



VISOKA ŠOLA ZA ZDRAVSTVENO NEGO JESENICE

Študijski program 1. stopnje

Zdravstvena nega 1

**ODNOS ŠTUDENTOV DO SOCIALNIH OMREŽIJ NA
VISOKI ŠOLI ZA ZDRAVSTVENO NEGO JESENICE**

Seminarska naloga

Mag. Jožica Ramšak Pajk

Maja Podojstršek,
študentka prvega letnika (redni)

Jesenice, december 2011

IZJAVA

Podpisana Maja Podojstršek, rojena 28. 3. 1991, študentka Visoke šole za zdravstveno nego Jesenice, izjavljam, da je seminarska naloga z naslovom Odnos študentov do socialnih omrežij na VŠZNJ pri predmetu Zdravstvena nega 1 avtorsko delo. V seminarski nalogi so uporabljeni viri in literatura korektno navedeni; teksti niso pripisani brez avtorjev.

Za svojo izjavo prevzemam vso materialno in kazensko odgovornost. Poznam določila pravilnika o ocenjevanju in preverjanju znanja in Pravilnik o disciplinski odgovornosti študenta.

Jesenice, 16. 12. 2011

Podpis študentke: _____

Izvleček in ključne besede

Izvleček

Iz leta v leto se uporaba socialnih omrežij strmo povzpenja. Število uporabnikov socialnega omrežja Facebook se bliža 600 milijonom, Wikipedia obsega več kot 14 milijonov člankov v 260 jezikih, v maju 2010 je Youtube v enem dnevu presegel 2 milijardi ogledov videoposnetkov, uporabniki vsako minuto prenesejo v to socialno omrežje za 24 ur video vsebin, v socialnem omrežju Twitter ustvarijo uporabniki na dan 50 milijonov kratkih sporočil ...

Zaradi naštetega nas je zanimalo, kakšen odnos do socialnih omrežij imajo študenti na Visoki šoli za zdravstveno nego Jesenice (v nadaljevanju VŠZNJ). V seminarski nalogi opisujejo, kaj sploh so socialna omrežja, in predstavljamo, kako le-ta delimo. Danes obstaja termin »internetni otroci«, to so otroci, ki si življenja brez socialnih omrežij enostavno ne znajo več predstavljati. Ljudje so socialno povezani z vse večjim številom zelo različnih ljudi, ki živijo na različnih koncih sveta. Zaradi tega so postale razdalje v socialni prepletenosti človeštva manjše.

Ključne besede:

socialna omrežja, internet, Facebook, Twitter, Messenger, Myspace.

Abstract

Year after year the number of people using social networks is rising. At the moment Facebook has almost 600 million users, Wikipedia consists of more than 14 million articles in 260 different languages, in May 2010 Youtube reached over 2 billion views of their video content in a single day and their users upload 24hours worth of videos every minute, Twitter users generate 50 million short messages per day ...

In the light of this data we wanted to find out what is the attitude of "Visoka šola za zdravstveno nego Jesenice" (VŠZNJ) students towards social networks. In this article we shortly analyze what exactly modern social networks are and how we divide them. Today we, the so called "internet children", do not imagine our lives without the use of social networks. We are connected with a variety of different people living throughout the world. Because of social networking the distances between humans have become shorter.

Descriptors:

social networks, internet, Facebook, Twitter, Messenger, Myspace.

Kazalo

1	UVOD.....	1
2	TEORETIČNI DEL.....	1
2.1	Kaj so socialna omrežja?	1
2.2	Slabosti socialnih omrežij.....	2
2.1	Razlika med elektronskimi socialnimi omrežji in tradicionalnimi socialnimi omrežji.....	2
2.2	Spletni premiki.....	3
2.3	Orodja za komuniciranje in objavo vsebin	3
2.3.1	Spletni dnevniki (ang. <i>Blog</i>):.....	3
2.3.2	Mikroblogi (ang. <i>Microblogging</i>)	3
2.4	Orodja za sodelovanje.....	4
2.4.1	Spletno soustvarjanje (ang. <i>Wiki</i>).....	4
2.4.2	Družbeno označevanje (ang. <i>Social bookmarking/tagging</i>).....	4
2.5	Orodja za delitev vsebin oz. za skupno rabo vsebin	4
2.5.1	Skupna raba video zapisov (ang. <i>Videos sharing</i>).....	4
2.5.2	Skupna raba fotografij (ang. <i>Picture sharing</i>).....	4
2.5.3	Skupna raba hiperpovezav (ang. <i>Links sharing</i>):	4
2.5.4	Skupna raba glasbenih zapisov (ang. <i>Music sharing</i>)	4
2.5.5	Skupna raba predstavitev (ang. <i>Presentation sharing</i>).....	4
2.6	Orodja za družbeno mreženje	4
2.6.1	Socialna omrežja (ang. <i>Social network</i>)	4
2.7	Uporaba socialnih omrežij v Združenih državah Amerike.....	5
3	EMPIRIČNI DEL.....	6
3.1	Problemi in cilji raziskovanja	6
3.2	Raziskovalne hipoteze	6
3.3	Raziskovalna metodologija.....	6
3.3.1	Metode in tehnike zbiranja podatkov	6
3.3.2	Opis instrumentarja	7
3.3.3	Opis vzorca.....	7

