

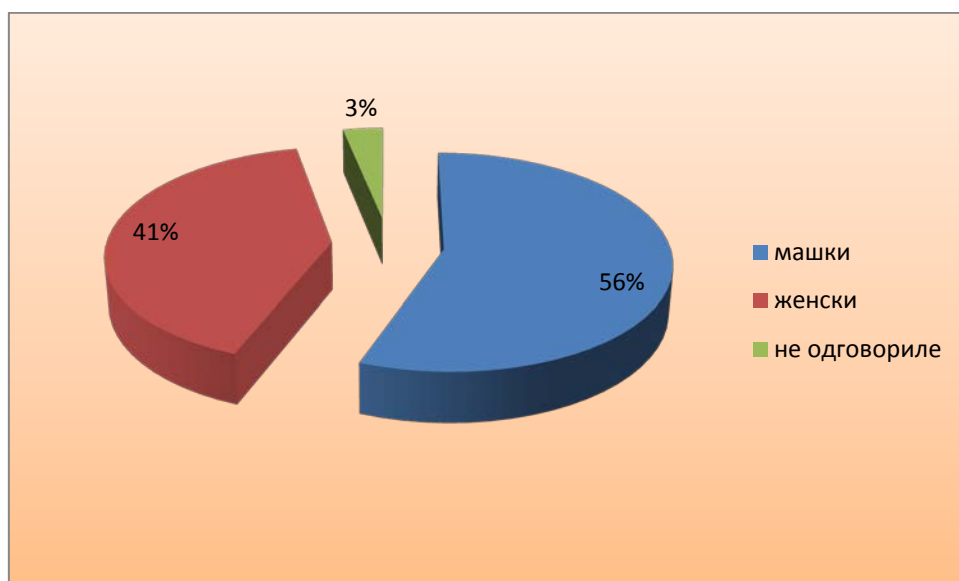
Резултати од мини-истражување за ставовите на студентите во врска со користењето на интернетот и социјалните медиуми

Во тек на 5 дебати за социјални медиуми, кои се одржаа во текот на месец април, 2012 година, како дел од проектот Социјални медиуми за демократија, Метаморфозис спроведе мини-истражување за ставовите на младите во врска со употребата на интернетот и социјалните медиуми. Во истражувањето учествуваа 154 студенти од 4 универзитети во Република Македонија.

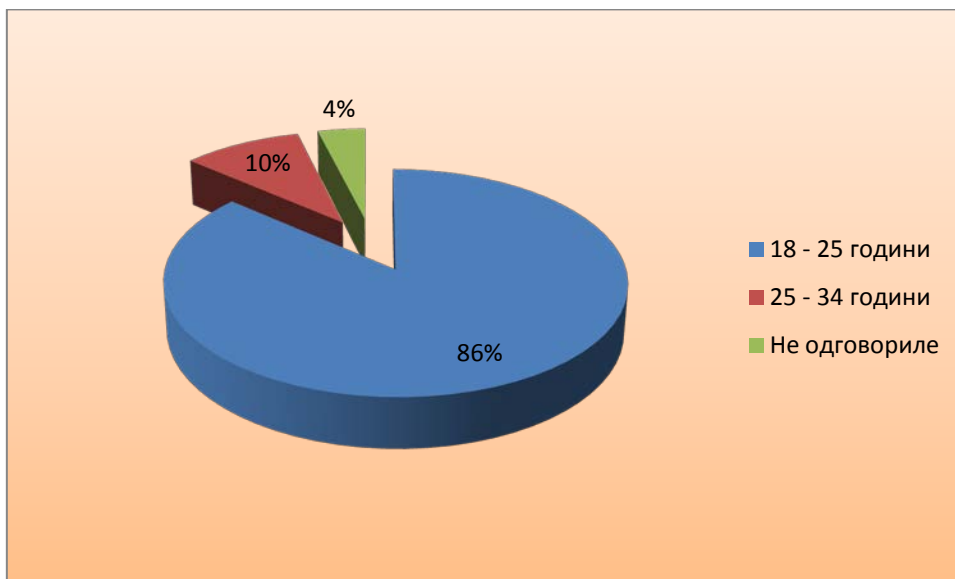
Прашалникот се состоеше од 24 прашања поставени на Ликертова скала, на која студентите изразуваа во колкав степен се согласуваат или не се согласуваат со дадената изјава и неколку прашања од статистичка важност.

Па така, прашањата од статистичка важност ги дадоа следните резултати:

