

Juš Lesjak, Erazem Pivk

Vpliv družbenih omrežij na dijake Gimnazije Kranj

Raziskovalna naloga iz psihologije

Mentor: Lidija Grošelj, prof. ped. in psih.

Gimnazija Kranj

2018

Kazalo vsebine

Povzetek in ključne besede	3
Predgovor in zahvala	3
1. Opredelitev problema	4
2. Teorija	5
2.1. Družbena omrežja in vzroki za uporabo	5
2.1.1. Kaj so družbena omrežja	5
2.1.2. Vzroki za uporabo DO	5
2.2. "Fear of Missing Out" ("FOMO")	6
2.2.1. Zgodovina in vzroki za prisotnost pojava v moderni družbi	6
2.2.2. Izražanje FOMO	7
2.3. Pet velikih faktorjev osebnosti ("Big Five")	8
2.3.1. Ekstravertnost	8
2.3.2. Nevroticizem	9
2.3.3. Sprejemljivost (prijaznost)	9
2.3.4. Vestnost	9
2.3.5. Odprtost za izkušnje	9
2.4. Socialno primerjanje	10
3. Cilji in hipoteze	12
4. Metoda	14
4.1. Udeleženci	14
4.2. Pripomočki	14
4.2.1. Vprašalnik BFI ("The Big Five Inventory")	14
4.2.2. Vprašalnik FOMO	15
4.2.3. Odnos do DO	15
4.3. Postopek	16
5. Analiza rezultatov in interpretacija	16
5.1. Opis vzorca	16
5.2. Količina uporabe dijakov Gimnazije Kranj	16
5.3. Analiza splošnega mnenja do DO	17
5.3.1. Družbenim omrežjem namenim več časa, kot bi si želel	17
5.3.2. Več časa namenim komuniciranju preko DO kot v živo.	18
5.3.3. Po uporabi družbenih omrežij imam občutek, da sem zapravljaj čas.	19
5.3.4. Med šolskim odmorom pogosto uporabljam DO.	19
5.3.5. Želim si, da bi moji prijatelji preživeli manj časa na DO.	20

5.3.6. DO na splošno znižujejo moje zadovoljstvo nad življenjem.	21
5.4. Prisotnost FOMO	21
5.5. Preverjanje hipotez	23
5.6.1. H1	23
5.6.2. H2	23
5.6.3. H3	25
5.6.4. H4	27
5.6.5. H5	28
6. Sklepi	30
7. Viri.....	31
9. Priloge.....	Napaka! Zaznamek ni definiran.
9.1. Anketni vprašalnik	Napaka! Zaznamek ni definiran.

Kazalo tabel

Tabela 1: Pozitivni in negativni učinki različnih smeri socialnega primerjanja:	11
Tabela 2: Količina uporabe v urah (stolpci) ter stopnja prisotnosti FOMO (vrstice).....	23
Tabela 3: Stopnja prisotnosti FOMO (stolpci) ter Stopnja izražene ekstravertnosti (vrstice).....	23
Tabela 4: Količina uporabe v urah (stolpci) ter stopnja izražene ekstravertnosti (vrstice)	24
Tabela 5: Stopnja prisotnosti FOMO (stolpci) ter stopnja izraženega nevroticizma (vrstice).....	25
Tabela 6: Količina uporabe v urah (stolpci) ter stopnja izraženega nevroticizma (vrstice).....	26
Tabela 7: Stopnja prisotnosti FOMO (stolpci) ter stopnja izražene odprtosti (vrstice)	27
Tabela 8: Količina uporabe v urah (stolpci) ter stopnja izražene odprtosti (vrstice)	28

Kazalo slik

Slika 1: Količina uporabe DO	17
Slika 2: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 1. vprašanje	18
Slika 3: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 2. vprašanje	18
Slika 4: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 3. vprašanje	19
Slika 5: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 4. vprašanje	19
Slika 6: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 5. Vprašanje.....	20
Slika 7: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 6. vprašanje	21
Slika 8: Stopnja občutenega FOMO	21
Slika 9: Stopnja občutenega FOMO po spolu	22
Slika 10: Diagram stopnje izraženega FOMO ter nevroticizma	25
Slika 11: Diagram količine uporabe ter odprtosti	27
Slika 12: Odstotek občutenega FOMO glede na spol	28
Slika 13: Odstotek količine uporabe glede na spol.....	29

Povzetek in ključne besede

Ali komuniciranju preko družbenih omrežij namenimo več pozornosti in časa kakor interakcijam v živo in če, zakaj je temu tako? Zakaj se kljub pridobljenim udarcem v našo samopodobo vedno vračamo nazaj k pregledovanju fotografij naših vrstnikov na Instagramu? Ali so vplivi, ki jih imajo na nas družbena omrežja, morda odvisni od naše osebnosti?

V želji odgovoriti na zgornja vprašanja sva izpeljala raziskovalno nalogo, s katero sva potrdila najina prepričanja, da količinsko velika uporaba družbenih omrežij negativno vpliva na naše počutje. Odkrila sva tudi nekatere osebne lastnosti, *npr. ekstravertnost in nevroticizem*, ki s svojo izraženostjo vplivata na jakost negativnih vplivov družbenih omrežij ter mejo količine dnevne uporabe le-teh. Meniva, da je ključnega pomena, da se najini vrstniki zavedo, da z reguliranjem uporabe Snapchata, Facebooka in drugih omrežij lahko močno izboljšajo svoje vsesplošno počutje, saj se prepogosto ne zavedajo njihovih nevidnih negativnih vplivov.

Ključne besede: *družbena omrežja, vplivi družbenih omrežij, FOMO, osebne lastnosti, gimnazijci.*

Predgovor in zahvala

Ob začetku lanskega poletja sva med najinimi vrstniki vse pogostejše začela opazati spremembe v vedenju, kot so stalno objavljanje svojega trenutnega dogajanja na družbena omrežja in nenehno spremljanje vrstnikov preko Instagrama ali Facebooka, ki mu je sledilo kratko obdobje počutja manjvrednosti in razdražljivosti. Dejstvo je, da so bili pametni telefoni (ter z njimi družbena omrežja in posledično na tisoče ljudi, s katerimi smo prek njih povezani) vedno prisotni element druženja v živo. Lahko bi rekli, da je postala prekomerna uporaba družbenih omrežij največji motilec človeških odnosov, ki se dogajajo v živo. Med šolskimi odmori sva lahko le s peščico sošolcev poklepetala na štiri oči, saj so bile zenice večine dijakov vedno usmerjene v zaslone pametnih telefonov. Zaradi takih že prej omenjenih primerov sva si začela postavljati naslednja vprašanja.

Za vso pomoč in podporo pri načrtovanju, izpeljavi ter izdelavi raziskovalne naloge se zahvaljujema najini mentorici. Zahvale za pomoč pri izpeljavi ankete pošiljava tudi profesoricama informatike na Gimnaziji Kranj, testni skupini anketirancev in vsem dijakom prvih letnikov, ki so z izpolnjevanjem anket ustvarili bazo podatkov te raziskovalne naloge.

1. Opredelitev problema

Sodobni načini komunikacije drastično spreminjajo tako družbo in njeno delovanje kot tudi posameznika. Vse bolj priljubljen je način digitalnega komuniciranja preko družbenih omrežij (v nadaljevanju le "DO"). Kot je z vsemi inovacijami, se tudi pri DO pojavljajo tako prednosti kot slabosti. Zaradi množične udeležnosti mladih na DO se močno povečujejo socialni in psihološki vplivi DO na dijake, kar lahko pripelje do stopnjevanja novih ali že poznanih družbenih problemov. Eden izmed najbolj vzpodbujenih družbenih problemov s strani DO je prav gotovo strah pred zamujanjem vznemirljivih stvari, ki jih ljudje okoli nas počnejo, vedo ali si jih lastijo. V angleščini ima ta pojav celo svoje ime, zato bova tekom poročila raziskovalne naloge uporabljala ime "FOMO" ali "Fear of Missing Out". Za praktično vizualizacijo pojava za primer vzemimo družbeno omrežje Instagram, ki nam vsakodnevno postreže s stotinami (pogosto nerealističnih in računalniško obdelanih) fotografij naših prijateljev in vrstnikov s sanjskih potovanj, izletov ali zabav, na katere sami nismo bili povabljeni. Ko Instagramu dodamo še dve drugi najpogostejše uporabljeni omrežji, Snapchat in Facebook, so možnosti za srečanje s pojavom FOMO praktično neskončne. Nekatere izmed posledic tega pojava so nezadovoljstvo z lastnim življenjem, znižanje samopodobe, tesnoba, itd. Kako bo na take dražljaje odreagirala posameznik, pa je odvisno od njega samega, oziroma njegovih osebnostnih lastnosti.