3.3.4	Opis obdelave podatkov	7
3.4	Rezultati	7
3.5	Razprava	14
4	ZAKLJUČEK	15
5	LITERATURA	15

Kazalo grafikonov

Grafikon 1:	Spol anketirancev	7
Grafikon 2:	Starost anketirancev	8
Grafikon 3:	Ali ste registrirani v socialnem omrežju?	9
Grafikon 4:	Katere od socialnih omrežij poznate?	9
Grafikon 5:	Katera socialna omrežja uporabljate?	10
Grafikon 6:	Koliko časa na dan porabite za socialna omrežja?.....	11
Grafikon 7:	Ali uporabljate socialna omrežja, tudi za pridobivanje informacij/podatkov o študiju?	12
Grafikon 8:	Preko socialnih omrežij delim vse podatke in slike.....	12
Grafikon 9:	Socialna omrežja uporabljam zaradi ohranjanja stikov s prijatelji	13
Grafikon 10:	Ali si želite prenehati uporabljati socialna omrežja?	14

1 UVOD

Socialna omrežja so v našem življenju prisotna že dlje časa, vendar zadnja leta čedalje intenzivnejše prodirajo v naša življenja. Pogosto se povezujejo še z zabavo in s preživljanjem prostega časa, čeprav so že dolgo več kot samo to. Socialna omrežja predstavljajo nov svet, ki je mnogo več kot le stališče pripadnikov današnje generacije.

Pod termin *socialna omrežja* uvrščamo aplikacije, spletne storitve ali strani, ki gradijo in odražajo socialne odnose med ljudmi, ki imajo npr. skupne interese in/ali aktivnosti. Omogočajo nam komuniciranje, povezovanje in sodelovanje, in sicer na način, ki pred leti še ni bil mogoč. Veliko odraslih in starejših ljudi se sprašuje, kaj sploh delajo današnji otroci, saj ne vidijo več nikogar, ki bi se igral na igrišču. Odgovor je jasen. Tehnologija je preveč globlje prodrla v naša življenja in enostavno obsedla nas ter naše otroke. Zaradi tega razloga smo se odločili, da o tej problematiki naredimo raziskavo. Posvetili smo se odnosu študentov do socialnih omrežij na VŠZNJ.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 Kaj so socialna omrežja?

Socialna omrežja so aplikacije, spletne storitve, platforme ali strani, ki gradijo in odražajo socialne mreže ali socialne odnose med ljudmi, ki imajo npr. skupne interese in/ali aktivnosti. Te spletne aplikacije posameznikom omogočajo:

- ustvarjanje javnega ali delno javnega profila znotraj omenjenega sistema;
- artikuliranje seznama uporabnikov, s katerim so povezani, in
- prikazovanje in pretok njihovih seznamov povezav drugih, znotraj sistema. (Boyd, 2007)

Strani socialnih omrežij omogočajo uporabnikom deljenje idej, aktivnosti, dogodkov in interesov znotraj svojih individualnih omrežij; zagotavljajo sredstva za interakcijo med uporabniki preko interneta.

Glavni atribut socialnih omrežij je, da nudi posamezniku možnost ohranjanja stikov z ljudmi, ki jih morda sicer ne bi videl nikoli več. Po drugi strani pa lahko s pomočjo socialnih omrežij posameznik gradi novo obsežnejšo mrežo poznanstev in pridobiva nove

prijatelje. Vsi ti spletno zgrajeni odnosi zajemajo ogromno število uporabnikov interneta, katerih članstvo ni trdno. (Bambina, 2007)

2.2 Slabosti socialnih omrežij

Kot vse drugo imajo tudi socialna omrežja poleg veliko pozitivnih lastnosti tudi slabosti. V današnjem času so v velikem porastu zlorabe osebnih podatkov. Najpogostejše in najbolj problematično je vprašanje zasebnosti. Uporabniki v svojih spletnih profilih namreč objavijo svoje osebne podatke, slike, videoposnetke ipd., ki jih nepridipravi lahko zlorabijo (npr. kraja identitete). Največji problem vsega je, da takrat, ko enkrat objavimo določene informacije na internetu, jih je skoraj nemogoče popolnoma izbrisati. Včasih nam ne pomaga niti zaščita z geslom. Hote ali ne, naši podatki kmalu postanejo dostopni vsem poznanim in neznanim uporabnikom interneta. Poleg nevarovanja osebnih podatkov se srečujemo še z drugimi nevarnostnimi socialnih omrežij: z emocionalno zlorabo, žaljenjem in norčevanjem ter s »spletnim teroriziranjem«. (ŽIT, 2010) Velikokrat se ljudje sami pripravimo do tega, da na lastni koži občutimo pasti socialnega omrežja, kot so na primer anonimnost, zasvojenost, znižanje samozavesti ipd.

2.1 Razlika med elektronskimi socialnimi omrežji in tradicionalnimi socialnimi omrežji

Najočitnejša razlika med elektronskim socialnim omrežjem, ki vsebuje računalniško posredovane komunikacije in s »*face-to-face*« komunikacijo ustvarjenim tradicionalnim socialnim omrežjem je fizična. Nepotrebnost fizične bližine je oblika elektronskega socialnega omrežja, a pomanjkljivost tradicionalnega socialnega omrežja. Teoretično naj bi ta porast popularnosti spletnih socialnih omrežij obenem pomenil manjšo osebnost v družbenih interakcijah (manj neposrednih stikov) in izjemno ohlapne odnose, pa vendar v praksi temu ni tako, saj lahko posameznik s pomočjo tovrstnih strani (*Facebook, Twitter* ipd.) enostavneje ohranja prijateljske vezi ali celo zgradi nove. Socialna omrežja tako nikakor ne pomenijo posameznikove izolacije od realnega sveta ali bega pred realnim v virtualni svet, temveč so njegove spletne prijateljske in (po)znanske mreže le dodaten pripomoček h gradnji realnih (tradicionalnih) socialnih mrež. (Bambina, 2007)