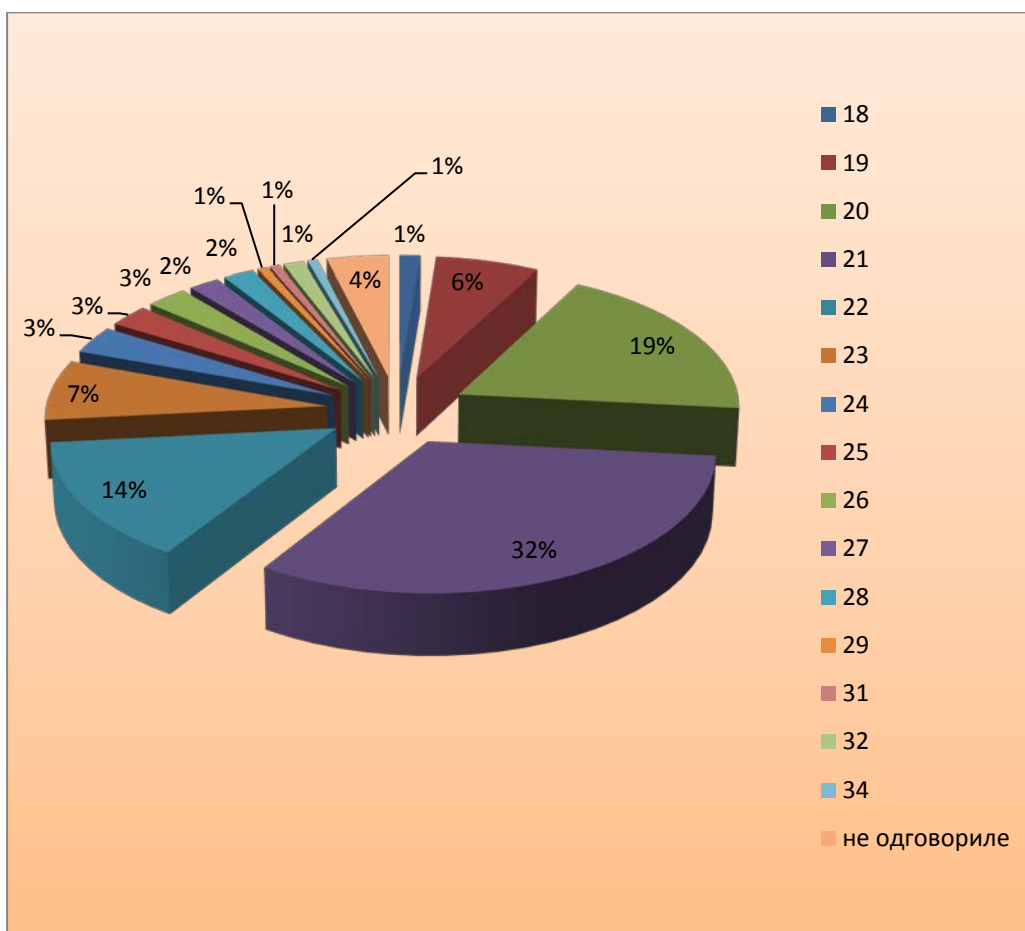
- 46,1% од испитаниците се од Државниот универзитет во Тетово, 29,22% од Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје, 17,53% од Универзитетот ФОН во Скопје и 7,14% од Европскиот универзитет во Скопје.
- Од вкупниот број на учесници, 86% се на возраст до 25 години, 10% се на возраст до 34 години, а останатите 4% не одговориле на ова прашање. Според половата застапеност, 56% од учесниците се машки, а 41% женски.
- Од оние кои одговориле на прашањето за националноста, 47% се изјасниле како Македонци, 45% како Албанци, а вкупно 4% отпаѓаат на учесници кои се изјасниле како Турци, Бошњаци, Срби, Црногорци, итн.



