

**VPOGLED V POPULARNE DIJAKE KDO SO, NJIHOVE LASTNOSTI IN
POVEZANOST Z RAZREDNO KLIMO**

Psihologija ali pedagogika

Prva Gimnazija Maribor

Avtorica: Katarina Lucija Cvikl

Mentor: dr. Bor Sojar Voglar

Maribor, 2022

Kazalo

1	ZAHVALA	4
2	POVZETEK	5
3	UVOD	6
4	TEORETIČNI DEL	7
4.1	POPULARNOST, NE PRILJUBLJENOST	7
4.2	POPULARNOST SKOZI OČI RAZISKOVALCEV	7
4.2.1	Dva tipa popularnosti po Gerethu Cooku	7
4.2.2	Trije obrazi popularnosti, Florida Atlantic University	8
4.2.3	Agresivno, prosocialno in bistrateško popularni	8
4.3	ZAKAJ SEM V TEJ RAZISKAVI UPOŠTEVALA LE PROSOCIALNI IN BISTRATEŠKI TIP POPULARNOSTI	9
5	CILJI IN HIPOTEZE	10
5.1	CILJI	10
5.2	HIPOTEZE:	10
5.2.1	Bolj kot so dijaki introvertirani, bolj so prosocialno popularni	10
5.2.2	Bolj kot so dijaki ekstravertirani, bolj so bistrateško popularni	10
5.2.3	Razredi, v katerih prevladujejo prosocialno popularni dijaki, imajo nadpovprečno počutje (glede na povprečje vseh razredov).	10
5.2.4	Razredi, v katerih prevladujejo bistrateško popularni dijaki, imajo podpovprečno počutje (glede na povprečje vseh razredov).	10
5.2.5	Predsednik/ca razreda v večini razredov spada v enega od popularnih tipov. ...	10
6	METODOLOGIJA DELA	11
6.1	VZOREC	11
6.2	OPIS INSTRUMENTA	11
6.3	OBLIKOVANJE VPRAŠALNIKA	12
6.4	ZBIRANJE PODATKOV	12
6.5	STATISTIČNA OBDELAVA PODATKOV	13

6.5.1	Postopek določanja popularnosti dijakov	13
6.5.2	Počutje v razredu	13
6.5.3	Osebnostni test.....	13
7	REZULTATI IN ANALIZA.....	14
7.1	IZ ANALIZE VPRAŠALNIKA SEM PRIDOBILA TRI INFORMACIJE:	14
7.1.1	Kdo so popularni dijaki in koliko jih je.....	14
7.1.2	Intro-ekstravertiranost v povezavi s popularnostjo	14
7.1.3	Povezanost lastnosti dijakov s počutjem v razredu	17
8	INTERPRETACIJA.....	19
8.1	INTERPRETACIJA 1. HIPOTEZE:	19
8.2	INTERPRETACIJA 2. HIPOTEZE:	19
8.3	INTERPRETACIJA 3. HIPOTEZE:	19
8.4	INTERPRETACIJA 4. HIPOTEZE:	20
8.5	INTERPRETACIJA 5. HIPOTEZE:	20
9	ZAKLJUČEK	22
9.1	KRITIKA NALOGE	22
9.2	UPORABNA VREDNOST	22
9.3	NOVA VPRAŠANJA.....	23
11	DRUŽBENA ODGOVORNOST.....	24
12	VIRI	25
13	PRILOGA	26
13.1	PRILOGA 1: VPRAŠALNIK	26
13.2	PRILOGA 2: PROŠNJA RAZREDNIKOM.....	28

Kazalo slik

Slika 1: korelacija med prosocialnim tipom popularnosti in introvertiranostjo	15
Slika 2: korelacija med prosocialnim tipom popularnosti in ekstravertiranostjo	16
Slika 3: korelacija med bistrateskim tipom popularnosti in introvertiranostjo	16
Slika 4: korelacija med bistrateskim tipom popularnosti in ekstravertiranostjo	17
Slika 5: korelacija med počutjem in številom popularnih dijakov	17

1 ZAHVALA

Rada bi se posebej zahvalila vsakemu posamezniku, ki mi je pomagal pri pisanju raziskovalne naloge in mi omogočil, da sem prišla do željenih spoznanj o temi, ki mi res veliko pomeni.

Zahvaljujem se mojemu mentorju, ki me je vodil in bil potrpežljiv z mojim kompliciranjem.

Moji mami, brez katere bi luknje v raziskavi ostajale prevelike ter mojim prijateljem, ki so me spodbujali pri pisanju, vsem iskrena hvala.

Zahvala vsem razrednikom in dijakom, ki so mi pomagali pri zbiranju podatkov.

Brez vas ne bi uspela!

2 POVZETEK

Raziskavo sem začela z opazovanjem svojega razreda. Tam sem videla, kdo so popularni in vedela, kako vplivajo name. Od tukaj dalje sem začela raziskovati, kaj so drugi že napisali o tej temi in začela iskati način, kako z znanstvenim aparatom določiti te popularne posameznike. Po temeljitem seznanjanju z do sedaj opravljenimi raziskavami na temo popularnosti sem se odločila za dva tipa popularnosti, na katera sem se osredotočila v moji raziskavi – prosocialni in bistrateški tip.

V raziskavi je sodeloval 201 dijak Prve gimnazije Maribor, katerim je bila zagotovljena anonimnost. Uporabila sem sociometrično tehniko, s katero sem določila, kdo so popularni, njihove lastnosti in počutje v razredu.

Raziskava je potrdila moja predvidevanja, da obstaja korelacija med intro-/ekstravertiranostjo posameznika in popularnostjo ter korelacija med popularnostjo in počutjem v razredu.

Izkazalo se je, da bolj kot je dijak ekstravertiran, bolj je tudi popularen. Vendar pa to ne velja za introvertirane dijake, ki so redko prepoznani kot popularni. Raziskava je pokazala, da manj kot je dijak introvertiran, bolj je popularen.

Ugotovljeno popularnost sem povezala s počutjem v razredu in ugotovila, da je v razredih, kjer je več popularnih dijakov, tudi počutje boljše. Zanimivo pri tem je, da je nepomembno, ali sodijo popularni dijaki v prosocialni ali bistrateški tip.

Ključne besede: popularnost, prosocialno, agresivno, bistrateško vedenje, korelacija

3 UVOD

Vsako znanstveno raziskovanje se začne z opazovanjem. Kje bolj smiselno začeti opazovati, kot v razredu, kjer kot učenci preživimo povprečno sedem ur na dan, včasih celo več. Začela sem opazovati, da vsi nismo enaki: nekateri so bolj glasi, bolj predrzni, drugi so bolj tihi in ustrežljivi. V glavi sem prepoznala te, ki jim sedaj lahko rečem popularni in se spraševala, zakaj prav oni, zaradi katerih lastnosti so pridobili ta status. In potem sem se začela spraševati, kakšni so ti popularni, kako vplivajo na nas ostale in skupno razredno dinamiko.

