

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

2012

DIPLOMSKA NALOGA

DIPLOMSKA NALOGA

ZLATICA UDOVČ

ZLATICA UDOVČ

KOPER, 2012

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

RAZŠIRJENOST SOCIALNIH OMREŽIJ
MED ZAPOSLENIMI

Zlatica Udovč

POVZETEK

V diplomski nalogi so predstavljena socialna omrežja, njihova razširjenost, značilnosti uporabe in vpliv na uporabnike. Posebej sta predstavljeni socialni omrežji Facebook in Twitter. Predstavljena je Zavarovalnica Maribor in njeno sodelovanje v socialnih omrežjih. V empiričnem delu naloge je raziskana razširjenost socialnih omrežij, uporaba interneta in uporaba računalniške opreme med zaposlenimi v Zavarovalnici Maribor. Med analiziranjem spletnih vprašalnikov je bilo ugotovljeno, da so zaposleni Zavarovalnice Maribor večji uporabniki računalniške opreme in interneta, socialna omrežja pa uporabljajo manj kot ostali uporabniki interneta v Republiki Sloveniji.

Ključne besede: internet, socialna omrežja, Facebook, Twitter, Zavarovalnica Maribor.

SUMMARY

The Diploma thesis presents social networks, their popularity, features of use, and their influence on the users. The thesis focuses on the social networks Facebook and Twitter. It presents the insurance company Zavarovalnica Maribor and its participation in social networks. The empirical part investigates the popularity of social networks, including the use of the Internet and computer equipment by the employees of Zavarovalnica Maribor. The analysis of online questionnaires showed that the employees of the insurance company Zavarovalnica Maribor are skilled in the use of computer equipment and Internet, but they use social networks less than other Internet users in the Republic of Slovenia.

Keywords: Internet, social networks, Facebook, Twitter, insurance company Zavarovalnica Maribor.

UDK: 316.3:004.738.5(043.2)

ZAHVALA

Zahvaljujem se izr. prof. dr. Viktoriji Sulčič, ki me je usmerjala pri pripravi diplomske naloge. Zahvaljujem se vsem sodelavcem, ki so se v velikem številu odzvali in sodelovali v moji raziskavi, ter Zavarovalnici Maribor, d. d., ki je dovolila raziskavo. Ne nazadnje so moji nadrejeni zaslužni, da sem se odločila za študij in se jim zato zahvaljujem.

VSEBINA

1	Uvod.....	1
1.1	Opredelitev problema in teoretičnih izhodišč	1
1.2	Namen in cilj diplomskega dela	2
1.3	Predvidene metode za doseganje ciljev.....	3
1.4	Predpostavke in omejitve diplomskega dela	3
2	Socialna omrežja	4
2.1	Opredelitev socialnih omrežij	4
2.2	Razvoj in razširjenost socialnih omrežij	4
2.2.1	Razvoj računalnikov in računalniških omrežij.....	5
2.2.2	Razširjenost socialnih omrežij	5
2.3	Značilnosti uporabe socialnih omrežij	10
2.3.1	Uporaba socialnih omrežij med delovnim časom	10
2.3.2	Sociološki in psihološki vidik uporabe socialnih omrežij.....	12
3	Informacijsko-komunikacijska tehnologija v ZM	13
3.1	Predstavitev ZM	13
3.2	Računalniška oprema v ZM	13
3.3	E-poslovanje v ZM.....	14
3.4	Socialna omrežja v ZM	15
4	Raziskava o razširjenosti socialnih omrežij med zaposlenimi v ZM.....	17
4.1	Predstavitev vzorca	17
4.2	Rezultati raziskave	18
4.2.1	Sodelovanje zaposlenih v spletnih socialnih omrežjih.....	18
4.2.2	Uporaba interneta za iskanje informacij	29
4.2.3	Uporaba računalnikov v službi in doma.....	32
5	Sklep	33
	Literatura	35
	Viri.....	35
	Priloge.....	39

SLIKE

Slika 1: Uporabniki socialnega omrežja Facebook 2004–2011	6
Slika 2: FB - uporabniški profil.....	7
Slika 3: FB - uporabniki po celinah (oktober 2011).....	8
Slika 4: Primer podatkov o uporabniku na Twitterju	9
Slika 6: Shema omrežja ZM.....	14
Slika 7: Profil ZM na FB.....	15
Slika 8: Profil ZM na Twitterju.....	15
Slika 9: Primer uporabniškega profila na Heroj.si	16
Slika 10: Primerjava uporabnikov socialnih omrežij med ZM in RS po spolu.....	20
Slika 11: Primerjava uporabnikov socialnih omrežij med ZM in RS po starosti.....	20
Slika 12: Uporaba interneta - primerjava med ZM in RS	29
Slika 13: Iskanje informacij in opravljanje storitev s pomočjo interneta - primerjava med ZM in RS	31

PREGLEDNICE

Preglednica 1: Oblikovanje profila na spletnih socialnih omrežjih	18
Preglednica 2: Oblikovanje profila na spletnih socialnih omrežjih glede na vrsto in spol	19
Preglednica 3: Oblikovanje profila v socialnih omrežjih glede na spol in starost	19
Preglednica 4: Oblikovanje profila na spletnih socialnih omrežjih v RS	19
Preglednica 5: Poraba časa za sodelovanje v socialnih omrežjih.....	21
Preglednica 6: Poraba časa za sodelovanje na FB glede na spol	21
Preglednica 7: Obdobje dneva za sodelovanje v socialnih omrežjih glede na spol	22
Preglednica 8: Obdobje dneva za sodelovanje v FB glede na spol	22
Preglednica 9: Sodelovanje v socialnih omrežjih med delovnim časom	23
Preglednica 10: Najpogostejši načini komuniciranja v socialnih omrežjih	23
Preglednica 11: Drugo komuniciranje uporabnikov socialnih omrežij prek interneta.....	23
Preglednica 12: Sodelovanje uporabnikov socialnih omrežij v blogih	24
Preglednica 13: Možnost okužbe službenih računalnikov z računalniškimi virusi - mnenje uporabnikov socialnih omrežij	24
Preglednica 14: Skrb pred zlorabo osebnih podatkov glede na spol	25
Preglednica 15: Skrb pred objavo neželenih podatkov, slik in posnetkov glede na spol.....	25
Preglednica 16: Sprejem prijateljstva neželene osebe glede na spol	26
Preglednica 17: Objava neprimernih fotografij na svojem profilu	26
Preglednica 18: Strinjanje s trditvijo: »Ne vem, kaj so to socialna omrežja«, glede na spol...	27
Preglednica 19: Strinjanje s trditvijo: »Ne vidim potrebe, da bi se pridružil/a socialnemu omrežju«, glede na spol	27
Preglednica 20: Strinjanje s trditvijo: »Dopisovanje prek socialnih omrežij se mi zdi izguba časa«, glede na spol.....	27

Preglednica 21: Strinjanje s trditvijo: »Svojih osebnih podatkov ne želim zaupati nepoznanim osebam«, glede na spol	28
Preglednica 22: Strinjanje s trditvijo: »Socialna omrežja so le za mladino«, glede na spol	28
Preglednica 23: Strinjanje s trditvijo: »Socialnim omrežjem se bom pridružil/a enkrat v prihodnosti«, glede na spol	28
Preglednica 24: Iskanje informacij s pomočjo interneta v ZM	29
Preglednica 25: Iskanje informacij in opravljanje storitev s pomočjo interneta v ZM	30
Preglednica 26: Uporaba intraneta glede na sodelovanje v socialnih omrežjih.....	31
Preglednica 27: Uporaba računalnika doma in/ali v službi glede na sodelovanje v socialnih omrežjih in glede na spol	32
Preglednica 28: Ocena uporabe računalniških programov.....	32

KRAJŠAVE

ZM	Zavarovalnica Maribor, d. d.
FB	Facebook
IKT	informacijsko-komunikacijska tehnologija
Eurostat	Evropski statistični urad
SURS	Statistični urad Republike Slovenije

1 UVOD

1.1 Opredelitev problema in teoretičnih izhodišč

Z razvojem računalnikov in računalniških omrežij so računalniki postali orodje za delo in pripomoček za zabavo. Z masovno proizvodnjo, razvojem programske in telekomunikacijske opreme ter nižanjem cen računalnikov je informacijsko-komunikacijska tehnologija (IKT) postala dostopna vsem.

Mlajša populacija, v starosti med 16 in 24 leti, redno uporablja osebne računalnike in internet. Kar 99 % mladih Slovencev, v starosti od 16 do 24 let, je že uporabljalo računalnik in vsi so bili tudi na internetu (SURIS 2010a). Sodelovanje v socialnih omrežjih je zanje samoumevno. Po podatkih Eurostata, ki so jih objavili na svoji spletni strani, ima v EU 27, v letu 2010, dostop do interneta že 70 % gospodinjstev, v Sloveniji pa 68 %. V ospredju so predvsem gospodinjstva z otroki, in sicer ima dostop do interneta v državah EU 27 84 % gospodinjstev, v Sloveniji pa kar 92 % takšnih gospodinjstev (Eurostat 2010).

V starostni skupini med 25. in 54. letom računalnik redno uporablja 82 % oseb (SURIS 2010b), 98 % uporabnikov računalnikov pa redno uporablja tudi internet. Na tako množično uporabo računalnikov v gospodinjstvih je vplivala visoka stopnja uporabe računalnikov v podjetjih, saj je januarja 2010 kar 52 % zaposlenih v podjetjih, z vsaj 10 zaposlenimi osebami, pri svojem delu, vsaj enkrat tedensko, uporabljalo računalnik, v storitveni dejavnosti pa kar 69 % zaposlenih oseb (Zupan 2010). Zanimivo je, da računalnik redno uporablja skoraj tretjina (31 %) oseb v starosti od 55 do 74 let. V tej starostni skupini je med uporabniki računalnikov kar 90 % rednih uporabnikov interneta. Podatki so zanimivi, saj gre za populacijo, ki ni več zaposlena, kar pomeni, da računalnik uporabljajo le v zasebne namene. Po uporabi e-pošte je ta skupina za povprečjem EU 27,¹ vendar na isti ravni kot, na primer, Italijani in Romuni. Je pa ta del populacije aktiven v spletnih klepetalnicah, blogih in socialnih omrežjih. Skoraj tretjina starejših uporabnikov interneta pošilja sporočila v spletne klepetalnice, novinarske skupine in spletne forume, kar je precej nad evropskim povprečjem.²

Približno štirje od desetih slovenskih uporabnikov interneta sodelujejo v socialnih omrežjih (Eurobarometer 2010).³ Uporabniki socialnih omrežij porabijo veliko svojega prostega časa za komunikacijo z ostalimi uporabniki, tisti med njimi, ki so zaposleni, pa tudi nekaj delovnega časa.

¹ EU27 - 86 %, SLO - 78 %

² EU27 - 18 %, SLO - 29 %

³ SLO - 37 %, EU27 - 35 %

Skoraj vsa slovenska podjetja, z vsaj 10 zaposlenimi osebami (97 %), so januarja 2010 imela dostop do interneta (SURs 2010c). Med podjetja, ki imajo dostop do interneta, spada tudi Zavarovalnica Maribor, d. d., na primeru katere bo potekala raziskava uporabe socialnih omrežij med zaposlenimi.

Zavarovalnica Maribor (ZM) je s pomočjo sodobne tehnologije v nekaj letih prešla iz poslovanja prek lastne mreže in zakupljenih vodov za dislocirane enote na internetno in tudi intranetno poslovanje. Vsi zaposleni, vključno s terenskimi delavci, dostopajo do aplikacij in dokumentacije za delo s pomočjo spletne tehnologije, prek službenih računalnikov.

Veliko zaposlenih, ki uporabljajo računalnik v službi in doma, so uporabniki socialnih omrežij. Ker nove generacije veliko uporabljajo socialna omrežja in je verjetnost, da bodo novi, mlajši zaposleni, to uporabljali tudi v službenem času, ZM pa še nima pravilnikov, s katerimi bi urejali področje uporabe socialnih omrežij med delovnim časom, se je postavilo vprašanje, kako je uporaba socialnih omrežij razširjena med zaposlenimi v podjetju. Trenutno znaša povprečna starost zaposlenega v ZM 41 let, najštevilčnejši pa so zaposleni v starostni skupini med 31 in 40 leti (Zavarovalnica Maribor 2011a, 51).

ZM komunicira s svojimi zavarovanci tudi prek interneta, zato ima, poleg svoje spletne strani, odprt svoj poslovni profil na Facebooku in Twitterju. ZM upravlja s spletnim omrežjem Heroj.si, ki je namenjeno vzpostavitvi dialoga o družbeno pomembnih vprašanjih.

1.2 Namen in cilj diplomskega dela

Glede na to, da je ZM prisotna na socialnih omrežjih in se pričakuje zaposlovanje populacije, ki aktivno uporablja socialna omrežja, je namen naloge raziskati uporabo računalnikov, predvsem pa socialnih omrežij, v službenem času, in sicer tako za poslovne kot zasebne namene, saj tega v podjetju še nihče ni raziskal. Raziskava je zanimiva tudi zato, ker je samo podjetje aktivno v socialnih omrežjih (profil na Facebooku in Twitterju) ter upravljanje s spletnim mestom Heroj.si. V Sloveniji še ni narejene podobne raziskave.

V nalogi bodo:

- opredeljena socialna omrežja;
- opisan bo vpliv socialnih omrežij na posameznike in družbo;
- predstavljena bo ZM in njena informacijska infrastruktura;
- raziskano bo, koliko so zaposleni večji uporabe interneta za iskanje informacij, povezanih z delom in koliko za iskanje ostalih informacij;
- raziskana bo razširjenost socialnih omrežij med zaposlenimi v ZM.

V empiričnem delu bo cilj potrditev ali zavrnitev naslednjih trditev:

- zaposleni v ZM premalo uporabljajo razpoložljivo IKT za iskanje informacij, še posebej starejši delavci;

- uporaba socialnih omrežij v ZM je pod nivojem slovenskega povprečja zaradi starostne strukture zaposlenih;
- zaposleni v ZM izmed socialnih omrežij najpogosteje uporabljajo socialno omrežje Facebook, kjer imajo vzpostavljen svoj zasebni profil, ženske so pogostejše uporabnice socialnega omrežja Facebook kot moški;
- zaposleni v ZM se zavedajo nevarnosti uporabe socialnih omrežij na službenih računalnikih, zato socialnih omrežij ne uporabljajo v službenem času.

1.3 Predvidene metode za doseganje ciljev

Pri pripravi diplomske naloge bodo uporabljeni različni tiskani in elektronski viri s področja obravnavane teme v nalogi. Pri tem bo uporabljena sinteza podatkov iz različnih virov ter izvedena primerjava na osnovi sekundarnih virov Sursa in Eurostata. Primerjani bodo podatki za EU 27 in Slovenijo. Z opisno metodo bo predstavljen vpliv socialnih omrežij na posameznike in družbo.

V empiričnem delu bo opravljena raziskava s pomočjo spletnega vprašalnika. Zajete bodo različne skupine zaposlenih, tako tiste, ki delajo s strankami na terenu, kot interno zaposleni. Podatke iz vprašalnikov bodo obdelani s pomočjo programa MS Excel. Za analizo bodo uporabljene metode opisne statistike (povprečje, mediana in standardni odklon), rezultati analize pa bodo prikazani opisno, tabelarično in grafično.

1.4 Predpostavke in omejitve diplomskega dela

V nalogi bo omejitev na proučevanju uporabe socialnih omrežij v podjetju ZM. Pri tem se omejitve le na raziskavi treh socialnih omrežij: Facebook, Twitter in Heroj.si.

Predpostavlja se, da se bo vsaj šestina zaposlenih ZM, 150 od 874, odzvala na povabilo in bodo vestno izpolnili vprašalnik ter tako s svojimi odgovori pomagali pri raziskavi. Pričakuje se, da bodo anketiranci odgovarjali iskreno, saj bo anketiranje anonimno. Pričakuje se tudi, da bodo starejši delavci s težavo izpolnili spletni vprašalnik in bo zato manj podatkov za to starostno skupino.

2 SOCIALNA OMREŽJA

2.1 Opredelitev socialnih omrežij

Spletna socialna omrežja (angl. social network sites) so internetne storitve, ki posamezniku omogočajo, da oblikuje in objavi javni ali delno–javni profil znotraj že izgrajenega sistema, oblikuje seznam drugih uporabnikov, s katerim si deli povezave in si ogleduje ter se premika po svojem seznamu povezav znotraj tako izgrajenega sistema (Boyd in Ellison 2008). Razlogi za druženje članov različnih socialnih omrežij so lahko iskanje novih poznanstev, hobiji, politična opredeljenost, spolna usmerjenost ipd. V Sloveniji se pogosto uporablja tudi izraz družabna omrežja, ki je širši pojem in zajema vsa spletna mesta za komuniciranje, kot so spletna mesta za ustvarjanje blogov, klepetalnice ter spletna socialna omrežja.

Trenutno najbolj priljubljena socialna omrežja so:

- Facebook,⁴ ustanovljen leta 2004, je najbolj razširjeno socialno omrežje. Ima 800 milijonov uporabnikov (Facebook 2011a).
- Twitter,⁵ ustanovljen leta 2007, je socialno omrežje, ki temelji na mikrobloganju (pošiljanju kratkih SMS-sporočil prek spleta). Ima že več kot 175 milijonov uporabnikov (Charlson 2011).
- Socialno omrežje MySpace⁶ je bilo ustanovljeno leta 2003. Ima več kot 100 milijonov uporabnikov (Reisinger 2010).
- LinkedIn,⁷ ustanovljen leta 2002, je poslovno socialno omrežje z več kot 120 milijonov uporabnikov (Linkedin 2011).
- Netlog,⁸ ustanovljen leta 2004, je belgijsko socialno omrežje, namenjeno predvsem najstnikom in ima 94 milijonov uporabnikov (Netlog 2011).

