

UPORABA PAMETNIH TELEFONOV Z VIDIKA RAZLIČNIH GENERACIJ

Raziskovalna naloga s področja sociologije



Avtorica: Pika Tomažin, 8. razred

Mentorica: Vilma Vrtačnik Merčun, prof. geogr. in soc.

Somentorica: dr. Daša Stanič

Domžale, marec 2025

K A Z A L O

	Stran
Povzetek, zahvala	3
1 UVOD	4
1.1 Cilji raziskovalne naloge	4
1.2 Metodologija in potek raziskovalnega dela	4
1.3 Hipoteze	5
1.4 Teoretični del	5
2 RAZISKOVALNI DEL	9
2.1 Rezultati ankete Uporaba pametnih telefonov z vidika različnih generacij	10
2.2 Uporaba posameznih funkcij pametnega telefona	11
2.3 Pogostost uporabe družbenih omrežij	13
2.4 Presojanje resničnosti vsebine	16
2.5 Sovražne, napadalne in žaljive spletne vsebine	18
2.6 Žrtve spletnih prevar	19
2.7 Zaznavanje usmerjenega trženja	19
2.8 Pomen pametnega telefona za različne generacije	20
2.9 Življenje brez pametnega telefona	21
2.10 Vpliv nove tehnologije na prihodnje generacije	23
3 RAZPRAVA	25
3.1 Uporaba pametnih telefonov z vidika različnih generacij	25
3.2 Primerjava rezultatov raziskave z literaturo	29
3.3 Preverjanje hipotez	32
4 ZAKLJUČEK	33
5 LITERATURA IN VIRI	33
6 PRILOGE	34

Slika na naslovni strani: <https://iskustva.online/kako-povezati-telefon-i-tv/> (27. 9. 2024)

POVZETEK

Z raziskavo *Uporaba mobilnih telefonov z vidika različnih generacij* sem ugotavljala, koliko časa posamezne generacije preživijo na pametnih telefonih, katere njihove funkcije uporabljajo in kaj jim telefoni pomenijo. Izdelala sem anketo, ki jo je reševalo pet generacij. Vojna generacija in babyboom-erji so jo reševali večinoma v fizični obliki, ostale generacije (X, Y in Z) pa preko računalniškega programa 1KA. Anketo je rešilo 195 oseb: 13 % iz generacije Z (stare 13 do 28 let), 17 % iz generacije Y (29-44 let), 37 % iz generacije X (od 45 do 59 let), 23 % iz generacije babyboom (60 do 79 let) let, najmanj (10 %) pa jih je bilo iz vojne generacije, ki je stara 80 in več let. Ugotovila sem, da večina vojne generacije (79 %) telefone uporablja do 30 minut na dan, 16 % te generacije pa telefona sploh ne uporablja. Največ časa na dan telefon uporablja generacija Y, in sicer 91 % posameznikov ga uporablja več kot pol ure, od teh 36 % več kot dve uri. Pri vprašanju o uporabi različnih funkcij sem ugotovila, da anketiranci generacije X telefon pogosto uporabljajo za telefoniranje in SMS sporočila (73 % za telefoniranje in 71 % za SMS sporočila), glasbo na telefonu pogosto posluša najmlajša generacija (76 %), za navigacijo in fotografiranje telefon pogosto uporabljata generaciji X in Y (več kot 70 %), za 88 % generacije Y in 73 % generacije X je telefon tudi budilka, prav tako ti dve generaciji na telefonu pogosto iščeta informacije (94 % Y, 88 % X). Največ anketirancev vseh generacij uporablja družbeni omrežji Viber (58 %) in Facebook (50 %), mnogi pa tudi Instagram (43 %). Kljub temu so se glede uporabe družbenih omrežij pokazale velike razlike med generacijami. Predvsem izstopa generacija Z, ki pogosteje uporablja druga družbena omrežja kot ostale generacije (predvsem Tiktok in Snapchat). Uporaba telefona je zelo pomembna za 58 % anketirancev generacije Y in 41 % anketirancev generacije X, najmanj pa za anketirance vojne generacije.

Ključne besede: pametni telefoni, družbena omrežja, generacije

ZAHVALA

V prvi vrsti bi se rada zahvalila pedagoginji Maji Petek Tomšič, ker nas je spodbudila k izdelavi raziskovalne naloge. Želim se zahvaliti tudi mentorici in somentorici, saj sta me spodbujali skozi celotni proces raziskave. Velike zahvale gredo tudi mami somentorice Adrijani, ki mi je pomagala z razdelitvijo anket starejšim. Najlepša hvala tudi vsem 195. anketirancem, ki so si vzeli nekaj minut za reševanje moje ankete. Brez njih raziskava ne bi bila mogoča. Nazadnje pa bi se rada zahvalila še mojim staršem, ki so me spodbujali in pomagali pri delu z Excelom. Vsem še enkrat najlepša hvala.

1 UVOD

Do ideje o raziskovalni nalogi sem prišla po pogovoru s somentorico o možnih temah za raziskovanje. Njena ideja me je popeljala v smer, v moj osnovni načrt, ki je bil pregledati uporabo telefonov in televizije med različnim generacijami. Zaradi preobsežnosti take teme sem se kasneje odločila le za raziskavo o pametnih telefonih. Ker je danes s pametnimi telefoni povezana tudi uporaba interneta, sem se odločila za končni naslov *Uporaba pametnih telefonov z vidika različnih generacij*.

1.1 CILJI RAZISKOVALNE NALOGE

Cilj raziskave je bil ugotoviti pomen in pogostost uporabe pametnih telefonov med različnimi generacijami.

Osredotočila sem se na naslednja raziskovalna vprašanja:

- Katera generacija preživi na pametnih telefonih (naj)več časa?
- Ali čas uporabe pametnega telefona presega smernice za uporabo zaslonov NIJZ?
- Katere funkcije uporabljajo določene starostne skupine in kako pogosto?
- Kako pomembna je uporaba telefona različnim generacijam?
- Ali generacije v povprečju v družbi uporabljajo telefon namesto pogovarjanja?
- Kaj anketiranci menijo o vplivu razvoja tehnologije na prihodnje generacije?

1.2 METODOLOGIJA IN POTEK RAZISKOVALNEGA DELA

Vsaka znanost, tako tudi sociologija, splošna načela znanstvenega spoznavanja prilagodi svojemu predmetu raziskovanja. Pri sociološkem raziskovanju lahko uporabimo različne metode, npr. metode opazovanja, metode spraševanja, eksperimenta in analize dokumentov. Vsaka od njih ima svoje prednosti in omejitve.¹ V tej raziskavi sem se poslužila metode spraševanja, ki je ena od najpogosteje uporabljenih socioloških metod. Omogoča precejšnjo stopnjo posplošitve rezultatov, način pridobivanja podatkov pa je dokaj hiter in zanesljiv. Zaradi vseh teh lastnosti glede na zastavljena raziskovalna vprašanja se mi je zdel ta način najprimernejši.

Najpogostejši obliki metode spraševanja sta intervju in anketa. Uporabila sem metodo anketiranja. V anketo, ki sem jo pripravila na osnovi raziskovalnih vprašanj, sem vključila vprašanja zaprtega in odprtega tipa. Vprašanja zaprtega tipa so enostavnejša za obdelavo, odprta vprašanja pa dajejo anketirancem več možnosti, da izrazijo svoja stališča, nam pa drugačen, kvalitativen vpogled v to, kar raziskujemo. Prednost anketiranja je tudi, da lahko zajame odgovore velikega števila posameznikov. Ta način pa ima tudi slabosti. Ker se lahko zgodi, da vprašanja že sama nakazujejo odgovor, sem sestavljanju anketnih vprašanj posvetila veliko pozornosti. Ker so bile v anketiranje vključene različne starostne skupine ljudi, bi lahko prihajajo do različnega razumevanja posameznih vprašanj, poleg tega pa nimamo podatkov o hitrosti in natančnosti reševanja.

Metoda anketiranja omogoča tako kvalitativno kot tudi kvantitativno obdelavo podatkov, kar me je še posebej pritegnilo v raziskavo. Pri tej raziskovalni metodi raziskovalci opozarjajo, da moramo paziti, saj nas »postopki lahko zavedejo v posplošeno in zgolj kvantitativno obravnavo

¹ Andreja Barle ... et. al: Uvod v sociologijo, 2. natis, Ljubljana, DZS, 2000, str. 16.

zapletenih družbenih odnosov. Ne smemo zanemariti tudi tega, da okoliščine, v katerih se navedena metoda uporablja, vplivajo na raziskovalni rezultat.«²

Raziskovalni proces je potekal po naslednjih korakih:

- Izdelava teoretičnega dela naloge: opredelitev pojmov, pregled podobnih raziskav in izpis povzetkov teh.
- Sestavljanje anketnih vprašanj in anketiranje.
- Obdelava anket in izdelava grafične predstavitve rezultatov.
- Komentiranje rezultatov in primerjava teh s podobnimi raziskavami in literaturo.

1.3 HIPOTEZE

Pred raziskovanjem sem postavila naslednje hipoteze:

Hipoteza 1: Največ časa na pametnih telefonih preživita srednji generaciji, ker jih uporabljata tako v službene kot privatne namene (za navigacijo, kartice, mobilno banko ipd.).

Hipoteza 2: Čas uporabe pametnih telefonov je pri mlajši in srednji generaciji nad priporočili strokovnjakov - zaradi komunikacije, mobilnih bank, navigacije, družbenih medijev in podobnih funkcij, ki jih uporabljajo. Starejše generacije pa uporabljajo pametni telefon v skladu s priporočili ali celo manj časa.

Hipoteza 3: Mlajša generacija (Z) pametne telefone uporablja predvsem za pošiljanje sporočil, poslušanje glasbe in budilko. Srednji generaciji (X in Y) izstopata po uporabi fotoaparata, navigacije in iskanju informacij. Starejši generaciji (babyboom in vojna generacija) pametne telefone uporabljata večinoma le za telefoniranje.

1.4 TEORETIČNI DEL

Opredelitev pojma pametni telefon

»Pametni telefon je mobilni telefon, ki nudi naprednejše računalniške sposobnosti in povezljivost kot sodobni osnovno-funkcijski telefoni. Pametni telefoni so znani tudi kot dlančniki, ki imajo vgrajen mobilni telefon. Za osnovno-funkcijske telefone je znano, da so zmožni poganjati aplikacije³, ki so razvite na Java ME platformah. Pametni telefoni dopuščajo uporabniku, da sam naloži in zaganja zahtevnejše aplikacije. Pametni telefoni poganjajo platforme, ki so narejene v prid aplikacijskim razvijalcem. Pametne telefone lahko smatramo kot osebne žepne računalnike z dodanimi funkcijami mobilnega telefona, saj so ti telefoni navadni računalniki, le veliko manjši. Rast povpraševanja po pametnih telefonih z močnim procesorjem,⁴ veliko spomina, večjimi zasloni in odprtim operacijskim sistemom⁵ je trg povprečnih telefonov prehitela za več let.«⁶

² Andreja Barle ... et. al, 2000, str. 19.

³ Aplikacije: »je program ali programska oprema in je nematerialna oprema telefona. Med aplikacije sodijo igrice in navigacije, služijo pa tudi kot pripomočki, denimo za merjenje srčnega utripa, risanje, poslušanje glasbe in računanje (kalkulator). Nekatere aplikacije so naložene na telefonu že ob nakupu, nekatere pa si iz posebnih trgovin za aplikacije naložimo na telefon kar sami.« Vzajemnost, <https://www.vzajemnost.si/clanek/170348/kaj-je-pametni-telefon-in-zakaj-tako-ime/> (18. 10. 2024).

⁴ Procesor: osrednji del računalnika, ki skrbi za izračunavanje in obdelavo ali procesiranje podatkov ter nadzor in upravljanje drugih enot, https://sl.wikipedia.org/wiki/Centralni_procesor (18. 10. 2024).

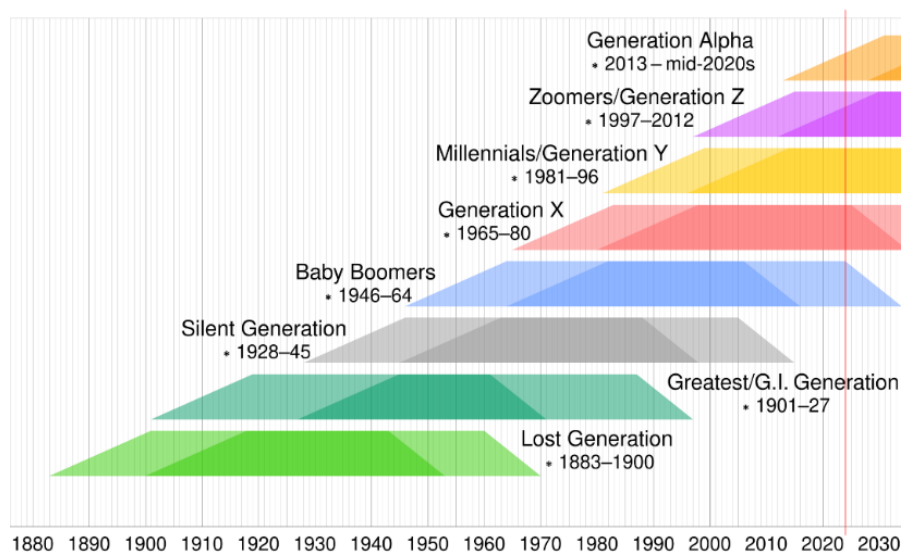
⁵ Operacijski sistem: je programska oprema, ki je nujna za delovanje pametnega telefona. Deluje kot vmesnik med uporabnikom in strojno opremo ter programsko opremo (aplikacijami). Vzajemnost, <https://www.vzajemnost.si/clanek/170348/kaj-je-pametni-telefon-in-zakaj-tako-ime/> (18. 10. 2024).

⁶ Pametni telefoni: https://sl.wikipedia.org/wiki/Pametni_telefon (18. 10. 2024).

Opredelitev generacij

Definicij za opredelitev generacij je več. Splošna opredelitev je, da so generacije »skupina posameznikov podobne starosti, ki so živeli na določenem prostoru in doživeli iste zgodovinske (politične, ekonomske, socialne ali družbene) dogodke v določenem obdobju.«⁷ V družbi se zamenjajo približno na dvajset let, opredelitve od kdaj do kdaj posamezna generacija traja, pa niso dosledne.

»Začetek novega načina vedenja, vrednot, gibanja, ki lahko zaznamujejo določeno generacijo, sprožijo predvsem intenzivni dogodki v okolici, ki se zgodijo mladim ljudem od 15. pa do 25. leta starosti. To je tisto ključno obdobje, ki vpliva na razvoj vrednot posameznika, njegovih stališč, včasih tudi politične usmeritve oziroma preferenc. To posameznika spremlja skozi celo življenje,« navaja Eva Boštjančič, profesorica s Filozofske fakultete v Ljubljani.⁸



Slika 1: Zaporedje generacij

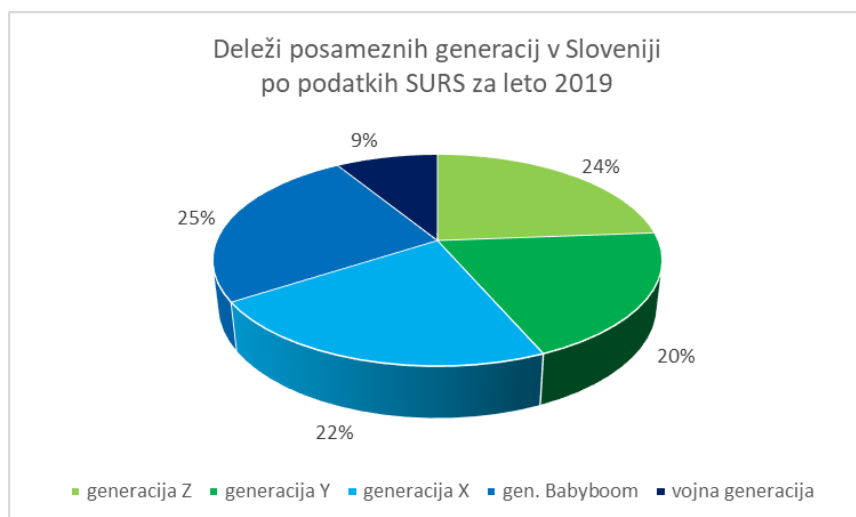
Vir: Generacije, https://sl.wikipedia.org/wiki/Generacija#/media/Slika:Generation_timeline.svg (11. 10. 2024)

Po podatkih Statističnega urada RS (SURS) iz druge polovice leta 2019 je v Sloveniji takrat živelo 2.055.408 prebivalcev.⁹ Razporejenost prebivalcev po generacijah prikazuje spodnji grafični prikaz.

