

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Klemen Valentinčič

Vloga spletnih socialnih omrežij pri iskanju zaposlitve

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Klemen Valentinčič

Mentor: izr. prof. dr. Gregor Petrič

Vloga spletnih socialnih omrežij pri iskanju zaposlitve

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

ZAHVALA

Najprej bi se rad zahvalil mentorju Gregorju Petriču, ki mi je med pisanjem diplomskega dela pomagal s strokovnimi nasveti in me vzpodbujal vso to dolgo pot.

Potem bi se zahvalil partnerki in staršem, ki so mi med pisanjem stali ob strani in verjeli vame.

Nazadnje pa bi se zahvalil še vsem tistim, ki ste mi na kakršen koli način pomagali zaključiti to poglavje.

Vloga spletnih socialnih omrežij pri iskanju zaposlitve

Iskalci zaposlitve se pogosto soočajo s težavami na trgu delovne sile. V času recesije se je stanje za iskalce zaposlitve zaradi vse manjšega števila delovnih mest poslabšalo. Najbolj so bile prizadete skupine z manjšim potencialom za pridobivanje zaposlitve ali pa skupine, ki so se znašle na bolj tveganih trgih dela. Gre za mlade iskalce zaposlitve, osebe, ki prvič iščejo zaposlitev oziroma osebe brez delovnih izkušenj. Da bi ti iskalci zaposlitve uspešno izpolnili svoj cilj, morajo biti iznajdljivejši in hitrejši od konkurence. Njihova prednost je lahko uporaba spletnih socialnih omrežij. Strokovna literatura namreč izpostavlja velik potencial, ki ga prinaša raba spletnih socialnih omrežij za posameznika. V delu se osredotočam na potencial, ki ga prinašajo spletna socialna omrežja, predvsem Facebook, ki je v času pisanja diplomske naloge najpopularnejše spletno socialno omrežje. Zanima me, ali posamezniki uporabljajo Facebook, da bi si zgradili omrežje, ki bi jim pomagalo pri iskanju zaposlitve. V teoretičnem delu naloge so predstavljeni in opredeljeni ključni pojmi kot so zaposljivost, socialna omrežja, šibke vezi, spletna socialna omrežja, Facebook. V empiričnem delu z multivariatnimi analizami podatkov, ki sem jih pridobili s pomočjo ankete, preverimo raziskovalna vprašanja in hipoteze iz prvega dela.

Ključne besede: spletna socialna omrežja, Facebook, zaposljivost, iskanje zaposlitve, šibke vezi.

The role of social networking sites for job search

Job seekers often face difficulties in the labor market and during periods of recession, these conditions worsen due to fewer jobs. The most affected groups are those with underdeveloped job seeking skills, those in high risk labor markets, first time jobseekers and the young job seekers who have little or no experience. To successfully achieve their goals and attain work, these 'groups' must be more resourceful and faster than their competition and with the latest online and internet technologies, they may have the advantage over their more experienced competitors. Professional literature highlights the potential created by personal social networks. We are particularly interested in the potential brought on by social networking sites like Facebook; which is the most popular social network site in the time of writing my thesis. We are interested in whether people use Facebook to build their network which would ultimately assist them in their job seeking process. In the theoretical part of the thesis, the key words such as employability and social networks are presented. In the empirical part, we try to prove assumptions of the theoretical part with the multivariate analysis of data we got by survey.

Key words: social network sites, facebook, employability, job search, weak ties.

Kazalo

1	Uvod.....	8
2	Zaposljivost.....	10
2.1	Problem zaposljivosti	10
2.2	Načini iskanja zaposlitve	12
3	Socialna omrežja	14
3.1	Socialni kapital socialnega omrežja	14
3.1.1	Povezovalni socialni kapital.....	15
3.1.2	Premostitveni socialni kapital	16
3.2	Pomembnost socialnih vezi pri iskanju zaposlitve	17
3.2.1	Močne in šibke vezi.....	17
3.2.2	Pomen šibkih vezi pri iskanju zaposlitve	17
3.3	Mreženje za zaposlitev	19
4	Spletna socialna omrežja.....	21
4.1	Facebook.....	24
4.2	LinkedIn.....	24
4.3	Twitter	25
5	Raziskovalni okvir.....	27
5.1	Hipoteze.....	27
5.2	Operacionalizacija	28
5.2.1	Aktivna uporaba spletnih socialnih omrežij (Facebook).....	28
5.2.2	Raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju.....	29
5.2.3	Raznovrstnost močnih vezi v spletnem socialnem omrežju.....	30
5.2.4	Raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve	30
5.2.5	Zaznavanje lastne zaposljivosti	31

5.3	Vzorec in zbiranje podatkov	32
6	Analiza in rezultati	37
6.1	Uporaba spletnih socialnih omrežij	37
6.2	Raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju	38
6.3	Raznovrstnost močnih vezi v spletnem socialnem omrežju	39
6.4	Raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve.....	40
6.5	Zaznavanje lastne zaposljivosti	42
6.6	Preverjanje hipotez	44
6.6.1	Hipoteza 1	44
6.6.2	Hipoteza 2	45
6.6.3	Hipoteza 3	47
6.6.4	Hipoteza 4	49
7	Sklep.....	51
8	Literatura	54

Kazalo slik

Slika 6.1:	Indikator raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju	39
Slika 6.2:	Indikator raznovrstnosti močnih vezi v spletnem socialnem omrežju.....	40
Slika 6.3:	Indikator raznovrstnosti oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve	41
Slika 6.4:	Zaznavanje lastne zaposljivosti.....	43

Kazalo tabel

Tabela 5.1:	Indikatorji uporabe spletnih socialnih omrežij	28
Tabela 5.2:	Indikator raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju	29
Tabela 5.3:	Indikator raznovrstnosti močnih vezi v spletnem socialnem omrežju	30

Tabela 5.4: Indikator raznovrstnosti oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve.....	31
Tabela 5.5: Zaznavanje lastne zaposljivosti	31
Tabela 5.6: Spol, starost, izobrazba anketiranca	33
Tabela 5.7: Trenutni zaposlitveni status, način iskanja zaposlitve, iskanje nove zaposlitve ...	34
Tabela 5.8: Načini iskanja dela	35
Tabela 5.9: Uporaba spletnih socialnih omrežij.....	36
Tabela 6.1: Uporaba spletnih socialnih omrežij.....	37
Tabela 6.2: Uporaba spletnih socialnih omrežij (nove spremenljivke).....	38
Tabela 6.3: Raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju.....	38
Tabela 6.4: Raznovrstnost močnih vezi v spletnem socialnem omrežju.....	39
Tabela 6.5: Raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve.....	41
Tabela 6.6: Zaznavanje lastne zaposljivosti	43
Tabela 6.7: Rezultati t-testa.....	44
Tabela 6.8. Linearna regresija za testiranje druge hipoteze	45
Tabela 6.9. Koeficienti linearne regresijske analize.....	46
Tabela 6.10. Linearna regresija za testiranje tretje hipoteze	47
Tabela 6.11. Koeficienti linearne regresijske analize	48
Tabela 6.12. Linearna regresija za testiranje četrte hipoteze	49
Tabela 6.13. Koeficienti linearne regresijske analize	50

1 Uvod

»Iskanje zaposlitve je zaposlitev, zato v skladu s tem dejstvom načrtujte svoje aktivnosti in bodite dosledni pri uresničevanju svojih zaposlitvenih ciljev« (Karierni center Univerze v Ljubljani 2016).

Gospodarska kriza, ki se je začela leta 2008, je po podatkih Eurofonda, evropske fundacije za izboljšanje življenjskih in delovnih razmer, izrazito prizadela mlade iskalce zaposlitve. V prvih letih krize so delodajalci omejili novo zaposlovanje. Zaradi varčevalnih ukrepov se je zmanjšalo število prostih delovnih mest. Število iskalcev zaposlitve je od začetka krize pa do leta 2014 naraščalo (SURs 2015; ZRSZ 2015).

Da bi bili iskalci zaposlitve konkurenčni na trgu dela, morajo posegati po različnih tehnikah iskanja zaposlitve. S pojavom interneta in predvsem spletnih socialnih omrežij so se iskalcem zaposlitve odprle nove možnosti. Raziskovalci (Wellman 2002; Lenaerts in drugi 2016) se strinjajo, da uporaba in participacija na spletnih socialnih omrežjih močno poveča socialni kapital, poveča potencial informacij in pogostost stikov s prijatelji in znanci, ne glede na njihov kraj bivanja. Spletna socialna omrežja so za uporabnika lahko tudi platforma, kjer se predstavljajo potencialnim delodajalcem (Lenaerts in drugi 2016). Nekatera spletna socialna omrežja, na primer LinkedIn, so bila kreirana prav v namene profesionalnega mreženja in iskanja zaposlitvenih možnosti. Potencial, ki se kaže v različnih oblikah, se skriva v vseh vrstah sodobnih spletnih socialnih omrežjih (Wellman 2002; Lenaerts in drugi 2016).

Raziskovalci poudarjajo predvsem pomen šibkih vezi v posameznikovem osebem omrežju. Šibke vezi nosijo ključne informacije, ki posamezniku pomagajo pri iskanju zaposlitve. Poleg tega šibke vezi služijo tudi kot mostovi med različnimi omrežji posameznikov, kar poveča raznolikost informacij (Granovetter 1983; Konrad in Wright Brown 2001).

Namen diplomske naloge je ugotoviti, ali posamezniki, ki iščejo zaposlitev, uporabljajo spletna socialna omrežja v namene iskanja zaposlitve. Želel sem ugotoviti, ali imajo zaradi uporabe spletnih socialnih omrežij, v svojem spletnem socialnem omrežju več oseb, ki bi jim lahko pomagale pri iskanju zaposlitve, ter če se posamezniki zaradi tega zaznavajo kot bolj zaposeljive.

Analiza je bila narejena na neslučajnem vzorcu uporabnikov spletnih socialnih omrežij. Omejil sem se na uporabo spletnega socialnega omrežja Facebook. Facebook je trenutno

največje socialno omrežje, ki ima danes okrog 1,65 milijarde uporabnikov (Social bakers 2016). Uporablja se ga lahko za različne namene, mene pa je zanimala predvsem uporaba za namene iskanja zaposlitve. Hipoteze sem postavili na podlagi znanstvene literature in empiričnih raziskav ter jih preverjal z multivariatnimi statističnimi metodami.

Diplomska naloga je sestavljena iz dveh delov, teoretskega in empiričnega. V teoretskem delu sem najprej opredelil zaposljivost in opisal težave pri iskanju zaposlitve mladih. Osredotočil sem se na socialna omrežja posameznikov in spletna socialna omrežja ter pregledal, kako si z njimi lahko pomagajo v procesu iskanja zaposlitve. V empiričnem delu sem predstavil postopek operacionalizacije in zbiranja podatkov. Nazadnje sem predstavil rezultate multivariatnih analiz.

2 Zaposljivost

Kramberger (2007) je zaposljivost definiral kot pogoj za zaposlenost, obenem pa sposobnost posameznika, da si pridobi zaposlitev. Hillage in Pollard (1998) pravita, da je zaposljivost sposobnost samozadostnega gibanja po trgu dela na način, da realizira potencial s trajnostno zaposlitvijo. Rothwell (2004) definira zaposljivost kot sposobnost obdržati službo, ki jo nekdo ima oziroma dobiti službo, ki jo nekdo hoče. Posameznik si je sposoben poiskati delo, ki ga hoče, ne glede na razmere na trgu dela in življenjske okoliščine.

Zaposljivost je odvisna od posameznikovih veščin, spretnosti in iznajdljivosti pri iskanju zaposlitve. Sem spadajo poklicne kompetence posameznika, njegova izobrazba, veliko vlogo imajo tudi osebne kompetence in mehke veščine (komunikacijske veščine, vodstvene veščine, sposobnost odločanja ...) (Hillage in Pollard 1998; Rothwell 2004; Kramberger 2007; Ignjatovič in Trbanc 2009; Mladinski svet Slovenije 2010; ZSSS 2013). Zelo je pomembno, da zna posameznik prej naštete kvalitete dobro predstaviti delodajalcem in trgu dela (Hillage in Pollard 1998). Pri tem mu je v pomoč socialno omrežje kot vir socialnega kapitala, potenciala informacij, pretoka in dosega informacij (Granovetter 1983; Logue 1993; Ellison 2007). Poleg naštetih kompetenc in lastnosti posameznika pa na zaposljivost vplivajo tudi trenutne razmere na trgu dela (Hillage in Pollard 1998).

2.1 Problem zaposljivosti

Na trgu delovne sile se iskalci zaposlitve soočajo s spremenjeno strukturo zaposlitvenih možnosti. Povečalo se je število zaposlitev, ki predstavljajo manjšo varnost. Tako je vedno več zaposlitev za krajši in določen delovni čas (Ule v Društvo forum 21). Za tiste, ki prvič iščejo zaposlitev, v ospredju so predvsem mladi, je značilno, da imajo na trgu dela večjo dinamiko. Kaže se v večjem številu prehodov med šolanjem, zaposlenostjo in brezposelnostjo (Trbanc 2007). Posledica tega je pogostejša brezposelnost med mladimi, vendar obdobje brezposelnosti traja manj časa kot pri starejših (Trbanc 2007; Eurofound 2011).

Korver in Oeij (2004) sta opozorila na »problem zaposljivosti«, kjer izpostavljata skupine z manjšim potencialom za pridobivanje zaposlitve. Njihove sposobnosti za iskanje dela so slabše razvite ali pa so se znašli na bolj tveganih trgih dela. V to skupino spadajo osebe, ki prvič iščejo zaposlitev, mladi iskalci, osebe brez kakršnih koli izkušenj.

Trbanc (2007) pravi, da se mladi velikokrat ne prijavijo na zavod za zaposlovanje kot brezposelni in se ne vpišejo v evidenco brezposelnih oseb. Nekateri ne izpolnjujejo formalnih pogojev, drugi pa so mnenja, da ne bodo imeli želene koristi. Tako iščejo zaposlitev na druge načine. Pogosto se iskanja lotijo nesistematično in brez cilja, ne da bi vedeli, kakšno zaposlitev si sploh želijo (Merkač Skok 2005).

Kljub temu, da imajo mladi določene značilnosti, ki so na trgu dela zelo iskane, pa so med drugim tudi najbolj občutljivi za spremembe na trgu dela in posledično ranljivi (Korver in Oeij 2004; OECD 2012; ZSSS 2013).

Trbanc in Verša (2002) govorita o tem, da so mladi za delodajalce zanimivi zaradi treh sklopov značilnosti: njihovo znanje, delovne izkušnje in njihov sociokulturni kapital, kot posledica socializacije, osebnih lastnosti in predhodnih izkušenj. Mladi imajo veliko znanja iz izobraževalnega sistema, poklicno znanje, informacijsko znanje, so fleksibilni in polni mehkih veščin (komunikacijske veščine, organizacijske sposobnosti, sposobnost timskega dela, računalniška pismenost, sposobnost odločanja, avtonomija ...) (Kramberger 2007; Ignjatovič in Trbanc 2009; Bandelj, Franca in Trunk Širca 2010; Mladinski svet Slovenije 2010, ZSSS 2013).

