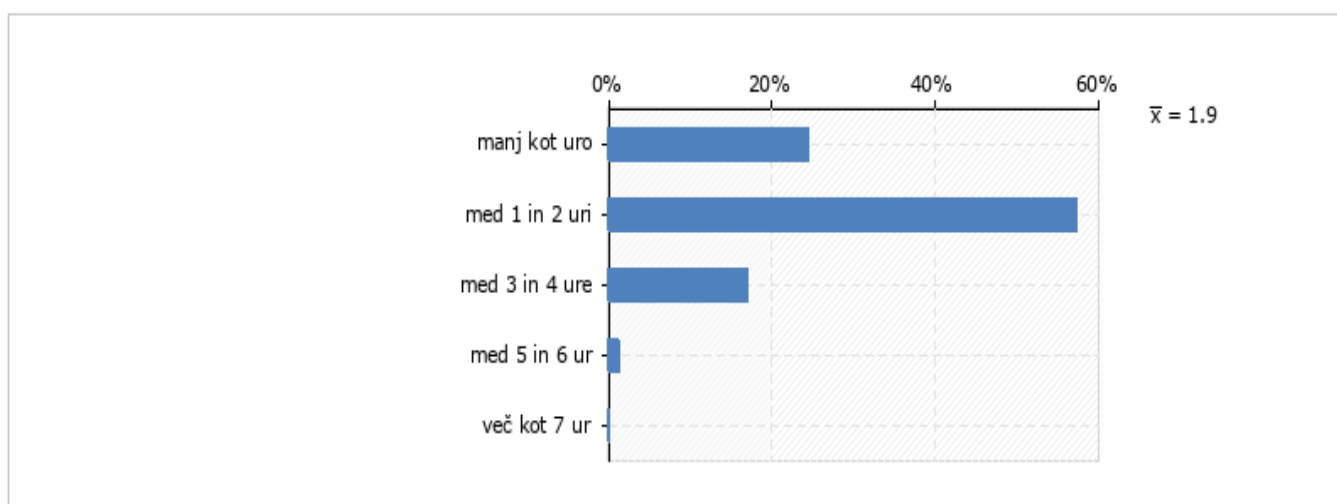
<sup>5</sup> Meme- viralne šale, ponavadi izražene skozi slike z napisi, ki jih mladi delijo po internetu.

Grafikon 8: Prikaz razlogov za uporabo najljubšega socialnega omrežja anketiranih.



V naslednjem vprašanju naju je zanimalo, koliko časa preživijo na tem specifičnem omrežju. Največ (57%) jih na njem preživi med 1 in dve uri dnevno, manj kot uro 24%, med 3 in 4 ure 17%, med 5 in 6 pa 1%. Več kot 7 ur jih na socialnih omrežjih preživi 0%.

Grafikon 9: Prikaz časa, ki ga dijaki preživijo na njihovem najljubšem socialnem omrežju

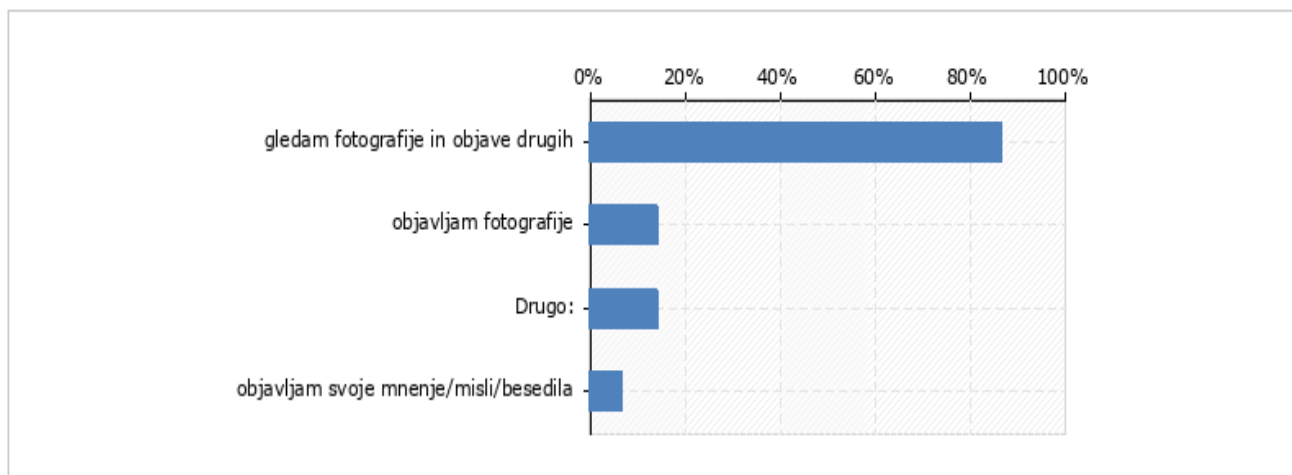


Zanimalo naju je, kaj mladi na tem omrežju pravzaprav počnejo. Največ (84%) objave in fotografije drugih le gleda, objavlja pa jih manj kot 20%. Le redko objavljajo svoje misli in besedila.

Kar precejšen delež anketirancev (14%) je odgovorilo z 'drugo'. 13 od 36-ih jih je navedlo, da to socialno omrežje uporabljajo za pogovor in komunikacijo z drugimi (predvsem z vrstniki).