⁷ Staša Pust: Preverite, kateri generaciji pripadate, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).

⁸ Staša Pust: Preverite, kateri generaciji pripadate, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).

⁹ Staša Pust: Preverite, kateri generaciji pripadate, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).



Slika 2: Deleži posameznih generacij v Sloveniji

Generacija Z je bila rojena v letih 1996–2020, predstavniki te generacije pa so danes (leta 2025) stari od 13 do 28 let. Po podatkih iz leta 2019 je predstavljala 24 % prebivalstva Slovenije. Generacija Y ali milenijci so bili rojeni v letih 1981–1996 in so danes stari od 29 do 44 let. Zavzemajo petino prebivalstva Slovenije. Predstavniki generacije X so bili rojeni v letih 1965–1980 in so danes stari od 45 do 60 let. Predstavljajo 22 % prebivalstva Slovenije. Generacija babyboom, ki je dobila ime po eksploziji rojstev po drugi svetovni vojni, velja za najštevilnejšo slovensko generacijo (25 % prebivalstva); danes je stara od 61 do 79 let. Vojno generacijo, ki je bila rojena do leta 1945, je najbolj zaznamovala druga svetovna vojna. Pripadniki te generacije, ki zavzema le 9 % prebivalstva, so danes stari 80 let in več.¹⁰

Nacionalna raziskava Mladina 2020

Posebej me je zanimala nacionalna raziskava med mladimi, ki so jo leta 2020 izvedli v okviru projekta *Mladina 2020*.¹¹ Zaradi ugotavljanja položaja mladine v družbi na različnih ravneh sem iz omenjene raziskave izpostavila nekaj podatkov in ugotovitev, ki sem jih želela preveriti s svojo raziskavo in jih primerjati s starejšimi generacijami.

Priporočila za uporabo zaslonov

Na spletnih straneh portala Safe.si in v publikaciji z naslovom *Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih*¹² so navedena naslednja priporočila: učenci druge triade osnovne šole (10–12 let) naj bi uporabljali ekrane največ eno uro in pol na dan, učenci tretje triade in dijaki (13–18 let) pa največ dve uri na dan. Namesto zaslona strokovnjaki svetujejo: »Spodbujamo pristne medsebojne stike in druženje z vrstniki v živo. Pogovarjamo se o pasteh, možnih zlorabah in varovanju zasebnosti na spletu ter kje poiskati pomoč.«¹³ Na katere zaslone se te smernice nanašajo, povedo v uvodu: »Poleg televizije smo začeli množično uporabljati pametne telefone, tablice, računalnike, igralne konzole in pametne ure, ki omogočajo dostop

¹⁰ Staša Pust: Preverite, kateri generaciji pripadate, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).

¹¹ Miran Lavrič et. al.: *Mladina 2020: položaj mladih v Sloveniji*, Maribor, Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba, Ljubljana, Založba Univerze v Ljubljani, 2021, str. 7–8.

¹² Mateja Vintar Spreitzer et. al.: *Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih*, Ljubljana, Sekcija za primarno pediatrijo Združenja za pediatrijo Slovenskega zdravniškega društva, 2021, elektronska izdaja, https://nijz.si/wp-content/uploads/2022/11/uporaba_zaslonov_smernice_za_splet_mali_grayscale.pdf (18. 10. 2024).

¹³ Mateja Vintar Spreitzer et. al.: *Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih*, <https://www.zdravniskazbornica.si/za-javnost/zaslone/povzetki-za-star%C5%A1e> (18. 10. 2024).

do interneta praktično vsak trenutek in skoraj kjerkoli. Povečuje se tudi raba naprav, ki omogočajo navidezno ali razširjeno resničnost, kot so očala z zasloni in tipali.«¹⁴

Škodljivi dogodki, povezani z uporabo interneta

Otroci in mladostniki so lahko med uporabo zaslonov, tudi ob dobri digitalni in medijski pismenosti in pazljivi uporabi, izpostavljeni škodljivim dogodkom na različne načine:

- sovražni in žaljiv govor in druge oblike spletnega nasilja npr. spletno nadlegovanje, nasilje, nagovarjanje k samomoru in samopoškodovanju (angl. cyberbullying),
- neprimerne vsebine razvojni stopnji oz. starosti otrok,
- zavajajoče in napačne informacije,
- neprimeren vpliv vplivnežev (“influencerjev”),
- personalizirano usmerjeno trženje - ponujanje oglasov v povezavi s tvojimi iskanji,
- preoblikovanje fotografij in posnetkov (angl. deep fakes),
- kraja identitete (lažni profili),
- navezovanje stikov z namenom zlorabe (angl. grooming),
- vsebine, ki povzročajo zasvojenost npr. spletne stave.¹⁵

Poleg tega se otroci in mladostniki med uporabo interneta in aplikacij zaradi neizkušenosti in nezrelosti lahko zapletejo tudi v neprimerne aktivnosti, kot so na primer:

- sekstanje (angl. sexting) - pošiljanje intimnih fotografij ali posnetkov, kar lahko vodi v izsiljevanje,
- nekritično deljenje osebnih informacij in gesel,
- deljenje nezakonitih, nasilnih in neprimernih vsebin,
- navezovanje stikov z neznanci,
- izvajanje nasilja nad vrstniki,
- izvajanje nevarnih spletnih izzivov npr. skakanje z mostu ipd.¹⁶

Prav zaradi vseh teh pasti morajo otroci vedeti, da se lahko v primeru stisk vedno obrnejo na odraslega, na varne točke ali pokličejo na katero od telefonskih oblik pomoči za otroke in mladostnike v stiski, npr. Tom telefon. Prav tako morajo vedeti, da naj se s prijatelji, ki jih poznajo le preko interneta, nikoli ne srečajo brez predhodne vednosti odraslega in prisotnosti odgovorne osebe.¹⁷

Mobilne naprave omogočajo vrsto koristi, npr. učenje in branje, prekomerna uporaba pa ima neugodne učinke, kot so slabše kognitivne sposobnosti (posledično slabši učni uspeh), odstopanja na področju govorno-jezikovne komunikacije, kar velja predvsem za predšolske otroke, motnje pozornosti, motnje spanja, kratkovidnost in sindrom utrujenih oči, debelost (več časa za ekrani pomeni manj časa za gibanje), depresija, škodljivi vplivi družbenih omrežij in aplikacij za komuniciranje, agresivnost (kot posledica izpostavljenosti agresivnim vsebinam na zaslonih), problematična raba, odvisnost od interneta, nefunkcionalnost družine, vpliv digitalnega trženja itd.¹⁸

¹⁴ Mateja Vintar Spreitzer et. al.: Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih, Uvod, <https://online.pubhtml5.com/agma/giyr/#p=8> (18. 10. 2024).

¹⁵ Mateja Vintar Spreitzer et. al.: Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih, str. 27, <https://online.pubhtml5.com/agma/giyr/#p=8> (18. 10. 2024).

¹⁶ Glej pripombo 15.

¹⁷ Glej pripombo 15.

¹⁸ Mateja Vintar Spreitzer et. al.: Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih, str. 39-45, <https://online.pubhtml5.com/agma/giyr/#p=8> (18. 10. 2024).

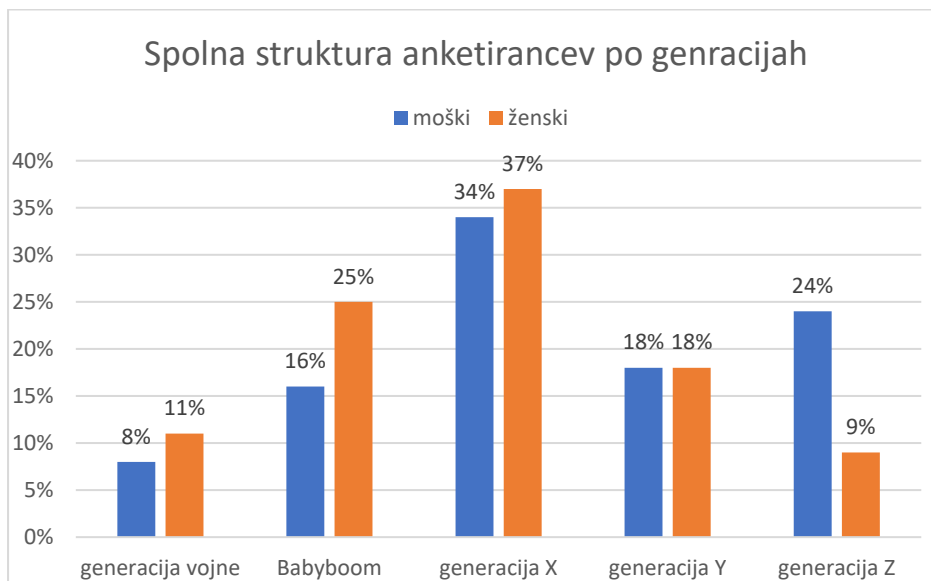
2 RAZISKOVALNI DEL

Da bi ugotovila, kako različne generacije uporabljajo pametne telefone, sem ustvarila anonimno anketo, ki jo je starejša generacija reševala večinoma v fizični obliki, ostale generacije pa preko računalniškega programa IKA¹⁹. Trudila sem se zasnovati vprašanja, ki bi bila razumljiva vsem starostnim skupinam. Anketa je v prilogi raziskovalne naloge.

Tabela 1: Število anketiranih - po generacijah in spolu

Generacija	moški	ženski	Ni odgovora
generacija vojne	4	15	0
gen. baby boom	8	34	3
generacija X	17	49	7
generacija Y	9	24	0
generacija Z	12	12	1
skupaj	50	134	11

Anketo je rešilo 195 oseb vseh generacij, 50 (26 %) moškega in 134 (69 %) ženskega spola, 5 % anketirancev pa tega podatka ni razkrilo.



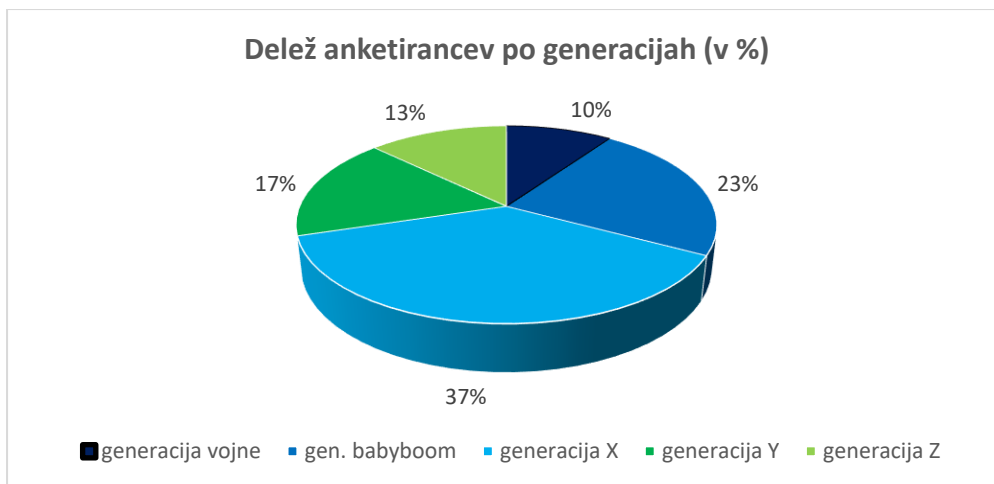
Slika 3: Delež anketirancev različnih generacij po spolu

Po spolni sestavi anketirancev so generacije dokaj enakomerne z izjemo generacije Z, kjer je anketo rešilo bistveno več moških kot žensk.

V katero generacijo spadate?

- generacija vojne: roj. do 1945 – 80 let in več
- babyboom generacija: roj. 1946–1964 – 60 do 79 let
- generacija X: roj. 1965–1980 – 45 do 59 let
- generacija Y milenijci: roj. 1981–1996 – 29 do 44 let
- generacija Z: roj. 1997–2012 – 13 do 28 let

¹⁹ Ika, <https://ika.arnes.si/a/65ee2c48> (29. 11. 2024).

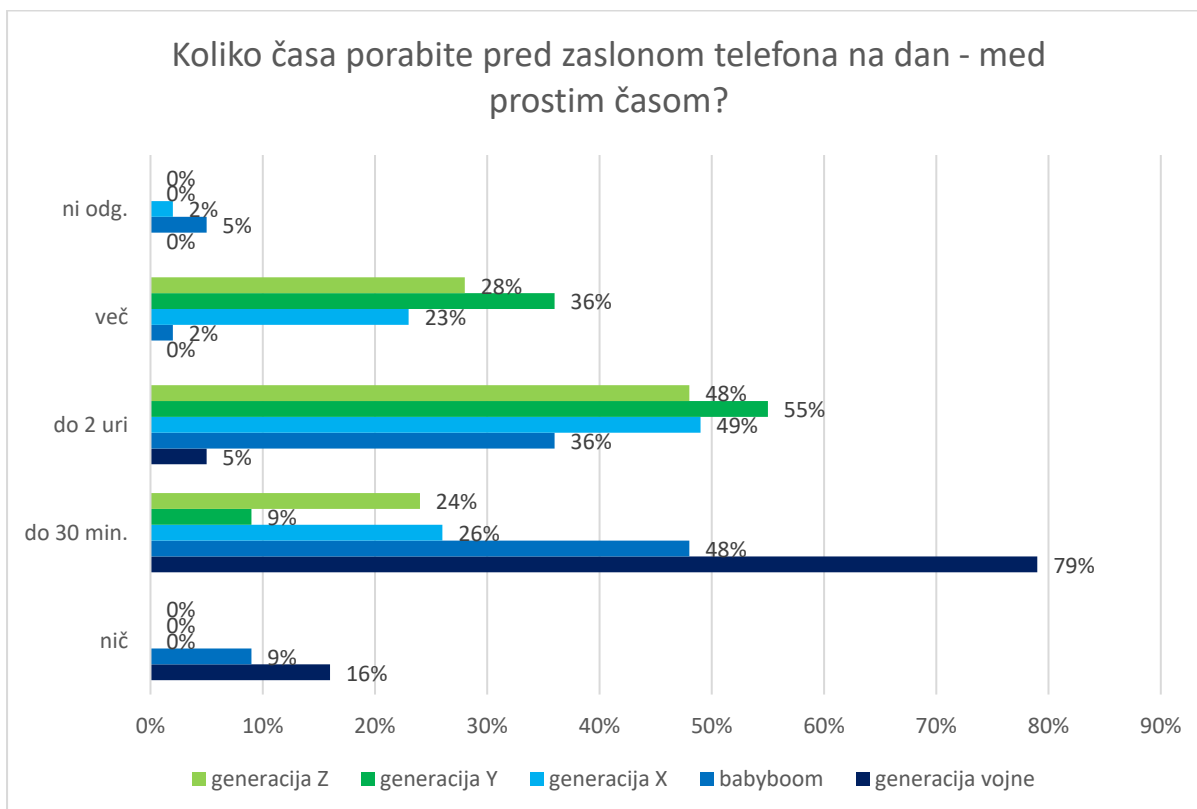


Slika 4: Delež anketirancev po generacijah

Največ anketirancev je bilo iz generacije X, ki so letos stari od 45 do 59 let, in sicer 37 %, nato iz generacije babyboom, ki je sedaj stara 60 do 79 let (23 %), najmanj pa jih je bilo iz vojne generacije, ki je stara 80 in več let (10 %).

2.1 REZULTATI ANKETE: UPORABA PAMETNIH TELEFONOV Z VIDIKA RAZLIČNIH GENERACIJ

Pri opisovanju rezultatov je z besedo telefon vedno mišljen pametni telefon.