Posamezniki se v socialna omrežja vključijo z registracijo, ki jo opravijo z vnosom nekaterih osebnih podatkov in naslovom elektronske pošte. Do socialnega omrežja uporabniki dostopajo z uporabniškim imenom in geslom.

2.2 Razvoj in razširjenost socialnih omrežij

Razvoj spletnih socialnih omrežij je omogočil hiter razvoj IKT, predvsem pa razvoj spleta, ki je omogočil uporabnikom interneta, da se povežejo in aktivno sodelujejo.

⁴ [Http://www.facebook.com/](http://www.facebook.com/)

⁵ [Http://twitter.com/](http://twitter.com/)

⁶ [Http://www.myspace.com/](http://www.myspace.com/)

⁷ [Http://www.linkedin.com/](http://www.linkedin.com/)

⁸ [Http://sl.netlog.com/](http://sl.netlog.com/)

2.2.1 Razvoj računalnikov in računalniških omrežij

Od izuma prvih črk do magnetnega zapisa zvoka je minilo 7.000 let. Po izumu televizije, leta 1928, se je začel hiter razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT) (Briggs in Burke 2005).

Prve digitalne računalnike so razvili okrog leta 1940. Bili so ogromni in zelo dragi. Najprej so se pojavili v Angliji, takoj zatem pa še v ZDA. Po izumu mikroprocesorja, leta 1969, so postali računalniki manjši in so jih postopoma preobrazili v osebne računalnike. Prelomnico pri razvoju računalnikov je predstavljala takratna nova miselnost, ki računalnike ni več obravnavala kot računske, ampak kot misleče stroje (Oblak Črnič 2008, 153).

Začetne ideje o sožitju med človekom in strojem so v šestdesetih letih prejšnjega stoletja spodbudile razmišljanje o računalniku, kot komunikacijskemu stroju, in vzpostavile razmere za razvoj omrežnih komunikacijskih poti (Oblak Črnič 2008, 154).

Po vzpostavitvi javnega svetovnega računalniškega omrežja, v katerega so bili vključeni osebni računalniki, so na internetnih strežnikih razvili mehanizem za organiziran dostop do informacij - svetovni splet (Kostrevec 2006). V začetku so bili uporabniki spleta le opazovalci, z razvojem spleta pa so postali koristniki in ustvarjalci spletnih vsebin. To je privedlo do nastanka spletnih socialnih omrežij, na katerih registrirani uporabniki aktivno sodelujejo ter s svojim nalaganjem besedil, slik in glasbe ustvarjajo vsebino socialnih omrežij.

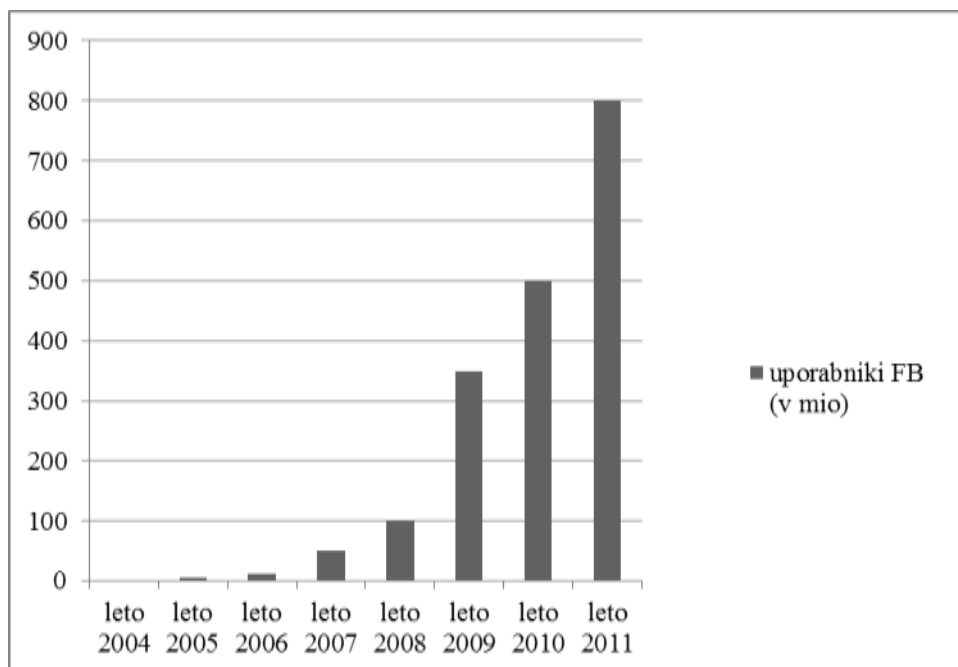
2.2.2 Razširjenost socialnih omrežij

Socialna omrežja so, zaradi uporabe interneta, ki je med mediji najbolj pomemben za globalno povezovanje (Bezjak 2011), razširjena po vseh celinah. Podatki za leto 2009 kažejo, da je tega leta socialna omrežja uporabljalo že 35 % evropskih gospodinjstev EU 27 oziroma 37 % slovenskih gospodinjstev (Eurobarometer 2010). Uporaba socialnih omrežij se nenehno povečuje. Najhitreje rastoči socialni omrežji sta Facebook in Twitter.

Facebook

Mark Zuckerberg je februarja 2004 ustvaril spletno socialno omrežje Facebook, namenjeno lažji komunikaciji med prijatelji, sorodniki in sodelavci ter skupaj s kolegi ustanovil podjetje thefacebook.com, ki so ga kasneje preimenovali v Facebook (FB). Marca 2004 se je FB iz Harvarda razširil na Stanford, Columbio, Yale in junija na Palo Alto v Kaliforniji. V naslednjih mesecih so rešitev nadgradili in omogočili uporabnikom združevanje v skupine ter pisanje vsem vidnih objav na zid. Ob koncu leta 2004 je FB imel milijon aktivnih uporabnikov, decembra 2005, ko se je razširil na ostale visoke šole v ZDA, pa se je število uporabnikov povečalo na 5,5 milijona. Število uporabnikov se je v letu 2006 podvojilo na 12

milijonov. Marca 2007 se je FB razširil v Kanado (dodatna 2 milijona uporabnikov) in Veliko Britanijo (dodatni milijon uporabnikov). Oktobra 2007 se je število uporabnikov povečalo na 20 milijonov, v podjetju pa so razvili platformo za dostop do FB prek mobilnih telefonov. V letu 2008 se je FB razširil po Evropi in začel delovati v 21 jezikih. Dodali so rešitev FB Chat za dopisovanje v realnem času. Število uporabnikov se je naglo povečevalo. Julija 2010 je FB uporabljalo že 500 milijonov ljudi, od tega je bilo 70 % uporabnikov izven ZDA. Nadalje je 250 milijonov uporabnikov dostopalo do FB prek mobilnih telefonov (Facebook 2011b). Septembra 2011 je FB imel 721 milijonov uporabnikov, od tega 51,2 % moških in 48,8 % žensk (Inside Facebook Gold 2011). Oktobra 2011 je 800 milijonov uporabnikov do svojih profilov dostopalo v 70 različnih svetovnih jezikih. Tri četrtine uporabnikov se nahaja izven ZDA (Facebook 2011c). Rast števila uporabnikov od ustanovitve do oktobra 2011 je razviden iz slike 1.



Slika 1: Uporabniki socialnega omrežja Facebook 2004–2011

Vir: Facebook 2011c.

FB je socialno omrežje, namenjeno vsem uporabnikom interneta, vendar so mladi⁹ najpogostejši uporabniki (Inside Facebook Gold 2011). Za FB je značilno, da se uporabniki prijavljajo s pravimi imeni in resničnimi podatki ter si ustvarijo lastni profil (slika 2). Uporabniki lahko podatke objavijo javno,¹⁰ delno–javno¹¹ ali zasebno.¹² Komunikacija med uporabniki poteka na več načinov: prek objav na zidu, izmenjava sporočil, dopisovanje v

⁹ Kar 46,4 % uporabnikov je starih med 13 in 25 let.

¹⁰ Vidni vsem uporabnikom interneta.

¹¹ Vidni prijateljem in prijateljem prijateljev.

¹² Vidni samo prijateljem oziroma po meri.

realnem času, nalaganje slik, videoposnetkov in hiperpovezav do drugih spletnih vsebin. Uporabniki med seboj sklepajo prijateljstva in se vključujejo v različne skupine.



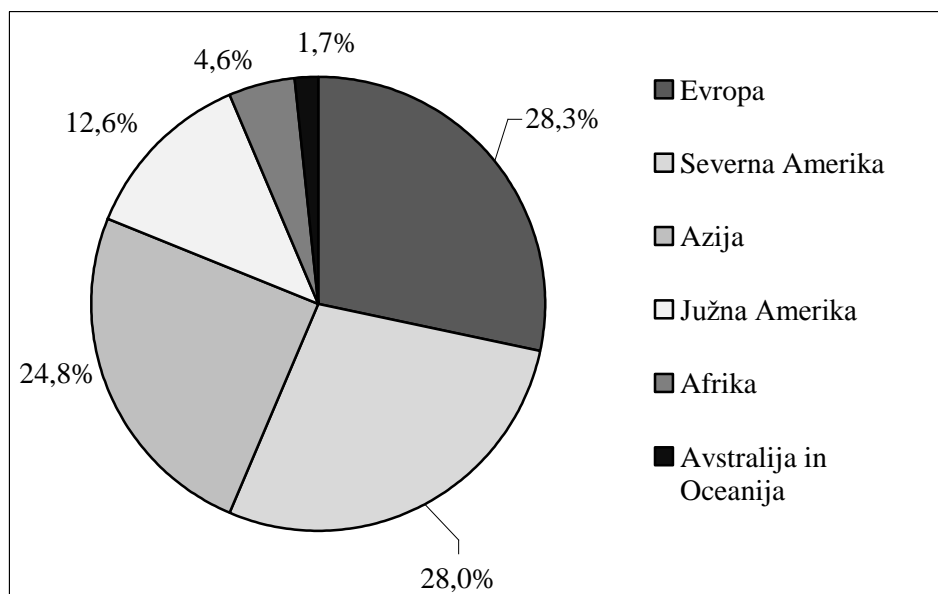
Slika 2: FB - uporabniški profil

Vir: Facebook 2011d.

Na FB imajo svoje profile tudi poslovni uporabniki, vendar se urejanje profila in objavljanje vsebin razlikuje od urejanja ter objavljanja zasebnih uporabnikov (prav tam).

FB je razširjen po vseh celinah. Iz slike 3 je razvidno, da je bilo oktobra 2011 največ uporabnikov v Evropi, in sicer 219,1 milijona, kar predstavlja 27 % prebivalstva Evrope. V Severni Ameriki uporablja FB 40,9 % prebivalstva oziroma 216,4 milijona ljudi. V Aziji znaša delež uporabnikov FB med prebivalci 5 %, v Afriki pa 3,8 %. Avstralija in Oceanija imata 13,2 milijona uporabnikov in sta, po deležu uporabnikov med prebivalci, takoj za Severno Ameriko, z 38,2 % (prav tam).

V Sloveniji je bilo oktobra 2011 665.420 uporabnikov FB, kar predstavlja 33,2 % vseh prebivalcev Slovenije in 51,2 % uporabnikov interneta v Sloveniji. Med uporabniki FB je 51 % moških in 49 % žensk (prav tam).



Slika 3: FB - uporabniki po celinah (oktober 2011)

Vir: Socialbakers 2011.

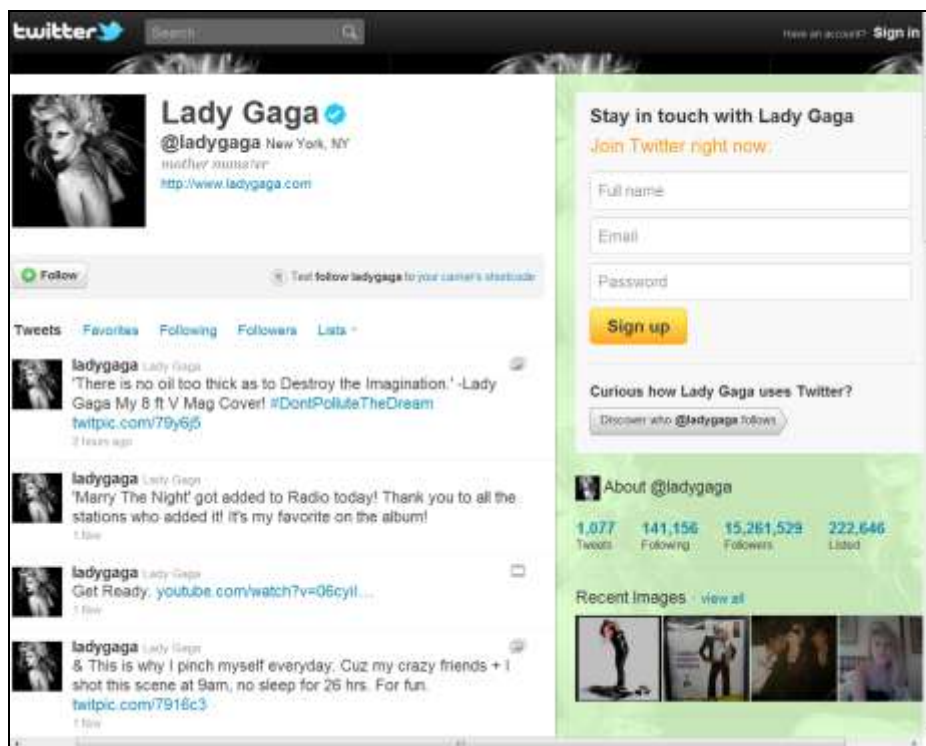
Twitter

Twitter je nastal marca 2006, v podjetju Odeo (San Francisco, ZDA). Oktobra istega leta so ga preimenovali v Twitter. Ustvarili so ga Jack Dosey, Evan Williams in Biz Stone, kasneje pa se jim je pridružil Noah Glass. Prvi prototip Twitterja je deloval kot aplikacija za interno komuniciranje v podjetju Odeo. Marca 2006 je imel Twitter 100 uporabnikov. Junija 2006 so ga odprli za javnost. Aprila 2007 so se snovalci osamosvojili in ustanovili podjetje Twitter (Businessinsider 2011). Novembra 2010 je imel Twitter 175 milijonov uporabnikov, od tega 48 % moških in 52 % žensk (Digitalsurgeons 2011). Socialno omrežje Twitter je najhitreje rastoče socialno omrežje. Bolj kot po številu uporabnikov se Twitter spremlja po številu tweetov.¹³

Za Twitter je značilno, da uporabniki pišejo kratka sporočila z največ 140 znaki. Pri tem spletne naslove na poseben način krajšajo. Uporabniki do Twitterja dostopajo prek spletne strani, s pomočjo aplikacije TweetDeck, ali prek mobilnih telefonov in drugih mobilnih naprav. Twitter deluje na principu sledenja uporabnikom. Ko uporabnik drugemu uporabniku sledi, je to stanje označeno, kot »following«, ko pa drugi njemu sledijo, so to njegovi privrženci in je ta podatek zabeležen kot število »followersov« (slika 4). Veliko uporabnikov Twitterja ne objavlja tweetov,¹⁴ ampak samo prebira tuje objave in sledi znanim uporabnikom Twitterja. Veliko uporabnikov uporablja Twitter kot vir informacij, objavljenih v realnem času.

¹³ Tweet - mikroblog, sporočilo do 140 znakov.

¹⁴ Kar 41 % uporabnikov Twitterja ne piše tweetov.



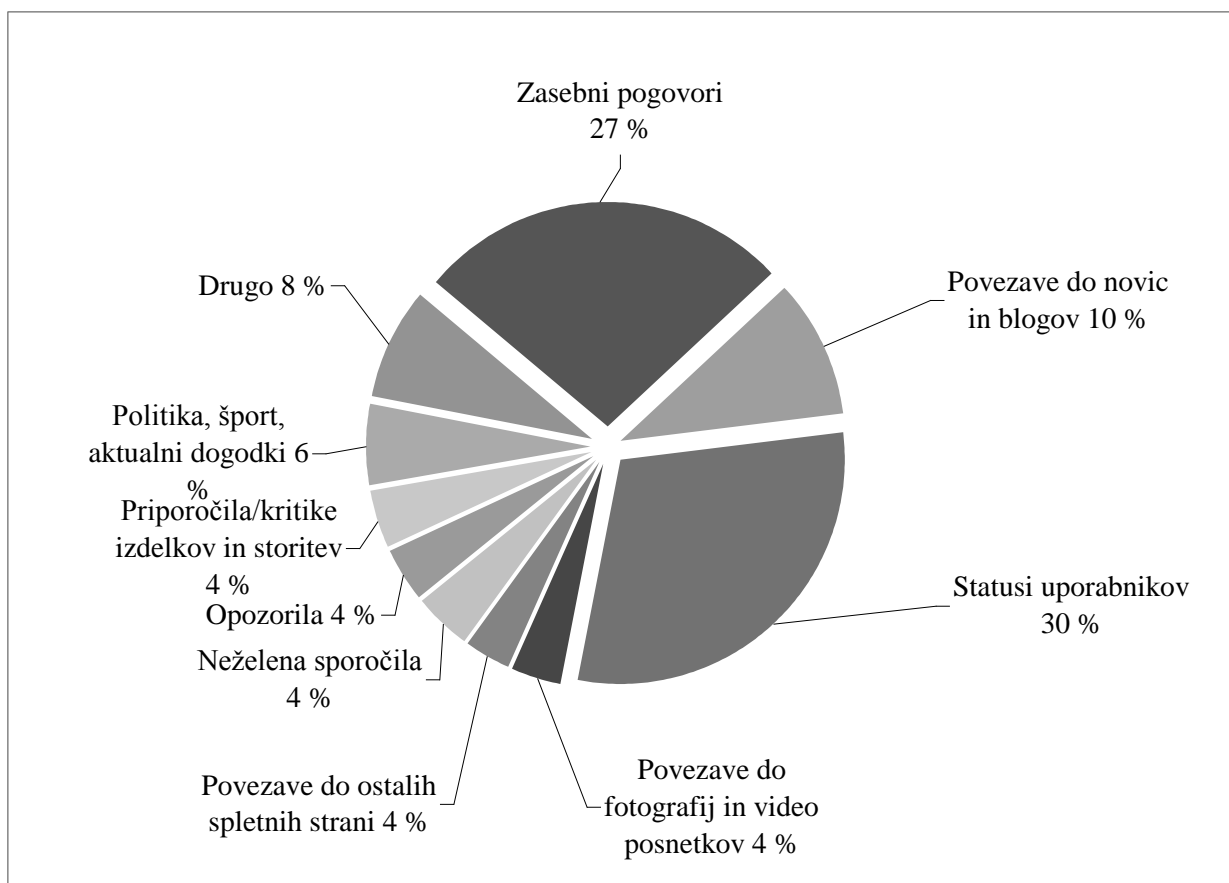
Slika 4: Primer podatkov o uporabniku na Twitterju

Vir: Twitter 2011.

