VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA,
MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

Socialna (družbena) omrežja in spletni portal kot podpora medijem medijske hiše Novice - Celjan in Radio Rogla

Kandidat: Nejc Mihelak
Študent izrednega študija
Številka indeksa: 11190170091
Program: Medijska produkcija
Mentorica: mag. Irena Bedrač

Maribor, marec 2014

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisani **NEJC MIHELAK** sem avtor diplomskega dela z naslovom **SOCIALNA (DRUŽBENA) OMREŽJA IN SPLETNI PORTAL KOT PODPORA MEDIJEM MEDIJSKE HIŠE NOVICE - CELJAN IN RADIO ROGLA**, ki sem jo napisal pod mentorstvom **mag. Irene Bedrač**.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbel/a, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili,
- skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor, marec 2014

Podpis študenta:
Nejc Mihelak

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici mag. Ireni Bedrač, ki mi je veliko pomagala pri usmeritvah in sami izdelavi diplomskega dela.
Zahvalil bi se tudi vsem predavateljem na Višji strokovni šoli Academia, ki sem jih spoznal med predavanji in so mi med celotnim študijem veliko pomagali na moji poti do znanja. Zahvaljujem se tudi staršem in Barbari Mušič, za vso pomoč pri lektoriranju in prevajanju strokovnega besedila.

POVZETEK

Spletni mediji dobivajo v današnjih časih in v našem življenju vedno večjo težo. V diplomski nalogi se bom zato lotil predstavitve medijske hiše Novice – konkretno časopisa Celjan in Radio Rogla ter njune uporabe družbenih omrežij. Predstavil bom nov spletni portal Novice.si, ki sem ga sam ustvaril – kakšna je njegova vizija in usmeritev, kakšna bo administracija portala, katere tehnologije bomo uporabili za izdelavo portala ter kakšne vsebine bomo objavljali na portalu. Portal bom tudi povezal z družbenima omrežjema Twitter in Facebook, poleg praktičnega prikaza pa bom prikazal tudi prednosti združitve.

Ključne besede: Celjan, Radio Rogla, spletni portal Novice d.o.o., administracija portala, družbena (socialna) omrežja.

ABSTRACT

Social networks and web portal to support media of media house Novice- Celjan and Radio Rogla

Nowdays Web Media are getting bigger and bigger role in our lifes . Therefore I decided to present the media house Novice- specifically newspaper Celjan and Radio Rogla and their use of social networks. I will present a new web portal Novice.si, which I created- what is his vision and direction, what will be the administration portal, which technology will be used to create the portal and what kind of content will be published on the portal. I will also connect portal with the social networks Twitter and Facebook, in addition to practical demonstration I will show you the benefits of the merger.

Keywords: Celjan, Radio Rogla, web portal Novice.si, web portal administration, social networks.

KAZALO VSEBINE

1 UVOD 10
1.1 Opredelitev diplomske naloge 10
1.2 Namen in cilji naloge 10
1.3 Predpostavke 10
1.4 Metode raziskovanja 11
2 NOVICE D. O. O. 12
2.1 Začetki, nastanek medijske hiše 12
2.2 Predstavitev podjetja – pet časopisov in radijska postaja 12
2.3 Primerjava – Radio Rogla in Časopis Celjan danes in v prihodnosti 13
3 DRUŽBENA OMREŽJA 16
3.1 Kaj so družbena (socialna) omrežja in zakaj so pomembna? 16
3.2 Najpogostejša družbena omrežja – Facebook in Twitter 16
3.3 Uporaba družbenih omrežjih v medijski hiši Novice d.o.o. 21
4 NOV SPLETNI PORTAL NOVICE. SI – TO, KAR ME ZANIMA 24
4.1 Vizija in usmeritev portala 24
4.2 Izdelava in administracija portala 24
4.3 Tehnologije za brezhibno delovanje portala 24
4.4 Vsebine in oglaševanje na portalu 27
4.5 Načrt objav za Facebook zid Celjana 28
5 SPLETNI PORTAL IN DRUŽBENA OMREŽJA 30
5.1 Združitev spletne platforme z združitvijo družbenih omrežij 30
5.2 Prednosti združitve 31
5.3 Praktični prikaz 31
6 RAZISKAVA 33
6.1 Vzorec raziskave, osnovne opredelitve 33
6.2 Čas na družbenih omrežjih, spremljanje v različnih situacijah 33
6.3 Katere vsebine so najbolj brane in kaj pogrešajo na spletnem portalu Novice.si? 35
6.4 Podpora družbenega omrežja spletnemu portalu 36
6.5 Ugotovitve raziskave 37
7 ZAKLJUČEK 38

8 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI 39
8.1 Literatura 39
8.2 Viri 39
8.3 Spletni viri 39
8.4 Viri fotografij 40
8.5 Viri grafov 40
9 PRILOGE 41
9.1 CD s fotografijami spletnega portala 41
9.2 Opravljena anketa med uporabniki 41
9.3 Rezultati opravljene ankete 44

KAZALO SLIK

Slika 1: Poslušanost Radia Rogla 14
Slika 2: Branost časopisa Celjan 14
Slika 3: Janez Janša na Twitterju 18
Slika 4: Borut Pahor na Facebooku 19
Slika 5: Facebook profil skupine Modrijani 20
Slika 6: Facebook profil Klemna Slakonje 20
Slika 7: Facebook profil Časopisa Celjan 21
Slika 8: Facebook profil Radia Rogla 22
Slika 9: Twitter profil Časopisa Celjan 22
Slika 10: Twitter profil Novic in Radia Rogla 23
Slika 11: Administracija Wordpressa 25
Slika 12: Prikaz levega menija 26
Slika 13: Nov spletni portal Novice.si 27
Slika 14: Objava novice na spletnem portalu 31
Slika 15: Avtomatska objava novice na družbenem omrežju Facebook 32
Slika 16: Avtomatska objava novice na družbenem omrežju Twitter 32

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Razmerje med sodelujočimi v raziskavi 33
Graf 2: Število ur dnevno na družbenih omrežjih 34
Graf 3: Pregled elektronskih sporočil v različnih situacijah 34
Graf 4: Aktivnost uporabnikov na družbenih omrežjih.....35
Graf 5: Družbena omrežja podpora posameznim medijem.....36

1 UVOD

1.1 Opredelitev diplomske naloge

Življenja brez interneta si dandanes ne predstavljamo več. Vse več uporabnikov aktualne novice in dogajanje doma in po svetu spremlja prek spletni portalov in družbenih (socialnih) omrežij. Mnoge medijske hiše v razvoj interneta niso vlagale posebne energije, danes se jim to že pozna pri poslovanju. Naklade tako rekoč vseh časopisov padajo, medtem ko svetovni splet uporablja vse več uporabnikov.
Prav zaradi tega so se pojavili spletni portali, ki omogočajo hitro, enostavno administracijo, na drugi strani pa uporabniku omogočajo kratko in pregledno vsebino – na računalniku, mobilnih aplikacijah ali tabličnih računalnikih. Analiziral in predstavil bom celoten proces nastanka spletnega portala, administracije, osvežitve novih novic – v povezavi z družbenimi omrežji – Facebook in Twitter.

1.2 Namen in cilji naloge

Namen mojega diplomskega dela je prikazati in analizirati izdelavo, uporabi spletnega portala 'Novice.si – To, kar me zanima', prikazati celostno podobo upravljanja portala in pomembnost družbenih omrežij samemu mediju – časopis Celjan in Radio Rogla. Pri pripravi bom uporabil parametre, dobljene rezultate pa grafično prikazal s tabelami in grafi.

Cilji mojega dela so:
- postaviti spletni portal, ki bo zaživel tudi v praksi,
- predstaviti pomembnost pojavljanja klasičnih medijev na družbenih omrežjih.

1.3 Predpostavke

V diplomski nalogi želim dokazati, da se objavljanja na družbenih omrežjih in spletnem portalu lahko nauči vsakdo. Prav tako želim pokazati, kako pomemben je internet pri razvoju današnjih medijev. Pri pisanju bom upošteval predvsem svoja znanja in izkušnje, ki sem si jih

pridobil pri samem spletnih portalov in na izobraževanju. K diplomi bom priložil tudi CD s fotografijami portala in internetno povezavo, kjer bo portal dosegljiv vsakomur.

1.4 Metode raziskovanja

Večino predstavljenih podatkov bo iz lastnih virov, podatke pa bom zbiral tudi s pomočjo spletnih virov, knjig, revij in učbenikov.