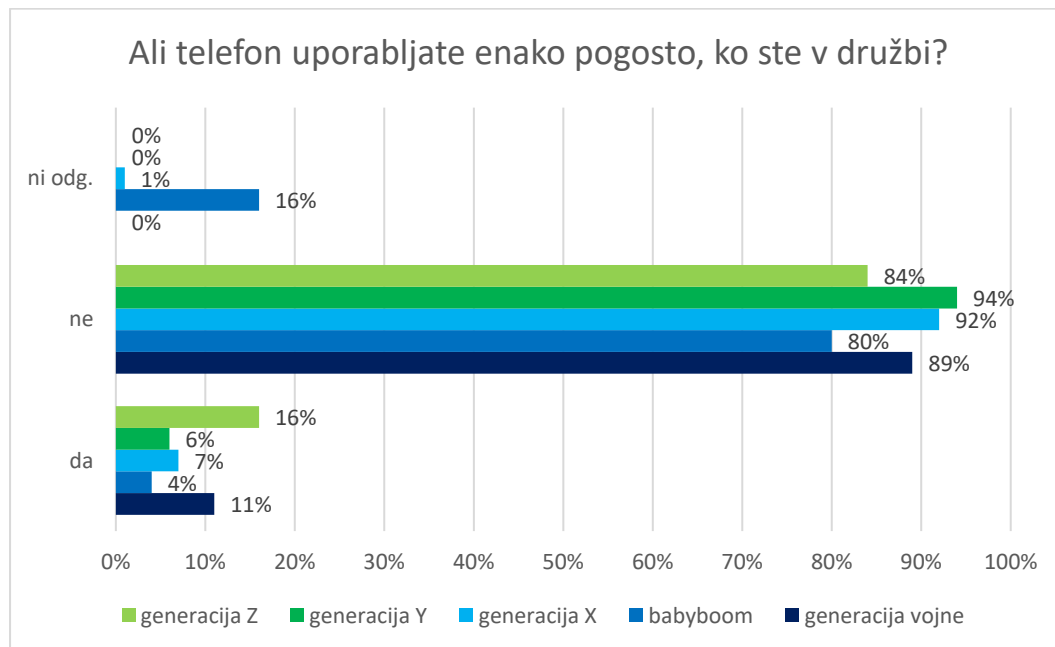
Slika 5: Porabljen čas pred zaslonom – po generacijah

Glede uporabe telefonov na dan so, kakor vidimo na zgornjem grafikonu, med generacijami velike razlike. Večina vojne generacije (79 %) telefone uporablja do 30 minut na dan, 16 % te generacije pa telefona sploh ne uporablja.

Generacija babyboom telefon na splošno uporablja nekoliko več časa, a skoraj polovica (48 %) prav tako samo do pol ure na dan, 9 % pa ga sploh ne uporablja. Dobra tretjina (36 %) telefon uporablja do 2 uri na dan, redki posamezniki (2 %) pa več kot dve uri.

74 % generacije X uporablja telefon več kot pol ure na dan. Podobno kot generacija Z tudi četrtnina pripadnikov generacije X telefon uporablja do 30 minut na dan.

Mlajše generacije večinoma uporabljajo telefon dalj časa. Največ časa na dan telefon uporablja generacija Y in sicer kar 91 % več kot pol ure, od teh 36 % več kot dve uri. Tej generaciji sledi generacija Z. 74 % anketirancev te generacije telefon uporablja več kot pol ure na dan, 28 % pa celo več kot dve uri. Zanimivo pa je, da ga skoraj ena četrtnina te generacije (24 %) uporablja samo do 30 minut na dan.



Slika 6: Uporaba telefona v družbi – po generacijah

Vse generacije v družbi uporabljajo telefon manj pogosto. Razlike med njimi niso velike, saj je tako odgovorilo 80 % ali več vsake generacije. Enako pogosto telefon v družbi uporablja 16 % generacije Z in 11 % vojne generacije, ostale bistveno manj

2.2 UPORABLJA POSAMEZNIH FUNKCIJ PAMETNEGA TELEFONA

Zanimalo me je, kako pogosto anketiranci uporabljajo posamezne funkcije telefona, kot so telefoniranje, SMS sporočila, budilko, poslušanje glasbe, iskanje informacij, fotoaparati, navigacijske aplikacije in družbena omrežja.

Če primerjamo samo odgovore tistih anketirancev različnih generacij, ki so odgovorili, da posamezne funkcije uporabljajo pogosto, dobimo spodnjo preglednico.

Tabela 2: Pogosto uporabljene funkcije - po generacijah

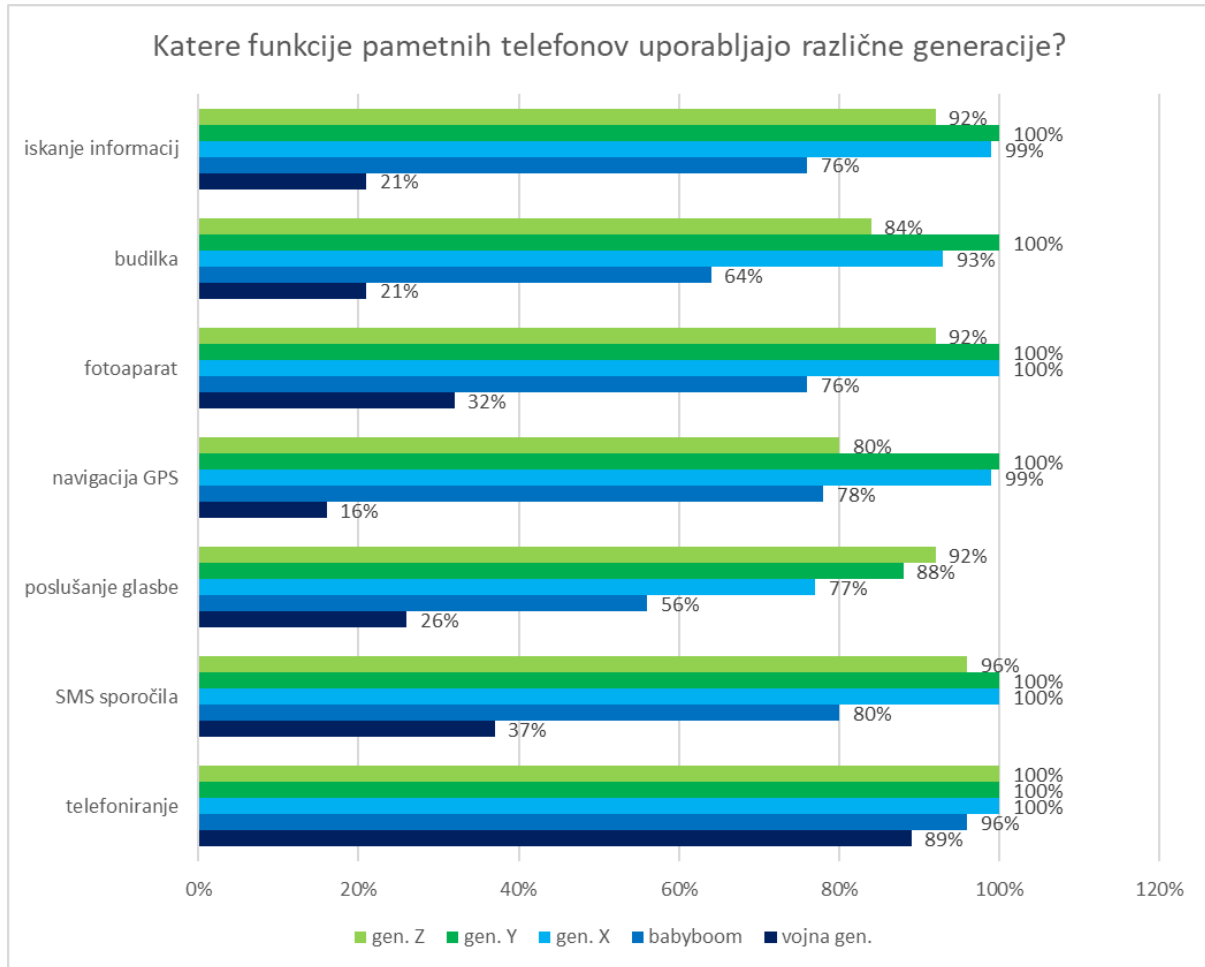
Generacija	telefoniranje	SMS sporočila	poslušanje glasbe	navigacija GPS	fotoaparat	budilka	iskanje informacij
vojna gen.	58 %	5 %	11 %	0 %	11 %	5 %	5 %
babyboom	62 %	44 %	13 %	31 %	51 %	18 %	62 %
gen. X	73%	71 %	27 %	71 %	79 %	73 %	88 %
gen. Y	64 %	64 %	55 %	70 %	79 %	88 %	94 %
gen. Z	52 %	60 %	76 %	20 %	52 %	68 %	40 %

Kakor je razvidno iz preglednice, telefon za opravljanje klicev in SMS sporočila pogosto uporabljajo anketiranci generacije X (73 % za telefoniranje in 71 % za SMS sporočila). Osnovno funkcijo telefona (torej telefoniranje) uporabljajo pogosto pravzaprav vse generacije. Glasbo po telefonu zelo pogosto posluša najmlajša generacija (76 %), s starostjo posameznikov pa se ta funkcija vse manj uporablja. Telefon za navigacijo in fotografiranje najbolj pogosto uporabljata generaciji X in Y (GPS 71 % X in 70 % Y generacije; fotoaparat pa obe 79 %). Telefon je mnogim tudi budilka in sicer 88 % generacije Y in 73 % generacije X. Generacija Y pa na telefonu najpogosteje išče informacije (94 %), za njo pa generacija X (88 %). Tudi ostale generacije (z izjemo vojne generacije) to funkcijo pogosto uporabljajo.

Tabela 3: Nikoli uporabljene funkcije - po generacijah

Generacija	telefoniranje	SMS sporočila	poslušanje glasbe	navigacija GPS	fotoaparat	budilka	iskanje informacij
vojna gen.	11 %	63 %	74 %	84 %	68 %	79 %	79 %
babyboom	4 %	20 %	44 %	22 %	24 %	36 %	24 %
gen. X	0 %	0 %	23 %	1 %	0 %	7 %	1 %
gen. Y	0 %	0 %	12 %	0 %	0 %	0 %	0 %
gen. Z	0 %	4 %	8 %	20 %	8 %	16 %	8 %
povprečno ne uporab.	3 %	17 %	32 %	25 %	16 %	28 %	22 %

Če primerjamo anketirance različnih generacij, ki so odgovorili, da nikoli ne uporabljajo določenih funkcij, dobimo zgornjo preglednico. Največ funkcij nikoli ne uporablja vojna generacija. 11 % anketirancev vojne generacije nikoli ne telefonira, medtem ko največji delež (84 %) nikoli ne uporablja navigacije GPS. Rezultati so pokazali tudi, da večina anketirancev vojne generacije telefona ne uporablja za iskanje informacij, poslušanje glasbe, fotografiranje in pošiljanje SMS sporočil. Razumljivo je, da ga ne uporabljajo za budilko, saj so že vsi upokojeni in si lahko privoščijo daljši spanec.



Slika 7: Uporaba različnih funkcij telefona – po generacijah

Na koncu lahko izračunamo tudi, katere funkcije telefona so za anketirance vseh generacij skupaj najbolj in najmanj uporabljane. Pametnega telefona za telefoniranje ne uporablja le 3 % vseh anketirancev. Ker običajno telefon kupimo s tem namenom, da bomo z njimi telefonirali, lahko predvidevamo, da ti anketiranci svojega telefona nimajo. Poleg tega anketiranci najpogosteje ne uporabljajo fotoaparata, razen 16 % in SMS sporočil, z izjemo 17 %, ki ta uporablja. Najmanj uporabljana funkcija na telefonih je poslušanje glasbe (32 %, večinoma gre za starejše generacije, ki je ne poslušajo), budilka (28 % je ne uporablja) in navigacija - GPS (25 % je ne uporablja, predvsem dve najstarejši generaciji in najmlajša generacija).

2.3 POGOSTOST UPORABE DRUŽBENIH OMREŽIJ

Tabela 4: Pogosto uporabljena družbena omrežja - po generacijah

Družbena omrežja	vojna generacija	babyboom	generacija X	generacija Y	generacija Z
Facebook	5 %	27 %	53 %	55 %	4 %
Instagram	0 %	5 %	19 %	50 %	36 %
TikTok	0 %	0 %	5 %	9 %	36 %
X	0 %	2 %	1 %	0 %	4 %
Snapchat	0 %	0 %	1 %	0 %	40 %
BeReal	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
WhatsApp	0 %	18 %	24 %	27 %	8 %

Viber	0 %	14 %	39 %	40 %	28 %
Discord	0 %	0 %	0 %	0 %	12 %

Iz rezultatov ankete je razvidno, da je Facebook najpogosteje uporabljan s strani generacije X in Y (X - 53 %, Y - 55 %). Glede na moje sorodnike sem pričakovala, da bo Facebook najpogosteje uporabljala generacija babyboom.

Instagram najpogosteje uporablja generacija Y (50 %). To je bilo pričakovano, saj je bilo to družbeno omrežje precej priljubljeno, vendar so ga mlajši prenehali uporabljati, ko je v ospredje prišel TikTok.

Kot pripadnica generacije Z sem pravilno domnevala, da bodo pripadniki te generacije najpogostejši uporabniki TikToka (36 %), X-a (4 %) ter seveda Snapchata (40 %).

Nihče aplikacije BeReal ne uporablja pogosto, kar me glede na to, da je največ odgovorov generacije Z moških, ni zelo presenetilo. Če bi na anketo odgovarjalo več posameznic te generacije, bi bilo to družbeno omrežje verjetno med bolj priljubljenimi.

WhatsApp pogosto uporabljajo predvsem pripadniki generacije Y (27 %) poleg generacije X (24 %), prav tako kot tudi Viber (X 39 %, Y 40 %). Družbeno omrežje Discord pogosto uporablja samo 12 % pripadnikov generacije Z, ostale generacije pa ga ne uporabljajo pogosto.

Tabela 5: Nikoli uporabljena družbena omrežja - po generacijah

Družbena omrežja	vojna generacija	babyboom	generacija X	generacija Y	generacija Z	povprečje nikoli ne up.
Facebook	95 %	55 %	26 %	18 %	56 %	50 %
Instagram	100 %	73 %	52 %	28 %	32 %	57 %
TikTok	95 %	87 %	77 %	79 %	48 %	77 %
X	100 %	89 %	84 %	91 %	84 %	90 %
Snapchat	100 %	91 %	84 %	88 %	32 %	79 %
BeReal	100 %	93 %	91 %	97 %	64 %	89 %
WhatsApp	100 %	60 %	33 %	42 %	68 %	61 %
Viber	100 %	52 %	16 %	30 %	12 %	42 %
Discord	100 %	93 %	86 %	97 %	56 %	86 %

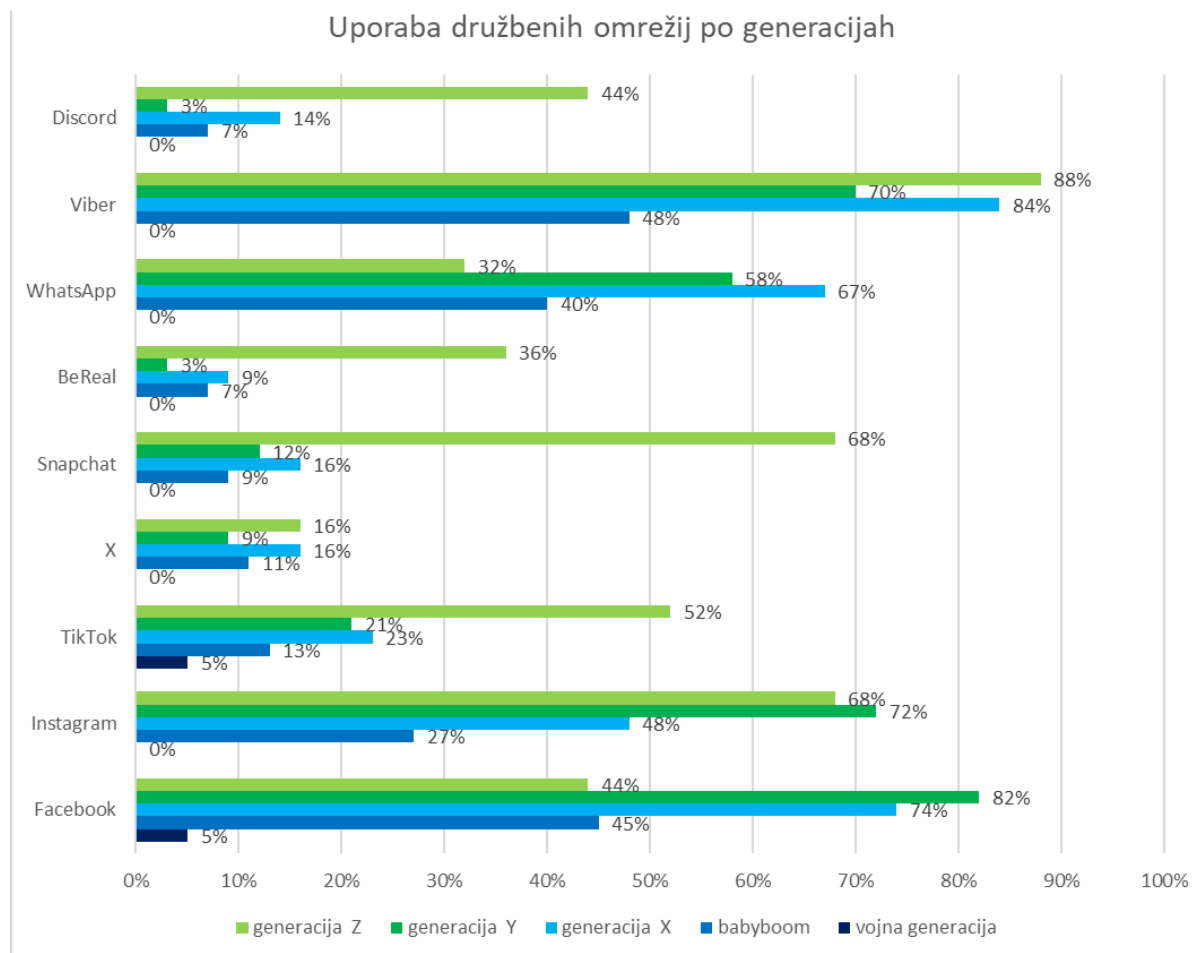
Iz rezultatov ankete ugotovimo, da je odgovor "nikoli" pri vseh družbenih omrežjih najpogosteje označen s strani vojne generacije. Vojna generacija družbenih omrežij skoraj ne uporablja, še najpogosteje posegajo po Facebooku in TikToku (po 5 %).