2. Teorija

2.1. Družbena omrežja in vzroki za uporabo

Prisotnost DO je v življenjih dijakov vsakdanja in popolnoma sprejemljiva stvar. Komunikacija preko njih je morda najbolj popularen ter praktičen način elektronskega komuniciranja. Za mnogo ljudi, še posebej pa mladostnike, je postala uporaba DO ena izmed navad in v mnogih primerih tudi zasvojenost. Svojim uporabnikom namreč nudijo vloge novega kanala za komunikacijo, pridobivanje znanje in informacij, sprostitev in celo priložnost za samoizražanje (Kim, Jeong, & Lee, 2010).

2.1.1. Kaj so družbena omrežja

Družbena omrežja so vrsta spletnih storitev, ki uporabniku omogočajo:

- ustvariti javni ali poljavni profil v omejenem sistemu,
- določiti spisek drugih uporabnikov, s katerimi želiš deliti poznanstvo oziroma zvezo,
- pregledati svoj seznam povezav in seznam drugih znotraj sistema (Boyd in Ellison 2008, 210).

Med svetovno najbolj množično uporabljene medije štejemo Facebook (2 milijardi aktivnih uporabnikov), Youtube (1,5 milijarde aktivnih uporabnikov) in WhatsApp (1,3 milijarde aktivnih uporabnikov).

Glede na najin vzorec, ki ga sestavljajo dijaki Gimnazije Kranj, so najbolj popularna družbena omrežja Snapchat, Instagram in Messenger.

Upoštevajoč različne vrste uporabe, ki jih DO ponujajo, ni presenetljivo, da se lastnosti posameznih DO zelo hitro spreminjajo. To predstavlja izziv raziskovalcem tega področja, saj lahko njihova raziskava že med potekom zastara in izgubi na aktualnosti zaradi opustitve uporabe tega DO.

2.1.2. Vzroki za uporabo DO

Eden izmed teoretičnih pristopov k razumevanju motivov za uporabo DO je "vidik vzrokov za uporabo in zadovoljevanje potreb od uporabi", ki razlaga, da ljudje prevzamejo in uporabljajo DO kot funkcijo svojih psiholoških potreb in iskanih zadovoljitev (Dunne, 2010).

"Vidik vzrokov za uporabo in zadovoljevanje potreb od uporabi" ponuja uporabno ogrodje za

raziskovanje vzrokov za uporabo DO. Predpostavlja, da je posameznikova uporaba DO motivirana preko mnogih psiholoških potreb. Glede na osnovno sklepanje, da so ljudje na DO aktivni in usmerjeni k nekemu cilju ta teorija razlaga, da ljudje namerno izberejo določene medije in vsebine za izpolnitev njihovih psiholoških potreb.

Ker je uporaba DO postala del našega vsakdana, so raziskovalci uporabili to teorijo v raziskovanju razlik med vzroki in načini uporabe DO in tradicionalnih medijev (Ruggiero, 2000).

Ljudje uporabljamo internetne tehnologije za pridobivanje informacij, sprostitev in komunikacijo z drugimi na priročen način. Poleg generalnih motivov za uporabo je raziskava virtualnih skupnosti (*npr. privatni blogi*) omogočila vpogled v alternative motive uporabe DO, saj preko le-teh ljudje iščejo podporo družbe, prijateljstva, itd.. (Ridings in Gefen, 2004).

Druge raziskave kažejo tudi na druge motive, kot so "iskanje prijateljev", samoizražanje, socialna interakcija in grajenje osebne identitete (Brandtzæg in Heim, 2009).

2.2. "Fear of Missing Out" ("FOMO")

FOMO je v literaturi opisan kot "tesnoba zaradi možnosti, da se v naši odsotnosti dogaja vznemirljiv dogodek, pogosto vzbujena preko družbenih omrežij." (Oxford Dictionaries, 2017)

Drugi viri ga definirajo kot "neprijeten in občasno popolnoma prevzemajoč občutek zamujanja stvari, ki jih tvoji vrstniki počnejo, vedo ali si jih lastijo." (JWT Marketing Communications, 2012)

FOMO lahko enačimo tudi z "nujo biti na dveh krajih naenkrat, ki jo poganja strah pred zamujanjem nečesa, kar bi privedlo do upada sreče." (JWTIntelligence, 2012).

2.2.1. Zgodovina in vzroki za prisotnost pojava v moderni družbi

FOMO ni nov koncept, vendar se je diskusija o tem pojavu močno razširila z razcvetom družbenih omrežij.

V zgodovini je bil prisoten v kateremkoli informacijskem kanalu, ki človeku prinese informacije o prijateljih, sorodnikih in tudi neznancih (*npr. časopis, pisma, slike, itd..*). Vendar pa sta izpostavljenost tem informacijam povečala razvoj in lahek dostop do tehnologij, ki so hkrati tudi močno zasvojljive. Namesto, da bi prebrali novice o zabavah in dogodkih enkrat tedensko ali celo dnevno, imamo možnost dobiti te novice nemudoma zatem ali celo med njihovim

dogajanjem preko elektronskih orodij, kot so mobilni telefon, prenosnik, tablični računalnik, itd. Preprost dostop do teh informacij lahko vzpodbudi posameznika k primerjanju z drugimi preko branja objav ali opazovanja slik na družbenih omrežjih, kar privede do občutka nižjega zadovoljstva z lastnim življenjem (Abel, Buff, Burr, 2016).

Kot zanimivost lahko omeniva še, da imajo močni občutki "zamujanja ali izpuščanja" moč, ki lahko vpliva tudi na odločitve glede nakupov; posameznik bi lahko izbral boljši ali dražji izdelek kot je prvotno načrtoval, ker noče zaumuditi priložnosti posedovati nekaj "boljšega" ali možnosti za vključitev v družbo (Dykman, 2012).

2.2.2. Izražanje FOMO

Dosedanje raziskave kažejo na izražanje FOMO preko tesnobe, občutkov manjvrednosti, znižanja samopodobe ter vzkipljivosti oz. razdraženosti. Te občutki se s pogostejšo uporabo DO pojavljajo pogosteje (JWTIntelligence, 2012).

- Manjvrednost, pogosto tudi "sram pred nesposobnostjo", je biti v situaciji, kjer si viden kot slabši v kateremkoli smislu. Manjvrednost je močno povezana z nizko samopodobo. Kasnejše raziskave so potrdile tudi povezavo med občutki manjvrednosti in stresom (Gould, Horn & Spreeman, 1983).
- Vzkipljivost Buss in Durkee (1957) opisujeta kot težnjo po eksplodiranju negativnih občutkov ob najmanjši nevšečnosti, vključno s hitro jezo, nesramnostjo in občutljivostjo.
- Definicija samopodobe se opira na predpostavko, da gre za relativno stabilno prepričanje o posameznikovi splošni vrednosti. Na samopodobo vpliva več faktorjev in jo je relativno težko spremeniti (Harter, 1993).

Nizka samopodoba predstavlja faktor tveganja za družbeno tesnobo in depresijo (Sowislo & Orth, 2012).

Obsežna literatura kaže na pozitivno korelacijo med nizko samozavestjo in visokimi nivoji tesnobe (De Jong, Sportel, de Hullu & Nauta, 2012; Schriber, Bohn, Aderka, Stangier, & Steil, 2012).

Nizka samopodoba dokazano prebudi depresijo in tesnobo. Prav tako se ljudje, ki so negativni glede sebe, nagibajo k negativnosti in kritiziranju drugih oseb (Myers, 2013).

2.3. Pet velikih faktorjev osebnosti ("Big Five")

Model "velikih pet" (ang. Big Five) je deskriptivni model petih osebnostnih lastnosti, ki je nastal na podlagi leksičnega pristopa. To pomeni, da temelji na opisovanju osebnostnih lastnosti z besedami, ki so tako pomembne, da jih uporabljamo v vsakdanjem govoru (McKenzie, Tindell in French, 1997).

2.3.1. Ekstravertnost

Glede na stopnjo posameznikove vključenosti v svet okoli njega ljudi ločimo v dve veliki skupini – ekstravertne in introvertne. Ekstravertni posamezniki so družabni, ekspresivni in energični, medtem ko so introvertni ljudje tihi, submisivni. Goldberg (1993) je v svoji raziskavi z leksično metodo prišel do sinonimnih klastrov za pozitivni del ekstravertnosti: ognjevitost, družabnost, igrivost, ekspresivnost, spontanost, itd. Indikatorji introvertnosti pa naj bi bili: molčečnost, zadržanost, plahost, neagresivnost, itd. Ekstravertnost je obsežno raziskana osebnostna dimenzija s stotinami raziskav o njeni povezanosti s kognitivnimi, emocionalnimi in socialnimi spremenljivkami (Avsec, 2007).

Zanimive raziskave o ekstravertnosti dokazujejo, da:

- osrednja značilnost ekstravertnosti ni sociabilnost, temveč občutljivost na potencialne nagrade: gre za tendenco k doživljanju incentivnega motivacijskega stanja, ki spodbuja in usmerja k cilju usmerjeno vedenje (Diener, Suh in Shao, 2000).
- se ekstravertom zdijo socialne situacije bolj nagrajujoče, vendar ne zato, ker so bolj sociabilni, temveč ker so bolj občutljivi na nagrade, kot so toplota, naklonjenost in emocionalna povezanost (Lucas in Deiner, 2001).