2.2 Spletni premiki

Spletno mreženje postaja mednarodna obsedenost uporabnikov svetovnega spleta. *Facebook* je v začetku leta 2010 presegel mejo 500 milijonov registriranih uporabnikov in po prometu presegel *Google*, velikana med ponudniki spletnih iskalnih storitev. *Twitter*, mikroblogerska storitev, je praktično čez noč zrasel v močno orodje, ki ga je mogoče uporabiti v marketinške namene, hkrati pa spodbuja zavidevanja vredna politična gibanja in družbene premike. Spletni analitiki celo napovedujejo, da bodo spletna socialna omrežja s svojim načinom izmenjave, posredovanja in dostopnosti informacij v prihodnosti nadomestila iskalna orodja, ki so danes znani iskalniki (npr. *Google*, *Bing*, *Yahoo* itd.). (OZ – Organizacija znanja, 2010)

2.3 Orodja za komuniciranje in objavo vsebin

2.3.1 Spletni dnevniki (ang. *Blog*):

- *WordPress*, *Blogger*, *LiveJournal* ...

Blog je dnevnik, ki ga uporabnik piše na svetovnem spletu in za to ne potrebuje posebnega znanja, dovolj je, da pozna uporabo svetovnega spleta in elektronske pošte. Blog odraža osebna stališča avtorja in omogoča hitro izmenjavo mnenj, znanja, pridobivanje povratnih informacij in vpliva z ustvarjenim ugledom na blogerski sceni. Iskalno orodje spletnih dnevnikov Technorati je leta 2002 do konca 2009 registriralo in indeksiralo 133 milijonov spletnih dnevnikov, vsak dan je ustvarjenih 900.000 novih spletnih dnevnikov, v 2010 naj bi število registriranih blogov preseglo 200 milijonov.

2.3.2 Mikroblogi (ang. *Microblogging*)

- *Twitter*, *Google Buzz*, *Posterous* ...

Gre za poenostavljeno obliko komunikacije s kratkimi sporočili o željeni informaciji in to sporočilo istočasno z enim samim klikom razpošljemo po različnih komunikacijskih kanalih.

2.4 Orodja za sodelovanje

2.4.1 Spletno soustvarjanje (ang. *Wiki*)

- *Wikipedia, Wikimedia, Wikia ...*

Wiki pomeni v havajskem jeziku *hitro*. Wikiji omogočajo spletnim uporabnikom skupno urejanje in ustvarjanje dokumentov preko skupnega spletnega vmesnika.

2.4.2 Družbeno označevanje (ang. *Social bookmarking/tagging*)

- *Delicious, Diigo ...*

Družbeno označevanje omogoča uporabnikom označevanje vsebin, ki jih delijo z drugimi uporabniki svetovnega spleta. Objavljene vsebine (besedila, fotografije, videoposnetki, spletne povezave ...) je mogoče enostavno opremiti s ključnimi besedami, zaradi česar postane deljenje in iskanje spletnih vsebin enostavnejše in učinkovitejše.

2.5 Orodja za delitev vsebin oz. za skupno rabo vsebin

2.5.1 Skupna raba video zapisov (ang. *Videos sharing*)

- *Youtube, Vimeo, Metacafe ...*

2.5.2 Skupna raba fotografij (ang. *Picture sharing*)

- *Flickr, Photobucket, Picasa ...*

2.5.3 Skupna raba hiperpovezav (ang. *Links sharing*):

- *Digg, StumbleUpon...*

2.5.4 Skupna raba glasbenih zapisov (ang. *Music sharing*)

- *MySpace Music, Share The Music ...*

2.5.5 Skupna raba predstavitev (ang. *Presentation sharing*)

- *Slideshare, scribd ...*

2.6 Orodja za družbeno mreženje

2.6.1 Socialna omrežja (ang. *Social network*)

- *Facebook, Myspace, Twitter, Google Plus ...*

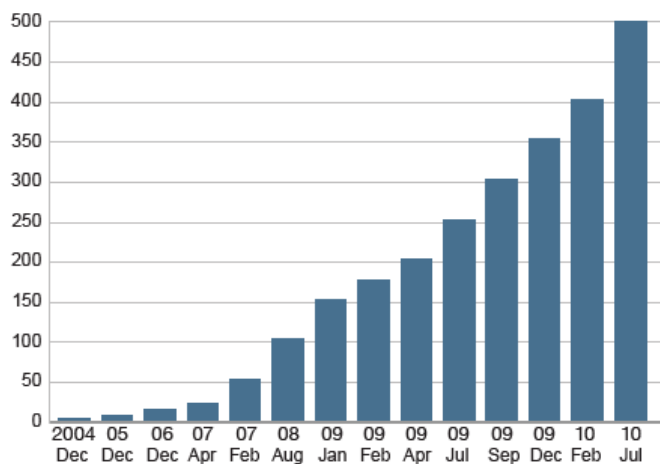
Težko je podati splošno definicijo socialnih omrežij, še posebej zaradi njihovega hitrega in neprestanega razvoja in zaradi sprememb, ki jih prenašajo. Lažje je naštetih lastnosti, po katerih se spletna socialna omrežja razlikujejo od drugih različnih internetnih storitev. Med

