

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jasna Jarc

**Konvergenca in navade uporabnikov pametnega telefona**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jasna Jarc

Mentor: izr. prof. dr. Jaroslav Berce

**Konvergenca in navade uporabnikov pametnega telefona**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

*Zahvaljujem se svojemu mentorju  
za pomoč in vodenje ter svoji  
mami Vesni in sestri Valentini  
za podporo.*

*Diplomo pa posvečam vsem tistim,  
ki danes žal niso več z mano.*

## **Konvergenca in navade uporabnikov pametnega telefona**

Razvoj mobilne tehnologije nas je pripeljal do konvergence tradicionalno popolnoma različnih načinov posredovanja in sprejemanja informacij s pomočjo ene same naprave. Tehnološki napredek je v tesni povezanosti s potrebami in željami uporabnikov na trg prinesel pametni telefon, ki presega zmogljivost običajnega telefona in je dober primer konvergentne naprave. Je najnovejši segment v evoluciji mobilne telefonije in ravno pravšnji za hitro tempirano okolje, v katerem živimo. Trend konvergentnih oblik informacijskih virov ruši tradicionalno postavljene meje družbe in s tem povzroča transformacijo vsakdana uporabnikov tovrstnih naprav. Prakse uporabnikov se nenehno spreminjajo – na nove načine se družimo, opravljamo naloge in zbiramo informacije. Pametni telefoni podpirajo namestitvev aplikacij in so opremljeni z omrežno povezljivostjo, zato so idealno okolje za ustvarjanje navad, povezanih z uporabo interneta.

V diplomski nalogi seznanjam bralca z razvojem mobilne tehnologije in s konceptom konvergence. Predstavljam konvergentni pametni telefon in nekaj ključnih elementov transformacije vsakdana ljudi. Osrednjo vlogo diplomske naloge ima raziskava, s katero sem želela preveriti navade slovenskih uporabnikov pametnih telefonov.

Ključne besede: mobilna tehnologija, konvergenca, pametni telefon, družbena raba mobilne telefonije, navade.

### **Convergence and smart phone user habits**

The development of mobile technology has led us to the convergence of traditionally completely different ways of sending and receiving information in a single device. Technological progress, closely bound up with the needs and wishes of the market, brought us a smartphone that exceeds the capacity of a normal phone and is a good example of a convergent device. It is the latest segment in the evolution of mobile telephony and also just right for a quick environment in which we live in. Trend of convergent forms of information resources undermines the traditional set of boundaries, causing the transformation of users' everyday lives. Users' practices are constantly changing – they socialize in new ways, they carry out tasks in new ways and gather information in new ways; Smartphones support installing applications and are equipped with network connectivity and are therefore an ideal environment for creating habits related to the Internet.

In this thesis the reader is acquainted with the development of mobile technology and the concept of convergence. I represent convergent smartphone and a few key elements of the transformation of everyday life. The central role of the thesis is the research, with which I wanted to check the area of habits among Slovenian smartphone.

Key words: mobile technology, convergence, smart phone, use of mobile phones, habits.

## KAZALO VSEBINE

1	UVOD .....	7
2	RAZVOJ MOBILNE TEHNOLOGIJE .....	9
2.1	GENERACIJE MOBILNIH OMREŽIJ .....	10
2.2	MOBILNE STORITVE IN NAPRAVE.....	11
3	KONVERGENCA IN PAMETNI TELEFON .....	12
3.1	O KONVERGENCI .....	13
3.2	PAMETNI TELEFON.....	14
4	DRUŽBENA RABA MOBILNEGA TELEFONA .....	14
4.1	TRANSFORMACIJA VSAKDANA .....	15
4.1.1	OBČUTEK ODSOTNE PRISOTNOSTI.....	15
4.1.2	VSESPLOŠNA DOSEGLJIVOST .....	16
4.1.3	LAHEK IN HITER DOSTOP DO INFORMACIJ .....	16
4.1.4	SPREMINJANJE KOMUNIKACIJSKIH VZORCEV .....	17
5	NAVADE UPORABNIKOV MOBILNE TELEFONIJE .....	17
5.1	O NAVADAH .....	17
5.2	NAVADE UPORABNIKOV PAMETNEGA TELEFONA.....	18
5.2.1	NAVADA PREVERJANJA .....	19
6	RAZISKOVALNI KONCEPT IN METODOLOGIJA .....	20
6.1	OPREDELITEV RAZISKOVALNEGA PROBLEMA IN CILJA.....	20
6.2	VIRI PODATKOV .....	21
6.3	METODOLOGIJA .....	21
7	RAZISKAVA NAVAD UPORABNIKOV PAMETNEGA TELEFONA.....	21
7.1	VSEBINA VPRAŠALNIKA .....	21
7.2	OPIS VZORCA .....	22
7.2.1	OPISNA STATISTIKA .....	22
7.2.2	ANALIZA PODATKOV .....	23
8	SKLEP .....	27
9	LITERATURA .....	29
	PRILOGE.....	32
	Priloga A: Originalna in prevedena oblika SRHI lestvice .....	32
	Priloga B: Tabela srednjih vrednosti za Q2 (Sodelovanje v družbenih omrežjih (Facebook, LinkedIn, Twitter ipd.) je nekaj, kar ... ).....	32

Priloga B.1: Tabela srednjih vrednosti za Q4 (Iskanje informacij (glede produktov, storitev, potovanj ipd.) je nekaj, kar ... ) .....	32
Priloga B.2: Tabela srednjih vrednosti za Q6 (Preverjanje e-maila je nekaj, kar ... ).....	33
Priloga B.3: Tabela srednjih vrednosti za Q8 (Branje novic in zabavnih vsebin je nekaj, kar ... ) .....	33
Priloga B.4: Tabela srednjih vrednosti za za preverjanje pogostosti navad .....	33
Priloga C: Anketni vprašalnik.....	33

## **GRAFI**

Graf 7.1: Srednje vrednosti za Q2 (Sodelovanje v družbenih omrežjih Facebook, LinkedIn, Twitter ipd. je nekaj, kar ... ) .....	23
Graf 7.2: Srednje vrednosti za Q4 (Iskanje informacij glede produktov, storitev, potovanj ipd. je nekaj, kar ... ) .....	24
Graf 7.3: Srednje vrednosti za Q6 (Preverjanje e-pošte je nekaj, kar ... ) .....	25
Graf 7.4: Srednje vrednosti za Q8 (Branje novic in zabavnih vsebin je nekaj, kar ... ) .....	25
Graf 7.5: Srednje vrednosti za preverjanje pogostosti navad .....	26

## 1 UVOD

Z vidika potreb po uporabi različnih medijev danes selektivnost med njimi ni več tako preprosta, kot je bila nekoč. Včasih so imele naprave točno določeno funkcijo, ki nam je pomagala pri izbiri; malokatera naprava je omogočala več funkcij. Mobilni telefon, ki je bil včasih rabljen zgolj za osnovne komunikacijske storitve, lahko danes opravlja ogromno drugih funkcij. Z omogočenjem medmrežne povezave je postal alternativni medij za komunikacijo »iz oči v oči«, za stacionarni telefon in za nekatere poštno ter bančne storitve. Današnji t. i. pametni telefoni<sup>1</sup> nam torej poleg večpredstavnih storitev ter osnovnih komunikacijskih storitev omogočajo tudi široko paleto elektronsko pogojenih storitev. Konvergenca medmrežja in mobilnega omrežja postaja vsakdanji pojav; informacijsko-komunikacijska tehnologija je postala le še ena izmed zrelih industrij, kjer je delujoča infrastruktura popolnoma samoumevna osnova, ki jo zaznamo le tedaj, ko kaj ne deluje (Bašić Hrvatini in Kučić 2005).

Večine današnjih uporabnikov ne zanima, kako deluje naprava in e-pošta v nekaj sekundah prepotuje svet, opazijo pa, da svojega mobilnega telefona ne morejo napolniti s katerimkoli polnilnikom in da imajo na mizi v dnevni sobi vse več daljinskih upravljavcev. Samoumevno delovanje pa ni edino, kar uporabniki pričakujejo – novi izdelki morajo biti sposobni izvajati več različnih opravil. Pred dobrimi šestnajstimi leti v ZDA začel razvijati trg konvergentnih naprav, ki naj bi tako rekoč lahko opravljale vse operacije, povezane s sliko in zvokom, združevale naj bi zabavo in resno delo, zasebnost in družabnost, varnost in nadzorovan adrenalin, skrit v domači zabavi in vse naprednejših računalniških igrar, ki po prihodkih počasi dohitevajo filmsko industrijo. Te naprave, vse manj podobne klasičnim računalnikom, naj bi tudi presegle delitev, ki se je razvijalci storitev že dolgo neuspešno otepajo, namreč delitev na zabavno in resno elektroniko (Bašić Hrvatini in Kučić 2005, 94).

Kljub temu da me bo v tej nalogi bolj zanimala uporabniška kakor tehnična plat, je tudi ta zelo pomembna pri razvoju mobilne telefonije. Na danes najhitreje rastoči segment na trgu mobilne telefonije (PC Magazine 2013), pa ne smemo gledati le iz tehnološko-determinističnega vidika, temveč ga moramo razumeti v tesni povezavi z družbenimi potrebami. Prav v okviru teh smo naprave zasnovali, oblikovali in ustvarili ter jih sami

---

<sup>1</sup> Pametni telefoni so mobilni telefoni, ki omogočajo naprednejše računalniške sposobnosti in povezanost, kot jih omogočajo osnovni mobilni telefoni. Pametni telefoni omogočajo namestitve in uporabo različnih aplikacij. Te napredne mobilne naprave imajo močne procesorje, bogat spomin, večji zaslon na dotik in virtualno tipkovnico, ki omogoča uporabo spletne pošte, iskanja po spletu preko brskalnika in brezžično povezljivost (PC Magazine 2013).

umestili v naša življenja. Materialne objekte uporabljamo kot orodja, ki povečujejo človeško instrumentalnost. Oblika mobilnega telefona in način, na katerega je uporabljen v materialnem kontekstu vsakdana, nista samoumeven rezultat tehnološkega razvoja ampak zapleten proces. Mobilni telefon je rezultat tekmujočih komercialnih interesov, ideoloških interesov, interesov industrije in politike ter rezultat družbenih potreb (Oblak Črnič in Luthar 2009). Tudi družbena raba tehnologije je kontekstualna, torej kulturno pogojena in zato veliko širša od tehničnih funkcij. Družbene rabe mobilne telefonije so tudi odraz družbenih sprememb v pozni moderni (Vehovar in drugi 2009), zato je potreben vpogled v transformacijo družbe, v kateri živimo. Poleg družbenih sprememb pa ne smemo zanemariti ključne vloge uporabnika samega, saj so ravno uporabnikove osebne lastnosti, potrebe, čas, v katerega je postavljen, in prostor, v katerem deluje, tisti, ki ženejo razvoj in spremembe na področju konvergence.

