

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

SPLETNE STRANI ZA USTVARJANJE SOCIALNE MREŽE

Ljubljana, avgust 2009

MARTIN ZALAR

IZJAVA

Študent Martin Zalar izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom doc. dr. Petra Trkmana, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

Kazalo

Uvod	1
1 Kaj so socialne mreže?	1
1.1 Segmentiranje uporabnikov	3
1.2 Razlogi proti udeležbi	5
2 Zgodovina in primeri socialne mreže	6
2.1 Facebook	6
2.2 MySpace	7
2.3 LinkedIn	8
3 Vloga in vpliv socialnih mrež na življenje posameznika	8
3.1 Uporabniki socialnih mrež	8
3.1.1. SNS in socialni kapital	10
3.2 Mladostniki in socialne mreže	11
4 Prednosti socialnih mrež	14
5 Slabosti socialnih mrež	15
5.1 Kršenje pravil oziroma zakona in SNS	16
6 Prihodnost socialnih mrež	17
Sklep	21
Literatura in viri	23

Kazalo tabel

Tabela 1 - Groba segmentacija uporabnikov SNS	4
Tabela 2 - Razlogi za neudeležbo	5

Uvod

Socialne mreže so povsod okoli nas. Vsak ima svojo lastno mrežo poznanstev in stikov, ki jo sprti spreminja in dopolnjuje. Spletne strani za ustvarjanje socialnih mrež so eden od najnovejših trendov, posebej med mladimi; število uporabnikov strmo narašča, storitev pa se združuje z drugimi vrstami tehnologij in medijev.

Zadnja leta se vse več naših dnevnih opravil seli na medmrežje. S pomočjo spleta plačujemo položnice, rezerviramo lahko letalske karte, pregledamo ponudbo določene trgovine in tako dalje. Velike spremembe pa se dogajajo tudi na področju medosebnih odnosov in komunikacije. Preučevana storitev spretno združuje elemente prejšnjih rešitev komuniciranja prek spleta ter korenito razširi ponudbo s številnimi dodanimi funkcijami. Spletne strani za ustvarjanje socialne mreže tako spreminjajo same temelje neosebnega komuniciranja, saj omogočajo ustvarjanje lastne predstavitvene spletne strani in vpeljujejo popolnoma nov pomen besedni zvezi komunikacija na očeh javnosti. Vendar pa ima storitev potencial, da pomembno vpliva tudi na razvoj drugih področij, recimo informiranje širše javnosti oziroma novinarstvo, trženjske aktivnosti, dopolnjevanje informacijskih sistemov v organizacijah in tako dalje. Možnosti za uporabo je veliko in storitev bo nedvomno pomembno krojila bližnjo prihodnost spleta.

Namen moje diplomske naloge je predstaviti omenjen fenomen, s ciljem opredeliti njegovo vlogo v današnjem svetu in izvesti čim bolj objektivno analizo prednosti in slabosti. Spletne strani za ustvarjanje socialne mreže imajo velik potencial za korenito prenavo komunikacije, ohranjanja stikov z družino in znanci ter mnoge druge stvari, seveda pa imajo tudi svoje slabe strani. Zato bom v prvem poglavju najprej opredelil storitev in segmentiral njene uporabnike, v drugem bomo pregledali njeno zgodovino in nekatere pomembne predstavnike ter v tretjem raziskali vpliv na medsebojno socialno interakcijo tako posameznikov kot skupin in na vsakdanje življenje uporabnikov storitve. V sledečih poglavjih bomo nato preučili še njene dobre in slabe lastnosti ter pogledali, kaj spletnim stranem za ustvarjanje socialne mreže prinaša prihodnost.

1 Kaj so socialne mreže?

Na začetku se seveda pojavi vprašanje, kaj socialna mreža sploh je. *Socialno mrežo* (angl. *social network*) lahko definiramo kot socialno strukturo sestavljeno iz objektov (ponavadi posamezniki oziroma organizacije), ki jih med seboj povezujejo na primer skupne vrednote, vizija, ideje, prijateljstvo, menjava finančnih sredstev, trgovinska izmenjava, pravila in zakoni, naklonjenost, sovraštvo in podobno (Social Network, 2009).

Spletna stran za ustvarjanje socialne mreže (angl. *social network site*, v nadaljevanju SNS) je spletna storitev, ki omogoča posameznikom, da (1) zgradijo javne ali delno zasebne profile v omejenem sistemu, (2) ustvarijo seznam drugih uporabnikov, s katerimi si delijo neko

povezavo in (3) pregledujejo ter spreminjajo svoj seznam povezav in sezname povezav drugih oseb znotraj sistema. Narava in poimenovanje teh povezav se lahko razlikuje od spletne strani do spletne strani (Boyd & Ellison, 2007).

Kar loči SNS od drugih spletnih strani, ki omogočajo posamezniku spoznavanje drugih in interakcijo z osebami (npr. forumi, blogi, portali za objavo slik), je prvenstveni cilj teh strani; da uporabniki poustvarijo svojo socialno mrežo iz resničnega življenja ter jo z njihovo pomočjo krepijo in širijo. Raziskave namreč kažejo, da večina uporabnikov uporablja SNS za ohranjanje obstoječih stikov iz svoje socialne mreže oziroma za navezovanje stikov z osebami, ki trenutno niso več del njihove socialne mreže (bivši prijatelji, oddaljena družina in tako dalje) (Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 10).

Ko se uporabnik prijavi na SNS, najprej izpolni vprašalnik oziroma obrazec, ki običajno vsebuje osnovna vprašanja o posamezniku (ime, starost, prebivališče, interesi in podobno.). Naslednja stopnja je ustvarjanje lastne socialne mreže. Ponavadi vse svoje stike dodajamo v eno skupino, največkrat imenovano Prijatelji (angl. *Friends*) ali Stiki (angl. *Contacts*). Na nekaterih SNS je mogoče oblikovati tudi drugačne povezave, kot je relacija Oboževalec (angl. *Fan*). SNS se razlikujejo po oblikovnih in tehničnih lastnostih, vsem pa je skupno grajenje in prikazovanje socialnih mrež uporabnikov. Ena od primarnih razlik med SNS so variacije glede vidljivosti profila uporabnikov. Nekatere strani omogočajo dostop do profilov vsakomur (Friendster, Tribe.net), nekatere le registriranim uporabnikom (LinkedIn razlikuje tudi med plačljivimi in neplačljivimi računi uporabnikov), spet druge prepustijo odločitev samemu uporabniku (MySpace), pri nekaterih pa je profil uporabnika viden le članom njihove socialne mreže (Facebook; sedaj omogoča tudi nastavljanje dostopa do profila za posamezne člane naše mreže in nastavljanje vidnosti profila za vse prijavljene uporabnike). Ogled socialne mreže uporabnika je ponavadi možen, če je možen ogled uporabnikovega profila (LinkedIn omogoča uporabnikom takšne nastavitve, da je mogoč le pregled profila, ne pa tudi socialne mreže uporabnika). Večina SNS ponuja več možnosti komuniciranja z drugimi uporabniki. To je omogočeno s pomočjo komentarjev na uporabnikovih profilih, komentiranjem slik, video zapisov in drugih objav uporabnika ter s pošiljanjem zasebnih sporočil v samem sistemu SNS. Nekatere strani imajo še cel spekter dodatne ponudbe (objavljanje slik, blogi, objavljane video zapise, igranje iger, dostopanje do profila preko mobilne tehnologije in drugo) (Boyd & Ellison, 2007).

Na tej točki bi rad opozoril na dejstvo, da se pojem javnost z vpeljavo komunikacijskih tehnologij zelo spremeni. Televizija, radio, časopisi, spletne strani in druge tehnološke rešitve dogodke po svetu predstavijo precej širšemu krogu ljudi kot bi to bilo mogoče brez njih. Nek dogodek je namreč lahko za vedno dokumentiran v pisani besedi, zvočnem ali video zapisu. Javnost v takem primeru niso več samo osebe, ki so bile prisotne dogodku ali so o njem slišale od drugih, temveč tudi osebe, ki o dogodku berejo oziroma slišijo ali pa ga vidijo po televiziji. Vendar se tu v večini primerov še vedno pojavlja problem dostopnosti, saj ne

moremo preprosto prižgati televizije oziroma radia ali odpreti časopisa (razen v primeru shranjenega zapisa o dogodku) kadarkoli hočemo in pogledati dogodka. Z vpeljavo spletnih komunikacijskih tehnologij pa se torej stvar precej spremeni. Veliko vlogo v tem primeru igrajo tudi spletne skupnosti, vključno s SNS, saj geografske in časovne ovire dostopanja do podatkov pogosto izginejo. Prav tako predstavlja potencialni problem nezavednost ljudi, da njihova dejanja in obnašanje na spletu lahko spremlja nezaželjena javnost. Čeprav se lahko podoben problem pojavi tudi v fizičnem okolju, se ta možnost na spletu eksponentno poveča (Boyd, 2007a, str. 8).

Razlike med navadno, osebno komunikacijo in komunikacijo s pomočjo spletnih tehnoloških rešitev kot so SNS bi lahko strnili v štiri glavne točke (Boyd, 2007b, str. 2-3):

- trajanje učinka; naša komunikacija na spletu ostane shranjena za nedoločen čas,
- možnost iskanja; uporabniki spleta lahko najdejo zapis naše komunikacije iz preteklosti;
- kopiranje; zapis komunikacije se lahko obnovi, replicira iz enega kraja na drugega in vmes tudi spreminja;
- nevidno občinstvo; na spletu je že tekom komunikacije težje nadzirati, kdo prisustvuje komunikaciji, prej omenjene točke pa to nevarnost le povečajo.