Na Twitterju uporabniki objavljajo tweete z naslednjo vsebino (Website-monitoring 2010):

- Statusi uporabnikov;
- Zasebni pogovori;
- Povezave do novic in blogov;
- Povezave do fotografij in video posnetkov;
- Povezave do ostalih spletnih strani;
- Priporočila/kritike za izdelke in storitve;
- Politika, šport, aktualni dogodki;
- Opozorila;
- Neželena sporočila (spam);
- Drugo.

Struktura vsebine je razvidna iz slike 5. Vsak četrti uporabnik uporablja Twitter za neposredno komuniciranje z ostalimi uporabniki. Za 30 % sodelujočih je Twitter oglasna deska, na kateri objavljajo zase pomembna, za ostale pa nepomembna sporočila - status. Za Twitter je značilno, da ga uporablja predvsem srednja generacija, saj je 57 % uporabnikov starih med 26 in 44 let (prav tam).



Slika 5: Vsebina tweetov

Vir: Website-monitoring 2010.

2.3 Značilnosti uporabe socialnih omrežij

Uporabniki socialnih omrežij dostopajo do svojih profilov najpogosteje med prostim časom, vendar je vedno več takšnih, ki dostopajo do socialnih omrežij med delom oziroma med poukom. Mlajši za dostopanje med poukom uporabljajo mobilno tehnologijo, starejši uporabniki pa med delovnim časom do svojih profilov dostopajo prek službenih računalnikov.

2.3.1 Uporaba socialnih omrežij med delovnim časom

Socialna omrežja so med delovno aktivno populacijo vedno bolj razširjena. Mnenja delodajalcev o možnosti dostopanja do socialnih omrežij med delovnim časom so deljena. Zagovorniki so mnenja, da si delavci lahko med delom privoščijo krajši odmor in na hitro prebrskajo svoje vsebine v poljubnem socialnem omrežju, pod pogojem, da zaradi tega ne trpi delovni proces. Nasprotniki so mnenja, da delavci zaradi dostopanja do socialnih omrežij med delom zanemarjajo svoje delovne obveznosti in ogrožajo delodajalčev informacijski sistem z nepotrebnim izpostavljanjem okužbam z računalniškimi virusi.

Če delavci uporabljajo socialna omrežja med delovnim časom, s tem ovirajo delovni proces in delodajalcem povzročajo finančno škodo. Nekateri delodajalci, s filtriranjem spletnih vsebin, delavcem onemogočajo dostopanje do socialnih omrežij na službenih računalnikih. Uradnih podatkov o tem, katera podjetja onemogočajo uporabo socialnih omrežij med delovnim časom, ni.

Objava neprimernih podatkov o podjetju¹⁵ na socialnih omrežjih lahko povzroči škodo delodajalcu in delavcu. Objava slik in videoposnetkov z neprimerno vsebino ter neokusne izjave in komentarji lahko posredno blatijo ugled delodajalca. Neprimerne izjave, kot so npr. »meni je dolgčas« ali »šef mi gre na živce«, ki jih oseba med delovnim časom objavi na javno vidnih mestih socialnih omrežij, ali »na Slavniku cvetijo trobentice«, med tem, ko je delavec na bolniški in ima predpisano strogo mirovanje, lahko predstavljajo kršitev delovnih obveznosti, saj gre za javno objavljene podatke. Kljub navedenemu pa evropske delavce na delovnih mestih ščiti zakonodaja, ki ureja področje komunikacijske zasebnosti na delovnem mestu.

V EU imajo delavci zakonsko pravico do komunikacijske zasebnosti na delovnem mestu. To področje ureja 8. člen Evropske konvencije o človekovih pravicah in temeljnih svoboščinah,¹⁶ ki opredeljuje pravico do zasebnosti v dopisovanju. V Sloveniji to področje še dodatno ureja Ustava RS (Uradni list RS, št. 33/91, 42/92, 66/00, 24/03, 69/04 in 68/06), v 37. členu, ki zagotavlja tajnost pisem in drugih občil.

V svetovnem merilu obstajata na tem področju dva pristopa, in sicer t. i. ameriški pristop, ki ščiti delodajalca bolj kot delavca, in t. i. evropski pristop, ki ščiti delavca bolj kot delodajalca, kljub temu, da je delodajalec lastnik opreme, s katero delavec pošilja zasebna sporočila (Kovačič 2010).

Ameriški pristop zaposlenega obravnava le kot delojemalca, ki lahko zlorablja delodajalčevo IKT v zasebne namene. Ta pristop dovoljuje nadzor na delovnih mestih, zaradi preprečevanja odtekanja poslovnih skrivnosti in kot zaščito pred odškodninskimi tožbami zaradi neprimerne ravnanja zaposlenih (prav tam).

Evropski pristop, ki ga ima tudi Slovenija, obravnava zaposlenega kot delavca, ki ima pravico do zasebnosti tudi na delovnem mestu. Vendar pravica do zasebnosti ni absolutna in ne more vedno prevladati nad lastninsko pravico delodajalca (prav tam).

Oba pristopa urejata predvsem tajnost dopisovanja po elektronski pošti in v zasebnih sporočilih, kar pa ne velja za vsem dostopne objave v socialnih omrežjih, saj so prostovoljno javno objavljene in za dostop do njih delavcem niso kratene pravice.

¹⁵ Neprimerni so vsi tisti podatki, ki bi lahko izdali poslovne skrivnosti podjetja.

¹⁶ Direktiva 95/46/ES Evropskega parlamenta in sveta o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov v Evropski skupnosti (Uradni list EU, št. L 281/31).

2.3.2 Sociološki in psihološki vidik uporabe socialnih omrežij

Sodelovanje v spletnih socialnih omrežjih je preprosto in neobvezujoče, kar pri uporabnikih povzroči občutek pripadnosti in spodbuja lojalnost posameznika do skupine, zavezanost in zadovoljstvo (Petrič in Petrovčič 2008). Uporabniki lahko kadarkoli, brez posledic, prekinejo sodelovanje.

V celotnem virtualnem prostoru imajo vsi udeleženci enako možnost komuniciranja, ker ni statusnih, materialnih, rasnih, spolnih in starostnih omejitev. Raziskovalci in socialni kritiki nimajo enotnega mnenja o tem, ali splet¹⁷ izboljšuje ali slabša medosebne odnose v realnem življenju. Zagovorniki spleta trdijo, da splet izboljšuje socialne odnose tako, da ljudi osvobaja geografskih mej, bolezenskih omejitev in osebnostnih lastnosti. Na drugi strani pa so nasprotniki spleta prepričani, da splet povzroča socialno izolacijo in zmanjšuje socialne odnose v realnem življenju (Cerar 2007).

Večina uporabnikov prek socialnih omrežij komunicira z obstoječimi prijatelji, veliko pa jih išče tudi nova prijateljstva, saj vsakodnevne obveznosti pogosto onemogočajo, da bi ljudje dnevno sklepali nova poznanstva in prijateljstva. Tako na spletu poiščejo znance, ki jih dolgo niso srečali, obnovijo stara prijateljstva in, ne nazadnje, ohranijo stike z osebami, ki so se preselile, zaradi česar jim je fizično srečanje z njimi onemogočeno.

Na socialnih omrežjih si osebe poiščejo somišljenike in z njimi delijo svoja mišljenja, ideje in doživetja. Vendar imajo socialna omrežja lahko tudi negativen vpliv na vedenje posameznikov in na njihov odnos do ostalih uporabnikov socialnih omrežij. Nekateri uporabniki socialnih omrežij izgubijo nadzor nad lastno razsodnostjo in popolnim neznancom razkrijejo preveč podatkov o sebi, spet drugi postanejo nadležni in zasipajo druge uporabnike z neželenimi sporočili, objavami in fotografijami z nespodobno vsebino. Vzrok za takšno obnašanje je, po razlagi Golemana (2010, 75), v načinu komunikacije, ki ne vključuje govorice telesa. Ker se sogovorniki v času komunikacije med seboj ne opazujejo, hitreje izgubijo nadzor nad lastnimi čustvi in se zapletejo v neobvladljive virtualne pogovore. Za odrasle osebe je značilno, da so v virtualnem svetu pogosto zelo žaljive. Od sogovornika ne prejemajo vidnih povratnih informacij, zato hitro zanemarijo družbeno sprejemljive meje.

Posamezniki lahko zaradi prekomernega sodelovanja v socialnih omrežjih zanemarijo svoje zdravje in družino. To je opazno predvsem pri mladih, ki lažje komunicirajo s popolnimi tujci na spletu, kot pa, da bi se osebno pogovarjali s svojimi starši ali sorodniki. Na splošno ima uporaba socialnih omrežij in spleta pozitivne učinke na uporabnike, ker jih druži, izobražuje in osvobaja.

¹⁷ Socialna omrežja so sestavni del spleta.

3 INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKA TEHNOLOGIJA V ZM

ZM je podjetje, ki svoje storitve opravlja s pomočjo IKT, saj IKT podpira vse njene delovne procese.

3.1 Predstavitev ZM

ZM je bila ustanovljena leta 1990 v Mariboru in, kot vse zavarovalnice, sodi med velika podjetja. Zavarovalnica posluje na območju RS v 10 poslovnih enotah. Konec leta 2010 je bilo v družbi zaposlenih 874 oseb (Zavarovalnica Maribor 2011a, 51). ZM je kompozitna zavarovalnica, ker ima v svojem portfelju življenjska in premoženjska zavarovanja. Največja lastnika ZM sta Nova Kreditna banka Maribor, d. d., z 51 % deležem, in Pozavarovalnica Sava RE, d. d., z 48,7 % deležem (Zavarovalnica Maribor 2011b).

3.2 Računalniška oprema v ZM

Vsi zaposleni v ZM imajo osebne računalnike, ustrezno programsko opremo in dostop do interneta. ZM ima lastno službo za IKT, ki je sestavni del službe za informatiko in organizacijo. Službeni računalniki so povezani v zasebno omrežje podjetja. Dislocirane poslovne enote¹⁸ so vključene v omrežje ZM prek optičnih povezav in povezave SHDSL. Zastopniške pisarne so povezane v sistem zavarovalnice prek povezav VPN - MPLS (slika 6).

Interno zaposleni¹⁹ so opremljeni s službenimi računalniki, z možnostjo uporabe tiskalnikov, in večopravilnih naprav v skupni rabi internega omrežja ZM. Pri delu uporabljajo elektronsko pošto, urejevalnike besedil in posebne zavarovalniške programe. Varnost pri uporabi računalniške opreme urejajo interni pravilniki.²⁰

Zavarovalni zastopniki,²¹ ki svoje delo opravljajo na terenu in v zastopniških pisarnah, izven centrale in poslovnih enot ZM, uporabljajo lastne računalnike z zavarovalniškimi programi, ki delujejo on-line.²² ZM je, za službene potrebe zastopnikov, pisarne opremila z večopravilnimi napravami in dostopom do interneta. Na terenu zastopniki do interneta dostopajo prek brezžične UMTS-povezave.

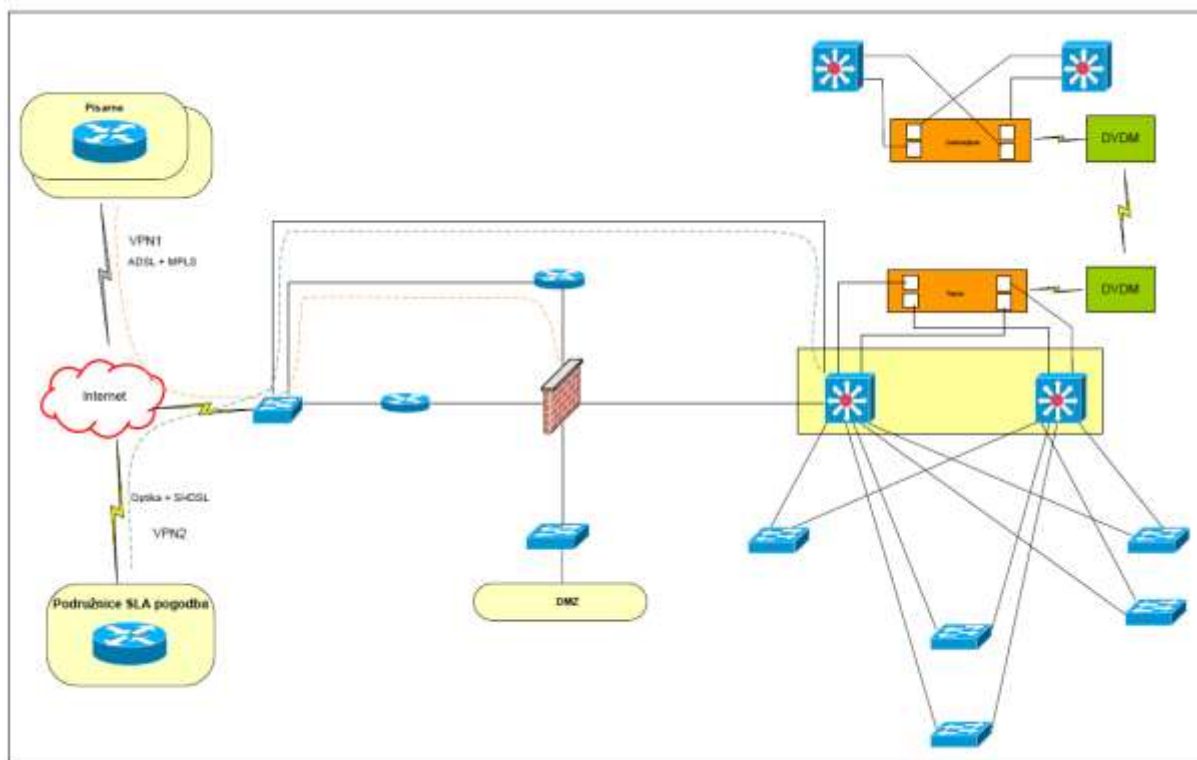
¹⁸ Podružnice in predstavništva.

¹⁹ Interno zaposleni so redno zaposleni delavci, ki svoje delo opravljajo v prostorih delodajalca.

²⁰ Politika uporabe gesel 2006, Pravilnik o varovanju poslovne skrivnosti v ZM 2007, Pravilnik o varstvu osebnih podatkov 2010.

²¹ Zavarovalni zastopniki so redno zaposleni delavci, ki svoje delo opravljajo večinoma na terenu, pri strankah.

²² Zavarovalni zastopniki se s pomočjo interneta povežejo s podatkovno bazo ZM.



Slika 6: Shema omrežja ZM

Vir: Zavarovalnica Maribor 2012.

3.3 E-poslovanje v ZM

Vsi delovni procesi v ZM so povezani z elektronskim poslovanjem. Podjetje poleg ostalih načinov komuniciranja za komunikacijo z zaposlenimi (B2E)²³ uporablja elektronsko pošto in intranet. Zaposleni v določeni meri komunicirajo med seboj prek elektronske pošte (E2E).²⁴ ZM ima svojo spletno stran,²⁵ na kateri je predstavljeno poslovanje družbe in produkti. Prek spletne strani ZM lahko spletni kupci sklenejo nekaj vrst zavarovanj, zavarovanci ZM pa lahko elektronsko prijavijo škodo, z uporabniškim imenom in geslom pa dostopajo do podatkov o lastnih zavarovanjih (B2C).²⁶ Zaposleni in poslovni partnerji prek spletne strani dostopajo do intraneta ZM. Zaposleni dostopajo do podatkovne baze ZM (B2E) in zavarovalniških spletnih rešitev, poslovni partnerji (B2B)²⁷ pa dostopajo do spletnih rešitev za sklepanje zavarovanj in njim namenjenih podatkov.

²³ Business to Employee - e-poslovanje med podjetjem in zaposlenimi.

²⁴ Employee to Employee - e-poslovanje med zaposlenimi.

²⁵ [Http://www.zav-mb.si/](http://www.zav-mb.si/)

²⁶ Business to Business - e-poslovanje med podjetji.

²⁷ Business to Consumer - e-poslovanje med podjetjem in potrošniki.

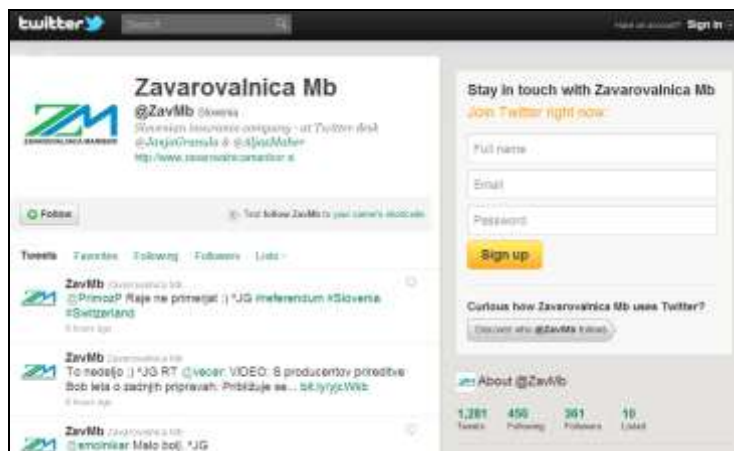
3.4 Socialna omrežja v ZM

ZM ima svoj poslovni profil odprt na Facebooku (slika 7) in Twitterju (slika 8). V spletnih socialnih omrežjih sodeluje zaradi komunikacije s spletno skupnostjo in ker želi postati njen sestavni del.



