



KLIKNI ME

Raziskovalna naloga

Področje - sociologija



Avtorji: PIA PREMUŽIČ GOJKOVIČ
NIKA ŠERDONER

Mentorica: MARIJA MEKLAV

Hajdina, 2021

ZAHVALA

Za pomoč pri izvedbi raziskovalne naloge se najprej zahvaljujemo vsem anketirancem – učencem iz šestih osnovni šol (OŠ Hajdina, OŠ Kidričevo, OŠ Cirkulane, OŠ Breg, OŠ Gorišnica, OŠ Olge Meglič), ki so odgovorili na vprašanja v spletni anketi in nama tako pomagali do zelenih rezultatov. Za spodbudo in pomoč pri intervjuju in raziskovalnem delu se zahvaljujema gospodu ravnatelju Mitji Vidoviču. Pri prevajanju povzetka v angleščino nam je priskočila na pomoč prof. Tatjana Lukovnjak. Pri računalniški obdelavi naloge nam je pomagal mag. Mihael Meklav, za kar mu iskrena hvala. Hvala tudi mentorici prof. Mariji Meklav in učit. slovenščine Silvi Hajšek, ki je nalogo lektorirala.

KAZALO:

1	UVOD	7
1.1	Opredelitev namena.....	7
1.2	Raziskovalno vprašanje	8
1.3	Postavitev hipotez	8
2	TEORETIČNI DEL.....	9
2.1	Internet.....	9
2.2	Socialna omrežja.....	9
2.3	Opis socialnih omrežij.....	10
2.3.1	TIKTOK	10
2.3.2	TWITTER	11
2.3.3	GOOGLE+	11
2.3.4	FACEBOOK	11
2.3.5	YOUTUBE	12
2.3.6	SKYPE	12
2.3.7	INSTAGRAM	13
2.3.8	SNAPCHAT	13
2.4	Prednosti in slabosti	14
3	RAZISKOVALNI DEL.....	15
3.1	Raziskovalne metode.....	15
4	REZULTATI IN RAZPRAVA	15
4.1	Analiza ankete	16
4.2	Raziskovalne hipoteze	34
5	Zaključek	36
6	VIRI IN LITERATURA	38

KAZALO SLIK:

Slika 1: TikTok logo	10
Slika 2: Twitter logo	11
Slika 3: Google+ logo	11
Slika 4: Facebook logo	12
Slika 5: Youtube logo	12
Slika 6: Skype logo	13
Slika 7: Instagram logo	13
Slika 8: Snapchat logo	13
Slika 9: Iz katere šole prihajaš?	16
Slika 10: Koliko si bil/a star/a, ko si si naložil/a prvo socialno omrežje? Kdaj si si prvič ustvaril račun na katerem od socialnih omrežij?	17
Slika 11: Katera socialna omrežja poznaš?	18
Slika 12: Ali meniš, da so bila socialna omrežja v času pouka na daljavo v porastu ali upadu?	19
Slika 13: Ali so socialna omrežja v času epidemije pripomogla k druženju s sošolci in prijatelji?	20
Slika 14: Ali veš, kaj je Twitter in čemu služi?	21
Slika 15: Ali se ti zdi Facebook zastarel?	22
Slika 16: Ali poznaš aplikacijo TikTok?	24
Slika 17: Kateri TikTok uporabljaš?	25
Slika 18: Prvi posnetek (https://vm.tiktok.com/ZMehtxLbf)	26
Slika 19: Drugi posnetek (https://vm.tiktok.com/ZMeBwK4MH)	26
Slika 20: Ali si Tik Tok uporabljal tudi za šolske namene (prenos informacij)?	27
Slika 21: Koliko sledilcev na Tik Toku imaš?	28
Slika 22: Kako pogosto uporabljaš socialna omrežja?	29
Slika 23: Zakaj si si ustvaril profil na socialnem omrežju?	30
Slika 24: Ali si kdaj kupil, kar si videl na socialnih omrežjih?	31
Slika 25: Ali starši spremljajo tvojo dejavnost na socialnih omrežjih?	32
Slika 26: Ali veš, kako biti varen na socialnih omrežjih?	33
Slika 27: Kaj menijo učenci o socialnih omrežjih in delu od doma po šolah?	34
Slika 28: TIK Tok je za mlade zelo zanimiv in ga poznajo	34
Slika 29: Kako starši spremljajo dejavnosti otrok na mobilnih napravah različnih šolah?	35
Slika 30: Plakat - Klikni me varno	37

KAZALO TABEL:

Tabela 1: Iz katere šole prihajaš?	16
Tabela 2: Koliko si bil/a star/a, ko si si naložil/a prvo socialno omrežje? Kdaj si si prvič ustvaril račun na katerem od socialnih omrežij?	17
Tabela 3: Katera socialna omrežja poznaš?.....	18
Tabela 4: Ali meniš, da so bila socialna omrežja v času pouka na daljavo v porastu?	19
Tabela 5: Ali so socialna omrežja v času epidemije pripomogla k druženju s sošolci in prijatelji?	20
Tabela 6: Ali veš, kaj je Twitter in čemu služi?	21
Tabela 7: Ali se ti zdi Facebook zastarel?	22
Tabela 8: Ali poznaš aplikacijo TikTok?	24
Tabela 9: Kateri TikTok uporabljaš?	25
Tabela 10: Ali si Tik Tok uporabljal tudi za šolske namene (prenos informacij)?.....	27
Tabela 11: Koliko sledilcev na Tik Toku imaš?	28
Tabela 12: Kako pogosto uporabljaš socialna omrežja?.....	29
Tabela 13: Zakaj si si ustvaril profil na socialnem omrežju?	30
Tabela 14: Ali si kdaj kupil, kar si videl na socialnih omrežjih?	31
Tabela 15: Ali starši spremljajo tvojo dejavnost na socialnih omrežjih?.....	32
Tabela 16: Ali veš, kako biti varen na socialnih omrežjih?	33

POVZETEK

Socialna omrežja, kot so Instagram, Facebook, Tik Tok, Snapchat ... danes uporabljamo vsi, predvsem pa mladi. Želiva izvedeti, kako dolgo učenci preživijo na telefonih, koliko o tem vedo starši. Zanima naju ali omrežja puščajo velik vpliv na učence in kakšno je znanje o nevarnostih in aplikacijah, kot so Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok ...

V raziskovalni nalogi želiva izvedeti, katera socialna omrežja uporabljajo učenci od 7. do 9. razreda. Vprašalnik pa sva razširili na pet sosednjih OŠ z namenom, da dobiva širše rezultate.

Zanima naju tudi, koga spremljajo, katero socialno omrežje uporabljajo največ, katera socialna omrežja poznajo in kakšen vpliv na njihova življenja so imela v času šolanja na daljavo. Kot vpliv bova šteli, ali bi si kupili neko stvar, ki jo oglašujejo razni influencerji, ali svoj stil oblačenja prilagajajo trendom na Instagramu ter ali socialna omrežja vplivajo tudi na njihove hobije oz. stvari, ki jih radi počnejo.

Seveda pa naju tudi zanima, kaj si o tem mislijo starši. Ali vedo, katera omrežja uporabljajo njihovi otroci, ali jim omejujejo čas, ki ga lahko uporabijo za uporabo le-teh, in s kom se pogovarjajo. Izpostavili bova tudi prednosti in slabosti socialnih omrežij ter našteli morebitne nevarnosti. Pomembno se je zavedati nevarnosti in kako se na njih odzvati. Poudarek pa bova dali tudi aplikaciji Tik Tok, ki je v tem letu izbruhnila /postala zelo popularna in ima velik vpliv na mlade.

Ključne besede: spletna socialna omrežja, druženje, tik tok, influencerji

SUMMARY

Social networks such as Instagram, Facebook, Tik Tok, Snapchat ... are widely used today, especially by young people. We want to find out how much time students spend on their phones and how much their parents know about it. We are interested in the applications such as Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok etc and their dangers.

In the research paper we want to find out which social networks are used by the students at our school (6th – 9th grade). We are also interested in who the students follow, which social network they use the most, which social networks they all know and the impact of these networks on their lives. We will consider as an influence whether they would buy something that is advertised by various influencers, whether they adapt their way of dressing to the trends on Instagram, and whether social networks also influence their hobbies or things they love to do. Of course, we are also interested in what their parents think about this - do they know which networks are used by their children, do they limit their children's time spent on social media, do they know who their children talk to? We will also highlight the advantages and disadvantages of social networks and list the potential dangers and provide examples. It is important to be aware of social networks' dangers and how to respond to them. We will also focus on the Tik Tok app, which has become very popular recently and has a big impact on young people.

Keywords:

Key words: online social networks, socializing, current stream, influencers

1 UVOD

Internet je mreža, ki nas vse drži povezane med sabo. Samo klik stran smo od tega, da lahko na majhnem zaslonu zagledamo interaktivno sliko dragega prijatelja, ki živi na drugem kontinentu. Omogočil nam je hitrejšo in enostavnejšo družbeno povezavo kot kadarkoli prej. Zanimivo je, kako zelo privlačne so takšne tehnologije mlajšim generacijam, ki življenja brez interneta praktično ne poznajo. Ljudje smo družabna bitja in si želimo družbe, takšna prizadevanja pa so se uresničila v World Wide Webu s pojavom socialnih omrežij. Gre za zapletene interaktivne mreže ljudi, ki se virtualno povezujejo in tako med seboj delijo svoja življenja.

V letu 2020 smo lahko na primer še posebej videli, kako koristna so bila družbena omrežja, koliko idej, nasvetov in veselja je bilo deljenega na virtualen način. Prek socialnih omrežij (Youtube, Facebook) smo lahko celo gledali gledališke predstave, koncerte in druge vsebine. Izredno hitro smo se prilagodili in preselili delo in šolsko delo na spletne aplikacije (kot Ms Teams, Zoom), ki so v bistvu tudi neke vrste družbena omrežja.

V prvem delu raziskovalne naloge opisujeva splošna teoretična izhodišča o spletnih socialnih omrežjih s poudarkom na Tik Toku, njegovih lastnostih ter njegovo povezanostjo in vplivom na mladih. Prav tako sva opisali pozitivne in negativne učinke spletnih socialnih omrežij na mladostnike.

V drugem delu pa sva s pomočjo ankete raziskovali. Ključna vprašanja so bila, kakšna je bila uporaba socialnih omrežij v času pouka na daljavo, ali so socialna omrežja v času epidemije pripomogla k druženju s sošolci in prijatelji in ali je Tik Tok lahko uporabljen tudi v šolske oziroma izobraževalne namene. Zanimalo naju je tudi vprašanje o influencerjih.

1.1 Opredelitev namena

Skozi raziskovalno nalogo sva se seznanjali z zelo zanimivimi podatki in dejstvi. Izvedeli sva marsikaj novega in bili velikokrat prijetno presenečeni. Tudi rezultati spletne ankete učencev, zbrani iz šestih osnovnih šol, so bili zelo zanimivi in bili v primerjalni analizi velika spodbuda in pomoč za najino raziskovalno nalogo.

Zanimivo je bilo ugotoviti, do kolikšne mere se učenci zanašajo na socialna omrežja, kaj jim pomenijo in če lahko nadomestijo druženje v živo? Od dobrih strani družbenih omrežij vse do temnih plati. Zanimiv je na primer marketinškega podatka, da se tako zbirajo naši podatki, na podlagi katerih se nato trži izdelke in ponuja storitve. Vprašanje se pojavi tudi pri vplivu t.i. »influencerjev« in njihove vloge v družbi, saj ti operirajo primarno prek družbenih omrežij.

Seveda pa je tu še aplikacija Tik Tok, ki je v zadnjem času postala izjemno priljubljena aplikacija, a prinaša tudi številne pasti in nevarnosti: zasvojenost, nadlegovanje, nasilje... na tik toku si lahko vsebine ogleda kdorkoli in jih seveda tudi komentira. Za Tik Tok je sprva veljala starostna meja 12 let, leta 2018 pa se je dvignila na 13 let.

1.2 Raziskovalno vprašanje

Namen najine raziskovalne naloge je bil s pomočjo ankete ugotoviti »Kakšna je bila povezava med uporabo socialnih omrežij in šolskim delom na daljavo, kakšen je vpliv t.i. »influencerjev« med mladimi in seveda kakšen je starševski nadzor nad uporabo spletnih socialnih omrežij svojih otrok.