1.1 Segmentiranje uporabnikov

V grobem lahko uporabnike SNS razdelimo v 5 glavnih segmentov glede na njihove preference uporabe SNS in interakcijo z drugimi na teh straneh (Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 29-31):

- *Uporabniki, ki prvotno privzamejo tehnologijo* (angl. *Alpha socialisers*) obiskujejo SNS pogosto, za krajša časovna obdobja. Pogosto gledajo profile drugih uporabnikov, ki jih ne poznajo (ponavadi predstavnikov nasprotnega spola), jih kontaktirajo, se z njimi spogledujejo, pod svoje stike dodajajo prijatelje od prijateljev (ljudi, ki jih ne poznajo neposredno) in si tako ustvarijo široko socialno mrežo. Kot podskupino tega segmenta bi lahko izpostavili *Zbiratelje* (angl. *Collectors*), katerim je glavni cilj nabiranje čim večjega števila Prijateljev. Drugi uporabniki imajo o pripadnikih dotične skupine pogosto negativno mnenje in za njih uporabljajo zaničevalne vzdevke.
- *Iskalci pozornosti* (angl. *Attention seekers*) se prijavijo na SNS zaradi potrebe po pozornosti drugih uporabnikov, navadno tistih, ki prvotno privzamejo tehnologijo oziroma storitev. Pripadniki tega segmenta bolj pogosto objavljajo svoje slike, največkrat v provokativnih pozah in družabnih situacijah, velikokrat spreminjajo videz svojega profila, ustvarijo veliko bazo stikov, vendar ne komunicirajo veliko z neznanci. Ljudje iz tega segmenta so ponavadi negotove osebe, ki prek SNS iščejo zadovoljitev potrebe po pripadnosti in dvig samozavesti.
- *Zasledovalci* (angl. *Followers*) si navadno profil na SNS ustvarijo kasneje, s ciljem slediti novim trendom in željo biti del dogajanja sovrstnikov. Na začetku kažejo precej

zanimanja za SNS, ki pa sčasoma razvodeni. Običajno svojo socialno mrežo sestavijo samo iz ljudi, s katerimi imajo dejansko nekakšno povezavo.

- *Zvesti uporabniki* (angl. *Faithfuls*) so ponavadi samozavestni posamezniki, ki imajo urejeno življenje in socialne odnose ter ne čutijo tako močne potrebe po zunanji potrditvi kot iskalci pozornosti. SNS vidijo kot učinkovit način, da ohranijo in krepijo svoje socialne povezave, uporaba SNS pa jim predstavlja del njihove širše družbene in socialne izkušnje. Uporabniki tega segmenta v svojo socialno mrežo praviloma ne dodajajo nepoznanih oseb.
- *Uporabniki z namenom* (angl. *Functionals*) se prijavijo na SNS s točno določenim namenom (npr. poiskati informacije o priljubljene glasbeni skupini, podatke v povezavi z njihovim hobijem). Podobno kot zvesti uporabniki ponavadi v svojo socialno mrežo dodajajo le znane uporabnike ter uporabnike s skupnimi interesi. Na SNS preživijo malo časa in ne izdajo veliko osebnih informacij.

V Tabeli 1 je prikazana segmentacija uporabnikov SNS in nekatere lastnosti le-teh.

Tabela 1 - Groba segmentacija uporabnikov SNS

	Način uporabe	Spol	Starost	Tipične SNS	Število ljudi
Uporabniki, ki prvotno privzamejo tehnologijo	Spoznavanje novih ljudi, spogledovanje	Večinoma moški	Pod 25 let	MySpace, Bebo, Hi5	Manjšina
Iskalci pozornosti	Objavljanje slik s ciljem pridobivanja pozornosti	Večinoma ženski	Najstniki, mladi do 35 let	MySpace, Bebo, ICQ	Zmerno
Zasledovalci	Posnemanje prijateljev	Moški in ženske	Vse starosti	Facebook, MySpace, Bebo, Hi5, ICQ	Veliko
Zvesti uporabniki	Iskanje starih prijateljev	Moški in ženske	Več kot 20	Facebook	Veliko
Uporabniki z namenom	Zasledovanje interesov in hobijev	Večinoma moški	Več kot 20	Facebook, MySpace, Bebo	Manjšina

Vir : Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 28, tabela 17.

Za nekatere segmente uporabnikov so določene SNS bolj značilne kot druge. Tako so predstavniki segmenta Iskalci pozornosti bolj pogosti na straneh, kjer se lažje izražajo po svoji volji (na primer MySpace, kjer lahko uporabniki s prilagajanjem HTML kode spreminjajo profilno stran) oziroma na katerih je več takih uporabnikov, ki so tarča njihovih želja (v našem primeru več uporabnikov, ki množično zbirajo Prijatelje). Na splošno lahko rečemo, da ima vsaka SNS pripadnike prej definiranih segmentov, le da nekatere med njimi

včasih bolj ustrezajo okusu enega ali več segmentov in ima zato ta segment večjo procentualno udeležnost kot drugi.

Uporabniki in njihove navade na SNS se med seboj ločijo tudi po drugih kriterijih, kot so spol, etnična skupina, izobrazba staršev, prebivališče (samostojnost ali bivanje s starši) in drugi. Tako je malce bolj verjetno, da je predstavnica ženskega spola uporabnica SNS, kot je to mogoče pričakovati pri moškemu spolu, in da je šoloobvezen otrok oziroma študent uporabnik, če živi samostojno ali z vrstniki, kot če bi živel s starši. Zadnja trditev ima več možnih razlag, od lažjega dostopa do interneta, omejitev staršev, do manjše motivacije za uporabo SNS zaradi ožjega kroga znancev in sošolcev iz šole. Etnična skupina in izobrazba staršev vplivata predvsem na odločitev posameznika, na katero SNS se bo prijavil (Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 58-59).

1.2 Razlogi proti udeležbi

Razloge posameznikov za neprijavo lahko na splošno združimo v tri širše sklope (Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 31-33) :

- *Zaskrbljenost glede varnosti* je najbolj pogost razlog, da se uporabniki ne odločijo za pridružitve oziroma da kot starši prepovejo ali vsaj nadzorujejo aktivnosti svojih otrok na SNS. Bojijo se npr. zlorabe osebnih podatkov ali nadlegovanja.
- *Tehnična neizkušnost/nedostopnost* je razlog predvsem za starejše od 30. Posamezniki bodisi nimajo dovolj znanja tujih jezikov (če stran ni dostopna v njihovem materinskem jeziku), računalniškega znanja, nimajo dostopa do interneta, preferirajo običajno obliko komunikacije in tako naprej.
- *Intelektualni zavračalci* dojemajo SNS kot izgubo časa, primerno za samovšečne ljudi. Tipični predstavniki te skupine so samozavestni individualistični najstniki, ki niso posebej navezani na tehnološke rešitve.

V Tabeli 2 so prikazani sklopi razlogov za neudeležbo posameznikov na SNS.

Tabela 2 - Razlogi za neudeležbo

	Spol	Starost	Razlogi
Zaskrbljeni glede varnosti	Oba spola	Predvsem starejši in starši	Bojazen pred vdori v osebnost, nadlegovanjem
Tehnično neizkušeni	Oba spola	Predvsem starejši in starši	Pomanjkanje znanja
Intelektualni zavračalci	Oba spola	Starejši najstniki in mladi odrasli	Menijo, da so SNS izguba časa

Vir : Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 32, tabela 18.

2 Zgodovina in primeri socialne mreže

V tem razdelku bom predstavil zgodovino ustvarjanja socialnih mrež s pomočjo spletnih rešitev in tri tipične primere SNS.

Glede na našo definicijo socialnih mrež in spletnih strani za ustvarjanje socialnih mrež lahko kot začetnika trenda vzamemo stran SixDegrees.com. Le-ta je leta 1998 namreč prva združila posamezne komponente, ki sestavljajo glavne značilnosti SNS; ustvarjanje profila, dodajanje kontaktov pod seznam prijateljev oziroma organiziranje socialne mreže ter pregledovanje teh seznamov. Stran je sicer privabila več milijonov uporabnikov, vendar je bila internetna populacija takrat precej manjša kot dandanes in večina uporabnikov na spletu ni imela veliko prijateljev, s katerimi bi si lahko zgradili socialno mrežo in kasneje komunicirali. Prav tako na omenjeni strani ni bilo veliko drugih funkcij, tako da je stran leta 2000 nehala obratovati (Boyd & Ellison, 2007).

V naslednjih nekaj letih se je pojavilo veliko SNS, ki so bile ustanovljene z različnimi nameni. Nekatere so se osredotočile na privabljanje pripadnikov določenih etničnih skupin (BlackPlanet, AsianAvenue), druge na poslovneže (Ryze.com, LinkedIn), spet tretje so želele s pomočjo socialnih mrež ustvariti spletno stran, konkurenčno stranem za iskanje partnerjev preko interneta (Friendster). Ker je število SNS skokovito naraslo in je trg relativno zasičen, je zadnja leta popularno predvsem oblikovanje strani, ki želijo zapolniti niše na tržišču, npr. stran MyChurch (povezovanje krščanske skupnosti) ali Dogster (profili psov, katere upravljajo lastniki), druge spletne strani pa dopolnjujejo svojo ponudbo s funkcijami SNS (YouTube.com, Last.FM, Flickr) (Boyd & Ellison, 2007).