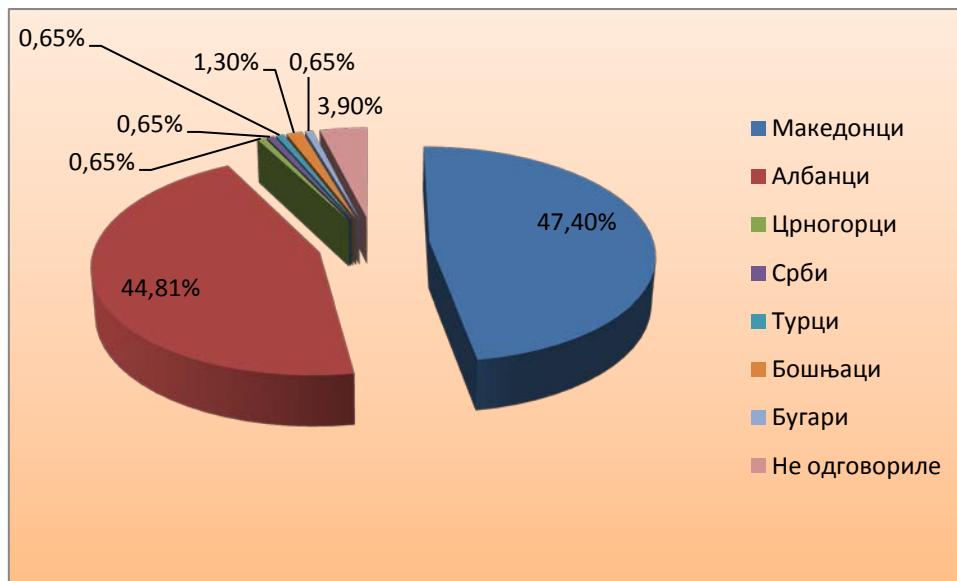
Графикон бр. 1: Полова застапеност



Графикон бр. 2: Возрасна застапеност

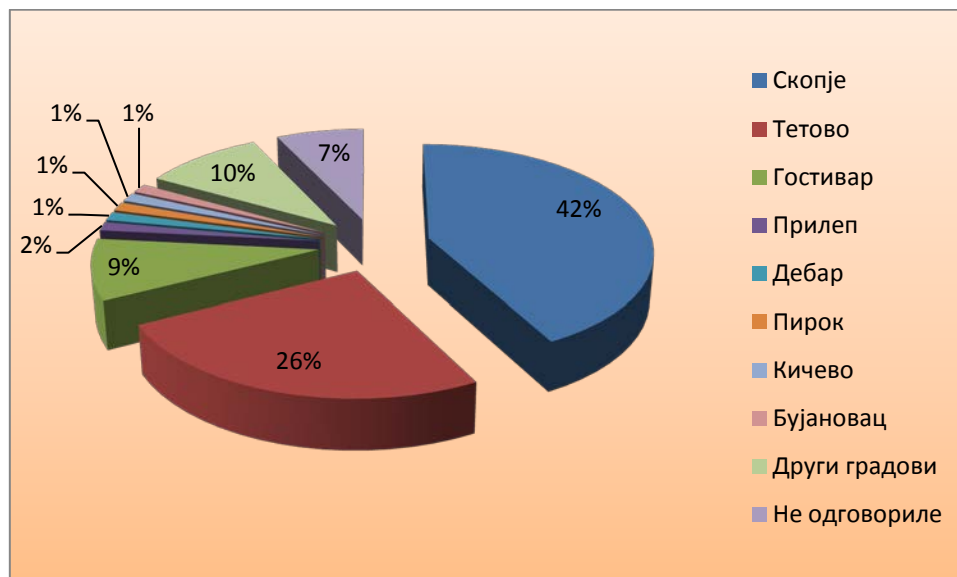


Графикон бр. 2.1: Возрасна застапеност - детално



Графикон бр. 3: Национална застапеност

- Најголем дел од испитаниците се од Скопје и Тетово, но меѓу останатите има жители на Гостивар, Прилеп, Дебар, Кичево итн.
- Од испитаниците, има по еден претставник и од следните места: Кавадарци, Крушево, Куманово, Охрид, Битола, Валандово, Гевгелија, Велес, Мала Речица, Шемшово, Радовиш, Џепчиште, Струга, Арачиново и Косово.



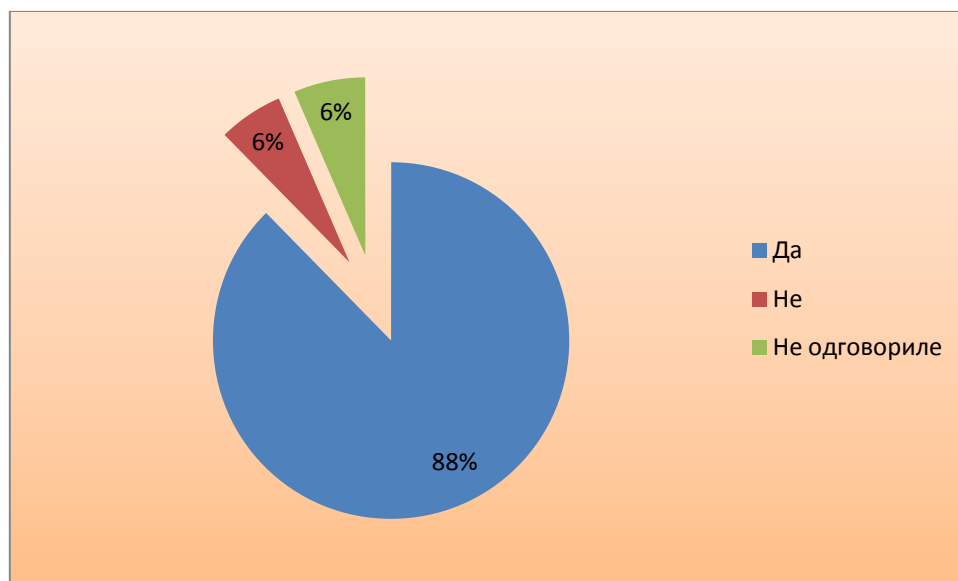
Графикон бр. 4: Место на живеење на испитаниците

Останатиот дел од прашалникот обезбеди вредности кои се однесуваат на ставовите на студентите околу употребата на интернетот и социјалните медиуми, нивната

приватност на интернет, како ги користат социјалните медиуми и што најчесто споделуваат, што мислат за цензурата на овие медиуми итн.

Па така, најголем дел од испитаниците, односно 87,66% имаат профили на социјалните мрежи, што укажува дека социјалните мрежи се дел од секојдневието на младите.

70% се изјасниле дека не ги следат трендовите, па со појавата на нови социјални мрежи, не создаваат нови профили.¹ Ова е потврда за доминантното користење на Фејсбук заради популарноста и трендот, додека и понатаму склоноста и желбата за поврзување и споделување преку други социјални медиуми останува многу мала.



Графикон бр. 5: Профил на социјалните мрежи

Околу навиките за која цел и во колкава мерка ги користат социјалните медиуми, дали ги преферираат во однос на традиционалните, 65,6% од испитаниците изјавиле дека повеќе се информираат преку социјалните отколку преку традиционалните медиуми.² Ова се должи на фактот што испитаниците сметаат дека социјалните медиуми се попростапни, односно им овозможуваат брзо, лесно и навремено информирање од било кое место во било кое време. Секако, можноста за селекција на информациите кои ќе ги читаат и на кој извор ќе му веруваат придонесува за значителниот процент на предност кој го имаат социјалните медиуми пред традиционалните во поглед на информирање кај младите.