Za polovico generacije babyboom so nekatera družbena omrežja nekoliko pomembnejša, kar velja predvsem za Facebook (45 % uporabnikov) in Viber (48 %).

Družbena omrežja so po pričakovanjih pomembnejša za mlajše generacije. Generacija X najpogosteje uporablja Viber (84 %) in Facebook (74 %), več kot polovica generacije X uporablja tudi WhatsApp (67 %).

Za generacijo Y je najpomembnejše družbeno omrežje Facebook (uporablja ga 82 %), zatem Instagram (72 %), Viber (70 %) in WhatsApp (58 %). Ostala omrežja uporablja manj kot polovica predstavnikov generacij X in Y.

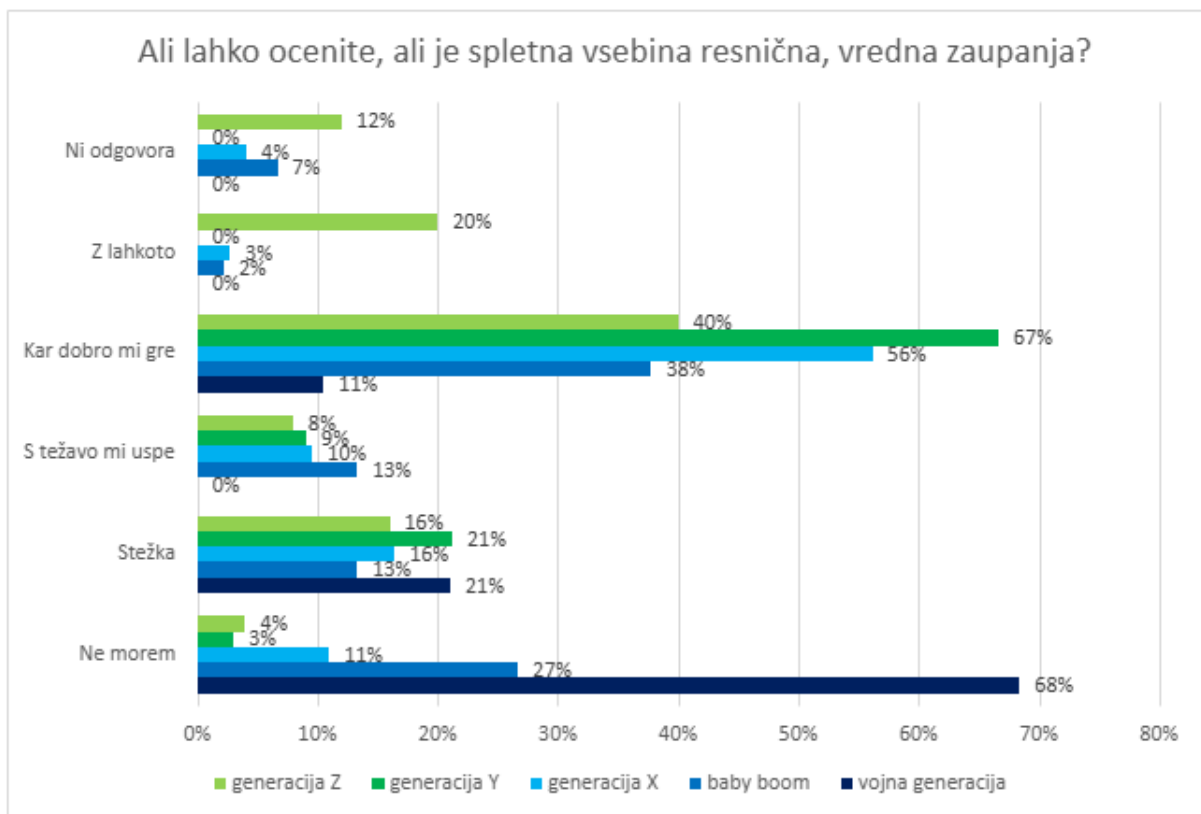
Najmlajša generacija Z pogosteje uporablja druga družbena omrežja kot ostale generacije. Največ pripadnikov generacije Z uporablja Viber (88 %), nato pa Instagram in Snapchat (po 68 %). Dobra polovica jih uporablja še TikTok (52 %).



Slika 8: Uporaba družbenih omrežij - po generacijah

Na koncu lahko ugotovimo, katera družbena omrežja so za anketirance najbolj pomembna in katera manj. Največ anketirancev vseh generacij uporablja Viber (58 %) in Facebook (50 %), WhatsApp (49 %), sledi Instagram (43 %), TikTok (23 %) in Snapchat (21 %). Najmanj pa so za anketirance vseh generacij pomembna družbena omrežja: X – nekdanji Twitter (uporablja ga le 10 % anketirancev), BeReal, ki ga uporablja 11 % anketirancev in Discord, ki ga uporablja 14 % anketirancev. Kljub temu pa je potrebno omeniti, da med generacijami obstajajo velike razlike glede uporabe družbenih omrežij in njihovega pomena.

2.4 PRESOJANJE RESNIČNOSTI VSEBINE



Slika 9: Uspeh pri ocenjevanju resničnosti na spletu - po generacijah

Glede na rezultate ankete o resničnosti spletnih vsebin je vojna generacija tista, ki meni, da najtežje oceni resničnost na spletu, saj je z “ne morem” odgovorilo kar 68 % anketirancev te generacije, 21 % pa je odgovorilo “stežka”. Težave s prepoznavanjem resničnosti omenja tudi večina anketirancev generacije babyboom, saj jih 27 % meni, da tega ne zmore prepoznati, 26 % pa uspe s težavo. Dobro ocenjuje resničnost informacij 40 % anketirancev te generacije.

Po rezultatih ankete sodeč gre pri ocenjevanju resničnosti spletnih vsebin najboljše generaciji Y, saj jih kar 67 % meni, da jim gre to kar dobro. Pri generaciji Z jih 40 % meni, da jim gre kar dobro, 20 % pa, da resničnost ugotovijo z lahkoto. Morda se jim tako samo zdi in njihovo mnenje ni dejansko odraz tega, kako to zmorejo oz. znajo prepoznati.

Med anketiranci generacije X jih dobra polovica meni, da jim gre kar dobro (56 %), 3 % jih je odgovorilo, da to ugotovijo z lahkoto. Ostali menijo, da imajo s prepoznavanjem resničnosti spletnih vsebin težave. Dobra desetina (11 %) te generacije tega ne more oceniti, 26 % pa stežka oz. jim le s težavo uspe.

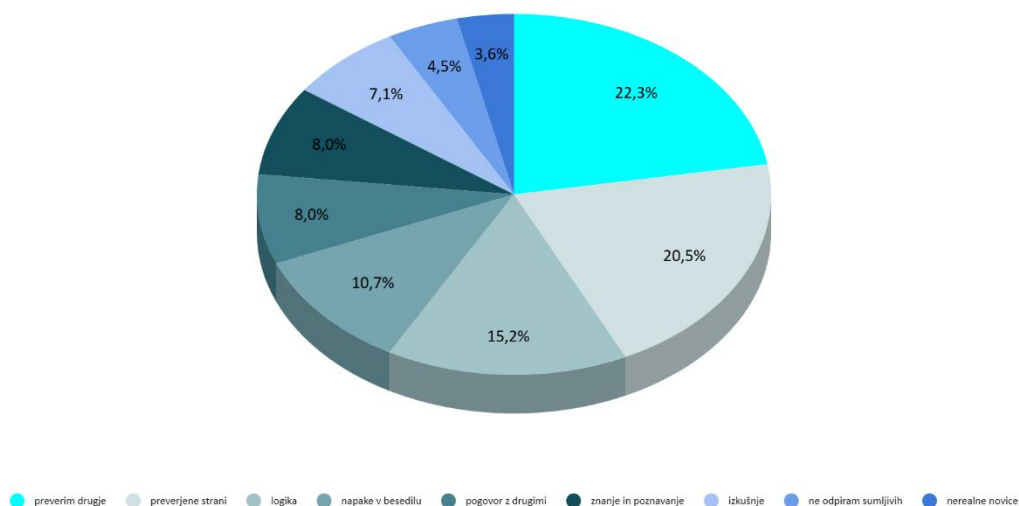
Kako to ugotovite?

Nekateri anketiranci so svoje odgovore o presojanju resničnosti vsebine tudi utemeljili. Odgovore odprtega tipa sem združila po sorodnosti v devet skupin. Kako se razlikujejo po generacijah, je razvidno iz spodnje preglednice. Če pa združimo odgovore vseh generacij skupaj, lahko ugotovimo, da anketiranci najpogosteje informacije preverjajo še drugje, uporabljajo preverjene spletne strani, sklepajo po logiki, spoznajo po napakah v besedilu, presojajo glede na znanje in poznavanje, se pogovorijo z drugimi (npr. odgovor babyboom generacije: Vprašam vnuke.). Drugi odgovori so bili še: izkušnje, ne odpiram sumljivih spletnih strani in presojam po nerealnih novicah.

Tabela 6: Ugotavljanje resničnosti spletne vsebine – po generacijah

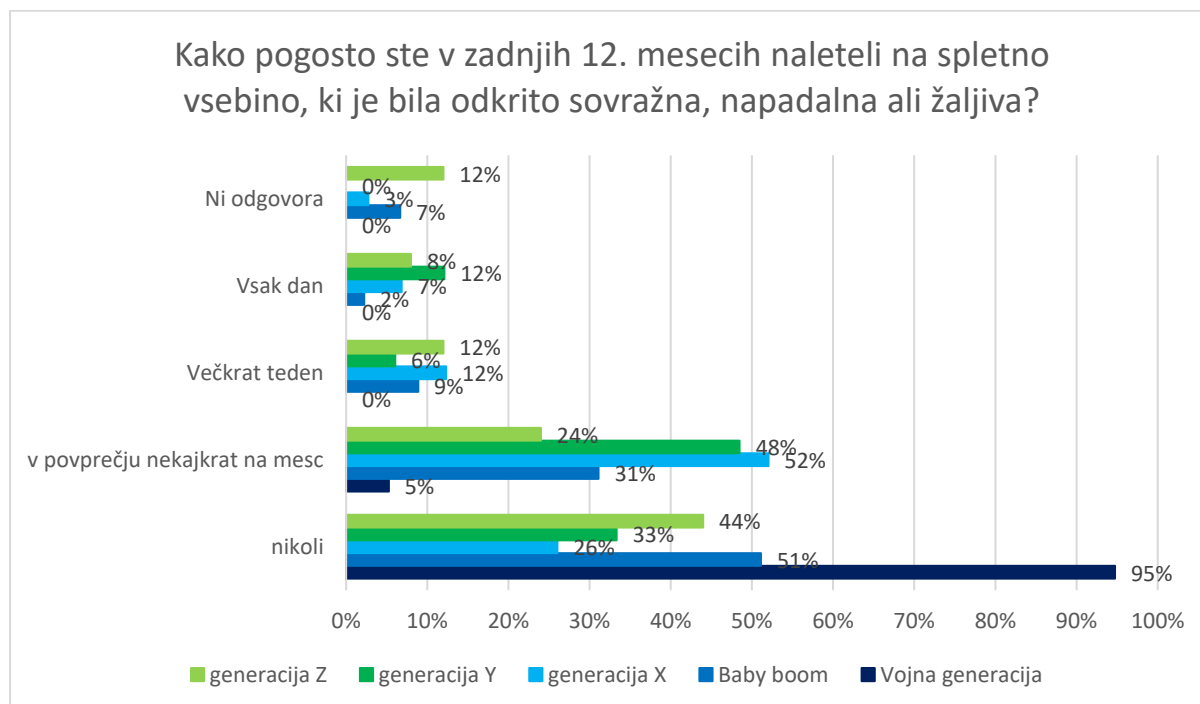
Kako to ugotovite?	vojna generacija	generacija babyboom	generacija X	generacija Y	generacija Z	skupaj
znanje in poznavanje	1	3	3	1	1	9
logika	1	6	7	2	1	17
preverim drugje	0	8	9	6	2	25
izkušnje	0	5	2	1	0	8
napake v besedilu	0	2	6	4	0	12
nerealne novice	0	1	2	0	1	4
preverjene strani	0	1	13	8	1	23
pogovor z drugimi	0	1	3	3	2	9
ne odpiram sumljivih	0	0	1	4	0	5

Kako generacije ugotavljajo resničnost spletne vsebine?



Npr. odgovori generacije Y: »Preverim, kakšen je spletni naslov strani; kjer je mogoče preverim, kdo je avtor vsebine oziroma kam in na kaj se vsebina navezuje; z lahkoto prepoznam spletna sporočila, ki so potisnjena brez mojega soglasja in so zato sumljiva (recimo naročanje na novičnike iz spletnih trgovin); preverim, da ima stran uradni logotip in uradne podatke - recimo ime, naslov in podobne informacije lastnika/lastniške organizacije (spletne nakupovalnice, bolj pogosto uradne strani bank in vladne/upravne spletne strani, kjer je potrebno podati zaupne osebne podatke).«

2.5 SOVRAŽNE, NAPADALNE IN ŽALJIVE SPLETNE VSEBINE



Slika 10: Pogostost opažanja neprimerne vsebine - po generacijah

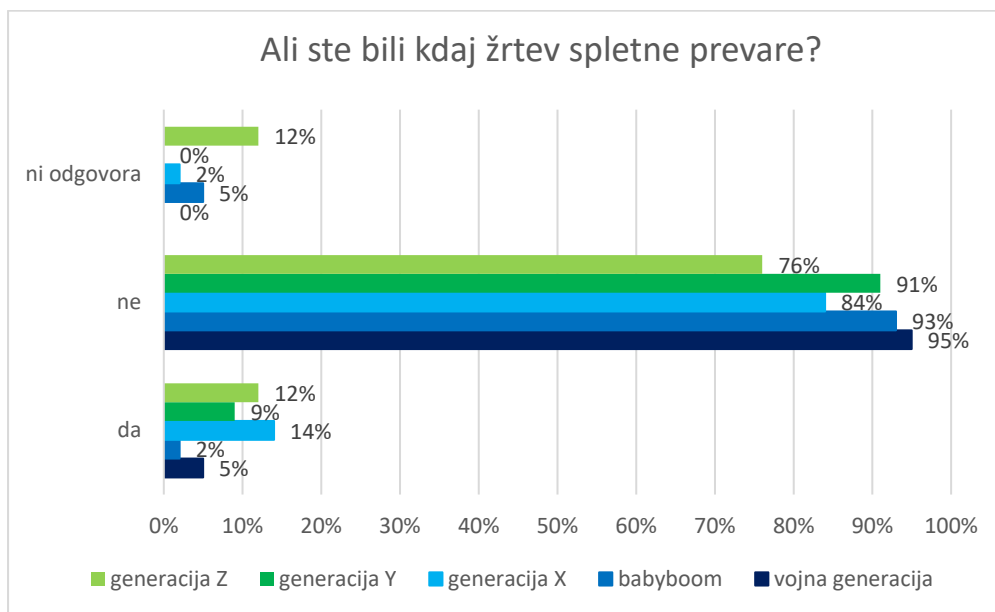
95 % anketirancev vojne generacije je odgovorilo, da na vsebino, ki bi bila odkrito sovražna, napadalna in žaljiva, nikoli ne naletijo. Ta odgovor moramo prav gotovo povezati s pogostostjo brskanja po spletu in uporabe socialnih omrežij. Le 5% anketirancev vojne generacije uporablja socialna omrežja in prav takšen odstotek jih splet uporablja za iskanje informacij, kar je gotovo razlog, da manj pogosto naletijo na sovražne vsebine. Večina sovražnih vsebin se namreč pojavlja na forumih in socialnih omrežjih.