Podrobneje si bomo pogledali tri primere SNS, Facebook, MySpace in LinkedIn. Facebook in MySpace sem si izbral zato, ker sta verjetno najbolj prepoznavna predstavnika SNS in oba predstavljata velik del gonilne sile evolucije le-teh. LinkedIn pa je ena od najhitreje rastočih SNS in za razliko od ostalih dveh predstavlja orodje za povezovanje in komunikacijo na poklicni ravni.

2.1 Facebook

Facebook je bil ustanovljen leta 2004 kot sredstvo za povezovanje študentov univerze Harvard. Po dobrem sprejemu se je projekt razširil in kmalu postal dostopen študentom iz drugih univerz, sčasoma pa so bila vrata Facebooka odprta vsem. Trenutno ima več kot 250 milijonov uporabnikov po celem svetu in naj bi po nekaterih ocenah v fiskalnem letu 2008 prinesel lastnikom več kot 300 milijonov ameriških dolarjev prihodkov (Facebook, 2009).

Facebook ponuja več različnih načinov komunikacije z drugimi uporabniki; poslužimo se lahko pošiljanja zasebnih sporočil, puščanja komentarjev na uporabnikovemu profilu, nastavljanju poljubnega statusa na svojem profilu, komunikacije preko drugih funkcij in

Aplikacij... Facebook se od večine ostalih SNS pravzaprav razlikuje predvsem zaradi možnosti dodajanja t.i. Aplikacij (angl. *Applications*), s katerimi si lahko uporabniki personalizirajo profil in omogočajo veliko opravil kot so igranje iger, primerjanje najljubših filmov ali reševanje kvizov. Aplikacije razvijajo zunanji razvijalci, bodisi specializirani (na primer podjetje, ki razvija celo vrsto iger za Facebook), bodisi posamezniki, ki so pogosto tudi uporabniki Facebooka. Ustvarjanje Aplikacij je relativno preprosto, saj je na voljo javna platforma za izdelovanje Aplikacij, potrebno pa je osnovno razumevanje Unixa, MySQL, SSH, obvladanje programskih jezikov, imeti pa moramo tudi prostor, kjer lahko gostimo našo razvito Aplikacijo (Facebook s partnerji ponuja začasne, enoletne rešitve). Julija 2008 naj bi bilo registriranih razvijalcev že več kot 400.000 (Facebook features, 2009).

Facebook že brez Aplikacij omogoča objavljanje slik, ustvarjanje in vpeljevanje blogov, obdarovanje drugih uporabnikov, trg za zastoj oglaševanje, pošiljanje dregljajev, nastavljanje statusa na profilu (mikroblog), objavljanje in oglaševanje dogodkov, ustvarjanje poljubnih mrež in skupin, ki se jim lahko pridružijo drugi, objavljanje video zapisov, prej omenjene oblike komuniciranja z ostalimi uporabniki, oblikovanje javnih profilov za oblikovanje povezav Oboževalec, ustvarjanje uporabniškega imena za lažje iskanje po sistemu SNS (za primer : oseba Janez Novak si ustvari uporabniško ime janez.novak in tako lahko vsak uporabnik najde njegov profil pod <http://www.facebook.com/janez.novak>), sledenje novicam in dogodkom članov naše socialne mreže (angl. *News Feed*) in podobno (Facebook features, 2009).

Na Facebooku je nemogoče imeti popolnoma javen profil, saj se je za dostop do sistema nujno potrebno prijaviti.

2.2 MySpace

Spletna stran MySpace je bila ustanovljena leta 2003 s ciljem konkurirati drugim, že uveljavljenim SNS. Stran je hitro pridobila zavidljivo število uporabnikov zaradi prebežnikov s strani Friendster.com, ki niso bili zadovoljni s spremembami dotične strani. Čeprav stran ni bila posebej namenjena glasbenim skupinam, so ji te izjemno pomagale pri pridobivanju prepoznavnosti, glasbene skupine (predvsem neodvisne) pa so s tem dobile poceni sredstvo za reklamiranje in komuniciranje s svojimi oboževalci. Stran se je želela razlikovati od ostalih, zato so redno dodajali funkcije po željah uporabnikov in omogočali večjo svobodo pri oblikovanju profilov. Pri ustvarjanju samega sistema SNS pa so razvijalci nehote v programski kodi pustili tudi vrzel, ki je omogočala korenito spreminjanje profilne strani in so jo uporabniki množično uporabljali predvsem za prilagajanje vizualne oblike profila (Boyd & Ellison, 2007).

Oblikovale so se tri glavne skupine uporabnikov (glasbeniki oziroma glasbene skupine, najstniki in mladi odrasli), vendar kljub strmemu naraščanju števila le-teh spletna stran ni dobila veliko medijske pozornosti. Ta je prišla šele v drugi polovici leta 2005, ko je bil

MySpace kupljen s strani News Corporation. Kasneje je bil MySpace osrednja tarča napadov zaradi domnevnega nadlegovanja mladostnikov na SNS, kar je pripeljalo do velikih sprememb na področju varnosti in zasebnosti SNS. MySpace je imel konec leta 2008 okoli 125 milijonov uporabnikov (Boyd & Ellison, 2007).

2.3 *LinkedIn*

Leta 2003 je bila ustanovljena poslovno usmerjena SNS LinkedIn.com. Trenutno ima več kot 40 milijonov registriranih uporabnikov in je med najhitreje rastočimi SNS. Glavna namembnost strani je ustvarjanje poslovne socialne mreže posameznika ali podjetja. S pomočjo spletne strani in svojih kontaktov uporabniki lažje iščejo službo, stranke, poslovne partnerje ter potencialne investitorje, sporočajo drugim informacije, debatirajo o poslovnih temah in se približajo oziroma predstavijo pomembnim osebam, podjetjem in dogodkom v svoji stroki. Stran omogoča tudi lažje sledenje novicam v uporabnikovi poslovni stroki. Preko profila, ki je sestavljen podobno kot življenjepis, se praviloma sporoča drugim uporabnikom svoje sposobnosti, kvalifikacije, poslovno zgodovino in interese (Olsen, 2008, str. 5-6).

3 Vloga in vpliv socialnih mrež na življenje posameznika

3.1 *Uporabniki socialnih mrež*

Ker se zaradi drugačnih preferenc in življenjskega stila, praviloma slabše splošne ozaveščenosti in lahkotnejšega dojemanja tako socialnih mrež kot tudi drugih novih tehnologij precej razlikujejo od starejših uporabnikov ter se s tem poveča njihova izpostavljenost nevarnostim SNS, je mladostnike najbolj smotrno obravnavati posebej in ločeno od drugih, zato to skupino uporabnikov in vpletenost SNS v njihova življenja bolj podrobno razdelamo v naslednjem sklopu.

Večina uporabnikov ne dojema SNS le kot sredstvo za sestavo svoje socialne mreže, ampak imajo v njihovem življenju večjo vlogo. Preko komuniciranja s svojimi bližnjimi, igranja iger in drugih funkcij ljudje doživijo čustven odziv; s številom prejetih in poslanih sporočil ter objavljanjem slik nekateri potrjujejo svoj socialni status, drugi zamenjajo običajne načine komunikacije in iskanje potencialnih partnerjev s komunikacijo preko SNS. Uporabniki se precej razlikujejo med seboj tako po času, ki ga preživijo na SNS, kot po vlogi, ki jo SNS zasedejo v njihovem vsakdanjem življenju.

SNS spreminjajo ustaljeno definicijo besede prijatelj. S prijatelji v resničnem življenju delimo bolj osebno vez, z njimi imamo ponavadi skupne interese, doživetja ali pa podobne osebnostne lastnosti. Na SNS pa pod termin Prijatelj spadajo tako člani družine, prijatelji in znanci, ljudje s katerimi smo izgubili stike, prijatelji od prijateljev in celo popolni neznanci. Nekateri uporabniki pod Prijatelje dodajo celo ljudi, s katerimi ne želijo imeti stika, ker se s tem poskušajo izogniti nerodnim socialnim situacijam. Odnosi s Prijatelji na spletu so veliko

bolj javni in so očitnejša referenca za druge. Kot sem že omenil, uporabniki SNS pogosto doživljajo čustveni odziv med uporabo njihovih storitev. Ljudje se počutijo del skupine, dobijo pozornost in povratne informacije od drugih uporabnikov in podobno (Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 37).

Pregledovanje profilov drugih uporabnikov je priljubljeno opravilo na SNS, predvsem med mlajšimi uporabniki. Uporabnikom je všeč dejstvo, da je komunikacija s Prijatelji le nekaj klikov stran, pa tudi cenejša in preprostejša kot druge oblike komunikacije. SNS omogočajo novo in lažjo pot do novih poznanstev, utrjevanja obstoječih ali ponovnega vzpostavljanja stikov z nekdanjimi znanci. Prav tako lahko ljudje lahko preko SNS iščejo potencialne partnerje, o njih pa imajo obenem na voljo kar precej, resda nepreverjenih, informacij. Ljudje namreč vedno težje najdejo čas za socializiranje in spoznavanje novih ljudi v resničnem svetu. SNS omogočajo sramežljivim in introvertiranim ljudem lažjo obliko komuniciranja. Nekateri avtorji sicer zagovarjajo stališče, da takšna oblika komunikacije pomembneje koristi le posameznikom, ki so samozavestni in nimajo težav z osebno komunikacijo, saj naj bi se sramežljivejši na spletu in SNS obnašali podobno kot v resničnem življenju, vendar je to težko dokazati. Precej sramežljivih uporabnikov, ki priznavajo da imajo težave s komunikacijo v vsakdanjem življenju, je namreč mnenja, da jim takšna oblika neosebne komunikacije olajša navezovanje stikov z drugimi in omogoča lažje projeciranje svoje osebnosti drugim (Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 40).

