

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Marja Pavlin

Primerjava tradicionalnih in spletnih poglobljenih intervjujev

Diplomsko delo

Ljubljana, 2020

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Marja Pavlin

Mentorica: doc. dr. Bojana Lobe

Primerjava tradicionalnih in spletnih poglobljenih intervjujev

Diplomsko delo

Ljubljana, 2020

Primerjava tradicionalnih in spletnih poglobljenih intervjujev

Dandanes za zbiranje podatkov velikokrat uporabimo intervjuje, saj so popularno raziskovalno orodje. Če imamo možnost, intenzivno uporabljamo digitalne tehnologije. Na začetku smo imeli samo tradicionalne intervjuje v živo. Z razvojem interneta pa so se počasi razvili tudi spletni intervjuji. Vse več podatkov se zbira tudi na spletu, med njimi tudi kvalitativni podatki, ki jih zberemo z intervjuji. Spletni poglobljeni intervju je spletna raziskovalna metoda, ki se izvaja z uporabo računalniško posredovane komunikacije, na primer takojšnjega sporočanja, e-pošte ali videa. Tradicionalni poglobljeni intervju je intervju v živo in pogovor med dvema oseba, v katerem ena oseba postavlja vprašanja, s katerimi želi pridobiti določene informacije od osebe, ki so ji ta vprašanja namenjena. Diplomaska naloga obravnava izvedene intervjuje. Obravnavane so razlike v kakovosti in količini pridobljenih informacij. Izveden je bil poglobljeni tradicionalni intervju in spletni poglobljeni intervju, odgovori pa nato kodirani.

Ključne besede: poglobljeni tradicionalni intervju, poglobljeni spletni intervju, količina informacij, kakovost informacij, primerjava intervjujev

Comparison of offline and online interview

Nowadays, interviews are often used to collect data from users, because it is popular research tool. If we can, than we use intensive digital technologies, and at the begining we've had only traditionall live interviews. With development of internet, online interview have evolved as well. More and more data is being collected online including qualitative data, wich we collect through interviews. An in-depth interviewing is an online research method conducted using computer-mediated communications, such as instant messaging, email, or video. Traditional in-depth interviewing is a live interview with a live conversation between two people in which one user/person asks questions to obtain specific information from the person whom those questions are intended. Diploma thesis with conducted interviews. I will also investigate differences and qualities of obtained informations. I will do an in-depth traditional interview and an in-depth interview online, then I will encode all the answers.

Key words: traditional interview, online interview, amount of information, quality of information, comparison of interviews.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	5
2	TEORETIČNI DEL	7
	2.1 Kvalitativno raziskovanje	7
	2.2 Kvalitativni poglobljeni intervju	8
	2.3 Primerjava tradicionalnega in spletnega poglobljenega intervjuja	9
	2.3.1 Količina besed in kakovost pridobljenih podatkov	9
	2.3.2 Stopnja anonimnosti	9
	2.3.3 Interakcija (neverbalna, verbalna).....	10
	2.3.4 Moteči dejavniki.....	10
	2.3.5 Način zbiranja podatkov.....	10
	2.3.6 Etična vprašanja	11
	2.3.7 Prednosti in slabosti	12
3	EMPIRIČNI DEL	13
	3.1 Metodologija	13
	3.2 Opis vzorca	13
	3.3 Zbiranje podatkov	13
	3.4 Analiza podatkov poglobljenih intervjujev	14
	3.4.1 Primerjava rekrutacijskega postopka	14
	3.4.2 Primerjava moderiranja	17
	3.4.3 Primerjava podatkov, pridobljenih iz obeh vrst intervjujev	22
	3.5 Ključne ugotovitve	24
	3.6 Predlogi za izboljšave	25
4	ZAKLJUČEK	26
5	VIRI	28
	PRILOGA	31
	Priloga A: Poglobljeni tradicionalni intervju	31

KAZALO TABEL

Tabela 3.1: Osnovne informacije izvedenih tradicionalnih in spletnih poglobljenih intervjujev.....	14
Tabela 3.2: Primerjava moderiranja	18
Tabela 3.3: Primerjava pridobljenih podatkov obeh vrst poglobljenih intervjujev.....	23

1 UVOD

Digitalne tehnologije se v družbenih vedah danes široko uporabljajo. Zaradi nenehnega tehnološkega izboljševanja v kombinaciji s široko dostopno digitalno tehnologijo je postalo spletno zbiranje podatkov bolj razširjeno in priljubljeno v družbenih vedah. Metodološke inovacije pri razvoju popolnoma originalnega ali spremenjenega konvencionalnega zbiranja podatkov se uveljavljajo tako v kvalitativni (npr. virtualna etnografija, virtualno pripovedovanje zgodb, spletne razprave) kot tudi v kvantitativni tradiciji (npr. spletne ankete). Čeprav je večina spletnih metod le poenostavitev „tradicionalnih“ metod ob uporabi internetne infrastrukture, ki se uporablja pri številnih digitalnih tehnologijah (Lobe, 2017). Kvalitativno raziskovanje se že dolgo uporablja, prve uporabe kvalitativnih metod je zaznati že v zgodnjem desetletju prejšnjega stoletja (Lobe, 2009). Na področju družboslovja se kvalitativne metode¹ uporabljajo zadnjih dvajset let ali več (Mesec, 1998). Uporabljajo se za poglobljeno raziskovanje družbenih pojavov (Cropley, 2019). Intervju je ena izmed najpogosteje uporabljenih kvalitativnih metod. Izraz kvalitativne metode običajno označuje tehnike zbiranja podatkov, ki temeljijo na različnih vrstah pogovorov med raziskovalcem in intervjuvanci (Crouch in McKenzie, 2006).

Diplomska naloga obravnava razlike med poglobljenimi intervjuji preko spleta in v živo, zato sem poskusila raziskati in odgovoriti na naslednja vprašanja: Pri katerem načinu intervjuvanja posameznika lažje privabimo k sodelovanju? Kakšna je razlika v kakovosti pridobljenih podatkov iz spletnega poglobljenega intervjuja in tradicionalnega poglobljenega intervjuja? in Kakšne so možne izboljšave, ko pride do motenj intervjuvanca? Diplomska naloga je sestavljena iz teoretičnega in empiričnega dela. V teoretičnem delu naloge so povzete ključne značilnosti tradicionalnih in spletnih poglobljenih intervjujev. Najprej sta podani definiciji obeh intervjujev, nato pa še prednosti in slabosti. Za tem sledi kratka predstavitev posameznih podrobnosti, kot so etična vprašanja, kakovost in količina podatkov, stopnja anonimnosti, interakcija, moteči dejavniki ter način zbiranja podatkov. Cilj je osvetliti razlike med spletnimi in tradicionalnimi poglobljenimi intervjuji. Naredila sem primerjavo moderiranja poglobljenih intervjujev, primerjavo poglobljenih podatkov, in sicer števila edinstvenih idej, števila relevantnih komentarjev, števila komentarjev izven teme pogovora, stopnje odkritosti

¹ Med kvalitativne metode uvrščamo študijo primera, opazovanje z udeležbo, skupinsko razpravo in intervju (Mesec, 1998).

in količine nebesedne komunikacije ter primerjavo količine pridobljenih besed, ki kaže na kakovost pridobljenih podatkov. Posebno pozornost sem namenila motečim elementom med intervjuvanjem – ko delamo spletne intervjuje, nimamo nobenega nadzora nad tem, kaj se dejansko dogaja z našim intervjuvancem.

Empirični del predstavlja narejena raziskava. Najprej sem naredila 5 tradicionalnih poglobljenih intervjujev, nato pa še 5 spletnih poglobljenih intervjujev. Tematika vprašalnika je uporaba socialnih omrežij. Intervjuvala sem osebe, ki so stare med 20 in 30 let in različnih spolov. Nato sem naredila primerjavo o ključnih korakih v raziskovalnem procesu.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 Kvalitativno raziskovanje

Kvalitativno raziskovanje je razvijanje teorije s poudarkom na skupnih lastnosti (Ragin, 2007) ter išče intenziven ali dolgotrajen stik s situacijami, ki so običajne in vsakodnevne v življenju posameznikov, organizacij, skupin ali družb (Kordeš in Smrdu, 2015). Družboslovci razvijajo nove poglede z raziskovanjem nepričakovanih podrobnosti, ki omogočajo, da teorija napreduje (Ragin, 2007). Kvalitativna raziskava se izvaja v sosledju raziskovalnih ciklov, ki se začnejo z opredelitvijo problema, zbiranjem gradiva in podatkov raznih vrst in analizo empiričnega gradiva (Mesec, 1998). Kvalitativna raziskava temelji na ideji, da je resničnost subjektivna. Po tej ideji posameznik ustvari individualni pogled na svet na osnovi lastnih izkušenj z zunanjim svetom. Rezultati kvalitativne raziskave so vtisi, sklepi in mnenja udeležencev raziskave (Cropley, 2019). Ko začnemo kvalitativno raziskavo, moramo imeti vsaj malo občutka, zakaj je predmet raziskovanja vredno preučevati in kateri so pojmi, ki bi usmerjali raziskavo. Kvalitativno raziskovanje razjasnjuje ključne elemente analitičnih okvirov in izkustvene kategorije recipročno. Med kvalitativno raziskavo se razjasnjujejo pojmi in kategorije, zato raziskovalec ne more biti povsem prepričan, kaj je predmet raziskovanja, dokler niso zbrani vsi podatki. Ta odločitev je jasna šele v zadnji fazi kvalitativne raziskave (Ragin, 2007). Kvalitativno raziskovanje zajema opazovanje z udeležbo, ki je še najbolj podobno etnološkemu raziskovanju (Mesec, 1998), prav tako pa tudi opazovanje z udeležbo, poglobljene intervjuje, terensko delo in etnografsko raziskovanje. Preučevanje več primerov z intervjuvanjem omogoča bogatejši in bolj poglobljen prikaz (Ragin, 2007).

Kvalitativno raziskovanje ima več značilnosti. Prva značilnost je pomen konteksta za razumevanje družbenih pojavov (Kogovšek, 1998). S pomočjo osebnih doživetij, zgodovinsko in kulturno utemeljenih situacij ustvarimo mnenje o svetu okoli nas (Vogrinc, 2008). Druga značilnost je pomen študije, ki se pogosto uporablja v družboslovnih vedah (Starman, 2013) kot vstopnica za raziskovanje neznanega znotraj določenih meja (Starman, 2013). Tretja značilnost kvalitativnega raziskovanja je zagotavljanje objektivnosti, ki pomeni, da raziskovalec pri proučevanju upošteva vse potrebne izkustvene podatke in po potrebi išče nova mnenja, stališča, če presodi, da bi slednja lahko vplivala na izkustveni temelj za razvoj znanstvenih ved (Mesec, 1998). Četrta značilnost je, da se na začetku postavijo okvirna

raziskovalna vprašanja, ki omogočajo preučevanje udeležencev (Vogrinc, 2008). Peta značilnost vsebuje dva pojma (kontekst in celoto), ki raziskujeta skupnosti in skupine kot del celote v njihovem vsakdanjem kontekstu ter ljudi kot posameznike (Mesec, 1998). Pri kvalitativnem raziskovanju je skoraj nemogoče ponoviti raziskavo, saj bi ponovitev težko podala identične podatke (Vogrinc, 2008).

2.2 Kvalitativni poglobljeni intervju

Intervju je najbolj temeljna tehnika v kvalitativnem raziskovanju (Easterby-Smith, Thorbe in Lowe, 2007). Intervjuji so povsod v vsakdanjem življenju. Vsi smo že bili intervjuvani, morda v šoli, na univerzi, za službo, v medicinskem okolju ter videli ali brali intervjuje. Poznamo različne formate intervjujev. V knjigi *What is qualitative interviewing* želita avtorja to splošno poznavanje intervjuja iz vsakdana premakniti v smer uporabe kvalitativne raziskave kot metodološko in raziskovalno orodje v družbenih vedah (Edwards in Holland, 2013). Intervju je namenjen zbiranju informacij o določeni temi, razprava poteka med raziskovalcem in intervjuvancem (Harell in Bradley, 2009). Spraševalec se med pogovorom prilagodi individualnim značilnostim in posebnostim intervjuvanca (Kogovšek, 1998). Svobodno lahko spreminjanja vrstni red zaporedja vprašanj, da lahko s tem doseže kakovostnejše – bolj poglobljene in zanimive odgovore (Berg, 2001), ter ima tri glavne naloge. Naloga spraševalca je, da vzbudi zainteresiranost za raziskovalno temo pri intervjuvancu. Prav tako je pomembno, da je spraševalec usmerjen na temo intervjuja skozi celotno razpravo ter spodbuja intervjuvanca k samoraziskovanju (Kordeš in Smrdu, 2015). Spraševalec mora biti izkušen in se predhodno pripraviti na intervju (Kogovšek, 1998). Intervjuvancu mora pustiti, da prosto odgovarja na zastavljeno vprašanje (Mesec, 1998). Ena izmed najpogosteje uporabljenih kvalitativnih metod je polstrukturirani intervju (Clifford, French in Valentine, 2010). Je fleksibilen, tako kot nestrukturirani intervju, oba ponujata več svobode v pridobivanju mnenj in stališč, kot je to značilno za strukturirani intervju.

Po mnenju Masona imajo kljub velikim razlikam v slogu in tradiciji vsi kvalitativni polstrukturirani intervjuji določene skupne značilnosti. Te značilnosti so interaktivna izmenjava dialoga (v živo ali preko spleta), tematsko osredotočen pristop, kjer raziskovalec proučuje določene teme. Prav tako je značilno, da spraševalec ohranja fokus, za kar potrebuje znanje o vsebini, ki jo proučuje (Edwards in Holland, 2013). Za polstrukturirani intervju je značilno, da se vnaprej določijo vprašanja o tematskem področju (Berg, 2001), ki jih priskrbi

raziskovalec (Kogovšek, 1998). Ni nujno, da vprašanja postavljamo v vrstnem redu vprašalnika, vendar se je na koncu intervjuja potrebno prepričati, da so bila med intervjujem zajeta vsa vprašanja (Clifford, French in Valentine, 2010).

2.3 Primerjava tradicionalnega in spletnega poglobljenega intervjuja

2.3.1 Količina besed in kakovost pridobljenih podatkov

Merili kakovosti sta količina besed in potek dialoga. Če izpolnimo merila kakovosti, je to dober kazalnik, kakšno kakovost raziskovalnega intervjuja imamo. Da je izpolnjeno prvo merilo, potrebujemo spontane in relevantne odgovore. Za izpolnitev drugega merila so potrebni daljši odgovori in krajša vprašanja. S tem dobimo kvaliteten intervju (Enochsson, 2011).