V primerjavi s starejšimi zaposlenimi mladim primanjkuje delovnih izkušenj, kvalifikacij in zahtevanih znanj (Spruk in Verša 2004; Kramberger 2007; Ignjatovič in Trbanc 2009; Mladinski svet Slovenije 2010; ZSSS 2013). Kramberger (2007) pravi, da delodajalci občutijo tudi pomanjkljivosti nepoklicnih in netehničnih sposobnosti, odgovornosti, zanesljivosti in pripadnosti podjetju. Od starejših so mlajši manj potrpežljivi, manj spoštljivi do avtoritete, reda in pravil, manj dosledni ter manj izkušeni (Eisner 2005; Šaponja 2006).

Problematiko brezposelnosti se skuša reševati z raznimi usposabljanji in praktičnimi izobraževanji, ki posameznikom nudijo praktična življenjska znanja. Ta znanja bi povečala potencial posameznikove zaposljivosti. Izobraževanja poleg strokovno tehničnih kompetenc posvečajo pozornost tudi osebnostnim kompetencam (Žirovnik 2009). Različne organizacije na državni in lokalni ravni v t. i. tednih zaposljivosti organizirajo različna svetovanja in

testiranja zaposljivosti (Društvo Mladinski ceh 2012). Nekatere organizacije celo poizkušajo z uveljavo dobrih praks tujih držav, kjer problem brezposelnosti uspešno rešujejo. Tako razvijajo izobraževalne programe, kjer se posveča pozornost, da se mladi že v času izobraževanja intenzivno ukvarjajo z načrtovanjem kariernih poti in pridobivanjem ustreznih veščin za lažji vstop na trg dela (ZSSS 2013). Po mnenju Mladinskega ceha bi za izboljšanje problematike zaposljivosti morali več pozornosti nameniti pomoči mladim, da bi se lahko pravočasno in kvalitetno odločali o nadaljnjem izobraževanju in načrtovanju poklicne poti. Mladim bi morali omogočiti, da se kar najbolje naučijo veščin, ki pomagajo pri iskanju zaposlitve in okrepijo zavedanje lastnega znanja, njihovih delovnih izkušenj in njihovega socialnega kapitala, poleg tega pa tudi sposobnosti, da njihovo znanje dobro predstavijo in ovrednotijo (Društvo Mladinski ceh 2012).

2.2 Načini iskanja zaposlitve

Joyce (v Ming-Yen Teoh in drugi 2013) ugotavlja, da se že od sredine devetdesetih let prejšnjega stoletja spreminjajo načini iskanja zaposlitve in načini rekrutiranja. To pripisujejo pojavu interneta. Internetne tehnologije so do danes omogočile ogromne spremembe iskanja zaposlitve. Skoraj vsako prosto delovno mesto je danes objavljeno na internetu, na spletni strani podjetja, spletnih zaposlitvenih portalih ali na spletnem profilu spletnih socialnih omrežij podjetja (Ming-Yen Teoh in drugi 2013).

Internet iskalcu zaposlitve omogoča popolno časovno in geografsko neodvisnost, brez kakršnega koli stroška. Posamezniki lahko iščejo delo, ki je objavljeno na spletnih straneh različnih organizacij, iščejo informacije o podjetjih in stopajo v stik s potencialnimi delodajalci (Batram v Ming-Yen Teoh in drugi 2013).

Internet, še posebej pa t. i. splet 2.0, je z vsemi aplikacijami, ki jih nudi, omogočil posamezniku, da na internetu ni več izoliran akter, ampak je vpet v ogromno mrežo interakcij in informacij (LaPlante 2011).

Raziskovalci v osnovi ločijo metode iskanja zaposlitve na pasivno obliko in aktivno obliko. Zaletel (2006) meni, da je za boljše rezultate pri iskanju zaposlitve potrebno uporabljati obe obliki, poudarja pa, da aktivna oblika iskanja zaposlitve prinaša boljše rezultate (Zaletel 2006; Karierni centri Univerze v Ljubljani 2016).

Pasivni način – formalna oblika

Podjetja na različne portale objavljajo prosta delovna mesta, iskalci zaposlitve pa se na ta delovna mesta prijavljajo in čakajo na pozitiven odgovor. Pasivne oblike iskanja zaposlitve so manj učinkovite v primerjavi z aktivnimi (Zaletel 2006, Karierni centri Univerze v Ljubljani 2016).

Primeri nekaterih pasivnih oblik iskanja zaposlitve so prijava na tiskane in internetne zaposlitvene oglase, iskanje zaposlitve prek interneta, iskanje zaposlitve prek zaposlitvene agencije, iskanje zaposlitve prek zavoda za zaposlovanje in drugih formalnih ustanov in pošiljanje ponudb na slepo (Zaletel in Palčič 2008).

Aktivni načini – neformalna oblika

Po podatkih Kariernih centrov Univerze v Ljubljani (2016) naj bi se 80,0 % delovnih mest zapolnilo z aktivnimi metodami iskanja zaposlitve.

Med aktivne oblike iskanja zaposlitve avtorji uvrščajo mreženje, (karierne) zaposlitvene sejme, multipliciranje ali povečevanje posameznikove prisotnosti pri zaposlovalcih, usmerjeno komuniciranje s podjetji in uporabo spletnih socialnih omrežij (Facebook, LinkedIn, Twitter) (Karierni centri Univerze v Ljubljani 2016).

Posameznik si konkurenčno prednost pred ostalimi lahko zagotovi z mreženjem na spletnih socialnih omrežjih (van Hoya 2009). Kljub temu, da spletna socialna omrežja sprva niso bila ustvarjena s tem namenom, skrivajo velik potencial nabora informacij in možnosti promocije posameznika za zaposlitev. Vključevanje spletnih socialnih omrežij v proces iskanja zaposlitev lahko prinaša zelo pozitivne rezultate (LaPlante 2011).

3 Socialna omrežja

Ko socialne vezi med sabo povezujejo množico enot, govorimo o socialnem omrežju. Enote so v tem primeru lahko posamezniki, organizacije, skupine ipd., vezi pa predstavljajo razmerja med njimi (Iglič 1989). Socialna omrežja se razlikujejo po sestavi, strukturi, velikosti in lastnosti vezi. Vezi v omrežju ločimo po vsebini in moči vezi. Socialno omrežje se torej nanaša na skupino ljudi, ki imajo določen način interakcije oziroma kontakta. Moč vezi je odvisna od kombinacije časa, čustev in zaupanja med dvema posameznikoma (Granovetter 1973). Socialno omrežje vsebuje vrsto raznih odnosov med akterji, npr. virtualni, zaprti, intenzivni, pogostejši, redkejši ipd. Način interakcije je lahko prijateljstvo med posamezniki, delavno razmerje, izobraževalno razmerje, sorodstveno razmerje itd. Posamezniki ali skupine so lahko med seboj povezani tudi prek več različnih vezi. Tako je oseba z nekom povezana npr. prek prijateljske vezi, obenem pa je ista oseba tudi njen sodelavec. Te vezi raziskovalci imenujejo multipleksne vezi. Več povezav kot vsebuje vez, bolj multipleksna je (Wellman in drugi 1997; Haythornthwaite 2000).

Osebno omrežje je zgrajeno zelo kompleksno. Značilnosti socialnega omrežja in akterjev status v tem omrežju do neke mere pojasnjujejo vedenje akterja. Akter se prek socialnega omrežja z različnimi vrstami odnosov vključuje v socialno okolje. To okolje pa posamezniku omogoča uresničevanje njegovih ciljev (Wellman in drugi 1997; Haythornthwaite 2000).

Socialno omrežje akter sestavlja zavestno, glede na njegove želje po upravljanju in kontroliranju različnih stanj (Haythornthwaite 2000). Po Gidlchrist (v Mandič in Hlebec 2005) socialna omrežja:

- omogočajo posamezniku izmenjavo raznih dobrin in informacij,
- nudijo podporo v obliki pomoči, ki jo potrebujemo pri reševanju stisk in problemov in
- omogočajo skupinsko sodelovanje oziroma združevanje.

3.1 Socialni kapital socialnega omrežja

Finsven (2008) je socialni kapital definiral kot agregat aktualnih in potencialnih virov, ki so povezani s posedovanjem trajnih omrežij, bolj ali manj institucionaliziranih odnosov

vzajemnega poznanstva in prepoznavanja; ali z drugimi besedami, s članstvom v skupini, ki vsakemu od članov nudi kolektivno posedovan kapital. Lin (1999) socialni kapital razume kot investicijo v socialne odnose s pričakovanimi rezultati. Posamezniki so vključeni v interakcije s soljudmi in uporabljajo mreženje zgolj zato, da imajo od tega neko korist. Putnam (2004) pravi, da je socialni kapital zbirka virov dostopnih ljudem preko socialnih interakcij. Če povzamemo, so bistvo socialnega kapitala viri, dostopni posameznikom prek socialnih interakcij (Lin 2001, Putnam 2004).

Socialne vezi v socialnem omrežju potencialno povečajo vpliv na neko osebo, ki igra ključno vlogo za dosego našega cilja (Lin 1999). Lin in drugi (1981) pravijo, da je posameznikovo socialno omrežje kot voz poln priložnosti, ki potuje v smeri zaposlitvenih možnosti. Te vezi oziroma kontakti nosijo dodatno težo in moč, ki lahko posamezniku doprinesejo korist pri iskanju zaposlitve. Posameznik je prek socialnih vezi povezan z bogatimi resursi, ki so za nekoga ali neko organizacijo zelo pomembni in tako posledično postane zanimiv na trgu dela. Od socialnih relacij se pričakuje, da okrepijo identiteto in prepoznavnost, lastnosti, ki vzdržujejo mentalno zdravje in garancijo dostopa do resursov (Lin 1999). Posamezniki z velikimi raznovrstnimi socialnimi omrežji imajo več socialnega kapitala, kot pa tisti z majhnimi in manj raznovrstnimi mrežami (Valenzuela in drugi 2009). Lin (2001) pravi, da socialni kapital omogoča posameznikom dostop do informacij in priložnosti, ki so v nasprotnem primeru nedostopne. Po mnenju Valenzuele (2009) je izboljšanje posameznikove dobrobiti in kvalitete življenja stranski produkt socialnega kapitala.

Raziskovalci socialni kapital delijo na premostitveni in povezovalni socialni kapital (Granovetter 1983; Leonard 2004; Ellison in drugi 2007), ki naj bi bila med seboj povezana ampak ne enaka (Škorić in Ying 2009). Putnam (2004) povezovalni in premostitveni socialni kapital razume kot nasprotni si omrežji, obrnjeni navznoter oziroma navzven, vključujoči ali izključujoči, heterogeni ali homogeni.

3.1.1 Povezovalni socialni kapital

Povezovalni socialni kapital so raziskovalci sprva razlagali kot dejavnost, ki prinaša tesnejše povezovanje z ljudmi, ki jih že poznamo (Gittel in Vidal v Yuan in Gay 2006). Kasneje so ga razlagali kot sredstva, ki jih ljudje pridobijo iz vezi znotraj skupine (Adler in Kwon 2002; Leonard 2004; Putnam 2004). Posamezniki v teh skupinah si pogosto delijo podobne

življenjske zgodbe in so močno čustveno povezani v omrežje, ki je pogosto zelo homogeno (Škorić in Ying 2009). Ker je omrežje velikokrat zaprto za ostale, je socialni kapital zelo omejen in imajo korist le tisti z internim dostopom (Leonard 2004).

Povezovalni socialni kapital je odraz močnih vezi z družino ali tesnimi prijatelji, ki posamezniku lahko nudijo čustveno oporo ali pa dostop do omejenih virov (Putnam 2004; Ellison in drugi 2007).

Visoka stopnja homogenosti skupin, povezanih z močnimi vezmi zaupanja, solidarnosti in hitro zmožnostjo podpiranja takojšnjih potreb, pa njihovim članom lahko preprečijo nekatere možnosti razvoja. Boljše možnosti za napredek si posamezniki lahko pridobijo samo s tvorjenjem vezi z drugimi skupinami in tako z njimi razvijajo premostitveni socialni kapital (Leonard 2004).

3.1.2 Premostitveni socialni kapital

Gitell in Vidal (v Yuan in Gay 2006) sta premostitveni socialni kapital definirala kot dejavnost, ki združuje ljudi ali skupine, ki se pred tem niso poznali. S tem je nakazan začetek katerega koli odnosa, če izvzamemo sorodstvene odnose.

O premostitvenem kapitalu govorimo takrat, ko se člani neke skupine povežejo s člani drugih skupin, da bi si pridobili določeno korist, potrebujejo podporo ali pa iščejo informacije. Prav zaradi tega premostitveni kapital nekateri razumejo kot križno prepletene vezi (Larsen in drugi 2004). Premostitveni kapital se odraža s sredstvi, ki jih posamezniki pridobijo iz svojih vezi z osebami drugih omrežij oziroma skupin, zunaj svoje skupine (Adler in Kwon 2002; Putnam v Yuan in Gay 2006).

Premostitveni socialni kapital posameznike med seboj povezuje bolj posredno, saj temelji na omrežjih s šibkimi vezmi. Posamezniki si prek teh vezi lahko pridobijo koristne informacije ali nove možnosti, težko pa si pridobijo čustveno oporo (Granovetter 1983). Raziskovalci se strinjajo, da je premostitveni socialni kapital zelo pomemben za posameznika, saj prek premostitvenih zunanjih povezav omogoča pot ostalim vrstam kapitala, ki mu omogočajo pridobivanje ugodnosti (Leonard 2004; Bottrell 2009).

3.2 Pomembnost socialnih vezi pri iskanju zaposlitve

3.2.1 Močne in šibke vezi

Socialna omrežja medsebojno povezujejo posameznike z različnimi vezmi. Avtorji različno klasificirajo pogoje, ki definirajo moč vezi. Granovetter (1973) je moč interpersonalne vezi definiral kot kombinacijo časovnega obdobja, emocionalne intenzitete, intimnosti in recipročnih storitev, ki karakterizirajo vez. Močnejša kot je vez med dvema posameznikoma, večja je možnost, da bo obstajala neka tretja oseba, ki bo povezana z njima obema, bodisi z močno ali šibko vezjo. Homanova (v Granovetter 1950) ideja govori o tem, da večja kot je frekvenca interakcije med dvema posameznikoma, močnejša je sentimentalnost za prijateljstvo. Avtorji se strinjajo, da močnejša kot je vez, ki povezuje dva posameznika, bolj podobna sta si v različnih pogledih (Berscheid in Walster v Granovetter 1969). Močne vezi so torej povezave med posamezniki, ki imajo intimen in emocionalen odnos, poleg tega pa je frekvenca interakcij velika, saj se srečujejo v veliki meri. Močne vezi po navadi povezujejo ljudi v istih krogih, torej je velika možnost, da so s svojimi prijatelji, znanci in celo sodelavci povezani prek močnih vezi (Granovetter 1973).

3.2.2 Pomen šibkih vezi pri iskanju zaposlitve

Granovetter (1973) je raziskoval pomembnost šibkih vezi v naših socialnih omrežjih. Izpostavil je predvsem šibke vezi in dokazal njihovo pomembno vlogo in potencial v posameznikovem socialnem omrežju za namen pridobivanja zaposlitve.