vsemi lastnostmi je za socialna omrežja najbolj bistvena skupnost. Socialna omrežja omogočijo uporabnikom oblikovanje skupin, v katerih lahko med seboj komunicirajo, in sicer javno ali zasebno. Uporabniki so lahko v nekem socialnem omrežju člani več skupin, te pa so lahko med seboj povezane. Individualni uporabniki sodelujejo v socialnih omrežjih zaradi stikov s prijatelji, z znanci, zaradi samopromocije, spoznavanja novih ljudi, izmenjavanja informacij, uporabnih vsebin ipd. Tipični predstavniki spletnih socialnih omrežij *Youtube* (ustanovljen 2005), *MySpace* (2003) in *Facebook* (2004). Ker so to mlada podjetja, imamo občutek, da so tudi socialna omrežja nekaj novega. Razmah in obseg, ki ga doživljamo na tem področju, ni novost, saj se je poglavje interneta začelo pisati že mnogo prej. Zаметke spletnih socialnih omrežij na osnovi priporočil in mnenj kupcev sta vpletala v komunikacije, kar sta temeljni lastnosti današnjih spletnih socialnih mrež. Socialna omrežja niso več le sinonim za družbena omrežja, kot so *Facebook*, *MySpace*, *Twitter* idr., temveč se danes vzpostavljajo praktično na vseh področjih človekovega življenja, tako poslovnega kot zasebnega, kot podpora učenju in integraciji znanja ter kot spodbuda za timsko delo, ustvarjalnost in odprto inoviranje. (OZ – Organizacija znanja, 2010)

2.7 Uporaba socialnih omrežij v Združenih državah Amerike

The rise of Facebook

Active users, millions



Source: Facebook

Raziskave *Experian Information solutions 2010* kažejo intenzivno rast števila uporabnikov socialnih omrežij, in sicer:

- 66 % uporabnikov interneta v ZDA aktivno uporabljajo socialne mreže (v letu 2007 le 20 %);
- 43 % aktivnih uporabnikov socialnih mrež dostopa do socialnih mrež večkrat na dan;
- 70 % uporabnikov socialnih mrež uporablja različna socialna omrežja zato, da vzdržuje stike z družinskimi člani. (Organizacija zdravja, 2010)

3 EMPIRIČNI DEL

3.1 Problemi in cilji raziskovanja

Za raziskovalni problem smo si izbrali odnos študentov do socialnih omrežij na Visoki šoli za zdravstveno nego Jesenice. Postavili smo si spodaj zapisane cilje.

C 1: Ugotoviti, katera socialna omrežja so najpogostejša pri študentih VŠZNJ.

C 2: Dobiti rezultate, koliko študentov VŠZNJ je registriranih v socialnih omrežjih.

C 3: Ugotoviti, ali študentje VŠZNJ uporabljajo socialna omrežja tudi za pridobivanje informacij in/ali podatkov o študiju.

3.2 Raziskovalne hipoteze

Hipoteze smo postavili na podlagi ciljev. Le-te so:

H 1: V socialna omrežja je registriranih vsaj polovica študentov VŠZNJ.

H 2: Najpogostejše socialno omrežje, ki se uporablja na VŠZNJ, je *Facebook*.

H 3: Študenti VŠZNJ včasih uporabljajo socialna omrežja za pridobivanje informacij in/ali podatkov o študiju.

3.3 Raziskovalna metodologija

3.3.1 Metode in tehnike zbiranja podatkov

Uporabili smo kvantitativno metodo zbiranja podatkov. Raziskava je potekala od 20. 11. 2011 do 10. 12. 2011 na Visoki šoli za zdravstveno nego Jesenice. Vse podatke smo pridobili z anketnim vprašalnikom.

3.3.2 Opis instrumentarja

Anketni vprašalnik je sestavljalo 10 vprašanj zaprtega tipa. Podvprašanj ni bilo, saj so bila vprašanja zastavljena tako, da so lahko anketiranci odgovarjali kratko in jedrnato.

3.3.3 Opis vzorca

Naključno smo izbrali 100 študentov Visoke šole za zdravstveno nego Jesenice, saj smo tako želeli dobiti različne rezultate.