Raziskave kažejo, da uporabniki priznavajo tudi odvisnost od SNS. Stopnja odvisnosti je različna; nekateri obiščejo stran, ker želijo na primer poslati sporočilo Prijatelju in se nato več ur zamotijo z opravili na SNS, drugi celo poročajo, da jim zaradi odvisnosti zmanjkuje časa za učenje in druge pomembnejše stvari. SNS lahko posameznik uporabi tudi v negativne namene; uporabniki lahko na primer javno osramotijo druge osebe ali pa ustvarijo lažni profil in z njegovo pomočjo širijo neprijetne resnice ali laži. Posebna dilema za uporabnika nastane, ko jih pod svoje kontakte poskuša dodati oseba iz preteklosti, s katero ne želi imeti stika. V medijih so bile objavljene tudi zgodbe o zabavah, promoviranih na SNS, ki so zaradi javne objave ali preprostega kopiranja in nedovoljene ponovne objave vabila ušle izpod kontrole. SNS lahko torej od uporabnikov izzovejo tudi negativen čustveni odziv, čeprav se oseba striktno drži svojih norm in pravil (Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 43-44).

Naštevane vse funkcije, ki jih ponujajo SNS bi bilo precej nesmiselno, saj se nove funkcije dodajajo dnevno, izbor le-teh pa se precej razlikuje od strani do strani. Velja pa naštetih nekaj glavnih in hkrati tistih, ki najbolj vplivajo na življenje uporabnika. Predvsem pri mlajših generacijah je cenjeno oblikovanje vezi Oboževalec. Na tak način ljubitelj lahko na preprost način sledi dogajanju na primer priljubljene glasbene skupine ali igralca/igralke. Preko sporočil je po želji obveščen o koncertih, novih projektih in celo o določenih osebnih zadevah

svojih idolov. Nekatere SNS poleg že omenjenega ponujajo igranje preprostih iger, reševanje ali izdelovanje kvizov, virtualno obdarovanje drugih uporabnikov, primerjanje osebnih preferenc najboljših knjig ali filmov, izražanje političnih in verskih nazorov, spolne usmerjenosti ali etnične pripadnosti, objavljanje avtorsko zaščitene zvočne ali video zapise po izbiri, iskanje potencialnih partnerjev, izražanje podpore različnim gibanjem (Rdeči križ, Unicef in druge), osnovanje lastnih skupin, ki se jim lahko pridružijo drugi, ...

Predvsem zanimivo je pridruževanje skupinam, ki izražajo podporo političnim strankam/orientacijam, socialnim in dobrotnim gibanjem in podobno. Za posameznika je profil na SNS močno orodje za izdajanje preferenc in informacij o sebi, vendar je potrebno vzeti v zakup, da imajo lahko takšna razkritja tudi neželjene posledice. Ker imajo včasih vsaj posreden dostop do našega profila neznane osebe, nam lahko javno obelodanjanje naših nazorov tudi škodi in zapre marsikatera vrata. Izrazito pozitivna lastnost pa je na primer zastoj oglaševanje, ki ima potencial doseči izjemno veliko število ljudi. Nekateri uporabniki tako uporabijo SNS za oglaševanje svoje podjetniške ali družbene dejavnosti. Spremljanje vedenja uporabnikov na straneh izdaja veliko uporabnih informacij za marketinške oddelke podjetij, ki imajo pogosto izdelan profil ali skupino na SNS, ki na tak način dobijo dragocen vpogled v življenje strank in lahko nanje tudi neposredno vplivajo (Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 45-48).

SNS bi lahko uporabili tudi za podatkovno rudarjenje in odkrivanje prej nedostopnih informacij. Kot lahko podjetja iščejo podatke o svojih obstoječih in potencialnih strankah, tako lahko delodajalci preverjajo svoje bodoče in sedanje zaposlene ter obratno, izobraževalne ustanove lahko bolje preverijo kandidate, novinarji lahko na tak način izvejo nove informacije o subjektu poročanja in podobno. Žal pa se vse informacije, pridobljene preko SNS lahko uporabijo tudi v zle namene, kar je ena od glavnih slabosti te storitve (Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, 2008, str. 48-50).

3.1.1 SNS in socialni kapital

Ena od temeljnih pozitivnih lastnosti SNS je ustvarjanje socialnega kapitala. *Socialni kapital* se najpogosteje definira kot koristi, ki jih (lahko) prejmemo od svojih socialnih odnosov z drugimi. Za kopičenje socialnega kapitala je nujno oblikovanje in vzdrževanje socialnih odnosov, poudariti pa je potrebno pomembnost oblikovanja socialnih mrež z namenom pridobivanja pričakovanih izkupičkov v zameno za investicije preko dostopa in uporabe virov, ki so vpleteni v teh socialnih mrežah (Steinfeld, Ellison & Lampe, 2008, str. 436).

Nekateri avtorji že raziskujejo potencial SNS za grajenje socialnega kapitala. Donath in Boyd (2004, str. 80) trdijo, da bodo SNS bistveno povečale število šibkih povezav, ki jih lahko posameznik ohranja z drugimi, saj to omogočajo na lahek in poceni način. Kar se na prvi

pogled zdi kot veliko število nesmiselnih ohlapnih povezav z drugimi uporabniki na SNS, se lahko interpretira tudi kot potencialna zaloga socialnega kapitala. Dodds, Muhamad & Watts (2003, str. 824-829) raziskujejo iskanje in doseganje naključno izbranih posameznikov po celem svetu s pomočjo poznanstev in pošiljanja elektronskih sporočil. Poskušali so dokazati, da lahko vsak posameznik najde vez do izbrane tarče v 5-7 korakih. SNS lahko ta postopek močno skrajšajo, saj lahko iščemo kar samo tarčo, brez posrednikov. Z uporabo nove tehnologije oziroma storitve lahko tako zberemo veliko povezav z drugimi, kar nam omogoča dostop do številnih informacij in potencialno koristnih poznanstev, poleg tega pa je ta dostop večinoma omogočen zastonj.

3.2 Mladostniki in socialne mreže

Najbolj zaslužna stran za porast zanimanja mladostnikov za SNS je vsekakor MySpace. Kot sem že omenil, je stran kmalu po ustanovitvi s pomočjo glasbenih skupin in prebežnikov iz drugih SNS doživela pravcat razcvet. Predvsem mlajši uporabniki so podlegli skušnjavi socialnega voajerizma in predstavljanja samega sebe v vedno bolj popularni spletni skupnosti. Za razliko od starejših uporabnikov so mladostniki večinoma bolj naklonjeni komunikaciji s svojimi znanci in idoli, manj pa komunikaciji z neznanci (Boyd, 2007a, str. 4-5).

Eden glavnih razlogov za pridružitve SNS je pri večini uporabnikov ohranjanje socialne mreže iz resničnega življenja, kar vsekakor drži tudi za najstnike. Ko se mladostnik pridruži SNS, se ima možnost predstaviti drugim kakor se želi, za orientacijo pa lahko uporabi tudi informacije iz profilov drugih uporabnikov. SNS bi lahko zatorej opisali tudi kot orodje za signaliziranje in sporočanje svoje osebnosti in preferenc; v resničnem življenju to vlogo nosi naše telo in obnašanje. S pomočjo obnašanja, stila oblačenja, govora in obrazne mimike svetu sporočamo, kdo in kaj smo. Toda včasih se zgodi, da naših impulzov drugi ne razumejo tako kot smo želeli in v resničnem življenju lahko spremljamo odzive na naše obnašanje v družbi. Če nam ni všeč, kako nas drugi dojemajo, lahko prilagodimo naše sporočanje. Ljudje namreč definiramo socialne situacije z uporabo miselno povezanih namigov iz okolja. S pomočjo zaznavanja teh namigov se lahko posameznik nauči kakšno je primerno vedenje v določenih situacijah; nauči se torej socialnih norm (Boyd, 2007a, str. 10-12).

Učenje obvladovanja tako našega kot sporočanja drugih je ena od kritičnih socialnih sposobnosti, ki se izoblikuje z izkušnjami. Med odraščanjem se naučimo zaznavanja različnih situacij, našega sporočanja in reakcij drugih. Že kot otroci opazimo, da naša dejanja od drugih izzovejo reakcijo. Nato se sčasoma naučimo, kako interpretirati te reakcije in se primerno odzvati. Raznoliko socialno okolje posameznikom pomaga razvijati to sposobnost z dodatnimi dimenzijami. Sam proces učenja in reagiranja na te namige iz okolja je temelj socializiranja. Proces se začne že v domačem okolju, praktično od trenutka ko se začnemo zavedati sveta okoli sebe. Pomembno je, da se pri odraščanju vključimo v širša socialna okolja, da se ta sposobnost lažje razvija. Seveda pa se od kulture do kulture močno razlikujejo

načini učenja in razvijanja te sposobnosti, posebej pri odraščajočih otrocih (Boyd, 2007a, str. 11-12).

Pri predstavljanju samih sebe na SNS se seveda zadeva drastično spremeni. Na teh straneh se moramo predstaviti samo s pomočjo pisane besede oziroma slikovnih in zvočnih zapisov. Na nek način imamo pri tem več kontrole, saj lažje nadzorujemo kakšne informacije o sebi sporočamo drugim. Veliko lažje pa se pojavi problem napačne interpretacije, saj ne moremo neposredno spremljati odziva drugih in prilagajati svojega sporočanja (Boyd, 2007a, str. 13-15).