Tudi Ashton, Lee in Paunonen (2002) trdijo, da želja po socialnih interakcijah ni osrednja značilnost ekstravertnosti. Predpostavljajo, da se le-ta nanaša na težnjo po aktivni vključenosti v socialno okolje.

2.3.2. Nevroticizem

Nevroticizem odraža medosebne razlike v doživljanju sveta kot ogrožajočega, problematičnega in stresnega. Posamezniki z močno izraženim nevroticizmom so anksiozni, ranljivi, primanjkuje jim samozaupanja, so slabe volje.

Osebe z visoko izraženim nevroticizmom prepoznamo po nagnjenosti k pogostim intenzivnim obdobjem negativnih emocij, nesproščenosti, preobčutljivosti na stres, nezadovoljstvom s seboj, itd.. (Avsec, 2007).

To potrjujejo raziskave, ki pravijo, da posamezniki z visoko stopnjo nevroticizma poročajo o stalnem nezadovoljstvu s seboj in z okoljem. Na splošno so nezadovoljni z življenjem (Brief, Butcher, George in Link, 1993; Avsec, 2007).

2.3.3. Sprejemljivost (prijaznost)

Ta lastnost se nanaša na motivacijo vzdrževanja pozitivnih odnosov z drugimi (Graziano in Eisenberg, 1997). Ker opisuje našo sposobnost razumevanja z drugimi, bi moral biti njen vpliv najbolj viden na področju socialne prilagojenosti. Rezultati kliničnih in nekliničnih vzorcev so pokazali na povezanost sprejemljivosti s socialnim statusom med vrstniki in samospoštovanjem.

2.3.4. Vestnost

Vestnost vključuje podlastnosti, ki se nanašajo na socialno predpisani vedenjski in kognitivni nadzor nad seboj, kot so odgovornost, pozornost, previdnost, vztrajnost, itd..

Costa in McCrae (1992) opisujeta osebe z visoko stopnjo vestnosti kot osebe z močno voljo, ki si rigidno in utesnjujoče strukturirajo življenje. (Avsec, 2007)

Raziskave kažejo na pomembnost vestnosti za tako učni uspeh kakor tudi splošno delavno uspešnost (Barrick in Mount, 1991).

2.3.5. Odprtost za izkušnje

Goldberg (1990) je v okviru petega faktorja z leksičnim raziskovanjem dobil klastre intelektualnost, globina, premišljenost, inteligentnost, kreativnost, radovednost, razgledanost...

Griffin in Hesketh (2004) menita, da bi lahko glede na vsebino facete odprtosti ločili v dve poddimenziji:

1. odprtost za zunanje vidike sebe (aktivnost, ideje, vrednote)
2. odprtost za notranje vidike sebe (domišljija, občutja, estetika)

Costa in McCrae (1992) sta mnenja, da posameznikov slog učenja opredeljuje kombinacija vestnosti in odprtosti za izkušnje. Tako naj bi bile najbolj vestne in odprte osebe najuspešnejše v šoli, saj združujejo resnično ljubezen do učenja z marljivostjo in organiziranostjo. Ta raziskava se na šolski uspeh sicer ne osredotoča, bi pa bilo zanimivo raziskovati povezavo med prej omenjenimi lastnostmi in šolskim uspehom in tehnikami učenja, zato predlagava nadaljnje raziskave v to smer.

2.4. Socialno primerjanje

Socialno primerjanje nastopa v kontekstu te raziskovalne naloge kot medij, s katerim uporabniki vrednotijo stvari, ki jih vidijo na družbenih omrežjih. Tako lahko za razlago pomembnosti te družbene aktivnosti uporabimo Festingerjevo teorijo socialnega primerjanja, pri kateri je primerjanje z drugimi predpostavljeno kot rešitev za potrebo po samovrednotenju.

Da pa sploh pride do socialnega vrednotenja stvari, morata biti zadoščena vsaj dva faktorja, to sta pomembnost/relevantnost primerjanega ter podobnost z osebo, s katero se primerjamo. Najprej nam mora biti dimenzija oziroma področje primerjanja sploh relevantno. *Primer: Če je dijaku bolj pomemben socialni status kot učni uspeh, se bo prej primerjal z drugimi na področju statusa.*

Na vprašanje, s kom se sploh primerjamo, odgovori drugi faktor. Na splošno se primerjamo z nami podobnimi, naj si bodi karakteristika (spol, barva las, rasa) ali sposobnost (oba sta podobno sposobna na nekem področju). *Primer: dijak s slabim učnim uspehom se ne bo primerjal z uspehom odličnjaka, ampak z drugim dijakom podobnega uspeha.*

Socialno primerjanje lahko poteka v dveh različnih smereh:

- Navzgor (z ljudmi, katerih primerjano lastnost vrednotimo višje od naše): Ta smer primerjanja nam relevantnih področij nas vzpodbudi in nam zagotovi informacije za lastni napredek, vendar pa v mnogih primerih škodi naši samozavesti (Tesser, 1998). Po drugi strani pa lahko primerjanje nam irelevantnih področij vzbudi občutke

navdušenja in občudovanja dosežkov in sposobnosti drugih brez negativnih občutkov.

- Navzdol (s tistimi, ki imajo po našem mnenju slabšo določeno sposobnost/lastnost): Pri teh primerjanjih se dvigne naše samovrednotenje, kar vodi do občutka samookrepiteve.

Tabela 1: Pozitivni in negativni učinki različnih smeri socialnega primerjanja:

	Primerjanje “navzgor”	Primerjanje “navzdol”
Pozitivni učinki	Upanje, navdih	Hvaležnost
Negativni učinki	Nezadovoljstvo, zavist	Prezir

Zgornja tabela prikazuje pozitivne in negativne učinke socialnega primerjanja. Primerjanje “navzgor” v nas vzbudi upanje in navdih, z njim pa lahko občutimo tudi nezadovoljstvo nad sabo in zavist. Po drugi strani pa nam primerjanje “navzdol” lahko prinaša občutke hvaležnosti za to, kar imamo, vendar pa obstaja možnost, da do primerjane osebe občutimo prezir.

3. Cilji in hipoteze

Prvi cilj raziskovalne naloge je ugotoviti stanje količine uporabe DO, odnosa dijakov do DO ter občutenja pojava FOMO med dijaki prvih letnikov Gimnazije Kranj.

Jedro raziskave pa predstavlja iskanje korelacij med štirimi osebnostnimi lastnostmi (ekstravertnost, nevroticizem, sprejemljivost in odprtost za izkušnje, izpustila pa sva vestnost, kar je utemeljeno v poglavju "4.2.1. Pripomočki") ter dejavnikoma:

- Količina uporabe DO na dan
- Intenziteta občutenega FOMO

Med seboj bova torej na primerih posameznih dijakov primerjala stopnjo izraženosti določene osebnostne lastnosti, količino uporabe DO in intenziteto občutenega FOMO.

Ker v dosedanjih raziskavah nisva našla podatkov o razlikah občutenega FOMO med spoloma, bova preverjala tudi morebitne razlike uporabe DO in občutenja FOMO med spoloma.

Po skrbnem pregledu že obstoječe literature o pojavu FOMO in modela osebnosti "Big Five" (slo. "Pet velikih faktorjev osebnosti") sva postavila naslednje hipoteze:

H1: Dijaki, ki količinsko več uporabljajo DO, kažejo močnejše simptome FOMO. To predpostavlja, ker se z večjo količino uporabe poveča število videnih objav, ki predstavljajo priložnost za socialno primerjanje, ki lahko vzbudi občutenje FOMO. Videne objave lahko vsebujejo tudi npr. fotografije iz druženj, na katere posameznik ni bil povabljen, kar spet pomeni povečano možnost za občutenje FOMO.

H2: Močno ekstravertni dijaki čutijo šibkejši FOMO in količinsko več uporabljajo DO. Razlog za najino sklepanje je dejstvo, da so ekstravertni dijaki bolj vključeni v družbo, zato so hkrati povabljeni in prisotni na zabavah in druženjih. Za zadovoljevanje svoje potrebe po socialnih interakcijah se poslužujejo tudi družbenih omrežij v večji meri kot introvertni dijaki.

H3: Dijaki z močno izraženim nevroticizmom občutijo močnejši FOMO in količinsko več uporabljajo DO. Glede na njihovo lastnost občutljivosti na grožnje iz okolja (med katere spadajo tudi objave, ki lahko škodijo njihovi samopodobi) sklepava, da bodo močno nevroticistični dijaki občutili več FOMO. Ker dijaki z močno izraženim nevroticizmom stalno oprezajo za grožnjami iz okolja, predvidevava, da za to uporabljajo tudi DO, kar bi se lahko pokazalo v povečani

količini uporabe DO.