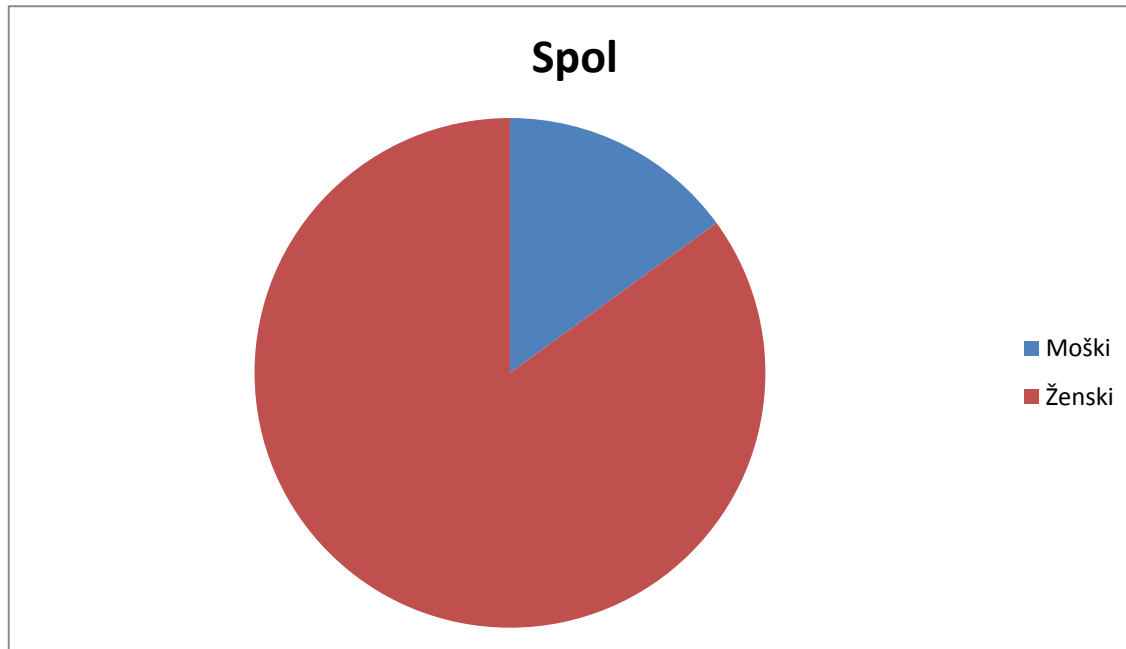
3.3.4 Opis obdelave podatkov

V internetnem programu, kjer smo izvedli anketni vprašalnik, so se nam odgovori sproti zapisovali. Vse odgovore smo nato združili in jih pretvorili v odstotke.

3.4 Rezultati

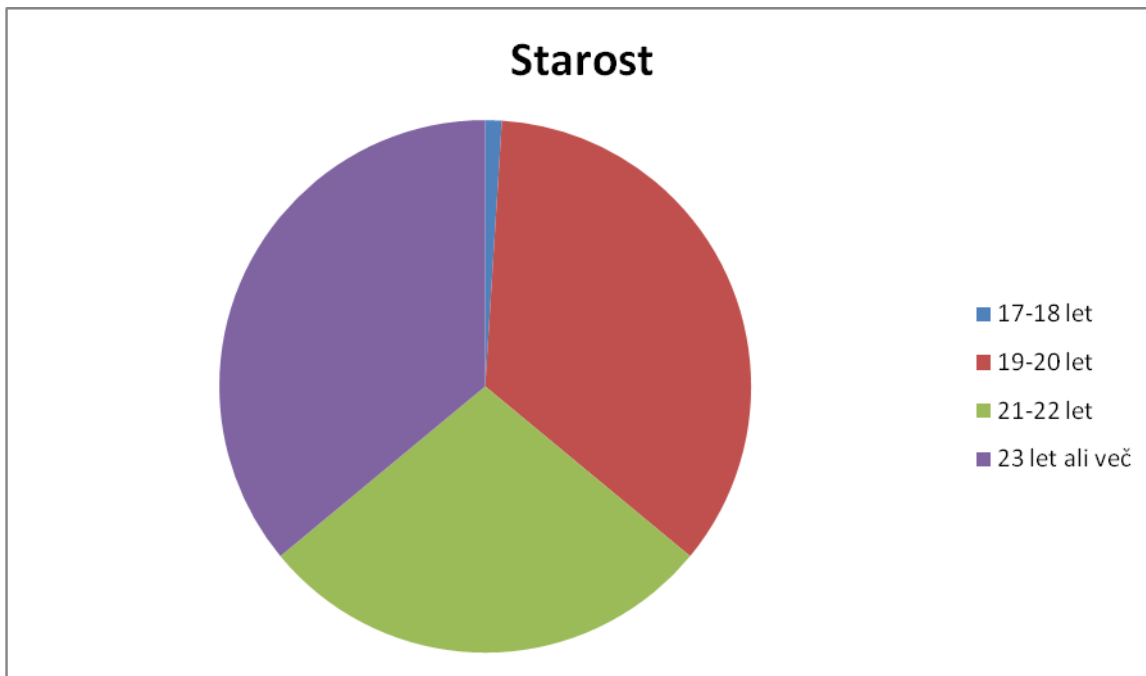
Na Visoki šoli za zdravstveno nego Jesenice smo izvedli raziskavo, v kateri je sodelovalo 100 naključno izbranih študentov, od tega 85 žensk in 15 moških (grafikon 1).

