

Mladi za Celje

Mestna občina Celje

Osnovna šola Hudinja

KAKO IN ZA KAJ UPORABLJAMO INTERNET?

raziskovalna naloga

avtorice:

- Nika Kovač, 9.a
- Klara Nussdorfer, 9.a
- Hana Rezec, 9.a

mentor:

- Boštjan Štih

Celje, marec 2011

Osnovna šola Hudinja

KAKO IN ZA KAJ UPORABLJAMO INTERNET?

raziskovalna naloga

avtorice:

Nika Kovač, 9.a

Klara Nussdorfer, 9.a

Hana Rezec, 9.a

mentor:

Boštjan Štih, prof. bio in kem

lektorica:

Petra Galič, prof.slov. jezika

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2011

Kazalo vsebine

Kazalo vsebine	3
Kazalo grafikonov	4
Povzetek	5
1 Uvod	6
1.1 Teoretske osnove	6
1.1.1 Mlajše generacije spreminjajo naravo uporabe interneta	7
Opis raziskovalnega problema	8
1.3 Hipoteze	8
1.4 Raziskovalne metode	9
1.4.1 Pridobivanje podatkov z anketo	9
1.4.2 Statistična obdelava podatkov	10
1.4.3 Priprava pisnega poročila	10
2 Osrednji del	11
2.1 Predstavitev raziskovalnih rezultatov	11
2.1.1 Vzorec anketirancev	11
2.1.2 Rezultati statistične obdelave podatkov	12
2.2 Diskusija	26
3 Zaključek	28
4 Viri in literatura	29

Kazalo grafikonov

Grafikon 1: Vzorec anketirancev.	11
Grafikon 2: Namen uporabe interneta glede na spol	12
Grafikon 3: Namen uporabe interneta glede na starost	13
Grafikon 4: Način komunikacije glede na spol.....	14
Grafikon 5: Način komunikacije glede na starost	15
Grafikon 6: Zanimanje za vsebine glede na spol	16
Grafikon 7: Zanimanje za vsebine glede na starost	17
Grafikon 8: Dnevni čas uporabe interneta glede na spol	18
Grafikon 9: Dnevni čas uporabe interneta glede na starost	19
Grafikon 10: Objavljanje oglasov glede na spol	20
Grafikon 11: Objavljanje oglasov glede na starost	21
Grafikon 12: Srečanja z osebami z interneta glede na spol	22
Grafikon 13: Srečanja z osebami z interneta glede na starost	23
Grafikon 14: Sodelovanje v spletnih igrah na srečo glede na spol	24
Grafikon 15: Sodelovanje v spletnih igrah na srečo glede na starost	25

Povzetek

V naši raziskovalni nalogi smo ugotavljali, kako in za kaj uporabljamo internet. V ta namen smo izvedli spletno raziskavo in na podlagi njenih rezultatov izpeljali statistično obdelavo podatkov, ki so nam dali končen odgovor na izhodiščno vprašanje. Ugotovili smo, da anketiranci najpogosteje uporabljajo internet za svoje vsakdanje delo in zabavo ter da ga najpogosteje uporabljajo 1-2 uri dnevno. Najpogosteje komunicirajo preko elektronske pošte, zanimajo pa jih predvsem dnevne novice ter poslušanje glasbe. Na spletu redkeje objavljajo oglase ter se tudi redkeje srečujejo z osebami, ki so jih spoznali preko interneta. Prav tako jih zelo majhen delež preko interneta igra igre na srečo.

1 Uvod

1.1 Teoretske osnove

6. avgusta 1991 je Tim Berners-Lee javnosti prvič uradno predstavil svoj projekt svetovnega spleta, oziroma World Wide Web-a.

Gre za enega izmed tistih izumov, ki jih pripisujemo eni osebi in ne skupinskemu delu, čeprav internet in pripadajoči mu servisi praviloma rezultirajo iz kumulativnih dosežkov množice sodelujočih. Tudi v tem primeru so pot pred Berners-Lee-jem tlakovali mnogi znanstveniki in strokovnjaki – končno je bilo za vzpostavitev svetovnega spleta najprej postaviti na noge internet in ideja hiperteksta, na katero se navzeuje koncept svetovnega spleta, ni zrasla v Bernersovi glavi – toda kratica WWW in vse tisto, kar se navezuje nanjo, je tako korenito spremenila naša življenja, da si zasluži posebno mesto v zgodovini medsebojnega komuniciranja prav tako kot njen avtor. Svetovni splet in internet sta namreč podobna mejnika kot so bili nekoč železnica, avtomobil in tisk, telegraf in telefon, elektrika in žarnica, radio in televizija, računalniki in mobilna telefonija in kar je še teh vseprisotnih stvari, brez katerih danes preprosto ne moremo več živeti.

Tisto, kar je ostalo in zraslo iz tega, imamo danes, v veliko večjem obsegu kot kdajkoli. Internet je sinonim za svetovni splet in obratno. Ko po širokopasovnih ali Wi-Fi povezavah gledamo video ali poslušamo glasbo, plačujemo račune, iščemo informacije o nakupih, izobraževanju, letovanjih, potencialnih partnerjih, novicah ali pa zgolj preganjamo dolgčas, niti ne pomislimo, da je od rojstva naše digitalne resničnosti in vsakdanjosti preteklo šele petnajst let.

Ko govorimo o pomembnosti svetovnega spleta, lahko za konec omenimo tudi nekaj ultimativnih spletnih servisov, ki jih brez njega v takšni obliki sploh ne bi poznali, pa naj gre za Yahoo ali Amazon, za Hotmail ali eBay, Napster, Kazaa, eMule, Skype, časopisne in izobraževalne portale, spletne trgovine, predstavitvene strani malih podjetnikov in velikih korporacij, telefonske imenike, klepetalnice, galerije, video kamere, bloge, forume, portale spletnih skupnosti, znane in neznane iskalnike, vključno z nepogrešljivim Googlom, podatkovne formate in standarde, pa tudi patente – in še bi lahko naštevali. Vsekakor pa ne smemo pozabiti izjemno veliko število domačih predstavitvenih strani, na katere so milijoni uporabnikov in uporabnic postavili podatke o sebi, bližnjih, svojih konjičkih in znanjih. Nič svetovno usodnega, a izjemno pomembno za njih same in za ljudi, ki so jim blizu. In zdi se, da prav socialno mreženje dela svetovni splet še danes enako vznemirljiv kot je bil pred petimi, desetimi in petnajstimi leti. Da, bilo je hitrih in vznemirljivih petnajst let. Si kdo upa napovedati, kakšen bo splet čez novih petnajst? (Ocvirk 2006)⁴

⁴ Ocvirk, Vasja. Petnajst let svetovnega spleta. september 2006. <http://www.nasvet.com/svetovni-splet/> (poskus dostopa 11. marec 2011).

1.1.1 Mlajše generacije spreminjajo naravo uporabe interneta

Trženjsko svetovalna in raziskovalna družba Valicon in podjetje iPROM sta poleti 2010 izvedla spletno raziskavo o področjih zanimanja uporabnikov interneta. Raziskava je pokazala, da so najpogostejše aktivnosti, ki jih uporabniki opravljajo na internetu, so še vedno branje dnevnih novic in iskanje informacij s pomočjo iskalnikov. Relativno visok delež uporabnikov uporablja internet za ogled video posnetkov, poslušanje glasbe, uporabo družabnih omrežij in aplikacij za takojšnje komuniciranje. Slednji dve aktivnosti imata na dnevni ravni več kot tretjino uporabnikov.

Skoraj dve tretjini uporabnikov se pred nakupom izdelkov vsaj občasno informira o izdelku, katerega namerava kupiti. Delež je tako visok, da lahko predvidimo, da bo internet v naslednjih letih tudi bolj intenzivno vplival na nakupno vedenje potrošnika oziroma na transparentnost in konkurenčnost trga.

Mlajše generacije so tiste, ki v zadnjem času spreminjajo naravo uporabe interneta. Mlajši v večji meri uporabljajo internet kot medij, ki omogoča nove aktivnosti (npr. spletne skupnosti), za starejše generacije anketiranih uporabnikov pa je značilna uporaba interneta na ravni storitev, ki so že prej obstajale »off-line« (npr. branje novic, malih oglasov ipd.). Tako je delež tistih, ki na internetu najpogosteje prebirajo novice, med starejšimi anketiranimi uporabniki skoraj 30 odstotkov, med mlajšimi pa zgolj 10 odstotkov. Po drugi strani pa spletne skupnosti najpogosteje obiskuje 28 odstotkov mlajših in samo 7 odstotkov starejših anketiranih uporabnikov.

Narava uporabe interneta preko dneva kaže, da se aktivnosti glede na čas v dnevu sicer nekoliko razlikujejo, po drugi strani pa je struktura uporabe v delovnem tednu in med vikendom precej podobna. Med tednom je zjutraj na internetu že 22 odstotkov anketiranih uporabnikov, v dopoldanskem času ta delež doseže 38 odstotkov. Med vikendi je ta delež nekoliko nižji, in sicer 17 odstotkov zjutraj in 35 odstotkov dopoldan. Uporaba doseže višek v popoldanskem času, ko v povprečju, tako med tednom kot med vikendom, internet uporablja dve tretjini anketiranih uporabnikov. Zjutraj anketirani uporabniki največ pregledujejo elektronsko pošto, medtem ko v popoldanskem in večernem času bolj pridejo do izraza aktivnosti kot so pregledovanje video vsebin in druženje v spletnih skupnostih. Med vikendom so aktivnosti bolj enakomerno razporejene preko celega dne. (M.U.Z. 2011)³

³ M.U.Z. Mlajše generacije spreminjajo naravo uporabe interneta. 10. marec 2011. <http://www.marketingmagazin.si/novice/mlajse-generacije-spreminjajo-naravo-uporabe-interneta/> (poskus dostopa 11. marec 2011).