Ker ponavadi večji delež uporabnikove socialne mreže predstavljajo povezave z osebami iz resničnega življenja, imajo uporabniki tendenco, da se na SNS predstavijo tako, da jih njihovi znanci in prijatelji odobravajo, čeprav imajo možnost, da se obnašajo in predstavijo povsem drugače. Pravila socialne hierarhije so namreč prisotna tudi na spletu. Lep primer je število povezav, ki jih ima uporabnik. Če je to število Prijateljev izjemno veliko, ga večina drugih uporabnikov avtomatično dojema kot iskalca pozornosti (Boyd, 2007a, str. 13).

Mladostniki na SNS včasih zavestno napačno izpolnijo nekatere ključne podatke kot so ime, starost in/ali lokacija, bodisi zaradi občutka varnosti pred neznanci bodisi zato, da jih na teh straneh ne bi odkrili njihovi starši. Čeprav ponarejanje podatkov iskanje vsekakor oteži, sama mrežna struktura SNS ponuja alternativne poti za iskanje uporabnikov. Starši lahko na primer najdejo profil svojega otroka, če poznajo kakšnega od njegovih oziroma njenih prijateljev. Na večini SNS je mogoče nastavljanje pravila zasebnosti posameznega profila. Mladostniki se te možnosti poslužujejo, nekateri pa se celo odločijo kopirati svojo socialno mrežo in jo poustvarijo pod psevdonimi, ker se želijo izogniti nadzoru staršev. Tu nastopi konflikt, saj si mladostniki želijo prijateljstva in komuniciranja z vrstniki brez kontroliranja, starši pa se pogosto ne čutijo krive vdiranja v njihovo zasebnost – SNS so namreč javne spletne strani, na katere se praviloma lahko prijavi vsakdo. Splošno prepričanje je, da se pred neželjenimi posledicami članstva javnih SNS najlažje zaščitimo preprosto z neizpostavljenostjo, kar načeloma drži, saj je v dotičnem primeru potrebno uporabnike namenoma iskati. Na žalost za mladostnike pa imata dve skupini ljudi velik interes za spremljanje njihovega početja na spletu. Ena skupina so vsi tisti, ki jih imajo pravico in dolžnost nadzorovati (starši, učitelji, organi nadzora), druga pa tržniki in spletni plenilci. To jih postavi pred zapleteno dilemo. Kakšno je primerno obnašanje na SNS in na spletu nasploh (Boyd, 2007a, str. 15-18)?

Po eni strani si mladostniki želijo biti vseč svojim sovrstnikom in prijateljem, po drugi pa sprejemljivi za starše, vendar se vrednote in norme med generacijami ponavadi kar precej razlikujejo. Starejše generacije zato nemalokrat negodujejo nad odobravanjem in sprejemanjem kulturnih norm popularnih sovrstnikov s strani mlajših. Toda vključevanje v socialno okolje in prilagajanje lastnega statusa v njem glede na kulturo ter različne socialne razrede je pomemben del mladostnikovega življenja. Pritiski sovrstnikov imajo že sami po sebi velik vpliv na posameznike, v primeru SNS pa se problem le poveča, saj so njihove izbire

in obnašanje ponavadi javno vidni tako sovrstnikom in prijateljem kot tudi staršem. Še ena težava je samo dojetje obnašanja uporabnikov na SNS; pri večini ljudi se dojetje namreč strogo prenese iz resničnega življenja oziroma prejšnjega poznavanja osebe brez upoštevanja različnega konteksta informacije, zato se lahko le-te hitro napak interpretira. Mladostnikom je težko razumeti in se uspešno udeleževati v zapletenih socialnih okoljih z neznanim občinstvom. Medgeneracijske razlike ta problem še povečujejo, saj jim starši pogosto ne morejo biti v veliko pomoč, ker tudi sami nimajo podobnih izkušenj (Boyd, 2007a, str. 15-18).

Raziskave uporabnikov SNS v Veliki Britaniji sicer v zadnjem letu kažejo rahlo znižanje števila pripadnikov starostne skupine od 15 do 24 let in porast števila uporabnikov od 25 do 55 let. Temu najbrž botruje več razlogov; od povečanega nadzora mladostnikov med uporabo SNS, preprečevanja dostopa v šolah, do izgube privlačnosti med mlajšimi zaradi porasta števila starejših uporabnikov, med katerimi so nedvomno tudi njihovi starši in druge osebe, katerih prisotnost ni najbolj zaželjena s strani mladostnikov. Vsekakor pa še ni mogoče delati gotovih zaključkov, ali je ta manjši upad zanimanja znanilec prihodnosti ali samo manjša izjema, prav tako pa je potrebno upoštevati, da je raziskava zajela le manjši del celotne populacije (Wray & Jones, 2009).

Dodaten razlog za udeleževanje mladostnikov na SNS je sama struktura njihovega socialnega življenja. V večini držav po svetu so otroci šoloobvezni, po končanem pouku imajo razne obšolske in športne dejavnosti, narediti morajo domače naloge, sledi učenje in tako naprej. Težko je argumentirati stališče, da imajo otroci vedno več prostega časa. Dom mladostnikom pogosto ne pomeni popolnoma zasebnega okolja, kjer se lahko sprostijo in počnejo kar si želijo, temveč je to za njih zelo regulirano okolje, kjer se je treba ravnati po pravilih in normah, postavljenih s strani staršev. Prevladuje mnenje, da je otrokom potrebno postavljati stroge omejitve zaradi njihove varnosti in za omejevanje problematičnega obnašanja. Ne glede na to, ali je to mnenje upravičeno, mladostnikom onemogoča vključevanje v javna okolja in s tem zavira pomemben del socializacije. Prav tako je učenje na lastnih napakah bistven del odraščanja (Boyd, 2007a, str. 18-21).

SNS so tako nova sfera za mladostnike, ki se razlikujejo prejšnjih tehnologij za komunikacijo (mobilna, navadni telefoni), saj omogočajo neregulirano komunikacijo. Najstniki uporabljajo SNS v podobne namene kot druge vrste javnih okolij; za druženje s sovrstniki, potegovanje za socialni status, učenje sporočanja svoje osebnosti drugim in sprejemnje tveganja, ki jim pomagajo oceniti meje socialnega okolja. Življenja vseh ljudi se z napredkom v komunikacijskih tehnologijah spreminjajo, postajajo bolj dostopna javnosti. Dostop do podatkov je danes lažji kot kdajkoli prej, ta trend pa se bo v prihodnosti le še stopnjeval. Ena od glavnih težav SNS je prav zahtevan preskok v miselnosti in obnašanju ljudi zaradi razlikovanja od prejšnjih tehnologij. Zato je potrebno mladostnike učiti pravilnega pristopa k novim rešitvam kot so SNS, saj bojo predstavljale velik del njihovega socialnega življenja (Boyd, 2007a, str. 18-21).

Potrebno se je zavedati dejstva, da je za večino mladostnikov prioriteta druženje s sovrstniki. Preko socializiranja se učijo pomembnih socialnih norm, sposobnosti in pravil. Odrasli imajo te sposobnosti že razvite, zato včasih težje razumejo obnašanje mladostnikov in njihove potrebe ter želje po socializiranju s svojimi vrstniki, trenutno pa druženje zaradi strukture življenja mladostnikov poteka v vedno večjem obsegu preko spleta in v virtualnih skupnostih. Splet praviloma le prikaže oziroma prenese stanje iz resničnega življenja. Če je torej mladostnik problematičen ali ima veliko potrebo po pozornosti drugih, se bo tako obnašal tudi na spletu in ne nujno zaradi spleta. Velikokrat se v podobnih primerih krivi tehnološke rešitve, spregleda pa se samo težavo. V primerih SNS je tako bistven pogovor z mladostniki, saj zgolj prepoved uporabe nikakor ne bo dosegla željenega. Potrebno je opredeliti in jim razložiti potencialne grožnje in nevarnosti teh tehnologij in storitev, kot tudi prednosti, priložnosti in vlogo SNS v širšem socialnem okolju, saj vprašanja tematike nimajo preprostih črno-belih odgovorov (Boyd, 2007a, str. 18-21).

Navedel bom nekaj koristnih napotkov, s katerimi lahko pomagamo otrokom in mladostnikom varnejše vključevanje v splet in SNS (Social networking sites, 2007):

- Otrokom in mladostnikom je potrebno razložiti katere informacije o sebi, članih družine in prijateljih je dobro ohraniti zasebne ter zakaj.
- Pomembno je, da razumejo in uporabljajo nastavitve zasebnosti.
- Otrokom in mladostnikom je potrebno razložiti, da je na spletu objavljeno informacijo skoraj nemogoče izbrisati oziroma preklicati, zato naj bodo izjemno pazljivi, kaj objavljajo na spletu.
- Posebno pozornost naj se nameni obravnavi ustrahovanja in nasilništva preko spleta. Opozoriti jih je potrebno, da imajo lahko njihova dejanja posledice v resničnem svetu, prav tako pa naj se ne obotavljajo poiskati pomoč, če so sami žrtve ustrahovanja.
- Za zmanjševanje izpostavljenosti spolnim prestopnikom naj se izogibajo pogovorom o spolnosti.
- Dobro je poznati Prijatelje mladih na SNS in opozoriti na posebno pozornost pri komuniciranju in prijateljevanju z neznanci.