1.3 Postavitev hipotez

Hipoteze, ki jih želiva v raziskovalni nalogi potrditi ali ovreči, so naslednje:

Hipoteza1:

- Večina učencev meni, da so socialna omrežja v času šolanja na daljavo bila še bolj aktualna kot prej.

Hipoteza2:

- TIK Tok je za mlade zelo zanimiv in ga poznajo.

Hipoteza3:

- Učenci vedo, kdo so influencerji in da njihovo oglaševanje vpliva na trenutne trende.

Hipoteza4:

- Starši spremljajo dejavnosti otrok na mobilnih napravah.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 Internet

V 1980-tih je bila tehnologija interneta javnosti "nova". Računalniki so postali enostavnejši za uporabo in bolj dostopni. V domove ljudi je takšna tehnologija prišla šele nekaj let pozneje. Internet je postal enostaven za uporabo. Ime "internet" so želeli nekajkrat spremeniti v na primer: "virtualna realnost" ali "avtocesta informacij".

Podatki so lahko tako zelo hitro dostopni. Že zadnja tri desetletja potujejo od ene do druge naprave izjemno hitro, kar je internetu dalo tudi izredno socialno funkcijo in funkcijo pri ustvarjanju naše kulture.

Januarja 1983 je bil računalnik v reviji Time v Ameriki izbran kot "človek leta", kar pove veliko o pomembnosti preboja takšne tehnologije. (Schulte, 2013)

2.2 Socialna omrežja

Večina od nas ima odnose z drugimi ljudmi, ki segajo od poglobljenih do površinskih. Z njimi delimo svoje interese, politične perspektive, življenjske dogodke in skrbi. Zanima nas, kakšen socialen vpliv ima druženje prek socialnih omrežij. Spletna družbena omrežja so aplikacije, spletne storitve, platforme in strani, ki gradijo družbene mreže ali družbene odnose med ljudmi. Takšne aplikacije omogočajo uporabnikom ustvarjanje javne podobe znotraj omrežja, oblikovanja seznama prijateljev in prikazovanje in pretok njihove aktivnosti v družbenem omrežju. Uporabniki lahko tako delijo svoje misli, dejavnosti, dogodke, interese, slike, videe in se povezujejo glede na svoje interese. Spletna družbena omrežja lahko posamezniku omogočajo, da si gradi obsežnejšo mrežo novih poznanstev ali ostane v stiku z ljudmi, ki jih sicer več ne bi videl. (Spitzer, Maršič, 2016)

Negativna plat se lahko pojavi pri vprašanju zasebnosti, pri tem, da so informacije na internetu za vedno shranjene. Zgodnja družbena omrežja se na svetovnem spletu pojavijo v obliki spletnih skupnosti že leta 1995. Kasneje sta bila uspešna MySpace in LinkedIn (poslovno usmerjeno), potrditev uspešnosti družbenih omrežij pa je bil leta 2004 Facebook, ki je postal največje omrežje na svetu. (Spletno družbeno omrežje, 2021)

Spletna socialna omrežja zadovoljujejo našo osnovno potrebo po stiku s soljudmi. Veliko časa prebijemo z opravljanjem in z zgodbami o nam znanih ljudeh, o prijateljih in sosedih, lepih in bogatih, ki so nam dostopni izključno iz medijev. Anonimnost interneta povzroča, da smo se primorani manj nadzorovati in se tako manj truditi za ustrezno socialno vedenje.

Spletnih družbenih omrežij skoraj ne moremo odmisлити od sveta življenja mladih ljudi. Še pred nekaj leti so bila spletna socialna omrežja razmeroma majhna, danes pa so čez ves svet razpeta velika omrežja, katerih število članov nenehno raste. (Spitzer, Maršič, 2016)

2.3 Opis socialnih omrežij

Definicija spletnega družbenega omrežja pravi, da so to aplikacije, spletne storitve, platforme ali strani, ki gradijo družbene mreže oz. odražajo družbene odnose med ljudmi s skupnimi interesi oz. aktivnostmi. Poimenujemo jih tudi socialna ali družbena omrežja. Posameznikom omogočajo ustvarjanje (deloma) javne podobe znotraj omrežja, oblikovanje seznamov uporabnikov in prikazovanje njihovih seznamov, povezav v omrežju itd. Zato je tudi njihov vpliv v poslovnem svetu izjemno velik. Najbolj uporabljena spletna družbena omrežja po so Facebook, YouTube, Messenger, WeChat, Instagram, Tik Tok itd. Pri vsakem prevladuje določena funkcija. Ali gre za vzpostavljanje socialne mreže, poslušanje glasbe, deljenje fotografij, pošiljanje sporočil. Vsem pa je skupna interakcija. S pojavom družbenih omrežij je vzniknilo tudi veliko novih poklicev, med njimi je gotovo najbolj poznan naziv influencerja oz. vplivnika. (Spletna družbena omrežja, 2021)

2.3.1 TIKTOK

Spletno družbeno omrežje Tik Tok je nastalo v lasti družbe pekinškega podjetja Byte Danse, ustanovil ga je Zhang Yiming. Uspešna aplikacija je postala dosegljiva leta 2017 in omogoča uporabnikom ustvarjanje kratkih glasbenih videov, dolžine do 60 sekund. Priljubljena je po celem svetu. Leta 2018 je bila v ZDA aplikacija z največ prenosi, leta 2019 pa je bila prepoznana kot sedma najbolj pogosta aplikacija desetletja. (Tik Tok, 2021)

Oktober 2020 je Tik Tok dosegel več kot 2 milijardi mobilnih prenosov. (stran s statistiko)

Uporabniki lahko z aplikacijo kreirajo kratke, zabavne, plesne in pevske videe. Med seboj lahko komunicirajo, snemajo duete, si pošiljajo videe ali brskajo med javno objavljenimi videi drugih. Te lahko nato delijo in komentirajo, nastavitve zasebnosti pa določajo, kdo lahko videe vidi. (Tik Tok, 2021)

Dobre lastnosti so spodbujanje kreativnega izražanja in komunikacije v skupnosti. Negativna plati so lahko vsebine, ki niso za otroke (12 let je meja za uporabo aplikacije) in internetno nasilje. (Varni internet)

Uporabniki lahko poročajo o "zasvojenosti" z aplikacijo, problematika pa je lahko tudi, da tovrstne vsebine (kratki videi z veliko informacijami), ki zahtevajo kratko pozornost na dolgi rok delujejo negativno na razvijajoče se otroške možgane.

2018 je postala izredno popularna - tudi v Sloveniji. Beležijo že več kot 150 milijonov uporabnikov Tik Toka po vsem svetu. Informacije o slovenskih uporabnikih žal niso na voljo, vemo pa, da je aplikacija najbolj priljubljena med otroki in najstniki. (Tik Tok, 2021)



Slika 1: TikTok logo

2.3.2 TWITTER

Twitter ali slovensko Čivkač je spletno družbeno omrežje in mikroblogna storitev, ki svojim uporabnikom omogoča, da med seboj izmenjujejo kratka sporočila, dolga do 140 znakov. Takšnim sporočilom rečemo tweets ali čivki.

Ustanovitelji omrežja so Jack Dorsey, Evan Williams, Noah Glass in Biz Stone, generalni direktor je Dick Costolo. Podjetje je bilo ustanovljeno 21. marca 2006 v San Franciscu, v Kaliforniji, ZDA.

Omrežje se je razmahnilo z uporabo pametnih telefonov, ključno za uspeh podjetja/aplikacije pa je bilo, da so Twitter pogosteje kot Facebook začeli uporabljati mnogi zvezdniki, ki so na ta način skrbeli za svojo promocijo in komunikacijo z oboževalci in privrženci. Zaščitni znak je ptičica. (Twitter, 2021)



Slika 2: Twitter logo

2.3.3 GOOGLE+

Google+ je socialno mreženje in identiteta storitev, ki je v lasti in upravljanju Google industrije. Google je opisano Google+ kot "družbeni sloj", ki krepi mnoge od svojih spletnih lastnosti.

V oktobru 2013 je Google štel 540 milijonov aktivnih uporabnikov, ki so uporabljali vsaj eno storitev v Googlu, od katerih je 300 milijonov uporabnikov po njihovem mnenju aktivnih. Raziskava 2013 je pokazala, da 30 % anketiranih uporabnikov pametnih telefonov uporablja Google plus app vsaj enkrat na mesec. (Google+, 2021)



Slika 3: Google+ logo

2.3.4 FACEBOOK

Facebook je družbena spletna stran, ki je bila ustanovljena 4. februarja 2004 v mestu Cambridge v Massachusettsu in pripada in deluje v okviru zasebnega podjetja Facebook, Inc.

Ustanovitelj Facebooka je Mark Zuckerberg, ki je spletišče izdelal kot študent na univerzi na Harvardu. Na začetku so lahko bili člani spletnega mesta le študentje harvardske univerze, kasneje pa so lahko člani postali še študenti ostalih univerz, dijaki ter vsi, stari več kot 13 let.

Spletna stran ima po celem svetu več kot 845 milijonov aktivnih uporabnikov. Je tudi najbolj priljubljena spletna stran za nalaganje fotografij - dnevno jih dandanes naložijo kar 254 milijonov. Glede na priljubljenost strani se je v svojem kratkem obstoju Facebook že srečal z nekaterimi kritikami in nasprotovanji, predvsem zaradi ne zagotavljanja zasebnosti, političnih prepričanj njegovih ustanoviteljev in vprašanj cenzure. (Facebook, 2021)



Slika 4: Facebook logo

2.3.5 YOUTUBE

YouTube je popularna spletna stran za izmenjavo videoposnetkov, kjer jih uporabniki lahko pregledujejo, komentirajo in ocenjujejo. Za nalaganje, komentiranje in ocenjevanje videoposnetkov je potrebna registracija, za pregledovanje pa ne. Izjema so posnetki, ki niso primerni za osebe, mlajše od 18 let. Uporabniki lahko nalagajo lastne posnetke in tiste posnetke, za katere imajo dovoljenje avtorja, prepovedano pa je nalaganje posnetkov, ki vsebujejo pornografske vsebine, nasilje, kriminalna dejanja, psovke ... YouTube si pridržuje pravico za brisanje, uporabo in spremembo naloženih vsebin. (Youtube, 2021)



Slika 5: Youtube logo

2.3.6 SKYPE

Skype je brezplačno internetno telefonsko omrežje, ki omogoča medsebojno komuniciranje uporabnikov. Ponuja video ali glasovni pogovor in glasovni konferenčni pogovor, v katerega se lahko vključi do 5 uporabnikov, poleg tega pa tudi prenos besedilnih sporočil in datotek med uporabniki. Deluje na osnovi neposredne podatkovne povezave med uporabniki. Skype je imel po uradnih podatkih konec leta 2010 preko 660 milijonov uporabnikov, od tega jih je bilo vsak mesec z omrežjem povezanih povprečno 145 milijonov. (Štumfl, 2012) (Skype, 2021)



Slika 6: Skype logo

2.3.7 INSTAGRAM

Instagram je aplikacija za delitev slik, videov in socialne mreže storitev, ki omogoča uporabnikom, da sprejmejo fotografije in video posnetke ter jih delijo na različnih platformah za socialno mreženje, kot so Facebook, Twitter, Tumblr in Flickr. Značilnost je, da omejuje fotografije v obliki kvadrata, ki je podobna Kodak instamatic. Uporabniki lahko uporabljajo tudi digitalne filtre za svoje slike. Najdaljši možni posnetek lahko traja 15 sekund. (Instagram, 2021)



Slika 7: Instagram logo

2.3.8 SNAPCHAT

Je aplikacija za pametne telefone in tablice, ki uporabnikom omogoča hitro komuniciranje s pošiljanjem fotografij in videoposnetkov. Sporočilu, ki ga prejmemo ali pošljemo prijatelju, se v Snapchatovem žargonu reče *snap* – gre za ameriški slengovski izraz za hitro posneto fotografijo.