Babyboom-erji redko zaznavajo sovražno vsebino. To vemo, ker je polovica (51 %) anketiranih te generacije odgovorila, da je ne zazna nikoli. Razlog za to bi lahko poiskali v uporabi družbenih omrežij in interneta, kot sem že omenila pri vojni generaciji. Pri večini družbenih omrežij je več kot polovica teh odgovorila, da jih ne uporabljajo, pri iskanju informacij pa je četrtnina (24 %) odgovorila, da tega ne počne. Poleg tega se pripadniki te generacije redkeje vključujejo v forume in manj uporabljajo mobilna omrežja, to pa so "prostori" na spletu, kjer se pojavlja veliko sovražnega govora.

Drugačen razlog dobimo pri generaciji Z, ki je naslednja po vrsti za najslabše zaznavanje neprimerne vsebine (44 % nikoli), saj so v večini prisotni na družbenih omrežjih. Le slaba desetina je označila, da na spletu ne išče informacij (8 %). Po tem lahko sklepamo, da na take vsebine ali niso pozorni ali morda niso odgovarjali po resnici, saj domnevamo, da je sovražni govor tudi pri tej generaciji vse pogostejši.

Najpogosteje sovražno spletno vsebino zaznajo anketiranci generacije X. 7 % jo zazna vsak dan, 12 % večkrat na teden in 52 % nekajkrat na mesec (skupaj 71 %). Sovražno spletno vsebino zazna tudi 66 % generacije Y in sicer: 12 % vsak dan, 6 % večkrat na teden in 48 % večkrat na mesec.

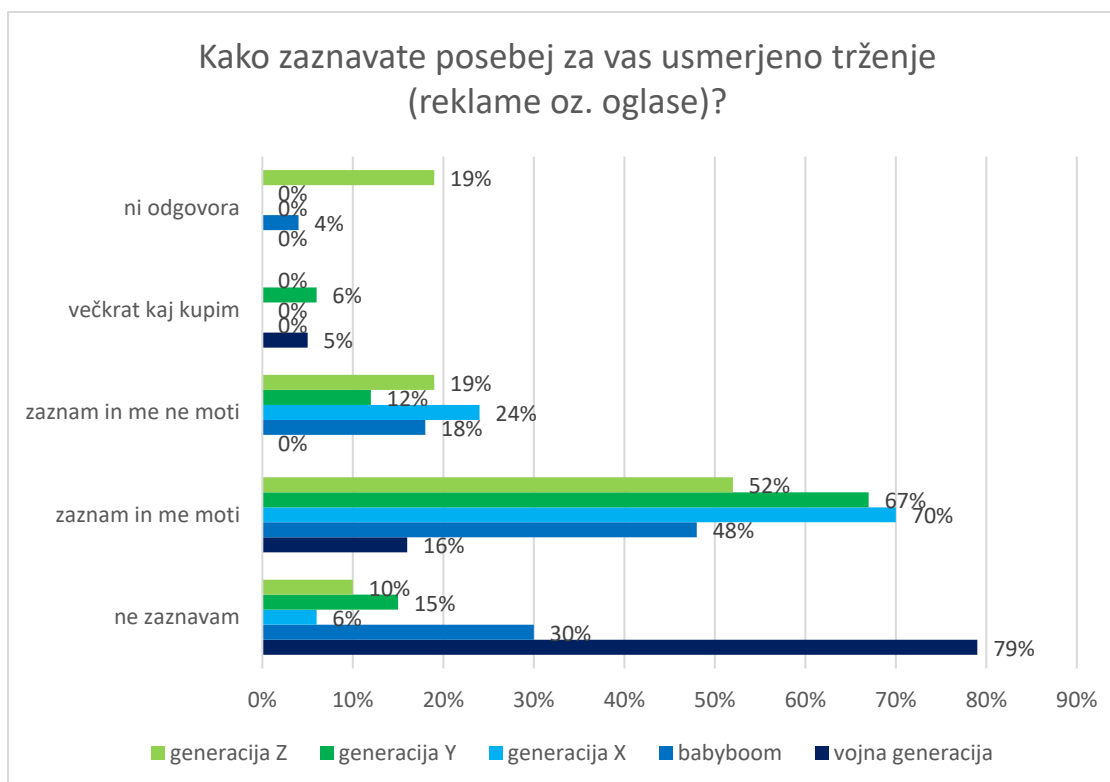
2.6 ŽRTVE SPLETNIH PREVAR



Slika 11: Žrtve spletne prevare – po generacijah

Večina anketirancev vseh generacij še ni bila žrtev spletnih prevar. Največ žrtev je bilo med anketiranci generacije X (14 %), sledi ji generacija Z (12 %), generacija Y (9 %) in vojna generacija (5 %). Najmanj jih je med generacijo babyboom (2 %).

2.7 ZAZNAVANJE USMERJENEGA TRŽENJA



Slika 7: Zaznavanje prilagojenih oglasov – po generacijah

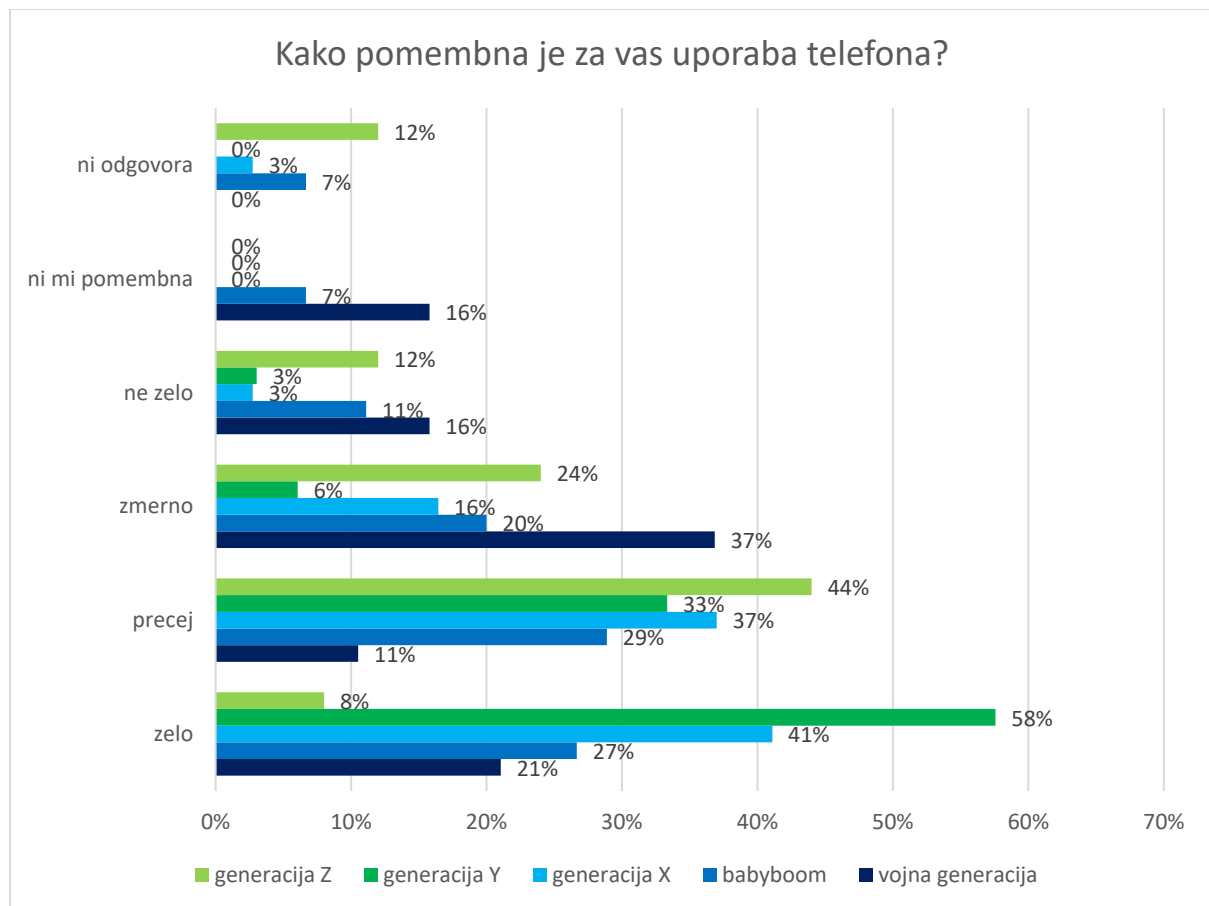
Spletnega trženja večinoma ne zaznavajo anketiranci vojne generacije (79 %). 16 % vojne generacije trženje zazna in jih to tudi moti, 5 % pa večkrat tudi kaj kupi.

Najbolj spletno trženje moti anketirance generacije X (67 %), 23 % anketirancev te generacije pa oglase sicer zaznajo, a jih ne motijo, 5 % pa oglasov sploh ne zazna.

Podobno je tudi z generacijo Y, kjer spletno trženje moti 67 % anketiranih, 12 % trženje zazna, a jih ne moti, 15 % ga ne zazna, 6 % pa tudi kdaj kaj kupi.

Skoraj polovico anketirancev babyboom in Z generacije spletno trženje moti, 16 % generacije Z in 18 % babyboom generacije trženje ne moti, ostali pa ga ne zaznajo (29 % babyboom generacije in 8 % Z generacije).

2.8 POMEN PAMETNEGA TELEFONA ZA RAZLIČNE GENERACIJE

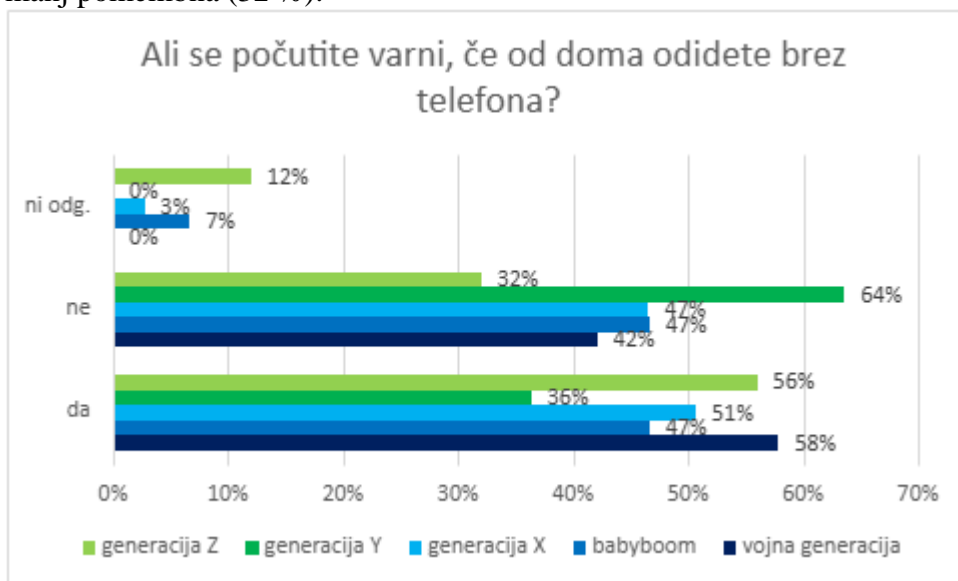


Slika 8: Pomembnost telefona – po generacijah

Uporaba telefona je najpomembnejša za generacijo Y, saj je 58 % anketiranih te generacije odgovorilo, da je zanje uporaba telefona zelo pomembna. To velja tudi za skoraj polovico generacije X (41 %).

Zmerno do zelo pomembna je uporaba telefona 76 % za anketirance babyboom generacije (27 % zelo, 29 % precej in 20 % zmerno) ter 76 % za anketirance generacije Z (8 % zelo, 44 % precej in 24 % zmerno).

Proti pričakovanjem je tudi kar precejšnemu deležu vojne generacije uporaba telefona zelo pomembna (21 %), skoraj polovici je zmerno ali precej pomembna (48 %) in skoraj tretjini je manj pomembna (32 %).



Slika 9: Varnost brez telefona – po generacijah

Med odgovori na vprašanje, ali se počutijo varne, če od doma odidejo brez telefona, so med anketiranci precejšnje razlike. Najslabše se brez telefona počutijo anketiranci generacije Y (64 % se jih ne počuti varno). Med ostalimi anketiranci pa ni tako velikih razlik, edino vojna generacija se varno počuti tudi brez telefona (58 %).

2.9 ŽIVLJENJE BREZ PAMETNEGA TELEFONA

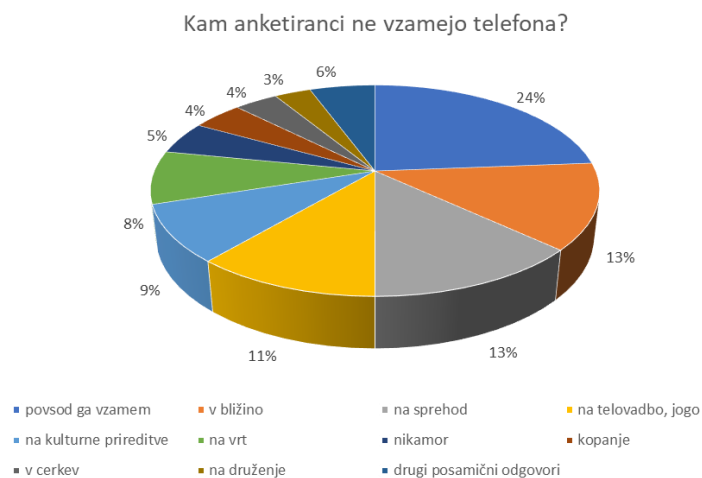
Tabela 7: Kam ne vzamejo telefona- po generacijah

Kam telefona ne vzamete?	vojna generacija	babyboom	generacija X	generacija Y	generacija Z	sk. vse generacije
kopanje	1	2	3	1	0	7
k zdravniku	1	2	0	0	0	3
v bližino	2	4	9	4	2	21
v cerkev	2	3	1	0	0	6
na kulturne prireditve	1	12	1	0	0	14
v knjižnico	1	0	0	0	0	1
na vrt	0	3	7	2	1	13
na izobraževanje	0	1	0	0	1	2
na sprehod	0	3	8	7	3	21
na telovadbo, jogo	0	3	8	4	3	18
na druženje	0	2	2	0	1	5
na pogreb	0	1	0	0	0	1
na dopust	0	0	1	0	0	1
tveganje za telefon	0	0	1	1	0	2
nikamor	5	2	0	0	1	8