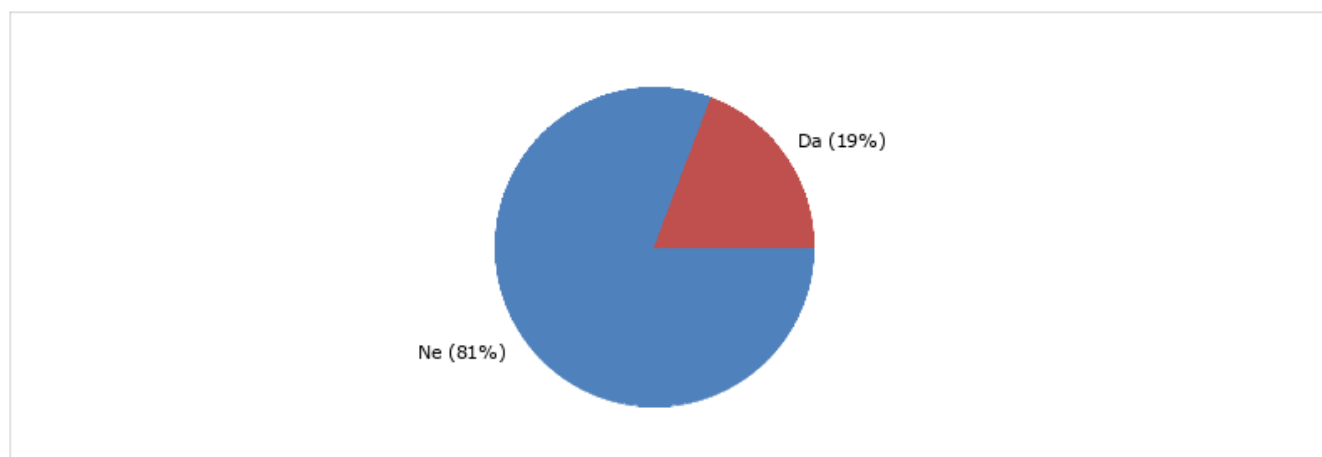
Ostali so navedli, da jih uporabljajo, ker prek teh omrežij gledajo videe, poslušajo audio knjige<sup>6</sup> ali/in poslušajo glasbo.

Grafikon 10: Prikaz tega, kaj mladostniki počnejo na socialnih omrežjih.



Z naslednjim vprašanjem sva želeli ugotoviti, ali je s strani staršev mladostnikom dostop do socialnih omrežij omejen. Kot kaže strukturalni krog jih je 81% odgovorilo z ne.

Grafikon 11: Prikaz omejevanja uporabe socialnih omrežij s strani staršev.