H4: Dijaki z močno izraženo odprtostjo občutijo šibkejši FOMO in količinsko več uporabljajo DO. Glede na njihovo značilno premišljenost in močne vrednote predpostavlja, da dijaki z močno izraženo odprtostjo čutijo šibkejši FOMO, saj se zavedajo, da so objave na DO pogosto nerealistične, zato so na negativne učinke socialnega primerjanja in s tem občutenju FOMO bolj odporni. Sklepava, da zaradi svoje radovednosti in razgledanosti preživijo na DO veliko časa, saj s tem povečajo dotok informacij, s katerim zadovoljujejo svojo potrebo po informiranosti.

H5: Ženske občutijo več FOMO kakor moški in količinsko več uporabljajo DO.

Količinsko večja uporaba DO in komunikacijskih kanalov na splošno je znan stereotip žensk. Za to hipotezo sicer nimava teoretične podlage, vendar sva jo zaradi zanimivosti vseeno vključila v raziskavo.

4. Metoda

4.1. Udeleženci

Anketni vprašalnik je ustrezno izpolnilo 172 od 174 dijakov prvih letnikov Gimnazije Kranj, starih med 15 in 16 let, od tega 66 moških (38,4%) in 106 žensk (61,6%).

Vprašalnik so rešili tako dijaki, ki preživijo na DO zelo malo časa na dan, kakor tudi tisti s štiriurno uporabo DO na dan

4.2. Pripomočki

Teoretično podlago sva pridobila s proučevanjem pisnih in spletnih virov, ki so navedeni v poglavju Viri.

Vsak anketiranec je izpolnil enak anketni vprašalnik (glej prilogo 1.1), ki sva ga razdelila na štiri dele:

1. Spol in količina uporabe dnevno.
2. Odnos do DO in njihove uporabe.
3. Osebnostna analiza (ekstravertnost, nevroticizem, sprejemljivost, odprtost).
4. Stopnja občutenega FOMO.

Vsa vprašanja so bila zaprtega tipa z izjemo situacijske uporabe DO (*Primer: "DO uporabljam tik pred spanjem"*) z možnostjo "*drugo*", ki je dopuščala lastne odgovore.

V vprašalniku sva uporabila vprašalnike BFI (Big Five Inventory) in FOMO ter sklop šestih trditev o odnosu do DO, ki sva ga skupaj z mentorico oblikovala sama glede na najina zanimanja o pojavu FOMO ter postavljene hipoteze.

4.2.1. Vprašalnik BFI ("The Big Five Inventory")

Vprašalnik meri stopnjo izraženosti petih osebnostnih lastnosti (faktorjev osebnosti). Originalni vprašalnik obsega 44 postavk, do katerih se jih približno petina nanaša na vsakega izmed petih faktorjev osebnosti na podlagi pridevnikov, ki so jih avtorji določili kot facete teh faktorjev (Avsec, 2007). V vprašalnik sva vključila štiri izmed petih osebnostnih lastnosti, izpustila pa

sva lastnost vestnost, saj področja, na katerih se lastnost izraža, ne sovpadajo z najinim področjem raziskovanja ter postavljenimi hipotezami.

Zmanjšala sva tudi število postavk za preverjanje posameznih lastnosti, tako da so anketiranci za vsako izmed štirih osebnostnih lastnosti ovrednotili po pet trditev ("sploh se ne strinjam" - "popolnoma se strinjam"), kjer pomeni "sploh se ne strinjam" 1 točko in "popolnoma se strinjam" 5 točk. Med trditvami so bile tudi nekatere z obratnim vrednotenjem (1=5; 2=4, itd..). Na podlagi seštetih točk sva izraženost določene osebnostne lastnosti razdelila v 5 jakostnih skupin izraženja:

1. Šibko izražena: 5 - 10 točk
2. Srednje šibko izražena: 11 - 15 točk
3. Srednje močno izražena: 16 - 20 točk
4. Močno izražena: 21 - 25 točk

4.2.2. Vprašalnik FOMO

Vprašalnik FOMO (Przybylski, 2013) meri stopnjo občutenega strahu pred zamujanjem oziroma izpuščanjem zanimivega dogajanja naših vrstnikov. Sestavlja ga 10 trditev, ki jih anketiranec ovrednoti ("nikoli" - "vedno"), kjer "nikoli" pomeni 0 točk in "vedno" pomeni 4 točke. V vprašalnik sva vključila vseh 10 trditev originalnega vprašalnika, zato sva povzela tudi prvoten kriterij razvrščanja v jakostne kategorije občutenja FOMO:

1. Brez znakov FOMO: 0 - 14 točk
2. Tveganje pojavitve FOMO: 15 - 22 točk
3. Zmerno prisoten FOMO: 23 - 29 točk
4. Ekstremno prisoten FOMO: 30 - 40 točk

4.2.3. Odnos do DO

Anketiranci so svoj odnos do DO in njihove uporabe opisali skozi vrednotenje šestih trditev, ki sva jih postavila sama glede na najine izkušnje z DO, zanimanja o problemu prekomerne uporabe DO in hipoteze te raziskave. Trditve so vrednotili z od "Ne drži" do "Drži":

1. DO namenim več časa, kot bi si želel.
2. Več časa namenim komuniciranju preko DO kot v živo.
3. Po uporabi DO imam pogosto občutek, da sem zapravljaj čas.

4. Med šolskim odmorom pogosto uporabljam DO.
5. Želim si, da bi moji prijatelji preživeli manj časa na DO.
6. DO na splošno znižujejo moje zadovoljstvo nad življenjem.

4.3. Postopek

Po poizkusni izvedbi ankete med najinimi sošolci, s katero sva preverila, če je vprašalnik razumljiv in jedrnat, sva ga razdelila anketirancem v obliki digitalne ankete med poukom informatike.

Zbrane podatke sva vnesla v program Excel, kjer sva jih analitično obdelala. Obdelane podatke sva nato izvozila v analitični program SPSS, s katerim sva podatke lahko prikazala v različnih vrstah grafov, tabel in krožnih prikazov. Program nama je omogočil tudi računanje korelacij med posameznimi dejavniki.

Med analizo podatkov sva opazila nadvse veliko podobnost med stopnjami izraženosti dveh osebnostnih lastnosti najinega vzorca, to sta ekstravertnost in sprejemljivost. Zato sva se odločila, da sprejemljivost iz hipotez izločiva in se osredotočiva le na ekstravertnost.

5. Analiza rezultatov in interpretacija

5.1. Opis vzorca

Anketiranih je bilo 174 dijakov Gimnazije Kranj, od tega 66 moških (38,4%) in 106 žensk (61,6%). Vsi so bili dijaki prvega letnika, to pomeni starost 15-16 let. Od tega sta bili le dve anketi neveljavni, torej 172 veljavnih odgovorov.

5.2. Količina uporabe dijakov Gimnazije Kranj



Slika 1: Količina uporabe DO

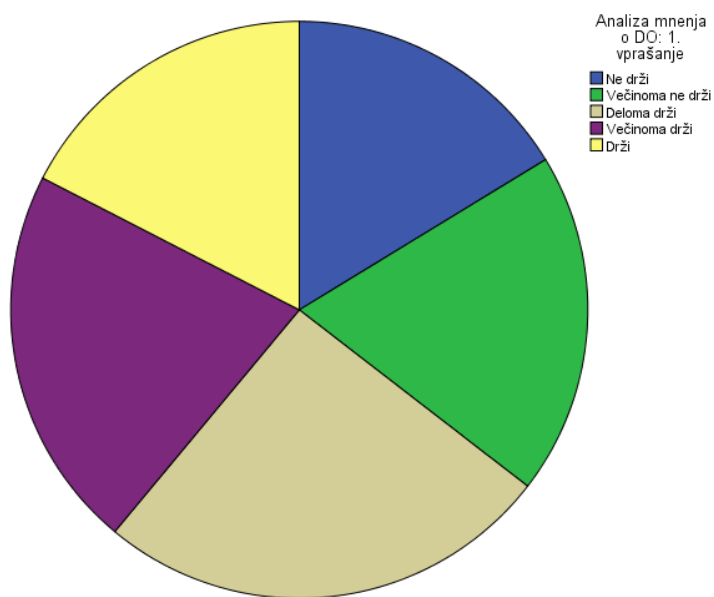
Večina dijakov naše šole DO uporablja eno do dve uri na dan. Od vseh anketirancev jih 43,6% uporablja v tem količinskem razredu. Približno 26,2% pa jih uporablja dve do štiri ure na dan. Nekoliko manj jih uporablja manj kot eno uro in to 19,8% anketirancev. Najmanj jih je izbralo možnost 4 ali več ur in to le dvajset, kar je 11,6% Slednji podatki kažejo na pričakovano zmerno uporabo DO.

5.3. Analiza splošnega mnenja do DO

Ta del vprašalnika se je nanašal na splošno mnenje anketiranca do DO ter mnenje o njihovih posledicah. Ta del sva vključila predvsem zaradi analize splošnega večinskega mnenja dijakov Gimnazije Kranj. Sestavljen je bil iz 6 vprašanj.