Avtor je konceptualiziral posameznikovo omrežje osebnih kontaktov, med katerimi obstajajo vezi, ki se razlikujejo glede na moč. Parametri socialnih omrežij posameznikov postavljajo količinske omejitve za informacije, ki si jih kot iskalci dela lahko pridobimo skozi naše povezave (Granovetter 1973).

Dve osebi, povezani z močno vezjo, si navadno delita veliko skupnih prijateljev, torej sta si njuni socialni mreži zelo podobni. Čeprav velja, da so močne vezi tiste, ki nam nudijo več opore in informacij, so ti resursi po navadi zelo omejeni, saj izvirajo iz podobnih socialnih krogov. Granovetter (1973) je izhajal iz hipoteze, ki demonstrira načelo, da si bosta dve osebi,

ki sta si podobni, ustvarili močno povezavo, kar pa pomeni, da se bodo podobni ljudje socializirali z njim podobnim in tako ustvarili neko omrežje, ki pa bo posledično imelo omejene resurse. Šibka vez omogoča dostop do drugih resursov, saj je manjša verjetnost, da se dve osebi s šibko vezjo gibljeta v podobnih socialnih krogih.

Granovetter (1973) je šibke vezi primerjal z mostovi, ki povezujejo različna socialna omrežja med seboj (vir premostitvenega socialnega kapitala). Bile naj bi edine poti resursov, ki povezujejo dve različni točki. V večjih omrežjih je lahko tudi več različnih mostov, ki povezujejo dve različni strani. Vse šibke vezi ne funkcionirajo nujno kot mostovi, na drugi strani pa so vsi mostovi šibke vezi. Vsaka vez nujno ne zagotavlja neposredne povezave med posamezniki, ampak nudi posredno povezavo med omrežji in zagotavljajo možnost povezave z novimi posamezniki. Prav zaradi dejstva, da šibke povezave nudijo možnost novih povezav, je potencial šibkih vezi lahko ogromen. Izguba neke šibke vezi lahko posamezniku v smislu resursov prinese več škode kot pa izguba povprečne močne vezi. Izguba močne vezi se sicer izraža v izgubi zaupanja in čustvene opore, ne izraža pa se v izgubi šibkih povezav znotraj posameznikovega omrežja. Na drugi strani pa se izguba šibke vezi lahko izraža v izgubi določenega števila povezav, s katerimi ta oseba v nasprotnem primeru ne bi bila povezana. Če povzamemo, s šibkimi vezmi se lahko doseže več kontaktov kot z močnimi (Granovetter 1973, 1983; Burt v Van Hoya 2009).

Granovetter (1973, 1983) je šibko vez, ki funkcionira kot edina pot med dvema velikima omrežjema, poimenoval lokalni most. Koncept lokalnega mostu je opisal kot najkrajšo, najverjetnejšo in najbolj efektivno pot med dvema točkama, ki je včasih lahko celo edina alternativa. Lokalni mostovi so najpomembnejše šibke vezi, kjer bo posameznik občutil največ škode v primeru, da bi se vez prekinila (Granovetter 1973). To je kasneje potrdil tudi Friedkin (1980), ki je testiral Granovetterjeve hipoteze o šibkih vezeh in lokalnih mostovih. V nadaljevanju je poudaril, da čeprav lokalni mostovi teoretično predstavljajo najbližjo pot med dvema naključnima osebama, ti mostovi ne predstavljajo nujno tudi najverjetnejše poti. Dejstvo, da sta lahko dva posameznika povezana prek te vezi, še ne pomeni, da bosta na kakršen koli način zaradi svoje povezanosti profitirala.

Šibke vezi se po navadi oblikujejo v okviru šole, dela oziroma drugih sfer, kjer ljudje komunicirajo na razmeroma neosebni ravni. Študije so pokazale, da so velikokrat šibke vezi uporabljene za iskanje nove zaposlitve oziroma pridobivanje novih informacij (Granovetter,

1983; Konrad in Wright Brown 2001; Burt v Van Hoya 2009). Poleg tega so raziskave pokazale, da so šibke vezi pogosto uporabljene s strani višje izobraženih ljudi.

Vsekakor pa je potrebno poudariti, da so tudi močne vezi pomembne in v nekaterih primerih zelo uporabne pri iskanju prve zaposlitve. Čeprav so šibke vezi tiste, ki nudijo posamezniku dostop do novih informacij, so močne vezi tiste, ki posamezniku nudijo socialno oporo in na katere se bo obrnil po pomoč (Granovetter 1973, 1983; Friedkin 1980).

3.3 Mreženje za zaposlitev

Formalno-neformalna klasifikacija iskanja zaposlitve mreženje definira kot specifičen tip neformalnega iskanja zaposlitve (Saks in Ashforth v Van Hoya in drugi 2009). Neformalna pot iskanja dela ne vključuje formalnih posrednikov, ampak temelji na povezovanju s prijatelji, sorodniki ali znanci (Van Hoya in drugi 2009), medtem ko formalna pot vključuje formalne posrednike kot so zaposlitvene agencije itd.

Poznamo še pripravljajno-aktivno klasifikacijo, kjer mreženje uvrstimo med pripravljajno pot. Proces iskanja dela lahko razdelimo na dva različna dela: prvi je pripravljajni, kjer gre za iskanje informacij o potencialnih zaposlitvah skozi različne kanale in vire, drugi del pa je aktivni in obsega povezovanje in povpraševanje s perspektivnimi delodajalci (Saks in Ashforth v Van Hoya in drugi 2009).

Nardi, Whittaker in Schwarz (2002) so konceptualizirali osebna socialna omrežja kreirana v delovnem okolju. Poimenovali so jih »namenska omrežja« (Intentional networks). Poudarjajo, da posameznikovo socialno omrežje igra pomembno vlogo v njegovi karieri. Prav tako so mnenja, da nove tehnologije spreminjajo že ustaljene načine komuniciranja na delovnem mestu in da pomembnost ustvarjanja in nato vzdrževanja teh namenskih omrežij privede do razlik v odnosih med zaposlenimi. Zaznati je mogoče, da zaposleni namensko ustvarjajo te mreže poznanstev in jih vzdržujejo z namenom, da jim bodo v preteklosti koristile v delovne ali pa privatne namene.

Forret in Daugherty (v Van Hoya in drugi 2009) sta proces mreženja za iskanje zaposlitve definirala kot posameznikove poizkuse oblikovanja in oskrbovanja razmerji s tistimi, ki imajo potencial pomoči pri njihovi karieri oziroma delu. Wanberg (v Van Hoya in drugi 2009)

mreženje definira kot posameznikova dejanja v smeri povezovanja se s prijatelji, znanci in drugimi, torej tistimi, ki iskalcu zaposlitve predstavljajo informacije, sledi ali nasvete v smeri pridobivanja zaposlitve.

Zaposleni vlagajo veliko truda v izgradnjo in vzdrževanje namenskih mrež. Kontaktom, za katere menijo, da so zanje pomembni, sledijo in spremljajo njihovo poklicno in karierno pot. Na ta način so zanje dostopnejši in lažje vzpostavljajo učinkovitejši stik, ki jim po potrebi prinaša večje koristi. Gre predvsem za to, kako si posameznik med kreiranjem omrežja zapomni, kdo so posamezniki v njegovem omrežju, se zaveda sprememb njihovega prebivališča, delavnega mesta, predvsem pa da zna previdno izbirati, kako z njimi komunicirati kar najbolj učinkovito. Kreiranje in ohranjanje uspešnega profesionalnega omrežja od posameznika zahtevata veliko truda in premišljenih dejanj (Nardi, Whittaker in Schwarz 2002).

Mreženje od iskalca zaposlitve zahteva povezovanje z njegovim socialnim omrežjem, karakteristike tega socialnega omrežja pa bodo določale intenzivnost in profitabilnost le tega (Van Hoya in drugi 2009). Kompozicija in struktura posameznikovega socialnega omrežja sta ključna elementa za uspešnost (Granovetter 1973; Van Hoya in drugi 2009). Raziskave so se do sedaj osredotočale predvsem na razlike uporabe socialnih omrežij med posamezniki, potencial samih omrežij pa so ignorirale (Ophir in drugi v Van Hoya in drugi 2009). Ni znano, ali tisti, ki imajo večja omrežja z boljšo kompozicijo, ta omrežja za iskanje zaposlitve tudi uporabljajo. Poleg tega tudi ni jasno, do kakšne mere je učinkovitost mreženja odvisna od karakteristik posameznikovega socialnega omrežja (Van Hoya in drugi 2009).

Nardi, Whittaker in Schwarz (2002) so izoblikovali tri pravila, po katerih bi se zaposleni mogli ravnati, da si vzpostavijo uspešno namensko mrežo:

- gradnja omrežja (dodajanje novih kontaktov v omrežja, da si posledično zagotovijo dostop do kar največ virov),
- vzdrževanje omrežja (ohranjanje stika s kontakti) in
- aktivacija kontaktov, ko jih potrebujejo.

Mreženje z namenom iskanja zaposlitve je namenska raba svojega socialnega omrežja za doseg cilja. Pričakuje se, da bosta struktura omrežja in prav tako kompozicija le-tega močno vplivala na intenzivnost in učinkovitost iskalčevega procesa mreženja (Van Hoya 2009).

4 Spletna socialna omrežja

Wellman in drugi raziskovalci (1996) so se pred pojavom spletnih socialnih omrežij ukvarjali z računalniškimi omrežnimi skupnostmi in ugotovili, da tokovi informacij skozi računalniško vzdrževana socialna omrežja omogočajo vzpostavitev novih informacij, ki so lahko pomembne za posameznika. Nepredvidljivost teh informacij omogoča dostop do novih kontaktov in novih prej nepoznanih socialnih omrežij. Povezovanje z drugimi socialnimi omrežji povečuje verjetnost, da se najdejo želene informacije (Wellman v Kraut in Attwell 1993). Velikokrat se namreč zgodi, da pridemo do informacije nepričakovano prek neke tretje osebe, ki je nikoli prej nismo poznali. Informacije, na katere naletimo nepričakovano, nam lahko pomagajo rešiti nekatere probleme še pred nastankom (Wellman in drugi 1996).

Pojav spletnih socialnih omrežij je korenito spremenil način komuniciranja, iskanja informacij, pridobivanja informacij, iskanja zaposlitve itd. Uporabniki so spletna socialna omrežja vpeljali v dnevno rutino. Spletna socialna omrežja zadovoljujejo širok spekter različnih interesov, so časovno in prostorsko skoraj neomejena, zato je njihova uporaba zelo obširna in različna. Uporabniki teh omrežij na spletu iščejo somišljenike, družbo, različne informacije, socialno oporo svojih bližnjih in poslovne možnosti (Wellman in drugi 1996; Wellman 2001; Boyd in Ellison 2007, 2008; Boyd 2010). Večina spletnih socialnih omrežij podpira vzdrževanje že obstoječih osebnih socialnih omrežij. Spletna socialna omrežja so z možnostjo objavljanja različnih informacij na spletu povzročila, da smo veliko bolj vidni in lažje najdeni (Shirky 2009).

Boyd in Ellison (2007) sta pojav spletnih socialnih omrežij definirala kot spletno podprte storitve, ki uporabnikom omogočajo:

- konstruirati javen ali delno javen profil na omejenem sistemu,
- urediti seznam drugih uporabnikov, s katerimi si delijo informacije in
- opazovanje in pregledovanje seznama uporabnikov in seznamov drugih uporabnikov.

Edinstvenost spletnih socialnih omrežij se ne izraža z možnostjo spoznavanja neznancev, ampak z lastnostjo sistema, kjer lahko drugim pokažemo naše osebno omrežje. To lahko prispeva k novim povezavam med posamezniki, ki se v nasprotnem primeru ne bi razvila. Wellman (2001) je še pred pojavom spletnih socialnih omrežij kot jih poznamo danes izpostavil, da veliko oseb ne komunicira zgolj v svojem socialnem omrežju. Zaradi iskanja

informacij in možnosti, ki jih ponujajo računalniška socialna omrežja, posameznik kroži še po drugih, sosednjih sferah omrežja, kar omogoča diverzitetno različnih virov socialnega kapitala.

Boyd in Ellison (2007) sta ugotovila, da uporabniki spletna socialna omrežja ne uporabljajo samo za mreženje z namenom spoznavanja novih ljudi, ampak v večji meri komunicirajo z osebami, ki so že del njihovega razširjenega socialnega omrežja.

Kljub mnogim različnim tehničnim lastnostim spletnih socialnih omrežij je ključnega pomena javni profil uporabnika, ki prikazuje seznam prijateljev, ki so prav tako uporabniki tega sistema. Profili so unikatne strani, ki jih po svoje oblikuje vsak uporabnik zase. Informacije, ki jih posamezniki vnesejo v sistem, so javno objavljene na profilu. Po navadi gre za starost, prebivališče osebe, interese, fotografije ... Z razvojem interneta so profili polni različnih modulov oziroma aplikacij, ki posameznikov profil naredijo še zanimivejši in kompleksnejši (Boyd in Ellison 2007; Boyd 2010). Uporabniki svoj javen ali delno javen profil aktivno in kontinuirano urejajo z namenom, da bi sebe čim boljše reprezentirali tistim, ki bodo mogoče videli njihov profil ali pa tistim, ki se jim želijo predstaviti. To je eksplicitni način, kako se s profilom vpisati med obstoječe v digitalnem svetu (Boyd 2006).

Kohne v Laplante (2011) pravi, da imajo tisti, ki imajo dobro ustvarjene spletne profile in z njimi kažejo dobro podobo o sebi, večje možnosti, da so prepoznavni. To jim daje prednost pri zaposlovanju. Dobra podoba oziroma dober sloves na spletu bo prej dosegel sfere potencialnih delodajalcev, kar pomeni več priložnosti. Poleg tega se aktualni osebni profili pogosteje pojavljajo kot zadetki spletnih iskanj.

Tako je profil (poleg predstavitve posameznika) tudi središče interakcije in prostor za komunikacijo ter deljenje različnega gradiva. Vsa komunikacija se izvaja na posameznikovem profilu, zato posameznik nima popolne kontrole nad tem dogajanjem. To lahko vpliva na podobo lastnika profila, zato lahko objave drugih uporabnikov omeji, česar pa se velika večina uporabnikov ne poslužuje (Boyd 2010).

Uporabnik profila najprej v sistemu identificira osebe, s katerimi je v kakršnem koli razmerju. Najbolj pogosta oznaka za povezavo na spletnih socialnih omrežjih je »prijatelj«, pojavlja pa se tudi »sledilec«, vedno manj pa »fan«. Pri večini spletnih socialnih omrežij gre za obojestransko povezavo, kjer oba akterja potrdita povezavo. Oznaka »prijatelj« velikokrat ni najbolj primerna, saj gre lahko za popolnoma drugačno razmerje med akterjema (Boyd in Ellison 2007, Boyd 2010).

Kot sem že izpostavil, je javno objavljen seznam prijateljev oziroma kontaktov ključna komponenta spletnih socialnih omrežij. Ker seznam kontaktov vsebuje povezave do profilov teh uporabnikov, je s tem omogočen natančen pregled omrežja drugega posameznika in njegovih kontaktov. Vidnost seznama se razlikuje glede na spletno socialno omrežje (Boyd in Ellison 2007).