Grafikon 1: Spol anketirancev

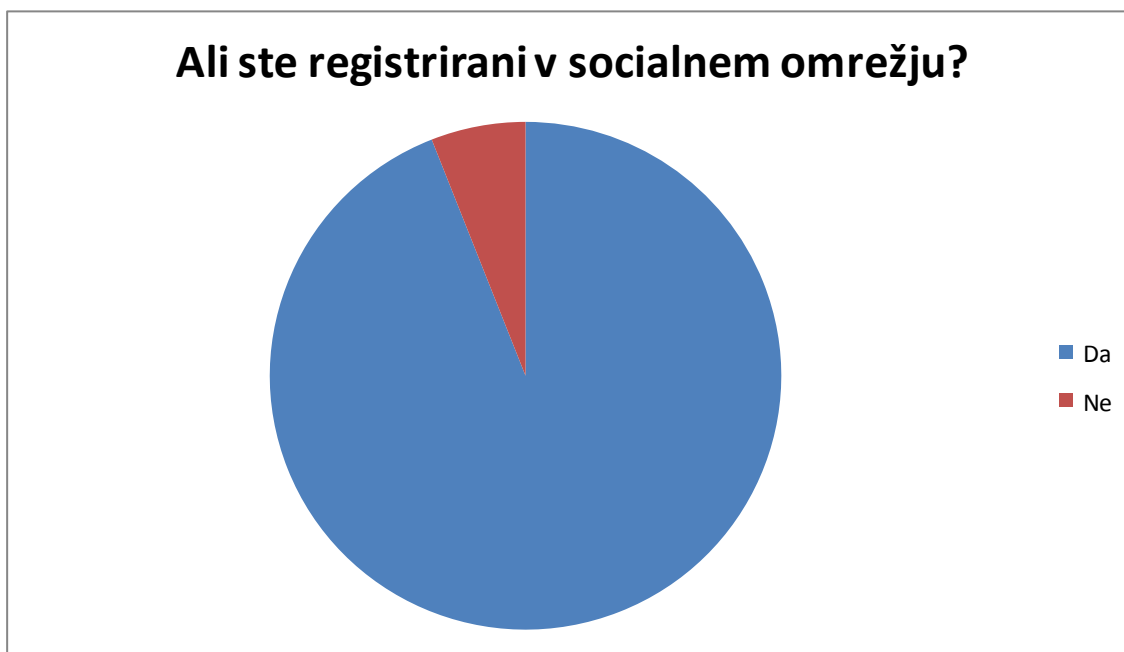


Grafikon številka 2 prikazuje, da je 36 anketirancev starejših od 23 let, 28 jih je starih od 19 do 22 let, 35 od 17 do 20 let in en anketiranec je star od 17 do 18 let.

Grafikon 2: Starost anketirancev



Iz spodnjega grafa (grafikon 3) lahko razberemo, da je kar 94 od 100 anketirancev registriranih v socialnem omrežju.

Grafikon 3: Ali ste registrirani v socialnem omrežju?

Najbolj poznana socialna omrežja med anketiranci so *Facebook* (99 anketirancev), *Messenger* (84 anketirancev), *Netlog* (75 anketirancev), *Twitter* (63 anketirancev), *Myspace* (53 anketirancev) in *Google Plus* (24 anketirancev).

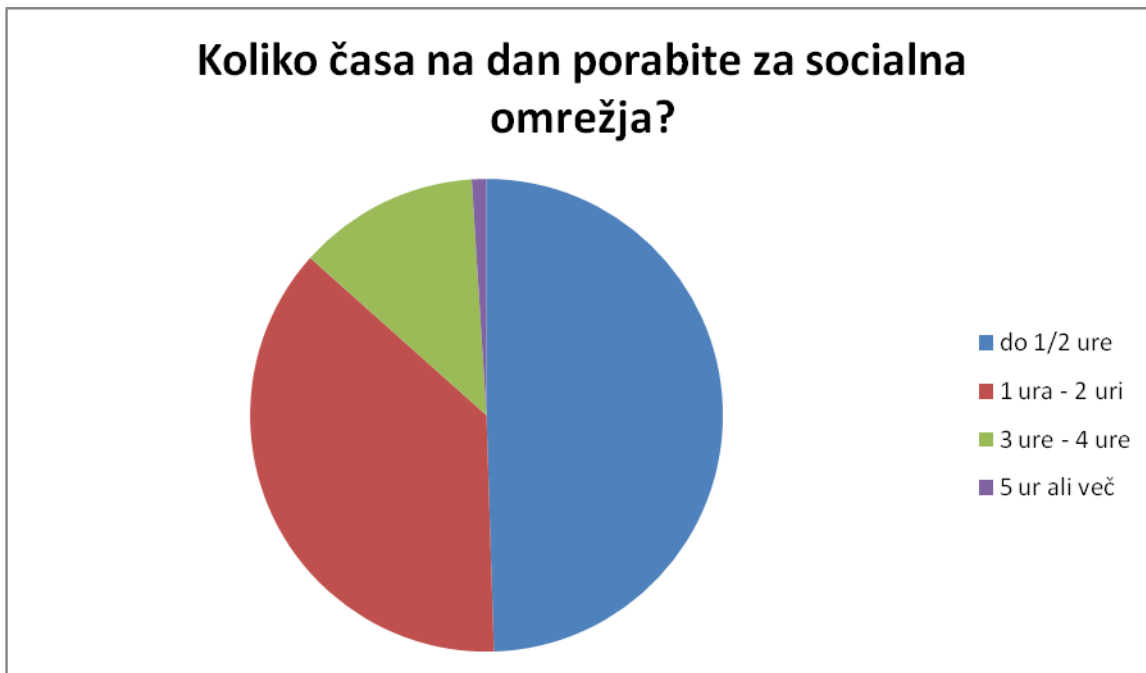
Grafikon 4: Katere od socialnih omrežij poznate?

Naslednji graf prikazuje, da največ anketirancev uporablja *Facebook* (kar 91,8 %), sledijo *Messenger* (16,5 %), druga socialna omrežja (14,4 %), *Netlog* (7,2 %), *Twitter* (3,1 %); *Myspaca* ne uporablja nihče od anketiranih.