Slika 7: Profil ZM na FB

Vir: Facebook 2011e.



Slika 8: Profil ZM na Twitterju

Vir: Twitter 2012.

ZM na svojem zidu na FB objavlja razne informacije in povezave do objav na korporativnem blogu ZM. S pomočjo komentarjev prijateljev in ostalih uporabnikov FB ZM pridobiva povratne informacije, povezane s s svojimi storitvami. Podobno vsebino kot na FB objavlja ZM tudi na Twitterju.

ZM posredno sodeluje na spletnem mestu Heroj.si,²⁸ ki je zelo majhno socialno omrežje, s katerim ZM samo upravlja. Januarja 2011 so ga odprli za zunanje uporabnike. Namenjeno je

²⁸ [Http://www.heroj.si](http://www.heroj.si).

predvsem vzpostavitvi dialoga o družbeno pomembnih vprašanjih med uporabniki (Zavarovalnica Maribor 2010). Vsebine, objavljene na spletnem mestu Heroj.si, so informativne narave in jih ustvarjajo uporabniki socialnega omrežja (slika 9). Glavna tema tega socialnega omrežja je ekologija. Heroj.si ima trenutno zelo malo članov. Gre za poskus posrednega vključevanja Zavarovalnice Maribor v virtualni svet, saj na nevsiljiv način promovira svoje ime.



Slika 9: Primer uporabniškega profila na Heroj.si

Vir: Heroj 2011.

4 RAZISKAVA O RAZŠIRJENOSTI SOCIALNIH OMREŽIJ MED ZAPOSLENIMI V ZM

ZM omogoča vsem zaposlenim dostop do interneta. Namen raziskave o razširjenosti socialnih omrežij v ZM je raziskati, koliko zaposlenih dejansko sodeluje v socialnih omrežjih, pa tudi, ali prihaja do večjih zlorab službenih računalnikov za sodelovanje v socialnih omrežjih med delovnim časom. Za namen raziskave je bil uporabljen spletni vprašalnik (priloga 1) s 37 vprašanji o sodelovanju zaposlenih v socialnih omrežjih, o uporabi računalnikov in uporabi interneta. Rezultati ankete so obdelani s programom MS Excel, dobljeni podatki pa prikazani v preglednicah in grafično. Pomembnejši in zanimivejši podatki so predstavljeni tudi opisno.

4.1 Predstavitev vzorca

V raziskavo so zajeti vsi zaposleni, saj vsi zaposleni v ZM uporabljajo računalnik, dostopajo do interneta in imajo službeni naslov za elektronsko pošto. Zaposlenim je bilo vabilo za sodelovanje v spletni anketi in povezavo²⁹ do spletnega vprašalnika poslano po elektronski pošti. Anketa je bila za reševanje odprta od 5. do 23. aprila 2011. Na vabilo se je odzvalo 321 zaposlenih, vendar jih je anketo v celoti izpolnilo 288, kar predstavlja 33 % vseh zaposlenih. V raziskavi so upošteevane samo v celoti izpolnjene ankete.

Anketiranci so, glede na sodelovanje v socialnih omrežjih, razdeljeni v dve skupini. V prvo skupino so vključeni tisti, ki ne sodelujejo v socialnih omrežjih, vprašani pa so bili o razlogih za nesodelovanje v socialnih omrežjih, o uporabi interneta in o uporabi računalniške opreme v službi ter doma. V drugo skupino pa so vključeni tisti, ki v socialnih omrežjih sodelujejo. Ta skupina anketirancev je odgovarjala na vprašanja o načinu sodelovanja v socialnih omrežjih, o zavedanju nevarnosti uporabe socialnih omrežij, o uporabi interneta in o uporabi računalniške opreme v službi ter doma.

Za prikaz demografskih podatkov so anketirance razdeljeni v 8 starostnih skupin in so prikazani v preglednici (priloga 2). V vseh starostnih skupinah so številčno prevladovalе ženske, razen v skupini od 31 do 35 let in v skupini 56 let in več, kjer je sodelovalo več moških. Znotraj starostnih skupin so anketiranci neenakomerno porazdeljeni, saj je 60,4 % anketirancev starih med 31 in 45 let, vendar je tudi starostna struktura vseh zaposlenih v ZM podobna. Zanimivo je, da je več kot desetina anketirancev starejših od 50 let. Povprečna starost vseh anketirancev znaša 39,5 leta, kar je nekoliko nižje od povprečne starosti zaposlenih v ZM; moški anketiranci so povprečno stari 39,3 leta, ženske pa 39,7 leta. Najmlajši anketiranec je ženska, stara 21 let, najstarejši pa moški, star 61 let (priloga 3).

²⁹ Spletni naslov ankete: <Http://ankete.fm-kp.si/admin/admin.php?sid=63138>.

Porazdelitev anketirancev glede na doseženo stopnjo izobrazbe ustreza izobrazbeni strukturi celotne ZM. Največ anketirancev ima V. ali VII. stopnjo izobrazbe, kar je po pričakovanjih, saj ima ZM primerljivo izobrazbeno strukturo (priloga 4).

Na vabilo k izpolnjevanju ankete so se odzvali zaposleni iz vseh enot in sektorjev ZM. Nekoliko slabši odziv je bil v PE Ljubljana, zelo dober pa v sektorju zavarovalne tehnologije premoženjskih zavarovanj, v Kopru in upravi (priloga 5).

4.2 Rezultati raziskave

Anketa je bila sestavljena iz treh delov - sodelovanje v socialnih omrežjih, uporaba interneta in uporaba računalnikov v službi in doma. Dobljeni rezultati so v nekaterih primerih primerjani z rezultati raziskave, ki jo je RIS opravil marca 2010 (RIS 2011), v drugih primerih pa s statističnimi podatki SURS (2010a). Z namenom, da bi podatke lahko primerjali, so pri primerjavi s podatki RIS anketiranci razdeljeni v 6 starostnih skupin.

4.2.1 Sodelovanje zaposlenih v spletnih socialnih omrežjih

Z anketo je bil namen ugotoviti, koliko zaposlenih sodeluje v socialnih omrežjih. Iz preglednice 1 je razvidno, da 51 % anketirancev ne sodeluje v socialnih omrežjih, 49 % pa jih sodeluje v enem ali več socialnih omrežjih.

Preglednica 1: Oblikovanje profila na spletnih socialnih omrežjih

	Število	Delež v %
V katerem koli	141	49,0
V nobenem	147	51,0
Vsi odgovori	288	100,0

Največ anketirancev sodeluje v socialnem omrežju FB, in sicer 45,8 % vseh. Lastni profil na tem socialnem omrežju ima odprtega več kot polovica anketirancev moškega spola (57,5 %), kar pomeni, da so moški v ZM pogostejši uporabniki FB kot ženske. Druga največja udeležba je v mikro socialnem omrežju Heroj.si. V njem ima odprt svoj lastni profil 12,9 % anketirancev (preglednica 2).

Preglednica 2: Oblikovanje profila na spletnih socialnih omrežjih glede na vrsto in spol

	Moški		Ženske		Vsi	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Facebook	58	50,9	74	42,5	132	45,8
Twitter	9	7,9	12	6,9	21	7,3
Herobj.si	12	10,5	25	14,4	37	12,9
V drugem	7	6,1	11	6,3	18	6,3
Vsi odgovori:	114	100,0	174	100,0	288	100,0

Sodelujoči v socialnih omrežjih so v preglednici 3 razdeljeni glede na spol in starost. Ugotovljeno je, da v socialnih omrežjih sodelujejo zaposleni obeh spolov in vseh starosti. Najmanj številčni so sodelujoči, ki so stari 51 let in več.

Preglednica 3: Oblikovanje profila v socialnih omrežjih glede na spol in starost

Kriterij	Skupine	Ima		Nima	
		Število	Delež v %	Število	Delež v %
Spol	Moški	62	54,4	52	45,6
	Ženske	79	45,4	95	54,6
Starost	21–25 let	6	100,0	0	0,0
	26–30 let	29	76,3	9	23,7
	31–35 let	31	54,4	26	45,6
	36–40 let	28	44,4	35	55,6
	41–50 let	40	43,5	52	56,5
	51 in več let	7	21,9	25	78,1

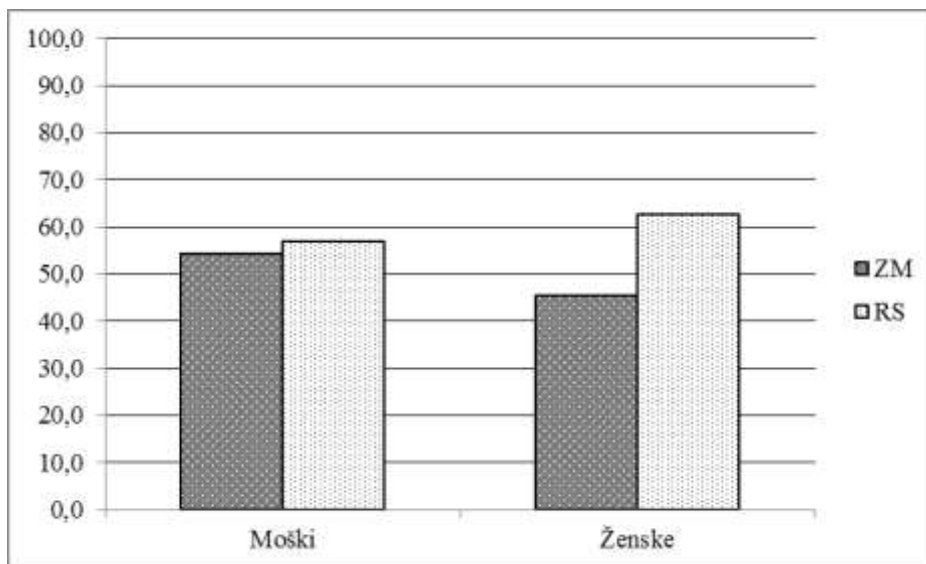
Dobljeni podatki so primerjani s podatki iz raziskave Socialna omrežja 2011 (preglednica 4), ki jo je RIS opravil marca 2010 med uporabniki interneta v RS (RIS 2011, 11). Zaposleni v ZM so namreč uvrščeni med uporabnike interneta.

Preglednica 4: Oblikovanje profila na spletnih socialnih omrežjih v RS

Kriterij	Skupine	Ima (Delež v %)	Nima (Delež v %)
Spol	Moški	56,8	43,2
	Ženske	62,8	37,2
Starost	21–25 let	74,4	25,6
	26–30 let	65,5	34,5
	31–35 let	63,4	36,6
	36–40 let	62,9	37,1
	41–50 let	37,5	62,5
	51 in več let	26,4	73,6

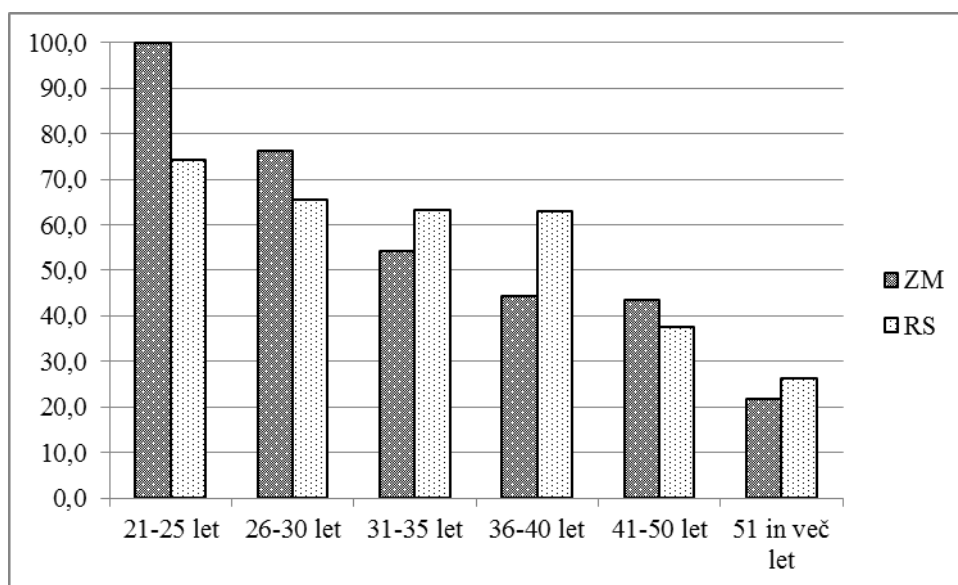
Vir: RIS 2011.

Podatki so primerjani glede na spol (slika 10). Ugotovljeno je, da pri uporabnikih moški spol ZM skoraj dosega slovensko raven, pri uporabnicah pa je udeležba ZM za četrtno nižja od slovenske udeležbe, kar potrjuje zastavljeno trditev, da je ZM po uporabi socialnih omrežij pod povprečjem RS.



Slika 10: Primerjava uporabnikov socialnih omrežij med ZM in RS po spolu

Podatki so primerjani glede na starost anketirancev (slika 11). Ugotovljeno je, da so podatki za skupini 21 do 25 let in 26 do 30 let težje primerljivi, ker je v ZM delež anketirancev iz teh dveh starostnih skupin 15 %, pri RIS pa sta bili ti dve starostni skupini najštevilčnejši, s skupnim deležem 38,9 %. Najzanimivejša primerjava je v starostni skupini od 41 do 50 let, kjer uporabniki ZM presegajo raven uporabnikov v RS.



Slika 11: Primerjava uporabnikov socialnih omrežij med ZM in RS po starosti

Namen ankete je bil raziskati, koliko časa anketiranci, ki sodelujejo v socialnih omrežjih, porabijo za sodelovanje v njih. Vsaki dvajseti anketiranec porabi za sodelovanje v socialnih omrežjih več ur dnevno. Četrtnina anketiranih za sodelovanje porabi eno uro dnevno. Najpogosteje se v družabno okolje socialnih omrežij anketiranci vključujejo eno do dve uri tedensko, skoraj tretjina pa je takšnih, ki porabijo eno uro mesečno, kakor je to razvidno iz preglednice 5. Starejši porabijo manj časa, mlajši pa več (priloga 7).

Preglednica 5: Poraba časa za sodelovanje v socialnih omrežjih

	Več ur na dan		1 uro na dan		1–2 uri na teden		1 uro na mesec		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Vsi skupaj:	7	5,0	35	24,8	55	39,0	44	31,2	141	100,0

Bistvenih razlik med uporabniki glede na spol ni, razen pri ženskah, ki porabijo nekoliko več časa kot moški, saj vsaka tretja ženska in skoraj vsaki četrti moški porabijo približno eno do več ur dnevno za sodelovanje v socialnih omrežjih. Mlajše ženske porabijo veliko več časa kot starejše in tudi več od vrstnikov moškega spola (priloga 8).

Med uporabniki FB je razporeditev porabe časa za sodelovanje v tem socialnem omrežju podobna kot pri vseh uporabnikih skupaj, saj je uporabnikov FB največ. Ženske za FB porabijo nekoliko več časa kot moški, saj 35,2 % žensk porabi eno ali več ur na dan za FB, enako količino časa pa porabi četrtnina moških uporabnikov, kakor je to razvidno iz preglednice 6.

Preglednica 6: Poraba časa za sodelovanje na FB glede na spol

Spol	Več ur na dan		1 uro na dan		1–2 uri na teden		1 uro na mesec		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	4	6,9	11	19,0	27	46,6	16	27,6	58	100,0
Ženske	3	4,1	23	31,1	27	36,5	21	28,4	74	100,0
Skupaj:	7	5,3	34	25,8	54	40,9	37	28,0	132	100,0

Nadalje je bil namen raziskati, kdaj zaposleni ZM najpogosteje dostopajo do socialnih omrežij. Rezultati, ki so združeni v preglednici 7, kažejo, da dva od treh anketirancev sodelujejo v socialnih omrežjih zvečer, in sicer tri od štirih uporabnic ter trije od petih moških. Dopoldne sodeluje v omrežjih 15,4 % moških in 6,3 % žensk, kljub temu, da so med tednom v tem času v službi. Vsak deseti moški sodeluje v socialnih omrežjih ponoči.

Zjutraj, pred službo, sodeluje v socialnih omrežjih več kot tretjina žensk, starih od 46 do 50 let, ostale pa zvečer. Moški v isti starostni skupini sodelujejo samo popoldne in zvečer (priloga 9).

Preglednica 7: Obdobje dneva za sodelovanje v socialnih omrežjih glede na spol

Spol	Zjutraj, pred službo		Dopoldne		Popoldne		Zvečer		Ponoči		Skupaj	
	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %
Moški	4	6,5	9	14,5	5	8,1	37	59,7	7	11,3	62	100,0
Ženske	7	8,9	5	6,3	9	11,4	57	72,2	1	1,3	79	100,0
Skupaj:	11	7,8	14	9,9	14	9,9	94	66,7	8	5,7	141	100,0

Iz analize podatkov o uporabnikih FB je ugotovljeno, da ni bistvenih razlik v primerjavi z vsemi uporabniki in da tudi uporabniki ostalih socialnih omrežij sodelujejo najpogosteje zvečer (preglednica 8).