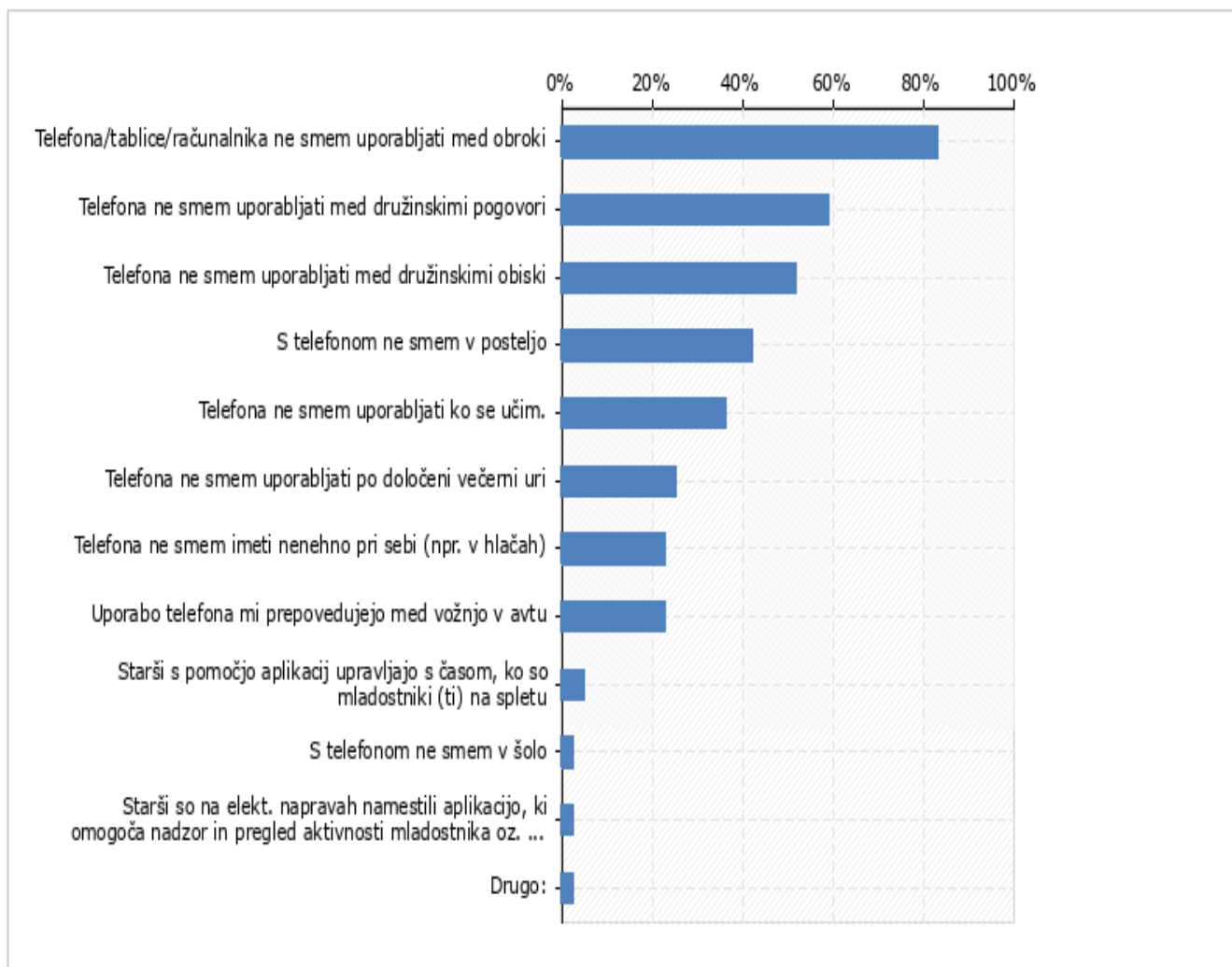


Seveda naju je zanimal tudi motiv omejevanja uporabe socialnih omrežij. Izmed vseh anketirancev, ki so odgovorili z da je najpogostejši odgovor bil, da jim starši tehnološke naprave omejujejo med obroki (83%). Starši le redkim (2%) na napravo nadomeščajo aplikacije, ki omogočajo pregled aktivnosti mladostnika. Pod odgovor drugo sta dva anketiranca odgovorila z 'ne omejujejo mi', vendar to ni bilo potrebno, saj vprašanje ni bilo obvezno in bi ga lahko preskočila.

<sup>6</sup> Zvočni zapis besedila knjige, ki ga lahko poslušalci poslušajo, namesto da bi knjigo brali.

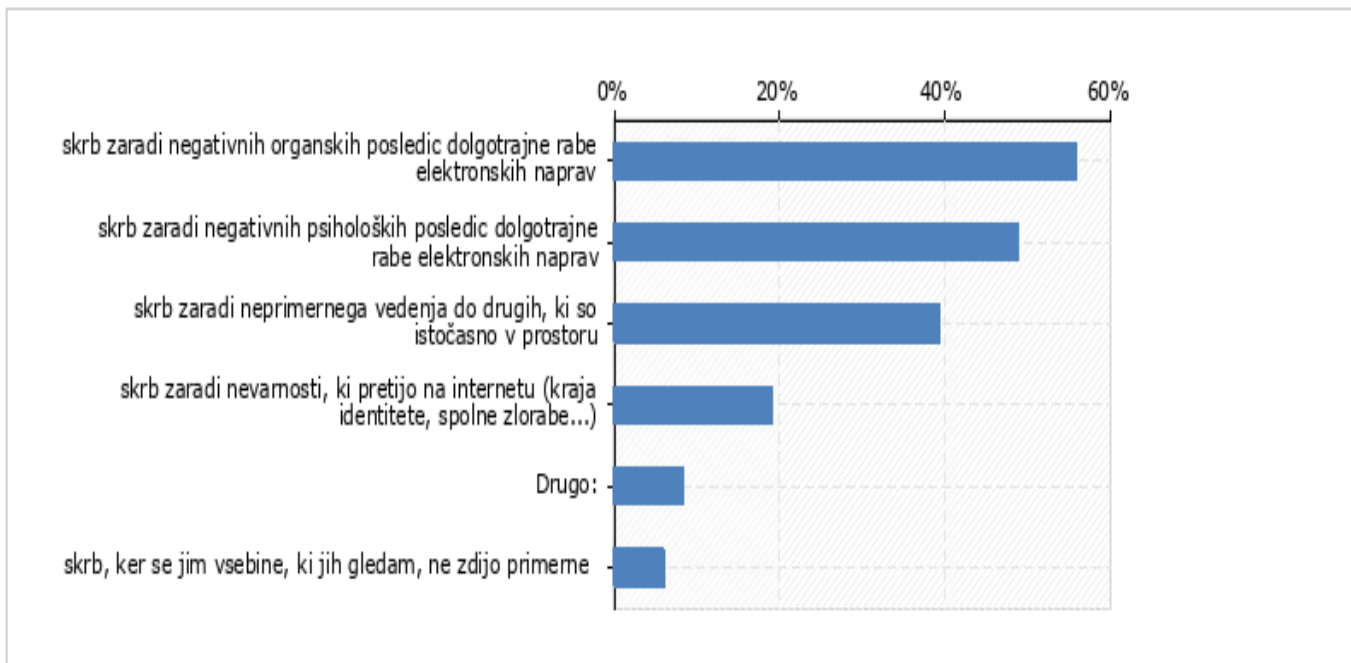


Grafikon 12: Prikaz motivov omejevanje uporabe socialnih omrežij.



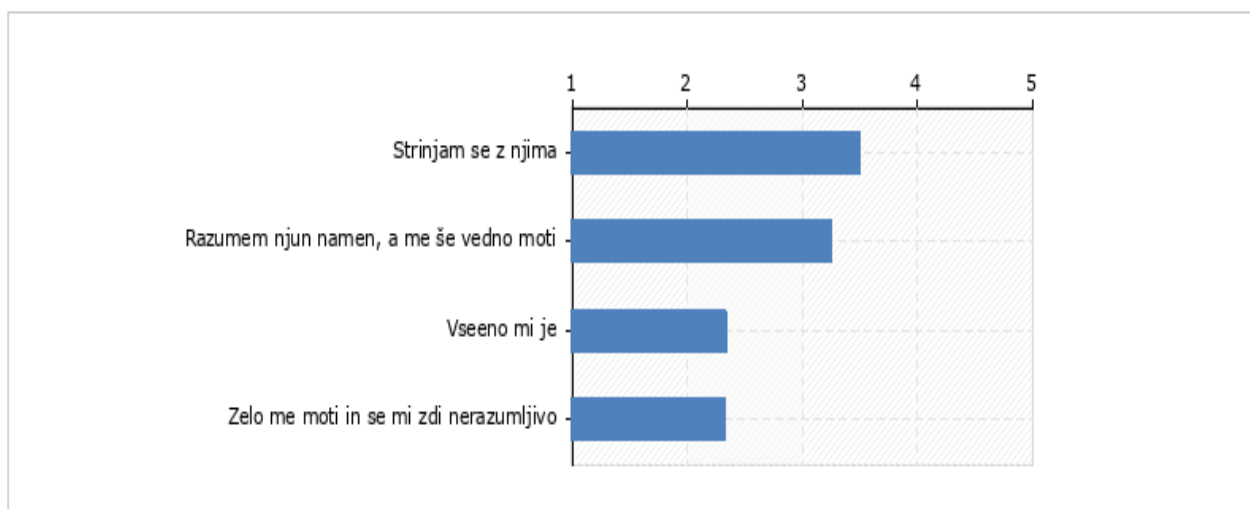
Želeli sva izvedeti tudi razloge, ki so jih za odvzem dostopa do socialnih omrežij navajali starši. Kot najpogostejši razlog mladostniki navajajo skrb zaradi negativnih organskih posledic dolgotrajne rabe elektronskih naprav. Kot najmanj pomembni razlog za odvzem navajajo skrb staršev, da se jim vsebine, ki jih gledajo njihovi otroci ne zdijo primerne. V rubriki 'drugo' navajajo odgovore kot so: starši razloga ne navedejo, dostop mi odvzamejo, ker so slabe volje, ker pri pogovoru ni vljudno, ker jim tako zmanjka časa za učenje. Ponovno sta se pojavila dva odgovora 'ne omejujejo me', ki zaradi neobveznosti vprašanja nista bila potrebna.