Fotografijam in videoposnetkom je pred pošiljanjem prijateljem mogoče dodati napise in posebne učinke ter jih ozaljšati s svetlobnimi filtri. Posebnost sporočanja z aplikacijo Snapchat je, da je ogledovanje prejetih sporočil omejeno. Ko sporočilo odpremo, se vklopi štoparica in začne odšteti čas. Ko se izteče, si sporočila *ne moremo* več ogledati. Izjema je posebna vrsta sporočila (Story ali zgodba), ki si jo lahko v 24 urah ogledamo poljubno pogosto. (Tomšič, 2016)



Slika 8: Snapchat logo

2.4 Prednosti in slabosti

Vsa socialna omrežja imajo svoje prednosti in slabosti. Njihova velika prednost je vsekakor povezovanje ljudi in širjenje informacij. Lahko imajo tudi veliko izobraževalno težo. Vse je odvisno od interesa posameznika in njegovih interesov. Nepogrešljiva so postala tudi v poslovnem svetu. Po drugi strani pa se moramo zavedati, da z njihovo uporabo pristajamo na deljenje naših podatkov. Vse, kar na teh aplikacijah delimo, ostane na spletu. Pa čeprav objave iz aplikacije izbrišemo. Zato jih je potrebno uporabljati premišljeno.

Prednosti:

- Ohranjanje stikov z ljudmi, ki jih ne moremo videti
- Nova poznanstva
- Lažje sporazumevanje s sramežljivimi
- Krajšanje časa
- Informiranje
- Prodaja

Slabosti:

- Izsiljevanje
- Krnja identitete
- Odvisnost
- Težave pri druženju izven virtualnega sveta
- Sovražni komentarji

3 RAZISKOVALNI DEL

3.1 Raziskovalne metode

Pri raziskovalni nalogi sva uporabili naslednje raziskovalne metode:

Deskriptivna metoda

Literaturo za raziskovalno nalogo, ki nama je pomagala pri zbiranju podatkov, sva poiskali v šolski in ptujski knjižnici, največ podatkov sva našli na spletu.

Deduktivna metoda

Za nalogo sva uporabili tudi članke, diplomski nalogi, splet ...

Intervju in metoda anketiranja

Pomemben del raziskovanja predstavlja intervju in metoda anketiranja.

Problem raziskave je usmerjen v ugotavljanje poznavanja spletnih ali družbenih omrežij učencev tretje triade šestih osnovnih šol. Pozornost sva namenili predvsem štirim ključnim vprašanjem, in sicer ali so bila socialna omrežja v času šolanja na daljavo še bolj aktualna kot prej. Kakšna je priljubljenost aplikacije Tik Tok med mladimi, kdo so influencerji. Najbolj pa seveda, kakšna je vloga staršev.

4 REZULTATI IN RAZPRAVA

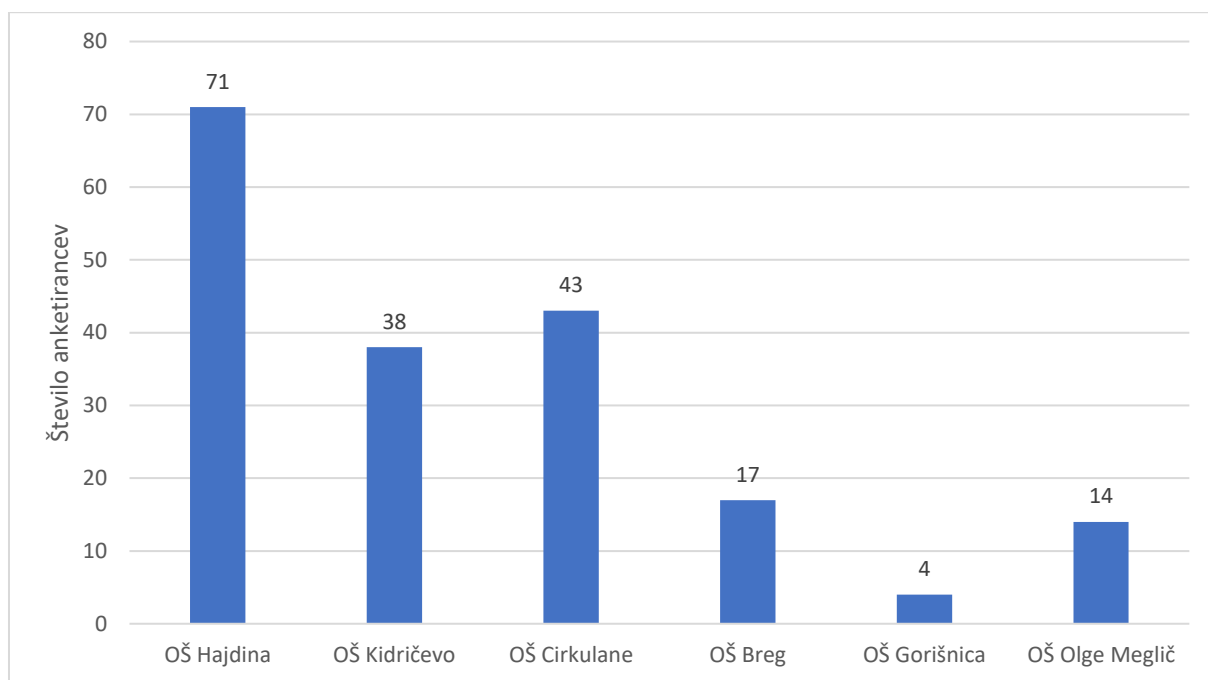
V nadaljevanju v obliki tabel in grafov predstavljava pridobljene podatke in analizo posameznih vprašanj.

V raziskavo sva vključili učence od sedmega do devetega razreda šestih osnovnih šol. Vzorec je zajemal 187 učencev. Vse podatke, ki sva jih dobili s pomočjo spletnih anketnih vprašalnikov, sva obdelali z Excel programom. Rezultate spletne ankete sva prikazali s pomočjo tabel in grafov. Posamezne prikaze sva opisno analizirali in dodali svoje razmišljanje.

Analiza izhaja iz vprašanj spletnega anketnega vprašalnika, ki se navezuje na poznavanje socialnih omrežij in njihov vpliv na mlade.

4.1 Analiza ankete

Graf in tabela prikazujeta število anketirancev iz šestih osnovnih šol.

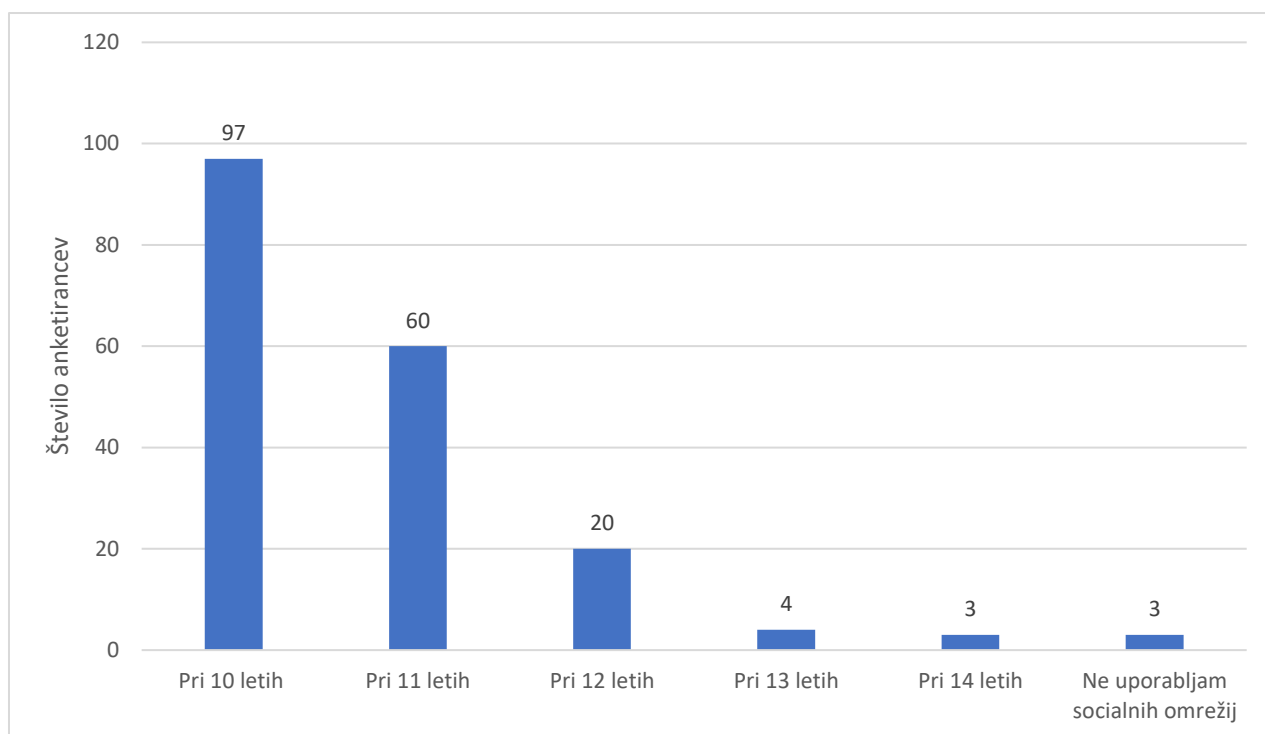


Slika 9: Iz katere šole prihajaš?

Tabela 1: Iz katere šole prihajaš?

	Učenci (x)	Odstotek (%)
OŠ Hajdina	71	38,0
OŠ Kidričevo	38	20,3
OŠ Cirkulane	43	23,0
OŠ Breg	17	9,1
OŠ Gorišnica	4	2,1
OŠ Olge Meglič	14	7,5
SKUPAJ	187	100,0

Iz tabele je razvidno, da je največ učencev na anketna vprašanja odgovarjalo iz OŠ Hajdina, 38,0 %, sledijo ji OŠ Cirkulane, 23,0 %, OŠ Kidričevo, 20,3 %. Sledijo še OŠ Breg, OŠ Olge Meglič in OŠ Gorišnica. Na tem mestu se še enkrat zahvaljujemo vsem anketirancem.

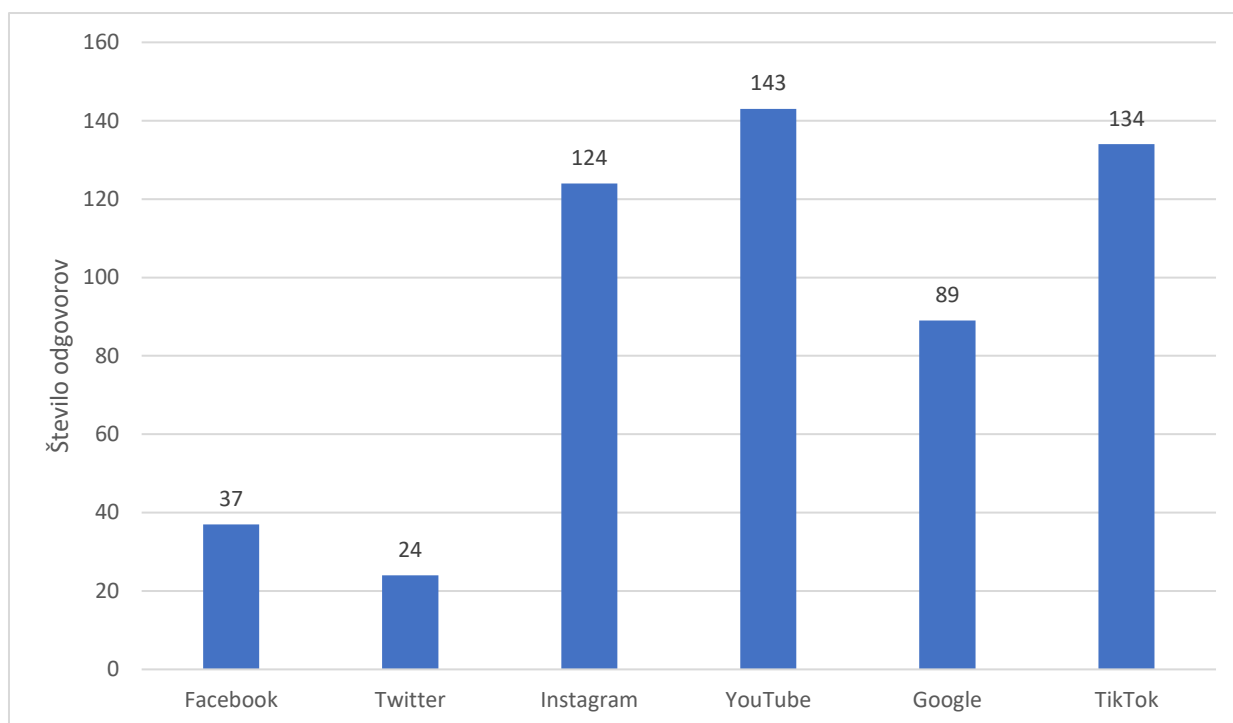


Slika 10: Koliko si bil/a star/a, ko si si naložil/a prvo socialno omrežje? Kdaj si si prvič ustvaril račun na katerem od socialnih omrežij?