V literaturi se pogosto srečujemo s problematiko vpliva novih tehnologij na družbo. V 90. letih so bili zato v debatah zelo popularni mobilni telefoni, leta 2000 pa so se razvile vroče debate o vplivih prenosnih računalnikov in pametnih telefonov. Zaradi potreb današnjega hitro tempiranega okolja so konvergentne naprave, kot je pametni telefon, postale nepogrešljiv del našega vsakdanjika. Uporabljamo jih v povprečju tudi do 2.7 ure na dan, kar je znatno več časa kot na drugih napravah.

Z možnostjo omrežne povezljivosti, nalaganja aplikacij in s tem lahkega in hitrega dostopanja do nagrad, kot so informacije ali komunikacija, nove tehnologije tvorijo tudi primerno okolje za razvoj navad (Oulasvirta in drugi 2011). Aktualno in precej zanimivo področje navad bom v tej diplomski nalogi tudi raziskala. Izhajala bom iz ugotovitve, da je pametni telefon tesno povezan z razvijanjem navad. Ne bom se osredotočala na formiranje novih navad, ampak me bodo zanimale predvsem navade, ki so jih razvili slovenski uporabniki pametnih telefonov. Zanimalo me bo tudi, katere navade so najpogostejše.

V prvem delu diplomske naloge predstavljam teoretičen okvir, v katerem se bom skozi razvojni in tehnični del konvergentnega pametnega telefona prebila na tematiko pojma konvergence. Temu bo sledila analiza sekundarnih virov glede vpliva sodobne tehnologije na družbo. Izpostavila bom na teoriji utemeljene spremembe vsakdanjega življenja uporabnikov tovrstne tehnologije in raziskala področje navad slovenskih uporabnikov pametnih telefonov. Navade uporabnikov pametnega telefona bom raziskala glede na različne aktivnosti, ki jih



opravljajo na svojih napravah. Na podlagi rezultatov bom ugotavljala, katere izmed izbranih aktivnosti predstavljajo navade in katere izmed njih so najpogostejše.

V nadaljevanju sledi praktični del, kjer predstavim empirično raziskavo preučevane tematike, osnova katere je spletna anketa. Opisala bom postopke zbiranja podatkov in analizirala pridobljene podatke, temelječe na postavljenih raziskovalnih vprašanjih.

V sklepnem delu naloge bom združila rezultate anketnega vprašalnika in strnila ugotovitve v krajšo analizo. Cilj naloge je bralcu predstaviti razvoj mobilne tehnologije in koncept konvergence ter kakšne so družbene aplikacije pojava, z ozirom na navade uporabnikov konvergentnih pametnih telefonov.

## **2 RAZVOJ MOBILNE TEHNOLOGIJE**

Tehnologije same po sebi niso mobilne. Mobilni smo uporabniki, tehnologije pa se skladajo z družbenimi interesi – za mobilno uporabo so zato majhne, lahke, priročne, preproste za uporabo in delajo na baterije. Mobilne tehnologije so torej tehnologije, ki so prenosljive in ki uporabnikom omogočajo mobilnost med uporabo. Med njih štejemo mobilna omrežja, mobilne naprave in mobilne storitve (Muller-Veerse v Hribar 2007, 286), ki so med seboj močno prepleteni in odvisni. Na razvoj mobilnih storitev vplivata razvoj novih omrežij in omrežnih tehnologij ter razvoj novih mobilnih naprav in želja trga oziroma uporabnikov (Kalakota in Robinson v Hribar 2007, 286). Razvojni krog je sklenjen, ko je treba nova mobilna omrežja in nove mobilne naprave razvijati v koraku z željami in potrebami trga, ki zahteva razvoj novih storitev (Hribar 2007, 286).

Prvi prenosni mobilni telefon so razvili v poznih sedemdesetih letih. Še celo desetletje je trajalo, da je telefon iz eksperimentalne faze prešel v vsesplošno uporabo. Za to so bili potrebni komercialni komunikacijski sateliti, ki so v osemdesetih letih omogočili vzpon komercialne rabe mobilne telefonije po vsem svetu (Fang v Pušnik 2009, 39). Telefonija se je v 80. letih tako začela preoblikovati iz monopolizirane stacionarne telefonije v monopolizirano mobilno telefonijo.

Za začetek mobilne telefonije v Sloveniji štejemo leto 1991, ko je začelo delovati Mobitelovo analogno omrežje Nordic Mobile Telephone (NMT). Trendi naraščanja telefonskega prometa v mobilnem omrežju so od tega leta dalje zelo podobno sledili trendom drugih razvitih držav.

Leta 2000 je število mobilnih telefonov prvič preseglo število stacionarnih povezav (Pušnik 2009, 43).

Gledano s tehnološkega vidika je razvoj mobilne tehnologije potekal v več generacijah. Prvo generacijo predstavlja sistem NMT, temelječ na analognem omrežju. Mobilni telefoni te generacije so bili veliki in nerodni, merili so do 30 centimetrov ter tehtali vse do enega kilograma. Druga generacija je bila generacija sistema Global System for Mobile Communication (GSM), ki je temeljil na digitalnem omrežju. Zaradi posledično velike prilagojenosti naprav uporabnikom je ta sistem postal vodilni svetovni mobilni standard. Nadgradila sta ga sistema General Packet Radio Service (GPRS) in Universal Mobile Telecommunications System (UMTS), ki sta omogočila še hitrejši prenos podatkov in konvergenco različnih medijev (Pušnik 2009, 39; Hribar 2007, 295). Danes vstopamo v novo generacijo mobilnega omrežja, ko je tudi pri nas na voljo tehnologija četrte generacije – Long Term Evolution (LTE), kjer gre izključno za paketno omrežje, ki omogoča najhitrejši prenos podatkov doslej (Dnevnik 2012a; Monitor 2012).

## **2.1 GENERACIJE MOBILNIH OMREŽIJ**

Kakor sem že omenila, se je mobilna telefonija v tehnološkem smislu razvijala v več generacijah. Danes so v Sloveniji na voljo storitve druge, tretje in četrte generacije mobilnih omrežij, vendar se moramo zavedati neizmerno hitrega nadgrajevanja in tehnološkega razvoja, s katerim se omrežja, sorazmerno z napravami, razvijajo zelo hitro.

Prva generacija (1G) se je začela z NMT sistemom, ki so ga najprej uvedli v Savdovi Arabiji leta 1981. Sistem se je hitro razširil po Evropi, razvili pa so se tudi drugi, bolj napredni (AMPS, Hicap, CDPD, Mobitex, DataTac). Sistemi prve generacije so bili pretežno namenjeni le prenosu govora, temeljili so na analognih omrežjih, ki za večje število uporabnikov niso bila uporabna. Prav zaradi zmogljivosti so analogna omrežja zamenjala digitalna. Z digitalnimi omrežji smo prešli v drugo generacijo (2G), ki je imela velike prednosti v kakovosti in tudi varnosti govornih komunikacij ter v dodatnih storitvah. Ta je omogočala prenos podatkov, faks storitve, prenos kratkih sporočil in gostovanje uporabnikov v omrežjih drugih operaterjev (Hribar 2007, 288–289). Konec osemdesetih se v okviru 2G generacije razvije GSM omrežje. Ena izmed prednosti GSM omrežja je uporaba Subscriber Identification Module (SIM) kartice, ki omogoča identifikacijo uporabnika in enostavno zamenjavo telefonske naprave, ter sistem GPRS, delujoč na osnovi paketnega prenosa podatkov. Pri nas je leta 1996 Mobitel vzpostavil digitalni sistem GSM in že v prvem letu

delovanja sprožil množično uporabo med ljudmi. Potreba po hitrejši in cenejši ponudbi prenosa podatkov preko mobilnega omrežja je pripeljala razvoj tretje generacije (3G), s katero generacijo se je razvil UMTS. Z omrežji tretje generacije smo pridobili velike hitrosti paketnega prenosa podatkov, ki omogočajo tudi paketni prenos govora oziroma internetno telefonijo, prenos videa ter uporabo večpredstavnostnih vsebin. Omrežje UMTS ponuja tudi videotelefonijo s prenosom zvoka in slike med dvema telefonskima napravama. UMTS tretje generacije je tako spremenil mobilni telefon v večnamensko napravo, ki omogoča naprednejše lokacijske storitve, večpredstavnostne storitve in zelo hiter dostop do interneta (Hribar 2007, 290–291).

Za generacijski preskok na četrto generacijo (4G) pa je Mednarodna telekomunikacijska zveza sprejela skupino standardov *International Mobile Telecommunications Advanced*, ki poleg izjemno visokih hitrosti prenosa predvideva tudi večjo odzivnost omrežja. Prednosti LTE standarda so hitrejši prenos podatkov (do 100 Mbit/s), povečana odzivnost, visok izkoristek spektralne širine, hitrejše nalaganje spletnih strani in visoka kakovost prenašanja HD in 3D videov, navajajo v Simobilu (Dnevnik 2012b).

Za konkretno razumevanje, kaj pravzaprav mobilna omrežja so, jih Hribar (2007) razdeli na zgoraj opisana mobilna telefonska omrežja, Bluetooth povezavo, brezžična lokalna omrežja, satelitske povezave in elektronsko oddajanje (TV, radio). Isti avtor mobilne naprave razdeli na prenosne računalnike, ročne računalnike, dlančnike, običajne mobilne telefone in pametne telefone; mobilne storitve pa na kratko sporočilo (Short Message Service – SMS), večpredstavnostno sporočilo (Multimedia Messaging Service – MMS), prenos podatkov in Wireless Application Protocol (WAP) tehnologijo.

## **2.2 MOBILNE STORITVE IN NAPRAVE**

Verksalo (2007, 332) mobilne storitve enostavno označi za storitve, ki jih uporablja končni uporabnik z mobilnim telefonom, medtem ko Kotler in Armstrong (v Verksalo 2007, 332) mobilne storitve razumeta kot »aktivnosti ali koristi na voljo za prodajo, ki so neopredmetene in končajo v lastništvu ničesar«. Po Verksalu (2007, 332) poznamo tri vrste mobilnih storitev: zapuščinske storitve (glasovno in tekstovno sporočanje), elektronske storitve in multimedijske storitve. Obstaja pa še veliko različnih pristopov oziroma vidikov za kvalifikacijo mobilnih storitev – nanje lahko gledamo kot končni uporabniki, z vidika omrežja ali pa akademske raziskave. Različne storitve imajo zelo različne karakteristike, zato jih je včasih težko opredeljevati po skupinah (Verksalo 2007, 332).

Aplikacije lahko vidimo kot omrežne aplikacije, ki implementirajo storitve, ali kot samostojne aplikacije na ročni napravi. Aplikacija je torej malo bolj tehničen izraz za samo rešitev, storitev pa je bolj povezana z dodajanjem vrednosti končnemu uporabniku (Verksalo 2007). V tej nalogi bom vse rešitve, ki dodajajo vrednost končnemu uporabniku preko mobilne naprave, omenjala kot mobilne storitve.