Grafikon 13: Prikaz razlogov, ki so jih za odvzem dostopa navedli starši.



V skladu z najino hipotezo 6. hipotezo sva oblikovali najino naslednje vprašanje, saj naju je zanimalo, ali mlade nadzor res ne moti. Kot predvideno se večina anketirancev z njimi strinja, saj je bila tukaj povprečna ocena 3,5. Najnižja povprečna ocena (2,3) je bila pri 'zelo me moti in se mi zdi nerazumljivo' in pri 'vseeno mi je'.

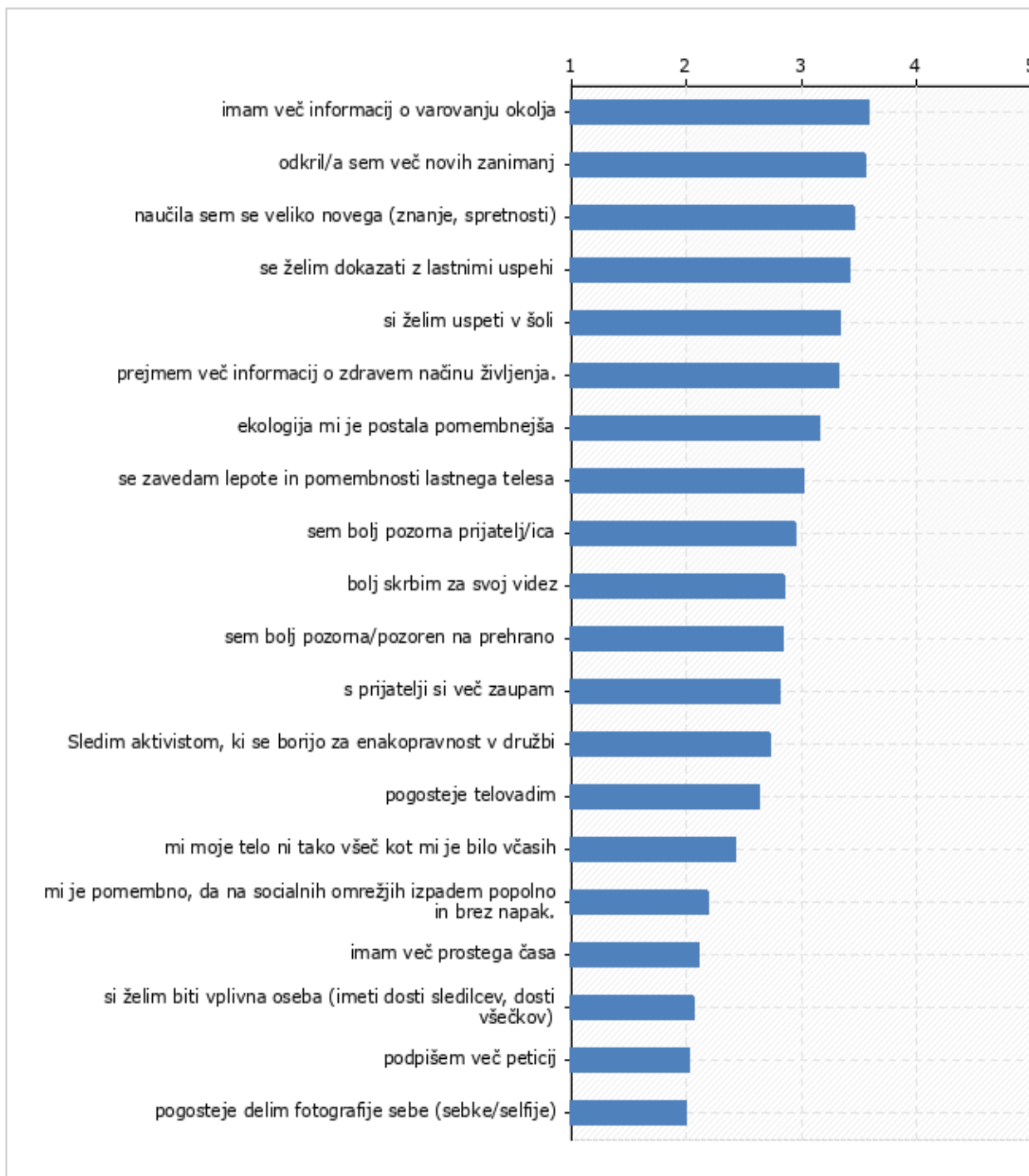
Grafikon 14: Prikaz razumevanja dejanja staršev s strani mladostnikov.