Večji motivacijski učinek se lahko s pomočjo spraševalca doseže pri tradicionalnem poglobljenem intervjuju kot pri spletnem poglobljenem intervjuju. Ta učinek lahko spodbudi pozornost intervjuvanca in obogati njegove odgovore (število besed). Prav tako je lahko prednost tudi v tem, da spraševalec dodatno razloži vprašanja in s tem pripomore k boljšemu razumevanju vprašanj (Lindhjema in Navrudb, 2011). Za spletni poglobljeni intervju je značilno, da spletne kamere ne morejo zagotoviti zadostne količine informacij o očesnem stiku. Ne posredujejo enakih vrst informacij, kot jih dobimo z očesnim stikom pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih. Čeprav spletne kamere omogočajo vidnost, ne zagotavljajo stika z očmi. Očesni stik in vidnost sta različna dejavnika, ki vplivata na interakcijo med udeležencem in raziskovalcem (Lefler in Barak, 2011).

2.3.2 Stopnja anonimnosti

Med oblike zaupnosti štejemo tudi anonimnost, ki pripomore k tajnosti identitete udeleženca intervjuja. Anonimnost zagotavlja, da udeleženec ni izsledljiv za podatke, ki jih poda v raziskavi (Saunders, Kitzinger, in Kitzinger, 2015). Povečanje anonimnosti omogoča, da so udeleženci bolj iskreni v podanih odgovorih, zlasti pri razpravljanju o občutljivih temah, in predstavlja njihov pravi jaz (Ayling in Mewse, 2009).

Izvajanje spletnih intervjujev v klepetalnici lahko poteka anonimno, česar pri tradicionalnem poglobljenem intervjuju ni mogoče zagotoviti, saj smo v neposrednem stiku z intervjuvancem. Intervjuvanec se pri spletnem intervjuju lahko identificira z izmišljenim

imenom in ni popolnoma iskren, ko predstavi sebe (O' Connor, 2006). Pri tradicionalnem poglobljenem intervjuju je anonimnost zmanjšanja. Med intervjuvancem in raziskovalcem se vzpostavi medsebojno zaupanje, zato lahko ta pridobi družbeno zadovoljivejše odgovore (Lindhjema in Navrudb, 2011).

2.3.3 Interakcija (neverbalna, verbalna)

Poglobljeni intervju raziskovalec začne s kratkim uvodom v raziskovalna vprašanja ter razlago poteka intervjuja. V večini primerov je vzpostavljen predhodni stik raziskovalca in udeleženca za določitev lokacije in časa intervjuja (O' Connor, 2006).

Za interakcijo med raziskovalcem in intervjuvancev preko spletnih intervjujev poznamo različne avdio-video aplikacije ter spletne aplikacije za video konference. Mikrofoni in kamere so standardna oprema računalnikov, zato izvedba intervjujev vse pogosteje poteka preko teh aplikacij (Lobe, 2017). Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih je prisotna nebesedna interakcija. Pri spletnih poglobljenih intervjujih je nebesedna interakcija v veliki meri odsotna, saj je udeležence težje spodbuditi z očesnim stikom ali nasmehom (O' Connor, 2006).

2.3.4 Moteči dejavniki

Na spletno komunikacijo intervjuja lahko vpliva udeleženec sam s svojim ravnanjem (uporaba interneta, uporaba mobitela), motiviranost udeleženca in tehnologija (Ayling in Mewse, 2009). Za spletne poglobljene intervjuje je potrebna osnovna računalniška pismenost za raziskovalca in udeleženca, da spletna interakcija lahko poteka brez motenj (Lobe, 2017).

Računalniško posredovanje komunikacije zagovarja stališče, da se vedenje pri spletnih poglobljenih intervjujih razlikuje od vedenja pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih. Pomanjkanje vizualnih iztočnic oslabi pestrost podatkov pri spletnih poglobljenih intervjujih (Lobe, 2008).

2.3.5 Način zbiranja podatkov

Pred začetkom intervjuja se je treba dogovoriti, kako se bo intervju zapisoval. Najučinkoviteje je, če udeleženec privoli v snemanje s kasetofonom ali z videokamero. S tem pridobimo natančne posnetke, ki jih nato prepisemo v pisni zapis z vsemi podrobnostmi, ki jih je udeleženec povedal (Vogrinc, 2008).

Pri zbiranju podatkov preko spletnih poglobljenih intervjujev so možne tehnološke težave (na primer ne dela internet/računalnik), ki jih pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih ni. Spletno zbiranje podatkov pojmuje kot računalniško voden komunikacijski postopek, s katerim sledimo (posnemamo) zbiranje podatkov iz tradicionalnega poglobljenega intervjuja. Aplikacije za zbiranje podatkov so brezplačne in dostopne. Nekatere aplikacije, kot je to Zoom, poleg avdio pogovora omogočajo tudi avdio-vizualni pogovor, kar pomeni, da podpirajo zbiranje zvočnih in vizualnih podatkov v realnem času (Lobe, 2017).

Raziskovalec in udeleženec si na uradni strani aplikacije Zoom namestita brezplačni vtičnik. Namestitev je enostavna in hitra. Nato raziskovalec preko elektronske pošte pošlje povabilo udeležencu. Udeleženec klikne na URL, odpre se novo okno in prične se spletna diskusija in zbiranje podatkov (Lobe, 2017).

2.3.6 Etična vprašanja

Pri kvalitativnih poglobljenih intervjujih lahko naletimo na etične težave pri oblikovanju, implementiranju in ocenjevanju raziskav. Največkrat lahko na težave naletimo pri razlikovanju med javnimi in zasebnimi podatki, pri zaupnosti podatkov, avtorskih pravicah, veljavnih soglasjih, izključitvah, razpravljanju o ustreznih informacijah, ravni nadzora, maksimiranju koristi ter minimiziranju škode (Hewson in Buchanan, 2017). Če udeleženci niso obveščeni o vizualnem snemanju, se izniči učinek reaktivnosti, pojavi pa se vprašanje o etičnosti takšnega vedenja (Vogrinc, 2008).

Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih se mora udeležencu zagotoviti, da bodo vsi pridobljeni podatki ostali varni in anonimni (razen, če udeleženci želijo drugače). Udeleženci imajo pravico do odstopa od raziskave brez dodatnega pojasnila, kadar koli želijo (Clifford, French in Valentine, 2010). Uporaba spleta za izvajanje poglobljenih kvalitativnih intervjujev vsebuje etične dileme glede zagotavljanja verodostojnosti in resničnosti zbranih informacij (Bushera in James, 2007). Pri spletnem zbiranju podatkov so vedno prisotna vprašanja o zasebnosti in varnosti. Težave izvirajo iz spletnih platform, ki se uporabljajo za izvajanje poglobljenega intervjuja. Ko se nekaj naloži na splet, po navadi tam tudi ostane. Prav zaradi tega je pomembno, da raziščemo politiko zasebnosti in politiko o hranjenju podatkov na posamezni platformi, ker je možno, da se določeni podatki zbirajo. Pred začetkom intervjuvanja je udeležence potrebno obvestiti o hranjenju informacij (Lobe, 2017).

2.3.7 Prednosti in slabosti

Imamo dva pogleda na intervju: intervju kot interaktivni dogodek in nevtralni instrument. Po eni strani je intervju interakcija, po drugi pa interes, da bi ga uporabili kot raziskovalno orodje, pri katerem so sredstva običajnega pogovora nedovoljena. Ustrezna vprašanja se določijo pred interakcijo raziskovalca in intervjuvanca ter omogočajo veljavne odgovore. Če se v intervjuju oddaljimo od teme pogovora, je tveganje za nepomembnost informacij (Suchman in Jordan, 1990). Nove priložnosti za raziskovalce in intervjuvance prinašajo nove tehnologije, ki omogočajo izboljšanje natančnosti, časa in stroškov (Lobe, 2008).

Stroški so pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih občutno višji kot pri spletni poglobljenih intervjujih. Pri spletnih poglobljenih intervjujih na primer ne potrebujemo papirja ter posledično tiskanja vprašalnika, prav tako tudi nimamo stroškov potovanja. Strošek nam lahko povzroči edino programska oprema (Lobe, 2008).

3 EMPIRIČNI DEL

3.1 Metodologija

Zbiranje podatkov sem izvedla s pomočjo poglobljenih intervjujev kot strukturiran postopek, ki temelji na naboru strukturiranih vprašanj. Na ta način sem zagotovila, da sem kot spraševalka imela nadzor nad potekom in tematiko intervjuja. Izbiranje intervjuvancev je potekalo po metodi snežne kepe, kar pomeni priložnostno. Intervjuvance sem pridobila med znanci, ki so s poglobljenimi mnenji in stališči bili pripravljeni odgovarjati na vprašanja. Tradicionalne poglobljene intervjuje sem snemala s svojim mobilnim telefonom. Spletne poglobljene intervjuje pa sem opravila preko spletne aplikacije Zoom, kjer sem udeležencem preko elektronske pošte poslala povabilo za udeležbo v intervjuju. Namestili so si brezplačni vtičnik na uradni strani spletne aplikacije. Postopek za namestitev je bil enostaven in kratek. Video klic sem snemala in ob koncu se je avtomatično shranil na disk računalnika. Obe vrsti intervjujev sem prepisala v Word dokument, nato sem po prebiranju transkriptov izpolnila tabele, ki so prilagojene po Morganu in Lobe 2009, in so bile v osnovi napisane za fokusne skupine. Za diplomsko nalogo so prilagojene za poglobljene intervjuje in so podlaga za analizo intervjujev.

3.2 Opis vzorca

Vzorec intervjuvancev je predstavljalo 10 udeležencev, starih od 20 do 30 let. V tradicionalnih poglobljenih intervjujih so sodelovali 4 udeleženci moškega spola, stari od 23 do 25 let ter 1 udeleženka ženskega spola, stara 25 let. V spletnih poglobljenih intervjujih sta sodelovala 2 udeleženca moškega spola, stara od 21 do 23 let, ter 3 udeleženke ženskega spola, ki so bile stare od 21 do 24 let. Vsi udeleženci so bili slovenske narodnosti, le ena udeleženka je poleg slovenske tudi srbske narodnosti.

3.3 Zbiranje podatkov

Intervjuvance za spletni intervju sem locirala preko Facebooka, intervjuvance za tradicionalni poglobljeni intervju pa na Fakulteti za družbene vede in med znanci. Med intervjuvanci za spletni intervju je ena oseba zavrnila udeležbo, 5 jih je potrdilo sodelovanja v intervjuju. Med

osebami za tradicionalni intervju je sodelovanje potrdilo vseh 5 lociranih intervjuvancev. Po pridobitvi 10 udeležencev sem začela pogovor. Intervjuji so trajali od 47 do 70 minut. Pri spletnih poglobljenih intervjujih je bila lokacija intervjuja vedno enaka, saj je vsak intervju potekal doma pred računalnikom preko brezplačnega spletnega vtičnika Zoom. Tradicionalni poglobljeni intervjuji so bili vsi posneti na drugačni lokaciji z mobilnim telefonom.

3.4 Analiza podatkov poglobljenih intervjujev

Analiza podatkov je potekala na podlagi petih spletnih poglobljenih intervjujev in petih tradicionalnih poglobljenih intervjujev.

3.4.1 Primerjava rekrutacijskega postopka

Namen je primerjati rekrutacijski postopek v primeru, ko je poglobljeni intervju izveden preko spleta v primerjavi s tradicionalno izvedenim intervjujem. Osnovne informacije o izvedenih tradicionalnih in spletnih poglobljenih intervjujih so analizirane v tabeli 3.1. To so podatki o načinu lociranja udeležencev, načinu kontaktiranja udeležencev, uporabljeni metodi vzorčenja, težavah pri vzorčenju glede na vrsto intervjuja, številu kontaktiranih oseb, številu oseb, ki so zapustile intervju. Prav tako pa tudi podatki o datumu in trajanju intervjuvanja, osnovnih demografskih podatkih udeležencev ter lokaciji in spletnem orodju za izvedbo intervjuja.

Tabela 3.1: Osnovne informacije izvedenih tradicionalnih in spletnih poglobljenih intervjujev

Obravnavani problemi	Poglobljeni spletni intervjuji	Poglobljeni tradicionalni intervjuji
Lociranje udeležencev (kje so bili udeleženci locirani)	Udeležence za poglobljene spletne intervjuje sem našla preko Facebooka ter med znanci.	Udeležence za poglobljene tradicionalne intervjuje sem našla na fakulteti, med znanci ter sorodniki.
Kontaktiranje udeležencev (kako so bili udeleženci najprej kontaktirani)	Udeleženci sem nagovorila preko e-pošte, kjer so dobili povabilo za intervju. Pred tem sem jih za pomoč prosila v živo.	Za pomoč sem jih prosila v živo ali preko telefona.
Metoda vzorčenja (npr. snežne kepe, namensko vzorčenje itd.)	Metoda vzorčenja so bile snežene kepe, kar pomeni, da je vzorčenje priložnostno. Intervjuvance sem izbirala priložnostno med znanci, ki so bili pripravljene odgovarjati na vprašanja bogato in dolgo.	Metoda vzorčenja so bile snežene kepe, kar pomeni, da je vzorčenje priložnostno. Intervjuvance sem izbirala priložnostno med znanci, ki so bili pripravljene odgovarjati na vprašanja bogato in dolgo.
Težave pri vzorčenju (pri kateri vrsti intervjujev je bilo težje vzorčiti)	Težava se je pojavila samo pri eni intervjuvanki, ki je obljubljala, da bo sodelovala, ampak nikoli ni imela časa, zato sem začela iskati	Težav ni bilo.

Obravnavani problemi	Poglobljeni spletni intervjuji	Poglobljeni tradicionalni intervjuji
	novega udeleženca.	
Število kontaktiranih udeležencev	6	5
Število zavrnitev ali opustitev	1 (neodziven, prelaganje na jutri)	0
Datum in trajanje intervjuja	INTERVJU 6: 54 min, 9. 4. 2019, INTERVJU 7: 57 min, 10. 4. 2019, INTERVJU 8: 57 min, 12. 4. 2019, INTERVJU 9: 54 min, 18. 4. 2019, INTERVJU 10: 63 min 14.4.2019	INTERVJU 1: 47 min, 26. 3. 2019 INTERVJU 2: 55 min, 29. 3. 2019 INTERVJU 3: 70 min, 6. 4. 2019 INTERVJU 4: 59 min, 10. 4. 2019 INTERVJU 5: 60 min 10. 4. 2019
Osnovna demografija udeležencev (spol, starost, narodnost)	INTERVJU 6: ženski, 24, slovenska INTERVJU 7: moški, 23, slovenska INTERVJU 8: ženski, 22, slovenska – srbska INTERVJU 9: ženski, 21, slovenska INTERVJU 10: moški, 21, slovenska	INTERVJU 1: moški, 23, slovenska INTERVJU 2: moški, 24, slovenska INTERVJU 3: ženski, 25, slovenska INTERVJU 4: moški, 23, slovenska INTERVJU 5: moški, 25, slovenska
Lokacija in spletno orodje	Križe, dnevna soba, aplikacija ZOOM	intervjuvanec 1: študentsko/dijaški dom Litostroj, telefon intervjuvanec 2: knjižnica FDV, telefon intervjuvanec 3: stanovanje intervjuvanca, telefon intervjuvanec 4: moje stanovanje, telefon intervjuvanec 5: stanovanje intervjuvanca, telefon

Tabela 3.1 je prilagojena za poglobljen intervju po Morganu in Lobe 2009, ki se v osnovi uporablja za fokusne skupine. Za potrebe diplomske naloge je prilagojena poglobljenim intervjujem. Sledi primerjava osnovnih informacij o poglobljenih intervjujih.