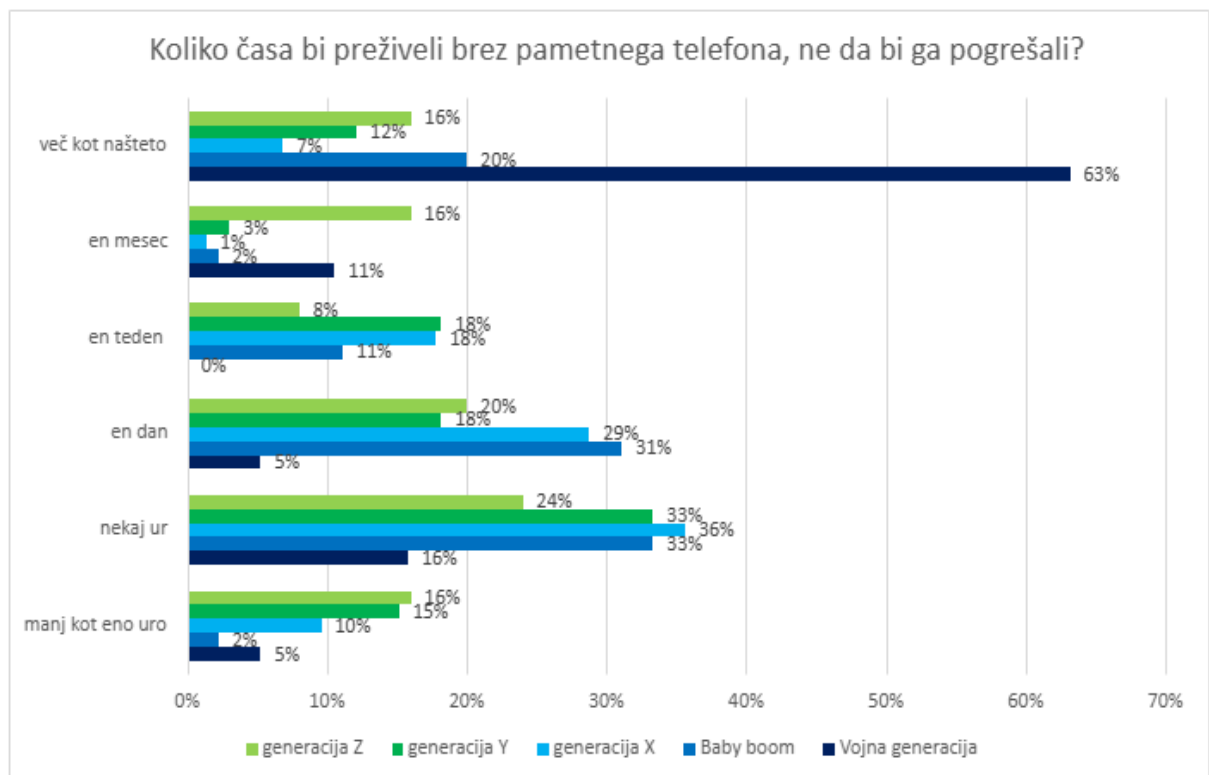
povsod ga vzamem	0	12	16*	9	1	38
-------------------------	---	----	-----	---	---	-----------

* vzamem ga povsod, pri čemer pa ga v kulturnih ustanovah in prostorih za druženje (npr. restavracijah) ne uporabljam in ga imam utišanega in pospravljenega v torbici – 14-krat.

Anketiranci so odgovarjali tudi na vprašanje, kam telefona ne vzamejo. Odgovore odprtega tipa sem združila v zgornjo preglednico. Generacije se med seboj razlikujejo tudi zaradi različnega življenjskega sloga. Če združimo odgovore vseh generacij, lahko ugotovimo, da telefona velika večina vzame povsod, vendar ga v določenih okoljih utiša, da ne moti dogajanja. Telefona pa najpogosteje ne vzamejo po bližnjih opravkih, če grejo na sprehod ali športne aktivnosti, na kulturne prireditve, na vrt (ki je verjetno v bližini), na kopanje, v cerkev itd.



Življenje brez pametnega telefona



Slika 10: Pogrešanje telefona po določenem času – po generacijah

Telefon bi najmanj pogrešali anketiranci vojne generacije (63 % ga ne bi pogrešala več kot en mesec, 11 % pa en mesec). Posamezniki iz te generacije bi telefon pogrešali že po nekaj urah (16 %) in v manj kot eni uri (5 %). Sklepamo, da ima veliko posameznikov te generacije tudi stacionarne telefone.

Večina anketirancev ostalih generacij bi telefon pogrešala že po enem dnevu. Najprej bi ga pogrešalo 73 % anketirancev generacije X (33 % po nekaj urah, 31 % v enem dnevu in 10 % v manj kot eni uri). 66 % anketirancev Y generacije bi ga prav tako pogrešalo po enem dnevu (15 % v manj kot eni uri, 33 % po nekaj urah in 18 % v enem dnevu).

66 % anketirancev babyboom generacije bi podobno kot večina anketirancev X in Y generacije telefon pogrešalo po enem dnevu, 33 % po nekaj urah, 31 % v enem dnevu in 2 % v manj kot uri). Po drugi strani pa 22 % anketirancev te generacije telefona ne bi pogrešalo po več kot mesecu dni.

Nekoliko preseneča, da bi ga po enem dnevu pogrešalo samo 60 % anketirancev Z generacije (16 % v manj kot eni uri, 24 % po nekaj urah in 20 % v enem dnevu). Zanimivo je, da je 32 % anketirancev te generacije odgovorilo, da telefona ne bi pogrešali en mesec ali več.

2.10 VPLIV NOVE TEHNOLOGIJE NA PRIHODNJE GENERACIJE

Odgovore na vprašanje, kako bo po njihovem mnenju nova tehnologija vplivala na prihodnje generacije, sem združila in jih sortirala v dve skupini: na tiste, ki so odgovorili, da bo vpliv dober ali pa so imeli nevtralno mnenje, in na tiste, ki so menili, da bo vpliv na prihodnje generacije negativen.

Tabela 8: Pozitivno in nevtralno mnenje o vplivu tehnologije – po generacijah

Dober ali neodločen vpliv:

Generacija	<i>pomoč v življenju</i>	<i>pozitiven ob pametni uporabi</i>	<i>odvisno od človeka</i>	<i>delno dobro in delno slabo</i>
vojna generacija	3	1	0	0
babyboom	4	9	0	2
generacija X	6	0	3	0
generacija Y	6	1	0	1
generacija Z	0	2	0	1
skupaj	19	13	3	4

Večina anketirancev, ki so menili, da bo vpliv pozitiven, je odgovorila, da bo nova tehnologija prihodnjim generacijam olajšalo življenje, da jim bo v veliko pomoč, če jo bodo pametno uporabljali. Nevtralni odgovori so tisti, ki so odgovorili, da je vpliv nove tehnologije lahko dober ali slab, odvisno od vsakega posameznika, ali pa so odgovorili: delno dobro in delno slabo.

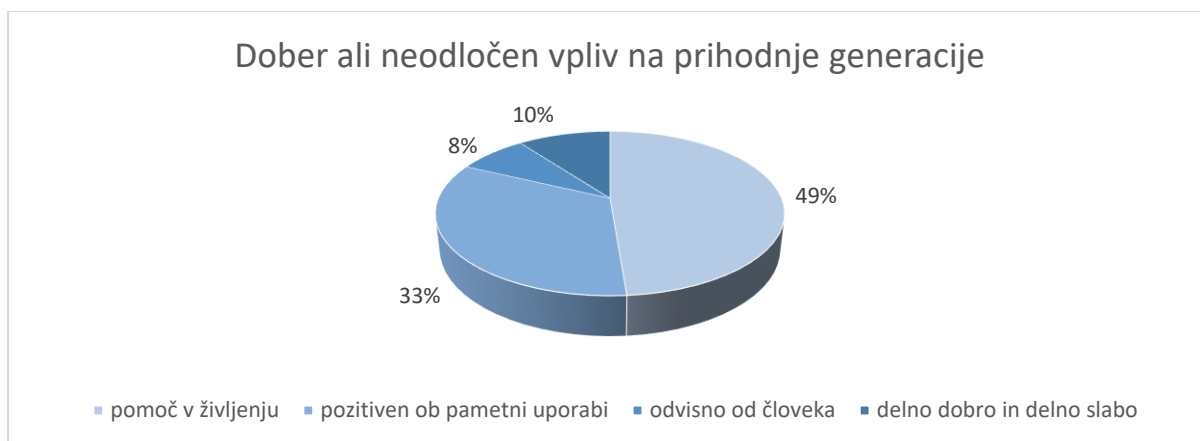
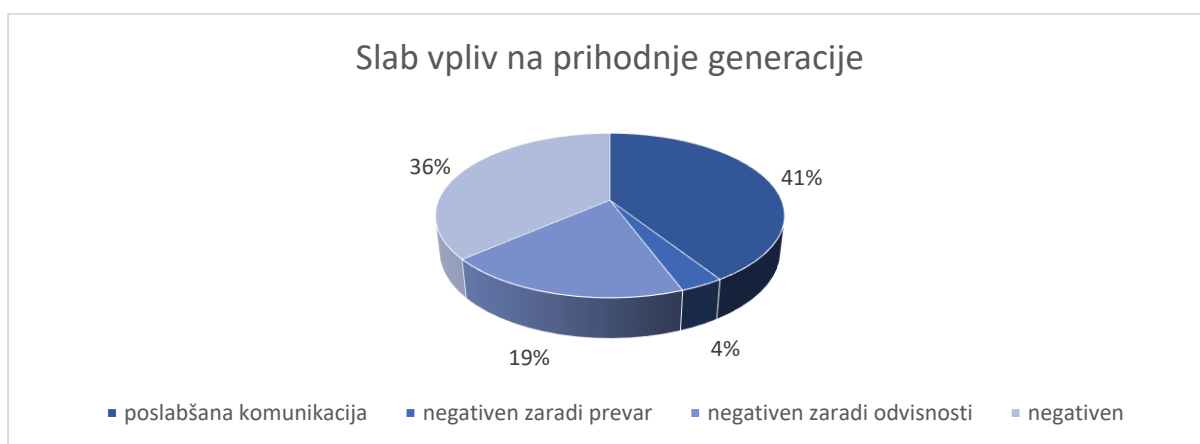


Tabela 9: Negativno mnenje o vplivu tehnologije – po generacijah

Slab vpliv:

Generacija	poslabšana komunikacija	negativen zaradi prevar	negativen zaradi odvisnosti	negativen
vojna generacija	3	1	0	3
babyboom	10	1	2	5
generacija X	14	0	9	16
generacija Y	8	1	6	2
generacija Z	1	0	0	6
skupaj	36	3	17	32

Večina anketirancev, ki so menili, da bo vpliv negativen, je odgovorila, da bo nova tehnologija poslabšala medsebojno komunikacijo in povzročila veliko odvisnost od tehnologije. Kar nekaj anketirancev ni pojasnilo, zakaj bo vpliv negativen, ostali pa so izpostavili možnost prevar.



Naj navedem nekaj primerov odgovorov posameznikov:

Generacija X: *Vplivala bo precej, že zdaj vpliva. Čas, ki ga človek porabi na telefonu, ga je nekoč porabil na drugih zadevah. Več avtomatizma, površinskiosti, manj empatije in občutka za druge. Ker lahko neprijetno stvar enostavno ugasneš. Glede na delovanje internetnih algoritmov je tudi jasno, da se stališča zgoščajo okoli podobnih mnenj, kar ni ravno super za občutek raznolikosti. Nimam prav optimističnega pogleda. Upam, da se motim.*

Generacija Y: *Vpliv nove tehnologije je izredno močan. Ker so učinki vidni že sedaj. Delam v šolstvu, tako da sem z mladimi obkrožena vsak dan.*

Generacija Y: *Upam, da vpliv na prihodnje generacije ne bo preveč negativen v smislu sposobnosti pridobivanja informacij na druge načine (recimo namesto na Google Maps pogledaš okrog sebe ali pa raziščeš okolico; branje knjig; pogovori z drugimi) ter preživetja brez takojšnje dostopnosti informacij (neučakanost je nevidna epidemija?). Bojim se, da količina in hitrost dostopnosti informacij in napačnih informacij slabo vpliva na čas, ki ga namenimo premišljanju pridobljenega "znanja" in prehitro sprejmemo vsako mnenje kot pravilno.*

Generacija Z: *Mlajše generacije se vedno bolj zavedajo težav telefona, zato bodo lažje postavili meje svojim otrokom (naslednjim generacijam). Naši starši niso poznali težav s telefoni, zato nas niso pravilno znali opozoriti.*

3 RAZPRAVA

3.1 UPORABA PAMETNIH TELEFONOV Z VIDIKA RAZLIČNIH GENERACIJ

Generacija vojne: roj. do 1945

Vojno generacijo je oblikovala tradicionalna vzgoja, pri kateri ni bilo pohval, temveč le kritika in veliko število zadolžitev. Zato predstavniki generacije vojne cenijo red in disciplino, spoštovanje avtoritete in zaupanje v državo.²⁰

Ker so se z digitalno tehnologijo srečali šele v zrelih letih, od njih ne moremo pričakovati njene pogoste uporabe in spretnosti pri njeni uporabi. Poznavanje nove tehnologije je za predstavnike te generacije odvisna predvsem od osebnega zanimanja in stika v družinskem krogu.

Po pričakovanjih se je v raziskavi uporaba telefona izkazala najmanj pomembna vojni generaciji, saj gre za starejše posameznike, ki so že dolgo v pokoju. Kljub temu pa je dobri petini anketirancev vojne generacije (21 %) uporaba telefona zelo pomembna, eni desetini precej pomembna (11 %), dobri tretjini zmerno pomembna (37 %) in slabi tretjini manj pomembna (32 %).

Večina vojne generacije (79 %) telefone uporablja le do 30 minut na dan, kar 16 % te generacije pa telefona sploh ne uporablja, kar me je presenetilo, saj so veliko sami doma in sem po vzoru svoje babice sklepala, da ga uporabljajo več. Kljub vsemu je potrebno omeniti, da ima večina teh posameznikov dostop tudi do stacionarnih telefonov, ki nekaterim zadoščajo in jim še vedno predstavljajo primarni stik z znanci in družino. Uporabljajo ga tako rekoč od nekdaj in jim je zato lažji za uporabo.

Vojna generacija ne uporablja veliko funkcij telefona. 11 % anketirancev vojne generacije nikoli ne telefonira, kar je veliko presenečenje, saj ta način predstavlja pomemben del komunikacije v današnjih časih. Morda ti še vedno uporabljajo stacionarne telefone. Največji

²⁰ Staša Pust: Preverite, kateri generaciji pripadate, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).

delež te generacije (84 %) nikoli ne uporablja navigacije (GPS-a), kar se mi zdi razumljivo, saj več časa kot ostale generacije preživijo doma. Rezultati so pokazali tudi, da večina anketirancev vojne generacije telefona ne uporablja za iskanje informacij, poslušanje glasbe, fotografiranje in pošiljanje SMS sporočil. Kot je bilo pričakovano, ga v večini primerov ne uporabljajo za budilko, saj so že vsi upokojeni, lahko si privoščijo daljši spanec, njihove dejavnosti pa niso tako strogo vezane na točno uro.

Iz rezultatov lahko ugotovimo, da je s strani vojne generacije, odgovor "nikoli" pri vseh družbenih omrežjih najpogosteje označen. Vojna generacija družbenih omrežij skoraj ne uporablja, še najpogosteje pa Facebook in TikTok (po 5 %).

Sodeč po njihovih odgovorih ima vojna generacija težave pri presojanju resničnosti internetne vsebine. Z "ne morem" je namreč odgovorilo kar 68 % anketirancev te generacije, petina oz. 21 % pa je odgovorila s "stežka".

Velik del te generacije ima negativno mnenje o vplivu tehnologije na prihodnje generacije. Približno tretjina jih meni, da se bo poslabšala komunikacija in še tretjina, da bo vpliv na splošno slab. Na moje presenečenje je tretjina odgovorila tudi, da bo prihodnjim generacijam tehnologija pomagala pri vsakdanjih stvareh. Domnevala sem, da se bo večini zdelo, da je prednost njihovega otroštva v tem, da pametnih telefonov še ni bilo.

Babyboom generacija: roj. 1946–1965

Generacija babyboom je odraščala s tradicionalnimi vrednotami, v »cvetočih letih« srednjega razreda. Ta generacija zajema upokojence in posameznike, ki zaključujejo svojo aktivno delovno kariero. Znotraj te generacije so tako predstavniki, ki so še vedno aktivni in v stiku z novostmi, ter tisti, ki tehnologiji težko sledijo.²¹

Uporaba telefona je babyboom generaciji po odgovorih sodeč predvsem zmerno in zelo pomembna - kar 76 % (27 % zelo, 29 % precej in 20 % zmerno). To je bilo pravzaprav proti mojim pričakovanjem, saj moj dedek in moja druga babica komaj kaj uporabljata telefon. Težave imata namreč že s sprejemanjem klicev.