Pri zadnjem vprašanju sva tako kot dveh prejšnjih vprašanjih uporabili lestvico od 1 do 5. Zanimalo naju je v kolikšni meri veljajo spodaj zapisane trditve odkar uporabljajo socialna omrežja. Največ anketirancev se je strinjalo pri trditvi 'odkar uporabljam socialna omrežja imam več informacij o varovanju okolja', kjer je bila povprečna ocena vseh odgovorov (3,6). Med boljše ocenjenimi odgovori so bili tudi 'odkril/a sem več novih zanimanj', naučil/a sem se

veliko novega itd. Najnižje ocenjeni sta bili povedi ‘odkar uporabljam socialna omrežja pogosteje delim več fotografij sebe (sebek)’ in ‘odkar uporabljam socialna omrežja podpišem več peticij, ki sta imeli povprečno oceno 2,0.

Grafikon 15: Prikaz odgovorov na trditve, ki za mladostnike veljajo odkar so začeli uporabljati socialna omrežja.



### 3.3 Razprava

V razpravi bova ovrednotili, ali najine hipoteze potrdiva ali ovrževa na podlagi odgovorov anketirancev.

#### **Internet vsak dan uporablja 90% mladostnikov.**

Kot so prikazali rezultati ankete, internet uporablja kar 98% anketirancev iz treh gimnazij. To se morda na prvi pogled zdi zaskrbljujoče, saj je morda več, kot bi pričakovali, a moramo upoštevati dejstvo, da smo anketirali dijake gimnazij. Glede na ostale odgovore v anketi se internet uporablja kot pripomoček za učenje, iskanje novih informacij in nasploh kot neka pomoč pri šolskem delu. Več kot 80% dijakov uporablja internet za deljenje gradiva in informacij o šoli s sošolci, ter okoli 60% za šolsko delo. Hipotezo sva potrdili, saj je 8 odstotna razlika med napovedjo in rezultatom zanemarljiva.

#### **Mladostniki uporabljajo internet vsaj 3 ure na dan.**

Hipoteza je ovržena, saj je največ anketirancev odgovorilo, da na internetu dnevno preživijo 1-2 uri. Če upoštevamo, da dosti tega časa porabijo za šolsko delo, ugotovimo da interneta večinoma ne uporabljajo prekomerno.

#### **Najbolj priljubljeno socialno omrežje je *Instagram*.**

Več kot 80% anketirancev je odgovorilo, da je njihovo najljubše socialno omrežje Instagram. Na vprašanje zakaj je tako, so odgovorili, da je komunikacija lažja, prav tako pa ga ima večina njihovih prijateljev. Hipoteza je potrjena.

#### **Starši nadzirajo/omejujejo uporabo interneta.**

To hipotezo sva ovrgli, saj starši omejujejo uporabo interneta samo 16% dijakom. Ne misliva pa, da je to nujno nekaj slabega, saj to lahko kaže na večje zaupanje med starši in dijaki.

#### **Otrokom starši prepovedujejo uporabo telefona najpogosteje med opravljanjem domače naloge in med družinskimi aktivnostmi, kot so skupni obroki in druženje.**

Rezultati ankete kažejo, da so trije najpogostejši dejavniki za omejevanje uporabe telefona družinski: več kot 80% ne sme elektronskih naprav uporabljati med obroki, 60% med družinskimi pogovori in malo več kot 50% med družinskimi obiski. Okoli 40% pa ne sme uporabljati telefona med učenjem in delanjem domače naloge, kar je manj kot polovica, zato je hipoteza delno potrjena.

#### **V glavnem nadzor, ki ga izvajajo starši dijakov ne moti in ga razumejo.**

Hipoteza je potrjena, saj se večina dijakov strinja z omejevanjem elektronskih naprav, ali pa namen staršev razume, čeprav se z njimi ne strinjajo, manj pa jih meni, da so ta dejanja

nerazumljiva in jih motijo. To kaže na zrelost in samozavedanje mladih, da preveč uporabe socialnih medijev ni dobro.

**Spletna socialna omrežja so zelo priljubljena, ker nam omogočajo komunikacijo in so nam zato v veliko pomoč pri ohranjanju družinskih, osebnih in poslovnih stikov.**

Skoraj 100% dijakov je odgovorilo, da uporablja socialna omrežja za komuniciranje s prijatelji in vrstniki ter za ohranjanje stikov s sošolci. Malo manj kot 40% pa uporablja socialna omrežja za komuniciranje z družino. Najverjetneje je to tako, ker še živijo s svojo bližnjo družino, s širšo družino pa nimajo želje pogosto komunicirati. Hipoteza je delno potrjena.

**Zaradi hitrega pridobivanja informacij na socialnih omrežjih bodo mladi poudarjali tudi okoljevarstvene vrednote, zanimali se bodo za politične zadeve in aktivizem.**

Okoljevarstvene vrednote so na lestvici od 1-5 dobile povprečen odgovor 4,2, kar pomeni, da je mladim ta vrednota precej pomembna. V drugem delu ankete sva na temo okoljevarstva postavili dve trditvi, za kateri so morali dijaki na lestvici od 1 do 5 oceniti, koliko se z njima strinjajo, pri čemer je 1 pomenilo 'sploh se ne strinjam', 5 pa 'zelo se strinjam'. Prva trditev se je glasila *Odkar uporabljam socialna omrežja imam več informacij o varovanju okolja s povprečno oceno 3,6*, druga pa *Odkar uporabljam socialna omrežja mi je ekologija postala pomembnejša s povprečno oceno 3,1*. Iz tega se vidi, da so imela socialna omrežja zelo majhen vpliv na pomen okoljevarstva pri mladih, in da jim je ta vrednota pomembna zaradi drugačnih razlogov. Trditev *Odkar uporabljam socialna omrežja sledim aktivistom, ki se borijo za enakopravnost v družbi* je bila ocenjena z 2,7, *Odkar uporabljam socialna omrežja podpišem več peticij* pa 2,0. Po mnenju dijakov torej na to socialni mediji večinoma niso vplivali. Hipoteza je ovržena.