Opis raziskovalnega problema

Pri izdelavi raziskovalne naloge so se nam sproti porajala nova in nova vprašanja, od katerih smo nazadnje izluščili naslednja:

1. V kakšne namene anketiranci najpogosteje uporabljajo internet?
2. Na kakšen način anketiranci najpogosteje komunicirajo preko interneta?
3. Katere vsebine na internetu anketirance najpogosteje zanimajo?
4. Koliko časa dnevno anketiranci uporabljajo internet?
5. Ali anketiranci na internetu objavljajo tudi oglase?
6. Ali se anketiranci z osebami, ki so jih spoznali preko interneta, srečajo tudi v živo?
7. Ali anketiranci preko interneta igrajo igre na srečo?

1.3 Hipoteze

Na osnovi raziskovalnih vprašanj smo postavili naslednje hipoteze:

1. Anketiranci internet najpogosteje uporabljajo za vsakdanje delo.
2. Anketiranci najpogosteje komunicirajo preko elektronske pošte.
3. Anketirance na internetu najpogosteje zanimajo dnevne novice, vreme in šport.
4. Anketiranci internet najpogosteje uporabljajo 1 – 2 uri dnevno.
5. Večina anketirancev na internetu še ni objavila oglasa.
6. Večina anketirancev se v živo še ni srečala z osebo, ki so jo spoznali preko interneta.
7. Večina anketirancev ne igra iger na srečo.

1.4 Raziskovalne metode

1.4.1 Pridobivanje podatkov z anketo

Sestavili smo spletni anketni vprašalnik z naslednjimi vprašanji:

1. Spol
 - a) Moški
 - b) Ženski
2. Starost
 - a) Do vključno 14 let
 - b) Od 14 do vključno 18 let
 - c) Od 18 do vključno 30 let
 - d) Nad 30 let
3. V kakšne namene najpogosteje uporabljate internet?
 - a) Za delo (šola, študij, služba)
 - b) Za zabavo
 - c) Za spremljanje novic
 - d) Za spletne nakupe
 - e) Za komunikacijo
4. Na kakšen način najpogosteje komunicirate preko interneta?
 - a) Facebook
 - b) Skype
 - c) MSN
 - d) Elektronska pošta
 - e) Forumi
 - f) Drugo: _____
5. Katere vsebine vas najpogosteje zanimajo na internetu?
 - a) Igranje iger
 - b) Ogled videoposnetki
 - c) Dnevne novice
 - d) Poslušanje glasbe
 - e) Vremenska napoved
 - f) Nagradne igre
 - g) Nakupovanje preko spleta
 - h) Iskanje zaposlitve
 - i) Spolnost
 - j) Moda
 - k) Politika
 - l) Šport
 - m) Drugo: _____

6. Koliko časa dnevno uporabljate internet?
 - a) Manj kot 1 uro.
 - b) 1 - 2 uri.
 - c) 2 - 4 ure.
 - d) Več kot 4 ure.
7. Ali ste kdaj na internetu objavili oglas?
 - 1) Da
 - 2) Ne
8. Ali ste se kdaj srečali z osebo, ki ste jo spoznali preko interneta?
 - a) Da
 - b) Ne
 - c) Nisem iskal poznanstev.
9. Ali kdaj preko interneta igrate igre na srečo? (Loto, Športne stave ...)
 - a) Da
 - b) Ne

Anketo smo objavili na spletnem mestu:

<http://hudinja.mojasola.si/raziskovalna/Lists/Anketa/> ter jo razposlali preko elektronske pošte in omrežja Facebook. Vse prejemnike smo prosili, da jo razpošljejo na čimveč naslovov.

1.4.2 Statistična obdelava podatkov

Najprej smo izločili vse nepopolno izpolnjene vprašalnike. Podatke iz preostalih vprašalnikov smo uredili v tabelo, nato pa s pomočjo filtriranja odgovorov na posamezna vprašanja zbirali podatke o številu anketirancev, ki so ustrezali določenim pogojem. Tako pridobljene podatke smo vpisovali v zbirno tabelo in izračunali posamezne odstotne deleže. Te deleže smo nato uporabili za izdelavo grafikonov.

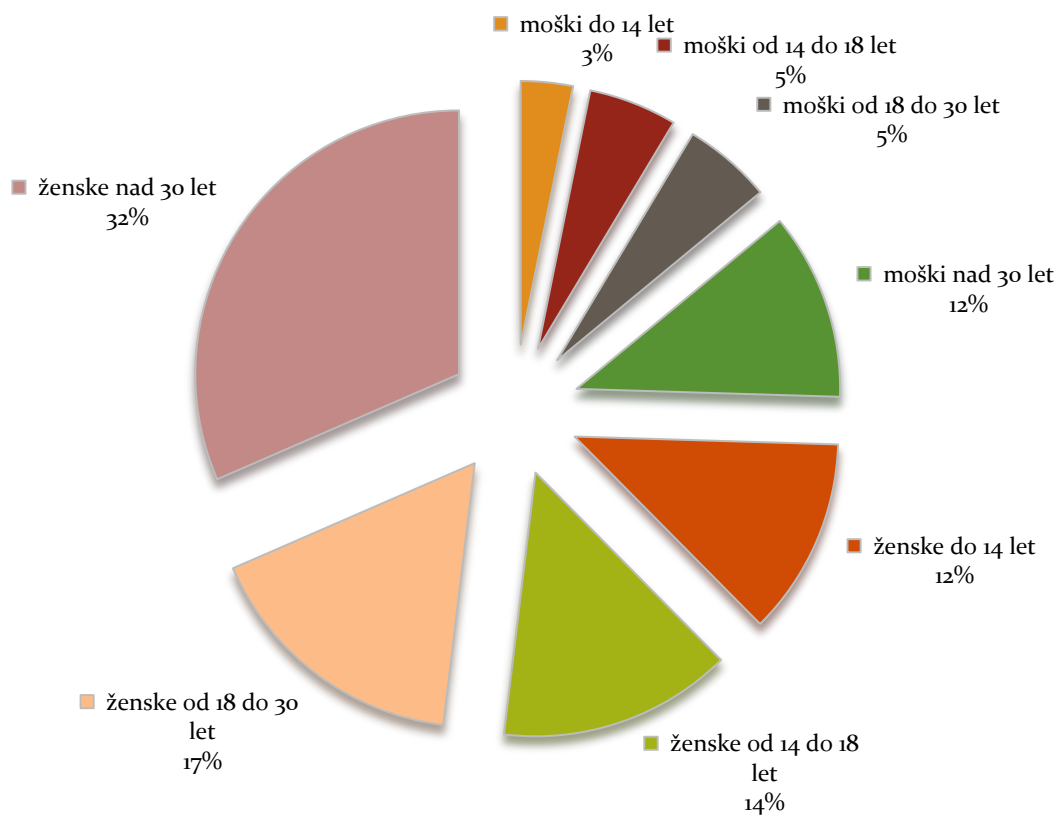
1.4.3 Priprava pisnega poročila

Za analizo ankete, statistično obdelavo ter izdelavo grafikonov smo uporabili program Excel 2010, končno poročilo pa je izdelano s programom Word 2010.

2 Osrednji del

2.1 Predstavitev raziskovalnih rezultatov

2.1.1 Vzorec anketirancev



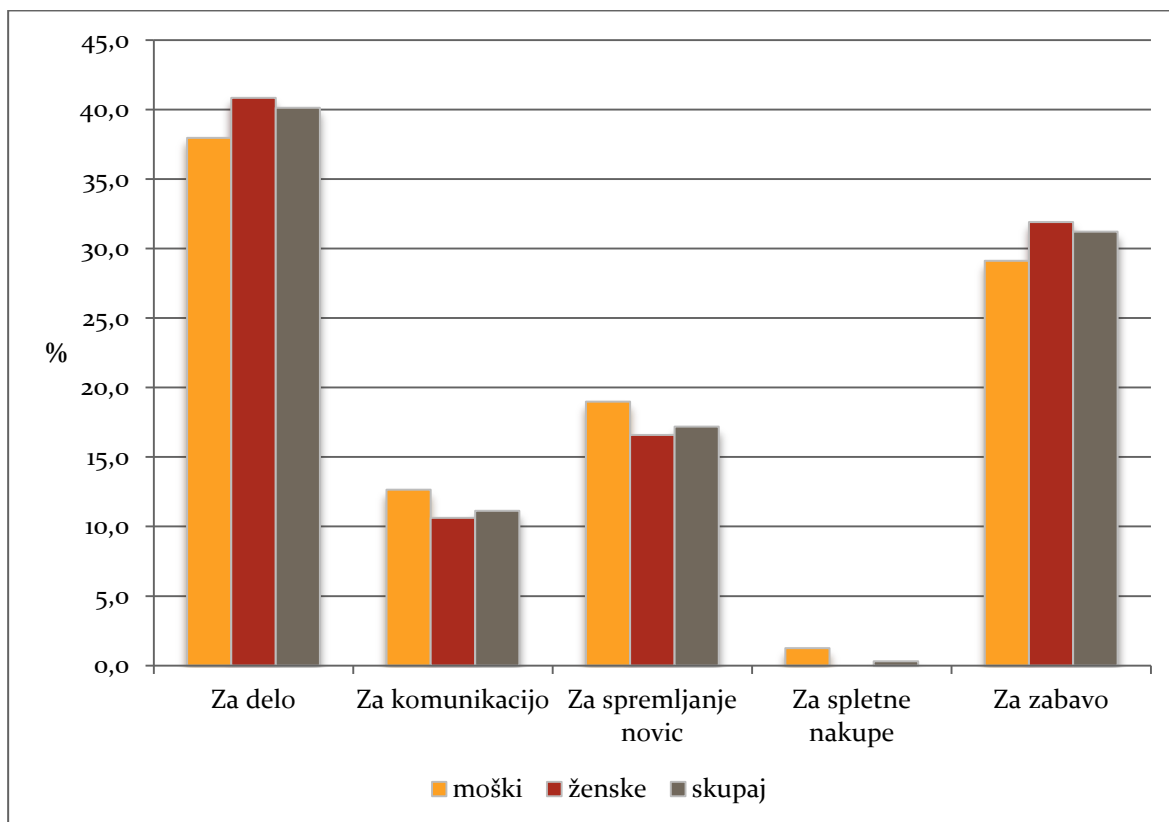
Grafikon 1: Vzorec anketirancev.