Pri proučevanju zastavljene vsebine sem se naslonila raziskave, ki so določale tri tipe popularnosti: prosocialno, agresivno in bistrateško. S tem so se ukvarjali na Florida Atlantic University v raziskavi leta 2019; pomembni raziskovalci tega področja so tudi Wurster in Xie (2014) in Laninga-Wijnen (2014). Od domačih raziskovalcev pa želim izpostaviti predvsem dr. Katjo Košir, ki se je s sodelavci osredotočala na socialno sprejetost (2007) in medvrstniško nasilje (2018).

Cilj raziskovalne naloge je ugotoviti, katere osebnostne lastnosti določajo popularne dijake, da izstopajo iz množice in kakšen je njihov vpliv na razredno klimo.

4 TEORETIČNI DEL

4.1 Popularnost, ne priljubljenost

Priljubljenost je v slovarju slovenskega knjižnega jezika definirana kot lastnost priljubljenega, ta pa kot nekdo, ki ga ima rado razmeroma veliko ljudi (SSKJ, str. 149). Tako lahko iz definicije izpostavimo glavno lastnost, ki ne sovpaše z definicijo za popularnost in to je, da imajo priljubljene ljudi *radi*, medtem ko za popularne ljudi to ni nujno. Zaradi odsotnosti čustvene komponente lahko na popularne ljudi sledilci gledajo z zavistjo, ljubosumjem zaradi njihovega statusa. Tako ima popularen dijak lahko pretežno slabe lastnosti, a je vseeno znan po celi šoli in ima okoli sebe krog ljudi, ki mu sledi in ga idealizira.

Definicija popularnosti je v slovarju slovenskega knjižnega jezika precej pomanjkljiva, prav tako na spletni verziji Fran, kjer piše tako: popularnost - *lastnost koga, česa, da je znan, priljubljen pri razmeroma veliko ljudeh*. Četudi je izpostavljena priljubljenost kot sopomenka, moram dati ugovor. Dlje, kot raziskuješ ta pojav pri ljudeh, lažje je videti 'napako' priljubljenosti. Kot bom kmalu predstavila, je več tipov popularnosti, od katerih je večina negativnih. Uporaba agresije in manipulacije po mojem mnenju ne bi smela biti pod pojmom 'priljubljenost'.

4.2 Popularnost skozi oči raziskovalcev

O popularnosti je razmišljajo veliko teoretikov, ki so popularnost osvetlili iz različnih vidikov.

4.2.1 Dva tipa popularnosti po Gerethu Cooku

Gereth Cook loči dva tipa popularnosti, enega, ki izvira iz otroštva in določa kako oz. koliko smo ljudem všeč in drugega, ki se razvije v najstništvu in temelji na statusu. Najbolj priljubljeni otroci so tisti, ki jih odrasli izpostavljajo kot vzor, so mirni, pomagajo drugim, kar lahko vodi do dolgotrajnega uspeha v odrasli dobi. Najstništvo pa je obdobje, ko se naš pogled na priljubljenost bistveno spremeni: ni več pomembno, da smo všečni, pomemben postane naš status. Znaki, s katerimi se izkazuje status popularnosti, so izpostavljenost, vpliv, dominantnost, socialna moč. Če smo v otroštvu dobivali potrditev priljubljenosti od odraslih, postane v najstništvu izjemnega pomena tovrstna potrditev s strani sovrstnikov.

Kot odrasli imamo možnost izbire, da gradimo svojo popularnost z všečnostjo, s katero izkazujemo nagnjenost k prosocialnemu vedenju, ali s statusom. Cook na tem mestu opozarja na raziskave, ki kažejo, da tak tip popularnosti v skrajnih primerih lahko vodi do nasilja, odvisnosti, sovraštva, itd.

4.2.2 Trije obrazi popularnosti, Florida Atlantic University

Florida Atlantic University je leta 2019 izdala raziskavo, v kateri je predstavila tri oblike najstniške popularnosti. Kjer je Cook ločil dva tipa, so tukaj naredili korak naprej in določili tretjega, ki je kombinacija prvih dveh. Prva dva sta si kontrastna in označujeta dva nasprotna pola, prosocialni in agresivni. Prosocialni najstniki so tisti, ki jih imajo radi, svojo popularnost dosežejo in ohranjajo skozi medsebojno sodelovanje. Agresivnih se bojijo, svojo popularnost pa dosežejo s prisilo in nasiljem.

Raziskava je pokazala, da v resnici obstaja še tretja skupina, to so tisti popularni, ki jih imajo radi in se jih hkrati bojijo. Označili so jih kot bistrateške, pri čemer so se oprli na klasično renesančno idejo Niccola Machiavellia, ki opiše vodjo kot emocionalno hladnega manipulatorja, ki skrbi le za lastno korist.

Po njihovih raziskavah so najbolj izrazito izpostavljeni bistrateško popularni dijaki. Za njih je značilno, da so v odnosih tako nasilni kot tudi prosocialni, predvsem pa se znajo izjemno dobro prilagoditi vsaki situaciji.

4.2.3 Agresivno, prosocialno in bistrateško popularni

Na podoben način so različne tipe popularnosti določili v raziskavah *Agresivno in prosocialno vedenje: socialni uspeh bistrateške adolescence*, Wurster in Xie (2014) in *Kdo zastavlja agresivno popularno normo v razredu? To so agresivni, prosocialni in bistrateški adolescenti*, Laninga-Wijnen idr. (2014). Vse te raziskave dobro oblikujejo sliko popularnosti in delitve glede na izraženost. V glavnem je najbolj razširjen sistem treh oblik, te so agresivno popularni, prosocialno popularni in bistrateško popularni.

Agresivno popularni so otroci ter najstniki, ki so popularni zaradi njihovega agresivnega vedenja in uporabe nasilja, kar pa ne pomeni, da so vsi, ki se vedejo agresivno, tudi popularni. Takšno vedenje je najpogosteje pri dečkih, v večjih skupinah in manj pogosto na mestih, kjer

je standard znanja višji (Laninga-Wijnen idr., 2014). Primer takšnega vedenja bi bilo prepiranje s sošolci, širjenje govoric, norčevanje ter izvajanje psihičnega in fizičnega nasilja.

Med raziskovalci splošno sprejeta definicija za medvrstniško nasilje pravi, da gre za namerno, ponavljajoče se negativno (neprijetno ali škodljivo) vedenje ene ali več oseb, usmerjeno proti osebi, ki se težko brani (Olweus, 1993)

V članku Psihosocialne značilnosti učencev kot napovedniki različnih oblik medvrstniške viktimizacije in nasilnega vedenja (Košir idr., 2018), pri agresivnem vedenju poudarjajo, da je medvrstniško nasilje v večini primerov javni dogodek, ki presega odnos med nasilnežem in žrtvijo. V dogodku sodeluje celotna socialna skupina (razred), pri čemer ima odziv vrstnikov kot opazovalcev potencial, da deluje preventivno ali pa nasilje spodbuja. Ključni motiv izvajalcev medvrstniškega nasilja je namreč ravno socialna moč, ki jo s tem pridobijo, opazovalci pa so tisti, ki izvajalcu nasilja socialno moč podelijo ali odrečejo.