**Zaradi konstantnega oglaševanja osebnega življenja na socialnih medijih bodo zelo pomembne individualistične, hedonske vrednote, manj pa vera in narodna zavest.**

Med prvimi desetimi najpomembnejšimi vrednotami anketirancev je bilo 6 vrednot moralnih (družina, prijateljstvo, poštenost, zvestoba, mir v družbi in socialna pravičnost in enakopravnost), 2 izpolnitveni (notranje zadovoljstvo in osebna rast) in samo 2 hedonski (zdravje in varnost). Prav tako so v drugem delu ankete ocenili, koliko se strinjajo z danimi trditvami, pri čemer je 1 pomenilo 'sploh se ne strinjam', 5 pa 'zelo se strinjam'. Večina trditev, ki je namigovala, da po uporabljanju socialnih medijev dijaki več razmišljajo o svojem telesu, telovadbi in ugledu, je bila ocenjena z manj kot 3, torej jim te vrednote niso tako pomembne. Rezultati tako kažejo na standardno stopnjo zrelosti, saj je pri teh letih pričakovano,

da hedonske potrebe mladim ne bodo več tako zelo pomembne, kot so jim bile v otroštvu. Mediji torej na vrednote niso vplivali zelo močno. Potenčne in hedonske vrednote so bile anketirancem v večini manj pomembne, najmanj pomembna sta jim bila vera (s povprečno oceno na lestvici 2.2) in narodni ponos (s povprečno oceno na lestvici 2.9). Hipoteza je delno potrjena.

## 4. ZAKLJUČEK

Pri raziskovalni nalogi naju je zanimala korelacija med uporabo socialnih omrežij mladostnikov in njihovimi vrednotami. Pred začetkom pisanja sva preverjali literaturo in si postavili cilje.

Prav tako sva si postavili 9 hipotez o vrednotah mladih, njihovi uporabi socialnih omrežij ter vplivu le teh na njihove vrednote. Tri hipoteze so bile ovržene, tri delno potrjene in tri v celoti potrjene. Ugotovili sva, da večina staršev anketirancev svojim otrokom ne omejuje dostopa do interneta, tisti, ki pa to počnejo, pa ga omejujejo večinoma pri družinskih druženjih in dogodkih. Anketiranci se s tem omejevanjem večinoma strinjajo. Tisti, ki se z omejevanjem ne strinjajo ga kljub temu večini vsaj razumejo. Najljubše socialno omrežje anketirancev je bil *Instagram*, saj je preko njega najlažje komunicirati, prav tako pa ga uporablja največ njihovih prijateljev. Čeprav jim je okoljevarstvena vrednota pomembna, na to niso vplivala socialna omrežja; prav tako niso vplivali na politično vključenost ali pa aktivizem med mladimi. Kljub nenehnemu oglaševanju osebnega življenja na medijih in potrošništva, so anketirancem v povprečju najpomembnejše moralne vrednote, hedonske in potenčne pa so jim veliko manj pomembne, nekateri izmed najmanj pomembnih vrednot pa sta vojska in narodni ponos.

Rezultati te raziskave nam povedo, da kljub neomejeni rabi interneta in socialnih omrežij, ta niso močno vplivala na vrednote anketirancev, še posebej ne na slab način. Večina vrednot, ki so tem dijakom pomembne, je moralnih, ne pa hedonskih, kot je bilo predvideno. To nas vse lahko postavi pred naslednje vprašanje: ali je mogoče, da bi v prihodnosti socialni mediji na človeka in njegove vrednote vplivali pozitivno? Glede na dejstvo, da se je naša generacija rodila v svet tehnologije in v njem tudi odraščala, verjameva, da bi morali narediti vse v naši moči, da to omogočimo.

## 5. LITERATURA

BALLARD, J.(2019). *Teens use these social media platforms the most*. YouGov. Dostopno na: <https://today.yougov.com/topics/lifestyle/articles-reports/2019/10/25/teens-social-media-use-online-survey-poll-youth> (16.1.2020)

BOYD, D. M., ELLISON, N. B. (2007): *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer – Mediated Communication*, str. 211. Dostopno na:<https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062> (11. 1. 2020).

BREČKO, L. (2012). *Raba spletnih socialnih omrežij med otroki in nevarnosti*. Ljubljana, Slovenija. Dostopno na: <https://dk.um.si/IzpisGradiva.php?id=37742&lang=slv> (1. 2. 2020)

ERJAVEC, K. in VOLČIČ, Z. (1999). *Odraščanje z mediji*. Ljubljana : Zveza prijateljev mladine Slovenije.

FORJAN, N. (2016, julij). *IZZIVI IN TEŽAVE SODOBNE DRUŽBE*. Ljubljana, Slovenija. Dostopno na: [https://www.ris-dr.si/data/attachment/b70158055ed1d6180d8028abe679b0c239c372c5/1472736391BILTEN\\_IZZIVI\\_IN\\_TE\\_AVE\\_SODOBNE\\_DRU\\_BE.pdf](https://www.ris-dr.si/data/attachment/b70158055ed1d6180d8028abe679b0c239c372c5/1472736391BILTEN_IZZIVI_IN_TE_AVE_SODOBNE_DRU_BE.pdf) (25. 1. 2020)