Lociranje udeležencev: Intervjuvance za spletne poglobljene intervjuje sem locirala preko socialnega omrežja Facebook ter znancev. Za tradicionalne poglobljene intervjuje sem intervjuvance locirala na fakulteti, med znanci in sorodniki.

Stik z udeleženci: Najprej sem intervjuvancem pojasnila, kako poteka spletni poglobljeni intervju preko telefona. Nato sem jim preko elektronske pošte poslala povabilo za spletno diskusijo. Po prejemu povabila se je na zaslonu računalnika začel video klic. Nato sem vključila avtomatsko shranjevanje razprave, ki sem jo kasneje pretipkala v Word dokument.

Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih sem z udeleženci stopila v stik v živo ali preko telefona. Intervju sem posnela z aplikacijo na telefonu in ga kasneje pretipkala v Word dokument.

Metoda vzorčenja: Pri obeh vrstah poglobljenih intervjujev je bila metoda vzorčenja snežne kepe, kar pomeni, da je bilo vzorčenje priložnostno. Udeležence sem izbrala po principu snežne kepe in priložnostno med znanci v zasebnem življenju in na fakulteti, ki so bili pripravljeni podajati kvalitetne odgovore na moja vprašanja.

Težave pri vzorčenju: Težava pri izvedbi spletnega poglobljenega intervjuja je bila pri eni udeleženci, ki je intervju večkrat preložila na naslednji dan, zato z njo intervjuja nisem opravila. Težavo sem rešila tako, da sem pričela z iskanjem novega udeleženca. Pri izvedbi tradicionalnih poglobljenih intervjujev ni bilo težav.

Število kontaktiranih udeležencev: Pri spletnih poglobljenih intervjujih sem k sodelovanju pozvala 6 oseb, z eno žal nisem bila uspešna. K tradicionalnim poglobljenim intervjujem sem pozvala 5 oseb. Pri vseh sem bila uspešna. Povprečje za spletne poglobljene intervjuje je bilo 6 kontaktiranih oseb, za tradicionalne poglobljene intervjuje pa 5 oseb.

Število zavrnitev ali opustitev: Pri spletnih poglobljenih intervjujih sem doživela neodzivnost udeleženke, ni prišlo do zavrnitve ali opustitve, ampak je večkrat prestavila intervju na naslednji dan. V povprečju sem doživela 1 zavrnitev. Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih v povprečju nisem doživela nobene zavrnitve ali opustitve.

Datum in trajanje intervjuja: Spletne poglobljene intervjuje sem snemala v mesecu aprilu, in sicer od 9. 4. 2019 do 18. 4. 2019, trajali pa so od 54 do 63 minut. Povprečna dolžina spletnih poglobljenih intervjujev je 57 minut. Tradicionalne poglobljene intervjuje sem snemala konec meseca marca in na začetku meseca aprila, in sicer od 26. 3. 2019 do 10. 4. 2019, trajali pa so od 47 do 70 minut. Povprečna dolžina tradicionalnih poglobljenih intervjujev je 58 minut.

Osnovna demografija udeležencev: Pri spletnih poglobljenih intervjujih so sodelovale tri osebe ženskega spola, ki so bile stare od 21 do 24 let. Dve sta imeli slovensko državljanstvo, ena pa slovensko-srbsko. Dve osebi sta bili moškega spola, stari 21 in 23 let. Po narodnosti sta Slovenca. Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih je sodelovala ena oseba ženskega spola, je po narodnosti Slovenka, stara 25 let, ter štiri osebe moškega spola, ki so bile stare od 23 do 25 let. Po narodnosti so Slovenci.

Lokacija in orodja: Intervjuje sem izvedla z vsakim intervjuvancem posebej. Poglobljeni spletni intervjuji so bili izvedeni s programsko opremo za video komuniciranje preko domačih računalnikov in s pomočjo spletne aplikacije Zoom. Locirana sem bila doma v dnevi sobi v vasi Križe. Tradicionalne poglobljene intervjuje sem izvajala na lokacijah udeležencev. Prvi intervju sem posnela v Ljubljani v študentsko-dijaškem domu v večnamenskem prostoru. Prostor je bil dokaj prazen, imel je mizo, nekaj stolov, štedilnik in okno. Drugi intervju sem posnela v knjižnici na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani, prav tako v večnamenskem prostoru. Prostor je bil urejen z malo pohištva in brez knjig. Tretji intervju je potekal v Ljubljani v stanovanju intervjuvanke v dnevni sobi. Prostor ni bil najprimernejši, vendar se je intervjuvanka osredotočila na intervju. Četrty intervju sem posnela v stanovanju v vasi Križe. Potekal je v dnevni sobi, kjer zaradi nedavne selitve ni bilo veliko pohištva. Intervju je potekal tekoče, brez motečih dejavnikov. Peti intervju je tudi potekal v Križah v stanovanju, vendar je bil lociran drugje. Enako kot pri tretjem intervjuju prostor ni bil najprimernejši, vendar je intervjuvanec ostal osredotočen na intervju. Vse intervjuje sem posnela s pomočjo aplikacije na mobilnem telefonu.

Po opravljenih spletnih poglobljenih intervjujih sem naredila vse prepise avdio-video posnetkov, ki sem jih dobila preko aplikacije Zoom, ter prepise tradicionalnih intervjujev, ki sem jih posnela s telefonom. Vseh 10 intervjujev sem pretipkala v program Microsoft Word.

3.4.2 Primerjava moderiranja

Intervjuvance za spletni intervju sem iskala preko Facebooka, intervjuvance za tradicionalni poglobljeni intervju pa na Fakulteti za družbene vede in med znanci. Pred izvedbo intervjujev sem sestavila vprašalnik s 15 ključnimi vprašanji. Držala sem se vprašalnika, ki sem ga sestavila pred samim začetkom in po potrebi sem dodajala podvprašanja. Tema so bila socialna omrežja: katera socialna omrežja udeleženci uporabljajo, kako pogosto jih uporabljajo, zakaj jih uporabljajo, kaj objavljajo, pozitivne in negativne lastnosti socialnih omrežij, kako se počutijo, ko preživijo preveč ali premalo časa na socialnih omrežjih, so imeli kakšno pozitivno ali negativno izkušnjo na socialnih omrežjih ter kako bi se počutili, če bi se vsa socialna omrežja zaustavila. Po pridobitvi 10 udeležencev sem začela intervjuvanje. Intervjuji so trajali od 47 minut do 70 min. Pri spletnih poglobljenih intervjujih je bila lokacija intervjuja vedno enaka, saj je vsak intervju potekal doma pred računalnikom preko brezplačnega spletnega vtičnika Zoom. Vsak tradicionalni poglobljeni intervjuji je potekal na drugi lokaciji, vsi pa so bili posneti z mobilnim telefonom.

Namen je primerjati moderiranje za poglobljeni intervju, ki je izveden preko spleta, s tradicionalno izvedenim intervjujem. Analiza podatkov je predstavljena v tabeli 3.2, in sicer sem ocenjevala poglobljanje v odgovore, uporabo neverbalne interakcije, prav tako pa tudi o potrebi po postavljanju nadaljnjih vprašanj in obnovitvi pogovora v primeru, ki zaide s teme. Analizirani so tudi podatki o potrebi za spodbujanje nezgovornih udeležencev, za zmanjševanje motečih dejavnikov, za izogibanje prenehanja intervjuja pred zaključkom, o potrebi po sprostitvi ter zaznanih tehničnih težavah.

Primerjava temelji na stopenjski številčni lestvici, pri čemer 1 pomeni zelo slabo, številka 2 slabo, številka 3 srednje, številka 4 dobro ter številka 5 odlično.

Tabela 3.2: Primerjava moderiranja

*	Poglobljeni spletni intervjuji	Poglobljeni tradicionalni intervjuji
Poglobljanje v odgovore (podrobno spraševanje glede tega, kar je bilo povedano)	(4) Postavila sem več dodatnih vprašanj, saj je bilo manj očesnega stika. Pri določenih odgovorih sem jih tudi prosila za bolj jasno dodatno razlago.	(5) Vsi intervjuvanci so lepo in bogato odgovarjali ter podali poglobljene odgovore. Če je bilo treba, sem jih prosila, če lahko povedo še malo več o določenem vprašanju ali mi navedejo kakšen primer.
Neverbalna (para-verbalna) interakcija raziskovalca za spodbujanje boljših odgovorov	(3) Pri avdio spletnih intervjujih se sliši samo zvok. Sama sem uporabljala spletni vtičnik Zoom, kjer sem imela video klic, zato sem tudi tukaj uporabila neverbalno komunikacijo. Kamere na računalnikih so slabše kakovosti, zato se ni tako opazilo, če sem dvignila obrvi ali jim namenila začuden pogled.	(5) Ker sem z intervjuvanci imela več očesnega stika, sem posledično uporabila več neverbalne komunikacije. Zadoščal je tudi začuden pogled, da je intervjuvanec bolj obrazložil določeno vprašanje.
Nadaljnja vprašanja	(5) Postavljam sem morala dodatna vprašanja, da sem dobila bolj bogate odgovore. Posebno veliko sem jih postavila intervjuvancu številka 7 in intervjuvanki številka 9, ki sta bila bolj redkobesedna in nista navajala primerov, posledično sta potrebovala več dodatnih vprašanj, saj sta mi podajala krajše odgovore kot ostali intervjuvanci.	(5) Dodajala sem različna podvprašanja, saj sem želela izvedeti več o določeni temi, vseeno pa je bilo podvprašanj manj, saj sem tudi z nebesedno komunikacijo pokazala, da želim vedeti več.
Obnovitev pogovora, ki	(5) Intervjuvanci niso zašli s teme, saj smo se pogovarjali le drug z drugim,	(4) Izven teme sva zašla samo s četrtem intervjuvancem, in sicer pri

*	Poglobljeni spletni intervjuji	Poglobljeni tradicionalni intervjuji
zaide izven teme	poleg tega sem uporabila polstrukturiran intervju, ki je omogočal kar veliko svobode pri odgovorih.	vprašanju, ali meni, da so socialna omrežja luksuzni dodatek. Prišla sva na čisto nerelevantno temo, zato sem ga prijazno prekinila in rekla, da sva zašla iz raziskovalne teme ter ga sočutno prosila, da se vrneva na temo raziskave.
Spodbujanje nezgovornih udeležencev	(3) Intervjuvanci so bili vsi zgovorni, vendar sem pri dveh opazila, da podajata zelo kratke odgovore. To sem poskušala popraviti z veliko podvprašanji, ki sem jih dodajala med razgovorom. Spodbujanje se mi je zdelo težavno, saj sem pri nekaterih vprašanih oziroma podvprašanih dobila odgovor z enim stavkom ali z odgovorom da/ne. Nato sem vedno morala dodati vprašalnico zakaj, da sem dobila bolj bogat odgovor. Z veliko dodatnega truda se mi zdi, da sem tudi pri teh dveh intervjuvancih dosegla končni cilj.	(5) Doseg cilja je bil lažji, saj je bilo enostavnih odgovorov manj. Vsi intervjuvanci so se trudili, da podajajo bogate odgovore. Spodbujanje mi ni predstavljalo večjih težav, saj sem velikokrat uporabila neverbalno komunikacijo.
Zmanjševanje motečih dejavnikov	(2) Preko računalnika nisem imela toliko nadzora, kaj kdo počne med intervjujem. Tudi če sem jih opazovala preko video klica, ne vem točno kaj so imeli prižgano v ozadju na računalniku. Opazila sem tudi, da nekateri gledajo navzdol in menim, da so občasno preverili svoj telefon. Prav tako sem opazila, da so določeni intervjuvanci potrebovali malo več časa za odgovor, mogoče zato ker so morali razmisliti ali pa so v ozadju uporabljali računalnik še za druge namene.	(4) V živo sem imela več nadzora, saj je bil intervjuvanec neposredno pred mano. Nekaterim je vmes tudi zazvonil telefon, vendar so ga samo utišali. Nihče se ni javil ali pogledal nanj med intervjujem.
Izogibanje odhodu	(5) Pri nobenem intervjuju se ni zgodilo, da bi intervjuvanec na sredini odšel.	(5) Doživela nisem nobenega predčasnega odhoda.
Sposobnost pripraviti in sprostiti intervjuvance pred samim začetkom	(3) Intervjuvanci so vedeli, da bodo posneti vizualno in glasovno. Poskusila sem jih sprostiti na način, naj ne razmišljajo, da jih snemam in naj čim bolj sproščeno odgovarjajo. Tudi tema ni bila preveč občutljiva.	(5) Vsi intervjuvanci so bili sproščeni, saj so bili v poznanem okolju, snemala pa sem samo njihov glas. Prav tako tema ni bila preveč občutljiva za posameznike.

*	Poglobljeni spletni intervjuji	Poglobljeni tradicionalni intervjuji
Tehnične težave	<p>(3) Tehničnih težav ni bilo. Pri enem intervjuju sogovorniku ni delovala kamera, zato sem nad njim imela najmanj nadzora, kaj počne v ozadju.</p> <p>* Mogoče bi samo omenila slabo internetno povezavo, v primeru odlične internetne povezave pa tehničnih težav sploh ne bi bilo.</p>	<p>(4) Nisem naletela na tehnične težave.</p> <p>*Pri četrtem intervjuju sva z intervjuvancem imela 10-minutni premor, saj so delali dvorišče in je moral prestaviti avto.</p>

Tabela 3.2 je prilagojena po Morganu in Lobe 2009, saj je bila v osnovi napisana za fokusne skupine. Za potrebe diplomske naloge je prilagojena za poglobljene intervjuje. Sledi interpretacija rezultatov, pridobljenih iz 10 poglobljenih intervjujev.

Poglabljanje v odgovore: Spletne poglobljene intervjuje sem ocenila s 4, saj sem postavila več poglobljenih vprašanj, ker je bilo manj očesnega stika. Očesni stik je pomemben, ker z njim pokažemo (na primer z dvigom obrvi, začudenim pogledom), da želimo izvedeti več poglobljenih informacij. Intervjuvanci so pri obeh vrstah poglobljenih intervjujev podajali poglobljene odgovore, zato sem tradicionalne poglobljene intervjuje ocenila z oceno 5. Občasno sem jih tudi prosila za dodatno razlago, ali da svoje besede ponazorijo s primerom.