V anketi je sodelovalo 314 anketirancev, ker je bil odziv relativno slab. Tako smo dobili podatke:

- 10 moških in 38 žensk, mlajših od 14 let
- 17 moških in 45 žensk, starih 14 do 18 let
- 17 moških in 52 žensk, starih 18 do 30 let
- 36 moških in 99 žensk, starejših od 30 let

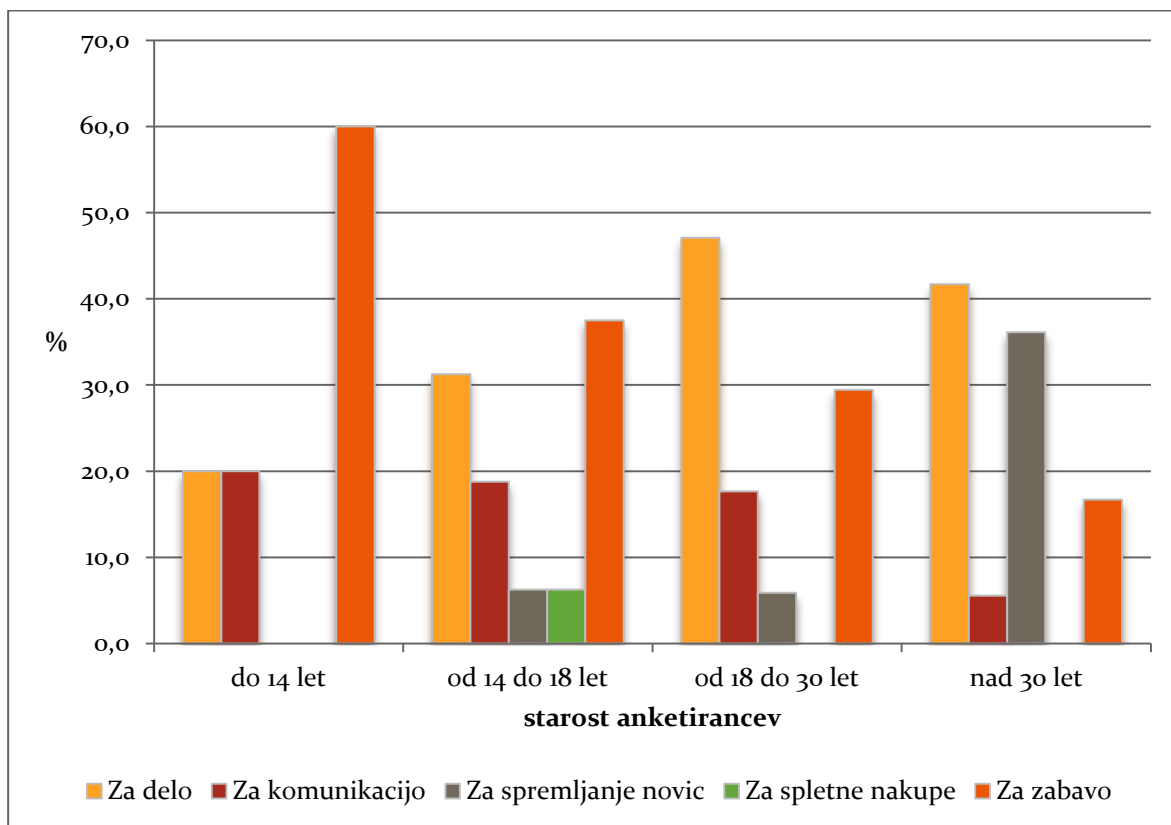
2.1.2 Rezultati statistične obdelave podatkov

2.1.2.1 V kakšne namene anketiranci najpogosteje uporabljajo internet?



Grafikon 2: Namen uporabe interneta glede na spol

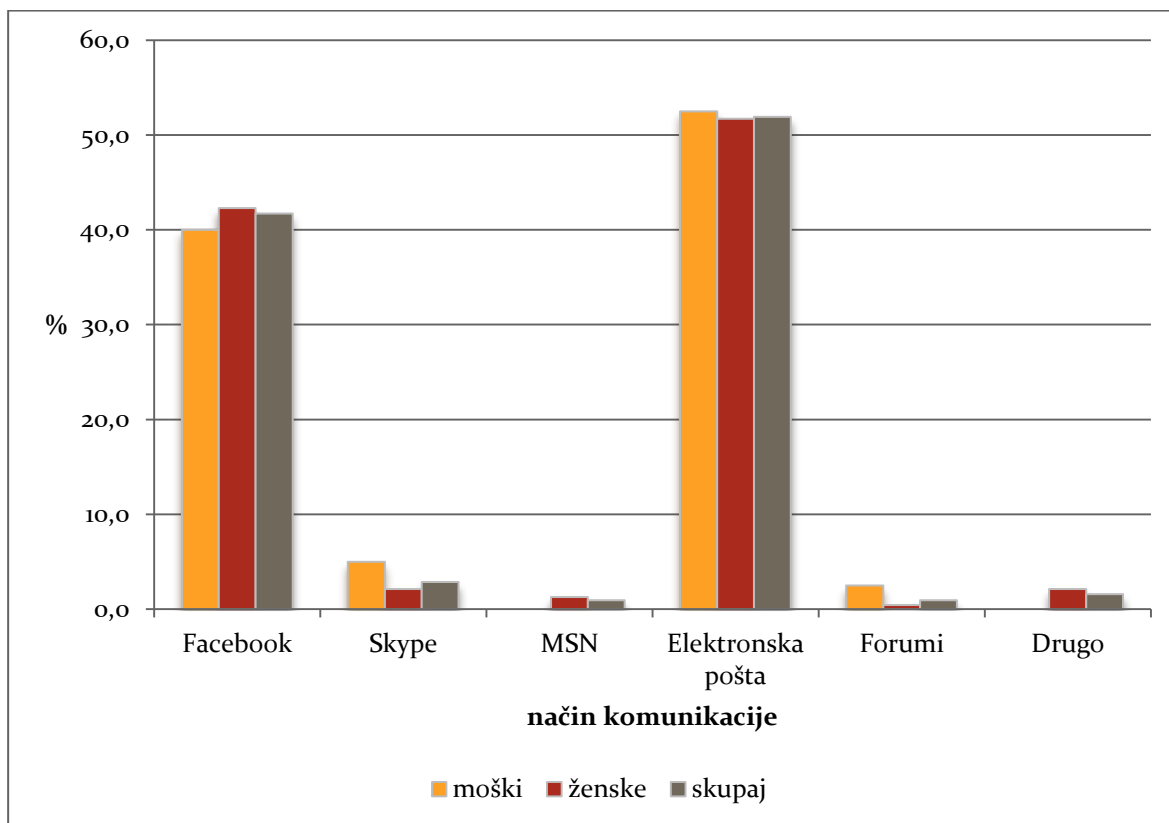
Iz Grafikona 2 je razvidno, da anketiranci internet najpogosteje uporabljajo za vsakodnevno delo (šola, študij, služba) ter za zabavo, manj pa za komunikacijo ter spremljanje novic. V primerih, ko internet najpogosteje uporabljajo za delo in zabavo, je delež žensk za približno 5% večji od deleža moških. Moški pa pogosteje od žensk uporabljajo internet za komunikacijo ter spremljanje novic. Delež anketirancev, ki internet najpogosteje uporabljajo za spletne nakupe, je zanemarljivo majhen.