Ustvarjanje novih prijateljstev na spletnih socialnih omrežjih je politične in družabne narave. Uporabniki se na različne načine odločajo, koga bodo sprejeli med svoje prijatelje. Zanimivo je, da posamezniki večkrat razmišljajo o razlogih zavrnitve prijateljstva kot pa o doprinosu, v primeru, da ga sprejmejo. Na eni strani so uporabniki, ki strogo omejujejo svoj seznam prijateljev, na drugi strani pa so uporabniki, ki aktivno iščejo in sprejmejo vsakega. V večini pa uporabniki sprejmejo tiste osebe, za katere smatrajo, da so del njihovega socialnega sveta. Te osebe so lahko trenutni prijatelji ali prijatelji iz preteklosti, lahko pa so tudi osebe, ki jih uporabnik komaj pozna, a se počuti dolžnega, da jih doda med prijatelje (Boyd in Ellison 2007; Boyd 2010).

Raziskave kažejo, da spletna socialna omrežja vzdržujejo odnose med posamezniki, s katerimi so bili že prej v nekem razmerju. Raziskovalci se strinjajo, da posamezniki ne uporabljajo Facebooka za iskanje novih poznanstev, ampak bolj za vzdrževanje že obstoječih »offline« razmerji, ki prej niso bila poglobljena. Posameznike na primer veže skupna preteklost (sošolci, sodelavci ...), vendar kasneje kontakta niso vzdrževali. Spletna socialna omrežja jim omogočijo, da se zopet najdejo in razmerje vzdržujejo. Pri tem gre predvsem za šibke vezi (Boyd in Ellison 2008).

Boyd (2008) trdi, da spletna socialna omrežja omogočajo mladim stik z njihovimi prijatelji, tudi če ne obstaja nobena druga možnost za druženje. Poleg tega pravi, da so spletna socialna omrežja omrežne skupnosti, ki prav tako kot osebni stiki podpirajo družabnost. Spletna socialna omrežja posamezniku omogočajo vzdrževanje in oplemenitenje osebnega socialnega omrežja.

Prav tako so spletna socialna omrežja pomembna pri iskanju zaposlitve. Ronn v Laplante (2011) pravi, da je bilo v procesu iskanja zaposlitve vedno najpomembnejše, koga poznamo. Možnost mreženja je zaradi vseh spletnih aplikacij enostavnejša. Posameznik je na ta način zmožen ohranjati zelo veliko omrežje z zelo malo truda. Medtem ko posameznik mreži z namenom iskanja zaposlitve in kreira nove stike, lahko obenem ohranja tudi razmerja z že obstoječimi kontakti. Ti obstoječi kontakti lahko pozitivno prispevajo k posameznikovem

iskanju zaposlitve v obliki nasvetov, referenc, socialne opore in pomembnih informacij. Spletna socialna omrežja omogočajo posreden ali celo neposreden stik s potencialnimi delodajalci in tistimi, ki imajo informacije o njih (Huang in drugi 2009).

4.1 Facebook

Facebook je najbolj popularno spletno socialno omrežje, ki je nastalo leta 2004 (Duggan 2014). Marca 2015 je imel Facebook 1,44 milijarde aktivnih uporabnikov. Dnevno je Facebook po podatkih Social bakers uporabljalo povprečno 936 milijonov uporabnikov (Lenaerts in drugi 2016, Social bakers 2016).

V ZDA se nekateri portali združujejo tudi z državnimi zaposlitvenimi institucijami. Inštitucije je k sodelovanju s Facebookom motivirala predvsem raziskava National Association of Colleges and Employers (NACE), kjer so odkrili, da je 50,0 % delodajalcev uporabljalo Facebook pri procesu zaposlovanja, 90,0 % podjetji pa je trdilo, da je zaposlovanje preko Facebooka cenovno ugodnejše od drugih oblik. Cilj tega projekta je podpora iskanja dela in deljenje informacij o prostih delovnih mestih preko Facebooka (Lenaerts in drugi 2016).

4.2 LinkedIn

LinkedIn je profesionalno usmerjeno spletno socialno omrežje. Osnovano je bilo leta 2002, v uporabo pa je prišlo leta 2003. Skozi vsa ta leta se je LinkedIn razvil v največje globalno spletno profesionalno omrežje, ki ima preko 364 milijonov individualnih uporabnikov in podjetij (Lenaerts in drugi 2016).

LinkedIn uporabnikom omogoča (Lenaerts in drugi 2016):

- urejanje profila,
- povezovanje z ostalimi uporabniki,
- iskanje prostih delovnih mest in
- objavljanje novih prostih delovnih mest.

Namen spletnega socialnega omrežja LinkedIn je povezovanje strokovnjakov s celega sveta. Poleg tega poskuša spremeniti načine zaposlovanja podjetij in objavljanja prostih delovnih mest. Tako lahko podjetja na spletnem omrežju ustvarijo svoj profil in na njem objavljajo prosta delovna mesta ali pa v ta namen urejajo t. i. karierne strani. Iskalci zaposlitve lahko do teh informacij dostopajo in iščejo priložnosti za zaposlitev preko možnosti splošnega iskalnika na strani ali pa preko direktne povezave z rekruti. Od leta 2011 lahko uporabniki LinkedIna oddajo svojo prošnjo za zaposlitev direktno prek opcije »Apply with LinkedIn« na seznamu prostih del, uporabnikov profil pa služi kot življenjepis. Uporabniki imajo opcijo, kjer se lahko pridružijo obstoječi interesni skupini. Od leta 2012 na LinkedInu obstaja funkcija, ki omogoča, da uporabniki drug drugemu potrjujejo (endorse) njihova znanja in kompetence. Zaradi teh lastnosti spletnega socialnega omrežja LinkedIn je za iskalca zaposlitve proces iskanja zaposlitve veliko bolj preprost, delodajalci pa imajo možnost dostopa do veliko različnih profilov, kjer lahko najdejo idealnega kandidata za njihovo odprto delovno mesto (Lenaerts in drugi 2016).

4.3 Twitter

Twitter je mikro blogerska spletna stran, kamor lahko uporabniki pošiljajo ali pa berejo kratka sporočila do obsega 140 znakov poimenovana »tviti«. Tvite lahko berejo samo registrirani uporabniki Twitterja. Uveden je bil leta 2006, marca 2015 pa je imel preko 302 milijonov aktivnih uporabnikov na mesec. Cilj Twitterja je omogočiti uporabnikom nemudoma ustvariti in deliti ideje in informacije. Idejo se v prakso implicira prek sledenja, sledilcev, re-tweet-a in javnega značaja spletnega servisa (Lenaerts in drugi 2016).

Uporabniki Twitterja so povezani med sabo ko »sledijo« (follow) nekemu oziroma drug »sledi« (followed) njim. Drugi uporabniki lahko že poslana sporočila oziroma »tvite« (tweet) ponovno objavijo oziroma posredujejo (re-tweet). Vsebina tvitov lahko zavzema katerokoli tematiko, tviti pa se lahko grupirajo glede na tematiko oziroma preko oznake teme (hash tag). Poleg tega ima Twitter tudi funkcijo »priljubljene teme« (trending topics), ki išče potencialno zanimivo tematiko za uporabnika prek algoritma, ki upošteva geografski položaj uporabnika in njegove interese (Lenaerts in drugi 2016).

Twitter je lahko zelo uporabno orodje za iskalce zaposlitve, delodajalce in podjetja. Iskalci zaposlitve lahko prek Twitterja dobijo več informacij o podjetjih, odkrivajo odprta novih delovnih mest, se pozanimajo o potrebnih kvalifikacijah za določena delovna mesta ali pa kontaktirajo zaposlene. Poleg tega lahko iskalci zaposlitve najdejo prosta delovna mesta preko splošne funkcije za iskanje. Podjetja ne uporabljajo Twitterja samo za namene marketinga in prodaje, pač pa tudi kot spletno stran, preko katere objavljajo tweete glede prostih delovnih mest ali iščejo ustrezne kandidate zanje. Takšni tweeti navadno vsebujejo informacije, kot so ime delovnega mesta, kratki opis delovnega mesta in povezavo do spletne strani, kjer iskalci zaposlitve lahko najdejo več informacij. Podjetja postajajo s pomočjo Twitterja bolj prepoznavna, njihove informacije pa lažje dosežejo stranke in potencialne zaposlene (Lenaerts in drugi 2016).

Posameznik s spretno uporabo teh aplikacij dobi dober vpogled v institucijo oziroma agencijo, kjer bi se rad zaposlil. Dobro poznavanje te institucije posameznika lahko pripelje do prednosti pred drugimi pri postopku zaposlovanja (Laplante 2011).

5 Raziskovalni okvir

Raziskovalci govorijo o tem, da so spletna socialna omrežja pomembna pri iskanju zaposlitve in predstavljajo konkurenčno prednost tistim, ki jih uporabljajo za namene iskanje zaposlitve (Boyd in Ellison 2007; Boyd 2010).

V diplomski nalogi želim preveriti, ali tisti, ki iščejo zaposlitev, uporabljajo spletna socialna omrežja za namene mreženja za zaposlitev. Zanima me tudi, ali uporaba spletnih socialnih omrežij pozitivno vpliva na raznovrstnost kontaktov, s katerimi so akterji povezani s šibkimi vezmi. Poleg tega me zanima tudi mnenje posameznikov, ali so šibke vezi tiste, katere lahko posamezniku pomagajo pri iskanju zaposlitve, ter če se zaradi tega zaznavajo kot bolj zaposljive.

Skozi celoten empirični del naloge se pojavlja vprašanje potenciala spletnih socialnih omrežij za namen iskanja zaposlitve, v kolikšni meri se posamezniki tega potenciala zavedajo, v kolikšni meri uporabljajo spletna socialna omrežja in koliko truda vložijo v mreženje prek spletnih socialnih omrežij za namene iskanja zaposlitve.

V analizi sem se omejil na spletno socialno omrežje Facebook.

5.1 Hipoteze

Na osnovi predstavljene teorije sem oblikovali in v nadaljevanju analizirali štiri hipoteze.

H₁: Osebe, ki iščejo novo zaposlitev, bolj intenzivno uporabljajo spletna socialna omrežja z namenom mreženja kot osebe, ki nove zaposlitve ne iščejo.

H₂: Uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja pozitivno vpliva na raznovrstnost šibkih vezi v posameznikovem spletnem socialnem omrežju, medtem ko je vpliv na raznovrstnost močnih vezi šibkejši.

H₃: Raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju posameznika vpliva na oceno, koliko oseb v spletnem socialnem omrežju lahko pomaga pri iskanju zaposlitve.

H₄: Uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja ter večja raznovrstnost šibkih in močnih vezi na spletnih socialnih omrežjih pozitivno vplivajo na zaznavanje lastne zaposljivosti.

5.2 Operacionalizacija

V sledečem podpoglavju je predstavljen postopek izoblikovanja indikatorjev, s katerimi bom meril uporabo spletnih socialnih omrežij, raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju, raznovrstnost močnih vezi v spletnem socialnem omrežju, raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve in zaznavanje lastne zaposljivosti.

5.2.1 Aktivna uporaba spletnih socialnih omrežij (Facebook)

Aktivno uporabo spletnih socialnih omrežij sem meril z osmimi indikatorji (Tabela 5.1). Indikatorji so merjeni na lestvici od 1 (Sploh ne velja) do 5 (Popolnoma velja). S faktorško analizo sem preveril zanesljivost indikatorjev in število dimenzij, ki jih merski inštrument meri.

Tabela 5.1: Indikatorji uporabe spletnih socialnih omrežij

Q26 - Spodaj so podane trditve v zvezi z vašim delovanjem na Facebooku. Ustrezno označite, v kolikšni meri te trditve veljajo oziroma ne veljajo za vas.					
Trditev	Sploh ne velja	Ne velja	Niti ne velja niti velja	Velja	Popolnoma velja
Redno ažuriram svoj profil (npr. sprememba kraja bivanja itd.).	1	2	3	4	5
Redno ažuriram svojo časovnico (objavljam svoje stanje, objavljam slike ...).	1	2	3	4	5
Iščem nova poznanstva.	1	2	3	4	5
Namerno se včlanjujem in sodelujem v čim več interesnih skupinah.	1	2	3	4	5
Uporabljam čim več spletnih aplikacij, da sem čim bolj prepoznaven na spletu.	1	2	3	4	5

5.2.2 Raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju

Anketirance sem vprašal, katere osebe imajo v Facebook omrežju z namenom, da bi ugotovil raznovrstnost šibkih vezi v Facebook omrežju. Mark S. Granovetter (1973) je moč interpersonalne vezi definiral kot kombinacijo časovnega obdobja, emocionalne intenzitete, intimnosti in recipročnih storitev, ki karakterizirajo vez. Prek šibkih vezi smo povezani z osebami, s katerimi nismo pogosto v stiku, ne gre za intenzivno emocionalen in intimen odnos ali za visoko stopnjo recipročnosti. V vprašalniku sem jih kategoriziral kot »Sošolce iz srednje šole« in »Sošolce s fakultete«, »Sodelavce«, »Osebe, ki sem jih spoznali na zabavi ali drugem družabnem dogodku«, »Osebe, ki sem jih spoznal preko interneta« ter »Popolne neznance«.

Raznovrstnost šibkih vezi sem meril s šestimi indikatorji (Tabela 5.2). Izmeriti sem hotel, katere osebe imajo posamezniki v svojem spletnem socialnem omrežju. Iz tega sem ugotovil, kolikšna je raznovrstnost šibkih vezi v posameznikovem spletnem socialnem omrežju. V kolikor je vprašani odgovoril z »Ne«, teh oseb nima v omrežju (vrednost 0), če pa je odgovoril z »Da, nekatere« ali »Da, večino/vse«, sem smatral, da so te osebe del spletnega socialnega omrežja vprašanega in indikatorju pripisal vrednost 1. Odgovore sem seštel in dobil vrednost, ki je definirala raznovrstnost. Najmanjša vrednost je 0, kar pomeni, da oseba nima niti ene takšne skupine oseb v omrežju. Največja vrednost je 6, kar pomeni, da ima vprašani vse skupine oseb v omrežju Facebook. Spremenljivko »raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju« sem izračunal kot vsoto vseh rekodiranih indikatorjev.

Tabela 5.2: Indikator raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju

Katere vrste ljudi imate dodane v svoje omrežje na Facebooku?	Ne	Da, nekatere	Da, večino/vse
Sošolce iz srednje šole	0	1	2
Sošolce s fakultete	0	1	2
Sodelavce	0	1	2
Osebe, ki ste jih spoznali na zabavi ali drugem družabnem dogodku	0	1	2
Osebe, ki ste jih spoznali preko interneta	0	1	2
Popolne neznance	0	1	2

5.2.3 Raznovrstnost močnih vezi v spletnem socialnem omrežju

Podobno kot sem naredil pri šibkih vezeh, sem naredil tudi za močne vezi. Močne vezi sem v teoriji definiriral kot tiste povezave med posamezniki, ki imajo intimen in emocionalen odnos, poleg tega pa je frekvenca interakcij velika, torej se srečujejo v veliki meri. Močne vezi navadno povezujejo ljudi v istih krogih, torej je velika možnost, da so s svojimi prijatelji, znanci povezani prek močnih vezi (Granovetter 1973). V našem vprašalniku sem jih definiriral kot »Starše«, »Brate ali sestre«, »Ostale sorodnike«, »Partnerja« in »Najboljše prijatelje«.