Neverbalna interakcija raziskovalca: Z oceno 3 sem ocenila neverbalno interakcijo raziskovalca z intervjuvanci pri izvedbi spletnih poglobljenih intervjujih. Zaradi slabše kakovosti kamer na računalniku intervjuvancev in spraševalca intervjuvanci niso takoj opazili/sploh niso opazili nebesedne komunikacije (mojega dviga obrvi ali začudenega pogleda), zato so bili odgovori krajši. Tudi Mage in O'Corner (2003) ugotavljata, da so bili odgovori pri spletnih intervjujih krajši, saj je bila vloga raziskovalca – moderatorja omejena v neverbalni interakciji z intervjuvanci (Lobe, 2008). Tradicionalne poglobljene intervjuje sem ocenila s 5, saj sem z intervjuvancem sedela v isti sobi in je bila nebesedna interakcija odlična. Zadostoval je že dvig obrvi ali začuden pogled, da je intervjuvanec podal dodatno mnenje o določenem vprašanju.

Nadaljna vprašanja: Oceno 5 sem podala pri obeh vrstah poglobljenih intervjujev. Več nadaljnjih vprašanj sem postavila pri spletnih poglobljenih intervjujih, saj sem imel z udeležencem manj očesnega stika. Prav tako sta bila intervjuvanec 7 in intervjuvanka 9 bolj redkobesedna in sta potrebovala več spodbude in nadaljnjih vprašanj kot ostali intervjuvanci.

Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih sem postavila manj nadaljnjih vprašanj, saj je zadostoval samo dvig obrvi, da je intervjuvanec podal kvalitetnejši odgovor.

Obnovitev pogovara izven teme: Spletne poglobljene intervjuje sem ocenila s 5, saj nihče od udeležencev ni zašel s teme pogovora. Intervjuje sem izvajala ena na ena z uporabo polstrukturiranega intervjuja, ki jo omogočal udeležencem veliko svobode pri podajanju odgovorov. Tradicionalne poglobljene intervjuje sem ocenila s 4, saj se je od teme oddaljil samo en intervjuvanec, vendar sem ga prijazno prekinila ter ga prosila, da se vrneva na temo intervjuja.

Spodbujanje nezgovornih udeležencev: Pri spletnih poglobljenih intervjujih sem teže dosegla končni cilj, zato sem to kategorijo ocenila s 3. Imela sem dva manj zgovorna udeleženca, ki sta na katero od podanih vprašanj odgovorila samo z da/ne ali z zelo kratko povedjo. Spodbujanje je bilo težje, saj je bilo manj neverbalne komunikacije. Tradicionalne poglobljene intervjuje sem ocenila s 5, ker je bil doseg končnega cilja lažji. Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih sem pri krajših odgovorih uporabila neverbalno komunikacijo in udeleženec je brez dodatnih vprašanj podal kvalitetnejši odgovor.

Zmanjšanje motečih dejavnikov: Nadzor je bil zmanjšan pri spletnih poglobljenih intervjujih, zato sem jih ocenila z 2. Ne glede na to, da sem z udeležencem imela video klic, nisem točno videla/vedela, ali ima v ozadju odprte še druge aplikacije ali spletne strani. Opazila sem, da so udeleženci preko spleta občasno usmerili pogled navzdol. Predvidevam, da so občasno preverili svoj mobilni telefon. Pri intervjujih v živo sem imela popoln nadzor. Dvema udeležencema je med intervjujem zazvonil mobilni telefon, zato sem jih ocenila s 4, vendar sta ga samo utišala. Nihče od udeležencev ni uporabljal mobilnega telefona med intervjujem.

Izogibanje odhodu: Pri nobenem od poglobljenih intervjujev nisem doživela odhoda udeleženca, zato sem obe kategoriji ocenila s 5.

Sposobnost sprostitve intervjuvancev: Manj sproščenosti je bilo pri spletnih poglobljenih intervjujih, saj sem udeležence snemala glasovno in vizualno, zato sem podala oceno 3. Intervjuje v živo sem ocenila s 5, ker so bili popolnoma sproščeni, saj sem snemala le njihov glas. Tema intervjuja ni bila občutljiva, zato so bili udeleženci pri obeh vrstah poglobljenih intervjujev sproščeni.

Tehnične težave: Tehničnih težava se je pojavila pri spletnem poglobljenem intervjuju, kjer

udeležencu ni delovala kamera. Nad njim sem imela najmanj nadzora, kaj počne v ozadju, zato sem podala oceno 3. Mogoče bi omenila še slabšo internetno povezavo, vendar na to, žal, nisem imela osebnega vpliva. Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih ni prišlo do večjih tehničnih težav, zato sem podala oceno 4.

3.4.3 Primerjava podatkov, pridobljenih iz obeh vrst intervjujev

Namen analize je podati primerjavo podatkov iz obeh vrst poglobljenih intervjujev. Tabela 3.3 prikazuje število edinstvenih idej, število relevantnih komentarjev, število komentarjev izven teme pogovora, stopnjo odkritosti, količino neverbalne komunikacije ter povprečno število besed na posamezen intervju.

Tabela 3.3: Primerjava pridobljenih podatkov obeh vrst poglobljenih intervjujev

	Poglobljeni spletni intervjuji	Poglobljeni tradicionalni intervjuji
Število edinstvenih idej	Intervjuvanec 6: 1 Intervjuvanec 7: 1 Intervjuvanec 8: 2 Intervjuvanec 9: 0 Intervjuvanec 10: 1	Intervjuvanec 1: 0 Intervjuvanec 2: 1 Intervjuvanec 3: 3 Intervjuvanec 4: 2 Intervjuvanec 5: 3
Število relevantnih komentarjev	Vsi komentarji so bili relevantni, saj je razprava potekala tekoče in brez zapletov. Intervjuvanec 6: 66 Intervjuvanec 7: 78 Intervjuvanec 8: 76 Intervjuvanec 9: 71 Intervjuvanec 10: 58	Vsi komentarji so bili relevantni, samo pri četrtem intervjuju je intervjuvanec malo zašel iz teme. Intervjuvanec 1: 43 Intervjuvanec 2: 63 Intervjuvanec 3: 66 Intervjuvanec 4: 65 Intervjuvanec 5: 76
Število komentarjev izven teme pogovora	Intervjuvanec 6: 0 Intervjuvanec 7: 0 Intervjuvanec 8: 0 Intervjuvanec 9: 0 Intervjuvanec 10: 0	Intervjuvanec 1: 0 Intervjuvanec 2: 0 Intervjuvanec 3: 0 Intervjuvanec 4: 4 Intervjuvanec 5: 0
Stopnja odkritosti	Tema vprašalnika so bila spletna socialna omrežja, zato menim, da so bili intervjuvanci odkriti. Tema ni občutljiva in lahko na profilih posameznika preverimo ali so podajali resnične informacije.	Tema vprašalnika ni bila preveč občutljiva, zato bi rekla, da so bili vsi intervjuvanci odkriti. Vse kar so intervjuvanci povedali o spletnih omrežjih, katera uporabljajo in koliko objavljajo, lahko preverimo na njihovih profilih na spletu.
Količina neverbalne komunikacije	Manj neverbalne komunikacije vendar še vedno prisotna saj sem imela z intervjuvancem video klic. Zaradi vpliva kakovosti slike računalniške kamere je težje videti manjše neverbalne kretnje.	Več neverbalne komunikacije, saj sem bila z intervjuvancem v istem prostoru. Kjer sva posledično imela več očesnega stika.
Število besed	Intervjuvanec 6: 5782 Intervjuvanec 7: 5504 Intervjuvanec 8: 5830 Intervjuvanec 9: 6613 Intervjuvanec 10: 6150 Povprečno število besed: 5976	Intervjuvanec 1: 4207 Intervjuvanec 2: 6939 Intervjuvanec 3: 5906 Intervjuvanec 4: 7347 Intervjuvanec 5: 8255 Povprečno število besed: 6531

Tabela 3.3 je prav tako prilagojena po Morganu in Lobe 2009 in je bila v osnovi narejena za fokusne skupine, zdaj pa je prilagojena za poglobljene intervjuje. Sledi interpretacija rezultatov, pridobljenih iz 10 poglobljenih intervjujev.

Število edinstvenih idej: Več edinstvenih idej je bilo podanih v tradicionalnih intervjujih, predvsem pri vprašanju, kakšno starostno mejo bi postavili za prijavo na socialna omrežja. Na

splošno bi omenila, da do novih idej ni prihajalo, saj sem udeležence spraševala, kako, kdaj, koliko in zakaj uporabljajo socialna družbena omrežja. Opisovali so svojo uporabo socialnih omrežij.

Številko relevantnih komentarjev: V obeh vrstah poglobljenih intervjujev so bili vsi komentarji relevantni, saj so se intervjuvanci držali teme pogovora. Razlog za relevantnost komentarjev je, da tema ni občutljiva, saj so vse podane informacije preverljive na njihovih socialnih profilih.

Število komentarjev izven teme intervjuja: Pri spletnih poglobljenih intervjujih ni noben udeleženec podal nerelevantnih komentarjev. Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih je le en udeleženec malo zašel s teme pogovora, in sicer pri vprašanju, ali se mu socialna omrežja zdijo luksuzni dodatek. Prijazno sem ga prekinila in prosila, da se vrneva na temo intervjuja. Nadaljevanje pogovora je potekalo brez zapletov in nerelevantnih komentarjev.

Stopnja odkritosti: Pri obeh vrstah poglobljenih intervjujev so bili udeleženci odkriti, saj tema ni bila občutljiva. Vse informacije, ki so jih podali o uporabi socialnih omrežij, lahko preverimo na njihovih družbenih profilih (npr. katera uporabljajo, kako pogosto so aktivni, katere informacije objavljajo).

Količina neverbalne komunikacije: Več neverbalne komunikacije je bilo pri intervjujih v živo, saj sem bila z udeležencem v istem prostoru, posledično sva imela konstanten očesni stik. V spletnem pogovoru je bilo zaradi slabše kakovosti kamere manj neverbalne komunikacije, saj je bila manj opazna.

Povprečno število besed: Pri spletnih poglobljenih intervjujih je bilo povprečno število besed 5976, kar je 555 besed manj kot pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih. Tukaj se dobro vidi, da je neverbalna komunikacija zelo pomembna pri intervjuvanju.

3.5 Ključne ugotovitve

Prva ugotovitev je, da pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih potrebno manj podvprašanj ter spodbujanja udeležencev, saj uporabljamo več neverbalne komunikacije kot pri spletnih poglobljenih intervjujih. Nadalje ugotavljam, da je pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih prisotnih manj motečih dejavnikov, saj smo z udeležencem v istem prostoru in lahko z gotovostjo nadzorujemo in usmerjamo potek intervjuja. Pri spletnih poglobljenih intervjujih

pa ni mogoče v celovito nadzorovati, kaj udeleženec dela v ozadju med potekom intervjuja (uporablja mobilni telefon, je na spletu). Tretja ugotovitev primerjave poglobljenih intervjujev je, da so udeleženci pri intervjujih v živo zelo sproščeni, saj se snema samo njihov glas, v primerjavi s spletnimi intervjuji, kjer so intervjuvanci srednje sproščeni, saj se poleg glasu snema tudi njihova vizualna podoba. Četrta ugotovitev je, da pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih nastajajo višji stroški intervjuvanja kot pri spletnih poglobljenih intervjujih, saj so se tradicionalni intervjuji izvajali na lokaciji intervjuvancev. Kot peto ugotovitev podajam stopnjo odkritosti, in sicer je v obeh vrstah intervjujev enaka, saj tema poglobljenega intervjuja ni bila vsebinsko občutljiva. Prav tako lahko vse informacije, ki so jih podali intervjuvanci, preverimo na njihovih profilih na spletu. Menim, da so se v mojem primeru tradicionalni intervjuji izkazali za kvalitetnejše v primerjavi s spletnimi poglobljenimi intervjuji. Zadnja ugotovitev se nanaša na lažjo privabitev posameznika k intervjuvanju. Ugotovila sem, da pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih lažje privabimo posameznika k sodelovanju, saj nisem doživela nobene zavrnitve kot pri spletnih poglobljenih intervjujih, kjer sem doživela 1 zavrnitev.

3.6 Predlogi za izboljšave

1. Predlog za izboljšanje spletnih poglobljenih intervjujev: Predlagam, da raziskovalec pred začetkom intervjuja pojasni intervjuvancu, da v času intervjuvanja neposredno komunicira samo z njim (da ne uporablja mobilnega telefona ali spleta), saj lahko na ta način prejme kakovostnejše podatke za nadaljnjo analizo intervjujev.
2. Predlog za izboljšanje spletnih poglobljenih intervjujev: Predlagam uporabo tehnološko naprednejših spletnih kamer, ki bi omogočile boljšo kakovost slike. S tem bi dosegli večji očesni stik in več neverbalne komunikacije.
3. Predlog za izboljšanje spletnih poglobljenih intervjujev: Predlagam izdelavo naprednejše tehnologija oziroma računalniškega program v slovenskem jeziku (sedaj je na voljo v angleškem jeziku), ki bi intervju sprti zapisoval, da ne bi bilo treba vsebine ročno prepisovati, saj bi s tem prihranili čas.
4. Predlog za izboljšanje obeh vrst poglobljenih intervjujev: Predlagam večjo uporabo nebesedne komunikacije, s pomočjo katere lahko spodbudimo intervjuvanca h kakovostnejšim odgovorom.

4 ZAKLJUČEK

Glede na omejitve vzorca intervjuvancev v raziskavi ni utemeljeno, da bi ugotovitve raziskave posploševali na celotno populacijo. V poglobljene intervjuje je bilo vključenih 10 udeležencev, starih 20 do 30 let. To je vsekakor premalo, da bi lahko z gotovostjo posplošili ugotovljene razlike med tradicionalnim in spletnim poglobljenim intervjujem. Tudi Marshall, Cardon, Poddar in Fontenot (2013) ugotavljajo, da je za utemeljene rezultate treba izvesti od 20 do 30 poglobljenih intervjujev.

Odgovor na prvo zastavljeno raziskovalno vprašanje se glasi, da posameznika lažje privabimo k sodelovanju pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih. Razlog zato je, da pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih nisem doživela nobene zavrnitve, pri spletnih poglobljenih intervjujih pa sem doživela eno zavrnitev. Odgovor na drugo raziskovalno vprašanje se glasi, da sem pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih pridobila kakovostnejše podatke. Razlog za to je, da sem postavila manj podvprašanj in uporabila več nebesedne komunikacije kot pri spletnih poglobljenih intervjujih. Odgovor na tretje raziskovalno vprašanje se glasi, da so možne izboljšave naslednje: dodatno opozorilo pred začetkom intervjuja o uporabi oziroma neuporabi mobilnega telefona ali spleta ter boljša kakovost kamere na računalniku za bolj vidno neverbalno komunikacijo.