Grafikon 3: Namen uporabe interneta glede na starost

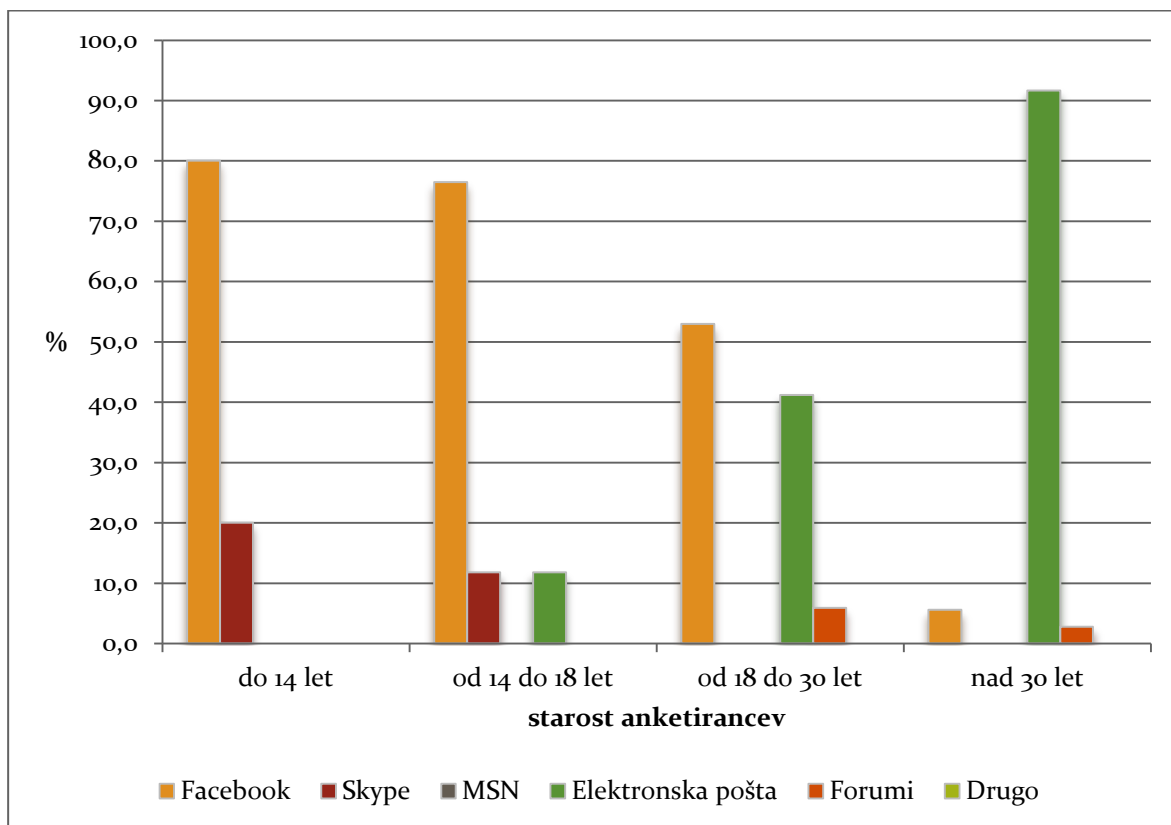
Iz Grafikona 3 pa je razvidno, da s naraščanjem starosti anketirancev narašča delež tistih, ki internet najpogosteje uporabljajo za vsakodnevno delo, upada pa delež tistih, ki ga v glavnem uporabljajo za zabavo ter komunikacijo. Pri osebah, starejših od 30 let, je opazen porast tistih, ki internet najpogosteje uporabljajo za spremljanje novic.

2.1.2.2 Na kakšen način anketiranci najpogosteje komunicirajo preko interneta?



Grafikon 4: Način komunikacije glede na spol

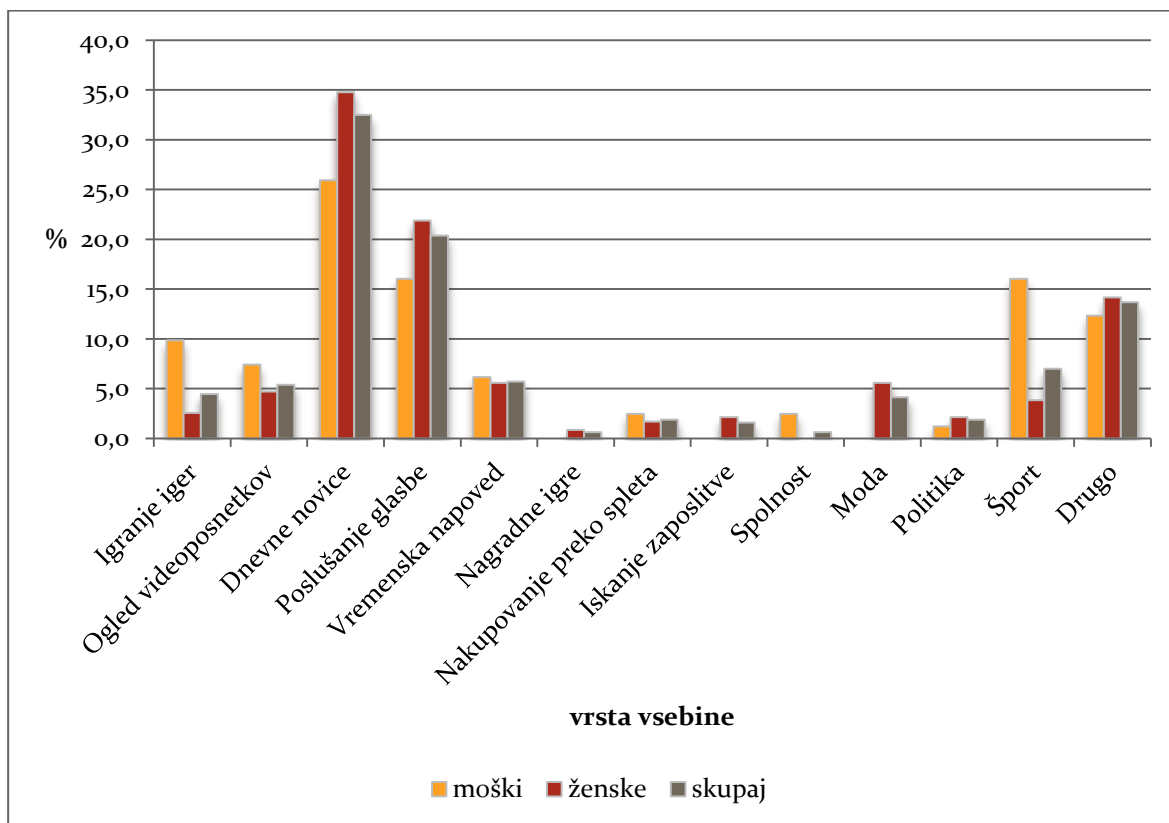
Iz Grafikona 4 je razvidno, da anketiranci za potrebe medsebojne komunikacije najpogosteje uporabljajo elektronsko pošto, ki jo v malenkost večjem deležu uporabljajo moški kot ženske ter Facebook, kjer pa je delež žensk, ki ga uporablja, večji od deleža moških. Druge oblike komunikacije, kot so Skype, MSN, forumi in drugo, uporablja zanemarljiv delež anketirancev. Pod druge oblike komunikacije so anketiranci navedli še Twitter, Ventrilo ter Teamspeak.



Grafikon 5: Način komunikacije glede na starost

Kot je razvidno iz Grafikona 5, obstajajo, razlike v načinu komunikacije tudi med anketiranci različnih starosti. Komuniciranje preko Facebooka prevladuje pri mlajših anketirancih, s povečevanjem starosti pa delež tistih, ki uporablja Facebook, kot glavni način komunikacije, upada, raste pa delež tistih, ki najpogosteje komunicirajo preko elektronske pošte.

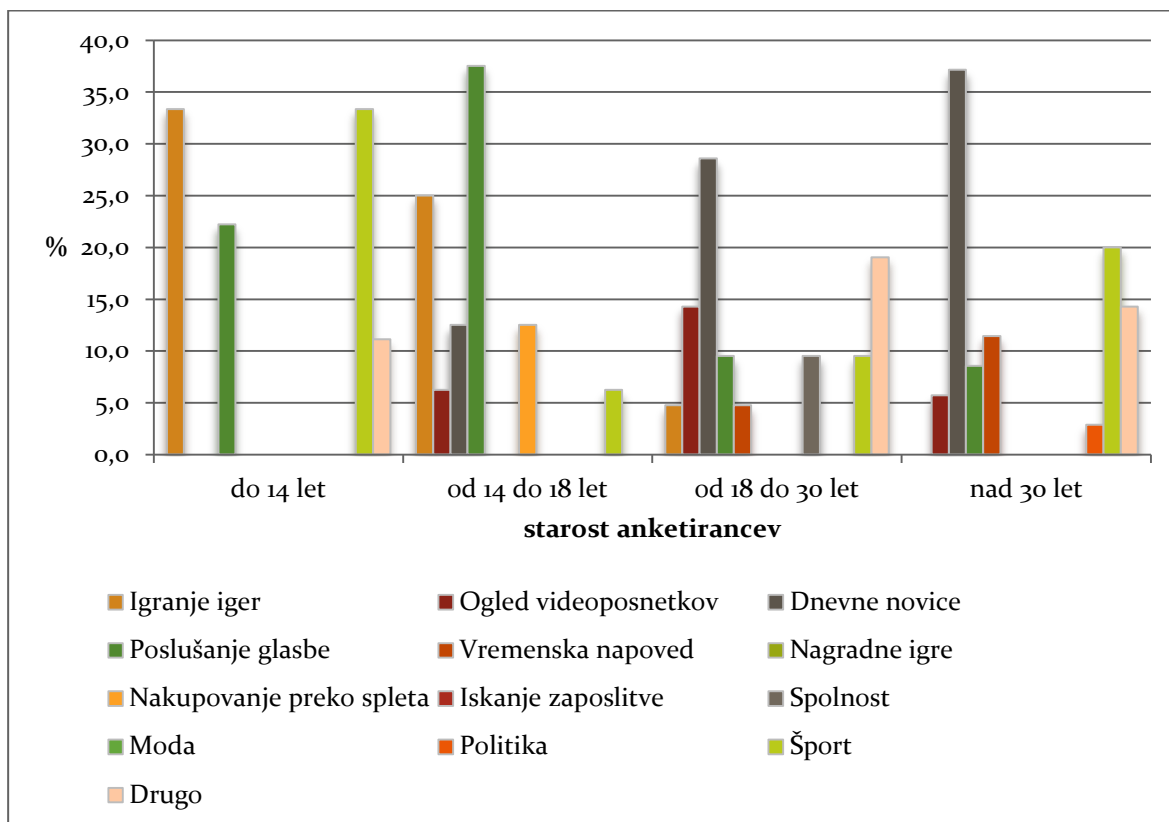
2.1.2.3 Katere vsebine na internetu anketirance najpogosteje zanimajo?



Grafikon 6: Zanimanje za vsebine glede na spol

Iz Grafikona 6 je razvidno, da anketiranci na internetu najpogosteje prebirajo dnevne novice, kjer je delež žensk večji od deleža moških ter poslušajo glasbo, kjer prav tako prevladujejo ženske.