Raznovrstnost močnih vezi sem meril s petimi indikatorji (Tabela 5.3). Izmeriti in ugotoviti sem želel, katere osebe imajo posamezniki v svojem spletnem socialnem omrežju. Iz tega sem ugotovil, kolikšna je raznovrstnost močnih vezi v posameznikovem spletnem socialnem omrežju. V kolikor je vprašani odgovoril z »Ne«, teh oseb nima v omrežju (vrednost 0). Če pa je odgovoril z »Da, nekatere« in »Da, večino/vse«, sem smatral, da so te osebe del spletnega socialnega omrežja vprašanega (vrednost 1). Odgovore sem nato seštel in dobil vrednost, ki je definirala raznovrstnost. Najmanjša vrednost je 0, kar pomeni, da oseba nima niti ene takšne skupine oseb v omrežju. Največja vrednost je 5, kar pomeni, da ima vprašani vse skupine oseb v omrežju Facebook. Spremenljivko »raznovrstnost močnih vezi v spletnem socialnem omrežju« sem izračunal kot vsoto vseh rekodiranih indikatorjev raznolikosti močnih vezi.

Tabela 5.3: Indikator raznovrstnosti močnih vezi v spletnem socialnem omrežju

<i>Katere vrste ljudi imate dodane v svoje omrežje na Facebooku?</i>	Ne	Da, nekatere	Da, večino/vse
Starše	0	1	2
Brate ali sestre	0	1	2
Ostale sorodnike	0	1	2
Partnerja	0	1	2
Najboljše prijatelje	0	1	2

5.2.4 Raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve

Raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve, sem meril s šestimi indikatorji (Tabela 5.4). Vprašani so odgovarjali na vprašanje, katere

osebe imajo na Facebooku, LinkedInu in Twitterju. Imeli so tudi možnost odgovora »Nikjer«, kar pomeni, da teh oseb nimajo v nobenem od naštetih omrežij. Glede na dobljene rezultate o uporabi spletnih socialnih omrežij sem se v analizi omejil le na uporabo spletnega socialnega omrežja Facebook. Odgovore sem seštel in dobil vrednost, ki je definirala raznovrstnost. Najmanjša vrednost je 0, kar pomeni, da oseba nima niti ene takšne skupine oseb v omrežju. Največja vrednost je 6, kar pomeni, da ima vprašani vse te skupine oseb v omrežju.

Tabela 5.4: Indikator raznovrstnosti oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve

<i>Osebe v omrežju glede na socialno omrežje</i>	Socialno omrežje (%)			
	Facebook	LinkedIn	Twitter	Nikjer
Osebe, ki bodo nekoč morda moji delodajalci.	1	1	1	0
Osebe, ki so tesno povezane s potencialnimi delodajalci.	1	1	1	0
Osebe, ki so na kakršenkoli način povezane s potencialnim delodajalcem.	1	1	1	0
Trenutni delodajalec.	1	1	1	0
Pretekli delodajalec.	1	1	1	0
Osebe, ki imajo veliko informacij v zvezi s potencialnimi delodajalci.	1	1	1	0

5.2.5 Zaznavanje lastne zaposljivosti

Spremenljivke, ki merijo zaznavanje lastne zaposljivosti sem uporabil za izračun nove spremenljivke »Zaznavanje lastne zaposljivosti«. Spremenljivko »Slabe reference iz preteklega dela, lahko slabo vplivajo na moje iskanje zaposlitve« sem rekodiral, tako da višja vrednost meri večjo stopnjo zaznavanja lastne zaposljivosti, tako kot pri preostalih štirih spremenljivkah. Anketiranci so odgovarjali na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni »sploh se ne strinjam« 5 pa »popolnoma se strinjam«. Novo spremenljivko sem izračunali kot povprečje spremenljivk, ki merijo zaznavanje lastne zaposljivosti (Tabela 5.5).

Tabela 5.5: Zaznavanje lastne zaposljivosti

Trditev	Stopnja strinjanja (%)				
	Sploh se ne strinjam	Se ne strinjam	Niti niti	Se strinjam	Popolnoma se strinjam
Zase vem, da si lahko razmeroma hitro poiščem službo, če je to potrebno.	1	2	3	4	5
Imam veliko znanja in izkušenj, ki mi lahko pomagajo v procesu iskanja zaposlitve.	1	2	3	4	5

Imam veliko priporočil, ki so mi lahko v pomoč pri iskanju zaposlitve.	1	2	3	4	5
Imam veliko poznanstev, ki so mi lahko v pomoč pri iskanju zaposlitve.	1	2	3	4	5
Slabe reference iz preteklega dela lahko slabo vplivajo na moje iskanje zaposlitve.	1	2	3	4	5

5.3 Vzorec in zbiranje podatkov

S pomočjo programske opreme za spletno anketiranje 1KA sem ustvaril anketo, s katero sem zbiral podatke. Anketni vprašalnik je vseboval 39 vprašanj, obsegal je štiri sklope. V prvem sklopu me je zanimal zaposlitveni status posameznika in način iskanja zaposlitve. Posameznike sem spraševali o njihovi zaznavi trga dela in percepciji njegovega položaja na njem. V drugem sklopu sem posameznike spraševal o uporabi spletnih socialnih omrežij in rabi teh omrežij za namen iskanja zaposlitve. Naslednji sklop je meril zavedanje posameznikov o možnostih, ki jih imajo socialna omrežja pri iskanju zaposlitve in koliko posamezniki ta omrežja uporabljajo v tovrstne namene. V zadnjem, četrtem sklopu, so bila zastavljena demografska vprašanja.

Ker sem potreboval uporabnike spletnih socialnih omrežij, sem povezavo do ankete posredoval na časovnici svojega Facebook profila. Poleg tega sem anketo posredoval tudi preko elektronske pošte, da bi dosegel osebe, ki spletnih socialnih omrežij ne uporabljajo. Udeležence raziskave sem prosil, naj anketo posredujejo naprej. Dobljeni vzorec je neslučajan in nereprezentativen in ne omogoča pojasnjevanja na populacijo; podatke o statistični značilnosti je posledično potrebno jemati zgolj informativno. Anketa je bila anonimna, saj sem želel dobiti čim bolj iskrene odgovore. Anketiranje je potekalo od 12. junija 2013 do 12. septembra 2013. Reševanje ankete je povprečno trajalo 11 minut. Podatki so bili iz programa 1KA izvoženi v program SPSS, kjer sem jih statistično obdelal.

Spolna struktura anketirancev

Anketni vprašalnik je izpolnilo 81 oseb, 41 (50,6 %) moških in 37 (45,7 %) žensk (Tabela 5.6).

Starostna struktura anketirancev

Največ anketiranih je bilo v starostni skupini od 25 do 29 let in sicer 34 (42,0 %), 8 (9,9 %) anketirancev je mlajših od 25 let, 21 (25,9 %) pa je v starostni skupini od 30 do 34 let. Starejših je manj, saj je v skupini od 35 do 39 let 9 (11,1 %) anketirancev, starejših od 40 let pa samo 6 (7,4 %) (Tabela 5.6).

Izobrazbena struktura anketirancev

Največ vprašanih je dokončalo visoko šolo, fakulteto oziroma akademijo (40,7 %). Sledijo jim anketiranci, ki so dokončali srednjo šolo oziroma gimnazijo (38,3 %). 8,6 % anketirancev je dokončalo dvoletno višjo šolo, podoben odstotek anketirancev (7,4 %) pa je dokončal magisterij oziroma doktorat (Tabela 5.6).

Tabela 5.6: Spol, starost, izobrazba anketiranca

Spremenljivka	Kategorija	n	%	% _v
<i>Spol</i>	Moški	41	50,6 %	52,6 %
	Ženski	37	45,7 %	47,4 %
	Brez odgovora	3	3,7 %	/
<i>Starost</i>	Manj kot 25 let	8	9,9 %	9,9 %
	25 do 29 let	34	42,0 %	42,0 %
	30 do 34 let	21	25,9 %	25,9 %
	35 do 39 let	9	11,1 %	11,1 %
	40 let ali več	6	7,4 %	7,4 %
	Brez odgovora	3	3,7 %	/
<i>Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?</i>	Osnovna šola ali manj	1	1,2 %	1,3 %
	Poklicna strokovna šola	2	2,5 %	2,5 %
	Srednja šola ali gimnazija	31	38,3 %	38,8 %
	Višja šola (2 leta)	7	8,6 %	8,8 %
	Visoka šola, fakulteta, akademija	33	40,7 %	41,3 %
	Magisterij, doktorat	6	7,4 %	7,5 %
	Brez odgovora	1	1,2 %	/
	Skupaj	81	100,0 %	100,0 %

n – število odgovorov, % – delež odgovorov v odstotkih, %_v – delež veljavnih odgovorov v odstotkih

Zaposlitveni status posameznika

Največ anketirancev je zaposlenih (34,6 %), s 17,3 % jim sledijo študentje, ki delajo preko študentskega servisa. Brezposelnih je 14,8 %. Samozaposlenih je 12,5 %, enak delež je tudi tistih študentov, dijakov in učencev, ki ne delajo preko študentskega servisa. 4,9 % je tistih, ki delajo prek raznih pogodb, enak delež (1,2 %) pa imajo pomagajoči družinski člani in upokojenci (Tabela 5.6).

Iskanje zaposlitve

53,6 % anketirancev je iskalo zaposlitev, 46,4 % anketirancev pa zaposlitve ni iskalo (Tabela 5.6).

Tabela 5.7: Trenutni zaposlitveni status, način iskanja zaposlitve, iskanje nove zaposlitve

Spremenljivka	Kategorija	n	%	% _v
<i>Zaposlitveni status</i>	Učenec/-ka, dijak/-inja, študent/-ka	10	12,3 %	12,5 %
	Dijak/-inja, študent/-ka, ki dela preko študentskega servisa	14	17,3 %	17,5 %
	Zaposlen/-a	28	34,6 %	35,0 %
	Samozaposlen/-a	10	12,3 %	12,5 %
	Pomagajoči družinski član (pomoč na družinski kmetiji, družinskem podjetju)	1	1,2 %	1,3 %
	Brezposeln/-a	12	14,8 %	15,0 %
	Upokojen/-a	1	1,2 %	1,3 %
	Druge oblike dela (po avtorski pogodbi, po pogodbi o delu, za neposredno plačilo)	4	4,9 %	5,0 %
	Brez odgovora	1	1,2 %	0,0 %
<i>Ali iščete novo zaposlitev (tudi če ste v delovnem razmerju)?</i>	Da	37	45,7 %	53,6 %
	Ne	32	39,5 %	46,4 %
	Preskok	12	14,8 %	0,0 %
	Skupaj	81	100,0 %	100,0 %

n – število odgovorov, % – delež odgovorov v odstotkih, %_v – delež veljavnih odgovorov v odstotkih

Način iskanja zaposlitve

Respondente sem spraševal tudi po načinih iskanja dela. Rezultati so pokazali, da se anketiranci poslužujejo različnih oblik iskanja zaposlitve. Največ vprašanih išče delo na zaposlitvenih spletnih straneh (AS = 2,87), najmanj vprašanih pa išče delo prek zaposlitvenih

agencij (AS = 1,89). Rezultati so pokazali, da se vprašani poslužujejo tako formalnih kot neformalnih oblik iskanja zaposlitve (Tabela 5.7).

Tabela 5.8: Načini iskanja dela

Trditev	Pogostost (%)					N	AS	SO
	1	2	3	4	5			
Berem obvestila za prosta delovna mesta v tiskanih medijih.	28,2 %	41,0 %	21,8 %	5,1 %	3,8 %	78	2,15	1,02
Iščem dela objavljena na različnih spletnih straneh.	19,5 %	16,9 %	33,8 %	22,1 %	7,8 %	77	2,82	1,21
Iščem dela na zaposlitvenih spletnih straneh.	19,5 %	19,5 %	26,0 %	24,7 %	10,4 %	77	2,87	1,28
Iščem dela preko Zavoda za zaposlovanje.	41,6 %	16,9 %	26,0 %	9,1 %	6,5 %	77	2,22	1,26
Iščem dela preko zaposlitvenih agencij.	52,6 %	19,7 %	15,8 %	9,2 %	2,6 %	76	1,89	1,14
Kontaktiram osebe, ki jih poznam, da mi pomagajo pri iskanju zaposlitve.	16,9 %	36,4 %	27,3 %	15,6 %	3,9 %	77	2,53	1,07
Sprašujem osebe po informacijah, ki me lahko pripeljejo do zaposlitve.	18,7 %	22,7 %	29,3 %	21,3 %	8,0 %	75	2,77	1,21

N – število veljavnih odgovorov, AS – aritmetična sredina, SO – standardni odklon
Lestvica: 1 »Nikoli«, 2 »Redko«, 3 »Včasih«, 4 »Pogosto«, 5 »Zelo pogosto«

Uporaba spletnih socialnih omrežij

Zanimalo me je, katera spletna socialna omrežja anketiranci največ uporabljajo. Rezultati so pokazali, da je največkrat uporabljeno spletno socialno omrežje med anketiranci Facebook. Nekaj manj kot 90,0 % vprašanih ga je uporabljalo vsak dan, 47,5 % pa ga je uporabljalo večkrat na dan. Rezultati so pokazali, da 1,3 % vprašanih spletnega socialnega omrežja Facebook ni uporabljalo. Na drugem mestu uporabe je bil Google+, ki ga je uporabljalo 35,9 % anketirancev. 11,5 % je Google+ uporabljalo manj kot enkrat na mesec, vsak dan 7,7 %, večkrat na dan pa 6,4 %. Na tretjem mestu po uporabi med vprašanimi je bilo spletno socialno omrežje LinkedIn, ki ga je uporabljalo 29,9 % vprašanih; 11,8 % vprašanih je LinkedIn uporabljalo manj kot enkrat na mesec, vsak dan 5,3 %, večkrat na dan pa nihče od anketiranih. Twitter je uporabljalo samo 17,1 % vprašanih, druga socialna omrežja pa je uporabljalo 13,6 % vprašanih (Tabela 5.10).

Tabela 5.9: Uporaba spletnih socialnih omrežij

Socialno omrežje	Uporaba spletnih socialnih omrežij (%)						N
	Ne uporabljam	Manj kot 1x na mesec	Nekajkrat na mesec	Vsaj enkrat na teden	Vsak dan	Večkrat na dan	
Facebook	1,3 %	1,3 %	0,0 %	8,8 %	41,3 %	47,5 %	80
LinkedIn	71,1 %	11,8 %	2,6 %	9,2 %	5,3 %	0,0 %	76
Twitter	82,9 %	9,2 %	1,3 %	2,6 %	1,3 %	2,6 %	76
Google+	64,1 %	11,5 %	6,4 %	3,8 %	7,7 %	6,4 %	78
Drugo	86,4 %	0,0 %	4,5 %	4,5 %	4,5 %	0,0 %	22

N – število veljavnih odgovorov

6 Analiza in rezultati

6.1 Uporaba spletnih socialnih omrežij

Aktivnost uporabe spletnih omrežij sem najprej analiziral z eksploratorno faktorsko analizo in preveril, če se v ozadju indikatorjev nahajajo latentne dimenzije.