4 Prednosti socialnih mrež

SNS imajo kot večina drugih stvari svoje pozitivne in negativne lastnosti, vsekakor pa je pri njihovi uporabi koristno biti previden in uporabljati zdrav razum, saj se na ta način lahko izognemo nekaterim nevšečnostim. Vseh pozitivnih lastnosti SNS se seveda ne da naštetih, potrudil pa se bom navesti najbolj pogosto omenjene in najbolj relevantne:

- Prva in najpomembnejša pozitivna lastnost SNS je hkrati njihov temeljni cilj. Uporabnik sestavlja in gradi svojo socialno mrežo, največkrat pa se ta proces začne s poustvarjanjem obstoječe socialne mreže iz resničnega življenja, kateri kasneje dodaja nove povezave. SNS omogočajo komunikacijo z družinskimi člani, prijatelji,

sodelavci, znanci, idoli, oboževalci in drugimi na hiter, preprost in poceni način. Povezovanje z drugimi je enostavnejše kot kadarkoli prej, saj so vsi člani naše socialne mreže in vsi drugi, ki uporabljajo isto SNS kot mi, oddaljeni le nekaj klikov.

- Naslednja pozitivna lastnost je podobna prvi, vendar bi jo rad izpostavil posebej. Povezovanje in komuniciranje z osebami, ki v resničnem življenju zaradi različnih razlogov niso več del naše socialne mreže, namreč prejšnje tehnologije niso omogočale na tako preprost način, kot ga ponujajo SNS. Prijatelja iz otroštva, sodelavca iz prejšnje službe, bivšega partnerja, soseda iz prejšnjega prebivališča, vse našete osebe lahko na SNS poiščemo kar preko iskalnika in ga takoj dodamo pod svoje Prijatelje, nekatere osnovne informacije o osebi pa so nam pogosto dostopne tudi brez povezave. Ta lastnost je še posebej uporabna na poslovno usmerjenih SNS, kjer hitro najdemo osebe iz preteklosti, ki nam lahko pomagajo na naši poslovni poti.
- Uporabniki lahko s pomočjo SNS izražajo veliko informacij o sebi, kar jim lahko koristi (in škoduje) na veliko načinov. Kontaktirajo nas posamezniki ali skupine s podobnimi interesi, morebitni partnerji, potencialni delodajalci in poslovni partnerji, če potrebujemo pomoč, lahko s pomočjo SNS dosežemo velik krog občinstva, po drugi strani pa lahko prav tako enostavno zberemo ogromno informacij o drugih.
- Z uporabo SNS je veliko lažje voditi in koordinirati aktivnosti interesne skupine, kluba oziroma krožka ali ekipe posameznikov, saj je pretok informacij hiter, poceni, dostopen vsem članom, omogočene pa so tudi povratne informacije.
- SNS združujejo več različnih tehnologij komunikacije. Na eni spletni strani lahko komuniciramo s člani svoje socialne mreže, objavljamo slike in video zapise, ustvarjamo svoj blog, sledimo novicam (svetovno znane medijske hiše, novinarji, športniki, glasbeniki in drugi preko SNS sporočajo novice),...
- Velika prednost je tudi zastoj oglaševanje potencialno velikemu številu uporabnikov. Tako večja podjetja kot tudi samostojni podjetniki in obrtniki lahko na SNS oglašujejo svoje proizvode in storitve kar preko svojega profila ali ustvarjene skupine. Dodatna ugodnost je vpogled v osebna življenja strank in poslovnih partnerjev, kar nam olajša prilagajanje trženjskih aktivnosti za večjo uporabnost le-teh.
- Uporabniki SNS lahko storitev uporabijo za nov, učinkovitejši način grajenja socialnega kapitala.

5 Slabosti in nevarnosti socialnih mrež

V medijih se največ govori prav o slabih lastnostih in potencialnih nevarnostih SNS. Potrebno je priznati, da storitev vsekakor (še) ni izpopolnjena in mogoče nikoli ne bo popolnoma varna, prav tako pa je potrebno upoštevati tudi druge, vsebinske in socialne omejitve. Toda vprašati se je treba, kakšna je cena uporabe oziroma kaj je potrebno storiti in upoštevati, da so tudi druge, podobne tehnologije varne ter kako se v tem pogledu razlikujejo od SNS? Previdnost in uporaba zdravega razuma odstrani ali pa vsaj omeji večino nevarnosti, katerim smo podvrženi s prijavo na SNS. Žalostna resnica je, da bodo komuniciranje, povezovanje in

izmenjava informacij preko svetovnega spleta vedno vsebovali določeno stopnjo tveganja. Velik del odgovornosti pa leži na nas, uporabnikih.

Nekatere od glavnih slabosti in potencialnih nevarnosti SNS so:

- Najpogosteje se omenja krajo osebnih podatkov in posledično zlorabo le-teh. Uporabnik sam ima precej vpliva na to, kakšne informacije bo o sebi prek SNS sporočal drugim. Vnešeno polno ime in priimek, v kombinaciji z javnim elektronskim naslovom, javno objavo prebivališča in zaposlitve ali šole, objavljanje slik, avdio in video zapisov brez avtorske zaščite... Posameznik lahko o sebi izda veliko informacij, do katerih se lahko dokopljejo neznanci s škodljivimi nameni. Seveda se lahko podobno zgodi tudi pri vrsti drugih tehnologij, precej nevšečnosti pa si lahko prihranimo že z dobrim razmislekom o tem, kaj objavljamo na spletu. Dodatna težava je dejstvo, da lahko do našega (omejenega) profila in drugih informacij, ki jih pustimo na SNS tekom uporabe, dostopajo tudi popolni neznanci brez naše vednosti, na primer če na profilu znanca objavimo komentar. V smeri večje varnosti podatkov in reguliranja stopnje zasebnosti bi se vsekakor dalo še marsikaj postoriti in stanje se postopoma izboljšuje.
- Dostop do informacij, naših ali od drugih uporabnikov, je lahko tudi negativna stvar, odvisno od situacije. Če smo na primer mi v vlogi delodajalca, je prednost, da lahko iz drugačnega zornega kota preverimo kandidata za delovno mesto v naši organizaciji (Coutu, Joerres, Fertik, Palfrey & Boyd, 2007). Če pa smo v vlogi delojemalca, nam tak vdor v zasebnost najbrž ne bo pretirano všeč. Prav tako je pomembno vprašanje, kakšno težo imajo informacije na SNS v pravnih zadevah. Če uporabnik na svojem profilu prizna jemanje nelegalnih substanc ali objavi sliko, na kateri počne nelegalne stvari, se lahko to uporabi proti njemu na sodišču kot verodostojen dokaz?
- Zasvojenost oziroma pretirana uporaba SNS in uporaba SNS na delovnem mestu je naslednja težava. Mladostniki na SNS preživijo tudi več ur dnevno, kar lahko vodi do zanemarjanja šolskih in drugih obveznosti. Veliko je bilo tudi že napisanega o težavah delodajalcev z delavci, ki obiskujejo SNS med delovnim časom, in nekatere organizacije že prepovedujejo in onemogočajo dostop do SNS strani iz službenih računalnikov. Pri tej težavi je bistveno razumevanje, da sama tehnologija oziroma storitev SNS ni in ne more biti kriva za upad produktivnosti na delovnih mestih, ogrožanje varnosti zaupnih informacij in zanemarjanje dolžnosti s strani mladostnikov, temveč je le še ena v vrsti mnogih, kot ponavadi pa je v prvi vrsti kriv posameznik.

5.1 Kršenje pravil oziroma zakona in SNS

Udejstvovanje na SNS je za nekatere uporabnike sredstvo za doseganje določenih ciljev in koristi, za druge način preživljanja prostega časa, nekaterim pa prinaša neljube (pravne) posledice.

Veliko nepredvidljivih posledic povzroča objavljanje slik, na katerih uporabniki pijejo alkoholne pijače. Pogosto so posamezniki na slikah pod zakonsko določeno starostno mejo za uživanje alkohola ali pa slike prikazujejo uživanje alkohola na lokacijah, kjer je to prepovedano (na primer študentski domovi). Šole uporabljajo SNS za odkrivanje kršitev šolskih pravil, kot so razkrivanje podatkov brez privoljenja šole oziroma učiteljev, motenje reda in miru na javnih prireditvah (tekme šolskih ekip in podobno), žaljenje ugleda šolskih predstavnikov, v sodelovanju z organi pregona pa tudi za odkrivanje kršitev zakona; organiziranje etnično spornih skupin in dogodkov, oviranje preiskovalnega postopka lokalnih oblasti (zanikanje prijateljstva z določeno osebo) in podobno. Večje število učencev in študentov je bilo že kazensko izključenih iz svoje šole oziroma fakultete zaradi kršenja pravil v ZDA in nekaterih drugih državah (Schweitzer, 2005).

SNS se vse pogosteje uporabljajo za zbiranje dokazov proti obtožencem tudi s strani državnih organov. Dokazno gradivo so ponavadi objavljene slike ali pa kar same povezave uporabnikov, saj na ta način pogosto najdejo sokrivce pri kriminalnih dejanjih in hkrati odkrijejo, kdo od vpletenih je oviral postopek z laganjem in krivim pričanjem. V medijih najdemo številna poročila o ljudeh, ki so kršili zakone, proti katerim so organi pregona in tožilstvo dokaze našli s pomočjo SNS (Use of social network websites in investigations, 2009).

Zaradi podatkov, objavljenih na SNS, so se v težavah znašli zelo različni ljudje; športniki, managerji, sodniki in tako naprej. Zaradi neprimernih izjav o delodajalcu na SNS ljudje izgubljajo zaposlitev (Facebook post gets worker fired, 2009), drugi zaradi širjenja rasne (Gray, 2008) in politične nestrpnosti postanejo tarča javnosti in medijev, uporabniki se poslužujejo sovražnega govora, groženj, psihičnega nasilja, spolnega nadlegovanja in še bi lahko naštevali. Hitrih in enostavnih rešitev vseh težav ni, vendar se SNS postopoma razvijajo. Skrbniki sistema odpravljajo pomankljivosti v programskih kodah, uporabniki opozarjajo na probleme, države in podjetja vključujejo SNS v zakone, statute in druge organizacijske ustanovne listine.