Raziskava Folkman Curasi (2001) ugotavlja, da je pri spletno izvedenih intervjujih potrebno več dodatnih vprašanj in več dodatnega časa za dokončanje intervjuja kot pri tradicionalnih intervjujih. Tudi moja raziskava s poglobljenimi intervjuji je pokazala, da je pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih potrebnih manj podvprašanj in spodbujanja udeležencev, kot je to značilno za spletne poglobljene intervjuje. Pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih je prisotnih manj motečih dejavnikov, saj smo z udeležencem v istem prostoru in lahko nadzorujemo in usmerjamo potek poglobljenega intervjuja. Posploševati sicer tega ne morem, vendar če se osredotočim na ugotovitve svoje raziskave, pri spletnih poglobljenih intervjujih v celoti ni mogoče nadzorovati, kaj udeleženec dela v ozadju med potekom intervjuja.

Na podlagi rezultatov lastne raziskave ugotavljam, da pri tradicionalnih poglobljenih intervjujih nastajajo višji stroški intervjuvanja kot pri spletnih poglobljenih intervjujih. Tudi Lobe (2008) izpostavi, da so stroški izvedbe spletnih intervjujev nižji od stroškov izvedbe tradicionalnih poglobljenih intervjujev. Tudi sama sem preko poglobljenih intervjujev

ugotovila, da je stopnja odkritosti pri obeh vrstah intervjujev enaka, kar pripisujem dejstvu, da tematika kvalitativne raziskave ni bila vsebinsko občutljiva. S tem lahko povežem, da so tudi poglobljeni intervjuji v živo bolj sproščeni, saj snemamo samo glas, v primerjavi s spletnimi intervjuji, v katerih so intervjuvanci srednje sproščeni, saj se poleg glasu snema tudi njihova vizualna podoba. Menim, da bi se morali v prihodnosti osredotočiti na izvedbo poglobljenih intervjujev tudi med udeleženci drugih starostnih skupin. Prav tako bi morale prihodnje študije vključevati pridobivanje mnenj in stališč glede izkušenosti moderatorja pri izvedbi spletnih in pri izvedbi tradicionalnih intervjujev, da bi na ta način lahko pri posploševanju podatkov upoštevali tudi ta vidik.

Navkljub ugotovitvi, da so se tradicionalni intervjuji izkazali za kvalitetnejše v primerjavi s spletnimi, menim, da bi izboljšanje spletnih intervjujev lahko dosegli tako, da intervjuvanca prosimo, da med intervjujem ne uporablja mobilnega telefona ali spleta. Prav tako bi izboljšanje spletnih poglobljenih intervjujev lahko dosegli z uporabno tehnološko naprednejših tehnologij in z večjo uporabo nebesedne komunikacije.

5 VIRI

1. Adler, A. P. in Adler P. (2003). *Inside interviewing new lenses, new concerns: The reluctant Respondent*. New York: Library of Congress Cataloging in Publication data.
2. Ayling, R. in Mewse, J. A. (2009). Qualitative Health Research: Evaluating Internet Interviews With Gay Men. *Qualitative Health Research*, 19(4), 566–576.
3. Berg, L. B. (2001). *Qualitative research methods for the social sciences*. Long Beach: California State University.
4. Bushera, H. in James, N. (2007). *Ethical issues in online educational research: Protecting privacy, establishing authenticity in email Interviewing*. Dostopno prek <https://ira.le.ac.uk/bitstream/2381/13842/1/ethics%20%26%20email%20revis%20F%20IJRME%20Oct%2027%202006.pdf>
5. Clifford, N., French, S. in Valentine, G. (2010). *Key Methods in Geography Second Edition. Semi-structured Interviews and Focus Groups*. Dostopno prek https://is.muni.cz/el/1431/jaro2015/Z0132/um/54979481/_Nicholas_Clifford_Gill_Valentine_Key_Methods_in_BookFi.org_.pdf#page=126
6. Cropley, A. (2019). *Introduction to Qualitative Research Methods*. Dostopno prek https://www.researchgate.net/publication/285471178_Introduction_to_Qualitative_Research_Methods
7. Crouch, M. in McKenzie H., 2006. The logic of small samples in interview-based qualitative research. *Social Science Information*, 45(4), 483–499.
8. Easterby-Smith, M., Thorbe, R. in Lowe, A. (2007). *Raziskovanje v managementu. Kvalitativne metode*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.
9. Edwards, R. in Holland, J. (2013). *What is qualitative interviewing?* London: Bloomsbury Publishing Plc.
10. Enochsson, A., B. (2011). Who benefits from synchronous online communication?: A comparison of face-to-face and synchronous online interviews with children. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28, 15–22.
11. Fieldinf, N., Lee, R. M. in Blank, G. (2008). *Online research method*. London: British Library Cataloging in Publication data.
12. Folkman, C. C. 2001. A Critical Exploration of Face to Face Interviewing. *International Journal of Market Research*, 43(4), 1–13.

13. Hewson, C. in Buchanan, T. (2017). *Ethics Guidelines for Internet-mediated Research: Internet-mediated Research*. London: Published by The British Psychological Society.
14. James, N. in Busher, H. (2006). *Credibility, Authenticity and Voice: Dilemmas in Online Interviewing*. Dostopno prek https://www.researchgate.net/publication/27245393_Credibility_Authenticity_and_Voice_Dilemmas_in_Online_Interviewing
15. Kogovšek, T. (1988). *Kvaliteta podatkov v kvalitativnem raziskovanju* (magistrsko delo). Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
16. Kordeš, U. in Smrdu, M. (2015). *Osnove kvalitativnega raziskovanja*. Koper: Založba univerze na Primorskem.
17. Lefler, N. L. in Barak, A. (2011). *Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition*. Dostopno prek <https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/health-jones-lapidotlefler-2012.pdf>
18. Lindhjema, H. in Navrudb, S. (2011). Are Internet surveys an alternative to face-to-face interviews in contingent valuation? *Ecological Economics*, 70(9), 1628–1637.
19. Lobe, B. (2008). *Integration of online research methods*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
20. Lobe, B. (2009). Združevanje kvalitativnih in kvantitativnih metod – stara praksa v novi preobleki. *Družboslovne razprave*, XXII(53), 55–73.
21. Lobe, B. (2017). *Best practices for Synchronous Online Focus Groups. A New Era in Focus Group Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
22. Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A. in Fontenot R. (2013). *Does sample size matter in qualitative research?: A review of qualitative interviews in research*. Dostopno prek https://www.researchgate.net/publication/281981185_Does_Sample_Size_Matter_in_Qualitative_Research_A_Review_of_Qualitative_Interviews_in_is_Research
23. Mesec, B. (1998). *Uvod v kvalitativno raziskovanje v socialnem delu*. Ljubljana: Visoka šola za socialno delo.
24. Muha, S. (2009). *Primerjava offline in online fokusnih skupin* (diplomsko delo). Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
25. O' Connor, H. (2006). *Exploring online research methods in a virtual training environment. Online interviews module: Print version*. Dostopno prek <http://www.restore.ac.uk/orm/interviews/intprint3.pdf>
26. Ragin, C. C. (2007). *Družboslovno raziskovanje: enotnost in raznolikost metode*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

27. Sala, E., Burton, J. in Knies G., (2012). Correlates of Obtaining Informed Consent to Data Linkage: Respondent, Interview, and Interviewer Characteristics. *Sociological Methods & Research*, 41(3), 414–439.
28. Saunders, B., Kitzinger, J. in Kitzinger, C. (2015). Anonymising interview data: challenges and compromise in practice. *Qualitative Research*, 15(5), 616–632.
29. Schaeffer, C. N. in Maynard, W. D. (2003). *Inside interviewing new lenses, new concerns: Standardization and interaction in the survey interview*. New York: Library of Congress Cataloging in Publication data.
30. Shapkaa, J. D., Domeneb, J. F., Khana, S. in Yanga, L. M. (2016). Online versus in-person interviews with adolescents: An exploration of data equivalence. *Computers in Human Behavior*, 58(1), 361–367.
31. Starman, A. in Biba, A (2013). Študija primera kot vrsta kvalitativne raziskave. *Sodobna pedagogika*, 64(1), 66–81.
32. Suchman, L. in Jordan, B. (1990). Interactional Troubles in Face-to-Face Survey Interviews. *Journal of the American Statistical Association*, 85(409), 232–241.
33. Szolnoki, G. in Hoffmann, D. (2013). Online, Face-to-Face and Telephone Surveys – Comparing Different Sampling Methods in Wine Consumer Research. *Wine Economics and Policy*, 2(2), 57–66.
34. Vogrinc, J. (2008). *Kvalitativno raziskovanje na pedagoškem območju*. Dostopno prek <https://core.ac.uk/download/pdf/35123064.pdf>

PRILOGA

*Vse ostale priloge so na voljo za vpogled v Microsoft Office Word datoteki.

PRILOGA A: POGLOBLJENI TRADICIONALNI INTERVJU

Spraševalec: Pozdravljeni, moje ime je Marja in danes bomo govorili o uporabi socialnih omrežij, kot so FB, Twitter, Instagram, Pinterest. Zanima me vaša osebna izkušnja, kaj vam je všeč, kaj vas skrbi in sem vam zelo hvaležna, da ste jo pripravljene deliti z menoj. Vse kar boste povedali je strogo zaupno, vaši podatki bodo anonimni in vsi materiali bodo izbrisani, ko opravim analizo. Rada bi poudarila, da ni pravih in napačnih odgovorov; vse, kar poveste, je zelo vredno, zato vas prosim, da mi poveste svoje izkušnje. Torej, ali ste pripravljene na začetek?

Intervjuvanec 4: Sem.

Spraševalec: Prosila bi, da se najprej predstavite.

Intervjuvanec 4: Moje ime je Tevž Švab. A morem še kaj povedat?

Spraševalec: Ja ne vem, kakor ti želiš.

Intervjuvanec 4: Toj to.

Spraševalec : Dobro. Prosim, če poveste kdaj ste nazadnje uporabljali spletna mesta za socialno druženje?

Intervjuvanec 4: Pred petimi minutami.

Spraševalec: Katera pa uporabljate?

Intervjuvanec 4: Večinoma Instagram, tudi Facebook. Nekoč sem uporabljal tudi Snapchat vendar sem ga zbrisal.

Spraševalec: Okej, kaj bi rekli, da je zlasti pozitivno za Facebooku?

Intervjuvanec 4: Da je pozitivno?

Spraševalec: Ja.

Intervjuvanec 4: Ja seveda je. Ja fajn je kakšne ljudi, ki jih dolgo časa nisi videl se z njimi nazaj povežeš. Pa da slediš folku kaj počnejo v njihovu osebnemu življenju. To je super. Drugače pa ne vem kaj je dobrega na Facebooku. A veš, da tega nisem nikol razmišljal.

Spraševalec: Mogoče je čas, da zdej začneš.

Intervjuvanec 4: Kva je dobrega pr Facebooku? Ja jaz ga imam v bistvu največ zaradi eventov, dogodkov. To mi je všeč. Zaradi rojstnih dnevo, toj čis dobr. Zaradi rojstnih dnevo je fajn zato kokr jes čis use pozabm.

Spraševalec: Okej, kaj pa je negativna lastnost Facebooka?

Intervjuvanec 4: Da ti skos sledijo ane. Nimaš zasebnosti. Men se zdi, da folk preveč daje gor. Premal zasebnosti. Pa še gun ti skos gledajo lokacijo pa te scene. Pa men to ni všeč.

Spraševalec: Kaj je zlasti pozitivno za Instagram?

Intervjuvanec 4: Nič.

Spraševalec: Ja, dej Tevž moreš govort.

Intervjuvanec 4: Veš toj zajeban. Zlasti pozitiven za Facebook amm Instagram? Ja da to kar počneš deliš s folkam, da pokažeš kje si bil, da kakšno lepo sliko daš ane. Folk je.. so umetniki slikajo, pokažejo. Lahko svojo umetnost širiš s svetom. Pa kaj pa še? Ja jaz ga imam itak za zajebancijo. Kako nej to povem?

Spraševalec: Kaj pa je zlasti negativno za Instagramu?

Intervjuvanec 4: Negativno? Ja isto v bistvu kokr za Facebook. Če preveč gor daješ nimaš nobene zasebnosti an. Toj isto kokr za Facebook se men zdi.

Spraševalec: Kaj pa bi rekli, da je bilo pri vas pozitivno pri Snapchatu?

Intervjuvanec 4: Pri Snapchatu? Zajebancija.

Spraševalec: Okej, kaj pa je negativno pri Snapchatu?

Intervjuvanec 4: Nič. Snapchat je bil kar v redu.

Spraševalec: Zakaj pa ste ga potem zbrisali?

Intervjuvanec 4: Se mi je zdelo, da sem imel preveč socialnih medijev. Ni mi ušeč, da imam veliko tega, sploh pa ne na telefonu.

Spraševalec: Ja pa saj ste vmes tudi Facebook zbrisali za nekaj časa?

Intervjuvanec 4: Ja sej na telefon tut nimam Facebooka. Samo na računalniku mam Facebook. Samo na računalnik ga večinoma uporabljam. Ali pa če kdaj kej pogledam na internetu, aplikacije pa nimam.

Spraševalec: Koliko informacij običajno delite na teh spletnih mestih?

Intervjuvanec 4: Ja skoz manj. Včasih sem jih več, sedaj pa... Na Instagram unam bližnjim prijateljem pošljem kakšno slikico doskrat, bi se uhka rekl vsak dan, da pošljem kakšno slikico ane. Ampak tem bližnjim prijateljem ne da tko da bi zdej kar vsem pošiljal. Na maj stori dajem bolj te moje zajbancije drugače pa niti ne.

Spraševalec: Kaj pa na Facebooku?

Intervjuvanec 4: Na Facebooku pa že dolg nisem nič dal. Na Facebook pa zelo malo dajem. Facebook imam jaz bolj zaradi, da pogledam kaj folk počne pa dogodke.

Spraševalec: Pa delite tudi kakšne misli ali slike? Kjerkoli, na kateremkoli omrežju?

Intervjuvanec 4: Misli ali slike? Kaj zdej?

Spraševalec: Ja, za oboje povej.

Intervjuvanec 4: Slike delim. Slike ja. Slike delim, tko če je kakšna slikica, da smo nek bli na kakšnem dogodku, na žurki, kjerkoli ali pa če kam grem, da kej lepga slikam, če grem v hribe. To dam. Misli pa niti ne. Slabo.

Spraševalec: Okej, kako pomembna mislite, da so socialna omrežja za vaše življenje?

Intervjuvanec 4: Niso pomembna. Niso pomembna za moje življenje.

Spraševalec: Veliko študentov je reklo, da jih, da so jih med časom študija uporabljali za te skupine?

Intervjuvanec 4: Tako. Tut jaz sem v času študija uporabljal za te skupine. Ja tut zato sem ga nazaj tkt k sm ga zbrisal. Sem ga tut zato nazaj dal samo zaradi skupine.

Spraševalec: Zaradi šolskih stvari?

Intervjuvanec 4: Zardi šolskih obveznosti, stvari, da smo se povezal. Tako.

Spraševalec: In kaj ste si delili v teh skupinah?

Intervjuvanec 4: Amm. Material. Kako se temu reče?