Mobilne storitve uporabljamo z mobilnimi napravami in so pogojene z mobilnim omrežjem. Z razvojem mobilnega omrežja so se sčasoma razvile tudi nove mobilne naprave – elektronske naprave, ki jih uporabniki uporabljajo za brezžično komunikacijo z drugimi uporabniki in za povezovanje prek mobilnih omrežij do storitev na medmrežju (Hribar 2007, 295). Mobilne naprave so z razvojem postale večpredstavnostne komunikacijske naprave. Najbolj razširjene med njimi so postali mobilni telefoni. Glede na lastnosti in funkcije po Hribarju (2007, 295) razlikujemo dve glavni vrsti mobilnih telefonov: običajne mobilne telefone in pametne telefone. V pričujočem delu se bom osredotočala predvsem na pametne telefone, ki združujejo storitve za medosebno povezovanje, širijo funkcionalnost ročnih naprav (Verkasalo 2008, 332) in so dober primer konvergentnih naprav.

### **3 KONVERGENCA IN PAMETNI TELEFON**

Postmodernistični pojav, kot je konvergenca, je idealen za današnjo potrošno kulturo, saj živimo v svetu, kjer je od ljudi vedno bolj pričakovano, da so s svojimi mobilnimi napravami dosegljivi vsepovsod in vseskozi (Pinchot in drugi 2011). Inovativne rešitve v tehnološkem, informacijsko-komunikacijskem in medijskem sektorju se že nekaj let prilagajajo trendu, ki skuša zadovoljiti široko paleto uporabnikovih potreb. Moramo pa se zavedati, da se trend, ki briše meje med tradicionalno popolnoma različnimi načini posredovanja in sprejemanja informacij (Bašić Hrvat in Kučić 2005, 83) in ki združuje sfere zabave, informacijsko-komunikacijske tehnologije ter življenjsko-stilne produkte in storitve (May in Hearn 2005, 195), ne nanaša le na tehnologije ampak tudi na področje vsakdanjega življenja uporabnika.

### 3.1 O KONVERGENCI

Ko v slovarju tujk poiščemo pojem konvergenca<sup>2</sup>, ta pomeni približevanje, istosmernost (Tavzes 2002, 610). Temelji sodobnejših definicij pojma konvergence segajo že v leto 1979, ko je Nicholas Negroponte (v Gordon 2003, 59) opisal koncept kot prekrivanje panog računalništva, množičnih medijev in telekomunikacij, Pool pa je leta 1983, ko se o internetu sploh še ni resneje govorilo, poudarjal pomembnost digitalizacije podatkov: »pojasnjevanje trenutne konvergence<sup>3</sup> med historično ločenimi načini komuniciranja tiči v zmožnostih digitalne elektronike. Vse postaja bolj elektronsko posredovano ... Elektronska tehnologija povezuje vse načine komuniciranja v enoten temeljni sistem« (Gordon 2003, 58; Jenkins 2006, 10).

Pojem konvergenca se torej v tehnoloških panogah uporablja že več desetletij. S konvergenco želijo avtorji običajno prikazati stapljanje tehnologij na določenem področju, žal pa neke enotne klasifikacije pojma še vedno ni. Ward (v Bašić Hrvatini in Kučić 2005, 83–84) razume konvergenco v več razsežnostih, kot:

- *stapljanje različnih uporabniških naprav, predvsem računalnika in televizije, ki potrošnikom omogočajo dostop do velikega števila tradicionalno ločenih informacijsko-komunikacijskih storitev;*
- *spremembo na gospodarskem področju, ki prinaša povezovanje med telekomunikacijskim sektorjem in podjetji, ki ponujajo vsebino;*
- *spremembo na področju distribucije, ki omogoča ponujanje telekomunikacijskih avdiovizualnih storitev kot enotnega paketa storitev, prihajajočih po istem distribucijskem kanalu, in*
- *spremembo na področju regulacije, kjer se oblikujejo novi »super-regulatorji«, ki naj bi ponudili odgovor na zahteve po novem sistemu regulacije, značilnem za konvergenčno okolje.*

---

<sup>2</sup> V biologiji jo označujejo za razvoj analognih struktur ali lastnosti pri nesorodnih organizmih, ki živijo v podobnih okoljih. V geografiji pomeni sorodnost, skladnost; lingvistika jo razume kot spremembo v jeziku, sovpadanje določenih jezikovnih pojavov ali jezikov. V računalništvu pomeni lastnost niza ali reda, da teži h končni vrednosti; sociologija pa označuje pojem konvergenčen, ki se nanaša na konvergenco, za domnevo, da bi lahko prišlo do splošnega približevanja socialističnega in kapitalističnega sistema (Tavzes 2002, 610).

<sup>3</sup> Poolova ideja o »convergence of modes« je napovedovala prehod v dobo, ko bodo različne vsebine shranjene v digitalni obliki in posredovane preko enotnega omrežja, ki bo dostopen elektronsko (Gordon 2003, 60; Jenkins 2006, 10).

Jenkins razume konvergenco zgolj kot proces, ne kot učinek. Staro idejo o konvergenci kot stapljanju različnih naprav v eno univerzalno izpodbijajo različne potrebe in pričakovanja ljudi, ki dostopajo do vsebin na različne načine glede na lokacijo, kjer se nahajajo. Situacijskemu kontekstu se prilagaja tudi razvoj prenosnih naprav (Jenkins 2006, 15–16).

### **3.2 PAMETNI TELEFON**

Pametni telefoni predstavljajo najnovejši korak v evoluciji prenosne informacijske in komunikacijske tehnologije (Oulasvirta in drugi 2011). T. i. »križanci med dlančnikom in mobilnim telefonom« (Hribar 2007, 299) podpirajo tako omrežno povezljivost kot tudi nameščanje in uporabo različnih aplikacij oz. storitev (Oulasvirta in drugi 2011). Delujejo na podlagi operacijskih sistemov s standardiziranim vmesnikom in platformo za razvijalce aplikacij. Imajo večje zaslone in močnejše procesorje od navadnih telefonov (PC Magazine 2013). So mobilni telefoni, ki presegajo zmogljivost običajnega telefona in nudijo podobne funkcionalnosti kot osebni računalnik: brezžično e-pošto, brskanje po spletu in faksiranje, spletno bančništvo, povezanost z lokalnim omrežjem, lokalni in oddaljen prenos podatkov med telefonom in računalniki ter oddaljen nadzor nad domačimi ali poslovnimi elektronskimi sistemi, računalniki (Safe-si 2008).

Tehnologija napreduje v koraku z večanjem kapacitete podatkov, ki jih mora prenašati, obdelovati in hraniti. Sposobnosti procesorjev, baterij in tehnologij za hrambo podatkov se hitro večajo in ugodno vplivajo na ceno današnjih konvergentnih naprav. Ena izmed bistvenih pospeševalcev konvergentnih procesov je tudi transformacija vsakdana uporabnikov. Konvergentne oblike informacijskih virov rušijo tradicionalno postavljene meje družbe (meja med delom in domom, zabavo in informiranjem, izobraževanjem in sprostivijo) (Dolničar in Nadoh 2004) in s tem spreminjajo tok vsakodnevnih opravil uporabnikov in njihove potrebe.

## **4 DRUŽBENA RABA MOBILNEGA TELEFONA**

Telefonski »bum« v osemdesetih letih 20. stoletja je z naglim porastom množičnega vstopanja mobilnih telefonov v domove ljudi napovedal tudi drugačno rabo tovrstne tehnologije. Stari in novi mediji sicer nastopajo skupaj in se dopolnjujejo, vendar redefiniirajo svojo vlogo, moč in način vplivanja na ljudi (Ule 2009, 146).

## **4.1 TRANSFORMACIJA VSAKDANA**

Že »navaden« mobilni telefon je v življenja uporabnikov prinesel celo vrsto sprememb. Redefiniral je pomen javnega in zasebnega, odpravil fizično vezanost ljudi na statične komunikacijske točke, prostor komunikacije je postal neomejen, pogovor se je razširil v verbalnem in neverbalnem smislu, prinesel je spremembe na področje medosebnega komuniciranja, spremenil je konverzacijsko kulturo, odnose do intimnosti, zasebnosti in javnosti, pa tudi omogočil stalno spreminjanje že dogovorjenega glede na trenutni lastni status. Mobilni telefon je po televiziji prva elektronska naprava v zgodovini, ki ji je uspelo preseči večino demografskih dejavnikov (starost, spol, izobrazba, prihodek), zato jih razvijalci bogatijo z zmogljivimi zasloni in jih spreminjajo v digitalne fotoaparate, osebne komunikatorje, prenosne glasbene naprave, modne dodatke in celo denarnice ali osebne dokumente (Pušnik 2009).

Pri pametnem telefonu specifičnosti navadnega mobilnega telefona ni več. Omrežje tretje in četrte generacije uporabnikom pametnega telefona omogoča uporabne prenose krajših televizijskih izsekov, kakovostno glasbo in hiter dostop do informacij. V kontekstu spreminjanja vsakdanjega življenja uporabnikov mobilne telefonije sta v literaturi najpogosteje omenjena pojma mikrokoordinacije in odsotne prisotnosti (Vehovar in drugi 2009). V tem delu bom predstavila pojem odsotne prisotnosti in še nekatere druge pomembne spremembe, ki nam jih je prinesel pametni telefon – vesplošno dosegljivost, lahek in hiter dostop do informacij in spreminjanje komunikacijskih vzorcev.

### **4.1.1 OBČUTEK ODSOTNE PRISOTNOSTI**

V literaturi o družbenih učinkih mobilne telefonije je možno pogosto zaslediti idejo, da je mobilno komuniciranje okrepilo družbeno povezanost med posamezniki, ki se povezujejo preko mobilnih omrežij. Nekoliko bolj kritične do učinkov mobilne telefonije na družbene odnose pa so študije, ki napovedujejo razkrojitev družbene povezanosti in redukcijo družbenih odnosov na kratkoročne stike (Petrovčič 2007, 33).

Pojem, ki ga je uvedel Kenneth Gergen, predstavlja tisto resnično novo, kar prinašajo mobilni telefoni – občutek odsotne prisotnosti. Le-ta označuje »sovpadanje duševne odsotnosti sicer fizično prisotnih oseb ter komunikacijske prisotnosti in celo intimnosti med fizično ločenimi osebami« (Ule 2009, 137). Gergen opozarja, da se zaradi nenehne vpetosti v ožje mobilno komunikacijsko omrežje fizično navzoči posamezniki ne odzivajo na delovanje drugih v njihovi neposredni bližini, s čimer zmanjšajo število naključnih družbenih interakcij in slabijo

mehanizme družbene integracije (Vehovar in drugi 2009, 205). Fortunatijeva podobno izpostavlja koncept »nomadske intimnosti«, ki izraža, kako nam mobilnost omogoči, da ostanemo povezani z osebno mrežo, medtem ko potujemo s ceno neposrednega doživljanja vsega, kar nam socialni prostor ponuja (v May in Hearn 2005).

#### 4.1.2 VSESPLOŠNA DOSEGLJIVOST

Kljub temu, da so številne druge komunikacijske tehnologije razširile prostor človekovega komunikacijskega aparata, je šele mobilni telefon postal pravi neorganski podaljšek človekovega telesa. Pri komuniciranju in vzpostavljanju stikov z drugimi je namreč popolnoma odpravil fizično vezanost ljudi na statične komunikacijske točke (Pušnik 2009, 33–40). Tudi v časovnem smislu je mobilni telefon prinesel spremembe koncepta časa, saj je omogočil bliskovito komunikacijo na velike razdalje in na ta način navidezno pospešil tok časa (Pušnik 2009, 35).