Pri tej generaciji je čas uporabe telefona v povprečju nekoliko daljši kot pri vojni generaciji, a vseeno skoraj polovica (48 %) prav tako uporablja telefon le do pol ure na dan, 9 % pa ga sploh ne uporablja. Dobra tretjina (36 %) telefon uporablja do 2 uri na dan, redki posamezniki (2 %) pa tudi več kot dve uri.

Večjemu delu te generacije je poleg telefona dokaj pomembna tudi uporaba družbenih omrežij. To velja predvsem za Facebook (45 % pogostih uporabnikov) in Viber (48 % pogostih uporabnikov).

Žal pa imajo tudi babyboom-erji težave s prepoznavanjem resničnosti, saj je 27 % teh ne uspe prepoznati, 23 % pa uspe s težavo. Dobro gre 40 % anketirancem te generacije, kar kaže na hitro prilagajanje času, saj v otroštvu stika s tehnologijo večinoma niso imeli.

Ta generacija ima o prihodnosti pametnih telefonov najbolj pozitivno mnenje, kar me je presenetilo, saj sem glede na pogovore s to generacijo dobila občutek, da pametnih telefonov ne marajo preveč. Približno polovica jih meni, da nam bo pomagal v življenju in da bo vpliv

²¹ Staša Pust: Preverite, kateri generaciji pripadate, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).

pozitiven ob pametni uporabi, druga polovica pa, da bo vpliv mešan (nekaj dobro, nekaj slabo), da se bo poslabšala komunikacija in da bo vpliv na splošno slab.

Generacija X, roj. 1966–1980

Generacija X je odraščala v času hitrega spreminjanja prevladujočih družbenih vrednot. Starši, ki so odraščali še v konservativnejšem okolju, so posameznike te generacije vzgajali z manj nadzora. V življenju so doživeli veliko preskokov, pri delu so npr. začeli uporabljati računalnike, ki jih v času njihove osnovne šole še ni bilo. Začeli so spoznavati tudi svetovni splet. Pri njih je redkejša digitalna pismenost in pogostejše pomanjkanje fleksibilnosti na računalniku.²²

Skoraj polovici anketirancev (41 %) generacije X je uporaba telefona zelo pomembna, kar je razumljivo, saj so jih večinoma začeli spoznavati kot najstniki in so večino zelo pritegnili.

Po pričakovanjih 72 % generacije X uporablja telefon več kot pol ure na dan. Po drugi strani pa je presenetljivo, da četrtnina pripadnikov te generacije telefon uporablja le do 30 minut na dan, še posebno zato, ker je ta vse pogostejši pripomoček tudi v službi.

X generaciji so prav tako precej pomembna družbena omrežja. Najpogosteje uporabljeni družbeni omrežji pri njih sta Viber (84 % pogostih uporabnikov te generacije) in pa Facebook (74 % pogostih uporabnikov). Več kot polovica pripadnikov generacije X pogosto uporablja tudi WhatsApp (67 %).

Pri anketirancih generacije X se razlika v navajanju na tehnologijo opazi, saj jih dobra polovica meni, da jim gre prepoznavanje resničnosti podatkov na internetu dobro (56 %), 3 % generacije celo to ugotovi z lahkoto. Ostali imajo s prepoznavanjem resničnosti spletnih vsebin težave. Dobra desetina (11 %) meni, da tega ne zmore, kar 26 % pa jih meni, da jo ocenijo stežka oz. jim to uspe le s težavo.

Pri X generaciji prevladujejo negativna mnenja o vplivu tehnologije na prihodnost. Približno tri četrtine te generacije so se strinjale, da se bo poslabšala komunikacija, da bo vpliv na splošno negativen ter da bo probleme povzročala odvisnost. Ena šestina pa je mnenja, da nam bo tehnologija pomagala v življenju in da bo vpliv odvisen od človeka. Pričakovala sem, da bodo prevladovala pozitivna mnenja, ker je velikemu deležu te generacije uporaba telefona zelo pomembna. Poznajo tudi veliko prednosti tehnologije. Mnenja sem, da jih slabe strani uporabe nove tehnologije strašijo in imajo zato tako negativno mnenje.

Generacija Y, roj. 1981–1995 (milenijci)

Predstavniki generacije Y so v mladosti vsaj nekaj časa sobivali z analogno¹ tehnologijo. Najbolj cenijo izkušnje in razgiban življenjski slog, ki ga radi prikazujejo na družbenih omrežjih. Nenehno jim zmanjkuje časa, saj so predani delu in si iz vsake sekunde prizadevajo izvleči največ.²³

Uporaba telefona je tej generaciji pomembnejša kot njenim predhodnikom, saj je 58 % anketiranih odgovorilo, da jim je uporaba zelo pomembna. To se dobro pozna tudi pri času uporabe telefona, saj ga kar 91 % uporablja “več kot pol ure”, od teh pa kar 36 % “več kot dve uri”.

²² Staša Pust: Preverite, kateri generaciji pripadate, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).

²³ Staša Pust: Preverite, kateri generaciji pripadate, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).

Tej generaciji so izjemno pomembna tudi družbena omrežja, saj so jih veliko uporabljali že v mladosti. Med njimi prevladuje Facebook (uporablja ga 82 %), sledijo Instagram (72 %), Viber (70 %) in WhatsApp (58 %). To je bilo pričakovano, saj so pripadniki te generacije večinoma v tridesetih letih in veliko dajo na svojo digitalno identiteto. Ostala omrežja med to generacijo niso tako priljubljena, saj so novejša in prevladujejo predvsem pri njihovih naslednikih.

Navajanje na tehnologijo že od mladih let se pozna tudi pri njihovih odgovorih o uspehu pri prepoznavanju resničnosti. Kar 67 % pripadnikov Y generacije meni, da jim to dobro uspeva. Po drugi strani pa jih 30 % še vedno meni, da jim to uspe s težavo. Presenetilo me je, da nihče ni odgovoril, da mu to uspe z lahkoto, saj so bili s tehnologijo seznanjeni že dokaj zgodaj.

O vplivu nove tehnologije na prihodnje generacije imajo precej mešana mnenja. Menijo, da bo tehnologija v pomoč v življenju, vendar nam bo povzročila tudi težave, kot je npr. poslabšana komunikacija. Anketiranci generacije Y so odgovarjali precej po mojih pričakovanjih. Verjela sem, da bodo mnenja mešana, saj so pripadniki te generacije seznanjeni tako s prednostmi kot tudi slabostmi nove tehnologije. Različna mnenja pa so pokazala, katere lastnosti prevladujejo pri posameznikih.

Generacija Z, roj. 1996–2020

Generacija Z je prva generacija, ki se je s tehnologijo spoznala že v zgodnjem otroštvu, kar jo je tudi najbolj zaznamovalo. Po večini so izjemno veščji in vajeni komuniciranja na družbenih omrežjih. Zanje je značilno, da znajo najti ustrezne informacije in so popolnoma pisмени na računalniškem področju. Veliko pozornosti namenjajo študiju in karieri, saj posamezniki te generacije cenijo denarno neodvisnost.²⁴

Uporaba telefona je kar 76 % anketirancem Z generacije zmerno do zelo pomembna (8 % zelo, 44 % precej in 24 % zmerno). To je bilo pričakovano, saj Z generacija na telefonu opravi velik del komunikacije in ostalih vsakdanjih stvari. To se pozna tudi pri njihovih odgovorih v anketi. Pri vprašanju o času pred zaslonom je kar 76 % teh anketirancev odgovorilo, da telefon uporablja več kot pol ure na dan, 28 % pa celo več kot dve uri. Zanimivo se mi je zdelo, da ga skoraj ena četrtnina te generacije (24 %) uporablja samo do 30 minut na dan. Gre morda za del generacije, ki se je namenoma odločil, da čas namesto ekranu posveti drugim aktivnostim in raje poseže po drugih načinih druženja in komunikacije?

Gre tudi za generacijo, ki uporablja zelo raznolike funkcije telefona. Najbolj priljubljeno je poslušanje glasbe, saj to pogosto počne kar 76 % te generacije. Presenetilo me je, da skoraj 10 % več anketirancev Z generacije uporablja SMS sporočila pogosteje kot pa telefonske pogovore.

Po pričakovanjih so družbena omrežja najbolj razširjena med Z generacijo. Najbolj priljubljen je Viber (88 % ga uporablja pogosto), nato pa Instagram in Snapchat (po 68 %). Dobra polovica jih uporablja tudi TikTok (52 %). Ti rezultati so me presenetili, saj se mi je po svojih izkušnjah zdelo, da prevladujeta Instagram in Snapchat.

Na srečo gre uspeh pri prepoznavanju resničnosti informacij navzgor. To dokazuje generacija Z, saj jih 40 % meni, da jim dobro gre prepoznavanje resničnosti, 20 % pa, da to prepoznajo z

²⁴ Staša Pust: Preverite, kateri generaciji pripadate, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).

lahkoto. Ne vemo pa, če ta odstotek predstavlja dejansko stanje. Mlajša generacija se morda s tem le manj obremenjuje.

Sodeč po odgovorih na vprašanje o vplivu tehnologije na prihodnje generacije se zdi, da se generacija Z s tem ne obremenjuje, saj velik del anketirancev na vprašanje ni odgovoril. Tisti, ki so odgovorili, pa menijo predvsem, da bo vpliv na splošno negativen. Nekateri so odgovorili tudi, da bo vpliv dober ob pametni uporabi ter da se bo poslabšala komunikacija. Presenetila me je količina negativnih mnenj. Moji vrstniki mi dajejo namreč vtis, da bi brez tehnologije težko živeli ter da sprejmejo pomoč, ki jim jo ta nudi.

3.2 PRIMERJAVA REZULTATOV RAZISKAVE Z LITERATURO

Čas pred zaslonom

Po priporočilih za uporabo zaslonov, ki so navedena v publikaciji z naslovom *Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih*²⁵ strokovnjaki navajajo, da naj bi učenci druge triade osnovne šole (10-12 let) uporabljali ekrane največ eno uro in pol na dan, učenci tretje triade in dijaki (13-18 let) pa **največ dve uri na dan**. Namesto zaslona svetujejo: »Spodbujamo pristne medsebojne stike in druženje z vrstniki v živo.«²⁶

Tatjana Zabret je v Domovini navajala podatke o času osnovnošolcev (gre za učence zadnje triade OŠ) pred zasloni.²⁷ Njene podatke lahko primerjam z našo raziskavo, kar prikazuje spodnja preglednica.

Tabela 10: Primerjava časa pred zaslonom za generacijo Z

Čas pred zaslonom	Raziskava T. Zabret	Raz. OŠ Rodica
do 1 ure	6 %*	24 % (do 30 min.)
od 1 do 3 ure	50 %	48 % (do 2 uri)
od 3 do 5 ur	25 %	28 % več
več kot 5 ur	18 %	ni podatka

*1 % anketirancev telefona ne uporablja.

Glede na to, da so časovne enote v raziskavi Tatjane Zabret drugačne, so ugotovitve naše raziskave z njenimi težko primerljive. Uspela pa sem ugotoviti, da večina generacije Z, vključene v mojo raziskavo, telefon uporablja v skladu s priporočili NIJZ, žal pa dobra četrtina anketirancev omejitev na največ dve uri uporabe na dan presega.

²⁵ Mateja Vintar Spreitzer et. al.: *Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih*, https://nijz.si/wp-content/uploads/2022/11/uporaba_zaslonov_smernice_za_splet_mali_grayscale.pdf (18. 10. 2024).

²⁶ Prav tam.

²⁷ Tadeja Zabret: "Imamo mlade, ki so na telefonih dlje, kot so njihovi starši v službi, tudi do 3000 ur letno." Domovina, 26. 9. 2023. <https://www.domovina.je/imamo-mlade-ki-so-na-telefonih-dlje-kot-so-njihovi-starsi-v-sluzbi-tudi-do-3000-ur-letno> (18. 10. 2024).

Primerjava pogostosti uporabe funkcij telefona

Pogostost uporabe funkcij telefona primerjam s podatki Eurostata (2020) za mlade (16-24 let) spletne uporabnike v državah članicah EU-27²⁸, s podatki za mladino v Sloveniji iz iste raziskave²⁹ in z raziskavo Maše Geoheli in Tajde Podhraški, ki je bila izvedena na Srednji šoli za strojništvo, mehatroniko in medije v Celju in je zajela odgovore 131 dijakov.³⁰

Tabela 11: Primerjava uporabe funkcij telefona za generacijo Z

<i>Funkcije telefona</i>	<i>EU - Mladina 2020</i>	<i>SLO - Mladina 2020</i>	<i>M. Geoheli, T. Podhraški</i>	<i>Raziskava OŠ Rodica</i>
gledanje TV, videov, filmov	88 %	62-64 %	ni podatka	ni podatka
poslušanje glasbe	87 %	79 %	ni podatka	92 %
branje revij, časop.	86 %	20 %	41 %	ni podatka
igranje videoiger	58 %	35 %	ni podatka	ni podatka
nakupovanje	19-28 %	ni podatka	ni podatka	ni podatka
družbena omrežja	ni podatka	ni podatka	93 %	ni podatka
učenje, iskanje literature	ni podatka	ni podatka	60 % 53 %	ni podatka
iskanje informacij	ni podatka	ni podatka	90 %	92 %
telefoniranje	ni podatka	ni podatka	91 %	100 %
fotografiranje	ni podatka	ni podatka	87 %	92 %
SMS sporočila	ni podatka	ni podatka	81 %	96 %

Primerjam lahko le tisto vrsto uporabe telefonov, ki jo vključujejo posamezne raziskave. Kakor je razvidno iz zgornje preglednice, je naša raziskava pokazala, da generacija Z pogosteje posluša glasbo (92 %) kot pa evropska (87 %) in slovenska (79%) mladina. Rezultat uporabe telefona za iskanje informacij in fotografiranje za Z generacijo iz naše raziskave je zelo podoben rezultatu v raziskavi med dijaki na Srednji šoli za strojništvo, mehatroniko in medije v Celju. Nekoliko večja razlika je le pri uporabi SMS sporočil, ki jih dijaki celjske srednje šole uporabljajo manj kot naši anketiranci.

Primerjava pogostosti uporabe posameznih družbenih omrežij

Tudi pri primerjavi pogostosti uporabe posameznih družbenih omrežij lahko primerjam rezultate naše raziskave z že omenjenimi raziskavama Eurostata³¹ in z raziskavo Maše Geoheli in Tajde Podhraški.³²

²⁸ Mladina 2020, 2021, str. 255-256.

²⁹ Mladina 2020, 2021, str. 256.

³⁰ Maša Geoheli, Tajda Podhraški: Ali pametno ravnamo s pametnim telefonom? Raziskovalna naloga, Celje, Srednja šola za strojništvo, mehatroniko in medije, 2022, str. 18.

³¹ Mladina 2020, 2021, str. 296.

³² Maša Geoheli, Tajda Podhraški, 2022, str. 19. <https://www.knjiznica-celje.si/raziskovalne/4202207208.pdf> (18. 10. 2024).

Tabela 12: Primerjava rezultatov različnih raziskav o uporabi družbenih omrežij za generacijo Z

<i>Družbena omrežja</i>	<i>Raziskava Mladina 2020</i>	<i>Raziskava M. Geoheli in T. Podhraški (2022)</i>	<i>Raziskava OŠ Rodica</i>
Facebook	81 %	49 %	44 %
Instagram	78 %	78 %	68 %
TikTok	31 %	47 %	52 %
X (Twitter)	20 %	ni podatka	16 %
Snapchat	ni podatka	69 %	68 %

Primerjava rezultatov iz leta 2020 in 2022 nakazuje bistvene spremembe uporabe družbenih omrežij v zadnjih petih letih. Iz preglednice je razvidno, da je v zadnjih petih letih zelo upadla uporaba Facebooka. Pred petimi leti je Facebook, kot je razvidno iz prve raziskave, uporabljalo več kot tri četrtine anketirancev (81 %), zadnji dve leti pa se je uporaba zmanjšala za skoraj tretjino. V moji letošnji raziskavi Facebook uporablja manj kot polovica anketirancev (44 %). Uporaba Instagrama se ni tako zelo zmanjšala, vendar je vseeno zadnji dve leti upadla za 10 % (2020/2022 - 78 %, 2024 - 68 %). Prav nasprotno pa se je zgodilo s TikTocom. Njegova uporaba se je od prve raziskave 2020 skoraj podvojila (2020 - 31 %, 2024 - 52 %). Uporaba X-a je za spremembo ostala skoraj enaka kot pred štirimi leti. Žal iz podatkov ni možno sklepati, kako se je v zadnjih petih letih spremenila uporaba Snapchata, saj nimam podatka iz leta 2020. Kljub temu pa vidimo, da od leta 2022 to družbeno omrežje uporablja skoraj 70 % generacije Z (69 % leta 2022 in 68 % leta 2024) in da se pogostost uporabe tega družbenega omrežja v zadnjih treh letih ni spremenila.