Spraševalec: Zapiske.

Intervjuvanec 4: Zapiske, zapiske.

Spraševalec: Teste.

Intervjuvanec 4: Tut teste. Tm smo se tut zmenil, če gremo kam skup na kofe, da se bomo tm mal skp 'učil'. Take zadeve.

Spraševalec: Ali lahko poveste, za katere namene uporabljate Facebook?

Intervjuvanec 4: Ja za dogodke, za dogodke pa sledenju folka. Zato, da vem kva se s folkam dogaja. Zato ker sem firbc. Kako se reče firbc lepo?

Spraševalec: Radovednež.

Intervjuvanec 4: Radovednež.

Spraševalec: Okej, za katere namene pa uporabljate Instagram?

Intervjuvanec 4: Instagram pa uporabljam za dost podobne razen dogodkov. Pa fajn mi je pogledat tko slike na splošno tut te hešteggi so mi všeč. Poj ane recimo v zadnjo sem gledov, taprava, dobra poteza sem najdu nov kafič v Ljubljani, k majo tm te namizne igre. Pa smo zj ful v namiznih igrah. In sm zvedu to. V bistvu nekaj fajn ane. Drgač neb vedu, če ne bi mel Instagrama. V redu.

Spraševalec: Ja, za katere namene pa ste uporabljali Snapchat?

Intervjuvanec 4: Snepchat? Za zajebancijo, za pogovarjat se s folkom. Khm. Pa da sem delil te svoje kreativne posnetke.

Spraševalec: Katero socialno omrežje pa se vam zdi najbolj uporabno? Da ima največ uporabnih funkcij.

Intervjuvanec 4: Facebook. Facebook. sigurn Facebook.

Spraševalec: Okej, kakšna pa je vaša dnevna rutina na socialnih omrežjih? Pa dajva najprej kar Facebook.

Intervjuvanec 4: Amm. Facebook bolj malo. A več kje na šiht med malco, če mi je dolgčas grem po Facebooku. Drgač pa čez dan zelo malkrat, ker itak nimam aplikacije na telefonu an in pol se morem zmer vpisat na internet na telefonu, da sploh uhka.

Spraševalec: Kaj pa na Instagramu?

Intervjuvanec 4: Instagram pa dost. Na Instagram grem pa doskrat. Je pa v bistvu že kr tko guna tipka na telefonu. K jo pritisnem takrat, ko mi je mejčkn dolgčas. Takrat, ko čakam pet minut. Grem hitr na Facebook, na Instagram.

Spraševalec: Okej. Amm. Čaki, to je bilo Redit.

Intervjuvanec 4: A Redita pa nč nauš?

Spraševalec: Ali Redit tudi uporabljate?

Intervjuvanec 4: Ne vem sploh kaj je to

Spraševalec: Aja.

Intervjuvanec 4: Hahaha.

Spraševalec: Kako bi takšna uporaba socialnih omrežij na kakršen koli način pozitivno ali negativno vplivala na vaše osebno življenje? Na primer ali se vam zdi, da socialna omrežja pozitivno vplivajo ali negativno na interakcijo z vašo družino. Je interakcije zaradi socialnih omrežij več ali manj?

Intervjuvanec 4: Ne eno ne drugo.

Spraševalec: Ja mal razloži.

Intervjuvanec 4: Ja. Ja moja mati ima Facebook. ampak na Facebooku nisva prijatelja. Ker ne ona ne jaz ga ne uporabljava tok, da bi nama kej sploh

uhka komunikacija s tem pomenila ali pa interakcija a ko maš tmle napisan. Fotr ga nima. V bistvu oče ga nima. Brat ga tut nima. Snaha od brata žena. A je to snaha? Snaha ga mam. Največ v bistvu še s snaho, če se marbit kdaj piševa. Če recmo če jo na telefon ne dobim recmo ji ne pošlem smsja ampak ji pošlem na Facebook. Ampak tut zlo malkrat. V bistvu nimam anbene veze z interakcijo z mojo družino. Anbene. Zlo mal no.

Spraševalec: Kaj pa na primer, ko ste na družinskem kosilu? Ste na telefonu ali se posvečate družini?

Intervjuvanec 4: Se kar posvečamo en drugemu. Se pravi družini ja. Razen vidim pa pri nečaku in nečakinji, sploh nečak amm je pa rad dost na telefonu pa ne vem če sploh na... a to zdej telefon ali socialna omrežja?

Spraševalec: Kr na splošno povej.

Intervjuvanec 4: Ja tamal je dost ane. Nečak kr hitr poje, zato da gre lahko poj na telefon an. Zato kokr pomojem da zato kokr nemu une debate, ki jih imamo pri družinskem kosilu niso ne vem kva zanimive ane. Itak je bolj opravljanje pa take zadeve. Ja ja pa od šihta to nega ne zanima an. Tko da tamal drugi pa ne.

Spraševalec: Okej, kaj pa na interakcijo s prijatelji? Vpliva pozitivno ali negativno? Se vam zdi da je več interakcije ali manj?

Intervjuvanec 4: Se mi zdi, da je več. Se mi zdi, da pozitivno. S prijatelji sigurno pozitivno. Večkrat se slišmo tut delimo te slike an. Amm se pogovarjamo sploh k je Miha ane moj prijatelj pilot po celem svetu ane. K ga ne vidim prav velikokrat si največkrat pišemo preko Facebook mesengerja. Tm pa ja. Pa tut Gašperja ne vidim velikat k sva na kontra izmen, še en prijatelj k sva na kontra izmen. Mislim s tabo se ne bi slišov dovg ane tko če ne bi bilo socialnih omrežij. Tako, da ja pozitivno, bi reku zelo pozitivno.

Spraševalec: Kaj pa recimo, ko ste na kavi?

Intervjuvanec 4: Ko smo na kavi jaz ne. Jaz, če sem na kavi ne uporabljam socialnih omrežij. Ker se mi zdi zelo grdo do sogovornika, da sploh telefon bulš ane, kva šele da bi šel na socialna omrežja, da si socialen, se mi zdi čist antisocialno ane. Grdo. Nesramno, da tam sediš z enmu pa debatiraš pa na telefonu visiš. Men se to zdi zelo grdo an. In takrat kokr recmo, če en potegne vn telefon pa da z njemu govorim tut neham govorit an. Pa počakam da gun podela, ker ne morem s človekom govort k ma telefon an pred sabo.

Spraševalec: Bi rekli, da je to negativno?

Intervjuvanec 4: Bi rekel, da je zelo negativno.

Spraševalec: Kaj pa če oseba s katero ste na kavi slika na Instagram, da sta skupaj na kavi? Je to tudi nesramno?

Intervjuvanec 4: Ne po en stran ne, po drug stran pa. Čis odvisno kok te v to vključi ane. Zdej, če je to tko, da slika poj pa 15 minut da ureja sliko pa da neki napiše pa da najde en pozitiven quote pa ne vem kva. Se mi zdi ja negativno. Če pa slika pokaže a je v redu? A dam gor? A te označim? Ja v redu. To je pa tko nč taga 2 minute cajta. Podelan. Gremo naprej. Debata. A ni mislim?

Spraševalec: Kaj pa s partnerji? Bi rekli, da je pozitivno ali negativno? Da imate več interakcij ali manj?

Intervjuvanec 4: Negativno. Men se zdi to čis negativno. Sploh za kkšnega, ki je zelo ljubosumen ane. Pa te lajkanje slik pa ja. Jaz bi rekel negativno. Pa vid a kaj pa si to lajkov, kvas pa to lajkov? Pa take zadeve. To je negativno. Za komunikacijo je pa tut uhka pozitivno ane. Večkrat na dan se lahko slišiš, deliš kakšno sliko. Tko v redu.

Spraševalec: Pa mislite, da je interakcije več ali manj, če s partnerjem živiš skupaj ali, če je partner oddaljen od tebe?

Intervjuvanec 4: Kako misliš, zaradi socialnih omrežij, če je več interakcije?

Spraševalec: Ja.

Intervjuvanec 4: Ja jaz mislim, da je več.

Spraševalec: Če živita skupaj?

Intervjuvanec 4: Ne, če živita skupi ne. Jaz bi rekel isto. Nič. Če živita skupej jah jaz bi rekel, da se sploh tok ne pogovarjaš po socialnih. Če pa deleč pa ja je pa pozitivno. Večkrat se slišiš, večkrat si na vezi. Ja.

Spraševalec: Povejte mi kako se počutite ko porabite preveč časa na socialnih omrežjih.

Intervjuvanec 4: Slabo.

Spraševalec: Zakaj?

Intervjuvanec 4: Se mi zdi kokr stran vržen čas. Da bi šel ta čas lahko v nekej pozitivnega v eno produktivo ampak ne gre.

Spraševalec: Kdaj pa se vam zdi, da ga porabite preveč?

Intervjuvanec 4: Ja men se sploh ne zdi, da ga porabim preveč. Ankol. Ker nisem pač nism tok amm. Recmo najbolj blesav se mi zdi, če pridem, ko pridem dam s šihta hočem it spat in pol visim še ne vem pol ure na Facebook. To se mi zdi blesav ane. To bi uhka spav pol pa zjutri jamram, da sem nenaspan. Toj edin tm. Drgač pa nikol ne bi rekel, da sem preveč časa na socialnem omrežju.

Spraševalec: Kaj pa ko porabite premalo ali nič časa na socialnih omrežjih?

Intervjuvanec 4: To me pa sploh ne skrbi, da bi premal cajta porabu. Niti malo.

Spraševalec: Ja sam, če ga porabite na primer premalo potem lahko dobite kakšno pomembno sporočilo, ki ga ne vidite.

Intervjuvanec 4: Se mi zdi, da pomembna sporočila ne hodijo prek socialnih omrežij. Kapa je pomembno sporočilo? Ne se mi zdi da ne. Ne morem zgrešit. Vsaj jaz osebno ne morem zgrešit, ker ne komuniciram o pomembnih stvareh na socialnih omrežij ampak prek telefona ali pa prek smsjov. V živo, recimo tudi v živo.

Spraševalec: Kaj pa, če vam telefon umre?

Intervjuvanec 4: Umre? Se ne sekiram prov velik.

Ni fajn, ni fajn sam zaradi telefona, ne moreš klicat pa zaradi smsjov pa takih zadev. Ker je fajn orodje, men se zdi telefon super orodje. Sam zaradi socialnih omrežij me pa to, me ne zaboli če mi telefon umre no, me ne gane.

Spraševalec: Pa bi uporabili računalnik v tem primeru?

Intervjuvanec 4: Za kero zadevo?

Spraševalec : Ja da bi šli lahko na Facebook ali Instagram ali Snapchat?

Intervjuvanec 4: Ja čis odvisno kje sem. Če sem sam doma in nimam nič za počet, pa da bi telefon crknu verjetno bom šu na kšn socialn omrežje prek računalnika. Če sm pa tko nek, pa da bi zdej res mogu da bi šu ne vem na laptop karkoli bi blo nek v svet ne. Ne bi šel.

Spraševalec: Okej, kako se počutite, ko ste prisotni na Facebooku?

Intervjuvanec 4: Kako se počutim? Ja isto kokr pa zle, mislim ... nič taga. Počutim se isto kokr pa skos.

Spraševalec: Pa ste poleg dolgočasje se tudi zabavate? Ne vem ko vidite kakšen smešen posnetek ali sliko? Se recimo smejete? Vam je zabavno?

Intervjuvanec 4: Mi je zabavno, seveda mi je zabavno. Ko vidim kakšen smešen posnetek ali sliko ja mi je zabavno.

Spraševalec: Kako se pa počutite, ko ste prisotni na Instagramu?

Intervjuvanec 4: Ja dost isto. Hahaha.

Spraševalec: Kako se pa počutite ko ste prisotni na Snapchatu?

Intervjuvanec 4: Tam pa zaživim.

Spraševalec: Kaj pa recimo Youtube? Ali bi rekli, da je to socialno omrežje?

Intervjuvanec 4: Ja bi rekel ja. Bi rekel, da je Youtube socialno omrežje ja, ker deliš ne vem svoje posnetke pač uhka tut mišljenje. Sploh zdaj s temi vlogerji, ker je tok vlogerjev se mi zdi da je

socialno omrežje skos bolj ratuje socialno omrežje pa komentarji, pa debate o komentarjih pa times up, times down ane, pač lajk, ja se mi zdi da skos bolj ratuje socialno omrežje. Sigurn.

Spraševalec: Ali ste vi ali kdo v vaši družini doživeli pozitivno situacijo na spletu?

Intervjuvanec 4: Pozitivno? Kapa je pozitivno situacija?

Spraševalec: Ja ne vem. Amm. Ste spoznali nove prijatelje, ste zadeli kaj v nagradni igri preko spleta? Povejte kaj se vam zdi pozitivno na spletu.

Intervjuvanec 4: Ja. Sem ja. Sem zadel, zadel sem, komentiral sem sliko od Laško piva in sem dobil pulover, prvi pulover tak, ki je bil narejen v Sloveniji, zimski pulover. Sem tut poj naredil posnetek, ko sem smrekco postavljaj in sem jim ga poslov. Laško pivo, Laško Union pivo. Amm. Tko, da ja pozitivna seveda. Tut za kakšnega nove prijatelje spoznavat tut v redu. Čeprov se men to zdi tak platonski odnos, ni neki ne vem kaj da bi zdej tam res dobu prjatla samo prek socialnega omrežja men to... mislim, da ne. Za negativno pa amm.

Spraševalec: Čaki.

Intervjuvanec 4: Aja. A nisi rekla pozitivno ali negativno?

Spraševalec: Ne samo pozitivno.

Intervjuvanec 4: Ja. Ja.

Spraševalec: Kapa kdo iz vaše družine?

Intervjuvanec 4: Ne.

Spraševalec: Okej, ali imte vi ali kdo v vaši družini na spletu težko, neprijetno izkušnjo oziroma situacijo?

Intervjuvanec 4: Hmm. Jaz bi rekel da ne.

Spraševalec : Kaj pa kakšen prijatelj?

Intervjuvanec 4: Siguren kakšen.

Spraševalec: Kaj pa se je zgodilo?

Intervjuvanec 4: Ja pa ni zej to glih iz socialnega omrežja, je pa šlo prek socialnega omrežja. Khm. No recmo enmo so grozil, pač taka neprijetna an bi

js reku neprijetna izkušnja. Enmu so grozil ja ja. To ni zaradi socialnega omrežja ampak je bil pač posrednik socialno omrežje. Prek socialnega omrežja so mu grozil zaradi ene druge zadeve ane. Recmo da je to negativno izkušnja.

Spraševalec: V primeru, da bi se vam zgodila kakšna neprijetna situacija s kom bi se pogovorili o tem?

Intervjuvanec 4: S kolegi, s prijatelji. Z družino bolj težko. Bolj s prijatelji.

Spraševalec: Kako bi se počutili, če bi se jutri vsa socialna omrežja zaustavila?