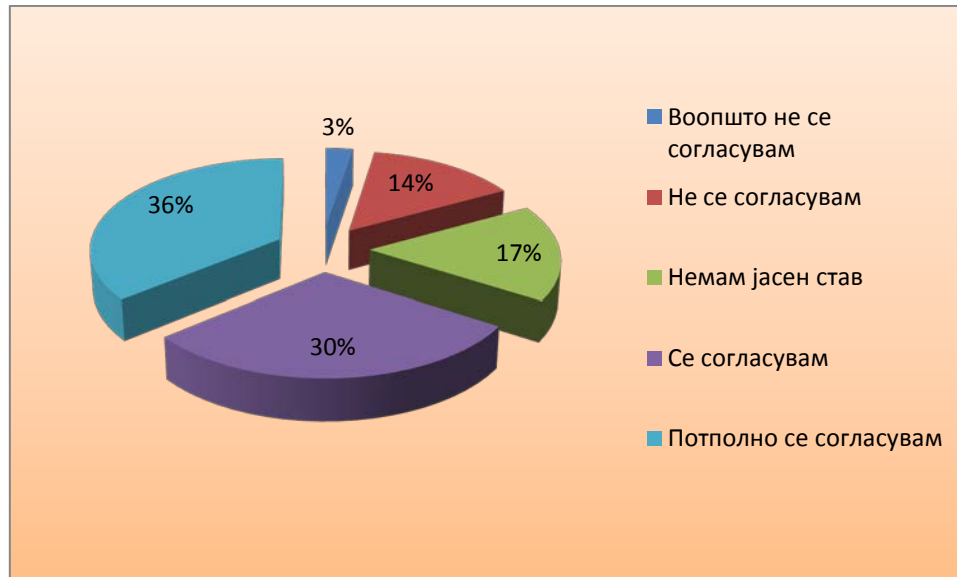
77,3% од учесниците минимум еднаш во денот проверуваат што се случува на социјалните медиуми³, но 44,2% се сметаат себеси за пасивни набљудувачи и ретко

¹ 40,26% не се согласуваат со изјавата број 2, а 29,87% воопшто не се согласуваат.

² 29,87% се согласуваат со изјавата бр.4, додека 35,71% потполно се согласуваат.

³ 29,87% се согласуваат со изјавата бр.5, додека 47,4% потполно се согласуваат.

коментираат онлајн⁴. Иако многу често се вклучуваат на социјалните медуми и поминуваат голем дел од денот читајќи и споделувајќи информации, голем процент се одлучуваат да не искоментираат онлајн.



Графикон бр.6 : Се информирам многу повеќе преку социјалните отколку преку традиционалните медиуми

62,3% од студентите кои учествуваа во истражувањето, преку Твитер и Фејсбук дознаваат за главните случувања во градот⁵, а 65% нема да знаат што се случува со нивните блиски пријатели од средно доколку не е Фејсбук⁶. Во ова време кога начинот на живот е многу динамичен, технологијата е средство кое им олеснува на студентите да бидат во тек, да одржуваат контакти и да дојдат до информации за своите пријатели и познаници, но за жал, понекогаш ова е и единственото средство кое тие го користат за да стапат во контакт со пријателите.

Околу прашањата за приватноста, 55% од испитаниците се согласуваат со изјавата дека при посета на еден веб-сајт важно им е тој да поседува политика за приватност. (34,42% се согласуваат, а 20,78% потполно се согласуваат со оваа изјава.) Сепак, голем е процентот на оние на кои не им е важна политиката за приватност (21,4%)⁷ или немаат став по ова прашање (22%). Дури 27% од испитаниците при отворање на нов онлајн профил не ги читаат информациите за употреба на нивните лични податоци⁸. Оваа бројка укажува дека голем дел од испитаниците не се свесни со кои услови се согласуваат и не обрнуваат внимание на ризикот од злоупотреба на нивните лични

⁴ 29,22% се согласуваат со изјавата бр.6, додека 14,93% потполно се согласуваат.

⁵ 33,77% се согласуваат со изјавата бр.7, додека 28,57% потполно се согласуваат.