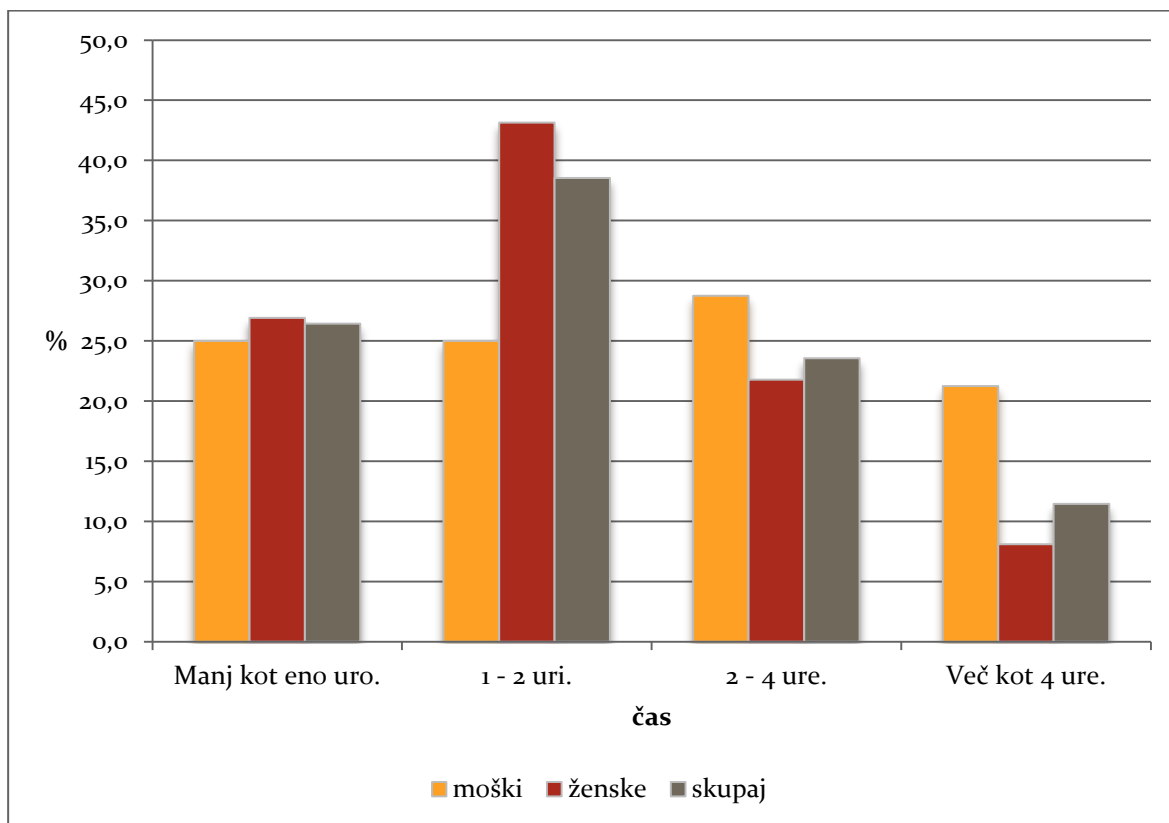
Ženske prevladujejo še pri zanimanju za modo in politiko ter pri iskanju zaposlitve. Moški pa prevladujejo pri ogledu videoposnetkov, igranju iger, športu ter pregledu vremenske napovedi.



Grafikon 7: Zanimanje za vsebine glede na starost

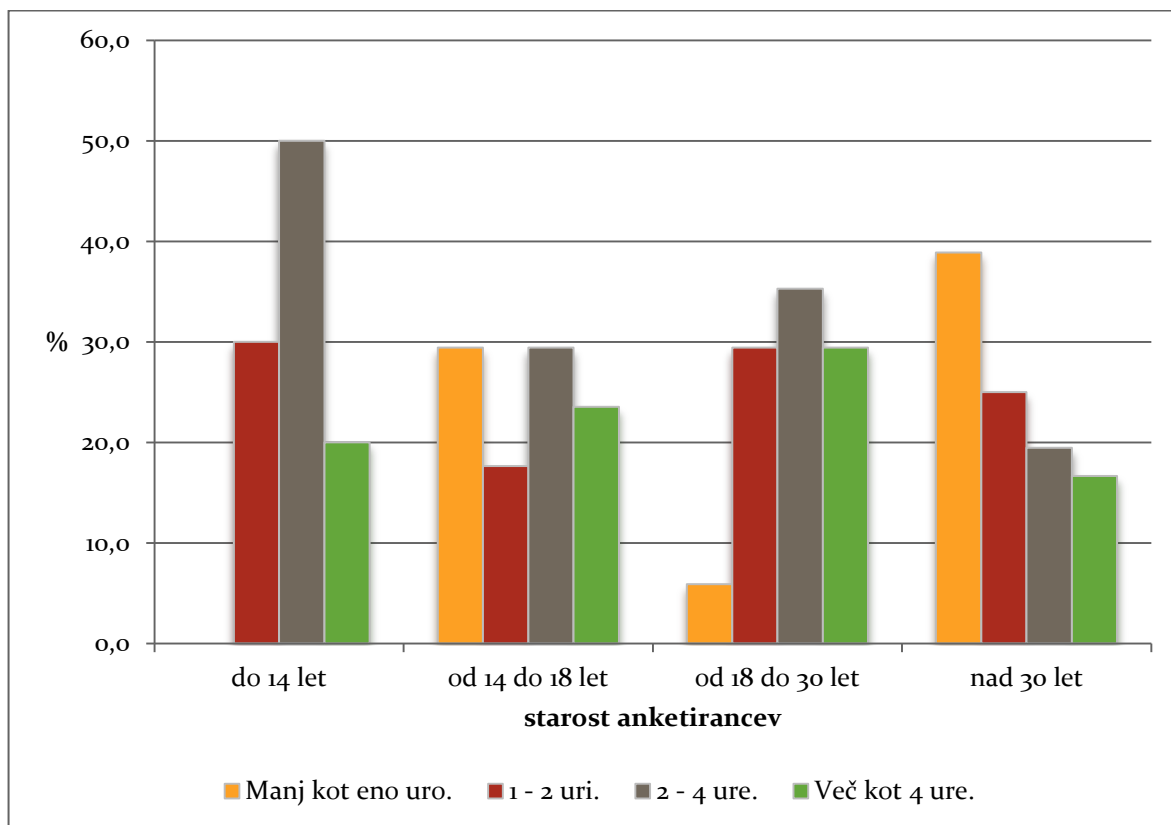
Iz Grafikona 7 je razvidno, da pri najmlajši kategoriji anketirancev prevladuje zanimanje za igranje iger, poslušanje glasbe ter šport. Anketirance, stare med 14 in 18 let, prav tako najpogosteje zanima igranje iger ter poslušanje glasbe. Zanimanje za šport upade, naraste pa zanimanje za dnevne novice. Delež le-teh kasneje, s povečevanjem starosti anketirancev, samo še narašča, prav tako kasneje spet narašča zanimanje za šport, upada pa zanimanje za poslušanje glasbe ter igranje iger.

2.1.2.4 Koliko časa dnevno anketiranci uporabljajo internet?



Grafikon 8: Dnevni čas uporabe interneta glede na spol

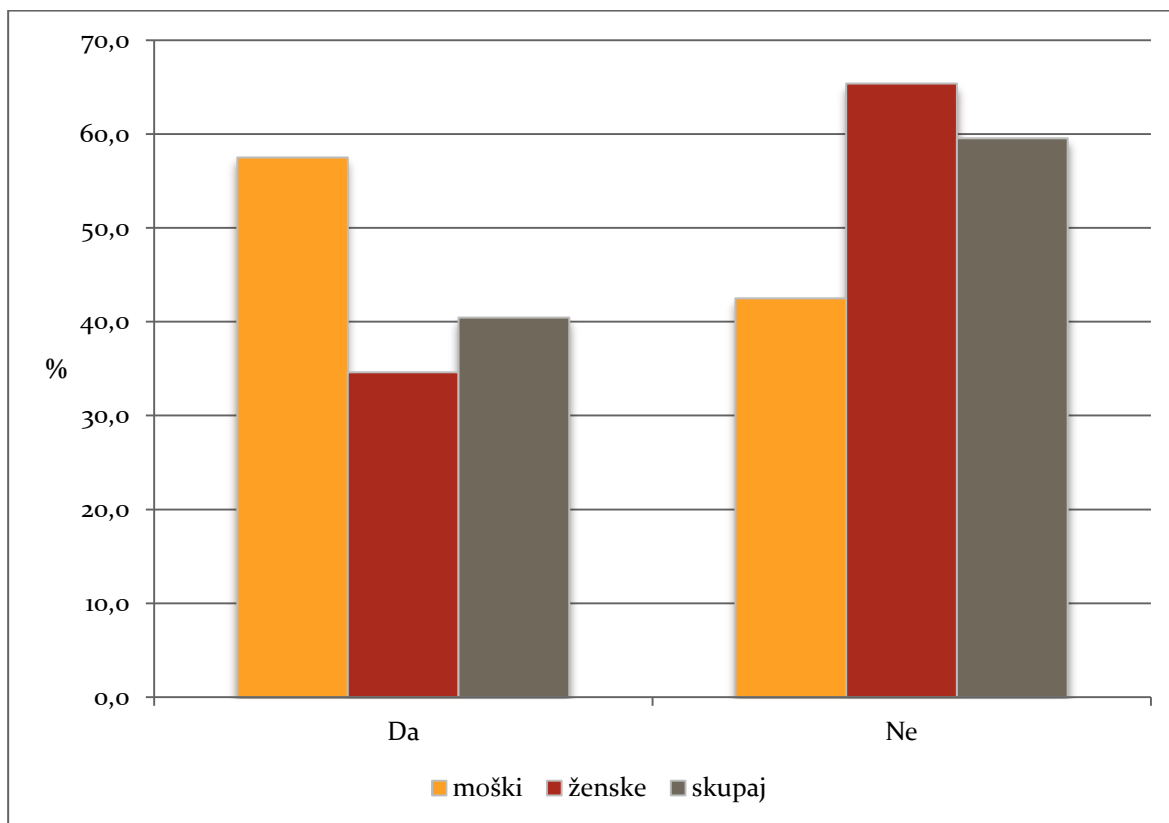
Iz Grafikona 8 je razvidno, da največ anketirancev dnevno uporablja internet 1 – 2 uri. Vidi pa se tudi, da ga moški v povprečju uporabljajo dnevno dlje časa kot ženske, saj prevladujejo pri odgovorih 2 – 4 ure ter več kot štiri ure, medtem, ko ženske prevladujejo pri odgovorih, ki navajajo 2 uri ali manj.