Pri sestavi in pisanju bom uporabil več znanstvenih metod raziskovanja:

- destruktivno (opisno) metodo za korektno uporabo, študijo in interpretacijo že napisane literature,
- metodo abstrakcije, s katero bomo ločevali bistvo od nepomembnega,
- induktivno metodo, s katero bomo na osnovi zbranih podatkov prišli do zaključka,
- metodo opazovanja in dokazovanja,
- ter statistično in matematično metodo.

2 NOVICE D. O. O.

2.1 Začetki, nastanek medijske hiše

Podjetje Novice, d.o.o., je bilo ustanovljeno leta 1992. V začetku je podjetje izdajalo samo lokalni časopis Novice, ki se mu je kasneje pridružil še Radio Rogla. Do danes so razvili še več lokalnih medijev – Bistriške novice, Rogaške novice, Celjan, Novice in Šentjurske novice. Vsak medij ima svoje uredništvo (Celje, Slovenske Konjice, Rogaška Slatina, Slovenska Bistrica in Šentjur). Medijska hiša velja za eno večjih v vzhodnem delu Slovenije. Podjetje vse več aktivnosti usmerja v pojavljanje na spletu in družbenih omrežjih.

2.2 Predstavitev podjetja – pet časopisov in radijska postaja

> »V svojem programu mora radio upoštevati, da je medij, ki mu posvečamo le del pozornosti, da je nekakšen vzporeden medij.« (Pirc, 2005, 14-15)

Radio je še vedno najhitrejši medij. Po hitrosti se lahko z njim primerja le internet. Še vedno velja, da radio v osnovi obvešča, svetuje, sprošča in informira, številne komercialne radijske postaje se poslužujejo tudi zabave, sprostitve in razvedrila. Takšnih vsebin je na slovenskih radijskih postajah vse več.

Seveda pa radio v osnovi še vedno informira. Najbolj pokrito mrežo informiranja ima prav nacionalna RTV hiša - predvsem zaradi kvalitetnih novinarjev, ki delujejo pod nacionalno hišo (novinarji pokrivajo dogodke za več medijev znotraj RTV SLO). Najresnejša konkurenca nacionalni mreži je INFONET mreža (novice prenaša več drugih slovenskih komercialnih radijskih postaj). Načeloma, kar pa ni pravilo, so novice in vesti na komercialnih radijskih postajah krajše in manj obsežne kot na nacionalnih radijskih programih.

Radio ima še posebno vlogo pri naravnih nesrečah – potresi, poplave, požari,… saj lahko javnosti v tistem trenutku ponudi zadnje aktualne informacije. Mnoge radijske postaje so se s hitrim poročanjem že izkazale prav pri najhujših tragedijah in nesrečah, npr. poplave leta 2007 v Železnikih.

Radio je pomemben sooblikovalec javnega mnenja v družbi.

Tako kot sta se program in tehnika radijskih postaj do današnjih dni bistveno spremenili,pa tudi oblikovanje časopisov in način poročanja, se spreminja tudi komunikacija z občinstvom (poslušalci ali bralci). Tehnologija je prinesla digitalizacijo, zato je pojavljanje na spletu vse bolj pomembno. Temu sledi tudi strategije medijske hiše Novice d.o.o., zato je pojavljanje vseh medijev (Celjan, Bistriške novice, Rogaške novice, Novice, Šentjurske novice in Radio Rogla) prioritetna naloga vodstva podjetja. Vsi mediji so prisotni na spletu s svojimi spletnimi stranmi, tudi na družbenih omrežjih (predvsem Facebook in Twitter), želja prihodnjih mesecev je, da bi se vsi mediji združili na skupnem spletnem portalu, kjer bi bile objavljene vse aktualne lokalne informacije s posameznih občin. Podrobno o nekaterih tematikah pa bi novinarji nadaljevali z objavami samo v časopisih.

2.3 Primerjava – Radio Rogla in Časopis Celjan danes in v prihodnosti

Dva izmed šestih medijev medijske hiše Novice sta tudi mestni časopis Celjan in najbolj poslušana radijska postaja s sedežem v celjski regiji* Radio Rogla. Časopis Celjan spada med medije, v katerem lahko Celjani najdejo daleč največ vsebin o dogajanju v mestu Celje in to z različnih področji (aktualnih vsebin, posla, kronike, medgeneracijskega sodelovanja, družbenega življenja, zdravja, napovednika dogodkov v mestu, kot tudi zabavnih in poučnih vsebin). Strategija medijev gre v povezovanje obeh medijev, skupnega sodelovanja in predvsem pojavljanja na medmrežju.

* Uradni podatki Nacionalne raziskave branosti in poslušanosti Slovenskih medijev v letu 2010. (NRB)



Slika 1: Poslušanost Radia Rogla

Vir: Mediana, CATI in CAWI, obdobje: od januar do vključno julij 2013, moški in ženske, 10 do 75 let, velikost vzorca 1158 oseb



Slika 2: Branost časopisa Celjan

Vir: n=584, sodelujoči v opravljeni telefonski raziskavi, julij – november 2011

Tako Radio Rogla kot časopis Celjan si v prihodnjih letih želita še bolj utrditi položaj v 'svojih' občinah. Časopis Celjan najbolj v Mestni občini Celje in okoliških občinah Štore ter Vojnik, Radio Rogla pa pravzaprav v vseh občinah, ki jih s svojimi dopisništvi in novinarji pokriva več občin na širšem Celjskem in Štajerskem (Celje, Šentjur, Dobje, Štore, Šmarje pri

Jelšah, Slov. Konjice, Rogatec, Rogaška Slatina, Podčetrtek, Kozje, Dobrna, Bistrica ob Sotli, Slov. Bistrica, Poljčane, Makole, Oplotnica, Zreče, Vitanje in Vojnik)

V nastajanju je tudi nov spletni portal – skupen portal, ki ga bodo uporabljali vsi časopisi, hkrati pa bo portal z zadnjimi aktualnimi novicami za območje občin, ki jih s svojimi časopisi pokriva medijska hiša.
Vodstvo podjetja pri tej nalogi ne izključuje možnosti zunanjih svetovalcev. Znanje in trendi v računalništvu oziroma pri nadgradnjah spletnih strani in spletnih portalov, se vedno znova spreminja, pojavljajo se tudi nove in učinkovitejše metode.

3 DRUŽBENA OMREŽJA

3.1 Kaj so družbena (socialna) omrežja in zakaj so pomembna?

Družbeni mediji so nova oblika spletnih medijev, ki se od tradicionalnih medijev razlikujejo zaradi posebnih značilnosti. Omogočajo večjo povezanost med uporabniki, so vsesplošno dostopni in omogočajo prilagodljive tehnike komuniciranja. Zelo pomembna značilnost družbenih medijev so, da dopuščajo deljenje mnenje, izkušenj in komentiranj.

Začetek razvoja družbenih medijev oz. socialnih omrežij lahko postavimo v leto 1971, ko je bilo poslano prvo sporočilo preko elektronske pošte 1978. BBS je prvič omogočil izmenjavo podatkov prek telefonskih linij z ostalimi uporabniki.
V Sloveniji smo že pred leti imeli različna družbena omrežja - AOL Instant Messengerja, Sixdegrees.com, Friendster, Myspace, ipd.

Med družbene medije prištevamo bloge, podcaste, videocaste, wikije, forume, družbene zaznamke in tudi vse bolj priljubljena družbena omrežja, med katerimi sta Slovencem najbolj poznana Facebook in Twitter.

3.2 Najpogostejša družbena omrežja – Facebook in Twitter

Najpogostejši socialni oziroma družbeni omrežji v Sloveniji sta Twitter in Facebook. Brezplačen dostop do obeh omrežij uporabnikom omogoča, da se povežejo na eno ali več omrežij (kot so npr. šola, delovno mesto ali zemljepisno območje) in tako lažje komunicirajo z ostalimi ljudmi iz istega omrežja.
Facebook objave določene osebe lahko prijatelji, znanci oziroma uporabniki 'lajkajo', delijo ali komentirajo. Podobno uporabnikom omogoča tudi Twitter, le da si njegovi uporabniki med seboj izmenjujejo kratka sporočila, dolga do 140 znakov. Takšnim sporočilom rečejo »tweets« (čivki).
Po zadnjih podatkih Facebook uporablja več kot 1,2 milijarde uporabnikov, Twitter pa približno 500 milijonov uporabnikov. Obe omrežji sta se glede na priljubljenost med uporabniki po svetu že srečala s številnimi kritikami in nasprotovanji - predvsem zaradi

nezagotavljanja zasebnosti, političnih prepričanj njegovih ustanoviteljev in vprašanj cenzure. V zadnjem obdobju tudi zaradi zbiranja podatkov o uporabnikih.