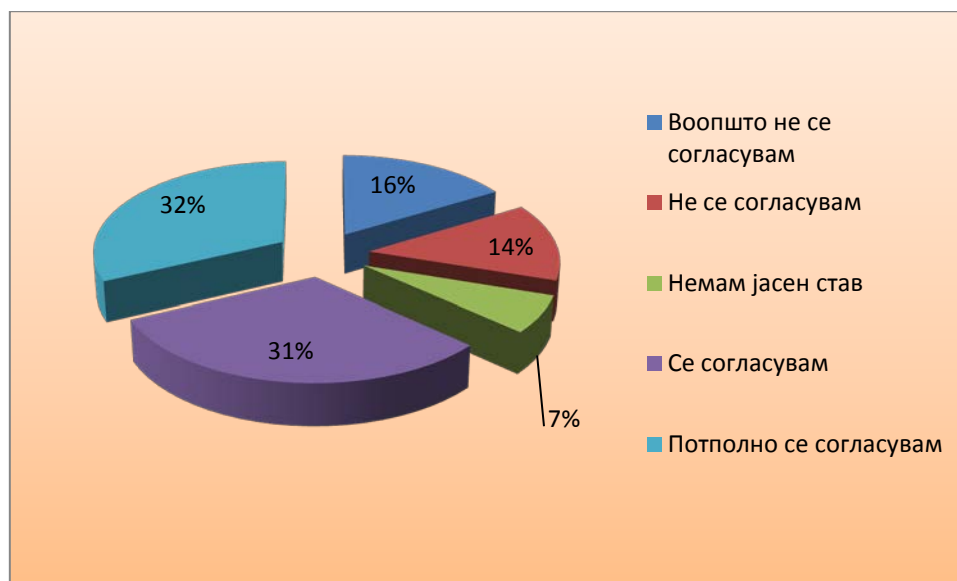
⁶ 29,22% се согласуваат со изјавата бр.8, додека 35,71% потполно се согласуваат.

⁷ 6,49% не се согласуваат со изјавата бр.1, додека 14,94% воопшто не се согласуваат.

⁸ 14,94% се согласуваат со оваа изјава (бр.3), додека 11,69% потполно се согласуваат со истата.

податоци или употреба на истите во комерцијални цели од страна на сопствениците на веб-сајтовите каде го отвораат својот онлајн профил.

Интересен е фактот што 34% постојано објавуваат фотографии од дружбите со друштвото и ги означуваат (tag) нивните пријатели⁹, а 51% ги споделуваат своите лични размислувања преку Фејсбук или Твитер¹⁰. Дури 63% имаат пријатели на Фејсбук кои не ги познаваат во живо¹¹. Дополнително, младите луѓе не обрнуваат доволно внимание на опасностите кои ги демнат во реалниот живот поради споделување на премногу лични информации онлајн, ниту имаат резерви при споделување на лични размислувања со луѓе кои не ги познаваат во живо.



Графикон бр.7: Меѓу моите пријатели на Фејсбук има и такви кои не ги познавам во живо

Сепак, позитивен показател во однос на заштита на приватноста е што 58% го избегнуваат чекирањето на Фејсбук и Форсквер за да ја означат нивната моментална локација¹².

Придонесот на социјалните медиуми за развој и промоција на бизнисот според студентите е голем, па така, 68% се согласни дека можат да развијат успешен бизнис преку интернет доколку добро ги познаваат можностите за промоција преку

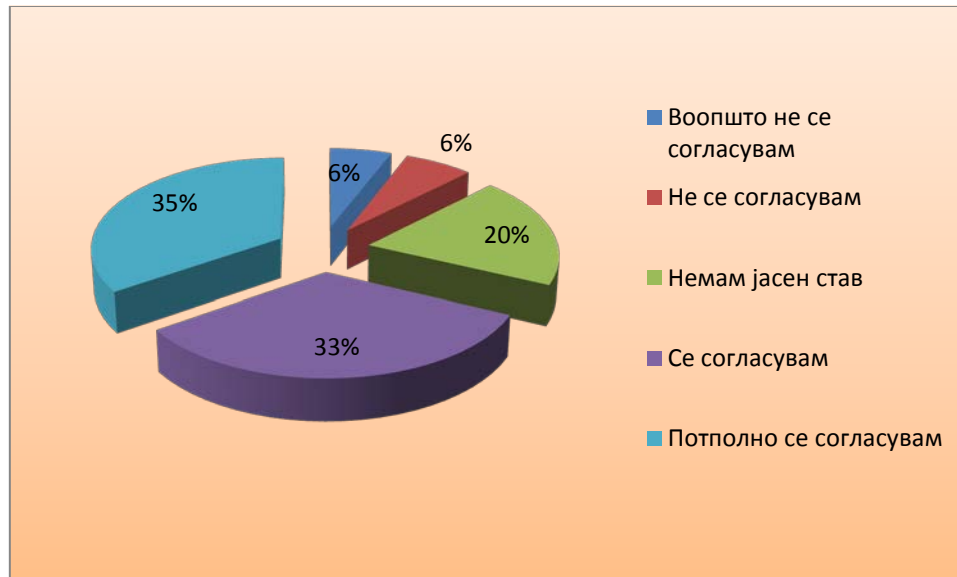
⁹ 20,78% се согласуваат, а 12,99% потполно се согласуваат со оваа изјава (бр.9).

¹⁰ 34,42% се согласуваат, а 16,23% потполно се согласуваат со изјавата бр.10.

¹¹ 31,17% се согласиле, а 31,82% потполно се согласиле со оваа изјава (бр.11).

¹² Само 12,99% се согласиле, односно 11,69% потполно се согласиле со изјавата за користење на овие сервиси (бр.24).

социјалните медиуми¹³, а 69% сметаат дека еден бренд мора да има профили на социјалните медиуми ако сака да се истакне помеѓу останатите¹⁴.