Intervjuvanec 4: Super. Super. SUPER! Dej kle 3x super pa poj klicaj napiš pr tatretmu super z veliko super. Tko napiš. Super res fajn bi se mi zdel. Se mi zdi da bi folk, da bi bli bolj tko povezani, da bi se bolj pogovarjal, da bi bil folk bolj komunikativen k te vid iz oči v oči k se mi zdi, da tega res velik manjka. Velik aldi se raj zmen prek socialnega omrežja kokr pa da bi se zmenu tko kokr se men zdi normaln da se zmen za kofe, greš na kofe ali pa kamrkol pridem do tebe se tm zmenva na 4 oči. K vidš človeka v oči k je čis drgač komunikacija kokr pa prek zaslona. Bolj. Super bi se počutu. Res fajn bi bilo.

Spraševalec: Kako pa mislite da bi odreagirali vaši vrstniki?

Intervjuvanec 4: Vrstniki? Ja kar se tiče mojih vrstnikov, prijateljev, znancev jaz bi rekel de tut kr v redu. Velik kr v redu. Eni pa katastrofalno sem sigurn k so zaliman na, mislim so odvisni no, jaz bi rekel prov odvisni od Facebooka, Instagrama, raznih socialnih omrežij an. Ja se mi zdi da bi kar slabo odreagiral kakšni, dost folka.

Spraševalec: Kaj pa mislite o varnosti socialnih omrežij?

Intervjuvanec 4 : Men se zdi, da je slaba pa da ne daje, pa da socialna omrežja ne dajejo prov velik na to. Da bi amm na varnost na socialnih omrežjih, da oni ne dajejo velik na to. Ne vem. Ne vem a bi

vrjel, da prodajajo podatke. Mislim z mojimi podatki, kar mam jaz gor ne more naredit nič ampak po drug stran kakšni k pa zelo velik gor dajejo bi ga pa lahko izsiljevali pa če bi pršli kakšni podatki tko recmo privatni pogovori ali pa karkoli prek socialnih omrežij, čeb pršlo ven, bi lahko kakšnemu zelo uničl življenje se men zdi. Pa se mi zdi da zelo mal dajejo in Instagram in Facebook, zelo mal dajejo na varnost, de jih mal boli no.

Spraševalec: Ali se vam zdi, da je lahko za vdreti?

Intervjuvanec 4: Če je lahko za vdreti? Ja ja. Sem bil tut jes no. So tut men vdrli.

Spraševalec: No evo neprijetna izkušnja.

Intervjuvanec 4: Tako neprijetna izkušnja.

Spraševalec: No povejte.

Intervjuvanec 4: Jah nič. Ne vem a so mi zdej sicer nisem sigurn a so mi vdrli ali ne. Ampak jaz tega na svoj zid dajal nisem ane. Mal so pisal kakšno sliko so dal gor, kej izbrisali kakšno sliko, lajkal take in drgačne zadeve. Tko da sem imel neki dela da sem vse zrihtal ane.

Spraševalec: So vam povzročili kaj škode?

Intervjuvanec 4: Ja. Čas ja. Čas je denar. Tok de ja. So mi povzročili škodo, če tko pogledam. Ja ja ane. Ampak nism to zdej da bi prov jes sm pač sm se odjavo sm spremnu geslo pa še kr uporabljal najprej Facebook kot da ne bi nič bilo.

Spraševalec: Se vam zdi v današnjih časih pogosta stvar vdiranje?

Intervjuvanec 4: Ja. Seveda se mi zdi pogosta stvar. Za en folk najlaži dobit denar. Pač enmu udre mu nekam napiše ane pa da ma recmo kakšno občutljivo, čeprov kok folka pa ma na socialnih omrežjih take občutljive zadeve, ne vem. Uhka bi kakšnega ane amm ne vem kako bi to rekel ustrahoval al plači al pa damo to vse vn. A veš. Uhka bi. Se mi zdi, da je dost tega.

Spraševalec: Se vam zdi da bi prej vdrli v profil slavne osebe kot pa nekega navadnega

posameznika?

Intervjuvanec 4: Ja. Se mi zdi da ja slavne osebe prej, kot je bilo tudi ne vem par let nazaj so vdrli v ne vem, če je to glih socialno omrežje an ampak v gun icloud ane na iphone so ukradl zvezdicam v bistvu provokativne slike. Ja se mi zdi, da je dost tega ane. Verjetno bi slavnemu, slavnega vsi poznajo, če men udre pa de najde kakšne slike, kdo me bo pa poznov? Kdo me pa pozna ane? Če pa kakšnemu mu slavnemu pa itak ga pozna cel svet. Ja uhka mu tut s temu uniči življenje ane k mu udre v Facebook ane, kariero mu ustavi ali pa vsaj se kariera ne vem kako bi reku, slabša mu kariero no. Tko zdej to ti zrihti napiš. Ampak ne vem ja.

Spraševalec: Ja jaz morem napisat dobesedno to kar ti govoriš dobesedno.

Intervjuvanec 4: Ne me jebat.

Spraševalec: To bom zdej mogla napisat, tako da prosim brez kletvic.

Intervjuvanec 4: Tristo kosmatih.

Spraševalec: Okej, kaj pa bi rekli za gmail? Se vam zdi tudi socialno omrežje?

Intervjuvanec 4: Ne.

Spraševalec: Čeprav imate pogovore in si lahko izmenjujete informacije?

Intervjuvanec 4: Amm. Ne. Ne gmail se men ne zdi kot socialno omrežje. Se mi zdi bolj pač komunikacija, spam, ta vsiljena pošta tega je tut ogromno ane. Drgač pa ne ni socialno omrežje, vsaj zame ne. Čeprav vem pa da se nekateri pošiljajo smešne posnetke ali slike tut prek gmaila. Zame ni socialno omrežje.

Spraševalec: Kaj pa menite o zasebnosti na Facebooku? Se vam zdi dovolj zaseben ali premalo zaseben?

Intervjuvanec 4: Ah kar se tega tiče nastavitev imaš dosti, da si ga narediš zasebnega. Amm. Recmo jim ne pokažeš starosti, ne pokažeš kje živiš, ne pokažeš amm status razmerja pač nič ne pokažeš ane. Tok da lahko narediš zasebnega. Se

mi zdi da je dost zaseben, če hočeš pa če znaš naredit tko, da je.

Spraševalec: Kaj pa menite o zasebnosti na Instagramu?

Intervjuvanec 4: Se mi zdi veliko bolj zaseben kot pa Facebook. Že to kokr ni treba naredit tvoje naslovne, ni treba napisat na tvojo naslovnico starosti če nočeš ane, Facebook te kokr mal prisil v to. Instagram pa je se mi zdi bolj zaseben. Je pa tut res da je Instagram pač samo slike. Pa iz slik se veliko več vidi kot pa iz posta samo besed ane. Tok da po en stran je bolj zaseben po drugi pa če velik objavljaš na Instagramu človek več ve od tebe kje si bil, kako zgledaš, kakšen si, te bolj pozna. Tok da po en stran ja po drug stran pa ja.

Spraševalec: Kaj pa bi rekli za Snapchat?

Intervjuvanec 4: Snapchat je pa čis zaseben. Snapchat se mi zdi najbolj zaseben od vseh treh. Kar hočeš delit, deliš pa toj v bistvu samo en dan na Snapchatu tko da je najbolj zaseben. Bolj zaseben kot Instagram ali pa Facebook. sigurno.

Spraševalec: Zdej me pa zanima ker od teh treh aplikacij se ti zdi najbolj varna in zasebna za uporabo?

Intervjuvanec 4: Instagram.

Spraševalec: Zakaj?

Intervjuvanec 4: Ja Facebook se men zdi itak najbolj... vse ve o teb. Facebook ja Facebook zbira podatke, sej to ne skrivajo pač. Oni zbirajo podatke vsaj tko kokr js mislm, da zbirajo podatke zato de... Facebook v bistvu reklame ane ti pošila reklame. Zbirajo tvoje podatke zato da ti dajo gune reklame k so teb vseh an. Oni so v bistvu to reklam pano. Poj Instagram khm. Instagram pa Snapchat maš tut to sceno da ti sledi lokacije pa v bistvu maš pržgan ane to, da ti sledi lokacije gunga duha, da poj lovi, da ve kje si. To se mi zdi... folk ma to pržgan js to ne zastopm. Zato se mi zdi poj čist ane. Mislim uhka ga nardiš zasebnega, če ga hočeš ane. Pa se mi zdi, da najbolj zasebnega lahko narediš Instagram,

zato se mi zdi najbolj zaseben, najbolj varen Instagram.

Spraševalec: Zdaj bi vas pa še vprašala koliko minut bi sami sebe ocenili, da preživite na Facebooku dnevno?

Intervjuvanec 4: Jah kapa vem. Na Facebook bi rekel da sem dnevno ene 15 minut povprečno 15 minut. Če mi je res dolgcajt grem itak za minuto največ dve minute samo da mal pogledam kaj se dogaja. Pa poj zvečer če mal pogledam. 15 minut jaz bi rekel 15 minut.

Spraševalec: Koliko minut na dan pa približno porabite za Instagram?

Intervjuvanec 4: Pol ure. 30 minut. Tam nek. Na Instagramm sem več pa tut ne prov velik. Jah jes bi rekel ene pol ure, dobre pol ure.

Spraševalec: Koliko pa ste porabili na Snapchatu?

Intervjuvanec 4: Kok sem porabil na Snapchatu?

Spraševalec: Velik.

Intervjuvanec 4: Dost ja.

Spraševalec: Če smo skos une ognjčke.

Intervjuvanec 4: Ja, ja eno uro. Tm bi pa uhka reku vse skp eno uro ja ali pa še več. Poj sm se zvečer še pisal. Recmo dnevno na Snapchat, da sem bil uro pa pol.

Spraševalec: Potem pa dobro, da ste ga izbirali imate več stikov v živo sedaj.

Intervjuvanec 4: Tako je. Marja odlično si to povedala. Super.

Spraševalec: Okej, kaj pa bi rekli glede oglaševanja na Facebooka? Najprej oglaševanja kot, da nekdo promovira svoj izdelek oziroma svojo firmo, svoj SP oziroma sebe.

Intervjuvanec 4: Oziroma sebe no, ta mej zmotila. Oziroma sebe. To kar si preh rekla, svojo firmo, svoj SP. Če bi jaz imel firmo ali če bi jaz imel SP jaz bi na veliko oglaševal na Facebooku zato k vem da so ljudje velik na Facebook. to bi oglaševal. S tem pa k si rekla oziroma sebe to pa ne vem kaj

točno misliš.

Spraševalec: Ja slavne osebe se veliko promovirajo.

Intervjuvanec 4: Aja to sploh nisem pomislil. Ja tut v redu. To se mi zdi vse v redu. Super. Ena tak fajn platforma, da uhka velik ljudi dosežeš v kratkem relativno kratkem cajtu. Ker s cajtangam ali pa z nečem drugmu ali pa s radiem, televizijo neb mogu tko hiter. Sigurn ne.

Spraševalec: Kaj pa bi rekli o reklamah na Facebooku? To k zdey recimo gledaš video in pol če je video dolg 5 minut na sredini ti kar prekine in če ne pogledaš reklame do konca ne moreš gledat videa naprej? Pa te sponzorske reklame, banerji, kaj o tem mislite?

Intervjuvanec 4: Ja zdey čis odvisno a to za Facebook zdey?

Spraševalec: Ja zdey sva na Faacebook osredotočena.

Intervjuvanec 4: Ja na Facebook se men zdi to kar men vrže, da je čis preveč osebno. Amm. Ne vem. Enkrat sem šel na google gledat za apartmaje v Umagu in mi je Facebook metal dva mesca samo ampak samo enkrat sem šel gledat in mi je Facebook metal dva mesa reklame za apartmaje v Umagu. To se mi je zdelo ne vem preveč. Takrat sem ga potem tudi zbrisal iz telefona. Pa ni mi všeč no. Ni mi všeč. Dobr no sej kej zveš recmo tut za ure. Khm. Ker velikrat pogledam za ure mi zdey tm meče vn ure. To mi je nekaj clo všeč, da vidm kakšno uro to, gun sem je pa zdel čis preveč vdor v mojo zasebnost ane. Zdey če grem jest gledat kam grem na dopust, da mi oni filajo z gunimi reklamami. Ni mi ušeč. Zdey bom pa pol tut mal hinavc ane, k poj za tele ure mi je pa všeč. Ne vem zdey koko bi reku. Jez bi reku če potegnem črto čez vse slabo. Ni mi všeč. Vdor v zasebnost je no. Da mi filajo z gunam reklamam kokr kao oni prek socialnih omrežij mislijo da so zame najbolj. Ni mi všeč. Zastopim pa jih ane. Zastopim pa, ker

Facebook je tut firma ane morejo žvet od nečesa. Pa pač od tega žvejo ane. v redu.

Spraševalec: Kaj pa menite za oglaševanje preko Instagrama? Najprej za podjetje za sebe, za SP, za firmo?

Intervjuvanec 4: Ja isto je fajn. Se mi zdi, da preko Facebooka hitrej ampak prek Instagrama je pa tut v redu. Ne vem zakaj neb. Zdej kokr sm že preh reku gun dobra poteza ane amm pač bar v Ljubljani. Jaz e bi vedel, če ne bi imel Instagrama. Tok de promocija je dobra. Pa par slike napopaš od lokala od česarkol. Pa pač promoviraš. Ni slaba zadeva no. Če maš biznis itak hočeš da uspe. Tokat da mislim, da je to tut kr v redu ane to oglaševanje na Instagramu, zakaj pa ne. Zakapa ne? Toj use za te podjetnike za vse tut za osebe kokr si rekla ane, to je vse orodje. Socialna omrežja so pač orodje. Pa s temu js ne vidim nič slabega. Če maš orodje na razpolago zastonj ali pa v bistvu no Instagram je tut poj za plačat uhka ane. Zakapa ne? Ja, super se mi zdi za promocijo. Super se mi zdi.

Spraševalec: Pa vam ni nadležno?

Intervjuvanec 4: Nadelžno? A de?

Spraševalec: Da se promovirajo sami sebe.

Intervjuvanec 4: Da promovirajo sami sebe. Ja neee. Mislim nadležno, ne spremljam tok, da bi uhka reku da je to nadležno. Pa tut jes nism tok sploh na Instagramu nisem tok občutu tega, da bi me zdej en posiljev z to njegovo firmo ali pa karkol, čeprov mam odprt profil ane. Ne vem. Nisem dobil taga filinga od tega dab uhka reku da se mi zdi nadležno no.

Spraševalec: Kaj pa o reklamah na Instagramu? Ko imaš storije in potem je vmes kar reklama.