Temu nasprotno je prosocialno vedenje, kjer se popularnost pridobi skozi dobra dela in odnose. To vključuje tiste vedenjske oblike, ki izražajo spoštovanje drugih, zanimanje in skrb zanje in pripravljenost deliti z drugimi (Mraz, 2010).

Za dijake s prosocialnim vedenjem je značilen dober ugled, od njih se pričakuje, da so pridni učenci ter da vestno opravljajo svoje delo.

Zadnji tip je bistrateški, ki združuje posamezne aspekte obeh prejšnjih tipov. Bistrateški dijaki pridobijo svojo popularnost z manipulacijo tistih okoli sebe; vzdržujejo dobre odnose in opravljajo svoja dela, a le zato, da razbremenijo negativne posledice slabega oz. agresivnega vedenja (Laninga-Wijnen, 2014). Primer: profesorica bo bistrateškemu učencu dala veliko manjšo kazen za prerivanje v vrsti, saj vestno opravlja svoje domače naloge, kot pa agresivnemu učencu, ki se le preriva v vrsti.

Za bistrateški tip je značilno tudi, da nekatere vrstnike izključujejo in zavračajo, druge pa izsiljujejo, da spremenijo njihovo vedenje oz. se jim prilagodijo, v zameno pa jim ponudijo svoje prijateljstvo. Prijazni so le do svojih prijateljev ali tistih, za katere želijo, da so njihovi prijatelji (Why teen's act out due to popularity, 2020).

4.3 Zakaj sem v tej raziskavi upoštevala le prosocialni in bistrateški tip popularnosti

Pri utemeljevanju agresivnega tipa popularnosti je zapisanih nekaj ključnih lastnosti, ki so vplivale na moj izbor. Ta tip popularnosti je najbolj izražen pri mlajših dečkih, ki so del večjih

skupin ter v šolah z nižjim pričakovanjem minimalnega znanja. Opravljena raziskava je zajela najstnike in ne več mlajše otroke, izpeljana je bila v okolju, kjer številčno prevladujejo dekleta in kjer je pričakovan standard znanja visok. Glede na opisane okoliščine izpeljave raziskave sem se odločila osredotočiti na ostala dva tipa ter njun vpliv na razredno klimo.

5 CILJI IN HIPOTEZE

5.1 Cilji

V tej raziskavi sem želela izvedeti, kdo so popularni dijaki, kakšne so njihove lastnosti ter povezanost le-teh z razredno klimo.

Zanimali so me posamezniki, ki izstopajo iz množice in osebne lastnosti, zaradi katerih se ločijo od ostalih.

5.2 Hipoteze:

- 5.2.1 Bolj kot so dijaki introvertirani, bolj so prosocialno popularni.
- 5.2.2 Bolj kot so dijaki ekstravertirani, bolj so bistrateško popularni.
- 5.2.3 Razredi, v katerih prevladujejo prosocialno popularni dijaki, imajo nadpovprečno počutje (glede na povprečje vseh razredov).
- 5.2.4 Razredi, v katerih prevladujejo bistrateško popularni dijaki, imajo podpovprečno počutje (glede na povprečje vseh razredov).
- 5.2.5 Predsednik/ca razreda v večini razredov spada v enega od popularnih tipov.

6 METODOLOGIJA DELA

6.1 Vzorec

Vprašalnik je izpolnil 201 dijak iz osmih razredov v slovenski gimnaziji. Razredi so bili izbrani naključno izmed vseh razredov, v kar so šteti splošni razredi, klasični razredi ter športni oddelki. Edin kriterij je bil, da sta bila v vsakem letniku izbrana dva razreda. Vsak dijak je imel možnost odkloniti odgovarjanje na vprašalnik.

6.2 Opis instrumenta

Za raziskovanje sem uporabila sociometrično tehniko (priloga 1), s katero sem pridobila štiri informacije:

Osnovne informacije o dijaku: razred in spol ter šifro. Šifre so bile predhodno določene in so zagotovile anonimnost dijakov. Sistem je deloval tako, da so dijaki imeli projicirano tabelo, kjer so bila napisana njihova imena ter desno od njih šifre (npr. Ana Novak = Breza). Dijaki so s šiframi poimenovali svoje sošolce ali same sebe.

Kdo so popularni dijaki? Ločila sem dva tipa popularnosti: prosocialni in bistrateški tip. Kdo so popularni dijaki in v kateri tip sodijo sem ugotovila z dvema sklopoma s po štirimi trditvami, za katere so dijaki napisali do tri sošolce, ki najbolj ustrezajo posamezni trditvi. Bilo jim je dovoljeno napisati manj šifer ali celo nič, če so presodili, da noben dijak ne ustreza trditvi in pa da napišejo samega sebe. Prvi sklop je ugotavljal, kateri dijaki so prosocialni. Te trditve so bile; »tebi ali drugim pomaga s šolskimi težavami (domača naloga, učenje, slabe ocene, itd.)«; »odgovarja na vprašanja profesorja, tudi ko noben drug ne/ni pozvan« in »v razredu ustvarja občutek pripadnosti in povezanosti (se šali in ljudi nasmeje)«. Trditve za bistrateški sklop so bile takšne: »najlažje pridobi pozornost drugih v razredu«; »drugi ga/jo izberejo za vodjo skupine« in »preglasi ostale in vzgaja nemir v razredu«.

Kakšno je počutje v razredu? Dijaki so ocenjevali počutje v razredu s šestimi vprašanji, na katera so odgovarjali z ocenjevalno lestvico od ena do pet, kjer je ena pomenilo, da se dijak sploh ne strinja ter pet da se popolnoma strinja. Vsa vprašanja so bila pritrdilna, tako sem lahko izračunala povprečno počutje vsakega posameznega razreda z enačbo za aritmetično sredino.

Osebnost dijakov. Dijake sem napotila na spletno stran 16 osebnosti, kjer so rešili test osebnosti, ki mi je povedal njihov tip osebnosti ter nekaj osebnosti lastnosti. Med njimi sta imeli največjo težo lastnosti introvertiranost ali ekstravertiranost. Vse lastnosti so bile podane v odstotkih, kar je olajšalo analizo. Pomemben podatek je bil osebnosti tip, podan s šifro/nazivom (npr. INFJ, ENTP, itd.).

Vprašalnik sem štela kot neveljaven le, če ni imel napisane šifre dijaka, ki je vprašalnik reševal.

6.3 Oblikovanje vprašalnika

Pri oblikovanju vprašalnika sem se oprla na različne vire. Za identificiranje popularnih dijakov sem se močno naslonila na raziskavo, izpeljano med leti 2011 in 2013 na Nizozemskem, s katero so ugotavljali, kdo postavlja agresivno normo v razredu (Laniga-Wijnen, 2014). Trditve sem prevedla v slovenščino in jih spremenila le z namenom, da so bolj razumljiva in smiselna v slovenskem jeziku ter da so po pomenu bližja najstnikom, saj je bila nizozemska raziskava izvedena med otroki med 12. in 13. letom.