Za preverjanje kvalitete indikatorjev uporabe spletnih socialnih omrežij sem uporabil metodo glavnih osi (Principal Axis Factoring, PAF). Metoda rešuje problem faktorske analize interakcijsko, glavno načelo pa je maksimiziranje variance skupnih faktorjev (Ferligoj 2004).

Faktorska analiza je pokazala tri faktorje, vendar tretjega v analizi nisem upošteval in interpretiral. V prvi faktor, ki sem ga poimenovali »aktivno urejanje profila«, spadata prva dva indikatorja. V drugi faktor spadajo tretji, četrti in peti indikator sklopa vprašanj. Drugi faktor sem poimenoval »uporaba spletnih socialnih omrežij za namen mreženja«.

Novo spremenljivke sem izračunal kot aritmetično sredino indikatorjev, ki merijo posamezen faktor.

Tabela 6.1: Uporaba spletnih socialnih omrežij

Trditev	Frekvence v %					f1	f2	f3
	1	2	3	4	5			
Redno ažuriram svoj profil (npr. sprememba kraja bivanja itd.).	28,0	21,3	21,3	25,3	4,0	,159	,066	,855
Redno ažuriram svojo časovnico (objavljam svoje stanje, objavljam slike ...).	17,3	30,7	18,7	28,0	5,3	,065	,205	,657
Iščem nova poznanstva.	25,3	28,0	29,3	17,3	0,0	,015	,453	,166
Namerno se včlanjujem in sodelujem v čim več interesnih skupinah.	33,3	38,7	17,3	10,7	0,0	,095	,843	,067
Uporabljam čim več spletnih aplikacij, da sem čim bolj prepoznaven na spletu.	56,0	38,7	1,3	4,0	0,0	,069	,683	,189

N – število veljavnih odgovorov, Lestvica: 1 »Sploh ne velja«, 2 »Ne velja«, 3 »Niti ne velja niti velja«, 4 »Velja«, 5 »Popolnoma velja«
f1, f2, f3 – rotirane faktorske uteži (Principal Axis Factoring, Varimax rotacija)

Crombachov alfa za »aktivno urejanje profila« je 0,752, kar pomeni, da je merski inštrument zanesljiv. Ta faktor pojasnjuje 35,0 % variance.

Crombachov alfa za »uporaba spletnih socialnih omrežij za namen mreženja« je 0,668, kar je na meji, vendar je merski inštrument še vedno zanesljiv. Ta faktor pojasnjuje 17,9 % variance.

Tabela 6.2: Uporaba spletnih socialnih omrežij (nove spremenljivke)

	Cronbach α	% pojasnjene variance	Povprečje	Mediana	Standardni odklon
f1: Aktivno urejanje profila	0,752	35,00 %	2,65	2,50	1,10
f2: Uporaba s. s. o. za namen mreženja	0,668	17,95 %	1,97	2,00	0,70

6.2 Raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju

Vprašani imajo izmed šibkih vezi v njihovem Facebook omrežju največ sošolcev iz srednje šole (97,4 %) in fakultete (93,2 %). Precejšen delež v spletnem socialnem omrežju Facebook zasedajo osebe, ki so jih spoznali na družabnem dogodku (87,0 %). V spletnih socialnih omrežjih vprašanih je najmanj tistih oseb, ki so jih spoznali preko interneta (35,9 %) in popolnih neznancev (21,8 %) (Tabela 6.3).

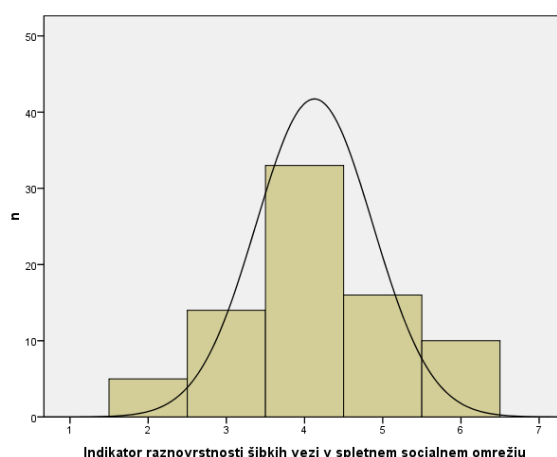
Tabela 6.3: Raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju

<i>Katere vrste ljudi imate dodane v svoje omrežje na Facebooku?</i>	Ne	Da, nekatere	Da, večino/vse	N
Sošolce iz srednje šole	2,6 %	59,7 %	37,7 %	77
Sošolce iz fakultete	6,8 %	67,6 %	25,7 %	74
Sodelavce	11,7 %	64,9 %	23,4 %	77
Osebe, ki ste jih spoznali na zabavi ali drugem družabnem dogodku	13,0 %	75,3 %	11,7 %	77
Osebe, ki ste jih spoznali preko interneta	64,1 %	30,8 %	5,1 %	78
Popolne neznance	78,2 %	21,8 %	0,0 %	78

N – število veljavnih odgovorov

V povprečju ima uporabnik v svojem Facebook omrežju malo več kot 4 (povprečje 4,15, standardni odklon 1,07) različne skupine oseb, ki jih definiramo kot šibke vezi. Samo dve različni skupini oseb, s katerimi so povezani s šibkimi vezmi, ima 6,2 % vprašanih, medtem ko ima vseh šest skupin oseb 12,8 % vprašanih. Nobeden od vprašanih nima nobene izmed teh skupin ali eno samo skupino v svojem Facebook omrežju. Histogram je rahlo asimetričen v desno, kar pomeni, da je več anketirancev, ki imajo več različnih skupin oseb v svojih Facebook omrežjih, s katerimi so povezani prek šibkih vezi (Slika 6.1).

Slika 6.1: Indikator raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju



6.3 Raznovrstnost močnih vezi v spletnem socialnem omrežju

Najmanj vprašanih ima na Facebook omrežju starše (28,2 %), vsi vprašani pa imajo v omrežju najboljše prijatelje (100,0 %). Velika večina oseb ima v svojem Facebook omrežju »Ostale sorodnike« (93,6 %) medtem ko ima nekaj več kot 60,0 % »Partnerja« in nekaj manj kot 80,0 % »Brate ali sestre« (Tabela 6.4).

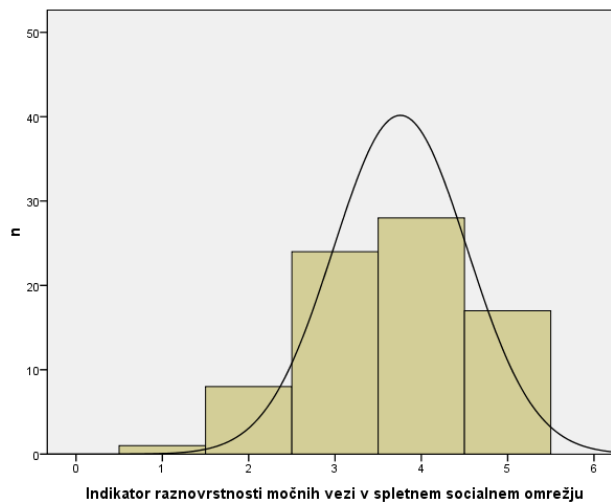
Tabela 6.4: Raznovrstnost močnih vezi v spletnem socialnem omrežju

<i>Katere vrste ljudi imate dodane v svoje omrežje na Facebooku?</i>	Ne	Da, nekatere	Da, večino/vse	N
Starše	71,8 %	12,8 %	15,4 %	78
Brate ali sestre	20,5 %	14,1 %	65,4 %	78
Ostale sorodnike	6,4 %	66,7 %	26,9 %	78
Partnerja	32,5 %	10,4 %	57,1 %	77
Najboljše prijatelje	0,0 %	22,1 %	77,9 %	77

N – število veljavnih odgovorov

V povprečju ima uporabnik v svojem Facebook omrežju malo manj kot 4 (povprečje 3,67, standardni odklon 0,98) različne skupine oseb, s katerimi je povezan prek močne vezi. Samo eno različno skupino oseb, s katerimi so povezani z močnimi vezmi, ima 1,2 % vprašanih, medtem ko ima vseh pet skupin oseb v omrežju Facebook 21,0 % vprašanih. Največ vprašanih ima 4 skupine teh oseb (43,6 %). Histogram je porazdeljen v desno, kar pomeni, da je več anketirancev, ki imajo več različnih skupin oseb v svojih Facebook omrežjih, s katerimi so povezani prek močnih vezi (Slika 6.2).

Slika 6.2: Indikator raznovrstnosti močnih vezi v spletnem socialnem omrežju



6.4 Raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve

Zanimalo me je, koliko je v spletnih socialnih omrežjih oseb, ki lahko posameznikom na kakršen koli način pomagajo pri iskanju zaposlitve. Omejil sem se le na uporabo spletnega socialnega omrežja Facebook, saj analiza zaradi zelo majhnega vzorca tistih, ki uporabljajo druga spletna socialna omrežja, ne bi bila smiselna. Spremenljivko »raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve« sem izračunal tako, da sem odgovore seštel in dobil vrednost, ki je definirala raznovrstnost. Najmanjša vrednost je 0, kar pomeni, da oseba nima niti ene takšne osebe v omrežju. Največja vrednost je 6, kar pomeni, da ima vprašani v omrežju vse skupine oseb.

Iz rezultatov je razvidno, da je 70,7 % vprašanih odgovorilo, da imajo v Facebook omrežju »osebe, ki imajo veliko informacij v zvezi s potencialnimi delodajalci«. 54,7 % vprašanih je odgovorilo, da imajo na Facebooku »osebe, ki so tesno povezane s potencialnimi delodajalci«. Najmanj oseb ima na Facebook omrežju trenutnega delodajalca (35,1 %) in preteklega delodajalca (48,7 %) (Tabela 6.5).

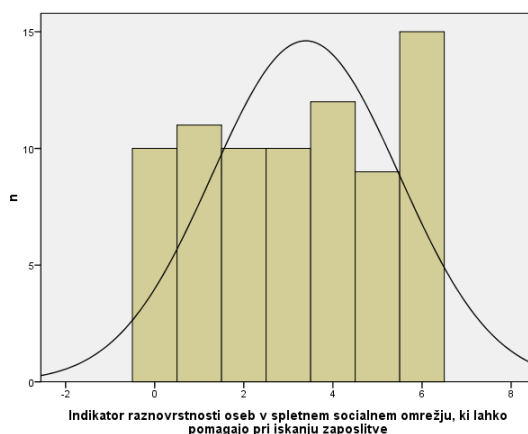
Tabela 6.5: Raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve

<i>Osebe v omrežju glede na socialno omrežje</i>	Socialno omrežje (%)				N
	Facebook	LinkedIn	Twitter	Nikjer	
Osebe, ki bodo nekoč morda moji delodajalci.	50,0 %	21,1 %	2,6 %	38,2 %	76
Osebe, ki so tesno povezane s potencialnimi delodajalci.	54,7 %	18,7 %	2,7 %	34,7 %	75
Osebe, ki so na kakršenkoli način povezane s potencialnim delodajalcem.	65,3 %	20,0 %	2,7 %	25,3 %	75
Trenutni delodajalec.	35,1 %	10,8 %	1,4 %	60,8 %	74
Pretekli delodajalec.	48,7 %	9,2 %	0,0 %	48,7 %	76
Osebe, ki imajo veliko informacij v zvezi s potencialnimi delodajalci.	70,7 %	21,3 %	4,0 %	25,3 %	75

N – število veljavnih odgovorov

V povprečju ima uporabnik v svojem Facebook omrežju malo več kot 3 (povprečje 3,17, standardni odklon 2,07) različne skupine oseb, ki bi mu lahko pomagale pri iskanju zaposlitve. Posameznikov, ki nimajo v svojem spletnem socialnem omrežju Facebook nobene od teh skupin, je 12,3 %. Podoben je delež anketirancev, ki ima eno od teh skupin (13,6 %), dve skupini (12,3 %), tri skupine (12,3 %), štiri skupine (14,8 %) in pet skupin (11,1 %). Največji delež oseb ima vseh šest skupin (18,5 %). Iz histograma je razvidno, da ima večji delež vprašanih v svojih spletnih socialnih omrežjih več različnih skupin oseb, ki jim lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve (Slika 6.3).

Slika 6.3: Indikator raznovrstnosti oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve



6.5 Zaznavanje lastne zaposljivosti

Spremenljivke, ki merijo zaznavanje lastne zaposljivosti, sem uporabil za izračun nove spremenljivke »Zaznavanje lastne zaposljivosti«. Spremenljivko »Slabe reference iz preteklega dela, lahko slabo vplivajo na moje iskanje zaposlitve« sem rekodiral, da višja vrednost meri večjo stopnjo zaznavanja lastne zaposljivosti, tako kot pri preostalih štirih spremenljivkah. Nadalje sem na petih spremenljivkah izračunal Cronbach α , katerega vrednost je 0,491. Izkazalo se je, da najbolj izstopa prav rekodirana spremenljivka; po izločitvi rekodirane spremenljivke je vrednost Cronbach α narasla na 0,679, kar sem ocenil kot zadovoljivo zanesljivost, zato sem novo spremenljivko izračunal kot povprečje preostalih štirih spremenljivk, ki merijo zaznavanje lastne zaposljivosti.

Večina anketirancev ni opredeljena do trditve, da si zase lahko hitro poiščejo službo (39,2 %). Kar 34,0 % anketiranih se strinja, da si lahko hitro poiščejo službo, če bi bilo to potrebno. Povprečna vrednost je 3,41, kar kaže, da so anketirani rahlo nagnjeni k strinjanju s trditvijo, da si razmeroma lahko poiščejo službo. Več strinjanja anketiranci izražajo drugi trditvi, da imajo veliko znanja in izkušenj, ki jim lahko pomagajo v procesu iskanja zaposlitve. Povprečna vrednost je 3,78, medtem ko je največ anketirancev (53,8 %) v skupini, ki izraža strinjanje. Večina anketiranih (54,4 %) se strinja s trditvijo, da imajo veliko priporočil, ki bi jim bila lahko v pomoč pri iskanju zaposlitve. Zadnji dve trditvi imata vrednost aritmetične sredine zelo blizu 3. Torej se v večini anketirani niti ne strinjajo niti strinjajo s trditvama, da imajo veliko poznanstev, ki bi jim lahko bili v pomoč pri iskanju zaposlitve in da slabe reference iz preteklega dela lahko slabo vplivajo na njihovo iskanje zaposlitve (Tabela 6.6).