5.3.1. Družbenim omrežjem namenim več časa, kot bi si želel.

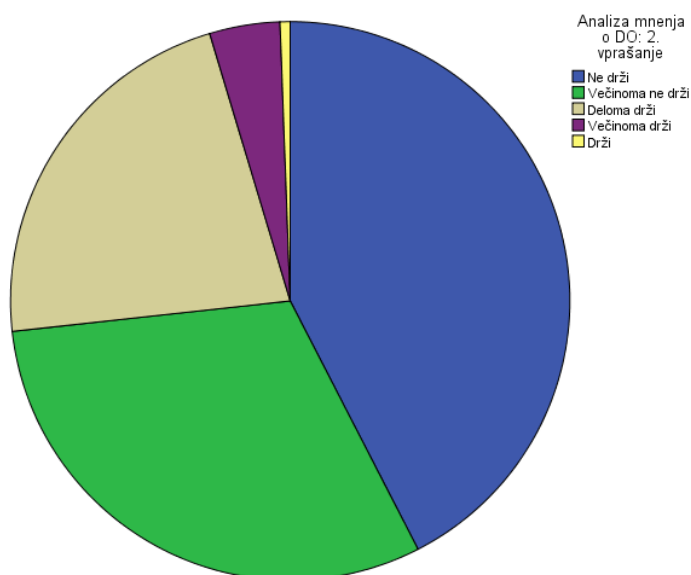
Večina dijakov se s to trditvijo delno strinja. Kar 44 dijakov je izbralo to možnost. Druga najbolj izbrana možnost s kar 37 odzivi je bila, da se s to trditvijo večinoma strinja. 32 dijakov se s to trditvijo večinoma ne strinja. S to trditvijo se popolnoma strinja 31 dijakov, najmanj izbrana možnost pa je bila, da se s to trditvijo popolnoma ne strinja. To možnost je izbralo le 28 dijakov.



Slika 2: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 1. Vprašanje

Glede na majhne razlike med številom izbranih možnosti lahko trdimo, da je zadovoljstvo s količino namenjenega časa DO relativno enakomerno razporejen.

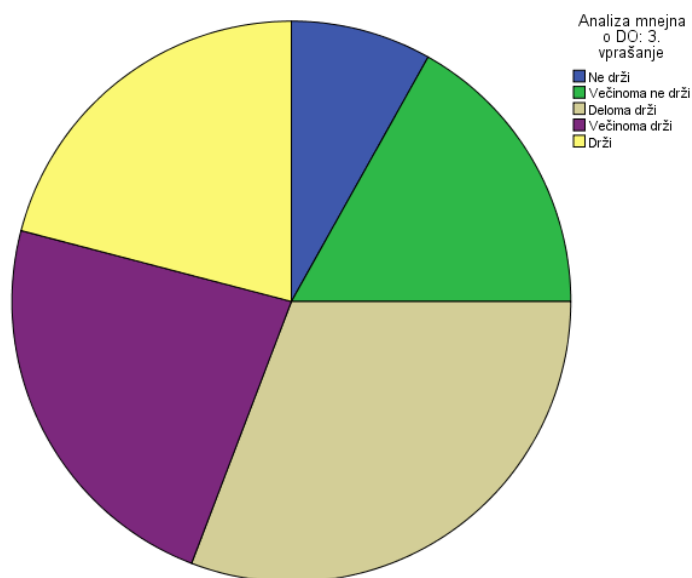
5.3.2. Več časa namenim komuniciranju preko DO kot v živo.



Slika 3: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 2. vprašanje

Pri tem vprašanju se izrazito veliko anketirancev s to trditvijo ni strinjalo. Kar 73 dijakov je izbralo to možnost in le en dijak se s to trditvijo strinja, kar kaže da večino dijakov še vedno kot primaren način komunikacije uporablja komuniciranje v živo. Delež dijakov, ki se s to trditvijo strinja, z vsakim bolj pritrdilnim odgovorom upada.

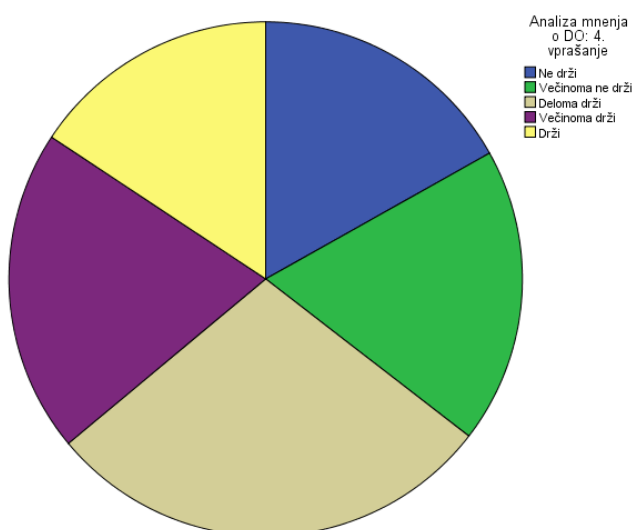
5.3.3. Po uporabi družbenih omrežij imam občutek, da sem zapravljaj čas.



Slika 4: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 3. vprašanje

Največje število anketirancev se s to trditvijo le deloma strinja. Kar 53 dijakov je izbralo to možnost. Druga najbolj popularna izbira je bila, da se s to trditvijo deloma strinjajo. To možnost je izbralo 40 anketirancev, medtem ko se popolnoma strinja s to trditvijo kar 36 anketirancev. Najmanj anketirancev se s to trditvijo ne strinja in to le 14.

5.3.4. Med šolskim odmorom pogosto uporabljam DO.



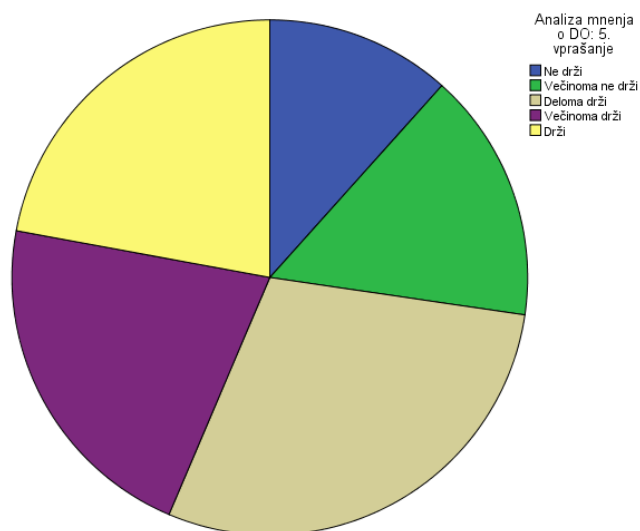
Slika 5: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 4. vprašanje

Podobno kot pri mnogih drugih vprašanjih ima ta svoj modus pri srednjem odgovoru, to pomeni, da se dijaki s tem le deloma strinjajo. Ta odgovor je izbralo kar 49 dijakov, medtem ko je bila druga najbolj izbrana možnost (35 odgovorov) ta, da se s to trditvijo večinoma strinjajo. Najmanj izbrana možnost je bila, da se s to trditvijo strinjajo.

To indicira relativno enakomerno in zmerno uporabo družbenih omrežij med šolskimi odmori.

5.3.5. Želim si, da bi moji prijatelji preživeli manj časa na DO.

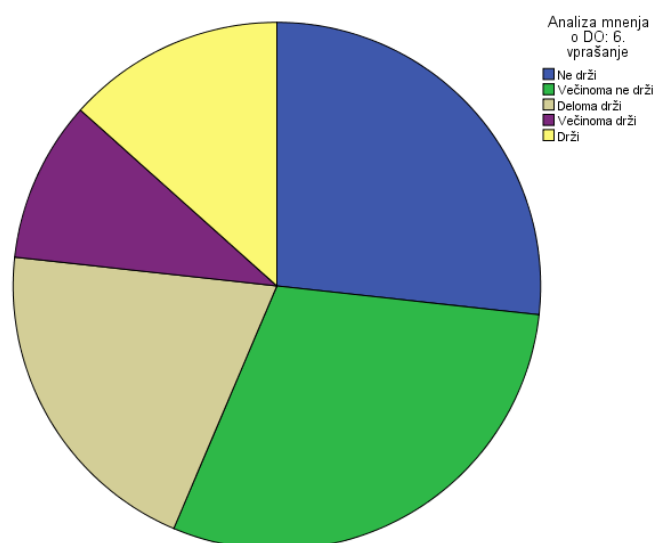
Ponovno je bila najbolj izbrana možnost srednja (deloma drži), vendar v tem primeru pogostost izbranih odgovorov ni v skladu z normalno porazdelitvijo, saj je bila druga najbolj izbrana možnost "drži". Izbralo jo je kar 38 dijakov. 37 dijakov je izbralo možnost, da se s to trditvijo večinoma strinjajo, medtem ko je najmanj dijakov izbralo možnost, da se s to trditvijo ne strinja.