Preglednica 8: Obdobje dneva za sodelovanje v FB glede na spol

Spol	Zjutraj, pred službo		Dopoldne		Popoldne		Zvečer		Ponoči		Skupaj	
	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %
Moški	4	6,9	9	15,5	5	8,6	33	56,9	7	12,1	58	100,0
Ženske	7	9,5	4	5,4	9	12,2	54	73,0	0	0,0	74	100,0
Skupaj:	11	8,3	13	9,8	14	10,6	87	65,9	7	5,3	132	100,0

Nadalje je bilo vprašanje, kako pogosto zaposleni sodelujejo v socialnih omrežjih med delovnim časom. Pri tem se je 3,5 % uporabnikov odločilo, da ne bodo odgovorili na to vprašanje. Vsaki deseti uporabnik dostopa do socialnega omrežja med delovnim časom vsak ali skoraj vsak dan, samo 2,1 % pa jih to počne večkrat na dan. Vsak drugi sodeluje med delovnim časom, vendar ne vsak dan, vsak četrti se vključi do 3–krat na teden, vsaki peti pa zelo poredko, maksimalno enkrat na mesec. Skoraj 30 % uporabnikov med delovnim časom ne dostopa do socialnih omrežij. Podatki so prikazani v preglednici 9.

Anketiranci sodelujejo v različnih socialnih omrežjih, zato je bil namen ugotoviti, na kakšen način komunicirajo v socialnih omrežjih. Možnih je bilo več odgovorov, saj tudi uporabniki lahko komunicirajo na več različnih načinov. Iz preglednice 10 je razvidno, da je pisanje neposrednih sporočil najpogostejši način komunikacije, uporabniki FB pa imajo možnost pisanja na zid in tega se poslužuje 41,1 % vseh uporabnikov socialnih omrežij. Slaba tretjina raje bere pisanje in komentarje drugih, kot pa, da bi sami bili aktivni.

Preglednica 9: Sodelovanje v socialnih omrežjih med delovnim časom

	Skupaj	
	Število	Delež v %
Ne - nikoli	41	29,1
Da, vendar zelo poredko (1-krat na mesec)	32	22,7
Da, včasih (do 3-krat na mesec)	34	24,1
Da, pogosto (2- do 3-krat na teden)	8	5,7
Da, skoraj vsaki dan.	11	7,8
Da, vsak dan večkrat.	3	2,1
Da, po službeni dolžnosti.	7	5,0
Ne želim odgovarjati na to vprašanje.	5	3,5
Skupaj:	141	100,0

Preglednica 10: Najpogostejši načini komuniciranja v socialnih omrežjih

	Skupaj	
	Število	Delež v %
Klepet (chat)	51	36,2
Neposredna sporočila (direct messages)	65	46,1
Pisanje in komentiranje na zid	58	41,1
Tweet	9	6,4
Ne komuniciram, samo berem pisanje, komentarje in tweetanje drugih.	44	31,2
Skupaj:	141	100,0

Ker so sodelujoči v socialnih omrežjih pogostejši koristniki ostalih možnosti uporabe interneta, se je eno izmed vprašanj nanašalo na ostale načine komunikacije prek interneta. Podatki iz preglednice 11 kažejo, da 9 od 10 uporabnikov internet uporablja za dostop do elektronske pošte, vsak peti pa uporablja sistem neposrednega sporočanja (npr. MSN). Slaba desetina jih ne komunicira, ampak raje bere razprave ostalih uporabnikov forumov.

Preglednica 11: Drugo komuniciranje uporabnikov socialnih omrežij prek interneta

	Skupaj	
	Število	Delež v %
Prek sistemov neposrednega sporočanja (npr. MSN)	29	20,6
E-pošte	127	90,1
Diskusijskih forumov	20	14,2
Ne komuniciram, berem pa razprave ostalih uporabnikov forumov.	13	9,2
Skupaj:	141	100,0

Bloganje je eden od načinov spletnega komuniciranja, ki ga uporabljajo tudi uporabniki socialnih omrežij. ZM ureja lastni blog,³⁰ zato spodbuja zaposlene, naj sodelujejo pri tem načinu spletne komunikacije. Uporabniki socialnih omrežij so bili zato vprašani, če in na kakšen način sodelujejo v blogih. Rezultati so pokazali, da 5,7 % uporabnikov ureja lastni blog, 10,6 % jih piše komentarje na tuje bloge, slaba tretjina pa bloge le prebira. Kar 61,7 % vseh sodelujočih sploh ne sodeluje v tej obliki spletnega komuniciranja (preglednica 12).

Preglednica 12: Sodelovanje uporabnikov socialnih omrežij v blogih

	Skupaj	
	Število	Delež v %
Urejam lastni blog.	8	5,7
Pišem komentarje na različne bloge.	15	10,6
Bloge (spletne dnevnike) le prebiram.	41	29,1
Ne sodelujem v blogih.	87	61,7
Skupaj:	141	100,0

Odpiranje in nalaganje raznih vsebin v socialnih omrežjih lahko okuži računalnike, zato je bil namen ugotoviti, ali uporabniki socialnih omrežij menijo, da bi z dostopanjem do socialnih omrežij na službenem računalniku lahko računalnike okužili z virusi. Pridobljeni rezultati so prikazani v preglednici 13. Več kot polovica jih zaupa protivirusnim programom, zelo majhen delež pa je tistih, ki so svoj računalnik že okužili zaradi sodelovanja v socialnih omrežjih. Desetini anketiranih se zdi, da so službeni računalniki v nevarnosti, če jih uporabljajo za sodelovanje v socialnih omrežjih.

Preglednica 13: Možnost okužbe službenih računalnikov z računalniškimi virusi - mnenje uporabnikov socialnih omrežij

	Skupaj	
	Število	Delež v %
Da, ker se mi je to že zgodilo.	2	1,4
Da, ker so socialna omrežja polna virusov.	17	12,1
Ne vem.	42	29,8
Ne, ker imamo protivirusni program.	80	56,7
Skupaj:	141	100,0

Namen ankete je bil raziskati tudi to, ali se uporabniki socialnih omrežij zavedajo pasti socialnih omrežij, povezanih z zlorabo podatkov, objavljanjem osebnih podatkov, sklepanjem spletnih prijateljstev in objavo neprimernih slik.

³⁰ [Http://blog.zav-mb.si/](http://blog.zav-mb.si/)

Namen je bil ugotoviti, ali uporabnike socialnih omrežij skrbi, da bi nekdo zlorabljal njihove osebne in druge podatke, ki jih vnašajo v svoje profile ali objavljajo v socialnih omrežjih. Slaba tretjina je odgovorila, da jih morebitna zloraba podatkov skrbi. Iz preglednice 14 je razvidno, da je dobra tretjina, vendar več moških kot žensk, do te nevarnosti ravnodušna, ker jih niti skrbi niti ne skrbi. Zanimivo, da so najbolj zaskrbljenimi mlajše ženske in starejši moški (priloga 10). Iz primerjave dobljenih rezultatov v anketi z raziskavo RIS (RIS 2011, 19), je mogoče ugotoviti, da je celotna porazdelitev zaskrbljenosti zaradi zlorabe podatkov v slovenskem merilu približno enaka kot v Zavarovalnici Maribor, vključno z večjo zaskrbljenostjo mlajših žensk in starejših moških.

Preglednica 14: Skrb pred zlorabo osebnih podatkov glede na spol

Spol	Me sploh ne skrbi		Me ne skrbi		Niti skrbi–niti ne skrbi		Me skrbi		Me zelo skrbi		Skupaj	
	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %
Moški	7	11,3	13	21,0	22	35,5	17	27,4	3	4,8	62	100,0
Ženske	7	8,9	21	26,6	25	31,6	23	29,1	3	3,8	79	100,0
Skupaj:	14	9,9	34	24,1	47	33,3	40	28,4	6	4,3	141	100,0

Skrb, da bi prišlo do objave neželenih osebnih podatkov, slik in posnetkov anketirancev s strani drugih uporabnikov je najbolj prisotna med starejšimi moškimi, prisotna pa je tudi med ženskami vseh starosti, najbolj pa so zaskrbljene ženske v starosti od 36 do 40 let. Malo zaskrbljenih je 45,2 % moških in 41,3 % žensk, popolnoma brezskrbnih pa je 50 % moških in 42,7 % žensk. Rezultati so skoraj enaki kot v RIS (RIS 2011, 20), samo, da so ženske med 36 in 40 leti v ZM veliko bolj zaskrbljene od uporabnic interneta v Sloveniji iz iste starostne skupine. Rezultati se nahajajo v preglednici 15 in prilogi 11.

Preglednica 15: Skrb pred objavo neželenih podatkov, slik in posnetkov glede na spol

Spol	Me ne skrbi		Malo me skrbi		Zelo me skrbi		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	31	50,0	28	45,2	3	4,8	62	100,0
Ženske	33	41,8	33	41,8	13	16,4	79	100,0
Skupaj:	64	45,4	61	43,3	16	11,3	141	100,0

Pri sklepanju spletnih prijateljstev z neželenimi osebami je opaziti skrb za varnost, saj dobri dve tretjini moških in več kot tri četrtine žensk ne bi sprejelo takšnega povabila, vsak sedmi moški in peta ženska pa ne samo, da ne bi sprejela povabila, ampak bi takšnega uporabnika tudi onemogočila (blokiral) (preglednica 16). Zanimiv je odgovor skoraj petine moških med 41 in 50 leti, saj bi takšno vabilo sprejeli in mu omejili dostop do podatkov. Podrobnejši rezultati glede na spol in starost se nahajajo v prilogi 12. Iz primerjave rezultatov s tistimi iz

raziskave, ki jo je opravil RIS (RIS 2011, 21), je razvidno, da so zaposleni v ZM bolj previdni pri sklepanju spletnih prijateljstev in je delež tistih, ki si želijo imeti stike z vsemi, zelo majhen, le 1,6 % vseh.

Preglednica 16: Sprejem prijateljstva neželene osebe glede na spol

Spol	Ne bi sprejel/a povabila		Ne bi sprejel/a povabila in bi ga blokiral/a		Okleval/a bi, saj nočem prizadeti njegovih/njenih čustev		Z vsemi si želim imeti stike, zato bi ga/jo dodal/a		Dodal/a bi ga/jo, a bi mu/ji omejil/a dostop do mojih podatkov		Skupaj	
	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %
Moški	42	67,7	9	14,5	7	11,3	1	1,6	3	4,8	62	100,0
Ženske	61	77,2	15	19,0	1	1,3	0	0	2	2,5	79	100,0
Skupaj:	164	74,6	39	17,7	9	4,1	1	0,5	7	3,2	220	100,0

Previdnost zaposlenih ZM je razvidna tudi pri objavah fotografij v socialnih omrežjih (preglednica 17). Četrtnina jih fotografij sploh ne objavlja, kar je najverjetneje odraz starostne strukture uporabnikov. Samo eden od trinajstih je že objavil fotografije, na katerih pije alkohol ali kadi, dober odstotek pa je takšnih, ki so objavili fotografije, na katerih so bili v provokativni pozi ali pomanjkljivo oblečeni. V primerjavi z raziskavo RIS (RIS 2011, 22) so deleži anketirancev zelo nizki, ker je v slovenskem merilu fotografije ob pitju alkohola ali kajenju že objavila skoraj tretjina uporabnikov, fotografije v provokativni pozi je objavila že osmina slovenskih uporabnikov, takšne fotografije, kjer so pomanjkljivo oblečeni, pa enajstina uporabnikov. Fotografije ob uporabi prepovedanih substanc je objavilo že skoraj 5 % slovenskih uporabnikov, anketiranci iz raziskave v tej nalogi pa fotografij s tovrstno vsebino ne objavljajo.

Preglednica 17: Objava neprimernih fotografij na svojem profilu

	Število odgovorov da	Delež % vseh
V provokativni pozi	1	0,7
Pomanjkljivo oblečen	1	0,7
Ob pitju alkohola/kajenju	11	7,8
Ob uporabi prepovedanih substanc	0	0,0
Nič od navedenega	97	68,8
Ne objavljam slik	35	24,8
Vsi odgovori:	141	100,0

Namen raziskave je bil ugotoviti, zakaj več kot polovica zaposlenih ne sodeluje v socialnih omrežjih. Postavljenih je bilo več trditev oziroma vprašanj, kjer so morali sodelujoči

odgovoriti, ali se z njimi strinjajo. Ugotovljeno je, da je delež tistih, ki ne poznajo socialnih omrežij, zelo majhen (7,5 %), in sicer več žensk kot moških (preglednica 18).

Preglednica 18: Strinjanje s trditvijo: »Ne vem, kaj so to socialna omrežja«, glede na spol

Spol	Strinjam se		Ne morem se odločiti		Ne strinjam se		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	2	3,9	6	11,5	44	84,6	52	100,0
Ženske	9	9,5	7	7,4	79	83,2	95	100,0
Skupaj:	11	7,5	13	8,8	123	83,7	147	100,0

Trije od štirih ne vidijo potrebe, da bi se pridružili socialnim omrežjem, pri čemer je 14 % več žensk kot moških. Slaba petina je neodločnih, zelo malo pa se jih s trditvijo ne strinja (preglednica 19).

Preglednica 19: Strinjanje s trditvijo: »Ne vidim potrebe, da bi se pridružil/a socialnemu omrežju«, glede na spol

Spol	Strinjam se		Ne morem se odločiti		Ne strinjam se		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	37	71,2	13	25,0	2	3,9	52	100,0
Ženske	77	81,1	14	14,7	4	4,2	95	100,0
Skupaj:	114	77,6	27	18,4	6	4,0	147	100,0

Kar dvema tretjinama žensk se dopisovanje prek socialnih omrežij zdi izguba časa. Moški so bolj neodločni, saj se jih z izjavo strinja 30 % manj kot žensk (preglednica 20).

Preglednica 20: Strinjanje s trditvijo: »Dopisovanje prek socialnih omrežij se mi zdi izguba časa«, glede na spol

Spol	Strinjam se		Ne morem se odločiti		Ne strinjam se		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	24	46,2	20	38,5	8	15,4	52	100,0
Ženske	62	65,3	21	22,1	12	12,6	95	100,0
Skupaj:	86	58,5	41	27,9	20	13,6	147	100,0

Previdnost pri objavljanju podatkov je pri neuporabnikih socialnih omrežij še izrazitejša kot pri uporabnikih, saj kar 95,2 % anketiranih svojih osebnih podatkov ne želi deliti z nepoznanimi osebami (preglednica 21).

Preglednica 21: Strinjanje s trditvijo: »Svojih osebnih podatkov ne želim zaupati nepoznanim osebam«, glede na spol

Spol	Strinjam se		Ne morem se odločiti		Ne strinjam se		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	48	92,3	2	3,9	2	3,9	52	100,0
Ženske	92	96,8	2	2,1	1	1,1	95	100,0
Skupaj:	140	95,2	4	2,7	3	2,1	147	100,0

Tri četrtine anketirancev, ki ne sodelujejo v socialnih omrežjih, se ne strinja s trditvijo, da so socialna omrežja primerna samo za mladino, kar je razvidno iz preglednice 22, samo 5,4 % se jih s to trditvijo strinja, pri čemer je več žensk kot moških.

Preglednica 22: Strinjanje s trditvijo: »Socialna omrežja so le za mladino«, glede na spol

Spol	Strinjam se		Ne morem se odločiti		Ne strinjam se		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	2	3,9	11	21,2	39	75,0	52	100,0
Ženske	6	6,3	15	15,8	74	77,9	95	100,0
Skupaj:	8	5,4	26	17,7	113	76,9	147	100,0

Preglednica 23: Strinjanje s trditvijo: »Socialnim omrežjem se bom pridružil/a enkrat v prihodnosti«, glede na spol

Spol	Strinjam se		Ne morem se odločiti		Ne strinjam se		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	11	21,2	23	44,2	18	34,6	52	100,0
Ženske	17	17,9	41	43,2	37	39,0	95	100,0
Skupaj:	28	19,1	64	43,5	55	37,4	147	100,0

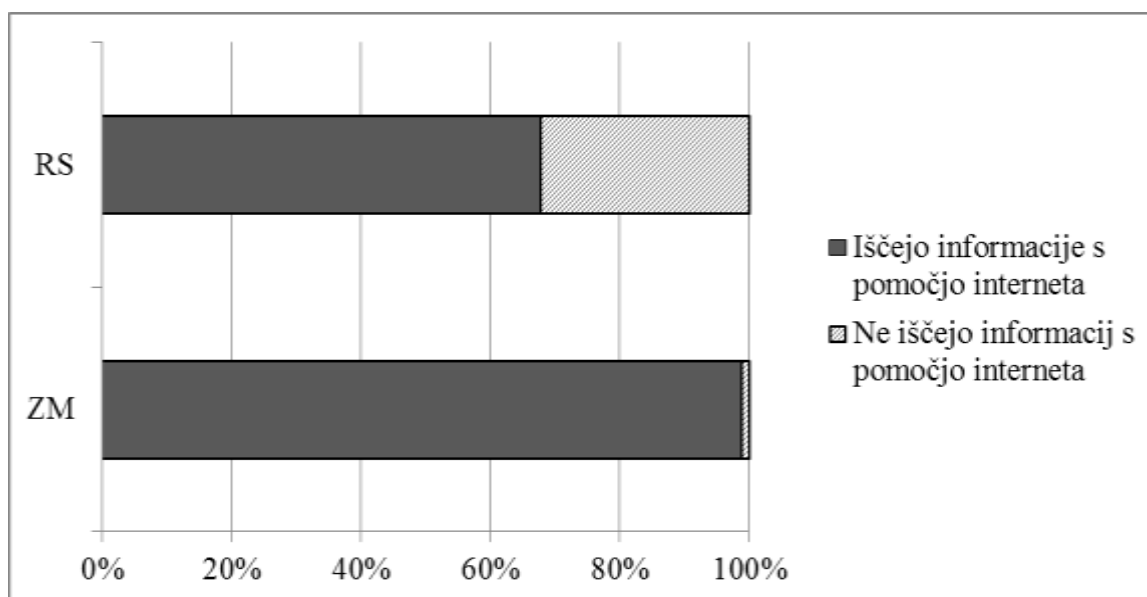
Naslednje vprašanje se je nanašalo na to, ali tisti, ki ne sodelujejo v socialnih omrežjih, razmišljajo, da bi se jim pridružili. Rezultati, prikazani v preglednici 23, kažejo, da so n anketiranci precej neodločni, slaba petina se jim bo pridružila v prihodnosti, pri tem več moških kot žensk, 39 % žensk in 34,6 % moških pa se ne namerava pridružiti.