Графикон бр.8: Можам да развијам успешен бизнис преку интернет доколку добро ги познавам можностите за промоција преку социјалните медиуми

Важно за комерцијалните дејности кои се занимаваат со понуда на добра и услуги е да знаат дека 54% од испитаниците пред да купат еден производ ги читаат критиките и коментарите за истиот на интернет¹⁵. Оттука, интернетот и социјалните медиуми нудат едноставен и економичен начин за промоција и споделување информации за услуги и производи кои може да допрат до пошироката публика и за секој бренд е клучно да поседува профили на социјалните мрежи и преку истите да комуницира со своите следбеници и потрошувачи.

Иако може да биде мошне корисен за унапредување на нивниот професионален живот и кариера, а може да им помогне при пронаоѓање работа, сепак само 15,6% имаат професионален профил на социјалната мрежа Линкдин.

Што се однесува до употребата на интернетот во научни цели, 64% од испитаниците за семинарските повеќе се служат со информации од интернет отколку од учебник¹⁶, но 76% одговориле дека за користените информации во семинарските ги наведуваат

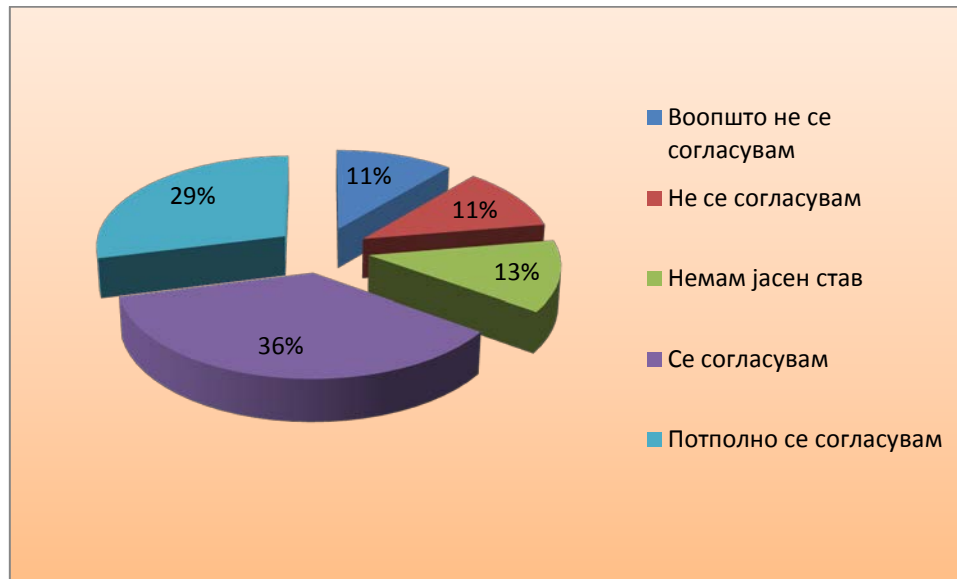
¹³ 33,12% се согласиле, а 34,42% потполно се согласиле со оваа изјава (бр.17).

¹⁴ 35,06% се согласуваат, а 34,42% потполно се согласуваат дека еден бренд мора да има профили на социјалните медиуми ако сака да се истакне помеѓу останатите (изјава бр.18).

¹⁵ 29,22% се согласиле, а 24,68% потполно се согласиле дека ги читаат коментарите и критиките за производите на интернет пред да ги купат.

¹⁶ 35,71% се согласиле, а 28,57% потполно се согласиле со оваа изјава (бр.21).

изворите и авторот¹⁷. За оваа појава можеби е пресуден фактот што интернетот претставува најлесен начин да се дојде до информација, па студентите помалку го користат старомодниот начин, односно посетата на библиотека за да дојдат до информација која им е потребна за нивните семинарски. Сепак, голем дел одговориле дека ги наведуваат изворите и авторот на употребените информации, што ја намалува можноста за плагијаризам.



Графикон бр.9: За семинарските повеќе се служам со информации од интернет отколку од учебник

Во однос на цензурата, 53% сметаат дека традиционалните медиуми се контролирани и на социјалните медиуми постои вистинска слобода на изразување¹⁸. Дополнително, 43% сметаат дека ништо не може да ги запре да објават нешто на интернет¹⁹. За ова чувство придонесува фактот што во изминатиот период неколку младински движења беа организирани токму преку социјалните мрежи, а социјалните медиуми послужија како платформа која на младите им овозможи слободно да се изразат и споделуваат мислења без да бидат цензурирани и осудувани.