Tabela 2: Koliko si bil/a star/a, ko si si naložil/a prvo socialno omrežje? Kdaj si si prvič ustvaril račun na katerem od socialnih omrežij?

	Učenci (x)	Odstotek (%)
Pri 10 letih	97	51,9
Pri 11 letih	60	32,1
Pri 12 letih	20	10,7
Pri 13 letih	4	2,1
Pri 14 letih	3	1,6
Ne uporabljam socialnih omrežij	3	1,6
SKUPAJ	187	100,0

Naša raziskava je pokazala, da učenci že zelo zgodaj - prezgodaj začnejo uporabljati socialna omrežja. Rezultati iz tabele kažejo, da je večina učencev svojo prvo socialno omrežje naložila pri desetih letih, 51,9 %, na drugem mestu so odgovori pri enajstih letih, 32,2 %. Sledijo ostale starostne skupine. Trije učenci pa socialnih omrežij ne uporabljajo.

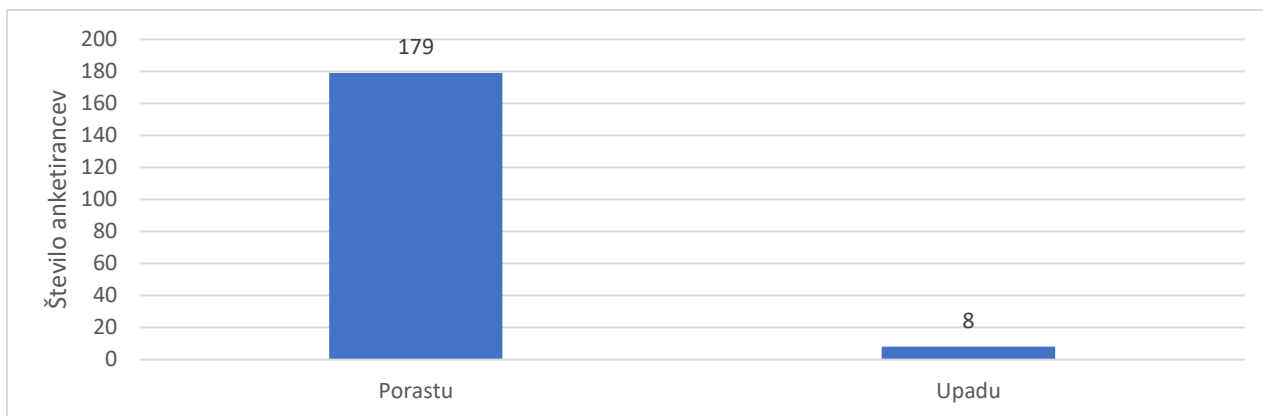


Slika 11: Katera socialna omrežja poznaš?

Tabela 3: Katera socialna omrežja poznaš?

	Število odgovorov (x)	Odstotek (%)
Facebook	37	6,2
Twitter	24	4,6
Instagram	124	22,5
Youtube	143	26,1
Google	89	16,2
TikTok	134	24,4
SKUPAJ	551	100,0

Med odgovori na vprašanje, katera socialna omrežja poznaš, je na prvem mestu Youtube, 26,1 %, sledita mu Tik Tok, 24,4 % in Instagram z 22,5 %, kar spet potrjuje dejstvo, da je pri najstnikih, komunikacija in zabava (glasba in video posnetki) skoraj na prvem mestu.

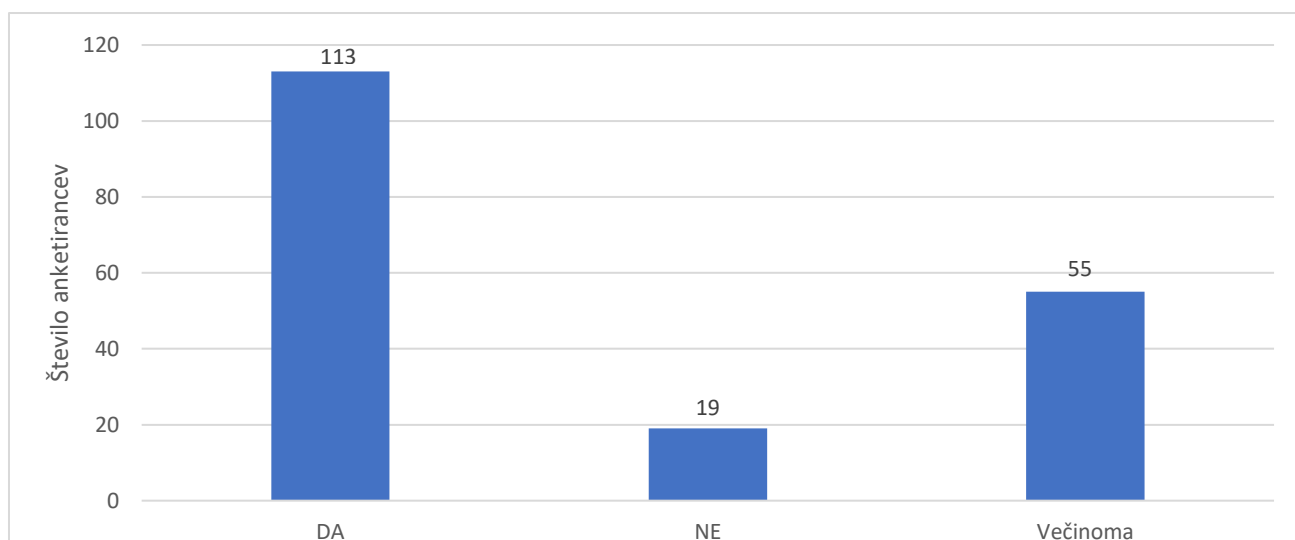


Slika 12: Ali meniš, da so bila socialna omrežja v času pouka na daljavo v porastu ali upadu?

Tabela 4: Ali meniš, da so bila socialna omrežja v času pouka na daljavo v porastu?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
V porastu	179	95,7
V upadu	8	4,3
SKUPAJ	187	100,0

Kot kažejo podatki, kar 95,7 % anketirancev meni, da so bila socialna omrežja v času pouka na daljavo v porastu, saj je v času korone velikokrat pouk in tudi druge dejavnosti potekal preko spleta in je bil odgovor pričakovan.

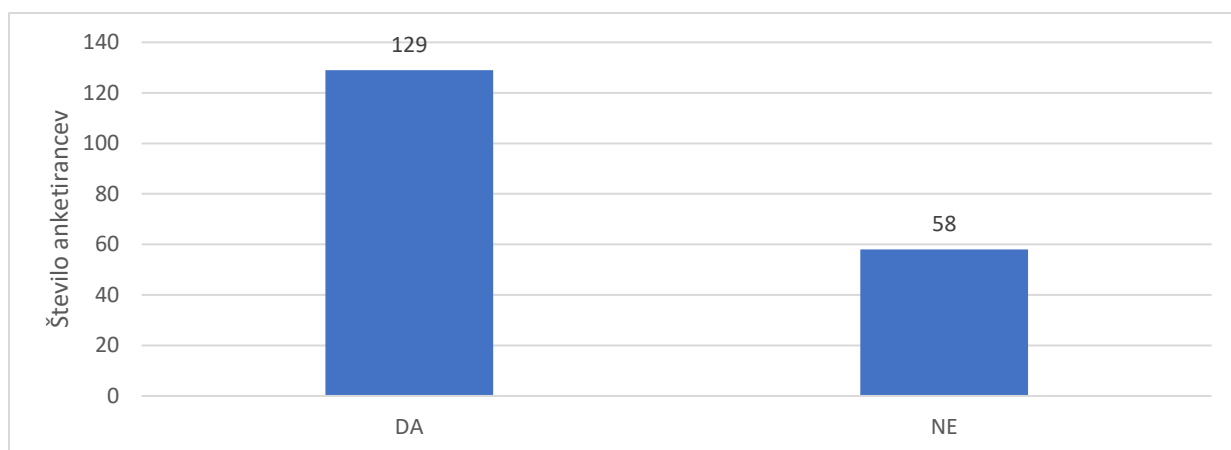


Slika 13: Ali so socialna omrežja v času epidemije pripomogla k druženju s sošolci in prijatelji?

Tabela 5: Ali so socialna omrežja v času epidemije pripomogla k druženju s sošolci in prijatelji?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
DA	113	60,4
NE	19	10,2
Večinoma	55	29,4
SKUPAJ	187	100,0

Kot kažejo podatki, kar 60,4 % anketirancev meni, da so bila socialna omrežja v času pouka na daljavo v porastu. Glede na epidemiološke ukrepe in omejitve gibanja in bivanja v mehurčkih je odgovor pričakovan. Manjkal je stik s sošolci (skupno učenje, medsebojna pomoč ipd.).

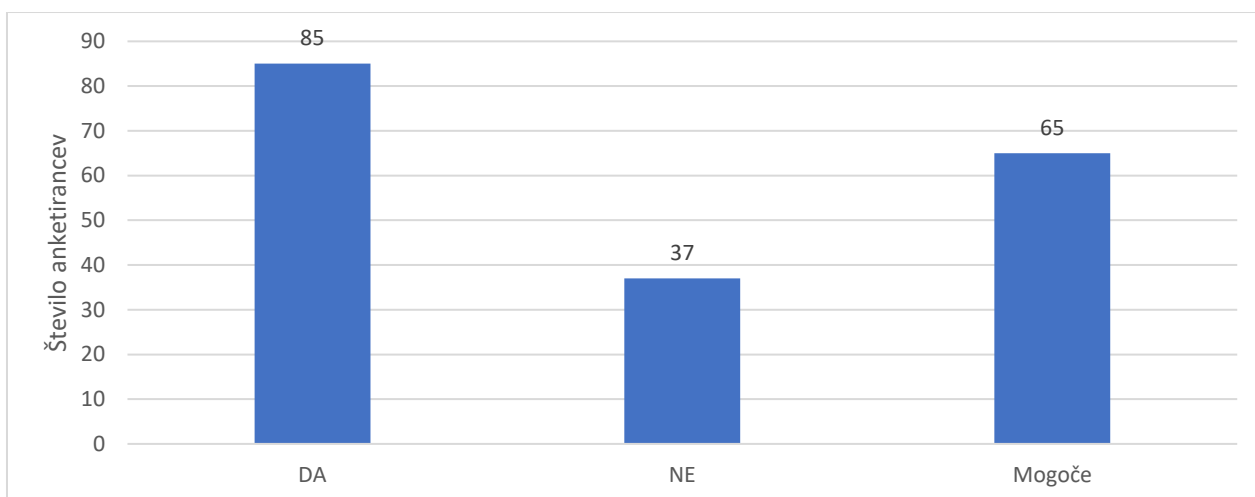


Slika 14: Ali veš, kaj je Twitter in čemu služi?

Tabela 6: Ali veš, kaj je Twitter in čemu služi?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
DA	129	69,0
NE	58	31,0
SKUPAJ	187	100,0

Na vprašanje, kaj je Twitter, je kar 69,0 % učencev odgovorilo z da, medtem, ko je 31,0 % učencev zapisalo, da ne vedo, kaj je to. Glede na starostno skupino anketirancev sva bili nad rezultatom presenečeni. Pričakovali sva, da bo odstotek učencev, ki ne poznajo Twitterja, višji.



Slika 15: Ali se ti zdi Facebook zastarel?

Tabela 7: Ali se ti zdi Facebook zastarel?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
DA	85	45,5
NE	37	19,7
Mogoče	65	34,8
SKUPAJ	187	100,0

Da je Facebook zastarel, meni kar 45,5 % učencev, da ni zastarel, je odgovorilo 19,7 % učencev, tistih, ki pa menijo mogoče, je 34,8 %.