Ben Agger (2011) v svojem prispevku *iTime: Labor and life in a smartphone era* govori o t. i. »iČasu« – času, ki je prenosen in elastičen in fundamentalno dvigne meje dneva in noči, kar je značilno za današnji postmodernistični čas. Govori o drugačnem razumevanju časa mlajših generacij, katerih čas se razteza in ukrivlja, medtem ko čas starejših generacij ostaja linearen. Aggerjev pogled na novodobne naprave, npr. pametne telefone, je zelo črnogled. Pravi, da se danes ne moremo skriti – čeprav lahko mobilne telefone utišamo, nas akumulacija spletne pošte in sporočil žene k odzivu (Agger 2011).

#### 4.1.3 LAHEK IN HITER DOSTOP DO INFORMACIJ

Zanimivo se mi zdi omeniti razumevanje novih mobilnih tehnologij, ki jih Strehovec (2009, 160–162) razume kot relevantno področje za razumevanje zaznavanja, krmiljenja in delovanja sodobnega posameznika, postavljenega v t. i. »nomadski kokpit«<sup>4</sup>. To avdiovizualno vozilo nastopa kot vozlišče podatkov iz različnih virov, ti pa zasipajo voznika oziroma uporabnika, ki mu kmalu ni več potrebna mobilnost, saj tokovi informacij z vseh strani pritekajo v njegovo bližino. Pri tej nomadski dejavnosti uporabniki niso sami, opremljeni so s pametno mobilno pisarno, kar pomeni, da so obdani z napravami, ki jim dobavljajo podatke različnih izvorov. In res nas naprave, kot je pametni telefon, hote ali nehotе »bombardirajo« z informacijami z vseh možnih strani, naj bodo to svetovne novice, novice iz družbenih omrežij o naših prijateljih, novice o delnicah, vremenu ali pa opozorila na naša neizpolnjena opravila.

---

<sup>4</sup> S tujko »kokpit« Strehovec označuje delovno okolje v pilotski kabini, ki vključuje tudi ploščo z navigacijskimi in nadzorovalnimi napravami ter prikazovalniki (Strehovec 2009, 156).



#### 4.1.4 SPREMINJANJE KOMUNIKACIJSKIH VZORCEV

Mobilna telefonija kot računalniško podprta komunikacija zajema različne načine in kanale komuniciranja (glas, podobo, besedilo, glasbo, video), ki jih uporabnik vključuje v komuniciranje. S tem so bile presežene nekatere omejitve zgodnjega obdobja digitalnega komuniciranja – omejenost na govorna in pisna sporočila ter računalniško podprtega komuniciranja na izmenjavo tekstualnih sporočil prek e-pošte (Ule 2009).

Mobilni telefon vrne intenzivno asinhrono (nesočasno) komuniciranje<sup>5</sup> v pisni obliki (SMS), ki je popularno predvsem med mladimi. Zaslugo za tolikšno razširjenost mobilnega telefona ima tudi omrežna povezljivost, preko katere lahko današnji uporabniki pametnega telefona dostopajo do klepetalnic, družbenih omrežij, aplikacij za sinhrono (sočasno) neposredno komunikacijo<sup>6</sup> (Skype) in asinhronih servisov, kot je e-pošta (Petrovčič 2007, 33).

## 5 NAVADE UPORABNIKOV MOBILNE TELEFONIJE

Mobilni telefoni so paradoksalno postali nekaj samoumevnega in »pozabljenega« zaradi operativne uporabe (Ling 2012). Kakor v preteklosti so tudi danes še vedno v vsakdanji uporabi navade, povezane z vedenjem, ki ga prakticiramo redno in se mu težko odpovemo (Chatzisarantis in Hagger 2007, 664).

### 5.1 O NAVADAH

Psihologija razume navado kot določen način razmišljanja, voljo ali občutek, pridobljen s prejšnjo ponovitvijo in mentalno izkušnjo. Je določen način, na katerega teče tok misli, ko že znani občutki oblikujejo vsebino. Znan občutek ni zavest sama, temveč postopek misli, ko ti znani procesi pristanejo v zavesti. Navada sama po sebi leži izven zavesti in pomeni preprosto navajeni način odzivanja (Andrews 1903). Je tip samodejnega vedenja, ki se nanaša na določen cilj (Chatzisarantis in Hagger 2007, 664); z drugimi besedami je navada naučena sekvenca vedenja, ki je postala samodejen odziv na določene iztočnice in služi doseganju določenega cilja. Zgodovina ponavljanj vedenja pripomore k več možnostim, da postane to vedenje navajeno vedenje, vendar navada ni zgolj pretekla vedenjska frekvenca, temveč

---

<sup>5</sup> Asinhrona komunikacija je tekstualni tip računalniško posredovane komunikacije, ki vključuje natipkane bede, ki se preberejo na zaslonu naprave. Pomeni »komunikacijo, ki ne poteka v realnem času, in je torej komunikacija, kjer se, na primer, odgovor na vprašanje lahko pojavi šele po nekaj dneh, vsekakor pa ne takoj« (Praprotnik 2003, 146).

<sup>6</sup> Sinhrona komunikacija je tip računalniško posredovane komunikacije, ki označuje komunikacijo preko spletnih klepetalnic, v katerih uporabniki nimajo povezav z »realnim« okoljem, so pa časovno povezani (Praprotnik 2003, 147).

psihološki konstrukt (Verplanken in Orbell 2003). Navada je ustvarjena s pogostim in zadovoljujočim seznanjanjem z izvedbo vedenja, ki je odziv na določeno znamenje (Verplanken in Aarts 1999).

Oulasvirta in drugi (2011) preko raziskav o navadah uporabnikov pametnih telefonov ugotovijo, da je nenavajeno vedenje počasneje opravljeno, saj je zanj potrebne več pozornosti in so odločilni procesi v tem primeru daljši kot pri navajenem vedenju. Pri razvijanju navad ugotavljajo, da imajo lahko veliko vlogo tudi lahko dostopne nagrade, ki jih pridobimo z uporabo pametnih telefonov, kot so družbena omrežja, komunikacija in novice.

## 5.2 NAVADE UPORABNIKOV PAMETNEGA TELEFONA

V sklopu raziskovanja navad, ki jih oblikujejo uporabniki pametnih telefonov, se opiram na teoretično podlago prispevka *Habits make smartphone use more pervasive* (Oulasvirta in drugi 2011), ki na osnovi več študij ugotavlja, da uporaba pametnih telefonov tvori navade.

Izhajajoči iz razumevanja navade kot avtomatiziranega vedenja, ki je tesno povezano z določenimi iztočnicami, pridejo do rezultatov preko treh študij. Prva študija je bila izvedena leta 2009 med 136 Američani z dvema sklopoma intervjujev, kjer so avtorji primerjali uporabo pametnega telefona z uporabo prenosnega računalnika in ugotovili, da je uporaba pametnega telefona bolj nagnjena k hitrim sejam, kjer se uporabniki osredotočijo na eno posamezno aplikacijo. Druga študija je preverjala, kako informacijska vrednost povečuje intenzivnost navade. Izvedena je bila preko treh skupin ljudi – družine, skupine podjetnikov in sošolcev. Rezultati študije pokažejo, da se navada okrepi z informacijskimi nagradami – informacijami, do katerih dostopamo preko naprave. Tretja študija je bila izvedena leta 2010, med dvanajstimi študenti v Helsinkih, ki so dva tedna izpolnjevali dnevnik uporabe pametnih telefonov. Poročanih je bilo 702 sej, ki so bile razvrščene glede na kategorije dejavnosti (družbena omrežja, klicanje, novice in brskanje po spletu). Najmočnejše navade so se nanašale na uporabo interneta v različnih oblikah: preverjanje e-pošte, Facebooka, posodobitev in novic. Moč navade so izračunali iz frekvence uporabe aplikacij v določenem kontekstu. Ugotovili so, da ima oseba v povprečju skoraj 2 navadi, ki jih izvaja v le enem kontekstu.

Avtorji kasneje identificirajo t. i. pregledovalno navado, ki jo zaznamujejo hitri, ponavljajoči se pregledi dinamične vsebine, do katere imamo preko naprave, kot je pametni telefon, hiter dostop. Omrežna povezljivost, ki pametnim telefonom omogoča namestitve novih aplikacij,

tudi povečuje možnost za razvoj novih navad, povezanih z uporabo interneta (Oulasvirta in drugi 2011).

### **5.2.1 NAVADA PREVERJANJA**

Navada preverjanja je avtomatizirano vedenje, kjer se z uporabo naprava hitro odzove ob preverjanju ekrana v pripravljenosti ali ob dostopanju do informacij določene aplikacije (Oulasvirta in drugi 2011).

Rezultati analize raziskav Oulasvirte in drugih (2010) kažejo, da navada preverjanja predstavlja velik del uporabe pametnih telefonov, kar bi bilo lahko zaskrbljujoče, vendar avtorji ugotavljajo, da uporabniki svojo pregledovalno navado jemljejo le kot motečo in jo povezujejo predvsem s pozitivnimi izkušnjami, kot so zabava, krajšanje časa in preusmeritev pozornosti. Pametni telefon in navada preverjanja sta torej tesno povezana (Oulasvirta in drugi 2011).

Pri navadi preverjanja so zelo pomembne iztočnice, ki sprožijo dejanje, in tudi nagrade, ki jih ob tem pridobimo. Obstajajo tri vrste vrednosti nagrad: informacijska vrednost, interakcijska vrednost in vrednost ozaveščenosti. Informacijsko vrednost omogoča dinamična, neinteraktivna informacija, na katero uporabnik nima vpliva. Uporabniku ponudi možnost, da se iz informacije nekaj novega nauči ali potrdi nekaj že znanega (preverjanje novic). Interakcijska vrednost razširi informacijsko vrednost, tako da vključi stvari, na katere ima uporabnik lahko vpliv. Vključuje tudi socialno interakcijo, ki jo podpirajo kanali na pametnih telefonih (preverjanje novic in dejavnosti svojih prijateljev na družbenem omrežju, na katere se lahko uporabnik tudi odzove). Zadnja vrsta ima vrednost ozaveščenosti in je specializirana oblika informacijske vrednosti. Njen cilj je ohranjati ozaveščenost dinamično spreminjajoče se zunanosti (preverjanje e-pošte, pregledovanje Facebook klepetalnice ipd.) (Oulasvirta in drugi 2011).

## 6 RAZISKOVALNI KONCEPT IN METODOLOGIJA

Praktični del diplomske naloge sem zaradi lažje preglednosti razdelila na dva dela. Uvodni del je namenjen predstavitvi izhodišča spletne raziskave, osnovnih značilnosti izvedbe raziskave, metodologije in raziskovalnih vprašanj.

Drugi del besedila se navezuje na konkretno raziskavo. V njem bralca seznanim z obliko in vsebinsko zgradbo raziskave, uporabljeno metodo, merskim inštrumentom in z rezultati raziskave.