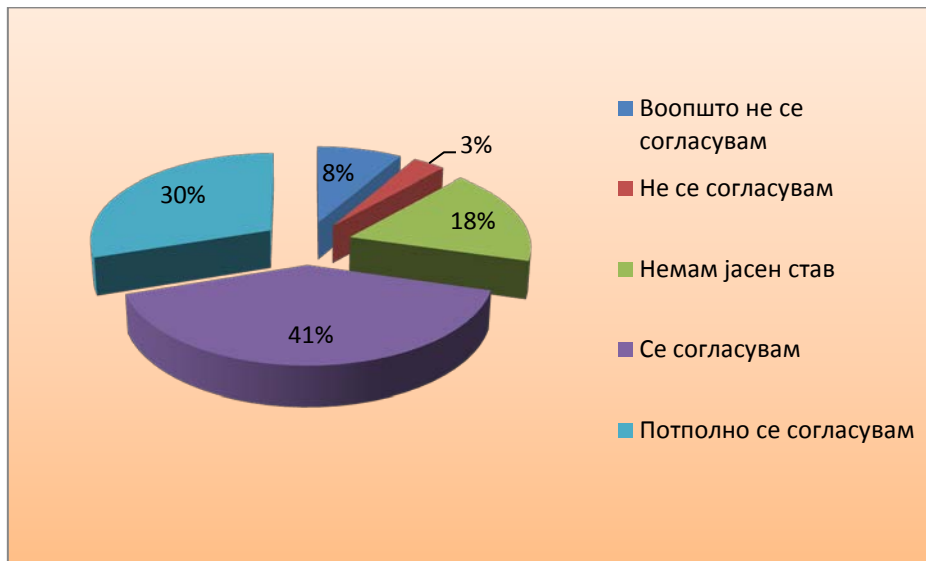
За крај, значаен процент, 70% се согласуваат дека социјалните медиуми им се корисни во секојдневието²⁰.

¹⁷ 39,61% се согласиле, а 36,36% потполно се согласиле дека за користените информации во семинарските ги наведуваат изворите и авторот (изјава бр.22).

¹⁸ Согласноста е поделена на 31,82% кои се согласуваат, и 21,43% кои потполно се согласуваат со оваа изјава (бр.23).

¹⁹ 18,18% се согласуваат, а 24,68% потполно се согласуваат со оваа изјава (бр.13).

²⁰ 40,26% се согласни, а 29,87% сосема согласни за корисноста на социјалните медиуми во секојдневието (изјава бр.16).



Графикон бр.10: Социјалните медиуми ми се корисни во секојдневието

Можеме да заклучиме дека употребата на социјалните медиуми е во подем, при што тие ги надминуваат традиционалните медиуми како извор на информирање и споделување на информација. Сепак, младите луѓе не обрнуваат доволно внимание како нивните податоци се употребуваат од страна на веб-сајтовите чии корисници се тие, ниту пак доволно внимаваат да ја заштитат нивната приватност, па така честопати споделуваат лични информации онлајн.

Студентите се свесни за ползата која може да ја имаат од социјалните медиуми, како за себепромociја така и за промоција на некој бренд или производ, но недоволно ги користат социјалните медиуми како можност да стигнат до вработување.

Во научни цели, интернетот го зазема приматот како ресурс, па резултатите укажуваат на тоа дека студентите се помалку ги користат книгите како ресурс при изработка на нивните семинарски и научни трудови.

На младите треба да им се предочат и останатите функции на социјалните медиуми, наспроти забавната функција, бидејќи со правилна употреба овие медиуми може да им овозможат доволна мерка на забава, едукација, ресурси, комуникација, контакти и чувство на безбедност во поглед на нивните лични податоци.

Исто така, потребно е да се потенцира постоењето на други мрежи освен Фејсбук и Твитер, а кои може да ги ползуваат и да бидат корисни како за нивната научна работа така и за приватни цели, меѓу кои сервисот Фликр за складирање и споделување фотографии; Слајдшер за споделување на презентации, но и ресурс каде може да најдат презентации на различни теми. Не треба да се заборава блогирањето како начин за граѓански активизам, Криејтив Комонс слободните лиценци со кои може да ги

заштитат своите дела на интернет, како и ред други граѓански сервиси кои може да ги искористат за личен развој, а со кои може да придонесат за подобрување на демократијата и развој на општеството.

Во иднина, иако процентот на млади луѓе кои ги користат социјалните медиуми е голем, треба да се обрне внимание на едукација на младите околу можностите кои ги нудат овие медиуми, како и ризиците кои доаѓаат со нивната употреба, пред се, бидејќи социјалните медиуми не се само средство за забава и информирање, туку може да се употребат во поширок контекст.

Во прилог, преглед на одговорите на испитаниците, според број и процентуално изразени вредности.

**(1) Воопшто не се согласувам, (2) Не се согласувам, (3) Немам јасен став,
(4) Се согласувам, (5) Потполно се согласувам, (НО) Не одговориле**