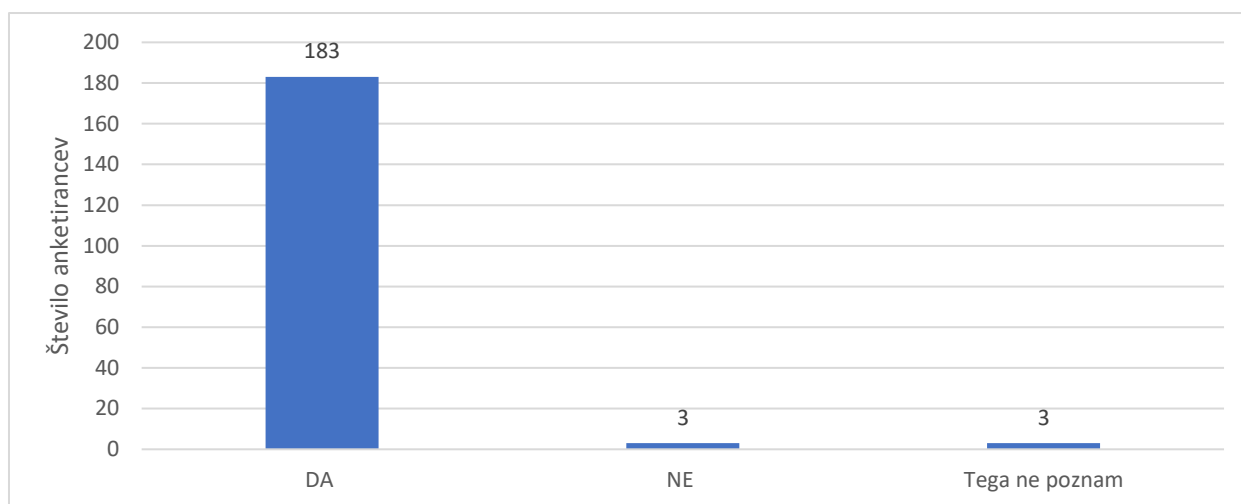
Presenečeni sva bili nad odgovori, pričakovali sva, da je Facebook aktualnejši in kaže na to, kaj je pomembno pri najstnikih, komunikacija in zabava.

Veš, kdo so influencerji? (na kratko opiši)

Zbranih je nekaj odgovorov.

- To so ljudje, ki jim sledi veliko število oboževalcev, po navadi zaradi vsebin, ki jih snemajo.
- So vplivneži, ki pokrivajo določene tematike in imajo v večini veliko sledilcev, bralcev ...
- Ne vem
- Influencerji so ljudje, ki se želijo javno izpostaviti in s celim svetom deliti svoj način življenja.
- Ljudje, ki služijo denar preko interneta, recimo youtuberji, ki snemajo videe za youtube.
- Osebe, ki služijo s pomočjo socialnih omrežij.
- To so tisti, ki vplivajo na tebe, vse, kar rečejo, to narediš, slediš jim, ljudje, ki na socialnih omrežjih objavljajo svoja življenja in kaj se vse se jim dogaja.
- Influencer je oblika trženja na družbenih medijih, ki vključuje potrdila in promocijo izdelkov.
- Ljudje, ki imajo vpliv na mlade.
- Tisti, ki predstavljajo raznovrstne izdelke, imajo veliko sledilcev ...
- Ne
- Ne
- Osebnosti z veliko platformo, ki promovirajo izdelke in vplivajo na publiko.
- Ne topa nebi vedel
- Ne vem
- So osebe, ki se preživljajo z deljenjem svojih izkušenj in promoviranjem izdelkov v zameno za plačilo ali brezplačne izdelke na socialnih omrežjih, s tem pa vplivajo na širšo publiko.
- Ja, spletni vplivnež, na primer Pero Martić.
- Ne
- Ne
- Vplivnež oz. tržni influencer je oblika trženja na družbenih medijih, ki vključuje potrdila in promocijo izdelkov, ki jih izvajajo vplivneži, ljudje in organizacije, ki imajo domnevno strokovno raven znanja ali družbeni vpliv na svojem področju.
- Ne to pa nebi vedel
- Kot poklic.
- To so tisti, ki vplivajo na tebe, vse kar rečejo, to narediš, slediš jim.
- Ne
- Ne vem kdo je to.
- Ne
- Ne vem

Iz zbranih odgovorov, ki so se najpogosteje pojavili lahko zaključiva, da učenci vedo, kdo so influencerji. Tisti, ki so odgovorili z »Ne« oz. »Ne vem« pa nimajo stika z omrežji oz. tega ne poznajo. Prav tako lahko potrdiva, da imajo velik vpliv na mlade, ki velikokrat svoj stil oblačenja, hobije ... prilagajajo trendom, ki jih le-ti oglašujejo.

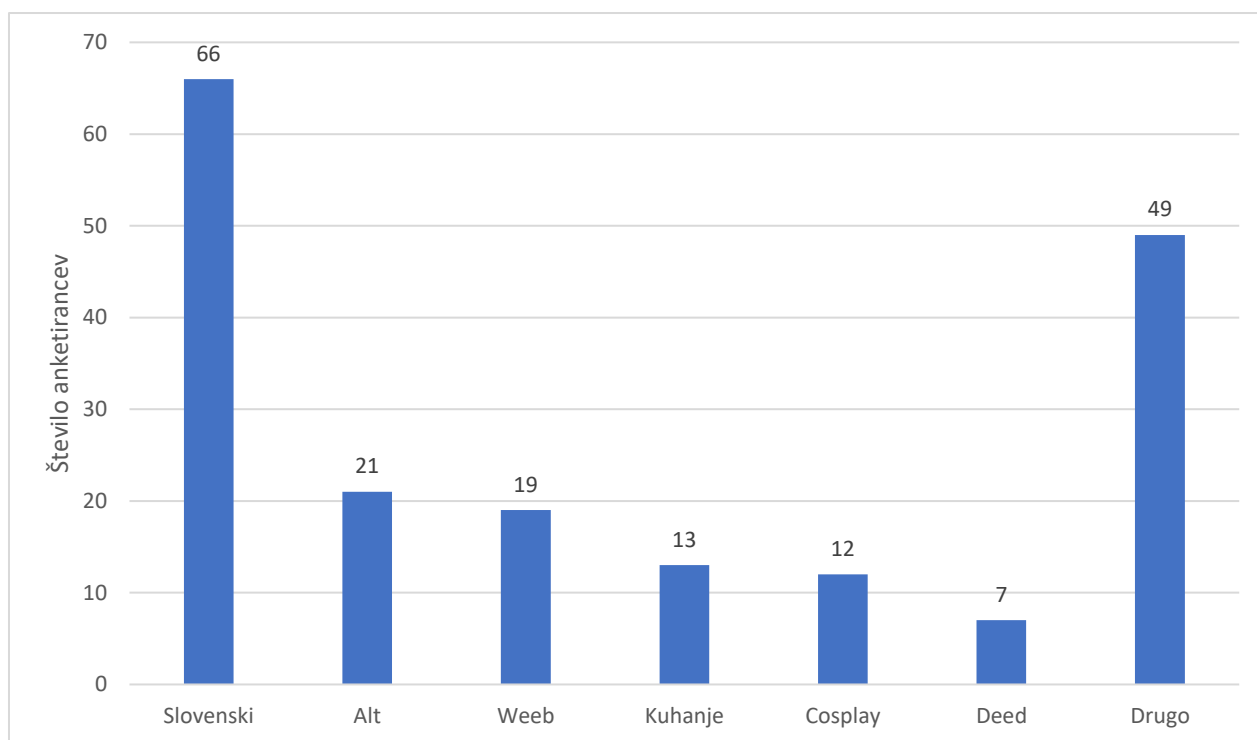


Slika 16: Ali poznaš aplikacijo Tik Tok?

Tabela 8: Ali poznaš aplikacijo Ti k Tok?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
DA	183	97,8
NE	3	1,6
SKUPAJ	187	100,0

Iz tabele je jasno razvidno, da je Tik Tok zelo popularna spletna mobilna aplikacija, saj je kar 97,8 % učencev odgovorilo s pritrdilnim odgovorom. Zelo malo učencev, 1,6 %, je odgovorilo, da tega ne poznajo.



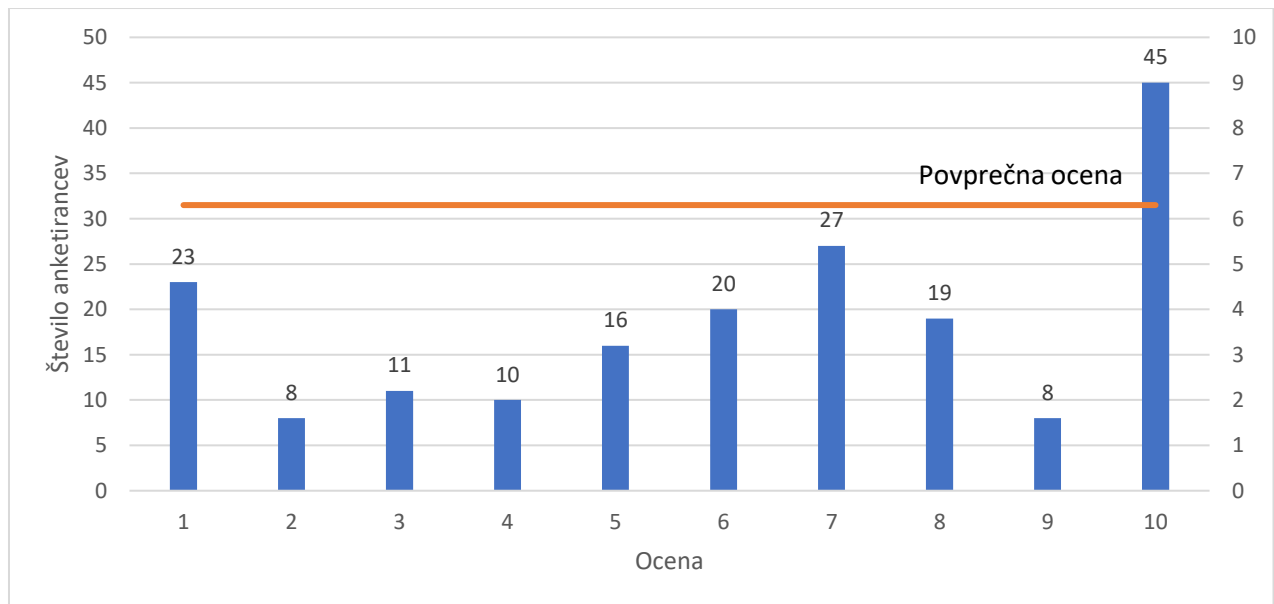
Slika 17: Kateri Tik Tok uporabljaš ?

Tabela 9: Kateri Tik Tok uporabljaš?

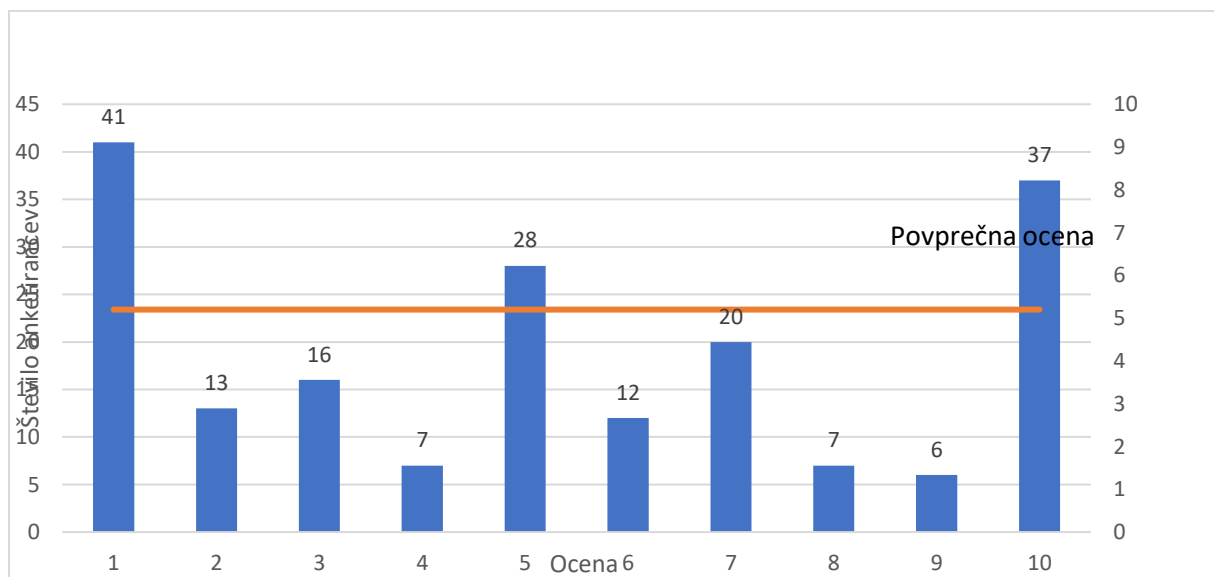
	Število učencev (x)	Odstotek (%)
Slovenski	66	35,3
Alt	21	11,2
Weeb	19	10,2
Kuhanje	13	7,0
Cosplay	12	6,4
Deed	7	3,7
Drugo	49	26,2
SKUPAJ	187	100,0

Na vprašanje, kateri Tik Tok uporabljaš, prevladuje slovenski, kar 35,3 %, sledi mu drugo 26,2 %, ter ostali.