6.4 Zbiranje podatkov

Podatki so bili zbrani med novembrom in decembrom v šolskem letu 2021/22 na Prvi gimnaziji Maribor. Zaradi nelagodnega in kompliciranega zagotavljanja anonimnosti sem vsem sodelujočim razrednikom predčasno poslala elektronsko pošto (priloga 2), kjer sem predstavila namen raziskave, pa tudi potek zbiranja podatkov in zagotavljanje anonimnosti. Od osmih profesorjev le eden ni bil pripravljen sodelovati in sem zato kontaktirala 'rezervnega' profesorja. V prošnji razrednikom je bil opisan še načrt, da se na vprašalnik odzovejo vsi dijaki v razredu, a se na koncu ni uresničil.

Tipičen potek izpeljave raziskave v razredu je izgledal tako, da sem prišla v razred skupaj s profesorjem in se predstavila (ime, razred, ki ga trenutno obiskujem) ter jim na kratko opisala namen naloge. Nadaljevala sem s tem, da sem jim razložila postopek reševanja vprašalnika ter usmerila njihovo pozornost na tablo, kjer sem pripravila seznam z njihovimi imeni in šiframi. Dodatna navodila, ki so jih prejeli so bila, da lahko napišejo tudi samega sebe in da če res nihče v razredu ne ustreza trditvam, lahko napišejo manj, s poudarkom na to, da je bolje, če napišejo

več. Na drugi strani vprašalnika sem jih opozorila, naj previdno preberejo trditve in naj v primeru nejasnosti preberejo navodila. Povedala sem jim, da če imajo še kakšna vprašanja, me lahko vprašajo kadarkoli, saj sem z njimi ostala, dokler mi niso vsi v razredu izročili vprašalnikov. Dijaki so za reševanje porabili celo šolsko uro in bili po večini zelo vestni pri reševanju. Nekateri razredniki in dijaki so me povprašali po povratnih informacijah, na kar sem jim odgovorila, da si lahko preberejo dokončano raziskovalno nalogo.

Zaradi takratnih razmer v znamenju epidemije s Covid 19 je bilo zbiranje podatkov nelagodno, številne karantene in odsotnosti so izvedbo raziskave zavlekle. Kljub temu sem zadovoljna, da je bil dosežen zadan cilj.

6.5 Statistična obdelava podatkov

6.5.1 Postopek določanja popularnosti dijakov

V seznam šifer sem prenesla rezultate izpolnjenih vprašalnikov, pri čemer je en glas pomenil eno točko. Glasovanje je izpostavilo dijake, ki so dobili največ glasov. Zaradi lažje obdelave in primerjave podatkov med razredi, sem glasove pretvorila v odstotke, v katerih v nadaljevanju podajam vse podatke. Vprašalnik je bil zastavljen tako, da sem dobila ločeni dve skupini popularnih dijakov glede na njihovo prosocialno ali bistrateško vedenje. Določila sem prag priljubljenosti; kot popularni so bili prepoznani dijaki, ki so dosegli deset ali več odstotkov možnih glasov v razredu.

6.5.2 Počutje v razredu

Počutje v razredu sem ugotavljala z numerično ocenjevalno lestvico. Iz podatkov sem s formulo za aritmetično sredino (aritmetična sredina = vsota vseh podatkov/numerus) izračunala povprečje in ga pretvorila v odstotke, da sem med seboj lahko primerjala vse razrede.

6.5.3 Osebnostni test

Iz osebnostnega testa sem razbrala odstotek izraženosti introvertiranosti oz. ekstravertiranosti pri posameznem dijaku, kar sem kasneje uporabila v korelaciji med intro-/ekstravertiranostjo in popularnostjo.

7 REZULTATI IN ANALIZA

7.1 Iz analize vprašalnika sem pridobila tri informacije:

- kdo so popularni dijaki,
- kakšne so njihove lastnosti (intro-/ekstravertiranost) v povezavi s popularnostjo in
- povezanost lastnosti popularnih dijakov z razredno klimo.

7.1.1 Kdo so popularni dijaki in koliko jih je

Glede na postavljene kriterije sem določila, da so popularni dijaki tisti, ki so dobili deset ali več odstotkov glasov. Ti pa so lahko ali prosocialno popularni ali bistrateško popularni. Izkazalo se je, da je med analiziranimi razredi 14 prosocialno popularnih ter 24 bistrateško popularnih dijakov.

V posameznem razredu je v povprečju nekaj manj kot pet popularnih dijakov, od tega 1,75 dijakov predstavljajo prosocialno popularni dijaki in 3 bistrateško popularni. Od skupno 38 popularnih dijakov jih 7 izpolnjuje kriterije za oba tipa popularnosti, kar predstavlja skoraj petino vseh popularnih dijakov. Izpostaviti je potrebno, da so popularni dijaki prisotni čisto v vsakem razredu; število popularnih dijakov med razredi namreč variira od štiri do osem oseb. Zanimiva ugotovitev je tudi ta, da so dijaki v razredu, kjer je zaznanih največ popularnih dijakov, ocenili najboljšo razredno klimo. Dodatna zanimivost tega razreda je, da je med popularnimi kar pet takih, ki sodijo med bistrateški tip in trije, ki so prosocialni.

Raziskava je pokazala, da je v petih od osmih raziskanih razredov več bistrateško popularnih dijakov in manj prosocialnih. Le v treh razredih je razmerje med obema tipoma enakovredno.

7.1.2 Intro-ekstravertiranost v povezavi s popularnostjo

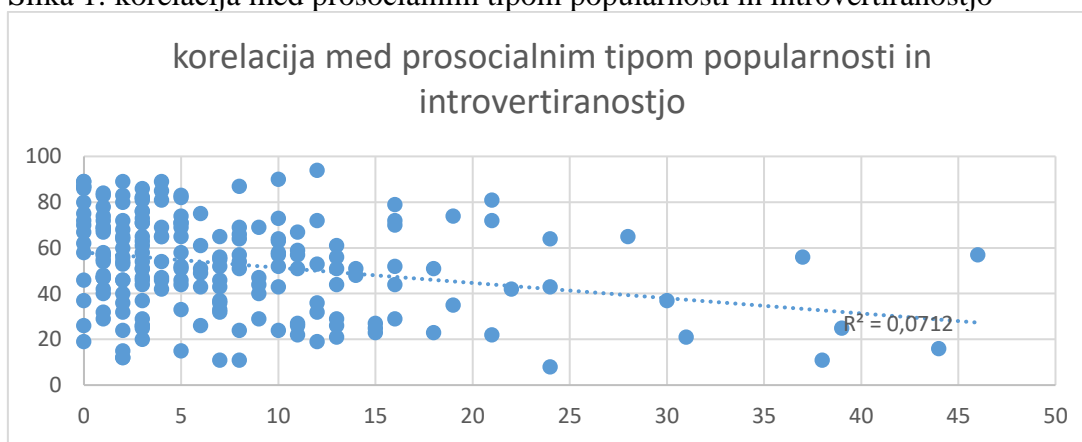
S pomočjo korelacije sem ugotavljala povezanost med osebnostno lastnostjo in popularnostjo. Posebej sem izpostavila introvertiranost s popularnostjo in posebej ekstravertiranost v povezavi s popularnostjo. Rezultati so prikazani v Tabeli 1:

Tabela 1: povezanost med popularnostjo in intro-/ekstravertiranostjo

	Prosocialno popularni tip	Bistrateško popularni tip
Introvertiranost	-0,26	-0,32
ekstravertiranost	+0,29	+0,32

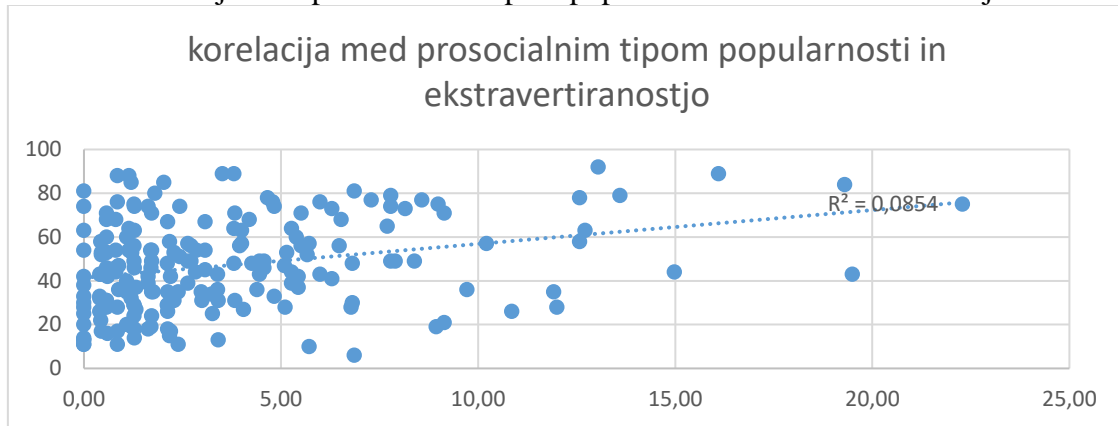
Tabela 1 nam pove, da bolj kot je dijak ekstravertiran, bolj je tudi popularen, kar kažeta oba tipa popularnosti. Za introvertiranost velja obratno. Se pravi, da bolj kot je dijak introvertiran, manj je popularen. Podrobnejši prikaz nam dajo spodnji grafikoni.

Slika 1: korelacija med prosocialnim tipom popularnosti in introvertiranostjo



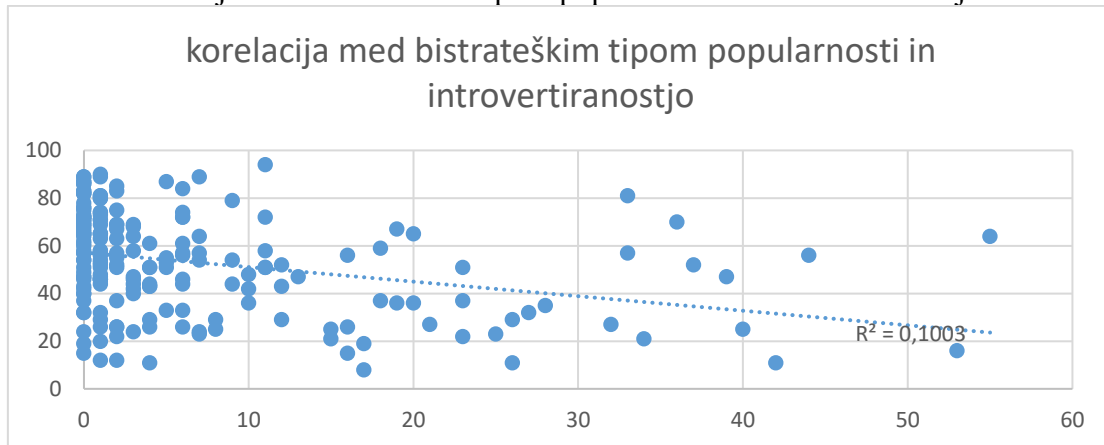
Grafikon 1 prikazuje povezanost med izraženo introvertiranostjo na ordinatni osi in izraženim prosocialnim tipom popularnosti na abscisni osi. Trendna črta je padajoča, kar nam pove, da sta spremenljivki v obratno sorazmernem razmerju. To pomeni, da bolj kot ena spremenljivka narašča, druga pada. Korelacijski koeficient je enak 0,0712 oz. -0,26 kvadratno korenjeno. V tem primeru to pomeni, da je korelacija relativno nizka.

Slika 2: korelacija med prosocialnim tipom popularnosti in ekstravertiranostjo



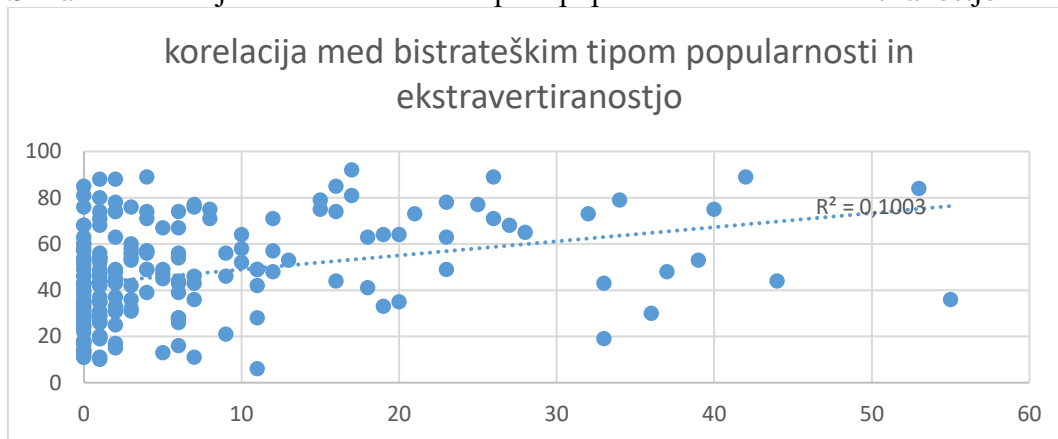
Grafikon 2 prikazuje povezanost med izraženo ekstravertiranostjo na ordinatni osi in izraženim prosocialnim tipom popularnosti na abscisni osi. Trendna črta je naraščajoča, kar nam pove, da sta spremenljivki v premo sorazmernem razmerju. To pomeni, da z naraščanjem ene spremenljivke narašča tudi druga. Korelacijski koeficient je enak 0,0854 oz. $+0,29$ kvadratno korenjeno. Za ta grafikon to pomeni, da je korelacija relativno nizka.