6 Prihodnost socialnih mrež

SNS imajo že sedaj relativno pomembno vlogo v današnjem svetu. Uporabniki SNS uporabljajo kot eno od primarnih rešitev za komuniciranje z bližnjimi, za preživljanje prostega časa, bloganje, spremljanje novic o svojih hobijih in interesih, gledanje slik in video zapisov ter mnoge druge stvari. SNS v svoj repertoar dodajajo nove funkcije, razširjajo svojo ponudbo in se združujejo z drugimi mediji in tehnologijami (uporabnik se lahko na nekatere SNS prijavi preko mobilnega telefona, televizijske mreže na SNS objavljajo video zapise iz televizijskih oddaj in podobno). Če upoštevamo dejstvo, da se število uporabnikov interneta še vedno povečuje, nezanemarljiv del vseh dosedanjih uporabnikov interneta pa ima ustvarjen profil na SNS, lahko sklepamo, da se bo v prihodnje povečevalo tudi število uporabnikov SNS.

Od pojava prvih približkov sodobnih SNS do sedaj so se SNS nenehno razvijale, spreminjale in prilagajale. Povečujejo vlogo v življenjih tako uporabnikov kot neuporabnikov, saj spreminjajo načine zasebne in javne komunikacije. Za primer si pogledajmo športnike in njihove agente. V športnih krogih se namreč vedno pogosteje omenja dejstvo, da se najnovejše novice najprej pojavijo na SNS (predvsem Twitter) in šele kasneje na drugih internetnih straneh. Profesionalni športnik iz ZDA je julija letos celo napovedal, da bo uporabljal Twitter kar med tekmami svojega kluba (Weir, 2009). Pomemben element informacije je namreč hitrost, kar je seveda prednost obravnavane storitve. Zanimiv je tudi obrat v medijskem sporočanju. Če se bodo trenutni trendi nadaljevali, bodo novinarji in poročevalci počasi izgubljali vrednost, saj bodo lahko športniki, druge znane osebnosti in vsi ostali lahko sami, na preprost način, ustvarjali novice in širili informacije, imajo pa še eno pomembno prednost – ekskluzivnost. Po drugi strani pa naj bi novinarji s svojim preišljenim poročanjem kritično ovrednotili podatke, jih analizirali in (objektivno) oblikovali novice.

SNS imajo potencial, da bistveno spremenijo lastnosti naših socialnih življenj, tako na medosebni kot tudi na ravni skupnosti. Spremembe v modelih interakcije in socialnih povezavah so že vidne pri mladostnikih, ki so najpogostejši uporabniki SNS, s širjenjem uporabe pa se bodo te spremembe pojavljale tudi pri drugih. Na medosebni ravni informacije o uporabniku v profilu SNS služijo za znižanje ovir socialne interakcije in s tem omogočajo povezave posameznikov, ki jih drugače morda ne bi bilo. Na ravni skupnosti se s pomočjo funkcij za organizacijo nižajo stroški za iskanje in povezovanje posameznikov, ki si delijo določen interes ali skrb, vendar jih ločujejo druge razsežnosti. Tovrstni procesi imajo lahko velik vpliv na celotno skupnost, saj spodbujajo ločene posameznike, da se povezujejo, komunicirajo in ukrepajo (Steinfeld, Ellison & Lampe, 2009, str. 6).

V preteklih letih se je uporaba SNS že začela intergrirati v vsakdanja življenja mnogih ljudi, ta trend pa se naglo nadaljuje po celem svetu. Kot vse nove tehnologije komuniciranja tudi SNS kopirajo nekatere lastnosti prejšnjih tehnologij. Posameznikova profilna stran je podobna osebni spletni strani, SNS pa vsebujejo že poznane oblike komunikacije (na primer možnost klepetanja s člani naše mreže). Omogočajo uporabnikom, da ustvarijo spletno predstavitev njih samih, razločno in sistematično prikažejo svoje povezave in pregledujejo svoje ter socialne mreže drugih uporabnikov. Kar jasno ločuje SNS od prejšnjih tehnologij je pregledna socialna mreža, ki nam omogoča digitalno predstavitev naših povezav z drugimi (Steinfeld et al., 2009, str. 6).

V naših vsakdanjih življenjih pogosto srečujemo ljudi, s katerimi se bomo želeli ponovno povezati v prihodnosti, vendar so socialne in logistične ovire nepremagljive. S spraševanjem o telefonski številki lahko izpademo vsiljivi, lahko jo izgubimo, podobno kot zapisan elektronski naslov. Kjerkoli že srečamo morebitne znance in prijatelje, vsak korak v procesu povezovanja lahko onemogoči povezovanje v prihodnosti. Potencialne koristi ostajanja v stiku s posameznikom zahtevajo določen napor in vložek, ki se nam včasih ne zdi upravičen.

Spet drugič so koristi razvidne šele kasneje, ko je že prepozno. SNS odpravljajo omenjene težave, saj je z minimalnim naporom in skopimi informacijami mogoče najti profil iskanega uporabnika in ustvariti povezavo. Povezava se lahko digitalno obnovi kadarkoli, odvisno od potreb in želja (Steinfeld et al., 2009, str. 6-7).

Steinfeld et. al (2008, str. 436) definirajo dve vrsti socialnega kapitala, veznega in premostitvenega. Ugotovimo lahko, da vezni socialni kapital izvira iz družine in bližnjih prijateljev v obliki čustvene podpore in otipljivih sredstev. Premostitveni socialni kapital pa izvira iz naših šibkih povezav; znancev, kolegov iz preteklosti in drugih. Naše šibke povezave so pomembni kanali za različne vidike in nove informacije. Raziskave recimo potrjujejo, da bomo bolj pogosto prejeli informacije o zaposlitveni priložnosti od nekoga, ki ga vidimo bolj redko in spada pod naše šibke povezave. Z uporabo SNS lahko učinkovito upravljamo s širšo mrežo šibkih povezav in posledično povečamo naš premostitveni socialni kapital. Uporaba interneta na splošno ne povečuje zaloge socialnega kapitala, kar nas vodi do spoznanja, da le določene aktivnosti na internetu vplivajo na te zaloge.

Pred SNS so ljudje uporabljali drugačne metode za ohranjanje bežnega stika in zavedanja o oddaljenih sorodnikih in drugih osebah, s katerimi so delili šibke socialne povezave, na primer s pogovarjanjem o teh posameznikih z drugimi, opravljanjem, pošiljanjem kartic za praznike in podobno. SNS omogočajo uporabnikom tako sporočanje kot sledenje novicam o drugih, kar dopušča lahkoten socialni »nadzor« članov svoje mreže oziroma površen stik z njimi. Stroški tega sledenja, aktivnega ali pasivnega, pa so nizki, z malo potrebnega vloženega truda. Še posebej je koristno nabiranje informacij iz naše razširjene mreže, saj izjemno povečajo naše zavedanje o socialni mreži in omogoča neprestano povezanost z našimi šibkimi povezavami. Koristi se kažejo tudi v vsakdanjem življenju, saj olajšajo interakcijo z bežnimi znanci ali obnovitev prijateljstva s starim prijateljem (Steinfeld et al., 2009, str. 7).

Pri nekaterih novih tehnologijah za povezovanje in komunikacijo se pojavijo skrbi, da imajo ravno obraten efekt. Mobilni telefoni in prenosni predvajalniki glasbe v resnici včasih ovirajo priložnosti za komunikacijo, saj zahtevajo našo popolno pozornost in drugim pogosto sporočajo, da naj uporabnika ne motijo. Po drugi strani pa lahko zanimiva knjiga ali prikupen pes igra vlogo signala, ki pritegne pozornost drugih in je odlična tema za pogovor. Informacije o uporabniku na SNS lahko deluje na enak način; hitro lahko identificiramo skupne točke z znanci in znižamo ovire komunikacije. Tudi v primeru, da z nekom ne delimo interesov ali skupnih pogledov na svet, nam informacije s posameznikovega profila priskrbijo potencialne teme pogovora. Oddajanje osebnih informacij o sebi je lahko nevarno, vendar je potrebno upoštevati tudi morebitne pozitivne posledice tega početja (Steinfeld et al., 2009, str. 7-8).

V prihodnosti bodo SNS mogoče vplivale na javno življenje preko mobilnosti in zavedanja okolice. Mobilni telefon iPhone 3G s pomočjo GPS storitev omogoča povezovanje s člani

naše socialne mreže in nas opozarja na znance v naši bližini. Če se znajdemo v težavah, jim lahko prek SNS pošljemo zemljevid lokacije, kjer se nahajamo (Zafra, 2008). Informacije o fizični lokaciji uporabnikov še povečujejo naše možnosti za interakcijo z drugimi.

Kot je bilo že povedano, lahko SNS uporabimo za učinkovito organiziranje in koordiniranje socialnih aktivnosti. Organizacije, politične osebnosti, lokalna združenja in druge oblike skupin imajo na voljo več načinov uporabe SNS: ustvarijo lahko svoj lasten profil, skupino (ki se ji lahko pridružujejo drugi uporabniki) ali pa celo lastno SNS. Povezovanje ljudi v skupine oziroma SNS na podlagi interesov spodbuja nove oblike sodelovanja. Novice o dogodkih in načrtovanih aktivnostih hitro krožijo in se kot virus širijo po mrežah. Raziskave socialnih gibanj se velikokrat osredotočijo na stroške koordinacije, to je na potreben napor in izdatke, ki so potrebni za komuniciranje s skupino, dostavljanje pravočasnih informacij in motiviranje posameznikov za skupno delovanje. SNS omogočajo preprosto, poceni organiziranje članov, prirejanje sestankov in deljenje mnenj. S povečevanjem števila SNS naraščajo tudi možnosti posameznikov za sodelovanje v skupinskih aktivnostih na podlagi lastnih značilnosti in interesov (Steinfeld et al., 2009, str. 8).