Slika 6: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 5. Vprašanje

To pomeni, da so v večini primerov dijaki nezadovoljni s količino časa, ki njihovi prijatelji namenijo DO.

5.3.6. DO na splošno znižujejo moje zadovoljstvo nad življenjem.

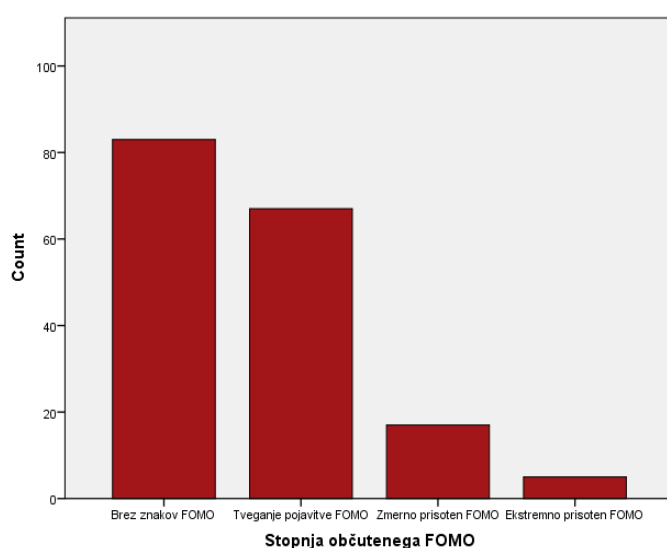


Slika 7: Analiza mnenja do družbenih omrežij: 6. vprašanje

Ponovno eden redkih primerov, ki ni v skladu z normalno porazdelitvijo, saj je bila tukaj najbolj izbrana možnost, da se s to trditvijo večinoma ne strinjajo. Kar 51 dijakov je izbralo to možnost. Po pogostosti izbire je bil takoj za to možnostjo najbolj popularen odgovor, da se s to trditvijo dijaki ne strinjajo - 46 anketirancev je izbralo to možnost.

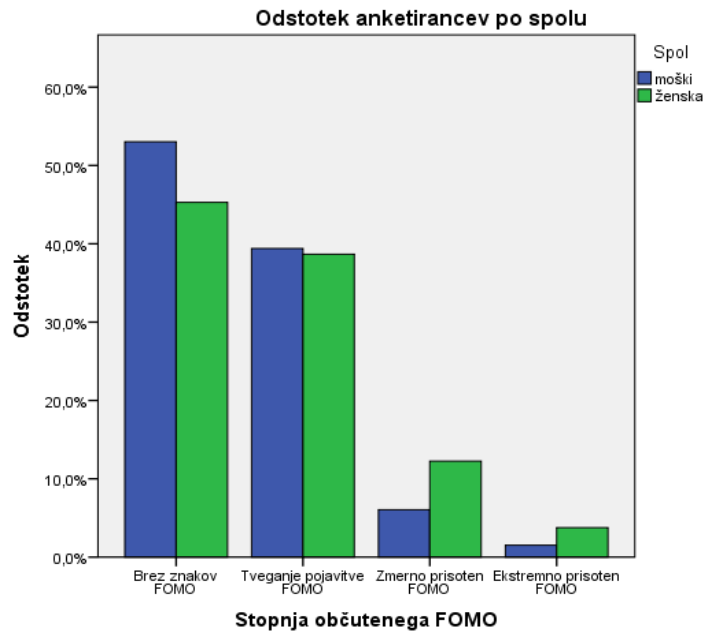
5.4. Prisotnost FOMO

FOMO se pri približno polovici dijakov ne kaže. Kljub temu pa veliko število dijakov kaže rahle znake in s tem tveganje pojavitve FOMO. Iz grafa števila dijakov glede na stopnjo občutenega FOMO vidimo, da je dijakov z ekstremno prisotnim FOMO zelo malo ($n=5$).



Slika 8: Stopnja občutenega FOMO

Kljub temu pa je vredno pogledati odstotek anketirancev glede na spol. Na grafu lahko zasledimo, da je FOMO rahlo bolj prisoten pri ženskah kot pri moških. Popolnoma brez znakov FOMO je več kot polovica moških, medtem ko je pri ženskah le približno 45%.



Slika 9: Stopnja občutenega FOMO po spolu

5.5. Preverjanje hipotez

5.6.1. H1: Dijaki, ki količinsko več uporabljajo DO, kažejo močnejše simptome FOMO.

Gre za predpostavko o pozitivni korelaciji med količino uporabe ter stopnjo občutenega FOMO. Naslednja tabela kaže število anketirancev, ki so razporejeni glede na uporabo ter stopnjo občutenega FOMO. Glede na to, da se najvišje številke v stolpcih ter vrsticah pojavljajo ob diagonali tabele, lahko to hipotezo potrdimo.

Te dve spremenljivki kažeta veliko stopnjo korelacije, tudi do koeficienta 0,261.

Če predpostavka ne bi bila pravilna in ne bi obstajala nobena vrsta korelacije med tema dvema spremenljivkama, se najbolj pogosti podatki ne bi vsi nahajali ob diagonali tabele.

Tabela 2: Količina uporabe v urah (stolpci) ter stopnja prisotnosti FOMO (vrstice)

	1>	1-2	2-4	4<	Skupni seštevek
Brez znakov FOMO	21	40	15	7	83
Tveganje pojavitne FOMO	10	29	19	9	67
Zmerno prisoten FOMO	1	5	9	2	17
Ekstremno prisoten FOMO	0	1	3	1	5
Skupni seštevek	32	75	46	19	172

5.6.2. H2: Močno ekstravertni dijaki čutijo šibkejši FOMO in količinsko več uporabljajo DO.

Tukaj gre za predpostavko, da je ekstravertnost v pozitivnem premem sorazmerju s količino uporabe ter stopnjo izraženega FOMO.

Najprej si oglejmo prvi del trditve glede korelacije med ekstravertnostjo ter stopnjo izraženega FOMO.

Ponovno bomo podatke predstavili v obliki tabele.

Glede na to, da pri močno ekstravertnih dijakih še vedno ni mogoče zaslediti velike stopnje FOMO, lahko to hipotezo ovržemo.

Tabela 3: Stopnja prisotnosti FOMO (stolpci) ter Stopnja izražene ekstravertnosti (vrstice)

	Brez znakov FOMO	Tveganje pojavitve FOMO	Zmerno prisoten FOMO	Ekstremno prisoten FOMO	Skupni seštevek
Šibko izražena	2	0	1	1	4
Srednje šibko izražena	26	23	5	2	56
Srednje močno izražena	34	35	7	1	77
Močno izražena	21	9	4	1	35
Skupni seštevek	83	67	17	5	172

Glede drugega dela trditve pa moramo posebej pogledati odnos med stopnjo ekstravertnosti dijakov ter njihovo uporabo.

Med ekstravertnostjo ter količino uporabe obstaja le delna in majhna korelacija. Ker se podatki ne razlikujejo po stopnji ekstravertnosti lahko to hipotezo ovržemo. Majhna korelacija še vedno je, vendar se po odstotkih razmerje ne premika sorazmerno.

Tabela 4: Količina uporabe v urah (stolpci) ter stopnja izražene ekstravertnosti (vrstice)

	1>	1-2	2-4	4<	Skupni seštevek
Šibko izražena	2	0	2	0	4
Srednje šibko izražena	9	24	19	4	56
Srednje močno izražena	17	35	15	10	77
Močno izražena	4	16	10	5	35
Skupni seštevek	32	75	46	19	172

5.6.3. H3: Dijaki z močno izraženim nevroticizmom občutijo močnejši FOMO in količinsko več uporabljajo DO.

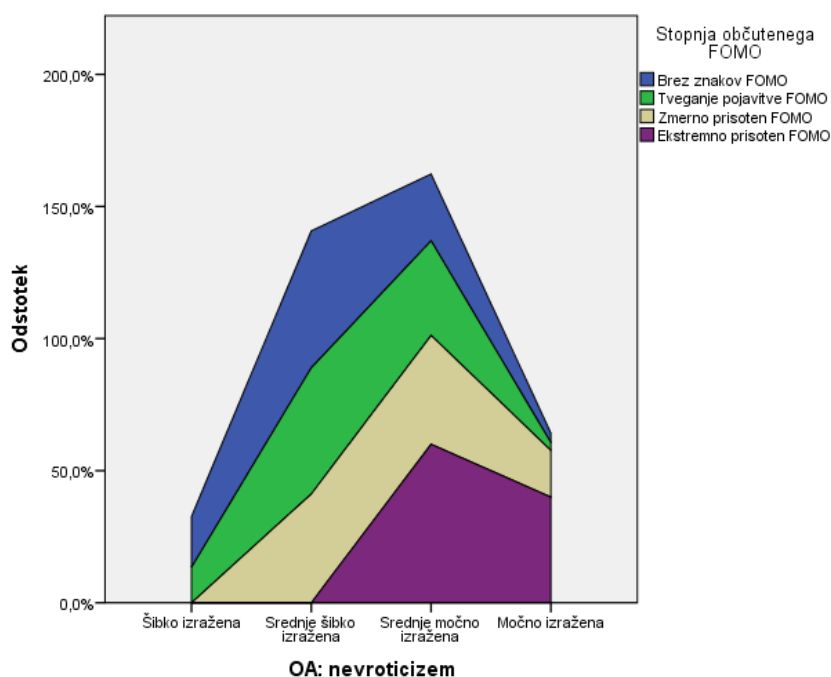
Ponovno bomo morali pogledati razporeditev anketirancev glede na stopnjo nevroticizma ter količino uporabe oz. stopnjo FOMO. Najprej si oglejmo tabelo, kjer bo predstavljena korelacija med stopnjo nevroticizma ter stopnjo izraženega FOMO.