### 6.1 OPREDELITEV RAZISKOVALNEGA PROBLEMA IN CILJA

Cilj praktičnega raziskovalnega dela je ugotoviti, ali uporaba pametnega telefona vodi v razvoj navad uporabnikov tovrstne naprave in katere so najpogostejše med njimi. Raziskovalni vprašanji:

*R1: Ali uporaba pametnega telefona vodi v razvoj navad uporabnikov tovrstne naprave?*

*R2: Katere najpogostejše navade razvija uporaba pametnega telefona?*

Prvo raziskovalno vprašanje temelji na pregledu literature o razvijanju navad v povezavi s pametnimi telefoni in ugotovitvi, da je uporaba pametnega telefona tesno povezana z razvijanjem navad uporabnikov tovrstne naprave. Uporabniki lahko preko pametnega telefona hitro in enostavno zadovoljujejo svoje želje in potrebe po informiranosti in komunikaciji, zato predstavljajo ugodno okolje za razvoj navad. V sklopu prvega vprašanja me bo zanimalo, če so slovenski uporabniki pametnega telefona razvili katero izmed navad, saj so navade zelo zanimivo vendar kompleksno področje, ki je v povezavi z uporabo pametnih telefonov žal še precej neraziskano.

Drugo raziskovalno vprašanje temelji na ugotovitvi, da v vsakdanjem življenju bolj pogosto počnemo že preverjene stvari kakor nove (Verplanken 2003). Cilj, ki ga dosežemo z določenim vedenjem, predstavlja ključni element pri izvajanju vedenja. Ko ga enkrat izpolnimo, pridobimo izkušnje in s tem neke vrste zagotovilo, kam nas bo to vedenje pripeljalo tudi v prihodnosti. Ob pozitivnem odgovoru na prvo raziskovalno vprašanje me bo zanimalo tudi, katere izmed navad, ki so jih slovenski uporabniki pametnega telefona razvili, so najpogostejše.

Poskusila bom odgovoriti na obe vprašanji in s tem pridobiti podrobnejši vpogled v načine uporabe pametnih telefonov v Sloveniji.

## **6.2 VIRI PODATKOV**

Na podlagi sekundarnih podatkov sem se odločila, da bom navade uporabnikov pametnega telefona raziskovala s pomočjo SRHI (*Self Report Habit Index*) lestvice, ki sem jo vključila v anketni vprašalnik. Povezavo do spletne ankete sem objavila na različnih spletnih forumih (Siol.net, neuradni T2 forum in Slo-android forum), na strani Alter.si pa mi je na pomoč priskočil moderator strani in povezavo do moje ankete 28. 7. 2013 objavil na strani novic. Poleg omenjenih objav sem tudi na osebni Facebook profilu ustvarila dogodek, v sklopu katerega sem objavila povezavo do ankete ter vanj vključila vse svoje prijatelje z možnostjo, da lahko tudi oni na dogodek povabijo svoje prijatelje.

## **6.3 METODOLOGIJA**

Pridobivanje primarnih podatkov sem izvedla s kvantitativno metodo, kot raziskovalno orodje pa sem uporabila anketni vprašalnik. Spletna anketa je bila sestavljena iz 11 vprašanj zaprtega tipa.

Anketiranje je bilo izvedeno s spletno anketo, ki sem jo izdelala s pomočjo spletnega orodja 1ka (<http://www.1ka.si>). Za omenjeno možnost anketiranja sem se odločila predvsem zaradi časovne stiske ter zaradi lažjega zbiranja podatkov za analizo. Anketiranje se je izvajalo od 21. 7. 2013 do 11. 8. 2013. Reševanje posamezne ankete je trajalo 3–5 minut (v povprečju 3 minute in 25 sekund); anketa je bila anonimne narave. Ustrezno rešene ankete je oddalo 268 anketirancev.

# **7 RAZISKAVA NAVAD UPORABNIKOV PAMETNEGA TELEFONA**

## **7.1 VSEBINA VPRAŠALNIKA**

Ker je navada psihološki konstrukt in s tem predstavlja latentno spremenljivko, ki je ne moremo neposredno opazovati ali objektivno meriti, sem za preverjanje moči navade uporabnika pametnega telefona prevzela mersko lestvico SRHI, ki sta jo izpopolnila Verplanken in Orbell (2003). SRHI lestvica je inštrument za merjenje moči navade z ozirom na pretekle ponovitve, avtomatizacijo (pomanjkanje kontrole, zavedanja, učinkovitosti) in z ozirom na izražanje identitete uporabnika naprave. Veljavnost SRHI lestvice sta Verplanken in Orbell (2003) preverila s štirimi različnimi študijami med norveškimi in nizozemskimi študenti. Prevedla sem jo v slovenščino in Likertovo lestvico spremenila iz strinjanja v veljavnost.

Vprašalnik je sestavljalo 11 vprašanj zaprtega tipa, razdeljenih v 5 sklopov. Prvi štirje sklopi so se nanašali na 4 različne aktivnosti: sodelovanje v družbenih omrežjih (Facebook, LinkedIn, Twitter ipd.), iskanje informacij (glede produktov, storitev, potovanj ipd.), preverjanje e-pošte ter branje novic in zabavnih vsebin. Preverjali so moč in pogostost navad anketirancev. Zadnji sklop vprašanj je zavzemal demografska vprašanja, ki so spraševala po spolu, starosti in stopnji izobrazbe respondenta. Vsak izmed prvih štirih sklopov je imel na začetku vprašanje o uporabi aktivnosti. Na tak način so se anketiranci, ki katere od aktivnosti ali storitve ne uporabljajo, lahko pomaknili na naslednje vprašanje.

## **7.2 OPIS VZORCA**

Enota analize je slovenski/-a uporabnik/-ca pametnega telefona. Preko forumov in Facebooka sem prišla v stik s 436 enotami in uspešno pridobila vzorec 268 anketirancev.

Anketni vprašalnik je uspešno je izpolnilo anketni vprašalnik 268 udeležencev izmed katerih je bilo 76 % moških (203 anketiranih) in 24 % žensk (65 anketiranih). Največ udeležencev je bilo starih do 25 let (47 %), nato so sledili udeleženci, stari od 26 do 35 let (35 %), od 36 do 45 let (12 %), od 46 do 55 let (4 %) in 2 % tistih, ki so bili starejši od 56 let.

Po kriteriju dokončane izobrazbe je bilo največ takih, ki so končali srednjo šolo (43 %), takoj za njimi pa jim z 42-odstotnim deležem sledijo anketiranci z dokončano višjo, visoko in univerzitetno izobrazbo.

### **7.2.1 OPISNA STATISTIKA**

To poglavje se navezuje na predstavitev dejavnikov vpliva na moč navade uporabnikov pametnih telefonov. Prvi štirje sklopi vprašanj v anketnem vprašalniku so vsebovali enake elemente, ki so služili merjenju moči navad. Razlikovali so se le glede na aktivnost, na katero so se nanašali. SRHI lestvico sestavlja 12 elementov, ki izražajo pretekle ponovitve, avtomatičnost in identiteto enote. Anketiranci so na podlagi petstopenjske Likertove lestvice veljavnosti izražali, v kolikšni meri za njih velja vsaka izmed dvanajstih trditev.

Pri analizi pridobljenih podatkov sem se orientirala po Likertovi lestvici, kjer 1 pomeni Sploh ne velja in 5 Povsem velja. Odgovora Sploh ne velja in Ne velja sta označevala aktivnost kot nenavajeno vedenje, medtem ko so odgovori Niti niti, Drži in Povsem velja kazali na navajeno vedenje. Niti niti je kazalo na srednje močno navado, Velja in Povsem velja pa na močno navado.

Za preverjanje pogostosti navad sem iz SRHI lestvice izločila 3 elemente, ki nakazujejo frekvenco preteklega dejanja. To so elementi: a (Pogosto počnem), j (Spada k moji dnevni/mesečni rutini) in l (Počnem že dolgo časa) (Verplanken 2003, 21).

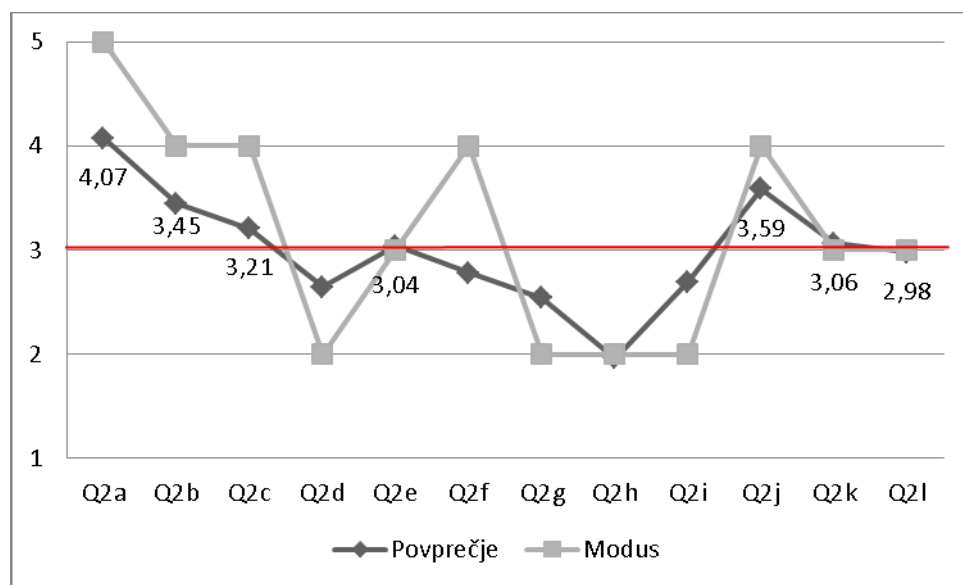
### 7.2.2 ANALIZA PODATKOV

Na postavljena raziskovalna vprašanja sem odgovorila s pomočjo preproste statistične obdelave podatkov. Osredotočila sem se na srednje vrednosti indikatorjev, saj sem tako najlažje ugotovila, katera vedenja so navajena in katera ne. Poleg tega sem s pomočjo srednjih vrednosti lahko ugotovila tudi, katera navajena vedenja so najpogostejša.

V mojem primeru sta najbolj pomembni srednji vrednosti: aritmetična sredina, ki predstavlja vsoto vseh meritev, razdeljeno na število vseh meritev v nizu podatkov, in modus, ki predstavlja vrednost, ki se najbolj pogosto pojavlja v množici vrednosti. Aktivnosti, ki imajo srednje vrednosti višje od 3, kažejo na navajeno vedenje, saj to pomeni, da so anketiranci v povprečju izbirali predvsem odgovore 3 (Niti niti), ki kaže na srednje močno navado, 4 (Velja) in 5 (Povsem velja), ki kažeta na močno razvito navado.

Srednje vrednosti posameznih indikatorjev so prikazane v Grafih 7.1, 7.2, 7.3 in 7.4.