JOINSON, A. N. (2008). *Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and Use of Facebook*. *Proceedings of the 2008 Conference on Human Factors in Computing Systems* (str. 2-3). Florence, Italy: Research Gate. Dostopno na: [https://www.researchgate.net/publication/221516145\\_Looking\\_at\\_looking\\_up\\_or\\_keeping\\_up\\_with\\_people\\_Motives\\_and\\_Use\\_of\\_Facebook](https://www.researchgate.net/publication/221516145_Looking_at_looking_up_or_keeping_up_with_people_Motives_and_Use_of_Facebook) (31. 1. 2020)

KRANČAN, P. (januar 2013). *VREDNOTE V RAZLIČNIH RAZVOJNIH OBDOBJIH IN MEDGENERACIJSKI PRENOS VREDNOT*. *Diplomsko delo*. Ljubljana. Dostopno na:[http://pefprints.pef.uni-lj.si/1263/1/DIPLOMSKO\\_DELO\\_Petra\\_Kran%C4%8Dan.pdf](http://pefprints.pef.uni-lj.si/1263/1/DIPLOMSKO_DELO_Petra_Kran%C4%8Dan.pdf) (1. 2. 2020)

LAVRIČ, M., Flere, S., Tavčar Krajnc, M., Klanjšek, R., Musil, B., Naterer, A., . . . Lešek, P. (2010). *Mladina 2010. Družbeni profil mladih v Sloveniji*. Ljubljana. Dostopno na: [http://arhiv.mlad.si/files/knjiznica/mladina2010-2\(1\).pdf](http://arhiv.mlad.si/files/knjiznica/mladina2010-2(1).pdf) (1. 2. 2020)



MUSEK, J. (November 2003). *Prof. dr. Janek Musek: Raziskovanje vrednot v Sloveniji in vrednotni univerzum Slovencev*. Pridobljeno iz Prihodnost Slovenije: <http://www.prihodnost-slovenije.si/up-rs/ps.nsf/krf/6E9DC6507D449582C1256E940046C554?OpenDocument> (31. 1. 2020)

NATERER, A., Miran, L., Klanjšek, R., Flere, S., Rutar, T., Lahe, D., . . . Kobše, Ž. (2019). *Slovenska mladina 2018/2019*. Dostopno na: <https://mlad.si/uploads/objave/NOVICE%20UREDNIŠTVO/Slovenska%20mladina%202018-2019.pdf.pdf> (1. 2. 2020)

PERŠIČ, T. (2012) *Vpliv spletnih socialnih omrežij na medosebne odnose med mladimi*. Diplomatska naloga Visokošolskega Univerzitetnega študijskega programa prve stopnje. Nova Gorica: Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici. Dostopno na: [http://www.fuds.si/sites/default/files/diploma\\_0.pdf](http://www.fuds.si/sites/default/files/diploma_0.pdf)(10. 1. 2020)

PERŠIČ, T. (2015). *Vpliv spletnih socialnih omrežij na samopodobo mladih-spletna socialna omrežja in vse bolj narcisistično vedenje 'net generacije'*. Magistrska naloga študijskega programa druge stopnje. Nova gorica: Fakulteta za uporabne družbene študije v Novi Gorici. Dostopno na: [http://www.fuds.si/sites/default/files/magistrska\\_naloga\\_tjasa\\_persic.pdf](http://www.fuds.si/sites/default/files/magistrska_naloga_tjasa_persic.pdf) (10. 1. 2020)

POČKAR, M., Andolšek, S., Popit, T., Barle Lakota, A. (2011). *Uvod v sociologijo*. DZS.

ROZMAN, M. P. (2017). Pomen in vloga religije v sodobni postmoderni družbi in iskanje bistva religioznega fenomena. *Bogoslovni vestnik* 77, 291. Dostopno na: <http://www.teof.uni-lj.si/uploads/File/BV/BV2017/02/Pevec.pdf> (16.1.2020)

RUŽIČ, M. (2013). *Varnost otroških socialnih omrežij in klepetalnic pred zlorabami*. Magistrsko delo. Ljubljana: Univerza v Ljubljani Fakulteta za družbene vede. Dostopno na: [http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska\\_dela\\_2/pdfs/mb22\\_ruzic-maja.pdf](http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska_dela_2/pdfs/mb22_ruzic-maja.pdf) (12. 1. 2020)

TOŠ, N. (2016). *Vrednote v prehodu X*. *Slovensko javno mnenje*. Ljubljana. Dostopno na: <https://www.cjm.si/ul/2017/VREDNOTE-10-web.pdf> (2. 2. 2020)

# 6. PRILOGE

## 6.1 Vprašalnik

Zdravo!

Sva Daša Bejat Krajnc in Lucija Marković, učenki 2. letnika na II. Gimnaziji Maribor. V okviru tekmovanja Mladi za napredek Maribora delava raziskovalno nalogo na sociološkem področju.

Vprašalnik je anonimen, rezultati pa bodo zapisani v najini raziskovalni nalogi.

Prosiva, če si vzamete nekaj minut in s klikom na Naslednja stran pričnete z izpolnjevanjem ankete. Zahvaljujemo se za odgovore!

1. Spol:

- a. Moški
- b. Ženski

2. Kateri letnik obiskujete?

- a. 1. letnik
- b. 2. letnik
- c. 3. letnik
- d. 4. letnik

3. Spodaj so po naključnem vrstnem redu navedene posamične vrednote. S pomočjo lestvice oceni, koliko ti je posamična pomembna, pri čemer velja: 1 – Nepomembno, 2 - malo pomembno, 3 – niti pomembno niti nepomembno, 4 –pomembno, 5 - zelo pomembno.