Kot piše poznavalec spletnih omrežij Matej Špehar so velike oglaševalske agencije dojemale Facebook kot 'eksotiko', primerno morda za kakšno gverilsko oglaševalsko kampanjo. Dandanes je pojavljanje na tem največjem družbenem omrežju na svetu postalo del vsakega oglaševalskega kolača. Če je še pred leti veljalo, da ob dobri kreativni strategiji, dovolj denarja in zakupljenem medijske prostoru, je uspeh za oglaševanje dovolj, je danes to drugače. Kot pravi Špehar, je to šele začetek. »Če ste dobro zasnovali strategijo in uspešno nastopili na družbenih omrežjih, v rokah držite sveti gral oglaševanja: zvesto stranko, ki je postala vaš ambasador in naokrog širi o vas dober glas. Facebook je oglaševanje od ust do ust, a na digitalnih steroidih!«

Grajenje prihodnosti na družbenih omrežjih ni uspeh čez noč. Gre za proces, ki zahteva dobro analizo tržišča, ciljne skupine in definiranje ciljev, ki bi jih radi dosegli. Zahteva predvsem čas in dobro vizijo. Najprej je potrebno pripravit pravo strategijo, preverite, katere vsebine bi lahko zanimale vaše uporabnike, določite ton komunikacije, naredite si časovni načrt grajenja baze, preverite, če lahko uporabite še ostala družbena omrežja (Twitter, YouTube, Flickr, MySpace, Vimeo, blogi,...). Saj veste, samo enkrat lahko naredite prvi vtis. Naj bo najboljši, ter naj traja! (https://www.racunalniske-novice.com/novice/splet/socialna-omrezja/facebook/socialna-omrezja-so-medij-prihodnosti.html, 29. 8. 2013)

Če imate voljo in znanje za uspešen nastop na socialnem omrežju, imate zmago skorajda že v žepu. Komunikacijsko orodje je na voljo popolnoma brezplačno: prijava na Facebooku pač nič ne stane. Ni se vam treba ukvarjati z zakupi strežnikov, registracijo domen, programiranjem in grafičnim oblikovanjem, kar navadno spremlja klasično spletno stran. Pri Facebooku že vse čaka na vas! (https://www.racunalniske-novice.com/novice/splet/socialna-omrezja/facebook/socialna-omrezja-so-medij-prihodnosti.html, 29. 8. 2013)

V Sloveniji je najbolj priljubljeno omrežje Facebook. Na začetku je 'veljalo', da ga uporabljajo le najstniki. Kasneje je veljalo, da je njegov doseg še premajhen, da bi se splačalo vlagati vanj. Nato je veljalo, da to družbeno omrežje ni koristno za podjetja. Danes je dejstvo, da te ni, če te ni na Facebooku.

Če te ni na Facebooku, te danes ni! Facebook je pričetek nove ere oglaševanje (Korošec, 2011, 32)

Kot v knjigi 'Facebook' pravi avtor Martin Korošec, je Facebook fenomen. Kot Microsoft in Apple. In fenomeni se usidrajo v srca ljudi in njihovo vsakdanje življenje. Ko fenomen postane del vsakdanjih opravil in razvedrila, postane dejstvo in se prične razvijati v nove oblike uporabnosti.

Vse to smo pri Facebooku doživeli zelo hitro. Facebook je nova era komunikacije in prodaje. Njegove zmožnosti za podjetja se še niti niso pričele izkoriščati. Danes je mogoče v Sloveniji v treh dneh Facebook projekt prodati za 20.178 evrov televizorjev. In to brez enega samega evra, vloženega v oglaševanje. Kaj bo možno čez dve leti s sistematično uporabo vseh zmožnosti Facebooka. Facebook je postal zelo zelo zanimiv kanal direktnega dostopa do kupca (Korošec, 2011, 145).

Domišljen koncept skupaj z vrhunskim dizajnom in naprednim programiranjem je recept do hitro rastočega števila zainteresiranih oboževalcev. (Korošec, 2011, 47)

Na družbenih omrežjih (Facebook in Twitter) se vse bolj pojavljajo tudi uradne institucije in vodilni politiki. Komunikacija politikov na družbenih omrežjih je izredno priljubljena, saj gre za zelo poceni in hkrati odmevni oglaševalski proces.



Slika 3: Janez Janša na Twitterju

Vir: https://twitter.com/JJansaSDS, 08. 01. 2014

Janez Janša je 8. januarja letos komentiral televizijsko oddajo Odmevi na TV SLO. Pri njegovih 'tvitih' je mogoče opaziti izrazito direkten pristop



Slika 4: Borut Pahor na Facebooku

Vir: https://www.facebook.com/borutpahor.si?fref=ts, 07. 01. 2014

Državljane na družbnem omrežju Facebook podrobno o svojih aktivnostih obvešča tudi predsednik države Borut Pahor.



Slika 5: Facebook profil skupine Modrijani

Vir: https://www.facebook.com/ansambelmodrijani?fref=ts, 29. 12. 2013



Slika 6: Facebook profil Klemna Slakonje

Vir: https://www.facebook.com/klemenslakonja?fref=ts, 01. 01. 2014

Poti do svojih oboževalcev prek družbenih omrežij uporabljajo tudi slovenski estradniki. Glasbeniki, tv voditelji, pevci, stand-up komiki, misice, …

3.3 Uporaba družbenih omrežjih v medijski hiši Novice d.o.o.

Oba medija, ki ju opisujem, s poslušalci in bralci komunicirata prek družbenih omrežij – Facebook in Twitter, oba tudi prek svoje spletne strani (www.radiorogla.si in www.celjan.si). V nastajanju je tudi nov regijski spletni portal, ki bi bralcem vseh petih časopisov medijske družine Novice in poslušalcem Radia Rogla, omogočil skupek aktualnega dogajanja na enem mestu.



Slika 7: Facebook profil Časopisa Celjan

Vir: https://www.facebook.com/pages/Celjan-%C4%8Casopis/136204289782342?fref=ts, 05. 01. 2014



Slika 8: Facebook profil Radia Rogla

Vir: https://www.facebook.com/RadioRogla?fref=ts, 09. 01. 2014



Slika 9: Twitter profil Časopisa Celjan

Vir: https://twitter.com/CeljanSi, 11. 01. 2014



Slika 10: Twitter profil Novic in Radia Rogla

Vir: https://twitter.com/MojeNovice, 15. 01. 2014

4 NOV SPLETNI PORTAL NOVICE. SI – TO, KAR ME ZANIMA

4.1 Vizija in usmeritev portala

Naš portal mora v letu dni postati vodilni regijski portal. To pomeni, da karkoli se v naših krajih zgodi, mora imeti objavljeno na spletnem portalu takoj ali kar se da hitro. Seveda je pred objavami potrebno upoštevati pravila novinarstva in moralo.
Dnevno objavljamo približno dve ali največ tri objave. Smo prijazni, tudi če so negativni komentarji teh ne brišemo. Zaželeno je, da komentarje 'lajkamo'. Vse naše objave morajo biti povezane s Celjem, prav pri vseh objavah morajo biti objavljene aktualne fotografije. Praviloma se objave končajo z vprašajem (pa vi, ste že zamenjali gume, se veselite decembrskega časa, boste obiskali prireditve Pravljičnega Celja…)

4.2 Izdelava in administracija portala

Izdelava spletnih strani in spletnih portalov zahteva veliko dela. Običajno tudi po več mesecev. Če je še pred leti bilo pri izdelavi spletnih strani potrebno vpisovati html kode v beležnico, danes
Novodobni programi ponujajo dokaj enostavne programske vmesnike, ki sami izdelajo kode. Med takšne programe lahko štejemo Joomlo, Mambo, in ta hip najbolj priljubljen WordPress.

4.3 Tehnologije za brezhibno delovanje portala

WordPress je moderno računalniško okolje za ustvarjanje spletišč s poudarkom na estetiki, spletnih standardih in uporabnosti. Je prosto dostopna programska oprema, ki je za vaše delo neprecenljiva.
Jedro WordPressa je bilo oblikovano s pomočjo več sto prostovoljcev. Za bolj napredno oblikovanje so uporabnikom na voljo številni vtičniki in predloge, s pomočjo katerih si lahko spletišče uredijo po lastnem okusu. To tehnologijo je za svoj spletni dom izbralo že več kot 25 milijonov uporabnikov (http://sl.wordpress.org/, 15. 9. 2013).



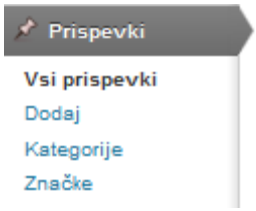
Slika 11: Administracija Wordpressa

Vir: Wordpress

Wordpress ponuja številne spletno tehnološke rešitve in enostavno administracijo.