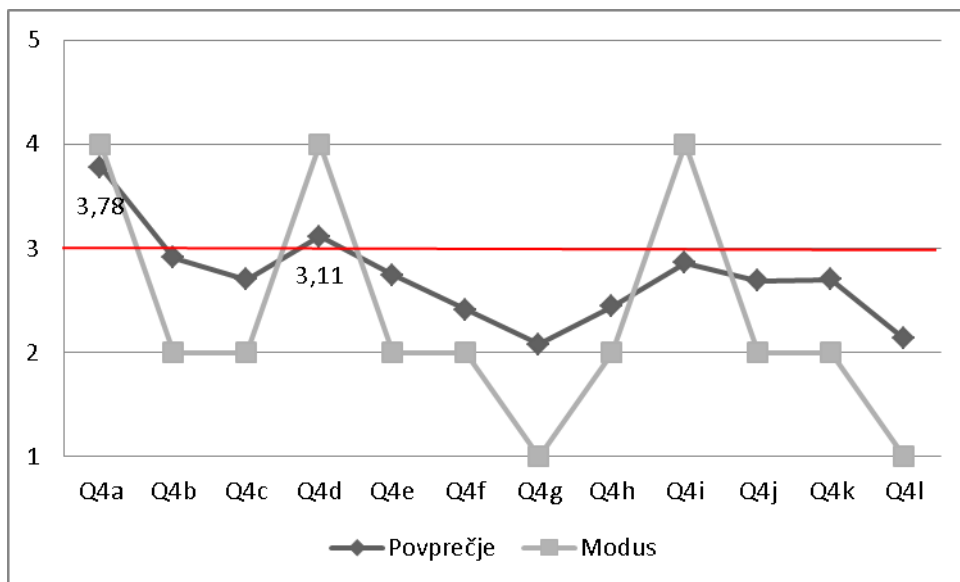
**Graf 7.1: Srednje vrednosti za Q2 (Sodelovanje v družbenih omrežjih Facebook, LinkedIn, Twitter ipd. je nekaj, kar ...)**



Iz Grafa 7.1 je razvidnih kar precej indikatorjev, ki imajo povprečja večja od vrednosti 3. Izmed 12 indikatorjev je kar 6 takih, ki imajo povprečno vrednost nad 3. To pomeni, da sodelovanje v družbenih omrežjih, kot je Facebook, spada med navajena vedenja. Uporabniki pametnega telefona v povprečju iz navade sodelujejo v družbenih omrežjih. Največkrat

izbrani odgovori (modus) pa nam povejo, da je izmed 12 indikatorjev kar 8 takih, ki kažejo na srednje do močno razvite navade sodelovanja v družbenih omrežjih preko pametnega telefona.

**Graf 7.2: Srednje vrednosti za Q4 (Iskanje informacij glede produktov, storitev, potovanj ipd. je nekaj, kar ... )**

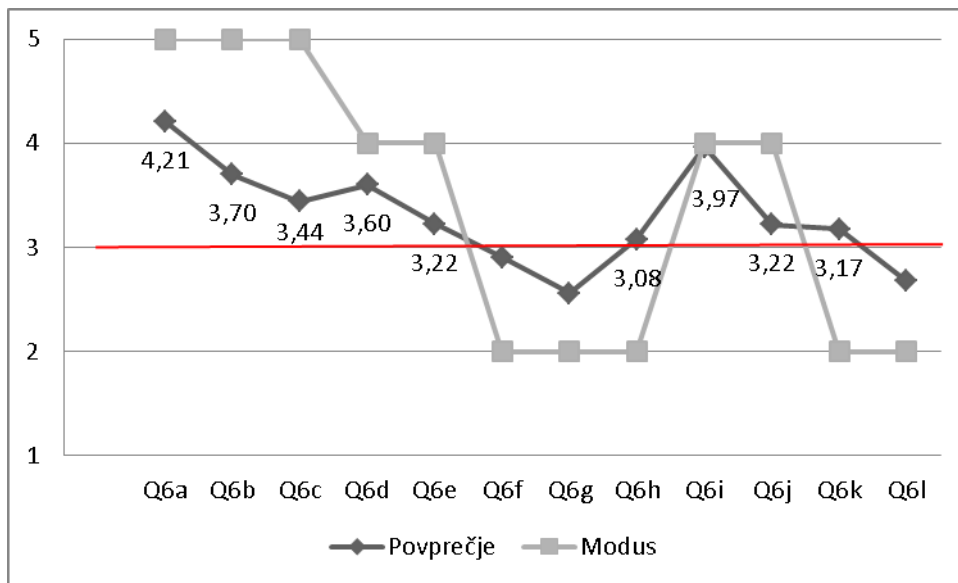


Iskanje informacij preko pametnega telefona glede na povprečne vrednosti ne predstavlja navajenega vedenja, čeprav večina anketirancev (66 %) prakticira omenjeno dejavnost.

Indikatorja z večjo povprečno vrednostjo od 3, sta le 2 (Q4a – Pogosto počnem in Q4d – Začnem delati, še preden se zavem, da to počnem). Tudi največkrat izbrani odgovori kažejo na šibko navado.

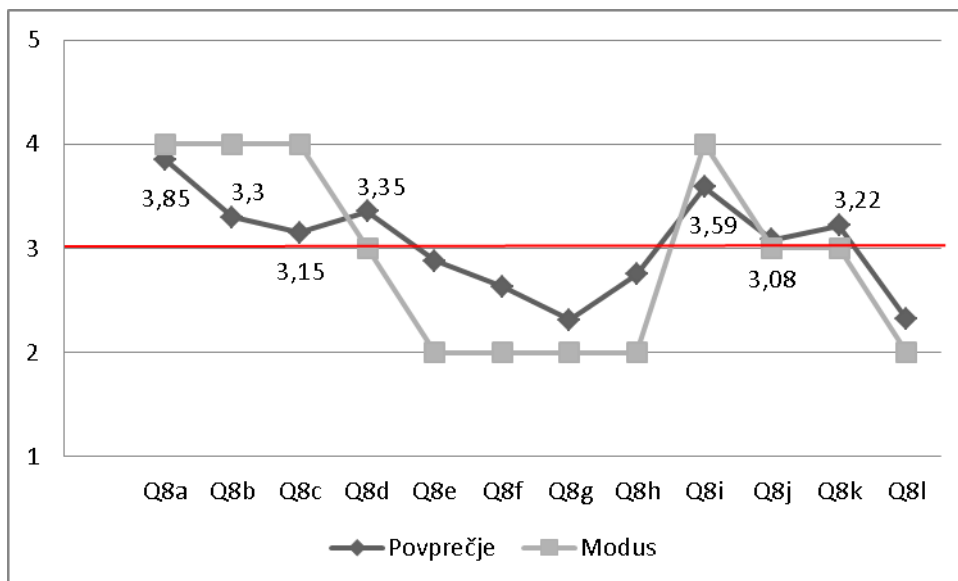


Graf 7.3: Srednje vrednosti za Q6 (Preverjanje e-pošte je nekaj, kar ...)



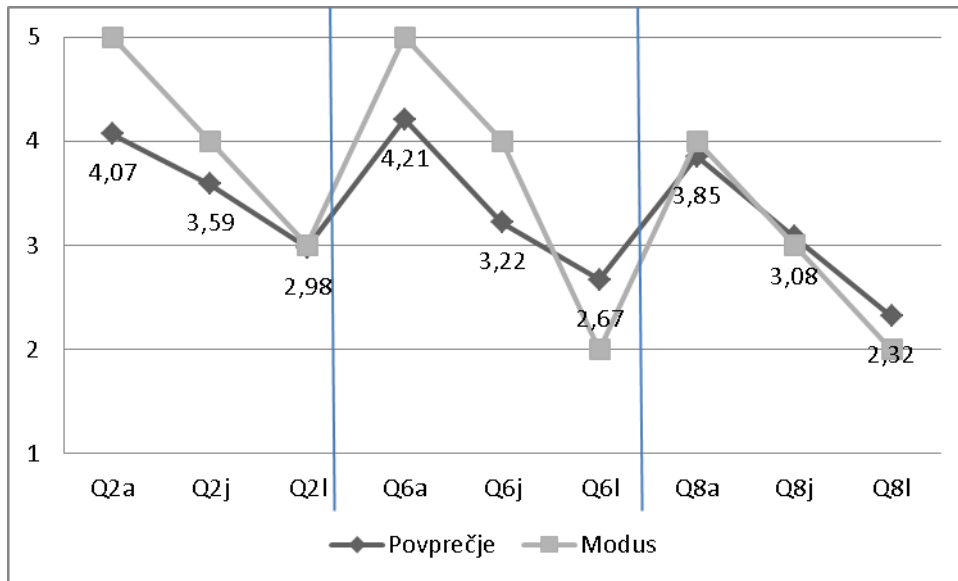
Preverjanje e-pošte na pametnem telefonu je brez dvoma navajeno vedenje uporabnikov tovrstne naprave. Povprečne vrednosti so skoraj vse večje od 3. Tudi tiste, ki niso večje od 3, so zelo blizu tej vrednosti; tudi modus kaže na precej visoko izbranih odgovorov.

Graf 7.4: Srednje vrednosti za Q8 (Branje novic in zabavnih vsebin je nekaj, kar ...)



Graf 7.4 prikazuje več kot polovico indikatorjev z višjim povprečjem od vrednosti 3. Število največkrat izbranih odgovorov kaže na to, da imajo uporabniki pametnih telefonov razvito navado branja novic in zabavnih vsebin na njihovi napravi.

Graf 7.5: Srednje vrednosti za preverjanje pogostosti navad



Graf 7.5 prikazuje srednje vrednosti za elemente, ki sem jih izločila in jih posebej predstavila, saj z njimi ugotavljam, katere navade med uporabniki pametnih telefonov so najpogostejše. Upoštevala sem samo tiste sklope indikatorjev, ki so se izkazali za navajena vedenja. To so sklopi indikatorjev, ki spadajo pod navado sodelovanja v družbenih omrežjih (Q2a, Q2j in Q2l), navado preverjanja e-pošte (Q6a, Q6j in Q6l) in navado branja novic ter zabavnih vsebin (Q8a, Q8j in Q8l).

Ugotovila sem, da ima izmed največkrat izbranih odgovorov (modus) najvišje vrednosti navada sodelovanja v družbenih omrežjih. Sledi ji navada preverjanja e-pošte. Branje novic in zabavnih vsebin predstavlja najmanj pogosto izmed navad.

## 8 SKLEP

Družboslovni vpliv novih tehnologij predstavlja kompleksno, a zanimivo raziskovalno področje. Konvergenca je v povezavi z željami in potrebami uporabnikov na trg prinesla pametni telefon in s tem ugodila spremembam na področju transformacije vsakdana uporabnikov tovrstne naprave. Konvergentna oblika naprave, kot je pametni telefon, uporabnikom nudi široko paleto storitev in omogoča hitro ter preprosto pridobivanje vrednosti ozaveščenosti, informacij in interakcij. S konvergenco različnih tehnologij v eni sami napravi smo dobili idealno okolje za izpolnjevanje različnih ciljev, ki ob pozitivnem izidu lahko vodijo v navade.