4.2.2 Uporaba interneta za iskanje informacij

Zaposleni v Zavarovalnici Maribor imajo na službenih računalnikih prost dostop do interneta. V raziskavi je bilo vprašanje, koliko na splošno zaposleni uporabljajo internet in koliko uporabljajo intranet (za potrebe službe). Zaposleni ZM pogosteje uporabljajo internet za iskanje informacij, kot ostali prebivalci RS. Rezultati, prikazani v preglednici 24 in pridobljeni z analizo podatkov o uporabi interneta v ZM, so primerjani s statističnimi podatki za RS (SURS 2010a). Ugotovljeno je, da so zaposleni ZM zelo večji uporabe interneta, saj samo en odstotek zaposlenih ne uporablja interneta za iskanje informacij, v RS pa interneta ne uporablja tretjina prebivalcev. Na sliki 12 so grafično primerjani deleži uporabnikov/ne uporabnikov interneta med ZM in RS. Delež v ZM je za 50 % višji od deleža v RS.

Preglednica 24: Iskanje informacij s pomočjo interneta v ZM

	Število	Delež v %
Iščejo informacije s pomočjo interneta.	285	99,0
Ne iščejo informacij s pomočjo interneta.	3	1,0
Vsi odgovori:	288	100,0



Slika 12: Uporaba interneta - primerjava med ZM in RS

Naslednje vprašanje se je nanašalo na to, za iskanje kakšnih informacij in za opravljanje katerih storitev anketiranci najpogosteje uporabljajo internet. Ponujenih je bilo osmem najpogostejših opravil, kakor je to prikazano tudi v preglednici 25. Kot osnova za izračun deležev je upoštevano samo število rednih uporabnikov interneta.³¹ Med uporabniki moškega in ženskega spola v ZM ni bistvenih razlik pri iskanju informacij, razen pri iskanju informacij, povezanih z zdravjem, kjer išče informacije 50 % več žensk kot moških. Razlika je tudi pri

³¹ Uporabniki interneta, ki so internet uporabili v zadnjih treh mesecih.

nakupovanju prek interneta (blaga in storitev), kjer informacije s pomočjo interneta išče za četrtno več moških kot žensk. Pri poslušanju spletnega radia ali gledanja spletne TV je žensk pol manj kot moških. Skoraj 60 % rednih uporabnikov uporablja storitve, povezane s potovanji in nastanitvijo. Dve tretjini uporabnikov uporablja elektronske bančne storitve (priloga 13).

Preglednica 25: Iskanje informacij in opravljanje storitev s pomočjo interneta v ZM

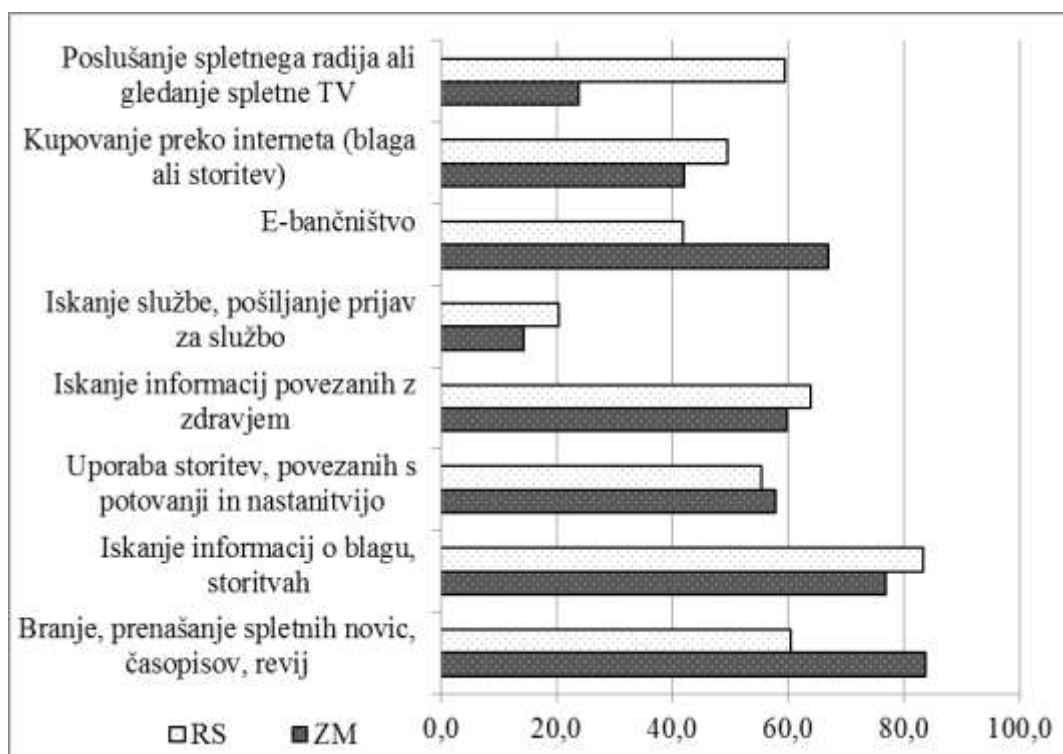
	Število	Delež v %
Branje, prenašanje spletnih novic, časopisov, revij	239	83,9
Iskanje informacij o blagu, storitvah	219	76,8
Uporaba storitev, povezanih s potovanji in nastanitvijo	165	57,9
Iskanje informacij, povezanih z zdravjem	171	60,0
Iskanje službe, pošiljanje prijav za službo	41	14,4
E-bančništvo	191	67,0
Kupovanje prek interneta (blaga ali storitev)	120	42,1
Poslušanje spletnega radia ali gledanje spletne TV	68	23,9
Vsi odgovori (redni uporabniki interneta):	285	100,0

Dobljeni rezultati so primerjani s podatki za RS. Ugotovljeno je, da je delež anketirancev, ki berejo spletne časopise, za tretjino večji od uporabnikov v RS. Kot v ZM je tudi v RS delež žensk, ki iščejo informacije, povezane z zdravjem, za petino višji od deleža moških. Informacije o blagu in storitvah išče 8,6 % več uporabnikov v RS kot v ZM. Delež uporabnikov elektronskih bančnih storitev je v ZM za 50 % višji od deleža v RS.

Rezultati so primerjani tudi grafično, na sliki 13. V primerjavi z uporabniki v RS več rednih uporabnikov interneta iz ZM bere, prenaša spletne novice, časopise in revije, več jih uporablja elektronske bančne storitve, več jih uporablja storitve, povezane s potovanji, jih pa po drugi strani manj posluša spletni radio, manj kupuje in manj jih išče službo prek interneta.

ZM s pomočjo intraneta zaposlenim omogoča, da iz pisarn in s terena dostopajo do službenih gradiv, podatkov o zavarovanjih in zavarovancih ter do raznih aplikacij, ki jih potrebujejo za delo.

Naslednje vprašanje je bilo, ali so uporabniki socialnih omrežij pogostejši uporabniki intraneta kot tisti, ki v socialnih omrežjih ne sodelujejo. Iz preglednice 26 je razvidno, da ni bistvene razlike med uporabniki in neuporabniki socialnih omrežij, saj tako eni kot drugi uporabljajo intranet. Teh je skoraj 100 %. Zanimivo pa je, da tisti, ki ne sodelujejo v socialnih omrežjih, prek intraneta pogosteje dostopajo do dokumentacije ZM.



Slika 13: Iskanje informacij in opravljanje storitev s pomočjo interneta - primerjava med ZM in RS

Preglednica 26: Uporaba intraneta glede na sodelovanje v socialnih omrežjih

	Uporabniki socialnih omrežij		Neuporabniki socialnih omrežij		Skupaj	
	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %
Interni telefonski imenik	105	74,5	109	74,2	214	74,3
Dokumentacija ZM (okrožnice, ceniki, pravilniki, navodila, pogoji ipd.)	126	89,4	137	93,2	263	91,3
Izpis provizije	16	11,4	12	8,2	28	9,7
Vpogledi v bazo zavarovanj	56	39,7	68	46,3	124	43,1
Odobrovanje popustov	21	14,9	22	15,0	43	14,9
Iščem informacije s pomočjo intraneta.	138	97,9	143	97,3	281	97,6
Ne uporabljam intraneta.	3	2,1	4	2,7	7	2,4
Vsi odgovori:	141	100,0	147	100,0	288	100,0

4.2.3 Uporaba računalnikov v službi in doma

Ker so računalniki v ZM orodje za delo vseh zaposlenih se je naslednje vprašanje nanašalo na to, ali imajo vsi računalnike tudi doma, še posebej tisti, ki sodelujejo v socialnih omrežjih. Ugotovljeno je, da samo dvajsetina anketirancev doma nima računalnika, in sicer 2,1 % uporabnikov in 7,5 % neuporabnikov socialnih omrežij. Vsaka osma ženska, ki ne sodeluje v socialnih omrežjih, doma nima računalnika (preglednica 27).

Anketiranci so bili tudi zaproseni, naj ocenijo svoje znanje uporabe računalniških programov z ocenami od 1 do 5, pri čemer je 1 pomenila, da programa ne znajo uporabljati, 5 pa, da ga znajo uporabljati zelo dobro. Primerjane so povprečne ocene uporabnikov in ne uporabnikov socialnih omrežij. Kot je razvidno iz preglednice 28, so uporabniki socialnih omrežij bolj večji uporabe računalniških programov od neuporabnikov socialnih omrežij, vendar je razlika majhna. Največja razlika je pri uporabi programa Power Point.

Preglednica 27: Uporaba računalnika doma in/ali v službi glede na sodelovanje v socialnih omrežjih in glede na spol

	Spol	Uporablja računalnik doma in v službi		Uporablja računalnik samo v službi		Skupaj	
		Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Ne sodelujem v socialnih omrežjih.	Moški	52	100,0	0	0,0	52	100,0
	Ženske	84	88,4	11	11,6	95	100,0
	Skupaj	136	92,5	11	7,5	147	100,0
Sodelujem v socialnih omrežjih.	Moški	60	96,8	2	3,2	62	100,0
	Ženske	78	98,7	1	1,3	79	100,0
	Skupaj	138	97,9	3	2,1	141	100,0
Vsi odgovori:	Skupaj	274	95,1	14	4,9	288	100,0

Preglednica 28: Ocena uporabe računalniških programov

	Uporabniki socialnih omrežij	Neuporabniki socialnih omrežij	Skupaj
Word	4,0	3,7	3,9
Lotus Notes	3,6	3,2	3,4
Excel	3,6	3,4	3,5
Outlook	3,4	2,9	3,1
Power Point	3,3	2,5	2,9
Tweet Deck	1,5	1,1	1,3

5 SKLEP

Z razvojem IKT in njenim vključevanjem v delovne procese so v podjetja prodrle spletne storitve, med njimi tudi socialna omrežja. Zaposleni, ki pri delu uporabljajo službene računalnike z dostopom do interneta, pogosto med delovnim časom iščejo tudi zasebne informacije na internetu in dostopajo do lastnih profilov na socialnih omrežjih, kar lahko ovira delovni proces delodajalca. Glede na starostno strukturo zaposlenih v ZM je bilo z raziskavo namen ugotoviti, koliko so zaposleni večji uporabe interneta v službene in zasebne namene ter kakšna je razširjenost socialnih omrežij v ZM.

Rezultati raziskave so pokazali, da so zaposleni v ZM večji uporabe interneta za iskanje informacij, povezanih z delom in ostalih informacij. Pogosteje kot ostali prebivalci RS internet uporabljajo za branje novic, pridobivanje informacij o potovanjih in opravljanje e-bančnih storitev.

V uvodnem delu naloge je bila postavljena trditev, da zaposleni ZM premalo uporabljajo razpoložljivo IKT za iskanje informacij, še posebej starejši delavci. Na podlagi izidov raziskave hipoteze ni mogoče potrditi. Zaposleni v ZM dovolj uporabljajo razpoložljivo IKT za iskanje informacij, vključno s starejšimi delavci. Samo 1 % zaposlenih ne uporablja interneta za iskanje informacij.

V socialnih omrežjih sodeluje 49 % zaposlenih v ZM.

Z raziskavo je potrjena trditev, da je povprečna uporaba socialnih omrežij v ZM pod slovenskim povprečjem uporabnikov socialnih omrežij med uporabniki interneta, in sicer zaradi starostne strukture zaposlenih. Iz raziskave je ugotovljeno, da trditev ne drži za vse starostne skupine. V primerjavi z RS najbolj odstopa starostna skupina od 41 do 50 let. To so zaposleni, ki so se z računalnikom prvič srečali na delovnem mestu. V tej starostni skupini je najbolj opazen pozitiven vpliv uporabe računalnikov v službene namene, ker so pogostejši uporabniki socialnih omrežij od svojih vrstnikov v RS.

Izmed priljubljenih socialnih omrežij zaposleni v ZM najpogosteje uporabljajo FB, saj ga uporablja 93 % uporabnikov socialnih omrežij oziroma 45,8 % vseh zaposlenih. Raziskava kaže, da v uvodnem delu naloge postavljena trditev, po kateri so ženske pogostejše uporabnice socialnega omrežja FB kot moški, ne drži. Rezultati raziskave so ovrgli trditev, ker v ZM uporablja FB 17 % manj žensk kot moških.

Zaposleni, ki sodelujejo v socialnih omrežjih, poredko dostopajo do svojih profilov med delovnim časom, saj se zavedajo nevarnosti uporabe socialnih omrežij in so zelo previdni pri nalaganju vsebin ter sklepanju spletnih prijateljstev. Dve tretjini zaposlenih dostopa do svojih profilov popoldne. Uporabnikov socialnih omrežij, ki dostopajo do lastnih profilov na

službenih računalnikih vsak dan med delovnim časom, je 10 %, kar je 5 % vseh zaposlenih. Ta delež trenutno ne predstavlja večje nevarnosti za oviranje delovnega procesa.

LITERATURA

- Bezjak, Simona. 2011. *Globalizacija*. [Http://www.drzavljanska-vzgoja.org/Portals/0/Dokumenti/Globalizacija.pdf](http://www.drzavljanska-vzgoja.org/Portals/0/Dokumenti/Globalizacija.pdf) (9. 4. 2011).
- Boyd, Danah M. in Nicole B. Ellison. 2008. *Social network sites: definition, history, and scholarship*. [Http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full) (29. 1. 2011).
- Briggs, Asa in Peter Burke. 2005. *Socialna zgodovina medijev: od Gutenberga do interneta*. Ljubljana: Sophia.
- Cerar, Maja. 2007. Vpliv mladostnikovega samovrednotenja na iskanje socialnih stikov prek spleta. *Socialna pedagogika* 11 (3): 287–310.
- Charlson, Nicholas. 2011. *How many users does Twitter really have?* [Http://articles.businessinsider.com/2011-03-31/tech/30049251_1_twitter-accounts-active-twitter-user-simple-answer](http://articles.businessinsider.com/2011-03-31/tech/30049251_1_twitter-accounts-active-twitter-user-simple-answer) (18. 10. 2011).
- Goleman, Daniel. 2010. *Socialna inteligenca: nova veda o odnosih med ljudmi*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Kovačič, Matej. 2010. *Komunikacijska zasebnost na delovnem mestu*. [Http://hr-cjpc.si/pravokator/index.php/2010/09/22/komunikacijska-zasebnost-na-delovnem-mestu/](http://hr-cjpc.si/pravokator/index.php/2010/09/22/komunikacijska-zasebnost-na-delovnem-mestu/) (10. 2. 2011).
- Kostrevc, Ljubomir. 2006. *Računalništvo in informatika*. Ljubljana: Pasadena.
- Oblak Črnič, Tanja. 2008. The beginnings of the Internet in Slovenia. *Javnost – The public* 15 (5): 151–179.
- Petrič, Gregor in Andraž Petrovčič. 2008. *Strukturni in upravljavski dejavniki družbene kohezije, zaupanja in participacije v spletnih skupnostih*. [Http://www.druzboslovnerazprave.org/media/pdf/clanki/58-petric-petrovcic.pdf](http://www.druzboslovnerazprave.org/media/pdf/clanki/58-petric-petrovcic.pdf) (11. 11. 2011).
- Reisinger, Don. 2010. *News orp. to MySpace: time is running out*. [Http://news.cnet.com/8301-13506_3-20021764-17.html](http://news.cnet.com/8301-13506_3-20021764-17.html) (18. 10. 2011).
- Zupan, Gregor. 2010. *Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije v podjetjih, podrobni podatki, Slovenija, 2010 – končni podatki*. [Http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3596](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3596) (6. 1. 2011).

VIRI

- Businessinsider. 2011. *Twitter*. [Http://www.businessinsider.com/blackboard/twitter](http://www.businessinsider.com/blackboard/twitter) (3. 11. 2011).
- Digitalsurgeons. 2011. *Facebook vs. Twitter*. [Http://www.digitalsurgeons.com/facebook-vs-twitter-infographic/](http://www.digitalsurgeons.com/facebook-vs-twitter-infographic/) (3. 11. 2011).
- Direktiva 95/46/ES Evropskega parlamenta in sveta o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov v Evropski skupnosti. *Uradni list EU*, št. L 281/31.
- Eurobarometer. 2010. *Anketa o elektronskih komunikacijah v gostinstvu*. [Http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommerce/doc/library/ext_studies/household_10/si\(si\).pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommerce/doc/library/ext_studies/household_10/si(si).pdf) (23. 10. 2011).