| Бр. | Изјава | 1 | % | 2 | % | 3 | % | 4 | % | 5 | % | НО | |
|-----|---|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------|
| 1 | Кога посетувам еден веб-сајт важно ми е дали тој има политика за приватност. | 23 | 14,94 | 10 | 6,49 | 34 | 22,08 | 53 | 34,42 | 32 | 20,78 | 2 | 1,30 |
| 2 | Штом се појави нова социјална мрежа, веднаш создавам профил на неа. | 46 | 29,87 | 62 | 40,26 | 18 | 11,69 | 17 | 11,04 | 11 | 7,14 | 0 | 0,00 |
| 3 | При отворање нов онлајн профил не ги читам информациите за употреба на моите лични податоци. | 51 | 33,12 | 38 | 24,68 | 23 | 14,94 | 23 | 14,94 | 18 | 11,69 | 1 | 0,65 |
| 4 | Се информирам многу повеќе преку социјалните отколку преку традиционалните медиуми. | 4 | 2,6 | 22 | 14,29 | 26 | 16,88 | 46 | 29,87 | 55 | 35,71 | 1 | 0,65 |
| 5 | Проверувам што се случува на социјалните медиуми минимум еднаш во денот. | 7 | 4,55 | 16 | 10,39 | 12 | 7,79 | 46 | 29,87 | 73 | 47,40 | 0 | 0,00 |
| 6 | Се сметам себеси за пасивен набљудувач бидејќи ретко коментирам онлајн. | 22 | 14,29 | 27 | 17,53 | 37 | 24,03 | 45 | 29,22 | 23 | 14,94 | 0 | 0,00 |
| 7 | За главните случувања во градов дознавам преку Фејсбук и/или Твитер. | 15 | 9,74 | 28 | 18,18 | 15 | 9,74 | 52 | 33,77 | 44 | 28,57 | 0 | 0,00 |
| 8 | Да не беше Фејсбук, не ќе знаев што се случува со некои блиски пријатели од средно. | 13 | 8,44 | 22 | 14,29 | 19 | 12,34 | 45 | 29,22 | 55 | 35,71 | 0 | 0,00 |
| 9 | Постојано објавувам фотографии од дружбите со друштвото и ги тагнувам моите пријатели. | 24 | 15,58 | 48 | 31,17 | 29 | 18,83 | 32 | 20,78 | 20 | 12,99 | 1 | 0,65 |
| 10 | Мојот статус на Фејсбук или твит најчесто отсликува некое мое лично размислување во моментот. | 26 | 16,88 | 22 | 14,29 | 25 | 16,23 | 53 | 34,42 | 25 | 16,23 | 3 | 1,95 |
| 11 | Меѓу моите пријатели на Фејсбук има и такви кои не ги познавам во живо. | 25 | 16,23 | 21 | 13,64 | 10 | 6,49 | 48 | 31,17 | 49 | 31,82 | 1 | 1,89 |
| 12 | Твитер влијае на градењето на моите ставови и развојот на мојата критичка мисла. | 68 | 44,16 | 27 | 17,53 | 27 | 17,53 | 26 | 16,88 | 4 | 2,60 | 2 | 1,30 |

**(1) Воопшто не се согласувам, (2) Не се согласувам, (3) Немам јасен став,
 (4) Се согласувам, (5) Потполно се согласувам, (НО) Не одговориле**

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|---|------|
| 13 | Никој не може да ме сопре да објавам нешто на интернет. Ни закон! | 20 | 12,99 | 32 | 20,78 | 33 | 21,43 | 28 | 18,18 | 38 | 24,68 | 3 | 1,95 |
| 14 | Се чувствувам близок со твитерциите кои ги следам, иако некои од нив не ги познавам лично. | 55 | 35,71 | 28 | 18,18 | 36 | 23,38 | 21 | 13,64 | 10 | 6,49 | 4 | 2,60 |
| 15 | Имам професионален профил на Линкдин. | 93 | 60,39 | 13 | 8,44 | 20 | 12,99 | 9 | 5,84 | 15 | 9,74 | 4 | 2,60 |
| 16 | Социјалните медиуми ми се корисни во секојдневието. | 13 | 8,44 | 5 | 3,25 | 27 | 17,53 | 62 | 40,26 | 46 | 29,87 | 1 | 0,65 |
| 17 | Можам да развијам успешен бизнис преку интернет доколку добро ги познавам можностите за промоција преку социјалните медиуми. | 9 | 5,84 | 10 | 6,49 | 30 | 19,48 | 51 | 33,12 | 53 | 34,42 | 1 | 0,65 |
| 18 | Еден бренд денес мора да има профили на социјалните медиуми ако сака да се истакне помеѓу останатите. | 11 | 7,14 | 16 | 10,39 | 17 | 11,04 | 54 | 35,06 | 53 | 34,42 | 3 | 1,95 |
| 19 | Пред да купам еден производ, ги читам критиките и коментарите за него на интернет. | 25 | 16,23 | 19 | 12,34 | 26 | 16,88 | 45 | 29,22 | 38 | 24,68 | 1 | 0,65 |
| 20 | Повеќе верувам во нешто промовирано на флаер отколку на социјалните медиуми. | 20 | 12,99 | 40 | 25,97 | 57 | 37,01 | 21 | 13,64 | 12 | 7,79 | 4 | 2,60 |
| 21 | За семинарските повеќе се служам со информации од интернет отколку од учебник. | 17 | 11,04 | 17 | 11,04 | 19 | 12,34 | 55 | 35,71 | 44 | 28,57 | 2 | 1,30 |
| 22 | За користените информации во семинарските, ги наведувам изворите и авторот. | 8 | 5,19 | 6 | 3,9 | 21 | 13,64 | 61 | 39,61 | 56 | 36,36 | 2 | 1,30 |
| 23 | Традиционалните медиуми се контролирани. На социјалните медиуми постои вистинска слобода на изразување. | 8 | 5,19 | 16 | 10,39 | 46 | 29,87 | 49 | 31,82 | 33 | 21,43 | 2 | 1,30 |
| 24 | Редовно се чекирам на сервисите како Фејсбук и Форсквер за да ја означам мојата моментална локација. | 58 | 37,66 | 31 | 20,13 | 24 | 15,58 | 20 | 12,99 | 18 | 11,69 | 3 | 1,95 |