Wordpress se enostavno prenese na ftp strežnik, nato pa prek spletnih strani uporabnik namesti in dokonča administracijo. Prijava v administracijo je precej enostavna, saj je potrebno vpisati le uporabniško ime in geslo (oboje uporabnik določi pri namestitvi). Po prijavi je mogoče v administraciji spreminjati predlogo, postavitev oglasov, prikazovalnik, pisave, barve,… Takorekoč vse kar vidimo na spletnih straneh.
Izdelava predlog je mogoča pri vsakem uporabniku zase, so pa na spletu tudi številni ponudniki, ki ponujajo že izdelane predloge in jih uporabniki lahko kupijo. Nekatere predloge so tudi popolnoma brezplačne, vendar so v večini omejene pri administraciji.

Da bo bolj razumljivo bomo skupaj poskušali na našem spletnem portalu www.novice.si/press, ki smo ga že namestili in uredili vse kar potrebuje za normalno delovanje, objavili novico. Potrebujemo fotografijo in tekstovni del. Najprej se v uporabniškem vmesniku prijavimo z uporabniškimi podatki.
V levem meniju gremo na kategorijo dodaj, prikaže se nam glavno okno prispevka. Napišemo naslov, besedilo, po želji povzetek. Nato kliknemo 'Naloži/vstavi', kjer je mogoče naložiti sliko, video, glasbo ali datoteko. Nalagamo lahko iz računalnika, url naslova ali knjižnice (to so dokumenti, ki so že naloženi). Kliknemo na ustrezno ikono, glede na to, kaj želimo naložiti.



Slika 12: Prikaz levega menija

Vir: Lasten

V desnem meniju bomo izbrali zavihek 'Kategorije', ki se nanašajo na strani. Označimo kategorijo, kamor spada naš prispevek; lahko jih je tudi več. Obvezno mora biti obljukana glavna stran, če želimo, da se prispevek pojavi na glavni strani. Ostale kategorije izberemo po potrebi. V meniju 'Značke' vnesemo ključne besede, ki se nanašajo na naš prispevek. Lahko jih je več (npr.: Academia, študij, Maribor, študent, spletni portal, portal). S temi ključnimi besedami bo uporabnik lažje našel stran, če jo bo kasneje želel iskati. Preostalo nam je še samo, da naložimo naslovno fotografijo. Na desni strani označimo 'nastavi prikazno sliko', nato pa vse skupaj končamo s klikom na 'Objavi'. Naša objava se je že pojavila na prvi strani našega portala.

Zelo priročno je, da med pisanjem novice večkrat shranimo že napisano, pred objavo pa lahko prispevek tudi pregledamo. Ta spletni portal omogoča tudi, da lahko čas objavljenim novicam prilagajamo. To pomeni, da lahko objave vnesemo vnaprej ali jih objavimo kasneje zaradi morebitnega embraga.



Slika 13: Nov spletni portal Novice.si

Vir: Lasten

Naša novica z naslovom 'V Socki prišlo do streljanja' je objavljena na spletnem portalu.

4.4 Vsebine in oglaševanje na portalu

Na spletnem portalu in na družbenih omrežjih morajo biti vsebine prilagojene. Na naših straneh ali omrežjih želimo spodbujati pogovore o Celjanu in Radiu Rogla, krepiti blagovno znamko, pozivati k akcijam in dobiti komentarje ljudi ter jih objaviti v časopisu ali v etru radijske postaje.

Naš Facebook profil pa je namenjen pogovarjanju s prijatelji. Ljudje so se prišli zabavat, zato se trudimo, da so naše objave zabavne in nenavadne ter seveda aktualne. Naša ciljna publika je stara 30 let in več, vsebine morajo biti primerne za osebe teh let. Objave med vikendom so primerne tudi za zgodovinske zanimivosti, filmčke, nasvete, kaj lahko naredite sami. Za začetek bomo oglaševali le naše interne akcije.

4.5 Načrt objav za Facebook zid Celjana

PONEDELJEK:

7.40 - 7.50: AKTUALNO! Dobro jutro, ta teden v Celju prinaša tudi (največji dogodek v mestu – praviloma glej prejšnji pregled tedna-napovedujemo)

12.00 -12.30: ZABAVA! En dogodek iz družabne kronike – kaj je bilo družabnega v mestu med vikendom.

19.20: INTERNA AKTIVNOST – nagradna igra, izbor, napoveduj naše akcije, ali enostavno kaj bodo našli v novem Celjanu ta teden.

TOREK:

7.20 - 7.30: ZABAVA! Oko kamere ali kakšno zanimivo objavo iz podobnih rubrik

12.20 - 13.00: INTERNA AKTIVNOST – nagradna igra, izbor, napoveduj naše akcije, ali napovej, da bomo ta teden podeljevali vstopnice …

18.30: OBJAVI NOVO NASLOVNICO CELJANA! Izpostavi nosilno temo novega Celjana. (glavni naslov na naslovnici) – pripiši zraven, več pa v novem Celjanu, ki ga že jutri najdete na prodajnih policah.

SREDA:

8.10 - 8.30: DRUGA NAJPOMEMBNEJŠA NOVICA V CELJANU – kratka napoved + več v današnjem Celjanu (posvetuj se z Nejcem)

12.00 -12.30: ZABAVA! Zabavna ali še bolje koristna novica iz Celjana (lahko tržnico, kaj je najbolj zanimivega bilo zadnje dni, …) – napoved več v Celjanu.

19.10: INTERNA AKTIVNOST – nagradna igra, izbor, napoveduj naše akcije, nagradne igre… Začni z nagradno igro.

ČETRTEK:

7.00 - 7.20: AKTUALNO! Kaj bo danes najpomembnejša novica dneva v Celju ali okolici…

12.20 -13.00: NOVICA IZ CELJANA – zanimiva, koristna informacija za ljudi – info danes aktualna.

19.10: AKTUALNO! Aktualna športna novica (pomagaj si s tekočim Celjanom – aktualno športna novica + kakšna naša napoved (Celjski rokometaši so pripravljeni na sobotni obračun s Hrvati. Na tekmo vas peljemo tudi s Celjanom. Več pa že jutri zjutraj. Lahko noč).

PETEK:

7.20 - 7.30: INTERNA AKTIVNOST! Morebitna nagradna igra sicer prosta aktualna objava.

12.20 -13.00: AKTUALNO! Kaj vikend prinaša na Celjskem. Kam naj se podamo? (v soboto vas na Celjski koči pričakujejo z brezplačnimi krofi za celotno družino.

SOBOTA:

9.00: - - AKTUALNO ŠPORTNO! Lokalni šport. Za koga bomo Celjani danes stiskali pesti?

14.30: - INTERNA AKTIVNOST! Morebitna nagradna igra sicer prosta aktualna objava.

17.00: - AKTUALNO, ZABAVA! Kam naj se nocoj gremo zabavat?

NEDELJA ZVEČER

10.00: AKTUALNO ŠPORTNO! Lokalni šport. Če je karkoli. So rokometaši/nogometaši/plavalci zmagali?

17.00: - INTERNA AKTIVNOST! Morebitna nagradna igra sicer prosta aktualna objava.

SKUPAJ ŠTEVILO OBJAV (19)

5 SPLETNI PORTAL IN DRUŽBENA OMREŽJA

5.1 Združitev spletne platforme z združitvijo družbenih omrežij

Današnje tehnologije uporabnikom omogočajo, da lahko spletne portale združujemo s popularnimi in znanimi družbenimi omrežji, ki jih vsak dan uporablja več uporabnikov, med katerimi so tudi otroci. Dandanes ni nič nenavadnega, da otroci, stari 8 do 12 let, že uporabljajo spletna omrežja in imajo svoj profil, čeprav predpisi določenih spletnih družbenih omrežij predpisujejo starost vsaj 13 let. Facebook, Twitter (v zadnjem obdobju tudi Google+, ki uporabnikom ponuja iz dneva v dan več funkcij) so samo nekatera aktualna spletna družbena omrežja pri katerih lahko neozaveščeni otroci naletijo na nevarnosti, kot so kraja identitete, pošiljanje neprimernih vsebin (pornografija), zloraba osebnih podatkov, spletno nadlegovanje, kibernetsko zasledovanje,…

Po predstavitvi podatkov o rabi spletnih družbenih omrežij med otroki in nevarnosti na 14-Slovenskih dnevih varstvoslovja, se je po uporabi na prvem mestu znašel znašel Facebook s 83 %, drugo najpogostejše spletno družbeno omrežje je bilo Google+ (67 %). Otroci za ostala spletna družbena omrežja, kot so Twitter (11 %), Netlog (7 %), Myspace (5 %) in Glasuj.zame (4 %) ne kažejo veliko zanimanja, saj je njihova raba v primerjavi s Facebookom in Google+ zelo majhna. Pri tem vprašanju so uporabniki spletnih družbenih omrežij imeli možnosti tudi odgovor »drugo«, za katerega se je odločilo 63 % anketirancev.