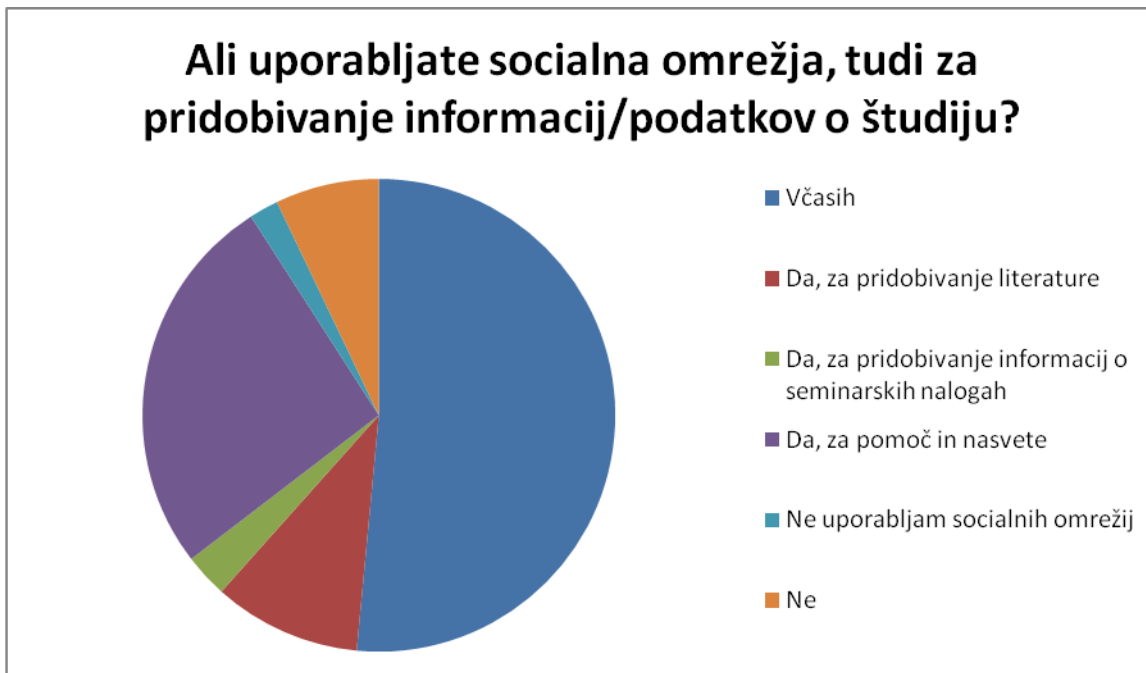
Grafikon 5: Katera socialna omrežja uporabljate?



Skoraj polovica (49,5 %) tistih, ki so sodelovali v raziskavi, se posveti socialnim omrežjem do pol ure na dan, 37,1 % jih posveti temu 1–2 uri na dan, 12,4 % jih zato porabi 3–4 ure na dan, 1 % pa jim posveča 5 ur ali več na dan (glej grafikon št. 6).

Grafikon 6: Koliko časa na dan porabite za socialna omrežja?

Grafikon številka 7 prikazuje, da sedem študentov ne uporablja socialnih omrežij za pridobivanje informacij/podatkov o študiju, dva študenta sploh ne uporabljata socialnih omrežij, za pridobivanje informacij o seminarskih nalogah jih uporabljajo trije, 10 jih preko njih pridobiva študijsko literaturo, 26 na takšen način druge prosi za pomoč in nasvete, socialna omrežja pa za pridobivanje informacij/podatkov o študiju uporablja kar 51 študentov.

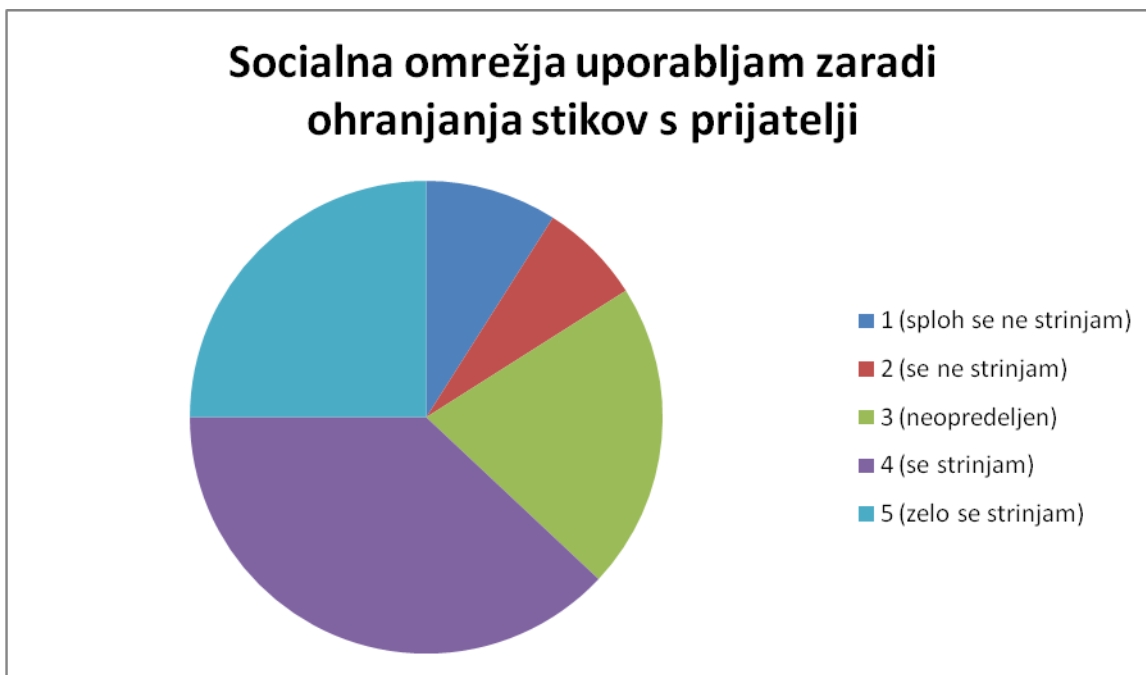
Grafikon 7: Ali uporabljate socialna omrežja, tudi za pridobivanje informacij/podatkov o študiju?