Slika 3: korelacija med bistrateškim tipom popularnosti in introvertiranostjo



Grafikon 3 prikazuje povezanost med izraženo introvertiranostjo na ordinatni osi in izraženim bistrateškim tipom popularnosti na abscisni osi. Trendna črta je padajoča, kar nam pove, da sta spremenljivki v obratno sorazmernem razmerju. Korelacijski koeficient je enak 0,1003 oz. $-0,32$ kvadratno korenjeno. Za ta grafikon to pomeni, da je korelacija relativno visoka.

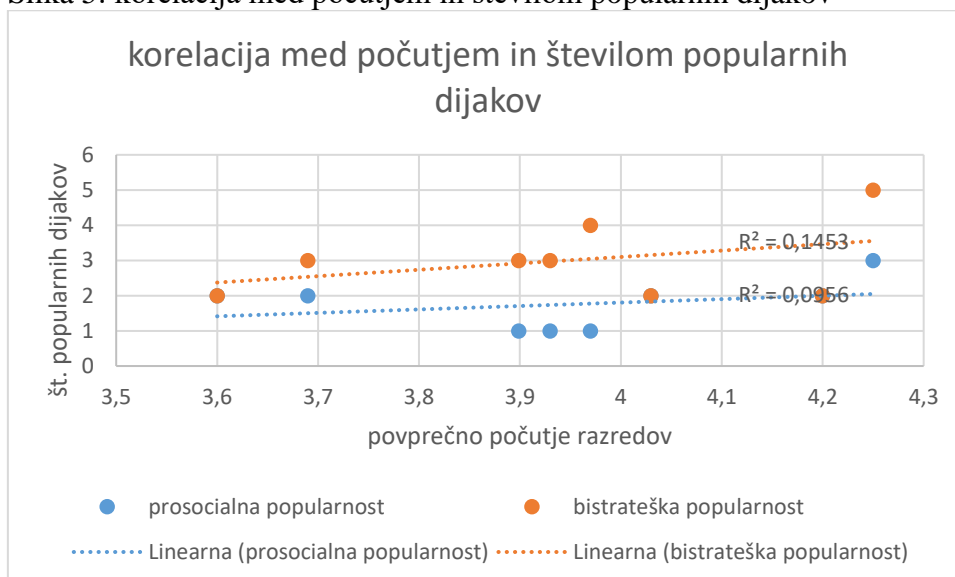
Slika 4: korelacija med bistrateškim tipom popularnosti in ekstravertiranostjo



Grafikon 4 prikazuje povezanost med izraženo ekstravertiranostjo na ordinatni osi in izraženim bistrateškim tipom popularnosti na abscisni osi. Trendna črta je naraščajoča, kar nam pove, da sta spremenljivki v premo sorazmernem razmerju. Korelacijski koeficient je enak 0,1003 oz. $+0,32$ kvadratno korenjeno. Za ta grafikon to pomeni, da je korelacija relativno visoka.

7.1.3 Povezanost lastnosti dijakov s počutjem v razredu

Slika 5: korelacija med počutjem in številom popularnih dijakov



Grafikon pet prikazuje korelacijo med številom popularnih dijakov v razredu na ordinatni osi ter med povprečnim počutjem v razredu na abscisni osi. Modra barva prikazuje korelacijo med povprečnim počutjem v razredu in med številom prosocialno popularnih dijakov. Korelacijski

koeficient pod kvadratnim korenem je $+0,31$, kar kaže na relativno visoko premo sorazmerje med spremenljivkama. Oranžna črta pa kaže korelacijo med povprečnim počutjem v razredu v primerjavi s številom bistrateško popularnih dijakov. Naraščajoč korelacijski koeficient enako kot za modri koeficient kaže na premo sorazmerje, saj je koeficient pod kvadratnim korenem enak $+0,38$. To nam pove, da se z večanjem števila popularnih dijakov, bodisi prosocialnih ali bistrateških, počutje v razredu izboljša.

8 INTERPRETACIJA

8.1 Interpretacija 1. hipoteze:

1. Hipoteza: Bolj kot so dijaki introvertirani, bolj so prosocialno popularni.

Hipotezo sem ovrgla, saj nam rezultati v grafikonu 1 povedo, da je korelacija obratno sorazmerna. To pomeni, da manj kot je dijak introvertiran, bolj je popularen. Trditev ne velja le za prosocialno popularne dijake, temveč tudi za bistrateško popularne dijake, kar je razvidno iz grafikona 3. Z manjšimi odstopanji se da to opaziti v vseh posameznih razredih, pa tudi v skupnem prikazu vseh razredov (grafikon 1 in 3).

Zaključek te hipoteze bi bil, da ne glede na tip popularnosti so popularni dijaki tisti, ki so manj introvertirani.

8.2 Interpretacija 2. hipoteze:

2. Bolj kot so dijaki ekstravertirani, bolj so bistrateško popularni.

Hipotezo potrjujem. Kot je razvidno v grafikonu 4, je korelacija med bistrateškim tipom popularnosti in ekstravertiranostjo potrjena s pozitivnim korelacijskim koeficientom vrednim 0,31. Drugače povedano to pomeni, da bolj kot je dijak ekstravertiran, bolj je tudi bistrateško popularen. Vendar pa to ne velja le za bistrateško popularne dijake, ampak tudi za prosocialni tip popularnosti. Podobno vzajemnost smo lahko opazili tudi pri 1. hipotezi.

Zaključek tega bi bil, da bolj kot je dijak ekstravertiran bolj je tudi popularen.

8.3 Interpretacija 3. hipoteze:

3. Razredi, v katerih prevladujejo prosocialno popularni dijaki, imajo nadpovprečno počutje (glede na povprečje vseh razredov).

Hipotezo zavrnem, saj v nobenem razredu ni več prosocialno popularnih dijakov kot bistrateško popularnih dijakov. Še najbližje temu so trije razredi, v katerih je število prosocialno in bistrateško popularnih dijakov izenačeno. V dveh od teh treh razredov je počutje nadpovprečno glede na izračunano povprečje vseh razredov, v enem pa je razredno počutje najnižje od vseh razredov, ki so sodelovali v raziskavi.

Zaključek je, da v nobenem razredu ni število prosocialno popularnih dijakov višje kot število bistrateško popularnih dijakov, zato o prevladujočem vplivu prosocialno popularnih dijakov na razredno počutje ne moremo govoriti.

8.4 Interpretacija 4. hipoteze:

4. Razredi, v katerih prevladujejo bistrateško popularni dijaki, imajo podpovprečno počutje (glede na povprečje vseh razredov).

Hipoteza je ovržena. Bistrateško popularni dijaki po številu prevladujejo v petih razredih, ki so po počutju razpršeni. Za razliko od zgornje hipoteze, kjer v niti enem razredu prosocialno popularni dijaki niso prevladovali, je tukaj dejstvo, da v večini razredov prevladuje bistrateško popularni tip dijakov, vendar pa to ne pomeni, da je vzdušje v teh razredih podpovprečno. Četudi je v treh od petih razredov, kjer prevladujejo bistrateško popularni dijaki počutje podpovprečno, kar bi potrdilo hipotezo, je potrebno omeniti tudi ostala dva, kjer je počutje nadpovprečno. Od teh je razred, kjer bistrateško popularni bistveno prevladujejo, celo razred z najboljšim počutjem izmed vseh.