Ogled Tik Tok posnetkov



Slika 18: Prvi posnetek (<https://vm.tiktok.com/ZMehtxLbf>)

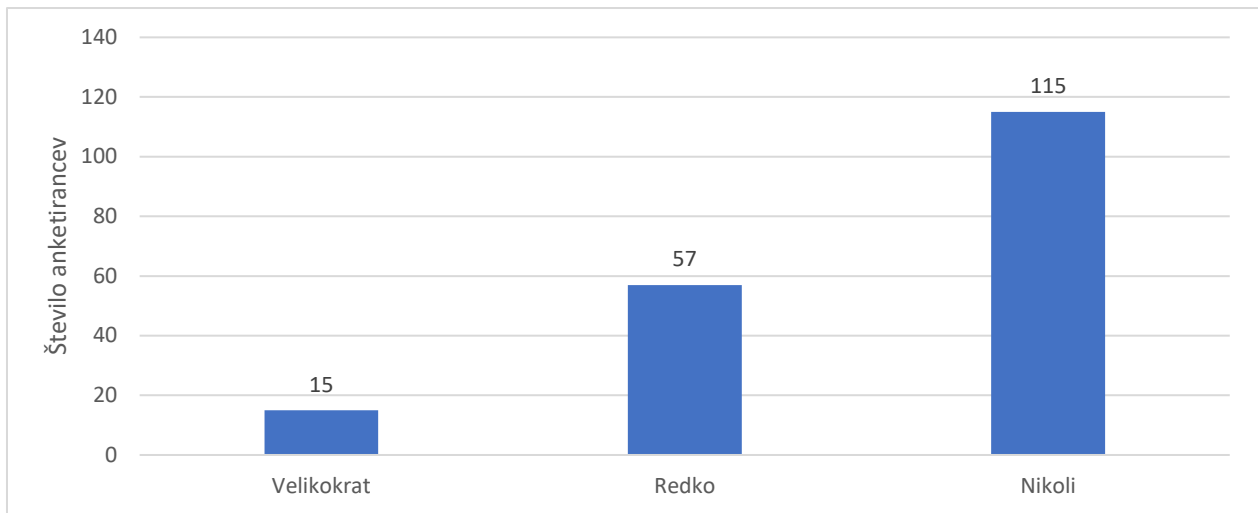


Slika 19: Drugi posnetek (<https://vm.tiktok.com/ZMeBwK4MH>)

Za učence sva v anketi pripravili dva Tik Toka. Izračunana povprečna ocena za prvi posnetek je 6,3. Izračunana povprečna ocena za drugi posnetek je 5,2.

Prvi posnetek je z izobraževalno vsebino, za intervju sva prosili gospoda ravnatelja in govori o pogledu na družbena omrežja, medtem ko je drugi posnetek glasbene narave in sva ga posneli sami.

Nad rezultatom sva malo presenečeni, saj je ravno Tik Tok aplikacija, ki je namenjena bolj plesu in glasbi. Prepričani pa sva, da bo gospod ravnatelj zelo vesel rezultata, kar kaže na to, da so tudi izobraževalne vsebine lahko zanimive.

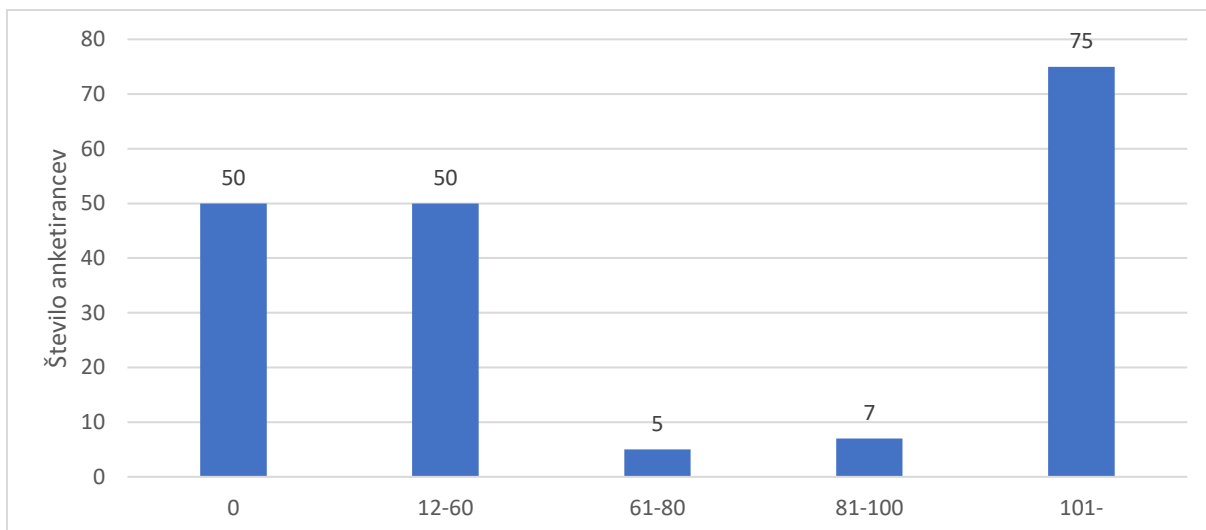


Slika 20: Ali si Tik Tok uporabljal tudi za šolske namene (prenos informacij)?

Tabela 10: Ali si Tik Tok uporabljal tudi za šolske namene (prenos informacij)?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
Velikokrat	15	8,0
Redko	57	30,5
Nikoli	115	61,5
SKUPAJ	187	100,0

Samo 8,0 % učencev je odgovorilo pritrdilno, se pravi, da so Tik Tok uporabljali za šolske namene. Največji odstotek, kar 61,5 % pa, da nikoli. Redko pa le 30,5 %. Tudi odgovori na to vprašanje presenečajo. Všeč nama je, da so aplikacijo uporabili tudi v izobraževalne namene.

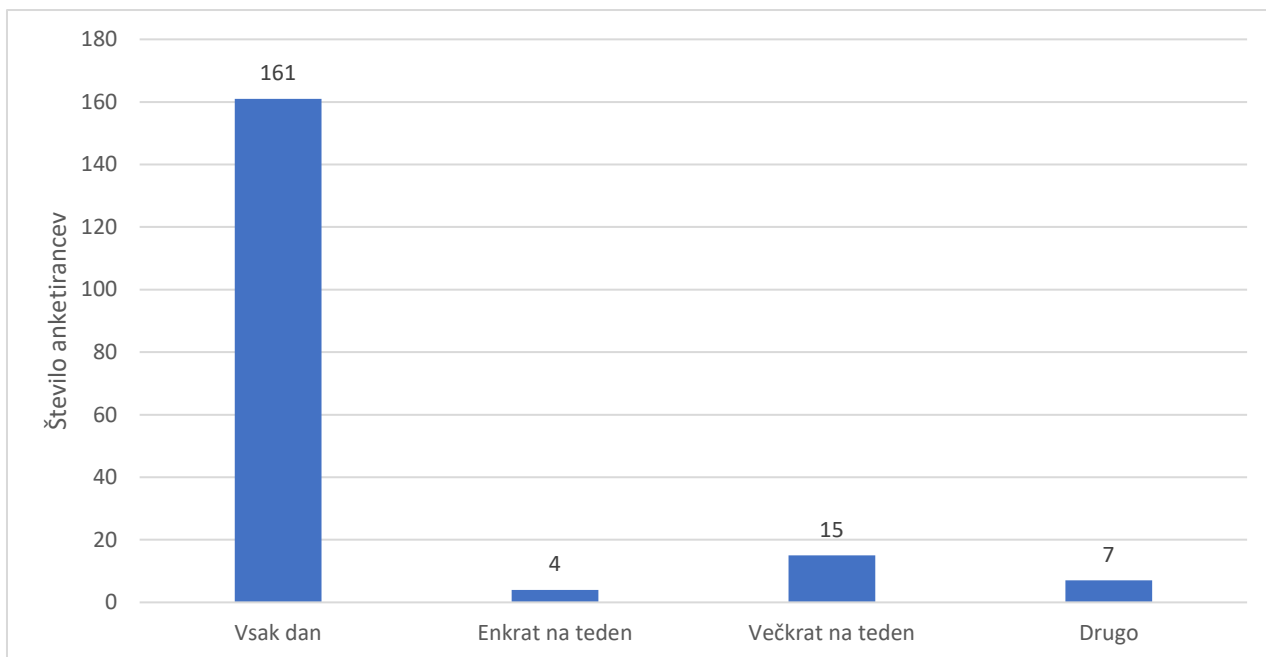


Slika 21: Koliko sledilcev na Tik Toku imaš?

Tabela 11: Koliko sledilcev na Tik Toku imaš?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
0	50	26,7
12-60	50	26,7
61-80	5	2,7
81-100	7	3,7
101-	75	40,2
SKUPAJ	187	100,0

Da je Tik Tok med mladimi zelo priljubljen, kažejo tudi naslednji odgovori. Kar 40,2 % učencev je odgovorilo, da imajo več kot 100 sledilcev. Zanimiv je podatek, da so v enakem odstotku 26,7 % odgovorili tisti, ki sploh nimajo sledilcev in tisti, ki jih imajo med 12 in 60.

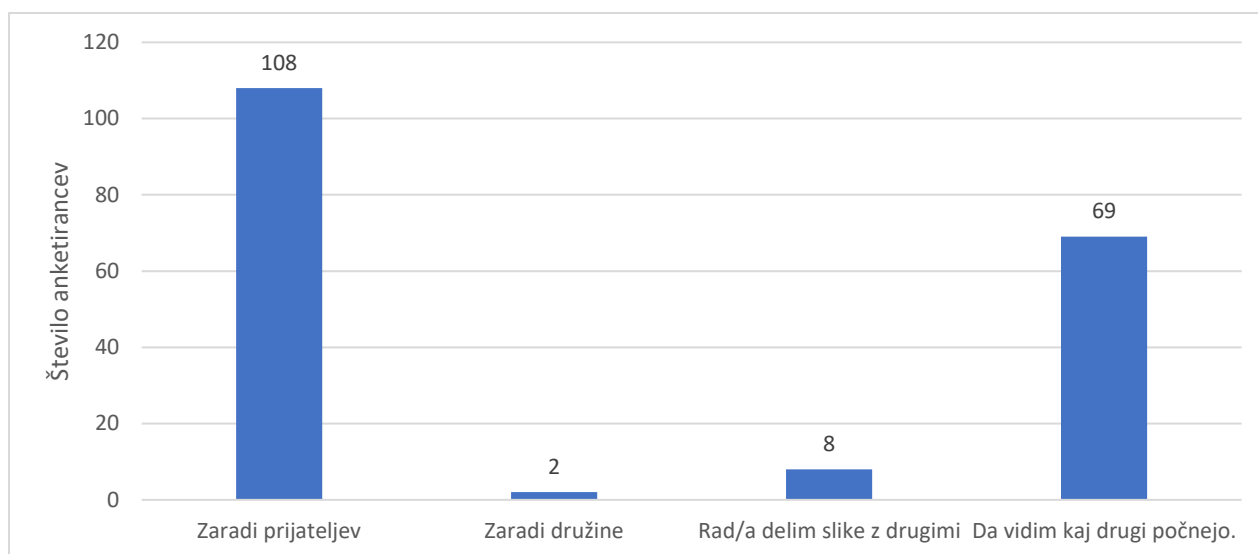


Slika 22: Kako pogosto uporabljaš socialna omrežja?