Spletna družbena omrežja so nam lahko tudi v veliko pomoč pri ohranjanju družinskih, osebnih in poslovnih stikov, zato podatek, da spletna družbena omrežja uporablja že skoraj 800 milijonov uporabnikov, ni presenetljiv. Da so spletna družbena omrežja uporabna le za ohranjanje stikov, velja le v primeru, da jih uporabniki uporabljajo zgolj za ta namen. V primeru raztresanja osebnih in zasebnih podatkov lahko ti hitro zaidejo v napačne roke in so lahko zelo uporabni za spletne kriminalce. Ti na njih dobijo dovolj uporabnih informacij za organiziranje in izvedbo različnih kriminalnih dejanj (http://www.fvv.uni-mb.si/DV2013/zbornik/kriminologija/brecko.pdf, 12. 01. 2014).

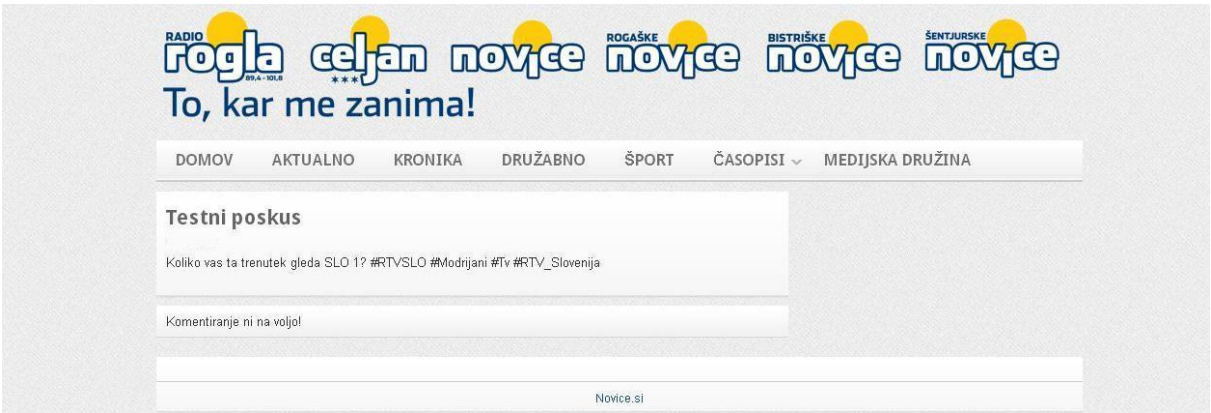
5.2 Prednosti združitve

Združitev spletnega portala in družbenih omrežij omogoča preglednejšo vsebino na različnih portalih (računalnikih, pametnih telefonih, tablicah, …). Medijske hiše, tudi naša, se za vstop v združitev odloča tudi zaradi zmanjševanja stroškov. To pomeni, da posamezen novinar lahko novico ali vest pripravi enkrat, uporabi pa se jo v več medijih (pri nas na radiu, v časopisu in tudi na spletnem portalu in družbenih omrežjih). Seveda je treba upoštevati, da so novice prilagojene posameznih medijem (spletni portal in družbena omrežja - kratka in hitra informacija, radio že z nekoliko več vsebine, po možnosti tudi s sogovorniki. Daljše in bolj podrobno obdelane novice zahteva tiskani medij). Poleg finančnih učinkov, ki jih ima združitev spletnega portala in družbenih omrežij, je to tudi veliko bolj racionalno pri številu ur dela (dosežen je večji efekt v manj porabljenem času).

5.3 Praktični prikaz

Praktično bom prikazal združitev objavljene novica na spletnem portalu, ki se bo nato avtomatsko objavila tudi na družbenem omrežju Twitter in Facebook. Ker gre za potrebe prikaza, bom uporabil svoja osebna profila na družbenih omrežjih, saj bi testiranje lahko za podjetje pomenilo škodo.

Najprej na našem spletnem portalu objavimo prispevek. Kot primer bom svoje uporabnike vprašal, koliko jih ta trenutek gleda TV Slovenija.



Slika 14: Objava novice na spletnem portalu

Vir: http://novice.si/press/, 05. 02. 2014

S tem, ko sem ta tekst objavil na spletnem portalu, sem poskrbel, da bo isti tekst objavljen tudi na vseh družbenih omrežjih, ki jih imam nastavljene v administraciji. Naša poskusna novica je torej objavljena na spletnih omrežjih Twitter in Facebook. Na družbenem omrežju Facebook celo lahko vidimo že nekaj komentarjev.



Slika 15: Avtomatska objava novice na družbenem omrežju Facebook

Vir: https://www.facebook.com/nejc.mihelak?fref=ts, 24. 01. 2014



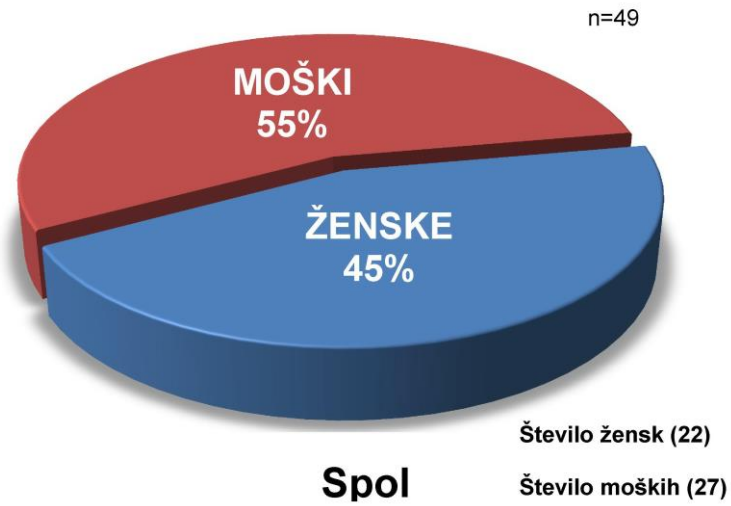
Slika 16: Avtomatska objava novice na družbenem omrežju Twitter

Vir: https://twitter.com/NMihelak, 24. 01. 2014

6 RAZISKAVA

6.1 Vzorec raziskave, osnovne opredelitve

V raziskavi, ki sem jo izvedel med sodelavci v podjetju Novice, d.o.o., med novembrom 2013 in januarjem 2014, je sodelovalo 49 oseb. Bilo je nekoliko več moških (27) kot žensk (22). Povprečna starost vseh sodelujočih je bila 34 let – najmlajši sodelujoči je imel 20 let, najstarejši pa 68 let. Med sodelujočimi jih je največ imelo mesečne prihodke med 500 in 1.000 evri (21), najmanj pa prihodke višje od 2.000 evrov (2). Največ med njimi je bilo zaposlenih (32), najmanj pa je v anketi označilo možnost 'drugo' (5).



Graf 1: Razmerje med sodelujočimi v raziskavi

Vir: Lasten

6.2 Čas na družbenih omrežjih, spremljanje v različnih situacijah

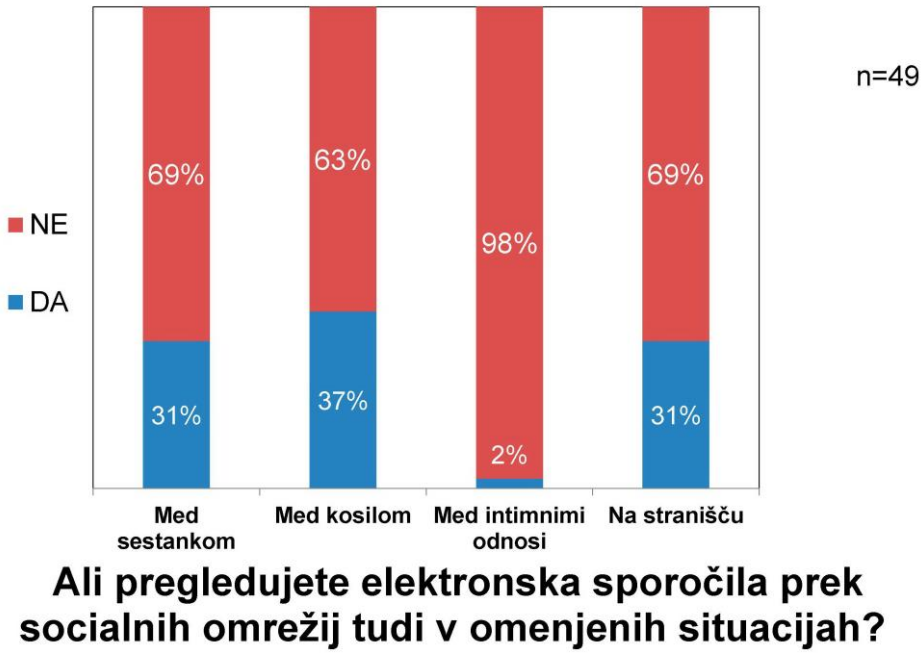
Največ sodelujočih je na vprašanje 'Koliko časa dnevno preživite na družbenih omrežjih (Facebook, twitter, myspace …)?' odgovorilo 'od 1 do 4 ure' – takšnih je bilo 20. 12 sodelujočih dnevno na družbenih omrežjih preživi manj kot 1 uro, 11 jih omrežij dnevno sploh ne uporablja, 6 pa jih uporablja več kot 4 ure dnevno.