Avtomatično vedenje, kot je navada, ima zgodovino preteklih ponavljanj in je tesno povezano s specifičnimi iztočnicami ter cilji vedenja. Z raziskavo, ki sem jo izvedla na vzorcu slovenskih uporabnikov pametnih telefonov, sem poskusila ugotoviti, ali uporaba pametnega telefona vodi v razvoj navad uporabnikov tovrstnih naprav in katere izmed navad so najpogostejše. Z raziskovalnim delom sem dosegla cilj in ugotovila, da uporaba pametnih telefonov med slovenskimi uporabniki v praksi razvija navade. Najmočnejše med njimi predstavljajo navada sodelovanja v družbenih omrežjih, navada preverjanja e-pošte in navada branja novic ter zabavnih vsebin. To pomeni, da so slovenski uporabniki pametnih telefonov v preteklosti že prakticirali vedenja, ki so se kasneje razvila v njihove navade. Le-te so se razvile v koraku z družbenimi in kulturnimi spremembami, ki danes od ljudi zahtevajo takojšnje zadovoljitve, hiter odziv in vsesplošno dosegljivost. Konvergenca omogoča, da uporabniki pametnega telefona dostopajo do informacij na lahek in hiter način, saj jim le-ta ponuja veliko aplikacij, ki jim prihranijo čas in olajšajo iskanje.

Za najšibkejšo razvito navado se je izkazala navada branja novic in zabavnih vsebin. Edina izmed aktivnosti, ki se ni izkazala za navajeno vedenje, je bila aktivnost iskanja informacij glede produktov, storitev, potovanj ipd. To lahko nakazuje na slabost majhnosti ekrana pametnega telefona, s katerega se težje bere in nudi slabšo preglednost kot alternativne mobilne tehnologije (npr. tablični računalniki).

Vpliv uporabe pametnega telefona na razvoj navad uporabnikov je še precej neraziskano področje, zato sem pri svojem raziskovanju naletela na določene omejitve. Eno izmed omejitev je predstavljala tudi anketa o navadah uporabnikov pametnega telefona, v kateri sem z metodo samoporočanja merila moč navad. Metoda samoporočanja je vprašljiva, vendar najbolj primerna za tovrstno raziskovanje, saj je lestvica za samoporočanje oziroma *Self*

*Reported Habit Index* lestvica razdeljena na več komponent, v katere se anketiranec zlahka vživi in ocenjuje parametre navajenega vedenja. Bolj poglobljeno sliko raziskovalnega pojava bi lahko dobila tudi z uporabo kvalitativnih metod. Lahko bi pripravila poglobljene intervjuje ali ustvarila aplikacijo, ki bi merila navajena vedenja na pametnih telefonih uporabnikov.

Da se je večina aktivnosti med slovenskimi uporabniki pametnih telefonov izkazala za navajena vedenja, je lahko dobra priložnost za razvijalce, ki lahko ustvarijo še bolj osebne in prodorne pametne telefone. Znano je tudi, da ob prakticiranju navad ne potrebujemo tolikšne pozornosti, kot jo potrebujemo, če želimo storiti nekaj povsem novega. Nivo potrebne osredotočenosti se spreminja z izkušnjami. Avtomatičnost nam omogoča opravljanje ene naloge, medtem ko se osredotočamo na drugo. Z drugimi besedami – učenje delanja nečesa avtomatično nam omogoča, da lahko istočasno opravljamo več nalog, kar predstavlja še eno zelo zanimivo področje za raziskovanje.

## 9 LITERATURA

1. Agger, Ben. 2011. iTime: Labor and life in a smartphone era. *Time and Society* 20 (1): 119–136.
2. Andrews, B. R. 1903. Habit. *The American Journal of Psychology* 14 (2): 121–149.
3. Bašić Hrvatinić, Sandra in Lenart J. Kučič. 2005. *Monopoli: Družabna igra trgovanja z mediji*. Zbirka Mediakcije, 3. Ljubljana: Maska.
4. Chatzisarantis, Nikos L. D. in Martin S. Hagger. 2007. Mindfulness and the intention-behavior relationship within the theory of planned behavior. *Personality & Social Psychology Bulletin* 33 (5): 663–676.
5. *Dnevnik*. 2012a. Telekom bo omrežje LTE ponudil v začetku prihodnjega leta, 15. november. Dostopno prek: <http://www.dnevnik.si/svet/telekom-bo-omrezje-lte-ponudil-v-zacetku-prihodnjega-leta-#> (20. Julij 2013).
6. --- 2012b. Četrta generacija mobilne telefonije: Simobil prvi s komercialnimi storitvami LTE, 12. julij. Dostopno prek: <http://www.dnevnik.si/magazin/znanost-in-tehnologija/1042541368> (20. julij 2013).
7. Dolničar, Vesna in Jana Nadoh. 2004. *Medijske navade med slovenskimi najstniki: empirične zaznave*. Center za metodologijo in informatiko. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
8. Gordon, Rich. 2003. The Meaning and Implications of Convergence. V *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, ur. Kevin Kawamoto, 57–73. New York: Rowman & Littlefield Publishers.
9. Hribar, Uroš. 2007. Razvoj mobilnih tehnologij. V *Mobilne refleksije*, ur. Vasja Vehovar, 285–322. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
10. Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture : Where Old and New Media Collide*. New York University Press. Dostopno prek: Google books.
11. Kotnik, Vlado. 2009. Magično, spektakelsko, obsesivno: K antropologiji rab mobilnega telefona. V *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*, ur. Tanja Oblak Črnič in Breda Luthar, 53–80. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
12. Leung, Louis in Ran Wei. 2000. More than just talk on the move: uses and gratifications of the cellular phone. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 77 (2): 308–320.

13. Ling, Rich. 2012. *Taken for grantedness: The Embedding of Mobile Communication Into Society*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press. Dostopno prek: Google books.
14. May, Harvey in Greg Hearn. 2005. The mobile phone as media. *International Journal of Cultural Studies* 8 (2): 195–211.
15. *Monitor*. 2012. Prvi LTE pri nas, 12. julij. Dostopno prek: <http://www.monitor.si/novica/prvi-lte-pri-nas/140783/?cookieu=ok> (20. julij 2013).
16. Oulasvirta, Antti, Tye Rattenbury, Lingyi Ma in Eeva Raita. 2011. Habits make smartphone use more pervasive. *Personal Ubiquitous Computing* 16 (1): 105–114.
17. PC Magazine. 2013. *Definition of: Smartphone*. Dostopno prek: <http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/51537/smartphone> (29. Januar 2013)
18. Petrovčič, Andraž. 2007. Družbena povezanost in individualizacija v mobilnem telefonu. V *Mobilne refleksije*, ur. Vasja Vehovar, 29–54. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
19. Pinchot, Jamie L., David Douglas, Karen L. Poullet in Daniel R. Rota. 2011. Talk to Text: Changing Communication Patterns. *Conference for Information System Applied Research* 4 (1830): 1–9.
20. Praprotnik, Tadej. 2003. Seksizem v računalniško posredovani komunikaciji. *Družboslovne razprave* XIX (44): 143–165.
21. Pušnik, Maruša. 2009. Telefonska razmerja: O razvoju telefona in premenah družbenih interakcij. V *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*, ur. Tanja Oblak Črnič in Breda Luthar, 31–52. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
22. Ule, Mirjana. 2009. Psihosocialni konteksti posredovanega medosebnega komuniciranja. V *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*, ur. Tanja Oblak Črnič in Breda Luthar, 131–154. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
23. Safe-si. 2008. *Pametni telefon*. Dostopno prek: [http://www.safe.si/db/15/370/Slovarcek%20pojmov/Pametni\\_telefon/](http://www.safe.si/db/15/370/Slovarcek%20pojmov/Pametni_telefon/) (18. oktober 2012)
24. Strehovec, Janez. 2009. Koreografije nomadskega posameznika: Mobilno komuniciranje in taktilna kultura. V *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*, ur. Tanja Oblak Črnič in Breda Luthar, 155–176. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
25. Vehovar, Vasja, Andraž Petrovčič in Gregor Petrič. 2009. Prihod mobilnega telefona in analiza družbenih rab v Sloveniji. V *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*, ur. Tanja Oblak Črnič in Breda Luthar, 177–208. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
26. Tavzes, Miloš, ur. 2002. *Veliki slovar tujk*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

27. Verkasalo, Hannu. 2008. Contextual patterns in mobile service usage. *Personal Ubiquitous Computing* 13 (5): 331–342.
28. Verplanken, Bas in Sheina Orbell. 2003. Reflections on Past Behavior: A Self-Report Index of Habit Strength. *Journal of Applied Social Psychology* 33 (6): 1313–1330.
29. Verplanken, B. in H. A. G. Aarts. 1999. Habit, attitude and planned behavior: Is habit an empty construct or an interesting case of automacy? *European Review of Social Psychology* 10: 101–134.
30. Wood, Wendy in David T. Neal. 2007. A new look at habits and the habit-goal interface. *Psychological Review* 114 (4): 843–863.

## PRILOGE

### PRILOGA A: ORIGINALNA IN PREVEDENA OBLIKA SRHI LESTVICE

The Self-Report Habit Index		Indeks za samo-poročanje o navadah	
(Behavior X) is something ...	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. I do frequently</li> <li>2. I do automatically</li> <li>3. I do without having to consciously remember</li> <li>4. that makes me feel weird if I do not do it</li> <li>5. I do without thinking</li> <li>6. would require effort not to do it</li> <li>7. that belongs to my (daily, weekly, monthly) routine</li> <li>8. I start doing before I realize I'm doing it</li> <li>9. I would find hard not to do</li> <li>10. I have no need to think about doing</li> <li>11. that's typically »me«</li> <li>12. I have been doing for a long time</li> </ol>	(Vedenje X) je nekaj, kar ...	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. pogosto počnem</li> <li>2. delam avtomatično</li> <li>3. počnem brez, da bi se moral/a zavestno opomniti</li> <li>4. začnem delati še preden se zavem, da to počnem</li> <li>5. je tipično zame</li> <li>6. težko ne bi storil/a</li> <li>7. za kar bi se moral/a potruditi, da ne bi naredil/a</li> <li>8. v meni sproži čuden občutek, če ga ne storim</li> <li>9. delam brez pomisleka</li> <li>10. spada k moji rutini (dnevni/mesečni)</li> <li>11. o čemer nimam potrebe razmišljati</li> <li>12. počnem že dolgo časa</li> </ol>

Vir: Verplanken in Orbell (2003, 34).