Tabela 5: Stopnja prisotnosti FOMO (stolpci) ter stopnja izraženega nevroticizma (vrstice)

	Brez znakov FOMO	Tveganje pojavitve FOMO	Zmerno prisoten FOMO	Ekstremno prisoten FOMO	Skupni seštevek
Šibko izražena	16	9	0	0	25
Srednje šibko izražena	43	32	7	0	82
Srednje močno izražena	21	24	7	3	55
Močno izražena	3	2	3	2	10
Skupni seštevek	83	67	17	5	172

Ponovno lahko opazimo, da je največ primerov prav okoli diagonale te tabele, kar nakazuje na korelacijo. V tem primeru celo večjo kot pri količini uporabe. Koeficient korelacije je v tem primeru kar 0,312.

Korelacija se jasno vidi tudi v naslednjem diagramu:



Slika 10: Diagram stopnje izraženega FOMO ter nevroticizma

Glede na to, da je na začetku največja površina modra, na koncu pa vijolična, to indicira na dejstvo, da korelacija res obstaja.

Ponovno lahko drugi del te trditve predstavimo v obliki tabele.

Tabela 6: Količina uporabe v urah (stolpci) ter stopnja izraženega nevroticizma (vrstice)

	1>	1-2	2-4	4<	Skupni seštevek
Šibko izražena	7	12	4	2	25
Srednje šibko izražena	17	38	19	8	82
Srednje močno izražena	7	24	17	7	55
Močno izražena	1	1	6	2	10
Skupni seštevek	32	75	46	19	172

Tudi tukaj je največja količina anketirancev ob diagonalni, kar bi ponovno potrdilo korelacijo. V tem primeru je korelacija sicer manjša, kot pri stopnji občutenega FOMO, vendar se prav tako zasledi naraščanje ob diagonalni. Koeficient korelacije je v tem primeru 0,214.

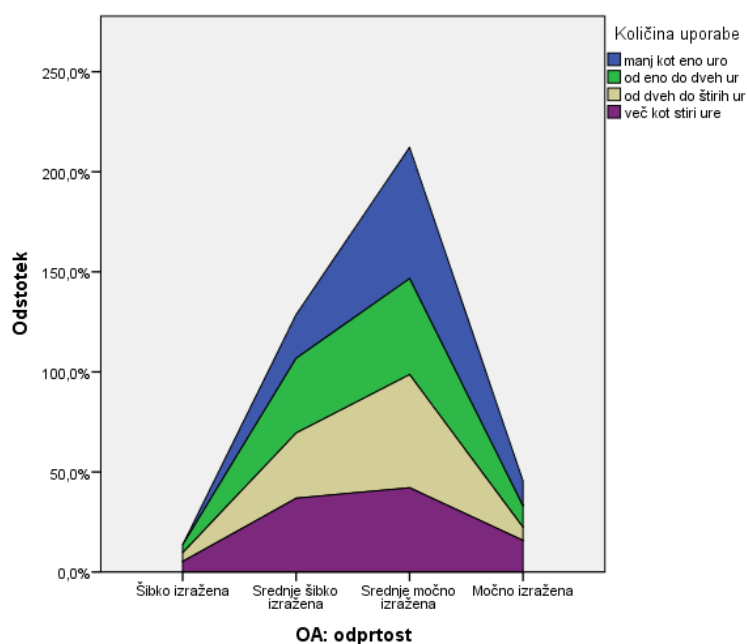
5.6.4. H4: Dijaki z močno izraženo odprtostjo občutijo šibkejši FOMO in količinsko več uporabljajo DO.

Prav tako kot pri prejšnjih hipotezah sva tudi te rezultate predstavila v tabeli.

Tabela 7: Stopnja prisotnosti FOMO (stolpci) ter stopnja izražene odprtosti (vrstice)

	Brez znakov FOMO	Tveganje pojavitne FOMO	Zmerno prisoten FOMO	Ekstremno prisoten FOMO	Skupni seštevek
Šibko izražena	4	2	0	0	6
Srednje šibko izražena	25	27	3	2	57
Srednje močno izražena	46	30	12	3	91
Močno izražena	8	8	2	0	18
Skupni seštevek	83	67	17	5	172

V tem primeru pa lahko vidimo, da se večina anketirancev ne nahaja ob diagonalni, zato korelacije ne štejemo. Tudi koeficient korelacije ni v nobenem primeru nad mejo, kjer bi lahko potrdili korelacijo, zato lahko prvi del hipoteze ovržemo. Tudi če pogledamo graf, lahko vidimo, da za razliko od primera pri nevroticizmu ne opazimo nobenega specifičnega vzorca.



Slika 11: Diagram količine uporabe ter odprtosti

Tudi drugi del hipoteze sva predstavila s tabelo.

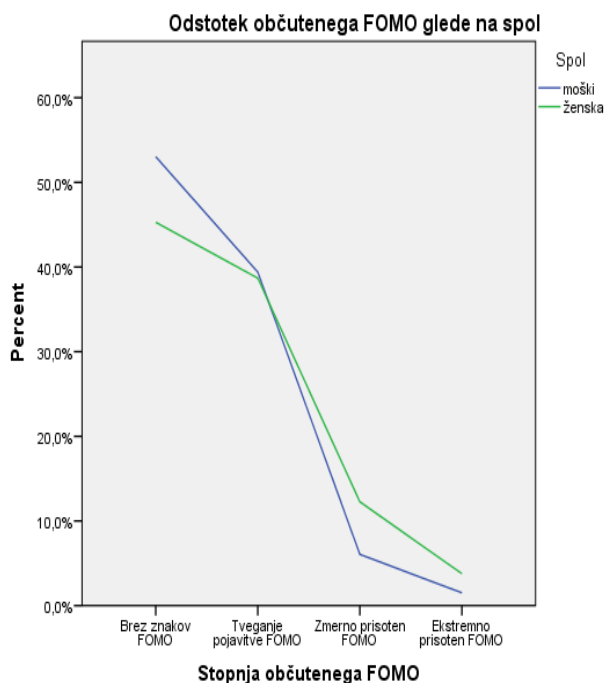
Tabela 8: Količina uporabe v urah (stolpci) ter stopnja izražene odprtosti (vrstice)

	1>	1-2	2-4	4<	Skupni seštevek
Šibko izražena	0	3	2	1	6
Srednje šibko izražena	7	28	15	7	57
Srednje močno izražena	21	36	26	8	91
Močno izražena	4	8	3	3	18
Skupni seštevek	32	75	46	19	172

Ker je pri vsaki kategoriji odprtosti modus pri količini uporabe 1-2 uri dnevno, lahko vidimo, da med tema dvema spremenljivkama ni korelacije. To podkrepi tudi največji koeficient korelacije, ki je 0,104.

5.6.5. H5: Ženske občutijo več FOMO kakor moški in količinsko več uporabljajo DO.

Že pri analizi vzorca je podan graf prisotnosti simptomov FOMO in razlike med spoloma. Če pa podamo te podatke v drugi obliki, je lahko še bolj vidna razlika med spoloma.

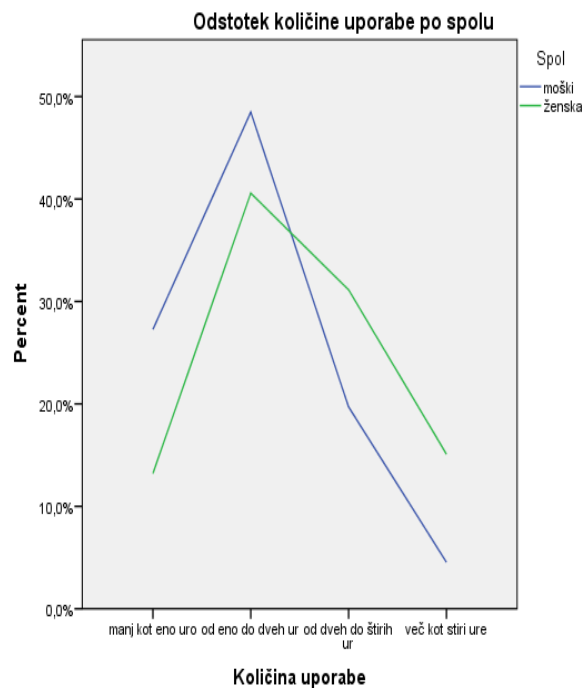


Slika 12: Odstotek občutenega FOMO glede na spol

Kot vidimo, je odstotek žensk brez znakov FOMO nižji kot pri moških, medtem ko je pri

ekstremno prisotnem FOMO ravno nasprotno. Tako lahko vidimo, da je FOMO pri ženski populaciji bolj prisoten, kot pri moški.