Zaključek: Bistrateško popularni dijaki ne vplivajo odločujoče na dobro ali slabo počutje v razredu.

8.5 Interpretacija 5. hipoteze:

1. Predsednik/ca razreda v večini razredov spada v enega od popularnih tipov.

Hipotezo potrdim. V tabeli vidimo, da je v petih razredih predsednik ali predsednica razreda tudi popularen/popularna. V enem primeru je predsednik razreda popularen v obeh tipih, tako

prosocialnem kot bistrateškem. V treh razredih predsedniki niso popularni, so pa vsekakor blizu meje popularnosti, saj dosegajo rezultate 9,47 odstotkov, 8,86 odstotkov in 6,25 odstotkov.

Zaključek: V večini primerov je predsednik/-ca razreda prosocialno ali bistrateško popularen dijak.

9 ZAKLJUČEK

9.1 Kritika naloge

Pri pridobivanju podatkov bi lahko izbrala veliko večje število razredov, saj po opravljeni raziskavi ocenjujem, da je bolj kot statistično pravilo prišlo do študije primera. Pri tem se navezujem predvsem na počutje v razredih in na to, da je popularnih dijakov relativno malo, zato sem tudi pri velikem številu sodelujočih lahko izluščila podatke le redkih, ki so popularni.

Pri predelovanju velikega kupa informacij je šlo veliko le-teh v prazno. Test osebnosti mi je razkril veliko več kot je odstotek intro-/ekstravertiranosti, a sem na koncu uporabila le te podatke.

V vseh razredih sem govorila prosto, s pripravljenimi le opornimi točkami in menim, da so vsi razredi dobili vse potrebne informacije. Iz vidika standardiziranosti pa bi bilo bolje, da bi vsakemu razredu podala povsem enako besedilo. Pri tem je potrebno omeniti, da sem se soočila s kar nekaj težavami s tehnologijo, ki sem jo morala rešiti na mestu samem. Zaradi tega je nekajkrat prišlo do nepotrebnih zamud in morda do kakšnega napačnega odgovora anketirancev.

Je pa tako vprašalnik sam in postopek ocenjevanja bil popolnoma objektivni.

Zaradi prej omenjenega manjšega vzorca, se rezultati ne smejo posploševati in je treba upoštevati, da je bil vprašalnik izpeljan med dijake Prve gimnazije Maribor v šolskem letu 2021/22.

9.2 Uporabna vrednost

Že ob začetku iskanja odgovorov sem spoznala različne vidike na popularnost in ob vsem tem oblikovala tudi svoje poglede. Razvila sem uporabno metodo, po kateri lahko znotraj skupine, ki se pozna, zagotovimo anonimnost tudi v primeru, ko v skupini iščemo posameznika, ki izstopa zaradi lastnosti, ki jih želimo proučevati. Nabor zbranih informacij je širok in omogoča nadaljnje raziskave.

9.3 Nova vprašanja

Po končani raziskavi sem mnenja, da je tema zelo zanimiva, a veliko premalo raziskana. Ob raziskavi se mi je odprlo še veliko novih vprašanj, nakazale so se številne druge možnosti proučevanja te teme in možni novi pristopi.

Najbolj me zanimajo nekateri deli, ki sem jih zanemarila, na primer, kakšen je povezava osebnostnega tipa s popularnostjo; za odgovor na to vprašanje sem imela premajhen vzorec.

Zanimalo bi me tudi, kako profesorji oz. razredniki gledajo na vlogo popularnih dijakov in ali to vpliva na njihov odnos do celotnega razreda. Nazadnje pa tudi, ali in kako dijaki opazijo, kdo je v njihovem razredu popularen in kakšen je njihov odnos do tega. Vprašanj je še veliko, morda jih v prihodnje s trdim delom nekaj odkrijem.

11 DRUŽBENA ODGOVORNOST

Opravljena raziskava, ki je pred vami in nosi naslov »Vpogled v popularne dijake, kdo so, njihove lastnosti in povezanost z razredno klimo«, deluje morda na prvi pogled nekoliko naivno in plehko. Vendar pa je raziskava zelo jasno pokazala, da ima vsak razred dijake, ki so prepoznani kot popularni in ki s svojim vedenjem vplivajo na to, kako se v razredu počutijo njegovi sošolci.

Na nek način torej nosijo odgovornost za to, kako se počutijo njihovi sošolci, ali se veselijo skupnih druženj ali pa jim čas, prebit v razredu, morda ustvarja stisko. Od razredne klime je pogosto odvisen uspeh posameznika in skupine; dobro, prijateljsko vzdušje, kjer posameznik lahko računa na pomoč sošolcev, lahko bistveno pripomore k boljšim rezultatom (ocenam) na osebni in skupinski nivoju. Popularni dijak, ki je nekakšen neformalni vodja razreda, ima pri tem veliko vlogo in ogromno odgovornost, katere pa se običajno ne zaveda v polnosti. Prav zato je zelo pomembno, da se zavest o družbeni odgovornosti, kot jo je leta 2011 definirala Evropska unija, da gre torej za odgovornost za vpliv na družbo, to je na ljudi, njihove organizacije in naravo, vtisne v zavest vsakega posameznika. Vsi živimo v manjših ali večjih skupinah in skupnostih, zato je odgovornost vsakega posameznika, da deluje v skladu z etičnimi načeli, je pošten in pravičen, spoštuje interese različnih deležnikov, dosledno upošteva človekove pravice ne glede na starost, spol, vero, barvo kože, politično prepričanje in drugo.

Družbena odgovornost je torej odgovornost vsakega posameznika v vseh družbenih okoljih in situacijah. Vsi smo med seboj povezani in soodvisni, vsako naše dejanje vpliva na druge in posledično tudi na nas. V luči opravljene raziskave bi zlasti rada izpostavila ugotovitev, da je prevladujoči tip popularnih dijakov bistrateški. Za ta tip popularnih dijakov pa je značilno, da dosežejo svojo popularnost z manipuliranjem okolice, da pomagajo sošolcem iz preračunljivosti, saj si z dobrimi deli kupujejo odpustke za občasno neustrezno, celo agresivno vedenje. Zato je na tem mestu potrebno jasno zapisati očitno: vsak posameznik, ki ne upošteva pravil družbene odgovornosti, vpliva kvarno na skupnost, ki ji pripada.