Grafikon 9: Dnevni čas uporabe interneta glede na starost

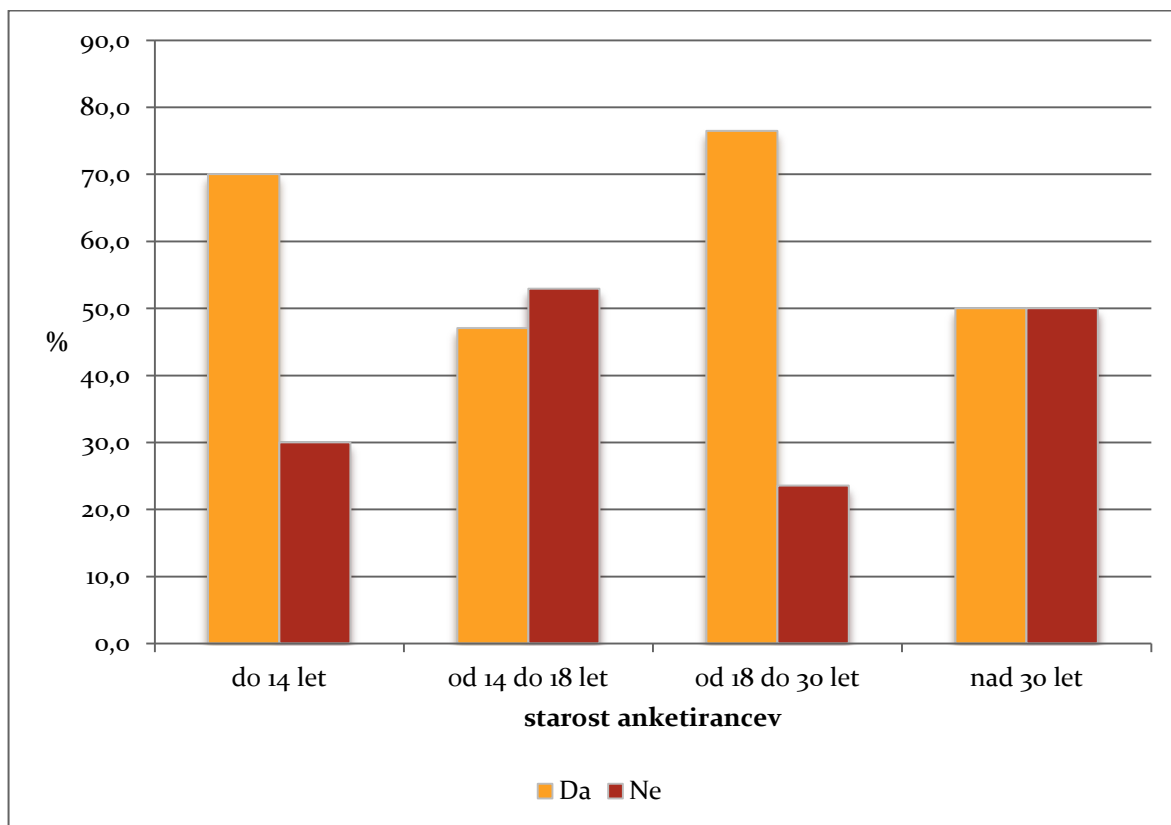
Iz Grafikona 9 je razvidno, da na splošno mlajši anketiranci dnevno več časa uporabljajo internet kot starejši.

2.1.2.5 Ali anketiranci na internetu objavljajo tudi oglase?



Grafikon 10: Objavljanje oglasov glede na spol

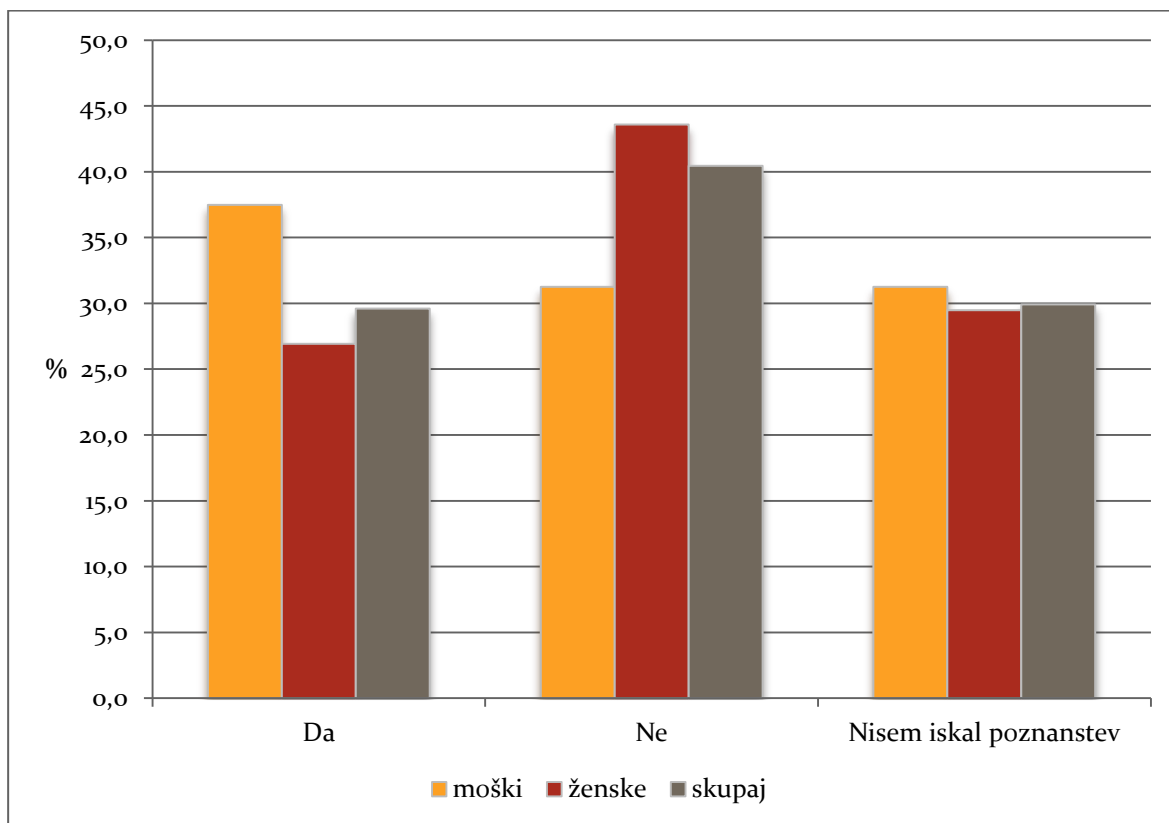
Iz Grafikona 10 je razvidno, da večina anketirancev na spletu še ni objavila oglasa. Med tistimi, ki so ga, pa prevladujejo moški.



Grafikon 11: Objavljanje oglasov glede na starost

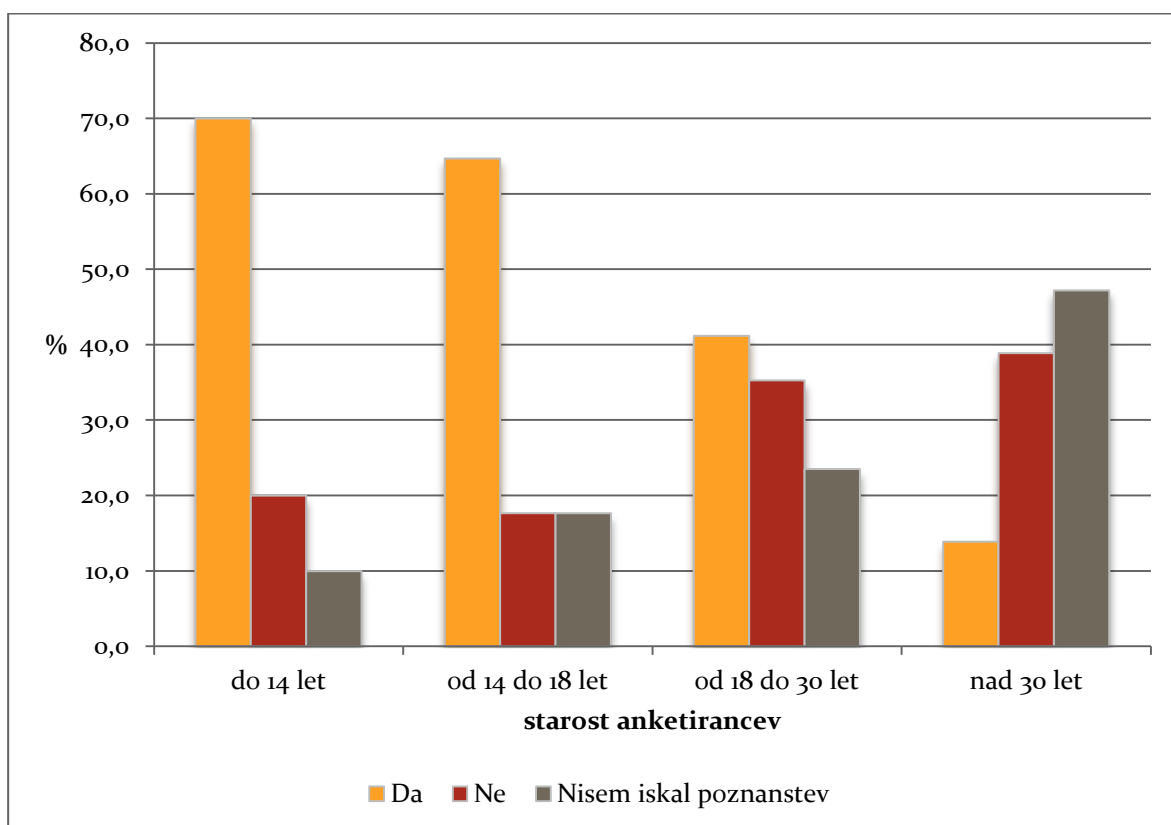
Iz Grafikona 11 je razvidno, da oglase najpogosteje objavljajo anketiranci, mlajši od 14 let, kar je presenetljiva ugotovitev ter stari med 18 in 30 let. V ostalih dveh starostnih kategorijah sta deleža tistih, ki so oglas že objavili, in tistih, ki ga niso, približno enak.