Presojanje resničnosti vsebine

Digitalna pismenost vključuje tri dimenzije: **dostop** do podatkov, njihovo presojo in uporabo. »Posameznik mora vedeti, kje informacije iskati in kaj je na voljo, razumeti podatke in vedeti, ali so relevantni zanj in ali so pravilni, ter na podlagi podatkov sprejeti odločitev o nadaljnjem delovanju (Heeks, 2018: 60-61). Da gre za enega od ključnih sklopov znanja in kompetenc, kažejo tudi *Priporočila Sveta EU o ključnih kompetencah za vseživljenjsko učenje* (Svet EU, 2018), ki med ključnih osem kompetenc uvrščajo tudi digitalno kompetenco.«³³ Le ne **malo več kot 40 %** mladih se ocenjuje kot samostojne, sposobne presojanja o verodostojnosti spletnih vsebin.³⁴

S to raziskavo sem dokazala, da se to stanje izboljšuje, saj je na podobno vprašanje »z dobro« ali »z lahkoto« odgovorilo kar **60 % anketirancev Z** generacije. Pri zasnovi raziskave nisem pričakovala, da bo tako velik delež dal pozitiven odgovor. Seveda odstotki ne nakazujejo dejansko sposobnost presojanja o verodostojnosti spletnih vsebin, ampak samooceno posameznikov, ki pa je lahko tudi napačna.

Prepoznavanje sovražnega govora

Sovražni govor je govor, ki ga uporabljamo, ko o nekemu govorimo s slabim namenom, običajno zato, da ga prizadenemo. V moderni družbi je čedalje pogostejši, čeprav se o njem tudi več govori. »Kar 70 % mladine meni, da je v slovenski družbi preveč sovražnega govora. Dobrih **80 %** je večkrat mesečno priča sovražnemu govoru na internetu. Politično levo

³³ Mladina 2020, 2021, str. 288.

³⁴ Mladina 2020, 2021, str. 298.

(predvsem skrajno levo) usmerjena mladina zaznava več sovražnega govora kot politično sredinsko ali desno usmerjena.«³⁵

Čim več uporabljamo svetovni splet in čim bolj smo pozorni na sovražni govor, pogosteje ga opazimo. V tej raziskavi večkrat na mesec ali pogosteje na svetovnem spletu opazi sovražni govor 72 % anketirancev X generacije, 66 % Y generacije, 44 % Z generacije in 42 % babyboom generacije, vojna generacija pa ga skoraj ne zazna. Glede na to lahko ugotovimo, da so rezultati primerljivi z literaturo le pri X generaciji.

3.3 PRIMERJAVA UGOTOVITEV S HIPOTEZAMI

Hipoteza 1: Največ časa na pametnih telefonih preživita srednji generaciji, ker jih uporabljata v službene namene, za navigacijo, mobilno banko, plačevanje, ipd.

Hipoteza se je deloma potrdila. Na prvem mestu po preživetem času na telefonu je generacija Y, nato Z in na tretjem mestu generacija X. Več kot dve uri na dan preživi 36 % anketirancev generacije Y, 28 % generacije Z in 23 % generacije X. Podobno je, če pogledamo rezultate glede na to, kolikšen delež generacij preživi na telefonu več kot pol ure. Ugotovimo, da več kot pol ure na dan na telefonu preživi 91 % generacije Y, 76 % generacije Z in 72 % generacije X.

Hipoteza 2: Čas uporabe pametnih telefonov je pri mlajši in srednji generaciji nad priporočili strokovnjakov - zaradi komunikacije, mobilnih bank, navigacije, družbenih medijev in podobnih funkcij, ki jih uporabljajo. Starejše generacije pa uporabljajo pametni telefon v skladu s priporočili ali celo manj časa.

Hipoteza se ni potrdila. Rezultati so pokazali, da je skoraj tri četrtine mlajše generacije pod priporočili strokovnjakov, 28 % pa čas presega. Pri pisanju hipoteze sem domnevala, da je nad priporočili več kot polovica te generacije, zato je raziskava pokazala, da sem se motila. Za srednje in starejše generacije priporočil na spletu nisem našla, zato jih ni bilo mogoče primerjati.

Hipoteza 3: Mlajša generacija (Z) pametne telefone uporablja predvsem za pošiljanje sporočil, poslušanje glasbe in budilko. Srednji generaciji (X in Y) izstopata po uporabi fotoaparata, navigacije in iskanju informacij. Starejši generaciji (babyboom in vojna generacija) pametne telefone uporabljata v večini za telefoniranje.

Hipoteza se je deloma potrdila. Rezultate raziskave prikazuje spodnja preglednica.

Tabela 13: Katere funkcije pametnih telefonov uporabljajo različne generacije?

Generacija	telefoniranje	SMS sporočila	poslušanje glasbe	navigacija GPS	fotoaparati	budilka	iskanje informacij
vojna gen.	89 %	37 %	26 %	16 %	32 %	21 %	21 %
babyboom	96 %	80 %	56 %	78 %	76 %	64 %	76 %
gen. X	100 %	100 %	77 %	99 %	100 %	93 %	99 %
gen. Y	100 %	100 %	88 %	100 %	100 %	100 %	100 %
gen. Z	100 %	96 %	92 %	80 %	92 %	84 %	92 %

³⁵ Mladina 2020, 2021, str. 380-381.

Pri mlajši generaciji (Z) so deleži uporabe pri posameznih funkcijah telefona nekoliko zamenjani v primerjavi s hipotezo. Potrdilo se je, da so ji SMS sporočila zelo pomembna, takoj za telefoniranjem, pomembno jim je tudi poslušanje glasbe. Poleg poslušanja glasbe enak delež Z generacije uporablja telefon za fotografiranje in za iskanje informacij. Šele nato je po uporabi budilka.

Srednji generaciji (X in Y) izstopata po uporabi fotoaparata, navigacije in iskanju informacij. V enaki meri so jima pomembna še SMS sporočila in seveda telefoniranje. Najmanj predstavnikov teh dveh generacij uporablja telefon za poslušanje glasbe.

Starejši generaciji (vojna in babyboom) telefone najpogosteje uporabljata za telefoniranje, čeprav najmanj med vsemi generacijami. Vojna generacija vse ostale funkcije telefona uporablja občutno manj. Za precejšnji delež babyboom generacije pa so pomembna tudi SMS sporočila (80 % jih uporablja), navigacija (78 %), fotografiranje in iskanje informacij (po 76 %).

4 ZAKLJUČEK

Največja prednost moje raziskovalne naloge je obravnava aktualne teme, saj uporaba pametnih telefonov nenehno raste, z njo pa tudi odvisnost od njih. Raziskava mi je omogočila vpogled v pomen telefonov za posameznike in njihove najpomembnejše funkcije. Zanimiva so bila tudi mnenja o prihodnosti, saj ima vsak svojo predstavo o vplivu novih tehnologij na prihodnje generacije. Mnenja so bila tako pozitivna kot negativna, vsako pa, po mojem mnenju, predstavlja ključni del raziskave.

Raziskavo bi lahko razširili z anketiranjem mlajših generacij, kar bi omogočilo še globlji vpogled v vpliv pametnih telefonov na njihov vsakdan in razvoj. Primerjava rezultatov z literaturo je pokazala, da so nekatere raziskave zajemale druge funkcije telefonov, npr. gledanje videov, branje revij in časopisov, igranje videoiger, nakupovanje ter iskanje literature. V tokratni anketi sem anketirance že spraševala o uporabi več aplikacij, vendar zaradi obsežnosti podatkov teh odgovorov nisem vključila v raziskovalno nalogo. Kljub temu bi lahko služili kot izhodišče za nadaljnje raziskave. Ker se tehnologija pametnih telefonov nenehno razvija, se pojavljajo vedno nove aplikacije in načini uporabe, zato bi jih bilo v prihodnjih raziskavah smiselno vključiti v obravnavo.

5 LITERATURA IN VIRI

Literatura:

- Barle, Andreja ... et. al: *Uvod v sociologijo*, 2. natis, Ljubljana, DZS, 2000.
- Gold, Jodi: *Vzgoja v digitalni dobi, Priročnik za spodbujanje zdravega odnosa do tehnologije od rojstva do najstniških let*, Ljubljana, Didakta, 2015.
- Janis-Norton, Noël: *Mirnejše, lažje, srečnejše, Otroštvo pred zasloni*, prevod Tanja Goršič, Izola, Založba Vita, 2016.
- Lavrič, Miran ... et. al.: *Mladina 2020: položaj mladih v Sloveniji*, Maribor, Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba, Ljubljana, Založba Univerze v Ljubljani, 2021.

Elektronski viri in literatura:

- *Aplikacije*, Vzajemnost, <https://www.vzajemnost.si/clanek/170348/kaj-je-pametni-telefon-in-zakaj-tako-ime/> (18. 10. 2024).
- Geoheli, Maša; Podhraški, Tajda: *Ali pametno ravnamo s pametnim telefonom?* Raziskovalna naloga, Celje, Srednja šola za strojništvo, mehatroniko in medije, 2022, str. 18.
- *Operacijski sistem*, Vzajemnost, <https://www.vzajemnost.si/clanek/170348/kaj-je-pametni-telefon-in-zakaj-tako-ime/> (18. 10. 2024).
- *Pametni telefoni*, https://sl.wikipedia.org/wiki/Pametni_telefon (18. 10. 2024).
- *Priporočeni čas pred zaslonom*, Safe.si, <https://safe.si/starsi/priporoceni-cas-uporabe-zaslonov-pri-otrocih> (18. 10. 2024).
- *Procesor*, https://sl.wikipedia.org/wiki/Centralni_procesor (18. 10. 2024).
- Pust, Staša: *Preverite, kateri generaciji pripadate*, 3. 10. 2020, dostopno na: <https://www.zurnal24.si/slovenija/generacije-v-sloveniji-preverite-kateri-pripadate-343316> (18. 10. 2024).
- *Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih*, NIJZ, <https://nijz.si/zivljenjski-slog/nekemicne-zasvojenosti/zasloni/> (18. 10. 2024).
- *Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih*, <https://www.zdravniskazbornica.si/zajavnost/zasloni/povzetki-za-star%C5%A1e> (18. 10. 2024).
- Vintar Spreitzer, Mateja ... et. al.: *Smernice za uporabo zaslonov pri otrocih in mladostnikih*, Ljubljana, Sekcija za primarno pediatrijo Združenja za pediatrijo Slovenskega zdravniškega društva, 2021, elektronska izdaja, https://nijz.si/wp-content/uploads/2022/11/uporaba_zaslonov_smernice_za_splet_mali_grayscale.pdf (18. 10. 2024).
- Zabret, Tadeja: *Imamo mlade, ki so na telefonih dlje, kot so njihovi starši v službi, tudi do 3000 ur letno*. Domovina, 26. 9. 2023. <https://www.domovina.je/imamo-mlade-ki-so-na-telefonih-dlje-kot-so-njihovi-starsi-v-sluzbi-tudi-do-3000-ur-letno> (18. 10. 2024).
- Ika, <https://1ka.arnes.si/a/65ee2c48> (29. 11. 2024).

6 PRILOGA

Anketa: [anketa uporabatelefonov](#)

UPORABA PAMETNIH TELEFONOV Z VIDIKA RAZLIČNIH GENERACIJ

Danes se moramo vse generacije soočiti s hitrim razvojem tehnologije in spreminjanjem načinov komunikacije. Koliko je za vas pomemben in uporaben pametni telefon? Raziskavo izvajam na OŠ Rodici pod vodstvom mentorice Vilme Vrtačnik Merčun. Hvala za vaše sodelovanje v anketi. Pika Tomažin, 8. razred.

Spol: Ž M

V katero **generacijo** spadate? (označite)

- generacija vojne: roj. do 1945 – 79 let in več
- babyboom generacija: roj. 1946–1964 – 60 do 78 let
- generacija X: roj. 1965–1980 – 44 do 59 let
- generacija Y milenijci: roj. 1981–1996 – 28 do 43 let
- generacija Z: roj. 1997–2012 – 12 do 27 let

Koliko časa porabite pred zaslonom telefona na dan – med prostim časom?

- nič
- do 30 minut dnevno
- 30 minut do 2 uri
- več kot 2 ur

Ali telefon uporabljate enako, ko ste **v družbi**? DA NE

Katere **funkcije na telefonu** uporabljate in kako pogosto?

Funkcije na telefonu	pogosto	redko	nikoli
1) telefoniranje			
2) sporočila (SMS,...)			
3) budilka			
4) poslušanje glasbe			
5) iskanje informacij (vreme, novice ...)			
6) fotoaparati			
7) navigacijske aplikacije (Google maps)			
8) družbena omrežja (Snapchat, Tiktok, ipd.)			

Katera **družbena omrežja** uporabljate in kako pogosto?

Družbena omrežja	pogosto	redko	nikoli
Facebook			
Instagram			
TikTok			
X (nekdanji Twitter)			
Snapchat			
BeReal			
WhatsApp			
Viber			
Discord			

Ali uporabljate **aplikacije** za katero od naštetih dejavnosti:

Aplikacije	pogosto	redkeje	nikoli
zmenkarije/iskanje partnerjev			
gledanje videoposnetkov			
izobraževalne vsebine (predavanja, učenje jezikov)			
umetna inteligenca (Chat GPT)			
spletne stave			
spremljanje gibanja/navodila za telovadbo			
organiziranje potovanj (Booking, Airbnb)			
iskanje informacij o javnem prevozu			
iskanje prometnih informacij (zastoji)			
iskanje receptov			
upravljanje drugih naprav v hiši (npr. sesalnika)			
varnost pred virusi			
plačevanje storitev ali blaga s QR kodo			
upravljanje svojega bančnega računa			
spleto nakupovanje (About You,...)			
igranje videoiger			
prevajanje besedil oziroma besed			

Ali lahko ocenite, ali je **spletna vsebina** resnična, vredna zaupanja?

- ne morem
- stežka
- s težavo mi uspe
- kar dobro mi gre
- z lahkoto

Kako to ugotovite?

Kako pogosto ste v zadnjih 12 mesecih naleteli na internetno vsebino, ki je bila odkrito **sovražna, napadalna ali žaljiva**?

- nikoli ali skoraj nikoli
- v povprečju nekajkrat na mesec
- večkrat na teden
- vsak dan

Ali ste bili kdaj žrtev **spletne prevare**?

- da
- ne

Kako zaznavate posebej **za vas usmerjeno trženje** (reklame oz. oglase)?

- ne zaznavam/nisem pozoren
- zaznam in me moti
- zaznam in me ne moti
- sem pozoren in večkrat kaj kupim

Kako **pomembna** je za vas uporaba telefona?

- zelo pomembna
- kar precej
- zmerno
- ne zelo
- ni mi pomembna

Ali se počutite varni, če od doma odidete brez telefona? da ne

Kam v hiši/stanovanju vzamete s seboj mobilni telefon?

- dnevna soba
- Kuhinja
- Spalnica
- wc in kopalnica
- klet/garaža
- balkon/terasa

Kam zunaj doma svojega telefona **skoraj nikoli** ne vzamete?

.....
Koliko časa bi preživeli **brez pametnega telefona**, ne da bi ga pogrešali?

- manj kot eno uro
- nekaj ur
- en dan
- en teden
- en mesec
- več kot naštet

Kako bo po vašem mnenju nova tehnologija **vplivala na prihodnje** generacije? Zakaj tako mislite?

.....