Graf 2: Število ur dnevno na družbenih omrežjih

Vir: Lasten

Ljudje elektronska sporočila, ki jih prejemajo po elektronski pošti ali na družabnih omrežjih, spremljajo tudi v zelo nenavadnih situacijah. To pa očitno ne drži za sodelujoče v raziskavi, saj so na vprašanje, ali sporočila pregledujejo med sestankom, kosilom, intimnimi odnosi in na stranišču, v veliki večini pri vseh možnostih odgovorili z ne. Tako jih sporočila med sestankom pregleduje 15, med kosilom 18, med intimnimi odnosi 1 in na stranišču 15.



Graf 3: Pregled elektronskih sporočil v različnih situacijah

Vir: Lasten

Največ vprašanih ni preveč aktivnih na družbenih medijih. Da so 'bolj pasiven kot aktiven uporabnik' jih je odgovorilo 17, 13 jih je bolj aktivnih kot pasivnih, 10 jih je povsem pasivnih in 9 povsem aktivnih. Temu rezultatu lahko pripišemo tudi dejstvo, da je kar nekaj sodelujočih v raziskavi starejših od 30 let, praviloma pa je populacija med 18. in 45. najbolj dejavna na družbenih omrežjih.



Graf 4: Aktivnost uporabnikov na družbenih omrežjih

Vir: Lasten

6.3 Katere vsebine so najbolj brane in kaj pogrešajo na spletnem portalu Novice.si?

Sodelujoče sem spraševal tudi kaj na družbenih omrežjih najraje spremljajo, odgovarjali pa so po stopnji od 1 (nikoli) do 5 (zelo pogosto). Pri odgovoru dnevne novice jih je največ (12) odgovorilo, da zelo pogosto; 'kaj počno prijatelji' jih je največ uporabilo odgovor 'včasih' (22), zelo zanimivo je, da jih med sodelujočimi največ (19) sploh ne spremlja nagradnih iger, pogosto (17) spremljajo rojstne dneve prijateljev in prireditvene dogodke, medtem ko jih večina (17) redko spremlja oglase oziroma komercialne vsebine. Iz pridobljenih rezultatov lahko sklepamo, da uporabniki na družbenih medijih spremljajo dnevne novice, kaj počno njihovi prijatelji in rojstne dneve prijateljev. Najmanj spremljajo nagradne igre.

Ker je vsebina na družbenih medijih vsaj do neke mere prilagojena potrebam in željam uporabnikov, sem tudi sam želel ugotoviti, kaj uporabniki pogrešajo na spletnih straneh in družbenih omrežjih medijev, ki jih ima pod svojim okriljem podjetje Novice d.o.o. Uporabniki so odgovarjali po štirih stopnjah od 1 (premalo vsebin) do 4 (ne pogrešam). V povprečju se je pri odgovorih pokazalo, da sodelujoči v anketi menijo, da je vseh ponujenih možnosti ravno prav. Zato bom upošteval drugi najvišji povprečni rezultat. Premalo splošnih dnevnih vsebin je označilo 12 uporabnikov, 15 jih meni da je premalo zadnjih nepredvidenih vsebin, 11 se jih je opredelilo za premalo nagradnih iger, prav toliko jih meni tudi za zabavne vsebine in vodič po turističnih prireditvah. 13 sodelujočih sploh ne pogreša glasbenih novic, medtem ko se je 11 vprašanih pri odgovoru za športne vsebine opredelilo tako za odgovor, da je tovrstne vsebine premalo kot tudi tega sploh ne pogrešajo. Novice o zaposlovanju 14 uporabnikov ne pogreša, prav toliko sodelujočih ne pogreša tudi komercialnih vsebin.
Tako lahko sklepamo, da si uporabniki želijo več splošnih dnevnih novic, nepredvidenih zadnjih novic in novic o zaposlovanju. Med najmanj priljubljenimi odgovori sodelujočih prednjačijo oglasi in komercialne vsebine.

6.4 Podpora družbenega omrežja spletnemu portalu

Kar 41 sodelujočih v raziskavi se je odločilo, da so družbeni mediji velika podpora tradicionalnim medijem.



Graf 5: Družbena omrežja podpora posameznim medijem

Vir: Lasten

6.5 Ugotovitve raziskave

Tovrstni rezultati so prav gotovo dober pokazatelj o tem, kakšnih vesti in novic naj bo na novem spletnem portalu več in kakšnih vsebin manj. Treba pa je tudi opozoriti, da obstaja nevarnost vzorčne napake v raziskavi, saj je število sodelujočih sorazmerno majhno (49). Razlog je v tem, da večjega števila sodelujočih ni bilo mogoče pridobiti, v raziskavi so zajeti odgovori 90 odstotkov sodelavcev medijske hiše. Prav tako ni mogoče zanemariti odstopanja pri starostni skupini – vprašani so bili stari med 20 in 68 letom, družbena omrežja pa praviloma uporablja mlajša ciljna skupina (18 – 45 let).

7 ZAKLJUČEK

Pri izdelavi diplomske naloge sem se izredno veliko naučil. Razlog temu je prav gotovo v tem, da sem za izdelave celotne zadeve potreboval precej časa – največ mi ga je vzela izdelava spletnega portala, s katerim sem začel v začetku prejšnjega leta. Podučil sem se o izdelavah spletnega portala, nadgradnji in nekaterih prilagoditvah za druge medije (družbena omrežja). Prav tako sem z drugega vidika spoznal omrežji Facebook in Twitter.
Menim, da je prihodnost tradicionalnih medijev na internetu, zato temu večjo težo dajejo tudi medijske hiše. To je prepoznalo tudi vodstvo v medijski hiši Novice d.o.o., kjer opravljam službo, zato bodo vsi napori v prihodnjih mesecih usmerjeni v nadgradnjo portala, ki sem ga za potrebe diplomske naloge naredil že sam. Pri dokončni postavitvi portala in vsebin na njem bomo upoštevali tudi rezultate v raziskavi, ki je bila posebej prirejena za moje diplomsko delo.

Menim, da tako radio kot časopis kljub poplavi drugih medijev ne bosta izumrla - tudi zadnje raziskave kažejo, da ljudje vedno več časa poslušajo radio in vedno več berejo lokalne časopise. Zato lahko mirno zapišem, da znajo ločiti zrnje od plevela. Kredibilni mediji morajo ostati, ne glede na to, da je dandanes sorazmerno lahka pot do izdelave spletnega časopisa ali spletnega radia. Enostavno je to pomembno za družbo, državo in samo pluralnost medijev.

8 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

8.1 Literatura

1. Brojan, M.: *Začetki radia na Slovenskem*, Ljubljana, Modrijan: Radio Slovenija, 1999.
2. Korošec, M.: *Facebook : vaši kupci so že tam. In vi?*, Maribor, Oranža kreativna komunikacija, 2011.
3. Pirc, T.: *Radio: Zakaj te imamo radi*, Ljubljana, Modrijan, 2005.
4. Časopis Celjan: *telefonska raziskava*, julij – november 2011, velikost vzorca 584 oseb, 2011.

8.2 Viri

1. NRB: *Nacionalna raziskava branosti in poslušanosti Slovenskih medijev v letu 2010*.
2. Mediana: *CATI in CAWI*, januar - julij 2013, velikost vzorca 1158 oseb, 2013.