2.1.2.6 Ali se anketiranci z osebami, ki so jih spoznali preko interneta, srečajo tudi v živo?



Grafikon 12: Srečanja z osebami z interneta glede na spol

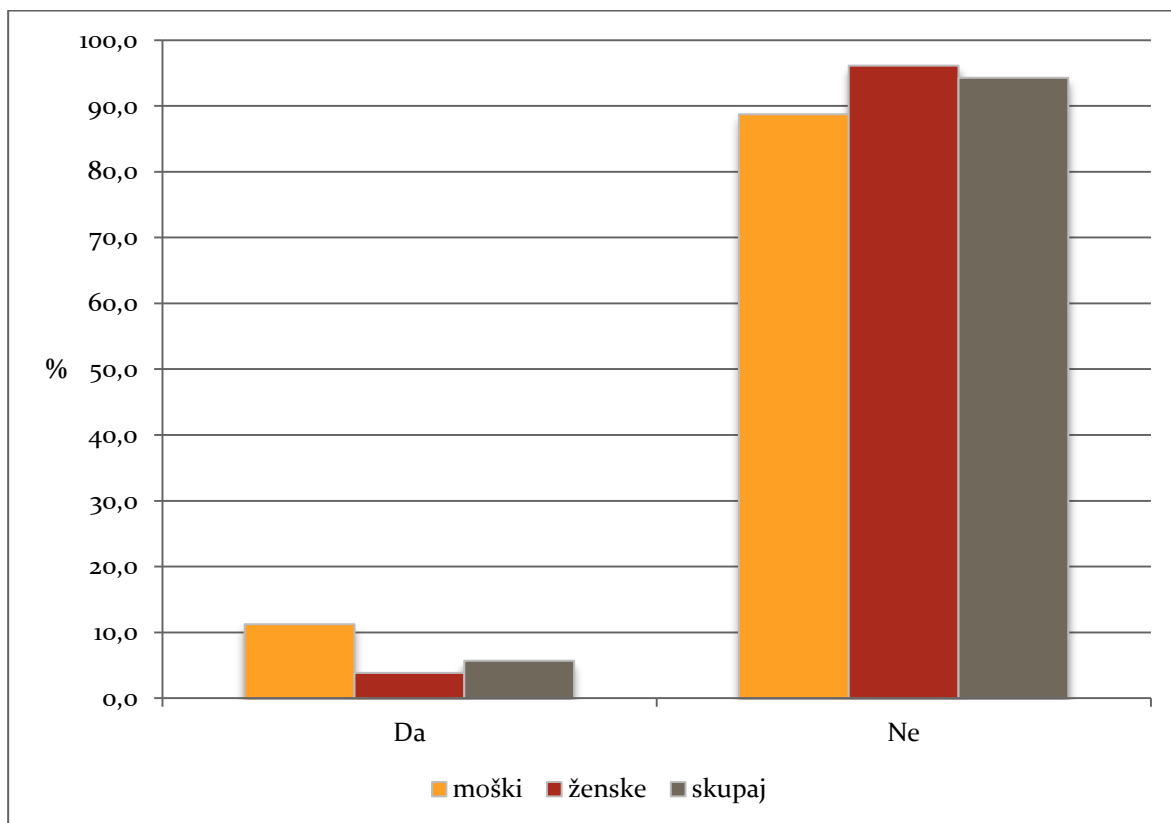
Iz Grafikona 12 je razvidno, da je delež anketirancev, ki so se že srečali z osebo, ki so jo spoznali preko interneta, manjši od deleža tistih, ki se s to osebo niso srečali. Med anketiranci, ki so se že srečali z osebo, ki so spoznali preko interneta, pa prevladujejo moški.



Grafikon 13: Srečanja z osebami z interneta glede na starost

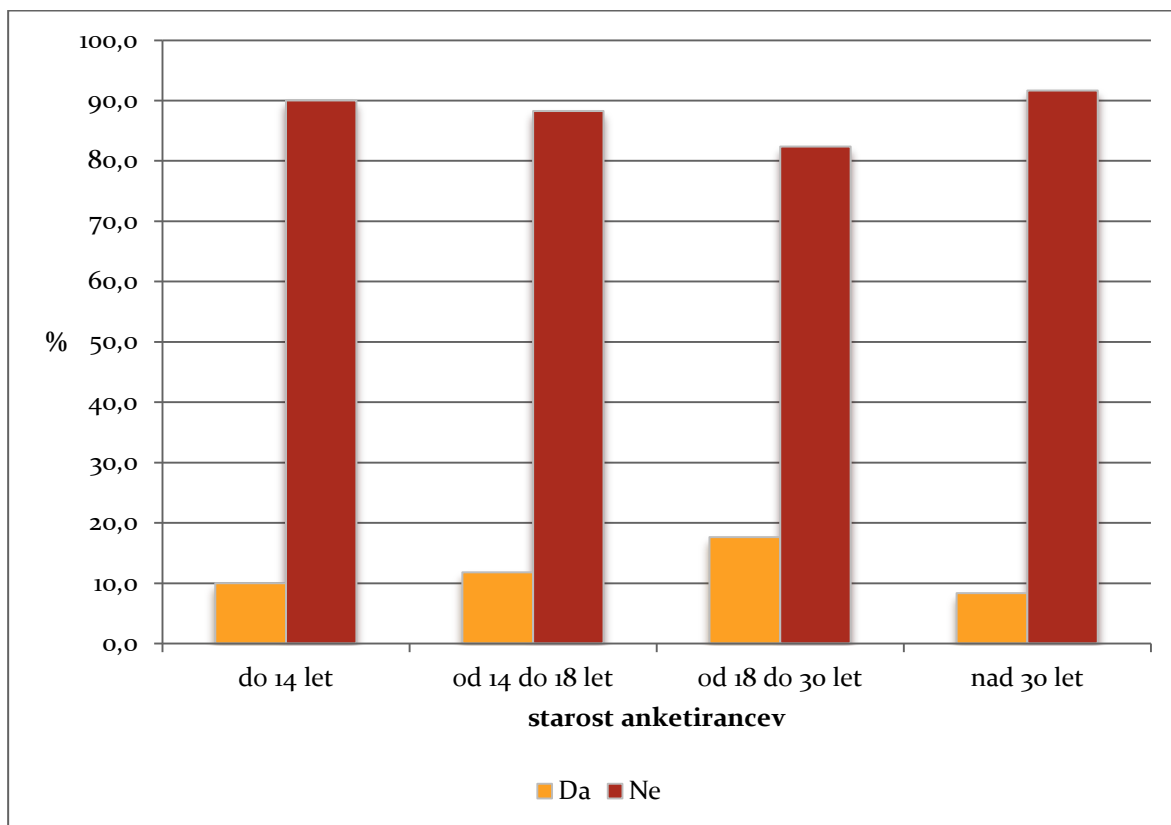
Iz Grafikona 13 je razvidno, da s naraščanjem starosti anketirancev upada število tistih, ki so se že srečali z osebo, ki so jo spoznali preko interneta, narašča pa število tistih, ki se še niso srečali in število tistih, ki poznanstev sploh ne iščejo.

2.1.2.7 Ali anketiranci preko interneta igrajo igre na srečo?



Grafikon 14: Sodelovanje v spletnih igrah na srečo glede na spol

Iz Grafikona 14 je razvidno, da velika večina anketirancev ne igra iger na srečo preko interneta, med tistimi, ki jih igrajo, pa prevladujejo moški.



Grafikon 15: Sodelovanje v spletnih igrah na srečo glede na starost

Iz Grafikona 15 je razvidno, da igre na srečo preko interneta največkrat igrajo anketiranci, stari med 18 in 30 let, pri ostalih je delež le-teh nižji, najnižji je pri anketirancih, starejših od 30 let.

2.2 Diskusija

V naši raziskovalni nalogi smo ugotavljali, kako in za kaj uporabljamo internet. Vprašanj je bilo veliko, a smo jih na koncu izluščili sedem ter tako postavili tudi sedem hipotez. Podatke smo pridobili v spletni anketi.