- Cook, G. (2014). Cracking the popularity code. (Cit. 24. 11. 2019) Dostopno na: <https://www.scientificamerican.com/article/cracking-the-popularity-code/>
- Florida Atlantic University (1996). Dynamic Social Impact: The Creation of Culture by Communication. (Cit. 24. 11. 2019). Dostopno na: <https://www2.psych.ubc.ca/~schaller/528Readings/Latane1996.pdf>
- Florida Atlantic University (2019). Three faces of teen popularity: Being feared, being loved, and being feared and loved. (Cit. 24. 11. 2019) Dostopno na: <https://www.sciencedaily.com/releases/2019/09/190918093058.htm>
- Help your teen now (2020). Why teen's act out due to popularity (Cit. 18. 4. 2022). Dostopno na: <https://helpyourteennow.com/why-teens-act-out-to-become-popular/>
- Košir, K., Pečjak S. (2007). Dejavniki, ki se povezujejo s socialno sprejetostjo v različnih obdobjih šolanja (Cit. 18. 4. 2022). Dostopno na: http://psiholoska-obzorja.si/arhiv_clanki/2007_3/kosir.pdf
- Košir, K., Pivec, T., Klasinc, L., Špes, T., Horvat, M. (2018). Psihosocialne značilnosti učencev kot napovedniki različnih oblik medvrtniške viktimizacije in nasilnega vedenja (Cit. 18. 4. 2022). Dostopno na: http://psiholoska-obzorja.si/arhiv_clanki/2018/kosir_et_al.pdf
- Laninga-Wijnen, L., Harakeh, Z., Dijkstra, J. K., Veenestra, R., Vollebergh, W. (2019). Who Sets the Aggressive Popularity Norm in Classrooms? It's the Number and Strength of Aggressive, Prosocial, and Bi-Strategic Adolescents (Cit. 30. 11. 2019) Dostopno na: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10802-019-00571-0>
- Mraz, K. (2010, dipl. n.). Socialna sprejetost in socialno vedenje otrok (Cit. 18. 4. 2022). Dostopno na: <https://dk.um.si/IzpisGradiva.php?id=15104&lang=sly>
- Musek, J. (1994). Psihološki portret Slovencev. (Cit. 11. 10. 2019)
- NERIS Analytics Limited (2011-2021). 16 Personalities. Dostopno na: <https://www.16personalities.com/>
- Olweus, D. (1993). Bullying in schools: facts and intervention (Cit. 18. 4. 2022). Dostopno na: https://www.researchgate.net/publication/228654357_Bullying_in_schools_facts_and_intervention
- Pavot, W. in Diener, E. (2007). The Satisfaction With Life Scale and the emerging construct of life satisfaction. (Cit. 7. 1. 2020). Dostopno na: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17439760701756946>
- Wurster, T. J. in Xie, H. (2014). Aggressive and prosocial behaviors: The social success of bistrategic preadolescents. (Cit. 8. 12. 2019) Dostopno na: https://www.researchgate.net/publication/272507618_Aggressive_and_prosocial_behaviors_The_social_success_of_bistrategic_preadolescents

13 PRILOGA

13.1 Priloga 1: Vprašalnik

1. Del:

Šifra: _____

Spol (obkroži): M Ž

Razred: _____

2. Del:

1. Sklop: s šifro poimenuj **tri** sošolce ali sošolke, ki najbolj ustrezajo trditvam:

1.1. Tebi ali drugim pomaga s šolskimi težavami (domača naloga, učenje, slabe ocene, itd.).

1.2. Odgovarja na vprašanja profesorja, tudi ko noben drug ne/ni pozvan.

1.3. V razredu ustvarja občutek pripadnosti in povezanosti (se šali in ljudi nasmeje).

2. Sklop: s šifro poimenuj **tri** sošolce ali sošolke, ki najbolj ustrezajo trditvam:

2.1. Najlažje pridobi pozornost drugih v razredu.

2.2. Drugi ga/jo izberejo, za vodjo skupine.

2.3. Preglasi ostale in vzganja nemir v razredu.

3. Kdo je predsednik/ca razreda: _____

4. Del: Ocenite, koliko se strinjate s trditvami.

	1- sploh se ne strinjam	2- se ne strinjam	3- enako se strinjam in ne strinjam	4- strinjam se	5- popolnoma se strinjam
1. V razredu se počutim dobro.	1	2	3	4	5
2. Rad/a se pogovarjam s sošolci/sošolkami	1	2	3	4	5
3. Rad/a imam skupinsko delo.	1	2	3	4	5
4. V razredu imam dobre prijatelje.	1	2	3	4	5
5. Zadovoljna sem z razredno klimo.	1	2	3	4	5
6. Sošolci imamo dober odnos med seboj.	1	2	3	4	5

5. Del: v brskalnik vtikajte "16 osebnosti" ali "16 personalities" in klikni na prvo povezavo. Reši test in v tabelo poročaj o rezultatih, tako da kratico osebnostnega tipa (npr. INFJ, ENTP, itd.) in procenete osebnostnih lastnosti vpišeš v spodnjo tabelo.

Osebnostni tip:	
Introvertnost	Ekstravertnost:
Vizionarski:	Realističnost:
Logični:	Empatičnost:
Planiranje:	Iskanje:
Odločnost:	Previdnost:

13.2 Priloga 2: Prošnja razrednikom

Pozdravljen/a prof.(priimek profesorja razrednika),

sem (moje ime in priimek ter razred) in v letošnjem šolskem letu skušam izvesti raziskovalno nalogo na področju psihologije. Tema je popularnost v razredu in z raziskavo bi rada izvedela, profil popularnih dijakov, kakšne so njihove lastnosti ter kako vplivajo na razredno klimo.

Zaradi postopka ugotavljanja naštetih ciljev, izvedba vprašalnika ni tako enostavna. Anonimnost je zagotovljena z uporabo šifer in potrebna bi bila popolna prisotnost vseh dijakov v razredu. V skrajnem primeru, bi lahko manjkala eden do dva dijaka, več ne. Ker drugače ni možno narediti tako vrstne raziskave bi manjkajoči dijaki morali vprašalnik rešiti ob drugem terminu, šifriranje identitet dijakov pa bo obrazloženo v poteku izvajanja vprašalnika.

Potek: predhodno bi vas prosila za seznam dijakov v razredu, ki bi ga videla le jaz in se v sami raziskavi ne bi nikoli pojavil. Naprej bi pripravila šifre za vse dijake, kot na primer vrste dreves ali zelišč (primer: Ana Novak = breza), saj bi v pisanju raziskave posameznike tudi tako identificirala.

Seznam bi projicirala na tablo (v primeru nedelovanja tehnologije, bi seznam napisala na tablo in ga po zaključenemu vprašalniku izbrisala), in dijaki bi rešili vprašalnik.

Prosila bi vas, če bi bilo možno to izvesti med eno izmed razrednih ur v bližnji prihodnosti, po možnosti do konca novembra.

Za dijake, ki bi ta dan manjkali od pouka pa bi vam pustila natisnjen seznam imen in šifer ter praznih vprašalnikov dovolj samo za tiste, ki so bili odsotni. Dijaki bi jih rešili in, ko bi to naredili vsi manjkajoči, bi prišla po še te vprašalnike in s tem bi se vaš del zaključil.

Zavedam se, da od vas pričakujem veliko, a mi je raziskava izjemno pomembna in si tudi zato želim čim boljše to izvest. Upam, da se boste odločili za sodelovanje in hvala vam že vnaprej za vaš čas.

Lep pozdrav,
(Podpis)