8.3 Spletni viri

1. http://www.fvv.uni-mb.si/DV2013/zbornik/kriminologija/brecko.pdf, 12. 1. 2014.
2. www.lebinca.com/projekt/Radio_raziskovalna.doc, 1. 8. 2013.
3. http://www.nrb.info/podatki/index.html, 19. 8. 2013.
4.https://www.racunalniske-novice.com/novice/splet/socialna-omrezja/facebook/socialna-omrezja-so-medij-prihodnosti.html, 29. 8. 2013.
5. http://tehnik.telekom.si/kolumne/druzbena-omrezja-in-stevilo-njihovih-uporabnikov, 14. 1. 2014.
6. http://www.ris.org/uploadi/editor/1323455807mb11_vogelnik-darja.pdf, 18. 11. 2013.
7. http://sl.wikipedia.org/wiki/Dru%C5%BEbeni_mediji, 29. 8. 2013.
8. http://sl.wordpress.org/, 15. 9. 2013.
9. http://sl.wordpress.org/, 15. 9. 2013.

8.4 Viri fotografij

1. Družabna omrežja (Twitter, Facebook)
2. Wordpress
3. Novice d.o.o.
4. lasten arhiv - Nejc Mihelak, 2012, 2013

8.5 Viri grafov

1. lasten arhiv - Nejc Mihelak, 2013, 2014

9 PRILOGE

9.1 CD s fotografijami spletnega portala

Portal je dostopen na spletni povezavi www.novice.si/press. Dodatni 'print screeni' so tudi na priloženi zgoščenki.

9.2 Opravljena anketa med uporabniki

Starost (v letih):

_____

Spol

• ženki

• moški

Mesečni dohodek:

- Manj kot 500 evrov
- Od 500 do 1000 evrov
- Od 1000 do 2000 evrov
- Več kot 2000 evrov

Zaposlitveni status:

- Dijak
- Študent
- Zaposlen
- Brezposeln
- Drugo

Koliko časa dnevno preživite na socialnih omrežjih (Facebook, twitter, myspace …)?

- več kot 4 ure
- od 1 do 4 ure
- manj kot 1 uro
- ne uporabljam vsak dan

Ali pregledujete elektronska sporočila prek socialnih omrežij tudi v omenjenih situacijah?

Prosim pri vseh vpiši DA/NE

Med sestankom	
Med kosilom	
Med intimnimi odnosi	
Na stranišču	

Kako ocenjujete svojo aktivnost na socialnih omrežjih? Aktiven uporabnik (objavljanje informacij, slik, komentiranje,…) – pasivni uporabnik (spremljanje, opazovanje,…)

- Povsem pasiven
- Bolj pasiven kot aktiven
- Bolj aktiven kot pasiven
- Povsem aktiven

Na socialnih omrežjih spremljam:

Označite na petstopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni nikoli, 2 redko, 3 včasih, 4 pogosto in 5 zelo pogosto. Prosim ocenite vse trditve.

	1 nikoli	2 redko	3 včasih	4 pogosto	5 zelo pogosto
Dnevne novice					
Kaj počno prijatelji?					
Nagradne igre					
Rojstne dneve in prireditvene dogodke					
Komercialne vsebine (oglasi in ponudbe)					

Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate:

Označite na štiristopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni premalo vsebin, 2 ravno prav, 3 preveč,4 ne pogrešam. Prosim ocenite vse trditve.

	1 premalo vsebin	2 ravno prav	3 preveč	4 ne pogrešam
Splošne dnevne novice				
Zadnje (nepredvidene) novice				
Nagradne igre				
Zabava				
Vodič po prireditvah				
Glasbene novice				
Športne novice				
Novice o zaposlovanju				
Komercialne vsebine (oglasi in ponudbe)				

Menite, da so socialna omrežja velika podpora posameznemu mediju? (izberi)

DA

NE

9.3 Rezultati opravljene ankete

Timestamp	Starost	Spol	Mesečni dohodek	Zaposlitveni status	Koliko časa dnevno preživiš na spletnih omrežjih (Facebook, Twitter, myspace ...)?	Ali pogledujete elektronske, sporočila prek, socialnih omrežij tudi v omenjenih situacijah? [Med kosilom]	Ali pogledujete elektronske, sporočila prek, socialnih omrežij tudi v omenjenih situacijah? [Med krilnimi]	Ali pogledujete elektronske, sporočila prek, socialnih omrežij tudi v omenjenih situacijah? [Na stranišču]	Kako ocenjujete svojo aktivnost na socialnih omrežjih?	Na sodelnih omrežjih spremljamo: [Novice novice]	Na sodelnih omrežjih spremljamo: [Kaj počno prijatelji?]	Na sodelnih omrežjih spremljamo: [Nagradne i
9/26/2013 12:10:11	26	Moški	- Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- več kot 4 ure	DA	NE	DA	- Povsem pasiven	4 pogosto	4 pogosto	2 redko
9/26/2013 21:15:11	24	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Študent	- več kot 4 ure	DA	DA	DA	- Povsem aktiven - Bolj aktiven kot pasiven	2 redko	3 včasih	2 redko
9/26/2013 21:55:58	22	Ženska	evror - Manj kot 500	- Študent	- od 1 do 4 ure	DA	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj aktiven kot pasiven	5 zelo pogosto	3 včasih	2 redko
9/27/2013 10:26:04	30	Moški	evror - Več kot 2000	- Zaposlen	- več kot 4 ure	DA	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj pasiven kot aktiven	5 zelo pogosto	3 včasih	1 nikoli
9/28/2013 18:22:27	26	Ženska	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	NE	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj aktiven kot pasiven	1 nikoli	2 redko	3 včasih
1/15/2014 9:45:47	28	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	DA	NE	DA	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	5 zelo pogosto	3 včasih	3 včasih
1/15/2014 9:55:48	36	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Drugo	- več kot 4 ure - ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	1 nikoli	1 nikoli	1 nikoli
1/15/2014 9:59:07	34	Moški	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	DA	NE	DA	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	2 redko	2 redko	2 redko
1/15/2014 10:01:27	38	Ženska	evror - Od 1000 do 2000	- Drugo	- manj kot 1 uro	NE	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj aktiven kot pasiven	2 redko	3 včasih	1 nikoli
1/15/2014 10:06:09	39	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	DA	NE	DA	- Povsem aktiven	3 včasih	4 pogosto	1 nikoli
1/15/2014 10:24:38	39	Moški	evror - Več kot 2000	- Zaposlen	- manj kot 1 uro	NE	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj aktiven kot pasiven	5 zelo pogosto	3 včasih	2 redko
1/15/2014 10:31:16	29	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- več kot 4 ure	DA	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj aktiven kot pasiven	1 nikoli	3 včasih	1 nikoli
1/15/2014 10:32:40	26	Moški	evror - Od 1000 do 2000	- Drugo	- od 1 do 4 ure - ne uporabljam vsak dan	NE	DA	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	5 zelo pogosto	3 včasih	2 redko
1/15/2014 10:38:19	38	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem pasiven	1 nikoli	3 včasih	2 redko
1/15/2014 10:41:45	42	Ženska	evror - Manj kot 500	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	NE	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj pasiven kot aktiven	5 zelo pogosto	3 včasih	2 redko
1/15/2014 10:45:05	28	Ženska	evror - Manj kot 500	- Študent	- manj kot 1 uro - ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj pasiven kot aktiven	2 redko	3 včasih	3 včasih
1/15/2014 10:49:06	23	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Študent	- manj kot 1 uro - ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	3 včasih	1 nikoli	1 nikoli
1/15/2014 11:06:44	43	Ženska	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	3 včasih	2 redko	1 nikoli
1/15/2014 11:08:31	57	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	3 včasih	1 nikoli	1 nikoli
1/15/2014 11:50:48	32	Ženska	evror - Od 500 do 1000	- Drugo	- od 1 do 4 ure	NE	DA	NE	- Povsem aktiven - Bolj pasiven kot aktiven	5 zelo pogosto	5 zelo pogosto	2 redko
1/15/2014 12:30:36	30	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- manj kot 1 uro	NE	NE	DA	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	2 redko	3 včasih	2 redko
1/15/2014 12:42:42	21	Moški	evror - Manj kot 500	- Študent	- od 1 do 4 ure	DA	DA	DA	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	3 včasih	2 redko	2 redko
1/15/2014 13:22:36	41	Ženska	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	4 pogosto	2 redko	1 nikoli
1/15/2014 13:34:16	27	Ženska	evror - Manj kot 500	- Brezposeln	- od 1 do 4 ure	DA	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	4 pogosto	4 pogosto	2 redko
1/15/2014 14:07:26	26	Moški	evror - Manj kot 500	- Zaposlen	- manj kot 1 uro	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	2 redko	3 včasih	4 pogosto
1/15/2014 16:04:53	26	Ženska	evror - Od 1000 do 2000	- Brezposeln	- od 1 do 4 ure - ne uporabljam vsak dan	NE	DA	NE	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	4 pogosto	4 pogosto	1 nikoli
1/16/2014 1:17:29	36	Moški	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	1 nikoli	1 nikoli	1 nikoli
1/16/2014 7:27:57	27	Moški	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	DA	NE	DA	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	1 nikoli	4 pogosto	1 nikoli
1/16/2014 8:02:19	34	Ženska	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- manj kot 1 uro	DA	NE	DA	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	2 redko	3 včasih	1 nikoli
1/16/2014 8:50:44	27	Ženska	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	DA	NE	DA	- Povsem pasiven	3 včasih	5 zelo pogosto	4 pogosto
1/16/2014 10:03:40	32	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- manj kot 1 uro	NE	NE	NE	- Povsem pasiven	1 nikoli	2 redko	1 nikoli
1/16/2014 10:39:39	38	Ženska	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure - ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj pasiven kot aktiven	5 zelo pogosto	3 včasih	3 včasih
1/16/2014 15:27:39	35	Ženska	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj aktiven kot pasiven	1 nikoli	2 redko	1 nikoli
1/16/2014 20:37:34	39	Moški	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	5 zelo pogosto	3 včasih	2 redko
1/16/2014 20:51:38	28	Moški	evror - Manj kot 500	- Študent	- od 1 do 4 ure	DA	NE	DA	- Povsem aktiven	5 zelo pogosto	5 zelo pogosto	3 včasih
1/17/2014 9:15:32	68	Ženska	evror - Manj kot 500	- Drugo	- manj kot 1 uro	DA	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	4 pogosto	1 nikoli	4 pogosto
1/17/2014 20:50:01	30	Ženska	evror - Manj kot 500	- Brezposeln	- manj kot 1 uro	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	3 včasih	4 pogosto	3 včasih
1/18/2014 11:48:45	25	Ženska	evror - Od 1000 do 2000	- Brezposeln	- od 1 do 4 ure - ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj aktiven kot pasiven	4 pogosto	4 pogosto	2 redko
1/21/2014 14:07:28	33	Moški	evror - Od 1000 do 2000	- Zaposlen	- ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	2 redko	2 redko	2 redko
1/22/2014 6:47:22	40	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- ne uporabljam vsak dan	DA	DA	DA	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot aktiven	5 zelo pogosto	2 redko	2 redko
1/23/2014 23:42:22	35	Ženska	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- manj kot 1 uro	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	2 redko	1 nikoli	1 nikoli
1/23/2014 23:50:57	35	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- manj kot 1 uro	NE	DA	NE	- Povsem pasiven - Bolj aktiven kot pasiven	4 pogosto	3 včasih	1 nikoli
1/27/2014 14:54:57	30	Moški	evror - Manj kot 500	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	4 pogosto	3 včasih	2 redko
1/28/2014 11:32:20	20	Ženska	evror - Od 500 do 1000	- Študent	- manj kot 1 uro	NE	NE	NE	- Povsem pasiven - Bolj pasiven kot aktiven	1 nikoli	3 včasih	1 nikoli
1/28/2014 11:36:42	32	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Študent	- več kot 4 ure	DA	DA	NE	- Povsem aktiven	3 včasih	3 včasih	3 včasih
1/28/2014 11:36:15	45	Ženska	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- od 1 do 4 ure	NE	NE	NE	- Povsem pasiven	4 pogosto	4 pogosto	4 pogosto
1/28/2014 11:36:20	26	Moški	evror - Od 500 do 1000	- Zaposlen	- več kot 4 ure - ne uporabljam vsak dan	DA	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj pasiven kot aktiven	5 zelo pogosto	5 zelo pogosto	4 pogosto
1/29/2014 9:56:42	43	Ženska	evror - Manj kot 500	- Zaposlen	- ne uporabljam vsak dan	NE	NE	NE	- Povsem aktiven - Bolj pasiven kot aktiven	2 redko	1 nikoli	2 redko
1/29/2014 16:41:11	22	Moški	evror	- Drugo	- od 1 do 4 ure	NE	DA	NE	- Bolj pasiven kot	2 redko	2 redko	2 redko