Tudi pri količini uporabe gre za podoben primer. Podan je graf odstotka količine uporabe glede na spol.



Slika 13: Odstotek količine uporabe glede na spol

Ponovno lahko opazimo, da je veliko večji delež žensk, ki uporabljajo DO več kot 4 ure na dan, kot pa moških. Hkrati je delež uporabnikov, ki uporabljajo DO le do eno uro na dan, veliko večji pri moških.

6. Sklepi

Bliskovita hitrost razvoja tehnološkega sveta in z njim posledično družbenih omrežij predstavlja izziv tistim, ki to področje želimo podpreti z znanstveno podlago skozi različne raziskave. Ker je za celovito raziskavo določenega področja potrebno veliko časa, so spremembe na raziskovanem področju možne že med samo raziskavo. Poleg tega pa v svetu konstantnega napredka viri zelo kmalu zastarajo, kar povzroča stalen primanjkljaj aktualne statistike in znanstvenih raziskav, iz katerih bi lahko črpali teorijo.

Kljub soočanju s takimi in podobnimi ovirami sva v najini raziskavi uspela uspešno potrditi tri od petih hipotez. Najbolj naju je presenetil rezultat glavne hipoteze raziskave, kjer sva predvidela premo sorazmeren odnos med količino uporabe DO ter stopnjo občutenega FOMO. Izkazalo se je namreč, da je pojav FOMO najbolj pogost med dijaki, ki preživijo na DO 2-4 ure na dan. To nakazuje prisotnost pojava neodzivnosti na preveliko količino dražljajev, kar pomeni, da bo do določene mere povečano število dražljajev povečalo tudi vzpodbujeno aktivnost (v primeru te raziskovalne naloge je vzpodbujena aktivnost kar občutenje pojava FOMO), po tej meji pa bo aktivnost spet upadla. Iz tega lahko sklepamo, da v štirih ali več urah uporabe naletimo na tako veliko število dražljajev, ki vzbujajo občutek FOMO, da nanje postanemo že skoraj neodzivni. Strahu pred zamujanjem in izpuščanjem so torej najbolj izpostavljeni uporabniki, ki se z vrstniki virtualno družijo 2 do 4 ure na dan.

Pravilno sva predpostavila razliko v intenziteti občutenega FOMO med spoloma, ki kaže, da sta močnejše socialno primerjanje in zavidanje, ki sta ena izmed glavnih vzrokov FOMO, prisotna pogosteje pri ženskah kot pri moških.

Prav tako sva odkrila korelacijo med izraženostjo nevroticizma ter stopnjo občutenega FOMO. V tem primeru je bil koeficient korelacije največji. Rahlo manjši, a še vedno dovolj velik koeficient korelacije se je pojavil med izraženostjo nevroticizma ter količino uporabe. Hipoteze o korelaciji ostalih osebnostnih lastnosti z občutenim FOMO pa so bile zavržene.

Nazadnje sva potrdila hipotezo, da ženske kažejo močnejše simptome FOMO ter količinsko več uporabljajo družbena omrežja kot moški.

Možnost za izboljšavo natančnosti pri raziskovalni nalogi se kaže v povečanju anketnega vzorca ter bolj podrobni analizi podatkov – zaradi osredotočenja na FOMO in povezave z njim v poročilo nisva vključila povezav med osebnostnimi lastnostmi ter odnosom dijakov do DO, kar bi bila zanimiva iztočnica za nadaljnje raziskovanje na tem področju.

Prepričana sva, da najina raziskava prinaša s seboj tudi uporabno vrednost. Upoštevajoč najino glavno odkritje, to je razmerje med količino uporabe DO ter stopnjo občutenega FOMO, lahko zanesljivo zmanjšamo negativne vplive DO na nas z zmanjšanjem količine uporabe DO na manj kot 2 uri na dan.

7. Viri

- Abel, Buff, Burr (2014). *Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment*. Sneto z naslova: www.cluteinstitute.com
- Áine Dunne, Margaret-Anne Lawlor, Jennifer Rowley, (2010) "Young people's use of online social networking sites – a uses and gratifications perspective", *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 4 Issue: 1, pp.46-58.
- Avsec, A. (2007). *Psihodiagnostika osebnosti*. Ljubljana: Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Beach, Steven & Tesser, Abraham. (1995). Self-Esteem and the Extended Self-Evaluation Maintenance Model. *Self-esteem and the Extended Self-Evaluation Maintenance Model: The Self in Social Context*.
- Brandtzæg P.B., Heim J. (2009) Why People Use Social Networking Sites. In: Ozok A.A., Zaphiris P. (eds) *Online Communities and Social Computing*. OCSC 2009. *Lecture Notes in Computer Science*, vol 5621. Springer, Berlin, Heidelberg
- Brief, A., Butcher, A., George, J. and Link, K. (1993) Integrating Bottom-Up and Top-Down Theories of Subjective Well-Being: The Case of Health. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Dykman, A. (2012, March 21). The fear of missing out. Retrieved May 2012. Sneto z naslova: <http://www.forbes.com/sites/moneybuilder/2012/03/21/the-fear-of-missing-out/>
- E. Lucas, Richard & Diener, Ed & Grob, Alexander & Suh, Eunkook & Shao, Liang. (2000). Cross-Cultural Evidence for the Fundamental Features of Extraversion. *Journal of personality and social psychology*.
- Ehrler, D. J., Evans, J. G. and McGhee, R. L. (1999), Extending Big-Five theory into childhood: A preliminary investigation into the relationship between Big-Five personality traits and behavior problems in children. *Psychol. Schs.*, 36: 451-458.
- Garcia, S. & Halldorsson, A. (2018). Social comparison. In R. Biswas-Diener & E. Diener (Eds), *Noba textbook series: Psychology*. Champaign, IL: DEF publishers. Sneto z naslova: www.nobaproject.com
- Goldberg, L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American Psychologist*, 48(1), 26-34.
- Gould, D., Horn, T., & Spreeman, J. (1983). Sources of stress in junior elite wrestlers. *Journal of Sport Psychology*, 5, 159-171.
- Graziano, William & M Tobin, Renée. (2002). Agreeableness: Dimension of Personality or Social Desirability Artifact?. *Journal of personality*.

- Hanjun Ko, Chang-Hoan Cho & Marilyn S. Roberts (2013) Internet Uses and Gratifications: A Structural Equation Model of Interactive Advertising, Journal of Advertising.
- Harter S. (1993) Causes and Consequences of Low Self-Esteem in Children and Adolescents. In: Baumeister R.F. (eds) Self-Esteem. The Plenum Series in Social / Clinical Psychology. Springer, Boston, MA
- J Behav Ther Exp Psychiatry. 2012 Dec;43(4)
- Jackson, C.J. & Francis, L.J. Curr Psychol (2004)
- JWT Marketing Communications. (2012, March 7). Fear Of Missing Out.
- JWTIntelligence. (2012, March). Fear of missing out (FOMO).
- Kim, Yoojung & Sohn, Dongyoung & Marina Choi, Sejung. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. Computers in Human Behavior. 27. 365-372.
- Kompare, A., Stražišar, M., Dogša, I., Vec, T., & Curk, J. (2011). Uvod v psihologijo. Učbenik za psihologijo v 2. letniku gimnazijskega in srednjega tehniškega oz. strokovnega izobraževanja. Ljubljana: DZS.
- Leary M., Baumeister R. (2000) Advances in experimental social psychology, Vol. 32, p. 2.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out*. Computers in Human Behavior, 29, 1814-1848.
- Psychol Med. 2012 Mar;42(3)
- R. Barrick, Murray & Mount, Michael. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis.
- R. Goldberg, Lewis. (1991). An Alternative "Description of Personality": The Big-Five Factor Structure.
- Raacke, J. and Bonds-Raacke, J. (2008) MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites. Cyberpsychology & Behavior, 11, 169-174.
- Ridings, C. M. and Gefen, D. (2004), Virtual Community Attraction: Why People Hang Out Online. Journal of Computer-Mediated Communication.
- Ridings, C. M. and Gefen, D. (2004), Virtual Community Attraction: Why People Hang Out Online. Journal of Computer-Mediated Communication
- Schoeck, H. (b.d.). *A Theory of Social Behaviour*. Indianapolis: Liberty Fund.
- www.oxforddictionaries.com
- Zeigler-Hill, V., Besser, A., Myers, E. M., Southard, A. C. and Malkin, M. L. (2013), The Status-Signaling Property of Self-Esteem: The Role of Self-Reported Self-Esteem and Perceived Self-Esteem in Personality Judgments.

9. Priloge

9.1. Anketni vprašalnik