Tabela 6.6: Zaznavanje lastne zaposljivosti

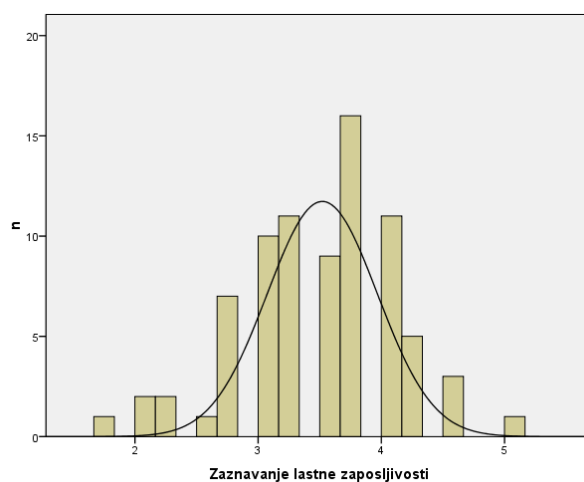
Trditev	Stopnja strinjanja (%)					N	AS	SO
	1	2	3	4	5			
Zase vem, da si lahko razmeroma hitro poiščem službo, če je to potrebno.	1,3 %	13,9 %	39,2 %	34,2 %	11,4 %	79	3,41	0,91
Imam veliko znanja in izkušenj, ki mi lahko pomagajo v procesu iskanja zaposlitve.	0,0 %	7,7 %	17,9 %	53,8 %	20,5 %	78	3,87	0,83
Imam veliko priporočil, ki so mi lahko v pomoč pri iskanju zaposlitve.	0,0 %	15,2 %	26,6 %	54,4 %	3,8 %	79	3,47	0,80
Imam veliko poznanstev, ki so mi lahko v pomoč pri iskanju zaposlitve.	5,1 %	23,1 %	35,9 %	32,1 %	3,8 %	78	3,06	0,96
Slabe reference iz preteklega dela, lahko slabo vplivajo na moje iskanje zaposlitve.	19,0 %	17,7 %	20,3 %	35,4 %	7,6 %	79	2,95	1,27

N – število veljavnih odgovorov, AS – Aritmetična sredina, SO – standardni odklon

Lestvica: 1 »Sploh se ne strinjam«, 2 »Se ne strinjam«, 3 »Niti niti«, 4 »Se strinjam«, 5 »Popolnoma se strinjam«

Povprečna vrednost spremenljivke je 3,45, kar kaže, da se posamezniki rahlo nagibajo k mnenju, da so zaposljivi.

Slika 6.4: Zaznavanje lastne zaposljivosti



6.6 Preverjanje hipotez

6.6.1 Hipoteza 1

H₁: Osebe, ki iščejo novo zaposlitev, bolj intenzivno uporabljajo spletna socialna omrežja z namenom mreženja kot osebe, ki nove zaposlitve ne iščejo.

Za analizo sem uporabil metodo t-testa za primerjavo povprečij dveh neodvisnih vzorcev. Zanimala me je razlika v povprečju intenzivnosti uporabe spletnih socialnih omrežij za namen mreženja dveh skupin anketirancev – tistih, ki iščejo novo zaposlitev in tistih, ki zaposlitve ne iščejo.

Aritmetična sredina spremenljivke »uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja« skupine anketirancev, ki iščejo novo zaposlitev, je 2,12, medtem ko je v drugi skupini aritmetična sredina 1,80. Zaradi majhnega vzorca sem se odločil postaviti mejo za statistično značilnost na 0,10. Izkazalo se je, da lahko prvo hipotezo potrdim z marginalno statistično značilnostjo 7,6 % ($t = 1,805$, $p = 0,076$). To pomeni, da analiziran vzorec oseb, ki iščejo novo zaposlitev bolj intenzivno, večkrat uporablja Facebook za mreženje kot osebe, ki nove zaposlitve ne iščejo.

Tabela 6.7: Rezultati t-testa

<i>Skupina</i>	N	AS	Std. odklon	t	Sig
Iščejo zaposlitev	36	2,12	0,73096	1,805	,076
Ne iščejo zaposlitve	28	1,79	0,68095		

6.6.2 Hipoteza 2

H₂: Uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja pozitivno vpliva na raznovrstnost šibkih vezi v posameznikovem spletnem socialnem omrežju, medtem ko je vpliv na prisotnost močnih vezi šibkejši.

Z multiplo linearno regresijsko analizo sem preveril, kako uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja vpliva na raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju. Dodal sem še kontrolne spremenljivke spol in izobrazbo ter aktivno urejanje profila.

Tabela 6.8. Linearna regresija za testiranje druge hipoteze

R	R ²	Prilagojeni	
		R ²	Std. napaka
0,304	0,093	0,025	1,009

Determinacijski koeficient (R^2), ki pokaže, da spremenljivki »uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja« in »aktivno urejanje profila« pojasnjujeta 2,0 % variance spremenljivke raznovrstnost šibkih vezi. Preostali del pojasnjujejo druge spremenljivke, ki niso bile vključene v regresijo.

F statistika ni statistično značilna. Pri trditvi, da neodvisne spremenljivke vplivajo na raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju, moram sprejeti 2,5 % tveganje. Teoretski model se dejanskim podatkom ne prilega statistično značilno.

Regresijska analiza pokaže, da obstaja statistično značilen vpliv uporabe spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja na raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju ($\beta = 0,278$; $p = 0,025$). Vplivi drugih spremenljivk niso statistično značilni.

Tudi drugo hipotezo lahko potrdim, saj je vpliv spremenljivke »uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja« na »raznovrstnost šibkih vezi v posameznikovem spletnem socialnem omrežju« statistično značilen.

Tabela 6.9. Koeficienti linearne regresijske analize

<i>Model</i>	Nestandardizirani koeficienti		Std. koef.		
	B	SE (B)	Beta	t	P
Konstanta	3,152	0,667		4,725	0,000
Uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja	0,406	0,178	0,278	2,286	0,025
Izobrazba	0,076	0,244	0,037	0,313	0,755
Spol	-0,274	0,242	-0,135	-1,135	0,260
Aktivno urejanje profila	0,043	0,117	0,046	0,367	0,714

6.6.3 Hipoteza 3

H₃: Raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju posameznika vpliva na oceno, koliko oseb v spletnem socialnem omrežju pomaga pri iskanju zaposlitve.

Z multiplo linearno regresijsko analizo sem preveril, kako raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju posameznika vpliva v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomaga pri iskanju zaposlitve. Dodal sem še kontrolne spremenljivke, spol, izobrazbo in aktivno urejanje profila.

Tabela 6.10. Linearna regresija za testiranje tretje hipoteze

R	R ²	Prilagojeni R ²	Std. napaka
0,366	0,134	0,054	1,968

Determinacijski koeficient (R^2) pokaže, da spremenljivke »raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju«, »aktivno urejanje profila« in »uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja« pojasnjujejo 5,0 % variance spremenljivke raznovrstnosti oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve. Preostali del pojasnjujejo druge spremenljivke, ki niso bile vključene v model.

Na podlagi statistične značilnosti F statistike sklepamo, da je predpostavka na meji statistične značilnosti in da pri trditvi, da neodvisne spremenljivke vplivajo na raznovrstnost oseb, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve, sprejmemo 1,4 % tveganje. Teoretski model se slabo prilega dejanskim podatkom.

Regresijska analiza pokaže, da ne obstaja statistično značilen vpliv raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju na raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve«. Tretje hipoteze zato sicer ni mogoče potrditi, vrednost β (0,177) pa nakazuje na morebiten pozitiven vpliv, ki bi lahko bil ob večjem vzorcu tudi statistično značilen.

Tabela 6.11. Koefficienti linearne regresijske analize

<i>Model</i>	Nestandardizirani koefficienti		Std. koef.		
	B	SE (B)	Beta	t	p
Konstanta	2,714	1,529		1,774	0,081
Indikator raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju	0,358	0,244	0,177	1,467	0,147
Aktivno urejanje profila	0,203	0,234	0,108	0,866	0,389
Uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja	0,180	0,362	0,062	0,498	0,620
Izobrazba	0,335	0,484	0,082	0,692	0,491
Spol	0,626	0,479	0,156	1,307	0,196

6.6.4 Hipoteza 4

H₄: Uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja ter večja raznovrstnost šibkih in močnih vezi na spletnih socialnih omrežjih pozitivno vplivajo na zaznavanje lastne zaposljivosti.

Z multiplo linearno regresijsko analizo sem preveril, kako raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju in uporaba spletnih socialnih omrežij za namen mreženja vplivata na zaznavanje lastne zaposljivosti. Dodal sem še kontrolne spremenljivke spol, izobrazbo in aktivno urejanje profila.

Tabela 6.12. Linearna regresija za testiranje četrte hipoteze

R	R ²	Prilagojeni R ²	Std. napaka
0,188	0,144	-0,092	0,644

Determinacijski koeficient (R^2) pokaže, da spremenljivke »raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju«, »aktivno urejanje profila« in »uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja« pojasnjujejo 1,4 % variance spremenljivke zaznavanje lastne zaposljivosti. Preostali del pojasnjujejo druge spremenljivke, ki niso bile vključene v regresijo.

F statistika ni statistično značilna. Pri trditvi, da neodvisne spremenljivke vplivajo na zaznavanje lastne zaposljivosti, moram sprejeti 9,9 % tveganje. Model se dejanskim podatkom ne prilega statistično značilno.

Regresijska analiza pokaže, da ne obstaja statistično značilen vpliv raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju in uporabe spletnih socialnih omrežij za namen mreženja na zaznavanje lastne zaposljivosti. Četrte hipoteze zato ni mogoče potrditi.

Tabela 6.13. Koefficienti linearne regresijske analize

<i>Model</i>	Nestandardizirani koefficienti		Std. koef.		
	B	SE (B)	Beta	t	p
Konstanta	3,690	0,544		6,790	0,000
Indikator raznovrstnosti šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju	-0,025	0,278	-0,041	-0,316	0,753
Aktivno urejanje profila	0,018	0,075	0,032	0,239	0,812
Uporaba spletnih socialnih omrežij z namenom mreženja	-0,071	0,119	-0,080	-0,594	0,554
Izobrazba	-0,054	0,156	-0,044	-0,348	0,729
Spol	-0,002	0,156	-0,002	-0,014	0,989

7 Sklep

V raziskavi sem ugotavljal, če spletna socialna omrežja iskalcu zaposlitve pomagajo pri iskanju dela in na kakšen način. Granoveterjeva teorija »moči šibkih vezi« trdi, da so šibke vezi tiste, ki so najbolj ključne pri iskanju zaposlitve. Šibke vezi nosijo največji potencial za akterja neznanih informacij, poleg tega pa lahko služijo tudi kot mostovi med omrežji (Granovetter 1983). Posamezniku, ki je v procesu iskanja zaposlitve, nudi nove, še neznanе informacije, poleg tega pa mu šibke vezi omogočajo tudi kontakt z drugimi socialnimi omrežji. Lastnost spletnih socialnih omrežij je, da lahko preprosto vzdržujemo stik s kontakti v omrežju ne glede na čas in geografsko lego, omogočajo pa tudi posamezniku enostavnejše in cenejše mreženje. Naslednja zelo pomembna lastnost spletnih socialnih omrežij je viden in dostopen seznam vseh kontaktov. Ta omogoča prehajanje v druga socialna omrežja, kar omogoča iskanje oseb v socialnih omrežjih drugih (Boyd in Ellison 2008, Boyd 2010).

V diplomskem delu je bilo najprej potrebno izmeriti uporabo spletnih socialnih omrežij za namen mreženja. Pred izvedbo analize sem s pomočjo faktorske analize preveril zanesljivost indikatorjev. Cronbachov alfa je pokazal, da je merski inštrument zanesljiv. Izračunal sem aritmetično sredino, ki nam je pokazala vrednost spremenljivke. Rezultat je pokazal, da se anketiranci bolj nagibajo k odgovoru »ne velja«, torej da svoja spletna socialna omrežja uporabljajo za namene mreženja.

Izmeril sem še raznovrstnost šibkih vezi v spletnem socialnem omrežju, raznovrstnost močnih vezi v spletnem socialnem omrežju in raznovrstnost oseb v spletnem socialnem omrežju, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve. Te pojme sem meril z različnimi sklopi indikatorjev, ki so merili, katere skupine oseb ima posameznik v svojem spletnem socialnem omrežju. Ugotovil sem, da imajo posamezniki v večini več skupin oseb, s katerimi so povezani prek šibkih vezi; prav tako se kaže pri raznovrstnosti močnih vezi in raznovrstnosti oseb, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve. Spletna socialna omrežja posameznikov torej vsebujejo raznovrstne močne vezi, raznovrstne šibke vezi in raznovrstne skupine oseb, ki jim lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve.

Z indikatorji sem meril spremenljivko zaznavanje lastne zaposljivosti. Chronbachov alfa je bil zadovoljiv, ko sem eno izmed spremenljivk izključil iz analize. Aritmetična sredina spremenljivke je zelo blizu vrednosti 3, kar interpretiram na način, da posamezniki niso natančno prepričani, ali se zaznavajo kot zaposljive ali ne.

V prvi hipotezi sem se spraševal, če posamezniki, ki iščejo novo zaposlitev, uporabljajo spletna socialna omrežja za namene mreženja. S t-testom za neodvisne vzorce sem ugotovil marginalno statistično povezanost. Hipotezo sem potrdil. Trdim lahko, da osebe, ki iščejo zaposlitev uporabljajo spletna socialna omrežja za namene mreženja.

V drugi hipotezi sem se spraševal, ali uporaba spletnih socialnih omrežij za namen mreženja pozitivno vpliva na raznovrstnost šibkih vezi, medtem ko naj ne bi imela vpliva na raznovrstnost močnih vezi. Rezultati regresijske analize so pokazali statistično značilen pozitiven vpliv uporabe spletnih socialnih omrežij na raznovrstnost šibkih vezi, medtem ko je bil vpliv na raznovrstnost močnih vezi statistično neznačilen. Potrdil sem tudi drugo hipotezo. Uporaba spletnih socialnih omrežij torej pozitivno vpliva na raznovrstnost šibkih vezi v posameznikovem socialnem omrežju.

V tretji hipotezi me je zanimal vpliv raznovrstnosti šibkih vezi v posameznikovem spletnem socialnem omrežju na raznovrstnost oseb, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve in ali so šibke vezi tiste, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve. Regresijska analiza ni pokazala statistično značilne povezave med spremenljivkama. Koeficient beta je nakazoval morebitno pozitivno povezanost.

V četrti hipotezi me je zanimal vpliv uporabe spletnih socialnih omrežij za namen mreženja in raznovrstnost šibkih vezi na zavedanje o lastni zaposljivosti. Analiza ni pokazala statistično značilnega vpliva.

Ugotovil sem, da anketiranci, ki iščejo zaposlitev, uporabljajo spletna socialna omrežja, saj s pomočjo le-teh iščejo nove kontakte, ki bi jim lahko bili v pomoč pri iskanju zaposlitve. Iskanje novih kontaktov povečuje raznovrstnost šibkih vezi v posameznikovem spletnem socialnem omrežju; po mnenju posameznikov so prav te vezi tiste, ki lahko pomagajo pri iskanju zaposlitve.

Zaradi majhnega in nereprezentativnega vzorca teh rezultatov pridobljenih ugotovitev ne morem posplošiti na celotno populacijo uporabnikov spletnih socialnih omrežij. Poleg tega se raziskava sooča tudi z drugimi pomanjkljivostmi. Potrebno bi bilo izdelati bolj zanesljive instrumente z več indikatorji za merjenje raznovrstnosti šibkih vezi, močnih vezi in oseb, ki bi lahko bile v pomoč pri iskanju zaposlitve. Predvsem bi potrebovali bolj zanesljiv instrument za merjenje mreženja na spletnih socialnih omrežjih in zaznavanja lastne zaposljivosti. Nadalje je slabost tudi osredotočenost raziskave samo na uporabo spletnega socialnega

omrežja Facebook. Da bi dobil realno sliko mreženja in raznovrstnosti spletnih socialnih omrežij, bi bilo potrebno analizirati še ostala spletna socialna omrežja. Izpostavili bi predvsem profesionalno omrežje LinkedIn, ki je bilo kreirano za namene profesionalnega mreženja. Poleg LinkedIna bi bilo smiselno v analizo vključiti še Twitter, Instagram in druga popularna ter hitro rastoča spletna socialna omrežja.