ih … gre]	Na socialnih omrežjih spremljam: [Rojstne dneve in predvidene dogodke]	Na socialnih omrežjih spremljam: [Komercialne vsebine (oglasi in ponudbe)]	Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate: [Splošne dnevne novice]	Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate: [Zadnje (napredvidene) novice]	Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate: [Negradne igre]	Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate: [Zabava]	Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate: [Vodič po prireditvah]	Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate: [Glasbene novice]	Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate: [Športne novice]	Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate: [Novice o zaposlovanju]	Ali spremljate socialna omrežja medijske hiše Novice (Radio Rogla, Celjan, Novice, Bistriške novice, Rogaške novice in Šentjurske novice)? Kaj pogrešate: [Komercialne vsebine (oglasi in ponudbe)]	Menite, da so socialna omrežja velika podpora posamezniku medIju?
	4 pogosto	3 včasih	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	3 preveč	3 preveč	3 preveč	3 preveč	3 preveč	3 preveč	DA
	3 včasih	2 redko	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	DA
	2 redko	2 redko	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	DA
	5 zelo pogosto	2 redko	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	DA
	3 včasih	3 včasih	2 ravno prav	2 ravno prav	3 preveč	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	DA
	5 zelo pogosto	2 redko	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	4 ne pogrešam	2 ravno prav	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	DA
	1 nikoli	1 nikoli	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	DA
	4 pogosto	3 včasih	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	4 ne pogrešam	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	4 ne pogrešam	DA
	2 redko	1 nikoli	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	DA
	2 redko	1 nikoli	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	4 ne pogrešam	2 ravno prav	NE
	2 redko	2 redko	1 premalo vsebin	4 ne pogrešam	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	DA
	5 zelo pogosto	1 nikoli	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	DA
	4 pogosto	3 včasih	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	DA
	2 redko	2 redko	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	DA
	4 pogosto	2 redko	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	4 ne pogrešam	1 premalo vsebin	NE
	4 pogosto	3 včasih	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	DA
	3 včasih	3 včasih	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	2 ravno prav	NE
	1 nikoli	3 včasih	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	3 preveč	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	3 preveč	NE
	1 nikoli	1 nikoli	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	3 preveč	DA
	4 pogosto	2 redko	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	DA
	3 včasih	2 redko	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	DA
	3 včasih	2 redko	2 ravno prav	2 ravno prav	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	2 ravno prav	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	DA
	2 redko	1 nikoli	2 ravno prav	2 ravno prav	3 preveč	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	DA
	4 pogosto	3 včasih	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	3 preveč	DA
	4 pogosto	1 nikoli	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	2 ravno prav	DA
	4 pogosto	2 redko	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	4 ne pogrešam	1 premalo vsebin	4 ne pogrešam	DA
	3 včasih	1 nikoli	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	3 preveč	NE
	3 včasih	3 včasih	4 ne pogrešam	1 premalo vsebin	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	1 premalo vsebin	DA
	4 pogosto	1 nikoli	1 premalo vsebin	2 ravno prav	3 preveč	3 preveč	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	DA
	2 redko	1 nikoli	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	DA
	5 zelo pogosto	4 pogosto	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	DA
	2 redko	1 nikoli	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	NE
	4 pogosto	2 redko	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	4 ne pogrešam	DA
	2 redko	2 redko	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	3 preveč	NE
	4 pogosto	2 redko	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	DA
	4 pogosto	3 včasih	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	4 ne pogrešam	2 ravno prav	DA
	3 včasih	4 pogosto	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	DA
	4 pogosto	3 včasih	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	DA
	2 redko	2 redko	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	DA
	3 včasih	3 včasih	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	DA
	1 nikoli	3 včasih	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	DA
	1 nikoli	1 nikoli	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	DA
	4 pogosto	3 včasih	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	3 preveč	DA
	2 redko	1 nikoli	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	3 preveč	2 ravno prav	2 ravno prav	4 ne pogrešam	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	NE
	3 včasih	3 včasih	3 preveč	1 premalo vsebin	2 ravno prav	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	DA
	4 pogosto	4 pogosto	1 premalo vsebin	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	4 ne pogrešam	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	3 preveč	DA
	5 zelo pogosto	1 nikoli	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	2 ravno prav	4 ne pogrešam	4 ne pogrešam	DA
	2 redko	2 redko	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	2 ravno prav	1 premalo vsebin	1 premalo vsebin	2 ravno prav	1 premalo vsebin	2 ravno prav	DA
	2 redko	2 redko	3 preveč	3 preveč	3 preveč	3 preveč	3 preveč	3 preveč	3 preveč	3 preveč	3 preveč	DA