Tabela 12: Kako pogosto uporabljaš socialna omrežja?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
Vsak dan	161	86,1
Enkrat na teden	4	2,4
Večkrat na teden	15	8,0
Drugo	7	3,5
SKUPAJ	187	100,0

Vsak dan uporablja socialna omrežja 86,1 % učencev. Tukaj sva pričakovali nekoliko večji odstotek, saj je na odgovor na vprašanje v anketi: Ali meniš, da so bila socialna omrežja v času pouka na daljavo v porastu/upadu? večina odgovorila, da v porastu.

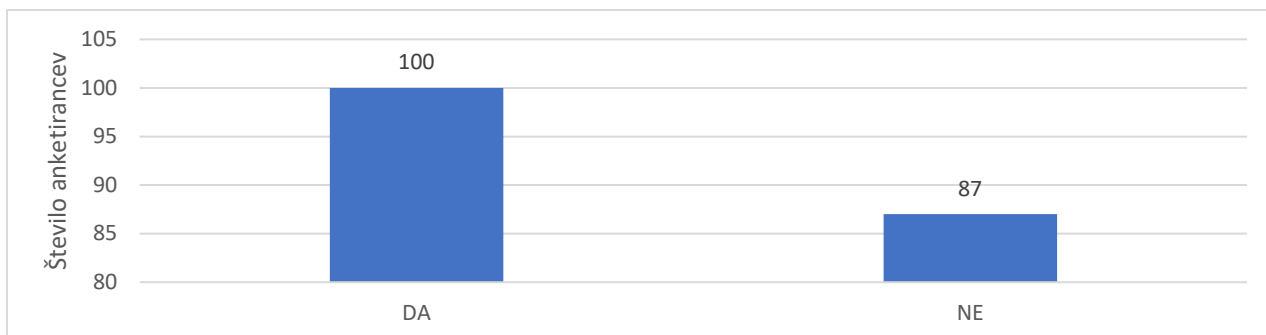


Slika 23: Zakaj si si ustvaril profil na socialnem omrežju?

Tabela 13: Zakaj si si ustvaril profil na socialnem omrežju?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
Zaradi prijateljev	108	57,8
Zaradi družine	2	1,1
Rad/a delim slike z drugimi	8	4,3
Da vidim kaj drugi počnejo	69	36,8
SKUPAJ	187	100,0

Velika večina učencev si je ustvarila profil na socialnem omrežju zaradi prijateljev, kar 57,8 %. Na drugem mestu je kar 36,8 % tistih, ki imajo ta profil zato, da vidijo, kaj drugi počnejo.

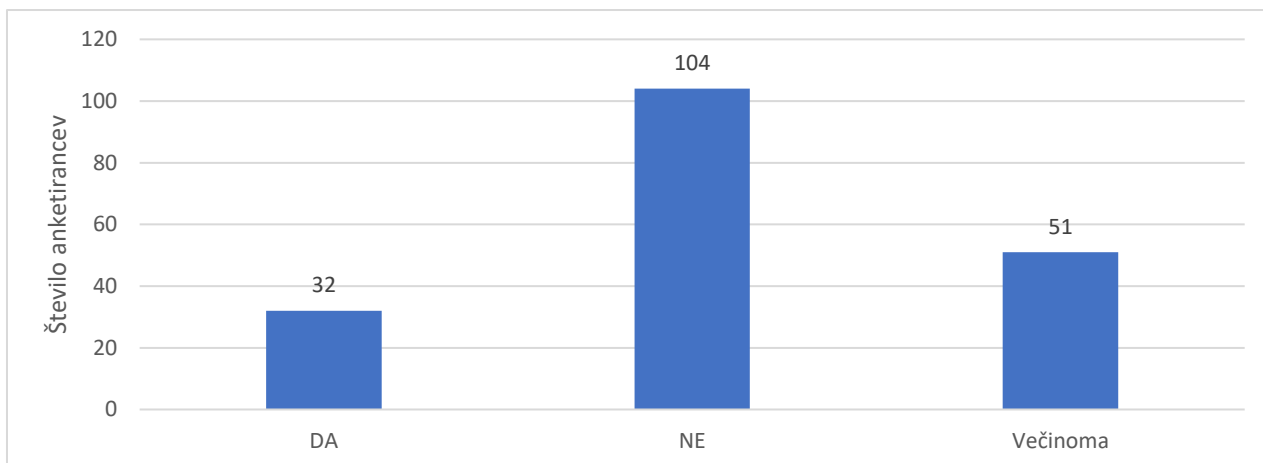


Slika 24: Ali si kdaj kupil, kar si videl na socialnih omrežjih?

Tabela 14: Ali si kdaj kupil, kar si videl na socialnih omrežjih?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
DA	100	53,5
NE	87	46,5
SKUPAJ	187	100,0

Odgovori so pričakovani, saj je na socialnih omrežjih veliko promocijskih vsebin.

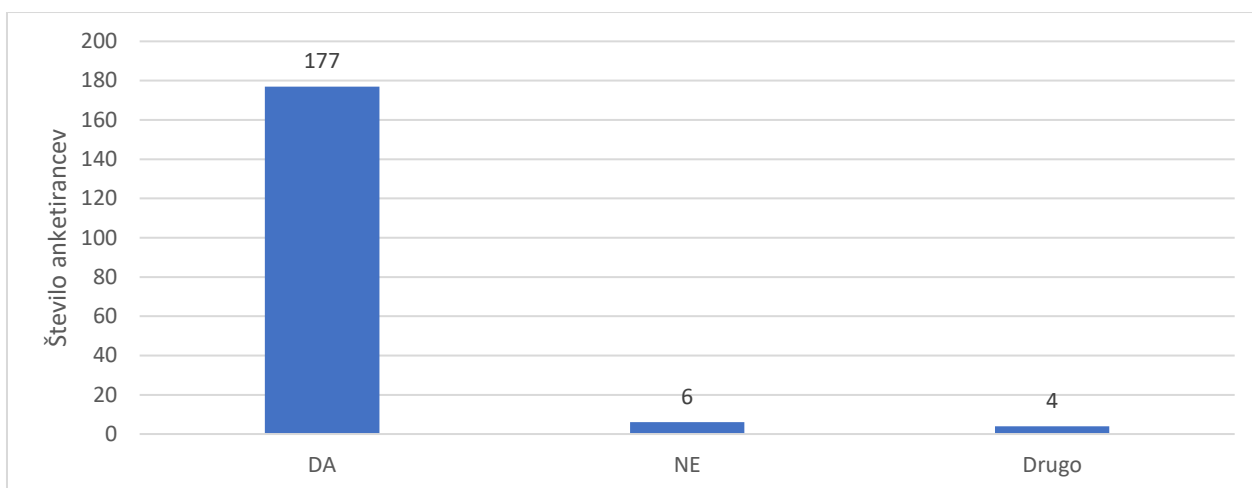


Slika 25: Ali starši spremljajo tvojo dejavnost na socialnih omrežjih?

Tabela 15: Ali starši spremljajo tvojo dejavnost na socialnih omrežjih?

	Število učencev (x)	Odstotek (%)
DA	32	17,1
NE	104	55,6
Večinoma	51	27,3
SKUPAJ	187	100,0

Ali starši spremljajo tvojo dejavnost na socialnih omrežjih? je bilo vprašanje, na katerega sva pričakovali drugačen odgovor. Presenečeni sva, da je kar 55,6 % učencev odgovorilo z ne. Vprašanje je, ali starši vedo, kaj počnejo njihovi otroci na spletu.



Slika 26: Ali veš, kako biti varen na socialnih omrežjih?

Tabela 16: Ali veš, kako biti varen na socialnih omrežjih?

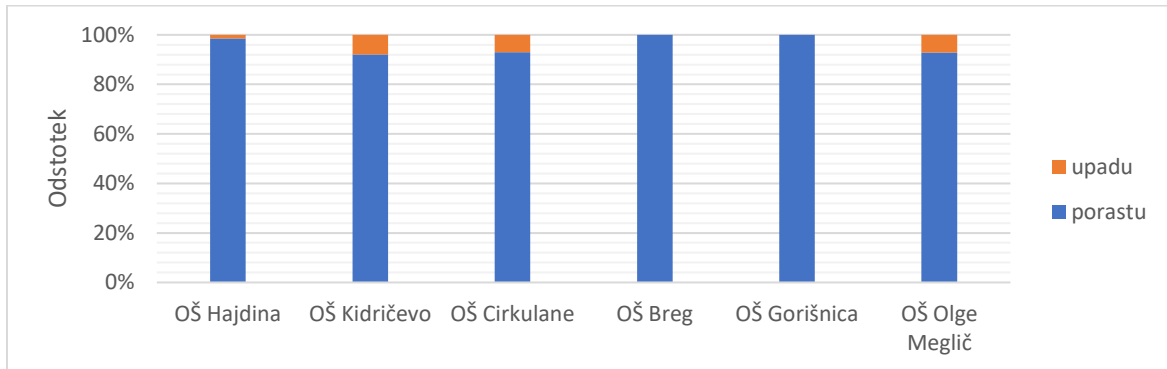
	Število učencev (x)	Odstotek (%)
DA	177	94,7
NE	6	3,2
Drugo	4	2,1
SKUPAJ	187	100,0

Z veseljem ugotavljava, da je veliko število učencev na vprašanje, ali vedo, kako biti varen na internetu, odgovorilo z da, kar 94,7 %. Upava, da bo ta odstotek samo še naraščal.

4.2 Raziskovalne hipoteze

Hipoteza 1:

- Večina učencev meni, da so socialna omrežja v času šolanja na daljavo bila še bolj aktualna kot prej.

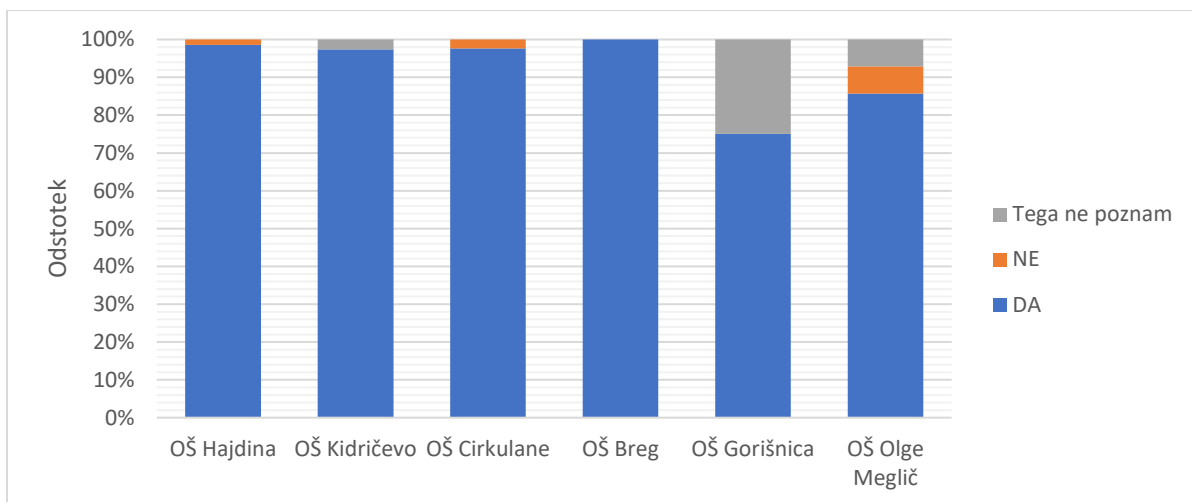


Slika 27: Kaj menijo učenci o socialnih omrežjih in delu od doma po šolah?

Hipotezo potrjujeva, saj je v primerjavi med posameznimi šolami pri vseh odstotek za odgovor porast preko 91 %.

Hipoteza 2:

- Tik Tok je za mlade zelo zanimiv in ga poznajo.