Intervjuvanec 4: Ja jo zelo hitr preskočim tok da mi tut ni neki nadležna. Ni mi neki nadležna. Kdaj jo clo do konca pogledam. Kkšno reklamo celo do konca pogledam in je ne preskočim med storijem ampak jo prov do konca pogledam, če je kej taga zanimivga. K so tut zanimive scene umes ane. Isto

mislim tm kokr po news feedu hodš so tut guni umes maš tut več slikc kokr da bi en v bistvu post naredu. Tut to kdaj pogledam. K so take dost zanimive zadeve kdaj pa kdaj. Pa ne gre mi niti tok na živce ta oglašvane, ne na Facebook, ne na Instagram. Ne gre mi tok na živce. Ne vem. Se me ne dotakne tok no.

Spraševalec: Okej, kaj pa Snapchatu, ali je tam sploh kaj oglaševanja?

Intervjuvanec 4: To pa zdej trenutno ne bi znal povedat. Kdaj sem ga jaz zbrisal? Jaz ga nimam že vsaj eno leto. Tako, da zdaj ne vem kako je ampak takrat je bil oglaševanje. Tam mi je šel še najbolj na živce ker je bil če se ne motim čez celo stran. Amm. Ja ane. A je bil?

Spraševalec: Ne vem res.

Intervjuvanec 4: Pomojem da je tkt bil, ko si šel na storije da si ga mev čes celo stran. Da si mogu prov dol. V bistvu ne tri storije si mev pol pa reklama tko velik pol pa naprej storiji. Tam mi je šu še najbolj na živce. Zdej pa ne vem kako je Snapchatu. Ne vem.

Spraševalec: Kaj pa mislite, da bi bila socialna omrežja bolj ali manj uporabljena, če bi bila plačljiva?

Intervjuvanec 4: Oh ne vem. Jes bi reku sigurn bi bila manj uporabljena. Jest osebno zdele če bi, da bi mi Facebook napisal da morem zej plačat mesečno, letno, karkol de morem plačat de sem na Facebook, ja jest nimam več Facebooka isto gre za Instagram. Pač ne bi. Jest ne bi uporabljal pa se mi zdi da bi bilo veliko manj, velik manj uporabljene, če bi bile plačljive.

Spraševalec: Ja jaz bi plačvala dokler hodim na faks.

Intervjuvanec 4: Aha.

Spraševalec: Pač, ker imam skupine ane.

Intervjuvanec 4: Ja teb je ful uporabna ane.

Spraševalec: Ja zdej, ko sem absolvent ne tok ampak še vseeno bi plačevala dokler ne

zaključim.

Intervjuvanec 4: Ja ti maš eno tako... ja jest mogoče, da bi tut plačeval takrat, kokr sm še mu to skupino ane. Ampak zdele sem pa siguren, da ne bi. Za gune kokr jim res tok pomen Facebook pa ne mislim to glede uporabnosti, ki jim velik pomen okej bi plačevali. Jes mislim, da na splošno se bi znižal uporaba bi se dost znižala. Ajde ti bi plačevala ampak ti bi plačevala dokler bi še to rabla pol pa ne bi več. Verjetno. Ne vem a bi?

Spraševalec: Ne verjetno tudi ne, ker tudi sama ne uporabljam Facebooka tok. Ga imam za šolo pa to.

Intervjuvanec 4: Pa tut te, sploh pa zdej kokr je tut velik starejših ljudi. Jes mislim, da noben ne bi plačeval od unih tastarih ane. Ne vem. Pomojem da anben neb plačovov. To kar to mislim 60+.

Spraševalec: Ja moj oče si ga je zdej naredil. In zdej par mesecov gor in k pač pozna sistem Facebooka je naredil skupino in je vse svoje prijatelje iz vojske iz Umaga skupi nabral.

Intervjuvanec 4: Hudo.

Spraševalec: In zdej čis hengajo pač po Facebooku.

Intervjuvanec 4: Hudo, fajn. To je super ane. To je pač dobra stran socialnih omrežij. Ja to je no k si me na začetku spraševala. To je dobra stvar ja.

Spraševalec: Ja in so iz Srbije, Bosne, Črne Gore, Hrvaške, Slovenije...

Intervjuvanec 4: Hudo. Super. To mi je všeč. Ampak a bi plačeval?

Spraševalec: Ja ne vem. Zdej na začetku, ko se mu zdi ful dober je ko majhen otrok cel dan na Facebooku pomojem bi. Ampak čez nekej let, ko bi ga pa minil pa ne vem če.

Intervjuvanec 4: Čez nekej let? Jes bi preh reku čes neki mesecev.

Spraševalec: Ja zdej ga je šele osvojil.

Intervjuvanec 4: Ja sej naša ga mat ga ma tut, pa jes mislim, da ne bi plačevala. No skor siguren sem,

da ga ne bi plačevala.

Spraševalec: Ja kokrat ga pa mati uporablja?

Intervjuvanec 4: A veš da nisem siguren.

Spraševalec: A ga vsak dan?

Intervjuvanec 4: Puuuf ne.

Spraševalec: Ja no moj oče ga vsak dan večkrat.

Intervjuvanec 4: Dober.

Spraševalec: Dober. Haha.

Intervjuvanec 4: Dober. Ja zakaj pa ne.

Spraševalec: Mislite, da so socialna omrežja luksuzni dodatek?

Intervjuvanec 4: Ne vem kaj to pomeni luksuzni dodatek. Kako misliš luksuzni dodatek, da se pokažeš?

Spraševalec: Ja luksuzni dodatek, recimo mi ga imamo nekje v Afriki pa naši vrstniki sploh ne vem, če vejo kaj so socialna omrežja? Mislite, da je to luksuzni dodatek bolj razvitega sveta?

Intervjuvanec 4: Ja sigurn je. Če tko kokr ti pravš da ga mi imamo oni ga nimajo.

Spraševalec: Ja predvidevam. Jaz dol nisem bila.

Intervjuvanec 4: Ja če rečmo da tko je, ja je luksuzni dodatek. Seveda je luksuzni dodatek, tako kot je luksuzni dodatek to da nam iz stene voda teče ane unim pa ne. Če tko pogledaš.

Spraševalec: Črni humor...

Intervjuvanec 4: Ne ni črni humor. Sploh ni humor. A se teb... lej tmle maš pojstlo a se to teb zdi luksuzni dodatek? Je luksuzni dodatek gun nima pojstle ane. Marbit. Pa nič nočem bit tko pač nesramen sam realen ane.

Spraševalec: Mogoče sva malce zašla s teme...

Intervjuvanec 4: Seveda sva zašla... tkole. Hiter.

Spraševalec: Zdej te bom še vprašala kaj misliš o uporabi socialnih omrežij med poukom ali med službo?

Intervjuvanec 4: Ja sem proti temu. Sem tudi... ja med poukom, sploh med poukom ja nimaš nič bit na socialnih omrežij. Ne vem. Folk je že tok zabit, dej vsaj spremljaj tm med pouk. A veš. Ne vem

med poukom se mi res zdi blesav. Amm. Zakaj bi bil na socialnih omrežjih med poukom? K ti je dougcajt a kva? Ne vem. Jes med poukom nisem bil no. Jes nisem bil med poukom, med odmorom, med malco itak smo bli vsi ampak med poukom pa ne.

Spraševalec: Kaj pa v službi?

Intervjuvanec 4: V službi pa isto ane. Se mi zdi, da nisi zbran če si na šiht na Facebook ali pa na Instagram, da ti hitr preveč cajta pokur ane. Niso za brez veze na službenih računalnikih blokirana socialna omrežja ane. isto Youtube je recmo doskat blokiran. Se mi zdi prov. Kurjo cajt. Smotan.

Spraševalec: Kdaj pa ste se vi prvič registrirali na socialno omrežje na Facebook?

Intervjuvanec 4: Ja se ne spomnem točno. Kolk sem bil pa star? Ja tam nek konc osnovne šole, sedmi razred bi jaz rekel, šesti, sedmi razred na Facebook. Na Instagram, na Instagramu nisem prov dovgh amm. Na Instagramu nisem dolh, na Snapchatu tut nisem bil dolg. Šesti, sedmi razred.

Spraševalec: Kaj pa menite, da bi morala biti kakšna starostna omejitev na Facebooku?

Intervjuvanec 4: Ja mislim, da bi morala bit starostna omejitev na Facebooku.

Spraševalec : Koliko let pa bi vi?

Intervjuvanec 4: 18. Polnoletni človek, takt k uhka s svojimi podatki ane pač. Ja 18 ja.

Spraševalec : Za vsa ali samo za Facebook?

Intervjuvanec 4: Za Facebook 18.

Spraševalec: Ampak veliko se ga uporablja v srednji šoli za skupine...

Intervjuvanec 4: Ja sej bo pa neki družga zrasl.

Spraševalec: Tudi to je res.

Intervjuvanec 4: Jah ne vem za skupine. Za skupino maš lahko tudi Wacap pa nardiš skupino da se pač folk pogovarja tut slikce lahko pošilaš, vse vidiš v arhivu. Tok de maš tut druge stvari, če bi Facebook propadu bi nek drget naredil te skupine za šolo, za karkol.

Spraševalec: Kaj pa bi bil vaš nasvet za

mladoletne osebe na socialnih omrežjih?

Intervjuvanec 4: Nimam nasveta. Sem brez nasveta. Ja, počnite kar hočte je le vaš življenje ne moj. Ne vem. Dokler se mene ne dotakne v redu. Počnite kar čte. Lahko bi dal nasvet. Ne preveč gor dajat. Ker jest učas jes sm več dajal na Facebook kokr pa zle, velik mislim velik. Zdej ful mal dajem, učas sm pa tko neki srednga bi js reku. Pa mi je za velik zadev k nazaj pogledam, ne da mi je žov ampak se prašam kako sem bil lah tok zabit, da sem sploh to gor napisov. Takt še mislim, da človek ni razvit, ni še ta človek človek ni še razvit tok da bi uhka ne v možgane ane da bi uhka dajal to v svet mislim tko. To je moj nasvet. Ne preveč dajat gor.

Spraševalec: Kaj pa menite o socialnih omrežjih kot sta na primer OnaOn in Tinder?

Intervjuvanec 4: Super. Da se folk najde prek enga taka. Ja super. To ni nič slabga. To ni nič slabga. Mam kr neki sodelavcev in sodelavk k so na amm OnaOn, Badu. Aj tut Badu? Pomojem da je Badu, fajm. Mislim men se zdi, da je to bolj za Tinder ne. Tinder je za tamlade. Tinder je za tamlade. Badu pa OnaOn je pa pa bl za une k majo v bistvu že enga otroka, ločeni ali pa kej taga alpa mal stari folk. Pač da se najdejo, nč slabga folk se najde na vse možne načine zakaj pa ne prek socialnega omrežja ane. nej se najdejo. Super. Sem se zdi fajm.

Spraševalec: Pa bi jih tudi sami uporabili?

Intervjuvanec 4: Pa niti ne, niti ne. Ne bi jaz tega uporabljal. Se mi zdi, da človek ne moreš prek res spoznat prek socialnega omrežja, ker ma čis preveč... če se z pogovarjam enmu na štiri oči bom kuj vidu k blekne gam ... laži oceneš človeka. Tam ma pa ima jah kokr časa če. Da odpiše, da napiše neki, da ustvar eno zgodbo od sebe. Men se zdi use umetn. Ne spoznaš človeka prek socialnega omrežja. Ajde, v redu ane vidš slikco, vidš kaj je človeku všeč prek teh omrežij ane. Amm. Sam ne poznaš pa človek, se mi zdi velik laže spoznat človeka k ga vidš s prve kokr pa prek teh socialnih

omrežij.

Spraševalec: Ja pa saj se lahko tudi preko socialnih omrežij zмениš za kavo?

Intervjuvanec 4: Ja sej če se. Toj v redu. Ja toj v redu. Ja ja. Okej. Si me prepričala Marja. Odlično. Haha.

Spraševalec: Ja sej jaz samo sprašujem?

Intervjuvanec 4: Ne sej maš. Ja ne. Ja sej če se zмениš tko, da se spoznaš ane pa greš poj nekam ja super. Sej pravm super. Že tko. Super. Fajn. Fajn je. Ampak jes neb. Raj vidim tko v svetu, da spoznaš človeka kokr pa enga k je tm gor.

Spraševalec: Okej. Amm. Kaj pa recimo glede gesel? Se vam zdi, da bi gesla moral biti bolj zahtvena? Da bi mogla bit črke, številke, drugače te sploh ne spusti naprej ali je vseeno?

Intervjuvanec 4: Jaz mislim da je vseeno. Jes milim, da je vseen lej sam nared svoj gesu, če boš dav 123456 v redu. Pa dej 123456. Če bo kdo hotu vhekat bo najprej to probu. Pa nej uheka. Mislim js mam js mam zelo dolg gesu pa tut mam številke not. Velikih črk nimam ampak dolg gesu, številke pač. Zrihtej si tko kokr čes. Lih kokr češ. Eni majo simpl, pa vem da majo simpl pa vem da majo tko simpl da uhka vsak pršu not zato k sm jim delov te omrežja ane. Pa jes vem v bistvu za kr nekej ljudi kok ma gesu. Zato k tel tastar itak dej bom pa teb dav. Pol mu pa tm zrihtam itak nega boli tkt kokr rečeš za gesu na po pa gesu vpiš kr ti vpiš js ne vidim. Pol mu pa vpišeš gesu itak veš da ma ta gesu poj še 10 let. Tko, da js bi lah uheku kr neki folka

zle. V bistvu ne uhekov sam prjavo bi se ane. to, da ja. Haha.

Spraševalec: Okej, zdej me pa zanima, če bi želeli še kaj dodati? Se vam zdi, da se katere teme nisva dotaknila? Da sva kaj premalo obdelala? Kakšen komentar?

Intervjuvanec 4: Ja. Ja uhka bi povedal... Mislim preh sva mela od reklam na socialnih omrežjih. Tko kot sem rekel meni se zdi tudi Youtube socialno omrežje. No toj pa edin če lahko temu rečem socialno omrežje pač jes mislim, da je socialno omrežje tm mi grejo reklame pa zlo na živce. Tm mi gre pa tko na živce, da js da de pogledam en video en minutni video, preh morem pa 50 al mislim 30 sekundo reklamo pogledat. Ja to mi je pa čis blesav ane. To mi je pa res blesav za tok mal pa poj recmo če gledaš ne vem kakšen daljši posnetek, ko se vmes ustavi pa ti da reklamo, pa se vmes ustav pa ti da reklamo. Ne vem. To mi gre pa res na živce. To mi gre pa res na živce. Isto če se v avto vozim pa mam ponavad musko na Youtube, po pa fajn muska pa se zamena muska po pa kr ena reklama za ne vem za kozmetiko pa ne vem kva. Pa kva to mene zanima. Pa kva mi to dajete. Mislim preveč. Tm pa pretiravajo, zelo pretiravajo. Ful pretiravajo na Youtube.

Spraševalec: Okej, potem pa se vam še enkrat zahvaljujem v tej razpravi in intervju.

Intervjuvanec 4: Kul. Haha. A to sva zej to?

Spraševalec: No nasvidenje.

Intervjuvanec 4: Nasvidanje. Lep pozdrav.