1            2            3            4            5

poštenost

pripravljenost pomagati

uspeh

sposobnosti

denar

zabava

avanturizem

prosti čas

zdravje

varnost

narodni ponos

nacionalna varnost

umetnost in kultura

prijateljstvo

družina

mir v družbi

socialna pravičnost in enakopravnost

osebna rast

modrost

pogum

notranje zadovoljstvo

vera

ohranjanje okolja

zvestoba

odgovornost

lepota

moč

ugled

4. Ali uporabljaš socialna omrežja?

- a. da
- b. ne

5. Koliko časa dnevno preživiš na socialnih omrežjih?

- a. manj kot uro
- b. med 1 in 2 uri
- c. med 3 in 4 ure
- d. med 5 in 6 ur
- e. 7 ur ali več

6. Zakaj uporabljaš socialna omrežja?

Možnih je bilo več odgovorov

- a. da se kratkočasim
- b. za pregled novic doma in po svetu
- c. za komuniciranje s prijatelji in vrstniki
- d. za komuniciranje z družino
- e. za objavljane dogodkov iz svojega življenja
- f. za šolsko delo (iskanje gradiva za referate, itd.)
- g. za ohranjanje stika s sošolci (delitev gradiva, informacij o šoli itd.)
- h. daje mi občutek pripadnosti neki skupini
- i. Drugo:

7. Katerega od spodaj navedenih socialnih omrežij največ uporabljaš ?

Možnih je bilo več odgovorov

- a. Instagram
- b. Facebook

- c. Snapchat
- d. Youtube
- e. Twitter
- f. TikTok
- g. Drugo:

8. Imej v mislih socialno omrežje, ki ga največ uporabljaš. Zakaj si se odločil/a prav zanj?

Možnih je več bilo odgovorov

- a. ker ga ima največ mojih prijateljev
- b. ker je trenutno popularno
- c. ker je komunikacija lažja
- d. ker so časovno omejeni prikazi zgodb (storijev)
- e. ker tega socialnega omrežja ne uporabljajo moji starši
- f. ker ima funkcije, ki jih druga omrežja nimajo
- g. Drugo:

9. Koliko časa dnevno preživiš na tem socialnem omrežju?

- a. manj kot uro
- b. med 1 in 2 uri
- c. med 3 in 4 ure
- d. med 5 in 6 ur
- e. več kot 7 ur

10. Izberi, kako si najpogosteje dejaven na tem mediju.

Možnih je več bilo odgovorov

- a. objavljam fotografije
- b. objavljam svoje mnenje/misli/besedila
- c. gledam fotografije in objave drugih
- d. Drugo:

11. Ali ti starši omejujejo dostop do elektronskih naprav?

- a. Da
- b. Ne

12. Če da, na kakšen način ti dostop omejujejo (oz. so ti ga v preteklosti)?

Možnih je več bilo odgovorov

- a. Telefona/tablice/računalnika ne smem uporabljati med obroki

- b. Telefona ne smem uporabljati po določeni večerni uri
- c. S telefonom ne smem v posteljo
- d. Telefona ne smem uporabljati med družinskimi obiski
- e. Telefona ne smem uporabljati med družinskimi pogovori
- f. S telefonom ne smem v šolo
- g. Telefona ne smem imeti nenehno pri sebi (npr. v hlačah)
- h. Uporabo telefona mi prepovedujejo med vožnjo v avtu
- i. Starši so na elekt. napravah namestili aplikacijo, ki omogoča nadzor in pregled aktivnosti mladostnika oz. uporabnika
- j. Starši s pomočjo aplikacij upravljajo s časom, ko so mladostniki (ti) na spletu
- k. Telefona ne smem uporabljati ko se učim.
- l. Drugo:

13. Če ti starši omejujejo dostop do elektronskih naprav, kakšne razloge navajajo za to?

Možnih je bilo več odgovorov

- a. skrb zaradi negativnih organskih posledic dolgotrajne rabe elektronskih naprav
- b. skrb, ker se jim vsebine, ki jih gledam, ne zdijo primerne
- c. skrb zaradi nevarnosti, ki pretijo na internetu (kraja identitete, spolne zlorabe...)
- d. skrb zaradi negativnih psiholoških posledic dolgotrajne rabe elektronskih naprav
- e. skrb zaradi neprimerne vedenja do drugih, ki so istočasno v prostoru
- f. Drugo:

14. Kako razumeš njihovo omejevanje? Odgovore oceni s pomočjo in lestvice, pri čemer velja: 1 – Nepomembno, 2 - malo pomembno, 3 – niti pomembno niti nepomembno, 4 –pomembno, 5 - zelo pomembno

1                      2                      3                      4                      5

Zelo me moti in se mi zdi nerazumljivo

Razumem njun namen, a me še vedno moti

Vseeno mi je

Strinjam se z njima

15. Označi, v kolikšni meri se strinjaš ali ne strinjaš s spodnjimi trditvami. Odgovore oceni s pomočjo in lestvice, pri čemer velja: 1 – Nepomembno, 2 - malo pomembno, 3 – niti

pomembno niti nepomembno, 4 –pomembno, 5 - zelo pomembno.Odkar uporabljam socialna omrežja:

1 2 3 4 5

prejemem več informacij o zdravem načinu življenja.

sem bolj pozorna/pozoren na prehrano

pogosteje telovadim

imam več informacij o varovanju okolja

ekologija mi je postala pomembnejša

Sledim aktivistom, ki se borijo za enakopravnost v družbi

podpišem več peticij

se zavedam lepote in pomembnosti lastnega telesa

pogosteje delim fotografije sebe (sebke/selfije)

bolj skrbim za svoj videz

mi moje telo ni tako všeč kot mi je bilo včasih

imam več prostega časa

odkril/a sem več novih zanimanj

naučila sem se veliko novega (znanje, spretnosti)

sem bolj pozorna prijatelj/ica

s prijatelji si več zaupam

si želim uspeti v šoli

se želim dokazati z lastnimi uspehi

si želim biti vplivna oseba (imeti dosti sledilcev,  
dosti všečkov)

mi je pomembno, da na socialnih omrežjih  
izpadem popolno in brez napak.