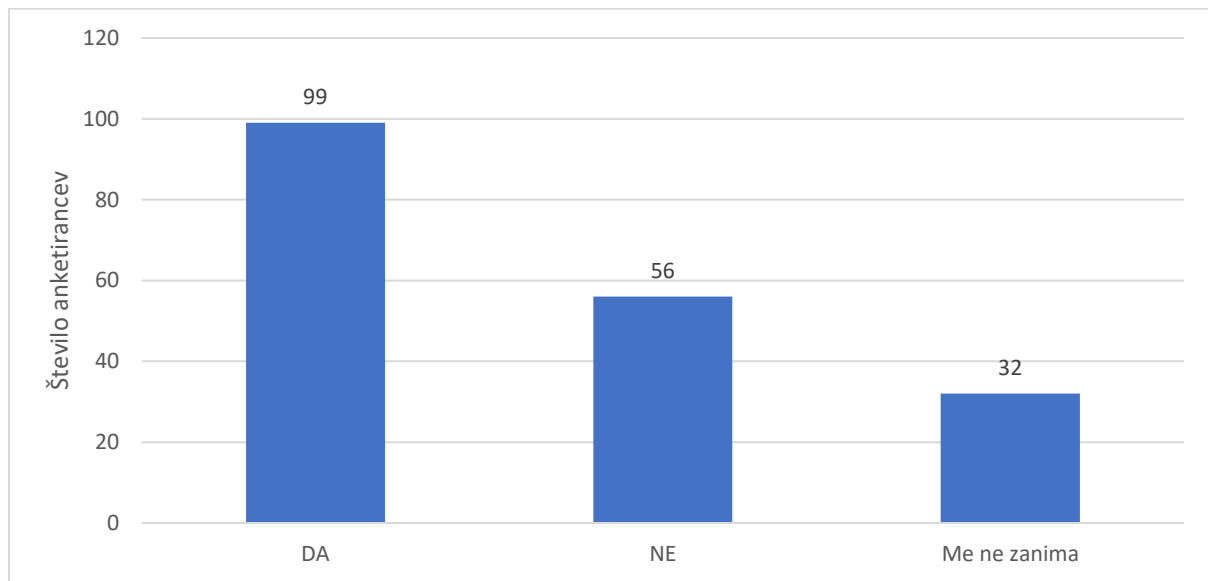


Slika 28: TIK Tok je za mlade zelo zanimiv in ga poznajo.

Večina učencev pozna aplikacijo Tik Tok. Ni presenetljivo, da je odstotek na vseh šolah zelo visok in kaže na to, kaj je pomembno pri najstnikih, komunikacija, glasba, video posnetki. Aplikacija Tik Tok, je v zadnjem času postala izjemno priljubljena aplikacija, Zato hipotezo potrjujeva.

Hipoteza 3:

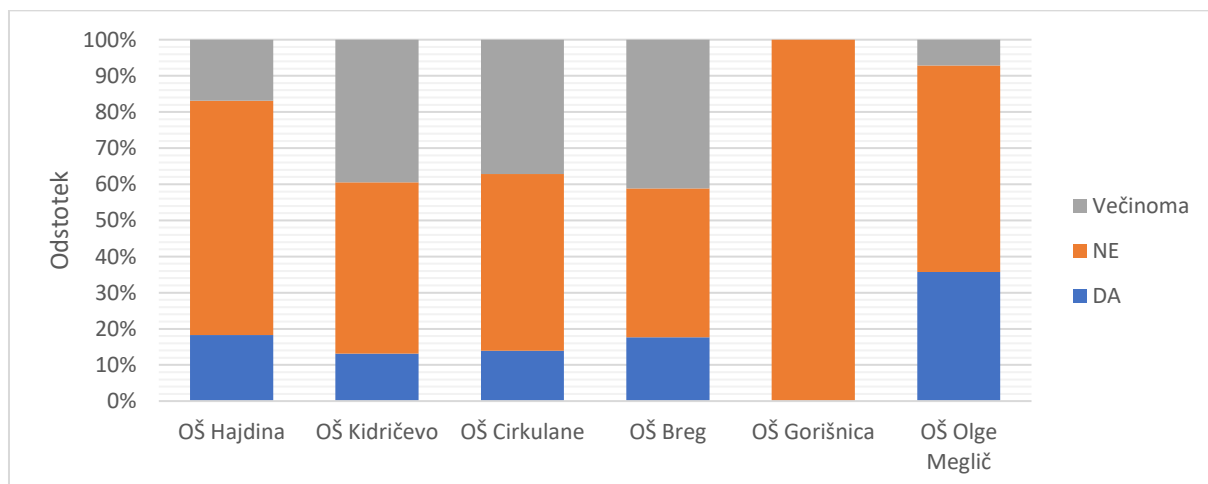
- Učenci vedo, kdo so influencerji in da njihovo oglaševanje vpliva na trenutne trende.



Hipotezo delno potrjujeva, saj iz zbranih odgovorov iz ankete lahko razbereva, da je vsaj polovica učencev, ki vedo, da so to ljudje, ki preko družbenih omrežij tržijo in promovirajo določene izdelke in imajo na mlade velik vpliv. Z njimi se še zlasti mladi precej bolj poistovetijo, kot pa se poistovetijo z ljudmi iz oglasov, ki so objavljeni na spletnem mestu. Učenci z odgovori »NE« in »Me ne zanima« tega izraza ne poznajo ali pa jih to ne zanima.

Hipoteza 4:

- Starši spremljajo dejavnosti otrok na mobilnih napravah.



Slika 29: Kako starši spremljajo dejavnosti otrok na mobilnih napravah različnih šolah?

Hipotezo sva ovrgli, saj je iz grafa razvidno, da starši po mnenju otrok žal ne spremljajo dovolj dejavnosti na mobilnih napravah ali pa to počno le redko. Podatek je zaskrbljujoč, želeli bi si, da bi starši pogosteje spremljali dejavnosti svojih otrok na spletu in jim pomagali z nasveti, še posebej kako biti in ostati varen. Zato bi veljalo razmisliti, da se kdaj v šolah organizira tudi izobraževalni roditeljski sestanek za starše na to temo. Zanimiva bi bila tudi raziskovalna naloga na to tematiko.

5 ZAKLJUČEK

Socialna omrežja, ki jih danes uporabljamo, so neke vrste pripomočki za druženje in spletne storitve, preko katerih se povezujejo znanci, znane osebnosti v neko mrežo, kjer lahko posredujejo svoje informacije, aplikacije ... in sprejemajo vse to od drugih. Na svetovnem spletu tako lahko sklepajo prijateljstva, izmenjujejo mnenja, posredujejo družabne storitve in so tako povezani v virtualne skupnosti.

A velikokrat so v tem mreženju tudi pasti. S tem, ko posredujemo svoje informacije, fotografije in drugo, največkrat osebne podatke, jih lahko nekdo zlorabi ali brez, seveda, našega dovoljenja posreduje nekemu, ki bi ga ne želeli s tem povezovati. Zato imajo družbena omrežja kaj hitro lahko negativen pomen.

Vendar spomnimo na spletno učilnico, preko katere je v času korone velikokrat pouk in tudi druge dejavnosti potekal preko spleta. Uporabniki takih portalov lahko pridejo do pomembnih informacij bodisi osnovnega učnega procesa ali pomembnih srečanj članov delovnega procesa, političnih strank in s tem družbenega statusa.

Najina naloga je bila vsekakor preveriti, kako se osnovnošolci vključujejo v vse plasti družbenih omrežij. Zavedava se, da je korona kriza pospešila uporabo spletnih gradiv, kako in koliko spretni pa so bili pri tem naši osnovnošolci, pa je pozitivno pokazala analiza ankete. S pomočjo le-te sva dobili odgovore na vsa ključna vprašanja. Meniva, da osnovnošolci še nismo »strokovnjaki« za socialna omrežja in da se resneje začnemo s tem ukvarjati šele v srednji šoli. Pa temu ni tako. V ta svet vstopajo vedno mlajši, kar bi moralo skrbeti tudi starše.

Na tem mestu je potrebno poudariti, da se mladi premalo zavedamo nevarnosti, ki prežijo na nas na spletu, čeprav so odgovori v anketi pokazali, da učenci vedo, kako biti varen na spletu. To je zagotovo obsežna tema, ki bi jo veljalo kdaj obravnavati v kakšni raziskovalni nalogi. Še bolj zaskrbljujoč pa je podatek, da starši premalo spremljajo dejavnosti svojih otrok na spletu in jim pomagali z nasveti, še posebej kako biti in ostati varen. Zato bi veljalo v šolah razmisliti, da se kdaj organizira tudi izobraževalni roditeljski sestanek za starše na to temo.

Zagotovo je uporaba socialnih omrežij nepogrešljiv del mladih, izkazala se je kot dober pomočnik v času šolanja na daljavo in seveda tudi druženja med prijatelji in sošolci. Kljub temu pa ne smemo pozabiti negativnih plati spleta in biti vedno zelo previdni. V ta namen sva pripravili tudi plakat, ki v avli šole vsak dan opozarjal: **KLIKNI ME VARNO**



Slika 30: Plakat - Klikni me varno

6 VIRI IN LITERATURA

- Bizjak-Zabukovec, Branka (2017). Družbeni mediji in knjižnice: *raziskava uporabe Facebooka v slovenskih knjižnicah*. Pridobljeno 26.1.2021 s spletne strani v <https://knjiznica.zbds-zveza.si/knjiznica/article/view/6731/6387>
- New York Times: How TikTok is Rewriting The World (2019). Herman J. Pridobljeno 26.1.2021 s spletne strani: <https://www.nytimes.com/2019/03/10/style/what-is-tik-tok.html>
- Pust T. Magistrsko delo: Spletna družbena omrežja v vsakdanjem življenju mladih (2020). Pridobljeno 26.1.2021 s spletne strani: http://pefprints.pef.uni-lj.si/6331/1/Pust_Tadeja_mag.pdf
- Ramovš, J. Diplomsko delo: Družbena omrežja kot vir informacij(2018). Pridobljeno 26.1.2021 s spletne strani: <http://revis.openscience.si/lzpisGradiva.php?id=5318>
- Slemenik, K. (2015). Diplomsko delo: Percepcija digitalnega oglaševanja med predstavniki generacije Y. Dostopno na: http://dk.fdv.uni-lj.si/diplomska_dela_1/pdfs/mb11_slemenik-katarina.pdf
- Spitzer, M. (2016). Digitalna Demenca. Mohorjeva založba. Ljubljana.
- Zupan G. (2016). E-veščine in digitalna ekonomija. Statistični urad Republike Slovenije. Ljubljana.
- TikTok (2020). Wikipedia: the free encyclopedia. Pridobljeno 26.1.2021 s spletne strani: <https://en.wikipedia.org/wiki/TikTok>
- Twitter (2021). Wikipedia: the free encyclopedia. Pridobljeno 17.2.2021 s spletne strani: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Twitter>
- Google (2021). Wikipedia: the free encyclopedia. Pridobljeno 17.2.2021 s spletne strani: https://simple.wikipedia.org/wiki/Google_17.2
- Facebook (2021). Wikipedia: the free encyclopedia. Pridobljeno 17.2.2021 s spletne strani: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- YouTube (2021). Wikipedia: the free encyclopedia. Pridobljeno 17.2.2021 s spletne strani: <https://sl.wikipedia.org/wiki/YouTube>
- Skype (2021). Wikipedia: the free encyclopedia. Pridobljeno 17.2.2021 s spletne strani: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Skype>
- Instagram (2021). Wikipedia: the free encyclopedia. Pridobljeno 17.2.2021 s spletne strani: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Instagram>
- Tomšič M. (2016). Snapchat: *Starejši ga ne razumejo, mladi brez njega ne morejo več*. Siol. Dostopno 17.2. na: <https://siol.net/digisvet/novice/snapchat-starejsi-ga-ne-razumejo-mladi-brez-njega-ne-morejo-vec-416396>

Elektronski viri logotipov:

- Pridobljeno 20.3.2021 s spletne strani: Logo Tik Tok:
<https://www.google.si/search?q=tik+tok&hl>
- Pridobljeno 20.3.2021 s spletne strani: Logo twitter:
<https://www.google.si/search?q=twitter&sxsr>
- Pridobljeno 20.3.2021 s spletne strani: Google+
<https://www.google.si/search?q=google&sxsr>
- Pridobljeno 20.3.2021 s spletne strani: Facebook logo:
<https://www.google.si/search?q=facebook&tb>
- Pridobljeno 20.3.2021 s spletne strani: Youtube logo:
<https://www.google.si/search?q=youtube&sxsr>
- Pridobljeno 20.3.2021 s spletne strani: Skype logo:
<https://www.google.si/search?q=skype&tbn>
- Pridobljeno 20.3.2021 s spletne strani: Instagram logo:
<https://www.google.si/search?q=instagram&tbn>
- Pridobljeno 20.3.2021 s spletne strani: Snapchat logo:
<https://www.google.si/search?q=snapchat&tbn>