Potencial spletnih socialnih omrežij pri iskanju zaposlitve je ogromen, o čemer govorijo tudi različne raziskave, članki in primeri, ko posameznik najde zaposlitev prek spletnega socialnega omrežja. Temo diplomske naloge raziskujem že od leta 2008, ko se je v Sloveniji ta tematika začela pojavljati v širši javnosti. Pričakoval sem, da bo 8 let od začetka spremljanja vsak posameznik zavestno in pogosteje uporabljal spletna socialna omrežja v namene iskanja zaposlitve. Rezultati te raziskave so pokazali, da spletna socialna omrežja (z izjemo Facebooka) uporablja zelo malo udeležencev raziskave, poleg tega pa zelo redko spletna socialna omrežja uporabljajo za zaposlitvene možnosti.

8 Literatura

1. Adamic, Lada in Eyton Adar. 2005. How to search a social network. *Social Networks* 27 (3): 187–203.
2. Adler, S. Paul in Kwon Seok-Woo. 2002. Social capital: Prospects for a new concept. *The Academy of Management Review* 27 (1): 17–40.
3. Bandelj, Nevenka, Valentina Franca in Nada Trunk Širca. 2010. Trendi zaposlovanja diplomantov: Ustvariti je treba klimo za hitrejše in intenzivnejše zaposlovanje diplomantov. *HRM* 8 (37): 53–61.
4. Baym, K. Nancy. 2006. Interpersonal Life Online. V *The Handbook of New Media*, ur. Leah A. Lievrouw in Sonia Livingstone, 62–76. London, California and New Delhi: Sage Publications Ltd.
5. ---, Yan Bing Zhang in Mei-Chen Lin. 2004. Social interactions across medi. *New Media and Society* 6 (3): 299–318.
6. Bottrell, Dorothy. 2009. Dealing With Disadvantage: Resilience and the Social Capital of Young People's Networks. *Youth Society* 40 (4). Dostopno prek: <http://yas.sagepub.com/cgi/content/abstract/40/4/476> (19. avgust 2010).
7. Boyd, Danah in Nicole B. Ellison. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1). Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (13. januar 2012).
8. *Društvo Mladinski ceh*. Dostopno prek: <http://www.mladinski-ceh.si> (27. januar 2016).
9. Eisner, P. Susan. 2005. Managing Generation Y. *S.A.M. Advanced Management Journal* 70 (4): 4–15.
10. Ellison B., Nicole Charlec Steinfield in Cliff Lampe. 2007. The benefits of Facebook »Friends«: Social Capital and College Students, Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4): 1143–1168.
11. Eurofound. 2011a. *Foundation Findings: Youth and Work*. Dublin: European Foundation for Improvement of Living and Working Conditions. Dostopno prek: <Http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2011/40/en/1/EF1140EN.pdf> (13. maj 2012).
12. --- 2011b. *Young people and NEETs in Europe: First Findings*. Dublin: European Foundation for Improvement of Living and Working Conditions. Dostopno prek:

- [Http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2011/72/en/1/EF1172EN.pdf](http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2011/72/en/1/EF1172EN.pdf) (13. maj 2012).
13. --- 2012. *Young People not in Employment, Education or Training: Characteristics, Costs and Policy Responses in Europe*. 2012. Dostopno prek: [Http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2012/54/en/1/EF1254EN.pdf](http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2012/54/en/1/EF1254EN.pdf) (4. november 2012).
 14. *Facebook*. Dostopno prek: www.facebook.com (12. marec 2015).
 15. Farrukh Suvankulov, Marco Chi Keung Lau in Frankie Ho Chi Chau. 2012. Job search on the internet and its outcome. *Internet Researchp* 22 (3): 298–317.
 16. Haythornthwaite, Caroline. 2000. Online personal networks. *New Media and Society* 2 (2): 195–226.
 17. Hillage, Jim in Emma Pollard. 1998. *Employability: Developing a framework for policy analysis, institute for employment studies research report RR85, DfEE*. Dostopno prek: <http://www.employment-studies.co.uk/resource/employability-developing-framework-policy-analysis> (11.april 2015).
 18. Huang, Peng, Nicholas H. Lurie in Sabyasachi Mitra. 2009. Searching for Experience on the Web: An Empirical Examination of Consumer Behaviour for Search and Experience Goods. *Journal of Marketing* (73): 55–69.
 19. Friedkin, Noah. 1980. A Test of Structural Features of Granovetter's Strength of Weak Ties Theory. *Social Networks* 2 (4): 411–422.
 20. Iglič, Hajdeja. 1988. *Analiza socialnih mrež: prikaz osnovnih značilnosti socialnih mrež Jugoslovanov*. Ljubljana: Inštitut za sociologijo pri Univerzi Ljubljana.
 21. --- 1989. *Socialne mikrostrukture: sorodstvena in tradicionalna orientacija v iskanju socialne opore*. Ljubljana: RSS
 22. Ignjatović, Miroljub. 2002. *Družbene posledice povečanja prožnosti trga delovne sile*. Ljubljana: FDV.
 23. --- in Martina Trebanc. 2007. Mladi in zaposlitev – objektivna dejstva in percepcije V *Družba med solidarnostjo in tekmovalnostjo*. 22. Slovensko sociološko srečanje, Ptuj, 19.-20. oktober, ur. Tomaž Krpič, 19–20. Ljubljana: Slovensko sociološko društvo.
 24. --- 2009. Zaposlovanje in brezposelnost mladih: aktivni, fleksibilni in prilagodljivi. V *Med otroštvom in odraslostjo*, ur. Urban Boljka in Tatjana Rakar, 38–55. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport – Urad Republike Slovenije za mladino in Inštitut RS za socialno varstvo.

25. *Karierni centri Univerze v Ljubljani*. Dostopno prek: <https://kc.uni-lj.si/nacini-iskanja-zaposlitve> (15. november 2013).
26. Korver, Ton in Peter R. A Oeij. 2004. Employability through covenants. *Paper TLM.NET conference. Quality in Labour Market Transition: A European Challenge*. Royal Academy of Sciences, Amsterdam, The Netherlands. Dostopno prek: <file:///C:/Users/Klemen/Downloads/korver-2004-employability.pdf> (12. november 2013).
27. Kramberger, Anton in Samo Pavlin, ur. 2007. *Zaposljivost v Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
28. Kohnle, Stephen. 2009. *Social media and the job search*. Dostopno prek: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2009-07-13/social-media-and-the-job-search> (12. april 2010).
29. Killworth, D. Peter, Christopher McCarty, Russel H. Bernard in Mark House. 2006. The accuracy of small world chains in social networks. *Social Science* 28 (1): 85–96.
30. LaPlante, C. Melinda. 2011. *Job search 2.0: Where Web 2.0, Libraries Great Job Search Collide Issue and Opportunities for MLIS Graduates*. Dostopno prek: <http://www.ifla.org/past-wlic/2011/97-laplante-en.pdf> (9. november 2015).
31. Larsen, Larisa, Sharon L. Harlan, Bob Bolin, Edward J. Hackett, Diane Hope, Anderw Kirby, Amy Nelson, Tom R. Rex in Shaphard Wolf. 2004. Bonding and Bridging: Understanding the Relationship between Social Capital and Civic Action. *Journal of Planning Education and Research* 24 (1): 64–77.
32. Lenaerts, Karolien, Miroslav Beblavy in Brian Fabo. 2016. Prospects for utilisation of non-vacancy Internet data in labour market analysis-an overview. *IZA Journal of Labor Economics* 5 (1). Dostopno prek: http://download.springer.com/static/pdf/231/art%253A10.1186%252Fs40172-016-0042-z.pdf?originUrl=http%3A%2F%2Flink.springer.com%2Farticle%2F10.1186%2Fs40172-016-0042-z&token2=exp=1456945560~acl=%2Fstatic%2Fpdf%2F231%2Fart%25253A10.1186%25252Fs40172-016-0042-z.pdf%3ForiginUrl%3Dhttp%253A%252F%252Flink.springer.com%252Farticle%252F10.1186%252Fs40172-016-0042-z*~hmac=9b5a20e8b955b179f3d861fbefcd2902255655b5e0469b214f9d4b3d5c2c2f0c (17. januar 2015).
33. Lin, Nan, John C. Vaughn in Walter M. Ensel. 1981. Social Resources and Occupational Status Attainment. *Social Forces* 59 (4): 1163–1181.
34. Lin, Nan. 1999. Building a Network Theory of Social Capital. *Connections* 22 (1): 28–51.

35. *LinkedIn*. Dostopno prek: <http://www.linkedin.com> (17. junij 2011).
36. Leonard, Medeleine. 2004. Bonding and Bridging Social Capital: Reflections from Belfast. *Sociology* 38 (5): 927–944.
37. Logue, H. Charles. 1993. *Outplace yourself: Secrets of an executive outplacement counselor*. Holbrook, MA: Adams Publishing.
38. Madden, Mary, Susannah Fox, Aron Smith in Jessica Vitak. 2007. White paper: *Digital footprints: Online identity management and search in the age of transparency*. Pew Internet and American Life Project. Dostopno prek: http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Digital_Footprints.pdf (5. maj 2015).
39. Mandič, Srna in Valentina Hlebec. 2005. Socialno omrežje kot vir upravljanja s kakovostjo življenja in spremembe v Sloveniji med letoma 1987 in 2007. *Družboslovne razprave* 21 (49–50): 264–285.
40. Mladinski svet Slovenije. 2010. *Zaposlovanje mladih: programski dokument Mladinskega sveta Slovenije*. Dostopno prek: Http://mss.si/datoteke/dokumenti/zaposlovanje_web.pdf (19. september 2012).
41. Merkač Skok, Marjana. 2005. *Osnove managementa zaposlenih*. Koper: Fakulteta za management
42. Ming-Yen Teoh, Sy-Cha Tan in Siong Choy Chong. 2013. Factors influencing perceptions of university students towards internet recruitment. *Asian Academy of Management Journal* 18 (1): 123–142.
43. Nie, H. Norman in Lutz Erbring. 2002. Internet and Society: A Preliminary Report. *It & Society* 1 (1): 275–283.
44. Nardi, A. Bonnie, Steve Whittaker in Heinrich Schwarz. 2002. NetWORKers and their Activity in Intentional Networks. *Computer Supported Cooperative Work* 2 (11): 205–242.
45. Rothwell, J. Dan. 2004. *In the company of others: an introduction to communication*. Boston: McGraw-Hill.
46. Raba Interneta v Sloveniji. 2011. *Socialna omrežja*. Dostopno prek: http://www.ris.org/db/13/12076/RIS%20poro%C4%8Dila/Socialna_omrezja_2011/?&p1=276&p2=285&p3=1318&p4=1319 (19. april 2015).
47. Right Management. 2015. Dostopno prek: <http://www.right.com/wps/wcm/connect/right-us-en/home/thoughtwire/categories/media-center> (19. april 2015).

48. Seibert, E. Scott, Maria L. Kraimer in Robert C. Liden. 2001. A social capital theory of career success. *Academy of Management Journal* 44 (2) 219–237.
49. Shirky, Clay. 2009. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*: Penguin Books.
50. *SHL Talent Measurement*. Dostopno prek: <http://www.cebglobal.com> (14. februar 2016).
51. *Social bakers*. Dostopno prek: <http://www.socialbakers.com> (14. februar 2016).
52. Spruk, Viljem in Dorotea Verša. 2004. *Mladi diplomanti na trgu delovne sile*. Ljubljana: Zavod RS za zaposlovanje.
53. *Statistični urad Republike Slovenije*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/statweb> (14. februar 2016).
54. Svetlik, Ivan. 1985. *Brezposelnost in zaposlovanje*. Delavska enotnost: Ljubljana
55. --- in Nada Zupan. 2009. *Menedžment človeških virov*. 1. Natis. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
56. Šaponja, Danica. 2006. Mladina v sodobni družbi. V *Obravnava mladostnika s psihozo*, ur. Vesna Čuk, 11–17. Ljubljana: Zbornica zdravstvene in babiške nege Slovenije – Zveza društev medicinskih sester, babic in zdravstvenih tehnikov Slovenije, Sekcija medicinskih sester in zdravstvenih tehnikov v psihiatriji.
57. Škorić M., Marko in Deborah Ying. 2009. Bowling Online, Not Alone: Online Social Capital and Political Participation in Singapore. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14 (2): 414–433.
58. Trbanc, Martina in Dorotea Verša. 2002. Zaposlovanje mladih. V *Politika zaposlovanja*, ur. Ivan Svetlik, Jože Glazer, Alenka Kajzer in Martina Trbanc, 337–396. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
59. *Twitter*. Dostopno prek: <http://www.twitter.com> (14. februar 2011).
60. van Hoye, Greet Edwin A. J. van Hooft in Filip Lievens. 2009. Networking as a job search behavior: A social network perspective. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 82 (3): 661–682.
61. Walther, B. Joseph. 1996. Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research* 23 (1): 3–43.
62. Wright Brown, Deborah in Alison M. Konrad. 2001. Granovetter Was Right: The Importance of Weak Ties to a Contemporary Job Search. *Group and Organization Management* 26 (4): 434–462.

63. Wellman, Barry. 2001. Computer Networks as Social Networks. *Computers and Science* 293 (5537): 2031–2034.
64. Wellman, Barry, Janet Salaff, Dimitrina Dimitrova, Laura Garton, Milena Gulia in Caroline Haythornthwaite. 1996. Computer Networks as Social Networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community. *Annual Review of Sociology* 22: 213–228.
65. Yuan, Y. Connie in Geri Gay. 2006. Homophily of Network Ties and Bonding and Bridging Social Capital in Computer-Mediated Distributed Teams. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11: 1062–1084.
66. Zaletel, Aleš in Damjan Palčič. 2008. *Kariera/09: kako uspešno iskati zaposlitev: navodila za uspešno gradnjo kariere: izbor najboljših delodajalcev*. Ljubljana: Moje delo.
67. Zittrain, Jonathan. 2008. *The future of the Internet and how to stop it*. New Haven, CT: Yale University Press.
68. Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje. 2013. *Letna poročila*. Dostopno prek: http://www.ess.gov.si/trg_dela/publicistika/letna_porocila (14. januar 2013).
69. Zveza svobodnih sindikatov Slovenije, Sindikat Mladi plus in Info ŠKUC. 2013. *Sporočilo za medije po novinarski konferenci Sindikata Mladi plus in Info Centra ŠKUC: Diskriminacija mladih žensk pri zaposlovanju*. Dostopno prek: [Http://www.zsss.si/attachments/article/896/SporociloZaMedije_SindikatMladiPlus_InfoCenterSkuc_DiskriminacijaZenskPriZaposlovanju_25032013.pdf](http://www.zsss.si/attachments/article/896/SporociloZaMedije_SindikatMladiPlus_InfoCenterSkuc_DiskriminacijaZenskPriZaposlovanju_25032013.pdf) (24. april 2013).