V prvi hipotezi smo napovedali, da anketiranci internet najpogosteje uporabljajo za svoje vsakdanje delo. Hipotezo lahko potrdimo, saj kot je razvidno iz Grafikona 2, je delež le-teh 40,1 %, pri čemer je delež žensk približno 3% večji od deleža moških. Največ anketirancev, ki internet uporabljajo za svoje vsakdanje delo, je starih med 18 in 30 let. Manj je tistih, ki internet uporabljajo za zabavo (31,2 %), spremljanje novic (17,2 %) ter komunikacijo (11,1 %). Po podatkih raziskave Mladina 2010 (Lavrič 2010)², ki je merila čas, ki ga anketiranci porabijo za posamezne dejavnosti, pa le-ti največ časa porabijo za zabavo, komunikacijo, manj pa za redno delo, kar pa je primerljivo tudi z našimi podatki, če upoštevamo mlajše anketirance, ki jih je zajela tudi raziskava Mladina 2010.

Druga hipoteza pravi, da anketiranci najpogosteje komunicirajo preko elektronske pošte. Tudi to hipotezo lahko potrdimo, saj kot je razvidno iz Grafikona 4, je teh anketirancev 51,9 %, pri čemer je delež moških za slab odstotek večji od deleža žensk. Najpogosteje preko elektronske pošte komunicirajo anketiranci, starejši od 18 let, mlajši pa precej manj, saj komunicirajo v glavnem preko Facebooka. Po podatkih raziskave o rabi interneta v Sloveniji za leto 2008, je od 34 % oseb, ki so v 1. četrtletju 2008 uporabljale internetne storitve komuniciranja, 29 % bralo spletne forume, 24 % pa jih je uporabljalo internet za neposredno sporočanje. Za branje blogov je internet uporabljalo 17 % oseb. Enak delež oseb je splet uporabljalo za pošiljanje sporočil v spletne klepetalnice in forume. Elektronsko pošto je uporabljalo 45 % oseb. (RIS 2008)⁶

Tretja hipoteza pravi, da anketiranci na internetu najbolj zanimajo dnevne novice, vreme in šport. Ta hipoteza ne drži v celoti. Kot je razvidno iz Grafikona 6, večino anketirancev (32,5 %) res najpogosteje zanimajo dnevne novice, pri čemer je delež žensk za skoraj 10 % večji od deleža moških, največ pa je starih nad 18 let. Nato pa sledi poslušanje glasbe, kar je najpogostejša dejavnost 20,4 % anketirancev, pri čemer je delež žensk za skoraj 6% večji od deleža moških, večina pa je mlajših od 18 let. Šport je na tretjem mestu, pričakovano ga pogosteje spremljajo moški, saj jih je za dobrih 12 % več kot žensk, vremenska napoved pa je s 5,7 % anketiranci na četrtem mestu. Po podatkih raziskave o rabi interneta v Sloveniji za leto 2008, na lestvici analiziranih računalniških dejavnosti prvo mesto zaseda poslušanje glasbe, za kar mladi v povprečju na dan porabijo dobrih 71 minut. Da je ravno ta računalniška dejavnost najpogostejša ni presenetljivo, ker je mogoče glasbo poslušati »v ozadju«, torej hkrati z drugimi (računalniškimi in neračunalniškimi) dejavnostmi. Sledijo gledanje filmov (slabih 52 minut dnevno), uporaba socialnih omrežij (47,8 minut dnevno) in prenašanje glasbe ali filmov (41,2 minut dnevno). Rezultati torej kažejo, da najpogostejše računalniške dejavnosti spadajo v sfero zabave, razvedrila in komunikacije. (RIS 2008)⁶

Četrta hipoteza pravi, da anketiranci internet najpogosteje uporabljajo 1-2 uri dnevno. Hipotezo lahko potrdimo, saj je le-teh 38,5 %, pri čemer je delež žensk za slabih 20 % večji od deleža moških. Velja, da moški v povprečju dnevno uporabljajo internet dlje časa kot ženske.

² Lavrič, Miran. „Mladina 2010.“ Safe.si. 29. december 2010.

http://www.safe.si/uploadi/editor/12990606721298839714Mladina_2010_Koncno_porocilo.pdf (poskus dostopa 6. marec 2011).

⁶ Raba interneta v Sloveniji. <http://www.ris.org> (poskus dostopa 11. marec 2011).

V peti hipotezi smo napovedali, da večina anketirancev na spletu še ni objavila oglasa. Hipotezo lahko potrdimo, saj kot je razvidno iz Grafikona 10 je le-teh skoraj 60%. Med tistimi, ki pa so ga objavili, pa prevladujejo moški, saj je njihov delež za dobrih 21 % večji od deleža žensk.

Šesta hipoteza pravi, da se večina anketirancev še ni srečala z osebo, ki so jo spoznali preko interneta. Hipotezo lahko potrdimo, kar je razvidno tudi iz Grafikona 12. Med anketiranci, ki so se že srečali z osebami, ki so jih spoznali preko interneta prevladujejo moški, največ je mlaših od 18 let. Ta ugotovitev se tudi sklada z rezultati raziskave Mladi na netu, ki so pokazali, da so med slovenskimi otroki na spletu nekoliko manj previdni dečki. Precej več dečkov (42%) kot deklic (29%) se je namreč srečalo z neznancem z interneta. (RIS 2008)⁶

V zadnji, sedmi hipotezi pa smo napovedali, da večina anketirancev ne igra iger na srečo preko interneta. Hipotezo lahko prav tako potrdimo, saj se je pokazalo, da je le-teh 94,3 %. Med tistimi, ki iger na srečo igrajo preko interneta pa prevladujejo moški. On-line kazino, igralnice in stavnice je, po podatkih raziskave RIS 2006 o PC in mobilni uporabi interneta, mesečno uporabljalo 3 % oseb. Enak je bil tudi delež med mladimi uporabniki (12-19 let). (RIS)⁶

⁶ Raba interneta v Sloveniji. <http://www.ris.org> (poskus dostopa 11. marec 2011).

3 **Zaključek**

V naši raziskovalni nalogi smo raziskovali, za kaj anketiranci najpogosteje uporabljajo internet, katere vsebine na internetu jih zanimajo, koliko časa dnevno uporabljajo internet in podobno. Rezultate smo pridobili s spletno anketo. Pri tem smo bili malo skeptični, saj smo dobili samo 314 odgovorov, čeprav smo jih pričakovali več. Kljub temu smo dobili nekaj rezultatov, ki se deloma skladajo z rezultati drugih podobnih raziskav. Tudi z literaturo smo imeli težave, saj nekih virov o tej problematiki ni oziroma obstajajo samo v spletni obliki.

Z rezultati smo zadovoljni, čeprav se nam odpirajo nova vprašanja, saj ugotavljamo, da obstaja neomejeno možnosti raziskovanja na tem področju.

4 Viri in literatura

1. Jakhel, Žiga. Spletna anketa RIS 2001: Slovenci redno uporabljamo internet. 31. januar 2002. <http://www.finance.si/17597/Spletna-anketa-RIS-2001-Slovenci-redno-uporabljamo-internet> (poskus dostopa 6. marec 2011).
2. Lavrič, Miran. „Mladina 2010.“ Safe.si. 29. december 2010. http://www.safe.si/uploadi/editor/12990606721298839714Mladina_2010_Koncno_poro_cilo.pdf (poskus dostopa 6. marec 2011).
3. M.U.Z. Mlajše generacije spreminjajo naravo uporabe interneta. 10. marec 2011. <http://www.marketingmagazin.si/novice/mlajse-generacije-spreminjajo-naravo-uporabe-interneta/> (poskus dostopa 11. marec 2011).
4. Ocvirk, Vasja. Petnajst let svetovnega spleta. september 2006. <http://www.nasvet.com/svetovni-splet/> (poskus dostopa 11. marec 2011).
5. Pečnik, Polona. Kaj Slovenci najbolj iščemo na spletu? 1. december 2010. <http://www.moski.si/na-sceni/novice/kaj-slovenci-najbolj-iscemo-po-spletu/> (poskus dostopa 6. marec 2011).
6. Raba interneta v Sloveniji. <http://www.ris.org> (poskus dostopa 11. marec 2011).

Izjava

Mentor (-ica), Boštjan Štih, v skladu z 2. in 17. členom Pravilnika raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje, zagotavljam, da je v raziskovalni nalogi naslovom Kako in za kaj uporabljamo internet, katere avtorji (-ice) so Nika Kovač, Klara Nussdorfer in Hana Rezec:

- besedilo v tiskani in elektronski obliki istovetno,
- pri raziskovanju uporabljeno gradivo navedeno v seznamu uporabljene literature,
- da je za objavo fotografij v nalogi pridobljeno avtorjevo (-ičino) dovoljenje in je hranjeno v šolskem arhivu;
- da sme Osnovna knjižnica Celje objaviti raziskovalno nalogo v polnem besedilu na spletnih portalih z navedbo, da je nastala v okviru projekta Mladi za Celje,
- da je raziskovalno nalogo dovoljeno uporabiti za izobraževalne in raziskovalne namene s povzemanjem misli, idej, konceptov oziroma besedil iz naloge ob upoštevanju avtorstva in korektnem citiranju,
- da smo seznanjeni z razpisni pogoji projekta Mladi za Celje.

Celje, 10. 3. 2011

žig šole

Osnovna šola Hudinja

Podpis mentorja(-ice)

Podpis odgovorne osebe

Pojasnilo

V skladu z 2. in 17. členom Pravilnika raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje je potrebno podpisano izjavo mentorja(-ice) in odgovorne osebe šole uvezati v izvod za knjižnico, dovoljenje za objavo avtorja(-ice) fotografskega gradiva, katerega ni avtor(-ica) raziskovalne naloge, pa hrani šola v svojem arhivu.