Ena od kritik interneta je trdila, da bo omogočal ljudem izločitev nasprotujočih mnenj in bodo s tem nastali informacijski mehurčki, kjer bodo posamezniki izpostavljeni samo podatkom, ki se ujemajo z njihovim pogledom na določene zadeve. SNS na primer ponujajo možnost izražanja svoje politične pripadnosti - vsi člani mreže so torej izpostavljeni različnim vidikom in idejam, kar spodbuja razprave in toleranco do drugačnih mnenj (Steinfeld et al., 2009, str. 8-9).

Vsakakor ni moč zanikati, da imajo SNS velik potencial za pozitiven vpliv na naša socialna življenja. SNS že spreminjajo sklepanje in vzdrževanje odnosov z drugimi. S širjenjem in razvijanjem SNS lahko upravičeno pričakujemo, da se bo njihova socialna korist še povečala. Opozoriti pa velja na tri pomembna vprašanja. Prvič, kako se lahko pozitivne lastnosti SNS prenese v drugačna okolja, na primer formalne organizacije? Raziskave obstoječih poslovnih SNS, kot je IBM-ov Beehive, kažejo, da se uporabniki z veseljem »naučijo« kaj o življenjih svojih kolegov in sodelavcev, te informacije pa pospešijo in olajšajo socialno interakcijo na delovnem mestu ter med organizacijami. Drugič, kako lahko SNS nudijo podporo uporabniku pri pomembnih spremembah v življenju (selitev v drugo mesto, nova zaposlitev)? Raziskave študentske populacije potrjujejo, da SNS olajšajo ohranjanje starih povezav in navezovanje novih, ni pa jasno, kako se to odraža pri drugih populacijah in kakšne funkcije najbolj podpirajo potrebe teh uporabnikov. Tretjič, kako lahko SNS okrepijo občutek skupnosti med tradicionalno različnimi, nasprotujočimi skupinami? S širjenjem v vse segmente družbe se bodo namreč načini uporabe, nevarnosti in koristi spreminjali. V prejšnjih poglavjih omenjene raziskave kažejo, da je izbira SNS odvisna tudi od kulturnih in socialno-ekonomskih faktorjev, kar omejuje možnosti interakcije s posamezniki iz drugačnih okolij. To vodi do vprašanja, ali imajo vsi uporabniki enake ali vsaj podobne koristi od uporabe SNS? Kako

lahko premostimo te ovire oziroma vsaj zmanjšamo njihov vpliv (Steinfeld et al., 2009, str. 9)?

Za načrtovalce in razvijalce teh sistemov so našeta vprašanja bistvenega pomena. Odgovori na ta vprašanja jim lahko pomagajo bolje razumeti, kako se je potrebno prilagoditi, da bodo SNS podpirale raznoliko populacijo in cilje. V nekaterih primerih so rešitve morda izjemno preproste, kot je recimo sprememba profilne strani (v določenih kulturah se skriva spolno usmerjenost in podobno), v drugih spet ne. Informacije osebne narave so dvorezen meč, saj lahko bistveno olajšajo socializiranje in komunikacijo z drugimi, vendar previdnost nikakor ni odveč.

Sklep

SNS imajo potencial, da postanejo pomemben mejnik v zgodovini komuniciranja. Storitev je še relativno mlada, zato bo potrebno veliko izpopolnjevanja in nadgrajevanja, da se bo njena uporabnost prenesla tudi na druga področja. Velja pa omeniti, da je storitev že precej napredovala od svojih začetkov in trenutno uživa veliko pozitivne in negativne medijske ter raziskovalne pozornosti. Število uporabnikov po svetu narašča in SNS so vedno bolj vpletene v vsakdanje življenje mnogih. Podjetja odkrivajo izredne možnosti trženjskih aktivnosti s pomočjo SNS, SNS se vse pogosteje uporablja za izobraževanje in dostop do znanja, za iskanje prijateljev in življenjskih partnerjev, za hitrejše kroženje informacij ter novic, za povezovanje s posamezniki, s katerimi delimo nek interes oziroma lastnost (verska skupnost, politična stranka, bolezensko stanje) in tako naprej. SNS nadomeščajo nekatere prejšnje rešitve in dodajajo njihove funkcije k svoji ponudbi.

Pregledali smo tako pozitivne kot negativne strani SNS in preučili njihov vpliv na življenja uporabnikov. Kakšne zaključke lahko torej potegnemo? Kot večina drugih tehnologij oziroma storitev tudi dotična ustvarja različna mnenja in nazore. Nekateri vidijo močno orodje za olajšanje povezovanja s svetom okoli nas, spet drugi zgolj slabosti in nevarnosti, ki prežijo na uporabnike. Resnica leži nekje vmes. SNS prinašajo veliko pozitivnega, hkrati pa se tehnologijo, tako kot veliko drugih, lahko uporabi v slabe namene. Z vse večjo pozornostjo državnih, šolskih in drugih organizacij ter posledično regulacijo se postopoma odpravlja nekatere slabosti, vseh pa se verjetno nikoli ne bo. Neznanska škoda pa bi bila, če bi SNS vnaprej odpisali kot preveč nevarne za uporabo, saj lahko z njihovo uporabo veliko pridobimo. Najboljša rešitev je tako še vedno uporaba zdrave pameti in previdnosti, v povezavi s SNS in življenju nasploh.

SNS so že pustile pomemben odtis na naši družbi, videli pa bomo, kaj bo prinesla prihodnost in evolucija.

Literatura in viri

1. Boyd, D. (2007a). *Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*. Cambridge, MA: MIT Press.
2. Boyd, D. (2007b). Social Network Sites: Public, Private, or What? *The Knowledge Tree* 2007. Najdeno 15. maja 2009 na spletnem naslovu http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28
3. Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
4. Coutu, D., Palfrey, J.G., Joerres, J.A., Boyd, D. & Fertik, M. (2007, 1. junij). We Googled You (HBR Case Study and Commentary). *Harvard Business Review*. Najdeno 9. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.dmst.aueb.gr/nikolaou/Blogs/wegoogledyou.pdf>
5. Dodds, P.S., Muhamad, R. & Watts, D.J. (2003). An experimental study of search in global social networks. *Science*. Najdeno 20. maja 2009 na spletnem naslovu http://research.yahoo.com/files/d_m_w_Science.pdf
6. Donath, J. S. & Boyd, D. (2004, oktober). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, str. 71-82.
7. Facebook. (b.l.) V *Wikipedia*. Najdeno 15. maja 2009 na spletnem naslovu <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>
8. Facebook features. (b.l.) V *Wikipedia*. Najdeno 15. maja 2009 na spletnem naslovu http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook_features
9. *Facebook post gets worker fired*. Najdeno 20. maja 2009 na spletnem naslovu <http://sports.espn.go.com/nfl/news/story?id=3965039>
10. Gray, B. (2008, 12. november). Texas Football Player Dismissed For Racial Slur On Facebook. *Daily Texan*. Najdeno 20. maja 2009 na spletnem naslovu <http://www.cbsnews.com/stories/2008/11/13/politics/uwire/main4597861.shtml>
11. Olsen, L.E. (2008). *Professional networking online* (magistrsko delo). Bergen: University of Bergen.
12. Schweitzer, S. (2005, 6. oktober). Fisher College expels student over website entries. *The Boston Globe*. Najdeno 20. maja 2009 na spletnem naslovu

http://boston.com/news/local/articles/2005/10/06/fisher_college_expels_student_over_website_entries/

13. Social network. (b.l.) V *Wikipedia*. Najdeno 15. maja 2009 na spletnem naslovu http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network
14. *Social Networking - A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use*. Najdeno 15. maja 2009 na spletnem naslovu http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/socialnetworking/
15. *Social networking sites*. Najdeno 20. maja 2009 na spletnem naslovu <http://www.onguardonline.gov/topics/social-networking-sites.aspx>
16. Steinfeld, C., Ellison, N.B. & Lampe, C. (2008, 17. avgust). Social capital, self-esteem and use of online social network sites : A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, str. 434-445.
17. Steinfeld, C., Ellison, N.B. & Lampe, C. (2009, januar, februar). Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities. *Interactions Magazine*, str. 6-9.
18. Use of social network websites in investigations. (b.l.) V *Wikipedia*. Najdeno 20. maja 2009 na spletnem naslovu http://en.wikipedia.org/wiki/Use_of_social_network_websites_in_investigations
19. Weir, T. (2009, 7. julij). Ochocinco planning to tweet during games. *USA Today*. Najdeno 14. julija 2009 na spletnem naslovu <http://blogs.usatoday.com/gameon/2009/07/ochocinco-planning-to-tweet-during-games.html>
20. Wray, R. & Jones, S. (2009, 6. avgust). It's SO over : cool cyberkids abandon social network sites. *The Guardian*. Najdeno 9. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.guardian.co.uk/media/2009/aug/06/young-abandon-social-networking-sites>
21. Zafra, A. (2008, 12. julij). 10 Social Networking Apps for Your New iPhone 3G. *RotorBlog*. Najdeno 20. maja 2009 na spletnem naslovu <http://www.rotorblog.com/2008/07/12/10-social-networking-apps-for-your-new-iphone-3g/>