- Eurostat. 2010. *Internet access and use in 2010*. [Http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-14122010-BP/EN/4-14122010-BP-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-14122010-BP/EN/4-14122010-BP-EN.PDF) (6. 1. 2011).
- Facebook. 2011a. *Tabela dejstev Facebook*. [Http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet](http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet) (3. 11. 2011).
- Facebook. 2011b. *Statistika*. [Http://www.facebook.com/press/info.php?statistics](http://www.facebook.com/press/info.php?statistics) (3. 11. 2011).
- Facebook. 2011c. *Časovnica*. [Http://www.facebook.com/press/info.php?timeline](http://www.facebook.com/press/info.php?timeline) (3. 11. 2011).
- Facebook. 2011d. *Zlata Udovč*. [Http://www.facebook.com/profile.php?id=100000478040812](http://www.facebook.com/profile.php?id=100000478040812) (3. 5. 2011).
- Facebook. 2011e. *Zavarovalnica Maribor*. [Http://www.facebook.com/zavarovalnica.maribor](http://www.facebook.com/zavarovalnica.maribor) (3. 5. 2011).
- Herroj. 2011. *Zlatica Udovč*. [Http://www.herroj.si](http://www.herroj.si) (3. 5. 2011).
- Inside Facebook Gold. 2011. *Facebook stats*. [Http://gold.insidenetwork.com/facebook/facebook-stats/](http://gold.insidenetwork.com/facebook/facebook-stats/) (3. 11. 2011).
- Linkedin. 2011. *About us*. [Http://press.linkedin.com/about](http://press.linkedin.com/about) (21. 10. 2011).
- Netlog. 2011. *Statistics*. [Http://en.netlog.com/go/about/statistics](http://en.netlog.com/go/about/statistics) (21. 10. 2011).
- RIS. 2011. *Socialna omrežja 2011*. [Http://www.ris.org/uploadi/editor/1307495011poroilo_spletneskupnosti.pdf](http://www.ris.org/uploadi/editor/1307495011poroilo_spletneskupnosti.pdf) (10. 5. 2011).
- Socialbakers. 2011. *Continents*. [Http://www.socialbakers.com/countries/continents](http://www.socialbakers.com/countries/continents) (21. 10. 2011).
- SURS. 2010a. *Uporaba IKT po posameznikih, 16–74 let, Slovenija, 2010*. [Http://www.stat.si/tema_ekonomsko_infdruzba_informacijsko.asp](http://www.stat.si/tema_ekonomsko_infdruzba_informacijsko.asp) - Uporaba IKT po posameznikih, 16–74 let, Slovenija (5. 2. 2010).
- SURS. 2010b. *Uporaba IKT v gospodinjstvih, Slovenija, 2010*. [Http://www.stat.si/tema_ekonomsko_infdruzba_informacijsko.asp](http://www.stat.si/tema_ekonomsko_infdruzba_informacijsko.asp) - Uporaba IKT v gospodinjstvih, Slovenija (5. 2. 2010).
- SURS. 2010c. *Uporaba IKT v podjetjih po Standardni klasifikaciji dejavnosti (SKD 2008), Slovenija, 2010*. [Http://www.stat.si/tema_ekonomsko_infdruzba_informacijsko.asp](http://www.stat.si/tema_ekonomsko_infdruzba_informacijsko.asp) - Uporaba IKT v podjetjih po Standardni klasifikaciji dejavnosti (SKD 2008), Slovenija, 2010 (17. 10. 2011).
- Twitter. 2011. *Lady Gaga*. [Http://twitter.com/#!/ladygaga](http://twitter.com/#!/ladygaga) (3. 11. 2011).
- Twitter. 2012. *Zavarovalnica Maribor*. [Http://twitter.com/ZavMb](http://twitter.com/ZavMb) (5. 1. 2012).
- Ustava RS. *Uradni list RS*, št. 33/91, 42/92, 66/00, 24/03, 69/04 in 68/06.
- Website-monitoring. 2010. *Twitter facts & figures*. [Http://www.nickburcher.com/2010/05/twitter-facts-and-figures-latest.html](http://www.nickburcher.com/2010/05/twitter-facts-and-figures-latest.html) (3. 5. 2011).
- Zavarovalnica Maribor. 2010. *Splošni pogoji uporabe in delovanja portala*. [Http://www.herroj.si/info/splosni-pogoji-uporabe-in-delovanja-portala/](http://www.herroj.si/info/splosni-pogoji-uporabe-in-delovanja-portala/) (13. 1. 2011).
- Zavarovalnica Maribor. 2011a. *Letno poročilo Zavarovalnice Maribor d.d. za leto 2010*. [Http://www.zav-mb.si/uploads/media/Letno_porocilo_2010_revidirano.pdf](http://www.zav-mb.si/uploads/media/Letno_porocilo_2010_revidirano.pdf) (17. 10. 2011).

Zavarovalnica Maribor. 2011b. *Poslovanje*. [Http://www.zav-mb.si/o-podjetju/poslovanje/](http://www.zav-mb.si/o-podjetju/poslovanje/)
(3. 11. 2011).

Zavarovalnica Maribor. 2012. *Shema omrežja*. Interno gradivo, Zavarovalnica Maribor.

PRILOGE

- Priloga 1 Spletni vprašalnik
- Priloga 2 Porazdelitev anketirancev po spolu in starosti
- Priloga 3 Porazdelitev anketirancev po starosti
- Priloga 4 Porazdelitev anketirancev glede na doseženo stopnjo izobrazbe
- Priloga 5 Porazdelitev anketirancev glede na lokacijo zaposlitve
- Priloga 6 Oblikovanje lastnega profila v katerem koli socialnem omrežju glede na izobrazbo in področje zaposlitve
- Priloga 7 Poraba časa za sodelovanje v socialnih omrežjih glede na starost
- Priloga 8 Poraba časa za sodelovanje v socialnih omrežjih glede na spol in starost
- Priloga 9 Obdobje dneva za sodelovanje v socialnih omrežjih glede na spol in starost
- Priloga 10 Skrb pred zlorabo osebnih podatkov glede na spol in starost
- Priloga 11 Skrb pred objavo neželenih podatkov, slik in posnetkov glede na spol in starost
- Priloga 12 Sprejem prijateljstva neželene osebe glede na spol in starost
- Priloga 13 Iskanje informacij in opravljanje storitev s pomočjo interneta v ZM glede na spol

SPLETNI VPRAŠALNIK

Raziskava razširjenosti socialnih omrežij med zaposlenimi v ZM

Spoštovani

Sem Zlatica Udovč, sodelavka iz PE Koper. Sem študentka UP Fakultete za Management v Kopru. V svoji diplomski nalogi raziskujem razširjenost socialnih omrežij med zaposlenimi v ZM.

Vabim vas, da izpolnite anketni vprašalnik, ki je pred vami. Za izpolnjevanje boste porabili maksimalno 10 minut.

Prosim, da odgovarjate iskreno, ker gre za popolnoma anonimno anketo, odgovore bom videla samo jaz, nikjer pa se ne bo beležilo, kdo je odgovarjal. Vaši odgovori mi bodo v veliko pomoč pri moji raziskavi.

Hvala, da ste se odzvali na moje povabilo.

Odgovarjate tako, da kliknete v okence pred ustreznim odgovorom.

Tam, kjer je možnih več odgovorov, je to posebej navedeno.

No, pa začnimo.

VPRAŠANJA O SPLETNIH SOCIALNIH OMREŽJIH, FORUMIH, BLOGIH

1 V katerem od spletnih socialnih omrežij imate lastni profil?*

Prosimo, izberite vse odgovore, ki ustrezajo:

- Facebook
- Twitter
- Heroj.si
- V drugem
- V nobenem

2 Koliko časa porabite za sodelovanje v spletnih socialnih omrežjih?*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v drugem' ali 'Heroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Več ur na dan
- 1 uro na dan

Priloga 1

- 1 - 2 uri na teden
- 1 uro na mesec

Tu je mišljeno, koliko časa porabite dnevno za sodelovanje v teh omrežjih, če pa ne sodelujete vsak dan, potem koliko tedensko oz. mesečno sodelujete.

3 Kdaj v dnevu najpogosteje sodelujete v spletnih socialnih omrežjih?*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'Herroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' ali 'v drugem' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Zjutraj, pred službo
- Dopoldne
- Popoldne
- Zvečer
- Ponoči

Tu je mišljeno ob delovnikih.

4 Ali sodelujete v spletnih socialnih omrežjih med delovnim časom?*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v drugem' ali 'Herroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- NE - nikoli
- Da, vendar zelo poredko (1-krat na mesec)
- Da, včasih (do 3-krat na mesec)
- Da, pogosto (2- do 3-krat na teden)
- Da, skoraj vsak dan
- Da, vsak dan večkrat
- Da, po službeni dolžnosti
- Ne želim odgovarjati na to vprašanje.

Tu je mišljeno na vaše zasebne profile. Če sodelujete v socialnih omrežjih po službeni dolžnosti, označite odgovor "da, po službeni dolžnosti".

5 Na kakšen način komunicirate v spletnih socialnih omrežjih? (več odgovorov)*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v drugem' ali 'Herroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **vse** odgovore, ki ustrezajo:

- Klepet (chat)
- Neposredna sporočila (direct messages)

- Pisanje in komentiranje na zid
- Tweet
- Ne komuniciram, samo berem pisanje, komentarje in tweetanje drugih.

6 Kako komunicirate preko interneta?*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v drugem' ali 'Heroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **vse** odgovore, ki ustrezajo:

- Prek sistemov neposrednega sporočanja (npr. MSN)
- E-pošte
- Diskusijskih forumov
- Ne komuniciram, berem pa razprave ostalih uporabnikov forumov
- Nič od navedenega

7 Na kakšen način sodelujete v blogih? *

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v drugem' ali 'Heroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **vse** odgovore, ki ustrezajo:

- Urejam lastni blog
- Pišem komentarje na različne bloge
- Bloge (spletne dnevnike) le prebiram
- Ne sodelujem v blogih

8 Ali se vam zdi, da bi z dostopanjem do socialnih omrežij na službenem računalniku lahko računalnik okužili z virusi?*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'Facebook' ali 'Twitter' ali 'Heroj.si' ali 'v drugem' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Da, ker se mi je to že zgodilo.
- Da, ker so socialna omrežja polna virusov.
- Ne, ker imamo protivirusni program.
- Ne vem.

VPRAŠANJA GLEDE Z ZAVEDANJA O PASTEH SOCIALNIH OMREŽIJ

Sledi skupina vprašanj v zvezi z zlorabami podatkov, objavo neželenih podatkov in objavo fotografij v socialnih omrežjih.

Priloga 1

9 Ali vas skrbi, da bi nekdo zlorabljal vaše osebne in druge podatke, ki ste jih vnesli v svoj profil ali objavili v socialnem omrežju?*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v drugem' ali 'Heroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Me sploh ne skrbi
- Me ne skrbi
- Niti skrbi - niti ne skrbi
- Me skrbi
- Me zelo skrbi

Tukaj gre predvsem za skrb pred zlorabami, kot so: kraja identitete, zalezovanje, ciljno oglaševanje ipd.

10 Koliko vas skrbi, da bi drugi o vas objavljali podatke, slike in posnetke, za katere ne želite, da pridejo v javnost? *

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v drugem' ali 'Heroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Me ne skrbi
- Malo me skrbi
- Zelo me skrbi

11 Kaj bi storili, če bi vas na spletnem socialnem omrežju med prijatelje povabil nekdo, s katerim ne želite imeti več stikov?*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v drugem' ali 'Heroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Ne bi sprejel/a povabila.
- Ne bi sprejel/a povabila in bi ga blokiral/a.
- Okleval/a bi, saj nočem prizadeti njegovih/njenih čustev.
- Z vsemi si želim imeti stike, zato bi ga/jo dodal/a.
- Dodal/a bi ga/jo, a bi mu/ji omejil/a dostop do mojih podatkov.

12 Ali ste na svojem profilu kdaj objavili neprimerne slike? Kakšne?*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v drugem' ali 'Heroj.si' ali 'Twitter' ali 'Facebook' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **vse** odgovore, ki ustrezajo:

- V provokativni pozi
- Pomanjkljivo oblečenega

- Ob pitju alkohola/kajenju
- Ob uporabi prepovedanih substanc
- Nič od navedenega
- Ne objavljam slik

Tukaj je mišljeno, če ste kdaj objavili fotografijo ali videoposnetek sebe ali koga drugega na navedeni način.

VPRAŠANJA ZA NEUPORABNIKE SOCIALNIH OMREŽIJ

Navedenih je nekaj trditev, povezanih s socialnimi omrežji. Označite svoje strinjanje oziroma nestrinjanje z njimi.

13 Ne vem kaj so to socialna omrežja.*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v nobenem' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Strinjam se.
- Ne morem se odločiti.
- Ne strinjam se, ker sem že slišal/a zanje.

14 Ne vidim potrebe, da bi se pridružil/a socialnemu omrežju.*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v nobenem' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Strinjam se.
- Ne morem se odločiti.
- Ne strinjam se.

15 Dopisovanje prek socialnih omrežij se mi zdi izguba časa.*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v nobenem' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Strinjam se.
- Ne morem se odločiti.
- Ne strinjam se.

16 Svojih osebnih podatkov ne želim zaupati nepoznanim osebam.*

[Odgovorite samo na to vprašanje, če ste odgovorili 'v nobenem' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Strinjam se.
- Ne morem se odločiti.

Priloga 1

- Ne strinjam se.

17 Socialna omrežja so le za mladino.*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v nobenem' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Strinjam se.
- Ne morem se odločiti.
- Ne strinjam se.

18 Socialnim omrežjem se bom pridružil/a enkrat v prihodnosti.*

[Odgovorite samo na to vprašanje, če ste odgovorili 'v nobenem' na vprašanje '1'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Strinjam se.
- Ne morem se odločiti.
- Ne strinjam se.

VPRAŠANJA O UPORABI RAČUNALNIKA

Pred vami je nekaj kratkih vprašanj o uporabi zasebnih in službenih računalnikov.

19 Kje uporabljate računalnik?*

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Samo v službi.
- Samo doma.
- V službi in doma.

Tisti, ki uporabljate svoj prenosni računalnik v službene namene, označite v službi in doma.

20 Kakšen računalnik uporabljate doma?*

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'v službi in doma' ali 'samo doma' na vprašanje '19'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Namizni računalnik
- Prenosni računalnik
- Namizni in prenosni računalnik

21 Na domači računalnik imate priključeno?*

[Odgovorite samo na to vprašanje, če ste odgovorili 'v službi in doma' ali 'samo doma' na vprašanje '19'.]

Prosimo, izberite **vse** odgovore, ki ustrezajo:

- Tiskalnik
- Skener (tudi tistega na večopravilni napravi)
- Spletno kamero
- Drugo
- Nič od navedenega

22 Kakšen računalnik uporabljate v službi?*

[Odgovorite samo na to vprašanje, če ste odgovorili 'v službi in doma' ali 'samo v službi' na vprašanje '19'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Namizni računalnik
- Prenosni računalnik
- Namizni in prenosni računalnik

Tu je mišljena uporaba računalnika izključno za službene namene.

23 Kaj uporabljate v službi poleg računalnika?*

[Odgovorite samo na to vprašanje, če ste odgovorili 'samo v službi' ali 'v službi in doma' na vprašanje '19'.]

Prosimo, izberite **vse** odgovore, ki ustrezajo:

- Mrežni tiskalnik
- Skener (tudi tistega na večopravilni napravi)
- Spletno kamero
- Drugo
- Bič od navedenega

VPRAŠANJA O UPORABI RAČUNALNIŠKIH PROGRAMOV

Z oceno od 1 do 5 ocenite vašo sposobnost uporabe navedenih računalniških programov.

(1 - ne znam uporabljati, 5 - zelo dobro uporabljam)

24 Word

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- 5 - zelo dobro znam uporabljati
- 4 - znam dobro uporabljati
- 3 - znam uporabljati
- 2 - uporabljam samo osnovne funkcije
- 1 - ne znam uporabljati

Priloga 1

25 Excel

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- 5 - zelo dobro znam uporabljati
- 4 - znam dobro uporabljati
- 3 - znam uporabljati
- 2 - uporabljam, poznam samo osnove uporabe
- 1 - ne znam uporabljati

26 Lotus Notes

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- 5 - zelo dobro znam uporabljati
- 4 - znam dobro uporabljati
- 3 - znam uporabljati
- 2 - uporabljam, poznam samo osnove uporabe
- 1 - ne znam uporabljati

27 Outlook

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- 5 - zelo dobro znam uporabljati
- 4 - znam dobro uporabljati
- 3 - znam uporabljati
- 2 - uporabljam, poznam samo osnove uporabe
- 1 - ne znam uporabljati

28 Power Point

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- 5 - zelo dobro znam uporabljati
- 4 - znam dobro uporabljati
- 3 - znam uporabljati
- 2 - uporabljam, poznam samo osnove uporabe
- 1 - ne znam uporabljati

29 Tweet Deck

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- 5 - zelo dobro znam uporabljati
- 4 - znam dobro uporabljati
- 3 - znam uporabljati
- 2 - uporabljam, poznam samo osnove uporabe
- 1 - ne znam uporabljati

VPRAŠANJA O UPORABI INTERNETA IN INTRANETA

Pred vami je nekaj vprašanj o uporabi interneta. Katere brskalnike uporabljate, za kaj uporabljate internet in za kaj intranet?

30 Kateri spletni brskalnik uporabljate?*

Prosimo, izberite **vse** odgovore, ki ustrezajo:

- Internet Explorer
- Mozilla Firefox
- Google Chrome
- Drugega

Označite tistega, ki ga uporabljate najpogosteje. Če uporabljate doma enega, v službi pa drugega, označite oba.