### PRILOGA B: TABELA SREDNJIH VREDNOSTI ZA Q2 (SODELOVANJE V DRUŽBENIH OMREŽJIH (FACEBOOK, LINKEDIN, TWITTER IPD.) JE NEKAJ, KAR ... )

	Q2a	Q2b	Q2c	Q2d	Q2e	Q2f	Q2g	Q2h	Q2i	Q2j	Q2k	Q2l
N Veljavni	192	190	190	193	188	191	192	191	191	191	187	190
Manjkajoči	76	78	78	75	80	77	76	77	77	77	81	78
Povprečje	<b>4,07</b>	<b>3,45</b>	<b>3,21</b>	2,64	<b>3,04</b>	2,78	2,54	1,96	2,70	<b>3,59</b>	<b>3,06</b>	2,98
Modus	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	2	<b>3</b>	<b>4</b>	2	2	2	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Koef. spl.	-1,173	-,688	-,252	,274	-,137	,025	,185	,874	,121	-,846	-,168	-,047
Koef. as.	,858	-,630	-1,188	-1,053	-,971	-1,132	-1,117	,197	-1,046	-,291	-,772	-,807

### PRILOGA B.1: TABELA SREDNJIH VREDNOSTI ZA Q4 (ISKANJE INFORMACIJ (GLEDE PRODUKTOV, STORITEV, POTOVANJ IPD.) JE NEKAJ, KAR ... )

	Q4a	Q4b	Q4c	Q4d	Q4e	Q4f	Q4g	Q4h	Q4i	Q4j	Q4k	Q4l
N Veljavni	149	147	146	145	144	147	146	142	143	142	146	145
Manjkajoči	119	121	122	123	124	121	122	126	125	126	122	123
Povprečje	<b>3,78</b>	2,91	2,70	<b>3,11</b>	2,74	2,41	2,08	2,44	2,86	2,69	2,70	2,13
Modus	<b>4</b>	2	2	<b>4</b>	2	2	1	2	<b>4</b>	2	2	1
Koef. spl.	-,613	,044	,291	-,247	,176	,440	,651	,484	-,056	,207	,149	,686
Koef. as.	-,122	-,994	-,951	-,846	-,821	-,403	-,399	-,684	-1,302	-,715	-,935	-,246



**PRILOGA B.2: TABELA SREDNIH VREDNOSTI ZA Q6 (PREVERJANJE E-MAILA JE NEKAJ, KAR ...)**

	Q6a	Q6b	Q6c	Q6d	Q6e	Q6f	Q6g	Q6h	Q6i	Q6j	Q6k	Q6l
N Veljavni	177	174	173	172	172	170	172	173	172	169	172	171
Manjkajoči	91	94	95	96	96	98	96	95	96	99	96	97
Povprečje	<b>4,21</b>	<b>3,70</b>	<b>3,44</b>	<b>3,60</b>	<b>3,22</b>	2,91	2,56	<b>3,08</b>	<b>3,97</b>	<b>3,22</b>	<b>3,17</b>	2,67
Modus	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	2	2	2	<b>4</b>	<b>4</b>	2	2
Koef. spl.	-1,278	-,709	-,355	-,629	-,152	,234	,537	,050	-1,246	-,202	-,034	,430
Koef. as.	,909	-,704	-1,154	-,585	-1,192	-1,150	-,617	-1,260	,934	-1,099	-1,231	-1,084

**PRILOGA B.3: TABELA SREDNIH VREDNOSTI ZA Q8 (BRANJE NOVIC IN ZABAVNIH VSEBIN JE NEKAJ, KAR ...)**

	Q8a	Q8b	Q8c	Q8d	Q8e	Q8f	Q8g	Q8h	Q8i	Q8j	Q8k	Q8l
N Veljavni	111	110	110	110	109	110	110	110	109	107	110	107
Manjkajoči	157	158	158	158	159	158	158	158	159	161	158	161
Povprečje	<b>3,85</b>	<b>3,30</b>	<b>3,15</b>	<b>3,35</b>	2,88	2,63	2,31	2,75	<b>3,59</b>	<b>3,08</b>	<b>3,22</b>	2,32
Modus	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	2	2	2	2	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	2
Koef. spl.	-,706	-,192	-,114	-,225	,123	,470	,753	,339	-,467	-,031	-,009	,775
Koef. as.	-,258	-,974	-1,106	-,908	-,794	-,387	,070	-,762	-,590	-,859	-1,011	,111

**PRILOGA B.4: TABELA SREDNIH VREDNOSTI ZA ZA PREVERJANJE POGOSTOSTI NAVAD**

	Q2a	Q2j	Q2l	Q6a	Q6j	Q6l	Q8a	Q8j	Q8l
N Veljavni	192	191	190	177	169	171	111	107	107
Povprečje	<b>4,07</b>	<b>3,59</b>	2,98	<b>4,21</b>	<b>3,22</b>	2,67	<b>3,85</b>	<b>3,08</b>	2,32
Modus	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	2	<b>4</b>	<b>3</b>	2

**PRILOGA C: ANKETNI VPRAŠALNIK**

*Pozdravljeni!*

Moje ime je Jasna Jarc in sem študentka 4. letnika družboslovne informatike na Fakulteti za družbene vede. V okviru diplomskega dela pri mentorju doc. dr. Jaroslavu Berce, opravljam raziskavo, ki je popolnoma anonimne narave in podatki, ki mi jih boste zaupali, bodo uporabljeni izključno za raziskovalno delo. Za vas imam par vprašanj, za katere bi vas prosila, da si vzamete 5-7 minut časa in razmislite ter odgovorite kolikor točno lahko.

Pogoj za sodelovanje v tej raziskavi je, da ste uporabnik/ca pametnega telefona – telefona, ki se od navadnega mobilnega telefona razlikuje po naprednejših računalniških sposobnostih (možna namestitvev in uporaba aplikacij, brezžična povezljivost), močnejših procesorjih, bogatem spominu in večjemu zaslonu (po možnosti na dotik).

(Q1) Ali na svojem pametnem telefonu sodelujete v družbenih omrežjih (Facebook, LinkedIn, Twitter ipd.)?

1-DA 2-NE

(Q2) Trditev se nanaša na aktivnost, ki jo ali storitev, ki jo uporabljate na vašem pametnem telefonu. Na lestvici od 1 (sploh ne drži) do 5 (povsem drži) obkrožite odgovor, ki najbolj velja za vas.

<b>Sodelovanje v družbenih omrežjih (Facebook, LinkedIn, Twitter ipd.) je nekaj, kar...</b>	Sploh ne drži	Ne drži	Niti - niti	Drži	Povsem drži	Ne vem
a) ... pogosto počnem.	1	2	3	4	5	8
b) ... delam avtomatično.	1	2	3	4	5	8
c) ... počnem brez, da bi se moral/a zavestno opomniti.	1	2	3	4	5	8
d) ... začnem delati še preden se zavem, da to počnem.	1	2	3	4	5	8
e) ... je tipično zame.	1	2	3	4	5	8
f) ... težko ne bi storil/a.	1	2	3	4	5	8
g) ... za kar bi se moral/a potruditi, da ne bi naredil/a.	1	2	3	4	5	8
h) ... v meni sproži čuden občutek, če ga ne storim.	1	2	3	4	5	8
i) ... delam brez pomisleka.	1	2	3	4	5	8
j) ... spada k moji rutini (dnevni/mesečni).	1	2	3	4	5	8
k) ... o čemer nimam potrebe razmišljati.	1	2	3	4	5	8
l) ... počnem že dolgo časa.	1	2	3	4	5	8

(Q3) Ali na svojem pametnem telefonu iščete informacije (glede produktov, storitev, potovanj ipd.)?

1-DA 2-NE

(Q4) Trditev se nanaša na aktivnost, ki jo praticirate ali storitev, ki jo uporabljate na vašem pametnem telefonu. Na lestvici od 1 (sploh ne drži) do 5 (povsem drži) obkrožite odgovor, ki najbolj velja za vas.

<b>Iskanje informacij (glede produktov, storitev, potovanj ipd.) je nekaj, kar...</b>	Sploh ne drži	Ne drži	Niti - niti	Drži	Povsem drži	Ne vem
a) ... pogosto počnem.	1	2	3	4	5	8
b) ... delam avtomatično.	1	2	3	4	5	8
c) ... počnem brez, da bi se moral/a zavestno opomniti.	1	2	3	4	5	8
d) ... začnem delati še preden se zavem, da to počnem.	1	2	3	4	5	8
e) ... je tipično zame.	1	2	3	4	5	8
f) ... težko ne bi storil/a.	1	2	3	4	5	8
g) ... za kar bi se moral/a potruditi, da ne bi naredil/a.	1	2	3	4	5	8
h) ... v meni sproži čuden občutek, če ga ne storim.	1	2	3	4	5	8
i) ... delam brez pomisleka.	1	2	3	4	5	8
j) ... spada k moji rutini (dnevni/mesečni).	1	2	3	4	5	8
k) ... o čemer nimam potrebe razmišljati.	1	2	3	4	5	8
l) ... počnem že dolgo časa.	1	2	3	4	5	8

(Q5) Ali na svojem pametnem telefonu preverjate e-mail?

1-DA 2-NE

(Q6) Trditev se nanaša na aktivnost, ki jo prakticirate ali storitev, ki jo uporabljate na vašem pametnem telefonu. Na lestvici od 1 (sploh ne drži) do 5 (povsem drži) obkrožite odgovor, ki najbolj velja za vas.

Preverjanje e-maila je nekaj, kar...	Sploh ne drži	Ne drži	Niti - niti	Drži	Povsem drži	Ne vem
a) ... pogosto počnem.	1	2	3	4	5	8
b) ... delam avtomatično.	1	2	3	4	5	8
c) ... počnem brez, da bi se moral/a zavestno opomniti.	1	2	3	4	5	8
d) ... začnem delati še preden se zavem, da to počnem.	1	2	3	4	5	8
e) ... je tipično zame.	1	2	3	4	5	8
f) ... težko ne bi storil/a.	1	2	3	4	5	8
g) ... za kar bi se moral/a potruditi, da ne bi naredil/a.	1	2	3	4	5	8
h) ... v meni sproži čuden občutek, če ga ne storim.	1	2	3	4	5	8
i) ... delam brez pomisleka.	1	2	3	4	5	8
j) ... spada k moji rutini (dnevni/mesečni).	1	2	3	4	5	8
k) ... o čemer nimam potrebe razmišljati.	1	2	3	4	5	8
l) ... počnem že dolgo časa.	1	2	3	4	5	8

(Q7) Ali na svojem pametnem telefonu berete novice in zabavne vsebine?

1-DA 2-NE

(Q8) Trditev se nanaša na aktivnost, ki jo prakticirate ali storitev, ki jo uporabljate na vašem pametnem telefonu. Na lestvici od 1 (sploh ne drži) do 5 (povsem drži) obkrožite odgovor, ki najbolj velja za vas.

<b>Branje novic in zabavnih vsebin je nekaj, kar...</b>	Sploh ne drži	Ne drži	Niti niti	- Drži	Povsem drži	Ne vem
a) ... pogosto počnem.	1	2	3	4	5	8
b) ... delam avtomatično.	1	2	3	4	5	8
c) ... počnem brez, da bi se moral/a zavestno opomniti.	1	2	3	4	5	8
d) ... začnem delati še preden se zavem, da to počnem.	1	2	3	4	5	8
e) ... je tipično zame.	1	2	3	4	5	8
f) ... težko ne bi storil/a.	1	2	3	4	5	8
g) ... za kar bi se moral/a potruditi, da ne bi naredil/a.	1	2	3	4	5	8
h) ... v meni sproži čuden občutek, če ga ne storim.	1	2	3	4	5	8
i) ... delam brez pomisleka.	1	2	3	4	5	8
j) ... spada k moji rutini (dnevni/mesečni).	1	2	3	4	5	8
k) ... o čemer nimam potrebe razmišljati.	1	2	3	4	5	8
l) ... počnem že dolgo časa.	1	2	3	4	5	8

(Q9) SPOL

1- M

2- Ž

(Q10) STAROST

1- do 25 let

2- 26 – 35 let

3- 36 – 45 let

4- 46 – 55 let

5- 56 let ali več

(Q11) IZOBRAZBA

1- Osnovna šola ali manj

2- Poklicna ali strokovna šola

3- Srednja šola

4- Višja, visoka šola ali več