Naslednji graf (grafikon 8) prikazuje trditve anketirancev glede opredelitve, da preko socialnih omrežij delijo vse podatke in slike. 35,7 % študentov se s tem *sploh ne strinja*, 34,7 % se jih *ne strinja*, 23,5 % jih je *neopredeljenih*, 3,1 % se *strinjajo*, 1 % pa se *zelo strinja*.

Grafikon 8: Preko socialnih omrežij delim vse podatke in slike

V spodnjem grafu (grafikon 9) so prikazani rezultati trditev, da študentje uporabljajo socialna omrežja tudi za ohranjanja stikov s prijatelji. 9 % se jih s to trditvijo *sploh ne strinja*, 7 % se jih *ne strinja*, 21 % jih je *neopredeljenih*, 38 % se *strinja*, 25 % pa se *zelo strinja*.

Grafikon 9: Socialna omrežja uporabljam zaradi ohranjanja stikov s prijatelji



14 anketiranih si želi prenehati uporabljati socialna omrežja, 63 si tega ne želi, 23 pa se pri tem vprašanju ni moglo odločiti. To prikazuje spodnji graf.

Grafikon 10: Ali si želite prenehati uporabljati socialna omrežja?

3.5 Razprava

V raziskavi, ki smo jo izvedli, smo pridobili podatke, iz katerih je razvidno, da je kar 94 % študentov VŠZNJ registriranih v enem od socialnih omrežij. S tem smo potrdili našo prvo hipotezo.

Tudi druga hipoteza, ki pravi, da je najpogostejše socialno omrežje, ki se uporablja na VŠZNJ, *Facebook*, je bila potrjena, saj je iz rezultatov razvidno, da kar 91,8 % študentov VŠZNJ uporablja prav *Facebook*.

V anketi nas je zanimalo tudi, če uporabljajo socialna omrežja za pridobivanje informacij in/ali podatkov o študiju. Večina (51,5 %) študentov VŠZNJ je odgovorila, da včasih, 26,3 % študentov pa jih uporablja socialna omrežja za pomoč in nasvete.

Menimo, da se ljudje današnji čas preveč poslužujemo socialnih omrežij in dajemo manj pozornosti na medosebni odnos. Bistvo socialnega omrežja je ohranjanje stikov s prijatelji, ki pa bi jih lahko ohranjali tudi s sprehodi, z igrami na prostem, z druženjem po pouku ipd. Žalostno je, da je pred leti na dan prišla novica, da je mati svojega dojenčka ubila zaradi tega, ker se je jokala in ona je igrala spletne igre na *Facebooku*. Menimo, da je pretirano uporabljanje socialnih omrežij škodljivo, tako za nas kot tudi za naše bližnje.

Tudi za paciente v bolnišnicah ni prijetno, saj nikoli ne vedo, koliko medicinskih sester uporablja socialna omrežja in ali je njihova identiteta dovolj varovana.

Priporočamo ogled filma *The Social Network* (direktor filma je David Fincher), saj le-ta govori o samemu nastanku *Facebooka* in o njegovem hitrem porastu.

4 ZAKLJUČEK

Vprašanje, ki si ga lahko zastavimo na koncu, se glasi: »Kakšen je odnos študentov do socialnih omrežij na VŠZNJ?« Iz odgovorov na anketni vprašalnik lahko razberemo, da jih večina uporablja socialna omrežja in da si jih večina tudi ne želi prenehati uporabljati. Ker smo tako imenovani »internetni otroci«, si marsikdo brez socialnih omrežij sploh ne zna več predstavljati življenja. Preko socialnih omrežij lahko delimo slike, videoposnetke, misli, lahko spoznavamo nove ljudi ali ohranjamo stike s starimi prijatelji. Socialna omrežja nam omogočajo komuniciranje, povezovanje in sodelovanje na način, ki še pred leti ni bil mogoč. Takšna, kot pa jih spoznavamo danes, omogočajo nove oblike učenja, povezovanja in izmenjave znanja med posamezniki in skupinami, ki do nedavnega sploh niso vedeli drug za drugega. Ampak kljub veliko dobrim lastnostim socialnih omrežij, imamo tudi slabe – pride lahko npr. do zasvojenosti, znižanja samozavesti, odtujevanja do ljudi, skrivanja identitete ipd.

Menimo, da so socialna omrežja pri nas preveč v porastu, zato predlagamo, da bi se moralo uporabljanje socialnih omrežij omejiti in dajati večji poudarek na direkten medosebni odnos.

5 LITERATURA

Boyd, Danah (2007). *Social network sites: Definition history and scholarship*. *Journal of Computer Meduated Communication*.

Bambina, Antonia (2007). *Online social support: The interplay of social networks and computer mediated communication*. Youngstown, New York: Cambria press.

Zidar, Peter (2010). *ŽIT – Življenje in tehnika*. Št. 10, strani od 12 do 16.

Lah, Sergej (2010). *OZ – Organizacija znanja*. Št. 3, strani od 100 do 108.