31 Za iskanje katerih informacij in za katere storitve redno uporabljate internet (doma ali/in v službi)?*

Prosimo, izberite **vse** odgovore, ki ustrezajo:

- Branje, prenašanje spletnih novic, časopisov, revij
- Iskanje informacij o blagu, storitvah
- Uporaba storitev, povezanih s potovanji in nastanitvijo
- Iskanje informacij povezanih z zdravjem
- Iskanje službe, pošiljanje prijav za službo
- E-bančništvo
- Kupovanje prek interneta (blaga ali storitev)
- Poslušanje spletnega radija ali gledanje spletne TV
- Ne iščem informacij s pomočjo interneta.

Redno uporabljanje interneta pomeni, da ste bili na internetu vsaj enkrat v zadnjih treh mesecih.

32 Ko iščete informacije o telefonski številki, voznem redu, urniku neke ustanove ipd., to poiščete najpogosteje tako, da:

[Odgovorite samo na to vprašanje če ste odgovorili 'ne iščem informacij s pomočjo interneta' na vprašanje '31'.]

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Vprašate bližnjega (moža, ženo, otroka, sodelavca/ko)
- Pokličete informacije oz. ustrezno ustanovo
- Pogledate v tiskani telefonski imenik, tiskani vozni red ali svojo zabeležko
- Nič od navedenega

Priloga 1

33 Za iskanje katerih informacij in za katere storitve redno uporabljate INTRANET? *

Prosimo, izberite vse odgovore, ki ustrezajo:

- Interni telefonski imenik
- Dokumentacija ZM (okrožnice, ceniki, pravilniki, navodila, pogoji, ipd.)
- Izpis provizije
- Vpogledi v bazo zavarovanj
- Odobravanje popustov
- Drugo
- Ne uporabljam intraneta

INTRANET - spletna stran za zaposlene, do katere dostopamo z uporabniškim imenom in geslom in ga uporabljamo med delovnim časom, tudi na terenu.

OSEBNI PODATKI

Sledi nekaj vprašanj glede osebnih podatkov.

34 STAROST*

Vpišite vaš odgovor:

Navedite svojo starost. Tu je mišljeno, koliko boste stari v letu 2011.

35 SPOL*

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Ženski
- Moški

36 IZOBRAZBA*

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- I.-III. stopnja (osnovna šola, skrajšan program)
- IV. stopnja (poklicna šola)
- V. stopnja (4-letna šola, tehnik ali gimnazijski maturant ipd.)
- VI. stopnja (višja, višješolska strokovna - raven 6/1)
- VII. stopnja (visokošolska VS, UN, UNI - raven 6/2, 7)
- VII/2. in VIII. stopnja (podiplomski študij SPEC, MAG/S, MAG/Z, DR-ravni 7, 8/1, 8/2)

Označite stopnjo oz. raven pridobljene izobrazbe (dokončane šole).

37 ZAPOSLENI STE V:*

Prosimo, izberite **samo eno** izmed možnosti:

- Sektorju marketinga (v oddelkih)
- PE Maribor
- PE Celje
- PE Slovenj Gradec
- PE Ljutomer
- PE Murska Sobota
- PE Ljubljana
- PE Kranj
- PE Novo mesto
- PE Nova Gorica
- PE Koper
- SZTPZ
- SZTOZ
- Sektorju računovodstva
- Sektorju financ
- SIO
- Upravi (vključno s svetovalci, pooblaščenici ...)
- Skupnih službah

Označite, v katero poslovno enoto, sektor ali službo spadate.

Najlepša hvala za sodelovanje v anketi.

Porazdelitev anketirancev po spolu in starosti

Starost	Moški		Ženski		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
21–25 let	2	33,3	4	66,7	6	100,0
26–30 let	14	36,8	24	63,2	38	100,0
31–35 let	29	50,9	28	49,1	57	100,0
36–40 let	25	39,7	38	60,3	63	100,0
41–45 let	17	31,5	37	68,5	54	100,0
46–50 let	12	31,6	26	68,4	38	100,0
51–55 let	9	40,9	13	59,1	22	100,0
56 let in več	6	60,0	4	40,0	10	100,0
Skupaj:	114	39,6	174	60,4	288	100,0

Porazdelitev anketirancev po starosti

Starost	Število	Delež v %
21–25 let	6	2,1
26–30 let	38	13,2
31–35 let	57	19,8
36–40 let	63	21,9
41–45 let	54	18,8
46–50 let	38	13,2
51–55 let	22	7,6
56 let in več	10	3,5
Skupaj:	288	100,0

Porazdelitev anketirancev glede na doseženo stopnjo izobrazbe

Dosežena stopnja izobrazbe	Število	Delež v %
I.–III. stopnja (osnovna šola, skrajšan program)	1	0,3
IV. stopnja (poklicna šola)	4	1,4
V. stopnja (4 letna šola, tehnik ali gimnazijski maturant ipd.)	107	37,2
VI. stopnja (višja, višješolska strokovna – raven 6/1)	51	17,7
VII. stopnja (visokošolska VS, UN, UNI – raven 6/2, 7)	108	37,5
VII/2. in VIII. stopnja (podiplomski študij SPEC, MAG/S, MAG/Z, DR–ravni 7, 8/1, 8/2)	17	5,9
Skupaj	288	100,0

Porazdelitev anketirancev glede na lokacijo zaposlitve

Zaposleni v:	Število	Delež v %
PE Celje	11	3,8
PE Koper	22	7,6
PE Kranj	9	3,1
PE Ljubljana	15	5,2
PE Ljutomer	4	1,4
PE Maribor	43	14,9
PE Murska Sobota	6	2,1
PE Nova Gorica	10	3,5
PE Novo mesto	9	3,1
PE Slovenj Gradec	15	5,2
Sektorju financ	14	4,9
Sektorju marketinga (v oddelkih)	18	6,3
Sektorju računovodstva	18	6,3
Sektor za informatiko in organizacijo	17	5,9
Skupnih službah	27	9,4
Sektor zavarovalne tehnologije osebni zavarovanj	11	3,8
Sektor zavarovalne tehnologije premoženjskih zavarovanj	36	12,5
Uprava (vključno s svetovalci, pooblaščenci ...)	3	1,0
Skupaj:	288	100,0

Oblikovanje lastnega profila v katerem koli socialnem omrežju glede na izobrazbo in področje zaposlitve

Kriterij	Skupine	Ima		Nima	
		Število	Delež v %	Število	Delež v %
Izobrazba	I.–III. stopnja (osnovna šola, skrajšan program)	1	100,0	0	0,0
	IV. stopnja (poklicna šola)	3	75,0	1	25,0
	V. stopnja (4 letna šola, tehnik ali gimnazijski maturant ipd.)	47	43,9	60	56,1
	VI. stopnja (višja, višješolska strokovna – raven 6/1)	25	49,0	26	51,0
	VII. stopnja (visokošolska VS, UN, UNI – raven 6/2, 7)	56	51,9	52	48,1
	VII/2. in VIII. stopnja (podiplomski študij SPEC, MAG/S, MAG/Z, DR–ravni 7, 8/1, 8/2)	9	52,9	8	47,1
	Zaposleni v	PE Celje	4	36,4	7
PE Koper		15	68,2	7	31,8
PE Kranj		4	44,4	5	55,6
PE Ljubljana		6	40,0	9	60,0
PE Ljutomer		2	50,0	2	50,0
PE Maribor		18	41,9	25	58,1
PE Murska Sobota		4	66,7	2	33,3
PE Nova Gorica		5	50,0	5	50,0
PE Novo mesto		7	77,8	2	22,2
PE Slovenj Gradec		9	60,0	6	40,0
Sektorju financ		5	35,7	9	64,3
Sektorju marketinga (v oddelkih)		8	44,4	10	55,6
Sektorju računovodstva		9	50,0	9	50,0
SIO		15	88,2	2	11,8
Skupnih službah		15	55,6	12	44,4
SZTOZ		3	27,3	8	72,7
SZTPZ		10	27,8	26	72,2
Upravi (vključno s svetovalci, pooblaščenci ...)		2	66,7	1	33,3

Poraba časa za sodelovanje v socialnih omrežjih glede na starost

Starost	Več ur na dan		1 uro na dan		1–2 uri na teden		1 uro na mesec		Skupaj	
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
21–25 let	0	0,0	3	50,0	3	50,0	0	0,0	6	100,0
26–30 let	2	6,9	10	34,5	11	37,9	6	20,7	29	100,0
31–35 let	2	6,5	7	22,6	13	41,9	9	29,0	31	100,0
36–40 let	1	3,6	6	21,4	11	39,3	10	35,7	28	100,0
41–45 let	2	8,3	5	20,8	8	33,3	9	37,5	24	100,0
46–50 let	0	0,0	2	12,5	7	43,8	7	43,8	16	100,0
51–55 let	0	0,0	1	20,0	2	40,0	2	40,0	5	100,0
56 let in več	0	0,0	1	50,0	0	0,0	1	50,0	2	100,0
Skupaj:	7	5,0	35	24,8	55	39,0	44	31,2	141	100,0

Poraba časa za sodelovanje v socialnih omrežjih glede na spol in starost

Spol	Starost	Več ur na dan		1 uro na dan		1–2 uri na teden		1 uro na mesec		Skupaj	
		Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	21–25 let	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	2	100,0
	26–30 let	1	10,0	3	30,0	3	30,0	3	30,0	10	100,0
	31–35 let	1	6,7	2	13,3	10	66,7	2	13,3	15	100,0
	36–40 let	1	6,7	4	26,7	5	33,3	5	33,3	15	100,0
	41–45 let	1	11,1	1	11,1	4	44,4	3	33,3	9	100,0
	46–50 let	0	0,0	0	0,0	3	37,5	5	62,5	8	100,0
	51–55 let	0	0,0	1	50,0	1	50,0	0	0,0	2	100,0
	56 let in več	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	1	100,0
	Skupaj:	4	6,5	11	17,7	28	45,2	19	30,6	62	100,0
Ženski	21–25 let	0	0,0	3	75,0	1	25,0	0	0,0	4	100,0
	26–30 let	1	5,3	7	36,8	8	42,1	3	15,8	19	100,0
	31–35 let	1	6,3	5	31,3	3	18,8	7	43,8	16	100,0
	36–40 let	0	0,0	2	15,4	6	46,2	5	38,5	13	100,0
	41–45 let	1	6,7	4	26,7	4	26,7	6	40,0	15	100,0
	46–50 let	0	0,0	2	25,0	4	50,0	2	25,0	8	100,0
	51–55 let	0	0,0	0	0,0	1	33,3	2	66,7	3	100,0
	56 let in več	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
	Skupaj:	3	3,8	24	30,4	27	34,2	25	31,6	79	100,0

Obdobje dneva za sodelovanje v socialnih omrežjih glede na spol in starost

Spol	Starost	Zjutraj, pred službo		Dopoldne		Popoldne		Zvečer		Ponoči		Skupaj	
		Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %
Moški	21–25 let	1	50,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0
	26–30 let	0	0,0	2	20,0	0	0,0	6	60,0	2	20,0	10	100,0
	31–35 let	1	6,7	3	20,0	2	13,3	6	40,0	3	20,0	15	100,0
	36–40 let	2	13,3	2	13,3	0	0,0	10	66,7	1	6,7	15	100,0
	41–45 let	0	0,0	1	11,1	1	11,1	6	66,7	1	11,1	9	100,0
	46–50 let	0	0,0	0	0,0	1	12,5	7	87,5	0	0,0	8	100,0
	51–55 let	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	2	100,0
	56 let in več	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
	Skupaj:	4	6,5	9	14,5	5	8,1	37	59,7	7	11,3	62	100,0
Ženski	21–25 let	0	0,0	0	0,0	3	75,0	1	25,0	0	0,0	4	100,0
	26–30 let	1	5,3	1	5,3	4	21,1	13	68,4	0	0,0	19	100,0
	31–35 let	2	12,5	1	6,3	2	12,5	11	68,8	0	0,0	16	100,0
	36–40 let	1	7,7	2	15,4	0	0,0	10	76,9	0	0,0	13	100,0
	41–45 let	0	0,0	1	6,7	0	0,0	13	86,7	1	6,7	15	100,0
	46–50 let	3	37,5	0	0,0	0	0,0	5	62,5	0	0,0	8	100,0
	51–55 let	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0	0	0,0	3	100,0
	56 let in več	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0	1	100,0
	Skupaj:	7	8,9	5	6,3	9	11,4	57	72,2	1	1,3	79	100,0

Skrb pred zlorabo osebnih podatkov glede na spol in starost

Spol	Starost	Me sploh ne skrbi		Me ne skrbi		Niti skrbi–niti ne skrbi		Me skrbi		Me zelo skrbi		Skupaj	
		Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %
Moški	21–25 let	0	0,0	1	50,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0	2	100,0
	26–30 let	1	10,0	1	10,0	6	60,0	1	10,0	1	10,0	10	100,0
	31–35 let	1	6,7	4	26,7	4	26,7	6	40,0	0	0,0	15	100,0
	36–40 let	3	20,0	3	20,0	7	46,7	2	13,3	0	0,0	15	100,0
	41–50 let	2	11,8	3	17,7	4	23,5	6	35,3	2	11,8	17	100,0
	51 let in več	0	0,0	1	33,3	1	33,3	1	33,3	0	0,0	3	100,0
	Skupaj:	7	11,3	13	21,0	22	35,5	17	27,4	3	4,8	62	100,0
Ženski	21–25 let	0	0,0	1	25,0	2	50,0	0	0,0	1	25,0	4	100,0
	26–30 let	1	5,3	9	47,4	5	26,3	4	21,1	0	0,0	19	100,0
	31–35 let	0	0,0	2	12,5	6	37,5	6	37,5	2	12,5	16	100,0
	36–40 let	2	15,4	4	30,8	2	15,4	5	38,5	0	0,0	13	100,0
	41–50 let	4	17,4	4	17,4	9	39,1	6	26,1	0	0,0	23	100,0
	51 let in več	0	0,0	1	25,0	1	25,0	2	50,0	0	0,0	4	100,0
	Skupaj:	7	8,9	21	26,6	25	31,6	23	29,1	3	3,8	79	100,0

Skrb pred objavo neželenih podatkov, slik in posnetkov glede na spol in starost

Spol	Starost	Me ne skrbi		Malo me skrbi		Zelo me skrbi		Skupaj	
		Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %	Število	Delež v %
Moški	21–25 let	1	50,0	1	50,0	0	0,0	2	100,0
	26–30 let	3	30,0	7	70,0	0	0,0	10	100,0
	31–35 let	9	60,0	6	40,0	0	0,0	15	100,0
	36–40 let	10	66,7	5	33,3	0	0,0	15	100,0
	41–50 let	7	41,2	7	41,2	3	17,7	17	100,0
	51 let in več	1	33,3	2	66,7	0	0,0	3	100,0
	Skupaj:	31	50	28	45,2	3	4,8	62	100,0
Ženski	21–25 let	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
	26–30 let	0	0,0	1	33,3	2	66,7	3	100,0
	31–35 let	8	42,1	10	52,6	1	5,3	19	100,0
	36–40 let	4	25,0	7	43,8	5	31,3	16	100,0
	41–50 let	19	52,8	13	36,1	4	11,1	36	100,0
	51 let in več	1	25,0	2	50,0	1	25,0	4	100,0
	Skupaj:	33	41,8	33	41,8	13	16,4	79	100,0

Sprejem prijateljstva neželene osebe glede na spol in starost

Spol	Starost	Ne bi sprejel/a povabila		Ne bi sprejel/a povabila in bi ga blokiral/a		Okleval/a bi, saj nočem prizadeti njegovih/njenih čustev		Z vsemi si želim imeti stike, zato bi ga/jo dodal/a		Dodal/a bi ga/jo, a bi mu/ji omejil/a dostop do mojih podatkov		Skupaj	
		Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %
Moški	21–25 let	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0
	26–30 let	4	40,0	4	40,0	2	20,0	0	0,0	0	0,0	10	100,0
	31–35 let	12	80,0	3	20,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	15	100,0
	36–40 let	12	80,0	0	0,0	3	20,0	0	0,0	0	0,0	15	100,0
	41–50 let	10	58,8	1	5,9	2	11,8	1	5,9	3	17,7	17	100,0
	51 let in več	2	66,7	1	33,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0
	Skupaj:	42	67,7	9	14,5	7	11,3	1	1,6	3	4,8	62	100,0
Ženski	21–25 let	2	50,0	2	50,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	100,0
	26–30 let	14	73,7	5	26,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	19	100,0
	31–35 let	14	87,5	1	6,3	0	0,0	0	0,0	1	6,3	16	100,0
	36–40 let	11	84,6	2	15,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13	100,0
	41–50 let	16	69,6	5	21,7	1	4,4	0	0,0	1	4,4	23	100,0
	51 let in več	4	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	100,0
	Skupaj:	61	77,2	15	19,0	1	1,3	0	0,0	2	2,5	79	100,0

Iskanje informacij in opravljanje storitev s pomočjo interneta v ZM glede na spol

	Spol					
	Moški		Ženski		Skupaj	
	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %	Št.	Delež v %
Branje, prenašanje spletnih novic, časopisov, revij	99	87,6	140	81,4	239	83,9
Iskanje informacij o blagu, storitvah	90	79,7	129	75,0	219	76,8
Uporaba storitev, povezanih s potovanji in nastanitvijo	64	56,6	101	58,7	165	57,9
Iskanje informacij povezanih z zdravjem	51	45,1	120	69,8	171	60,0
Iskanje službe, pošiljanje prijav za službo	20	17,7	21	12,2	41	14,4
E-bančništvo	77	68,1	114	66,3	191	67,0
Kupovanje prek interneta (blaga ali storitev)	56	49,6	64	37,2	120	42,1
Poslušanje spletnega radija ali gledanje spletne TV	42	37,2	26	15,1	68	23,9
Vsi odgovori (redni uporabniki interneta)	113	100,0	172	100,0	285	100,0