

58. Srečanje mladih raziskovalcev Slovenije 2024

Kaj si upam na socialnih omrežjih?

Raziskovalno področje: psihologija in pedagogika

Raziskovalna naloga

Avtor: Miha Hojnik

Mentorica: Vesna Ferenc, mag. prof. ped.

Šola: Osnovna šola Toneta Čufarja Maribor

Maribor, 2024

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	1
1.1	Hipoteze	2
1.2	Metodologija dela	2
2	TEORETIČNI DEL	3
2.1	Osebnost.....	3
2.2	Ekstravertiranost	4
2.3	Introvertiranost	5
2.4	Delovanje možganov introvertiranih in ekstravertiranih oseb	6
2.5	Družbena, družabna ali socialna omrežja.....	6
2.6	Socialna omrežja.....	7
2.7	Medvrstiško nasilje.....	7
2.8	Spletno nasilje	8
2.9	Oblike spletnega nasilja.....	9
3	EMPIRIČNI DEL	11
3.1	Vzorec.....	11
3.2	Postopek obdelave podatkov	11
3.3	Analiza, rezultati in interpretacija	11
3.3.1	Anketiranci po razredih	11
3.3.2	Anketiranci po spolu.....	12
3.3.3	Osebnost anketirancev.....	12
3.3.4	Najbolj priljubljeno socialno omrežje.....	13
3.3.5	Število sledilcev na socialnih omrežjih	14
3.3.6	Razlogi uporabe socialnih omrežij.....	15
3.3.7	Pogostost komentiranja objav.....	16
3.3.8	Pogostost objavljanja	17
3.3.9	Najpogostejša objava	18
3.3.10	Mnenje glede vedenja na spletu in doma	19
3.3.11	Pogostost žaljenja na spletu.....	20
3.3.12	Pogostost ustrahovanja na spletu	21
3.3.13	Pogostost objavljanja zaradi večje popularnosti.....	22
3.3.14	Izključevanje iz spletnih skupin	24
3.3.15	Lažni profil	25
3.3.16	Objava posnetkov brez dovoljenja	26

3.3.17	Kraja gesel	27
3.3.18	Izsiljevanje na spletu.....	28
3.3.19	Obrekovanje na spletu	29
3.3.20	Dejavnosti spletnega nasilja	30
4	DRUŽBENA ODGOVORNOST	32
5	SKLEP	33
6	ZAKLJUČEK	35
7	VIRI IN LITERATURA	37
8	PRILOGE	41

KAZALO GRAFOV

Graf 1:	Delež anketirancev po razredih	11
Graf 2:	Delež anketirancev po spolu	12
Graf 3:	Osebnost anketirancev	12
Graf 4:	Priljubljena socialna omrežja.....	13
Graf 5:	Število sledilcev na socialnih omrežjih	14
Graf 6:	Razlogi uporabe socialnih omrežij.....	15
Graf 7:	Pogostost komentiranja objav.....	16
Graf 8:	Pogostost objavljanja na socialnih omrežjih	17
Graf 9:	Najpogostejša objava	18
Graf 10:	Mnenje glede vedenja na spletu in doma	19
Graf 11:	Pogostost žaljenja na spletu	20
Graf 12:	Pogostost ustrahovanja na spletu	21
Graf 13:	Objavljanje za popularnost.....	22
Graf 14:	Izključevanje iz spletnih skupin	24
Graf 15:	Ustvarjanje lažnega profila.....	25
Graf 16:	Objava posnetkov brez dovoljenja	26
Graf 17:	Kraja gesel	27
Graf 18:	Izsiljevanje na spletu	28
Graf 19:	Obrekovanje na spletu	29
Graf 20:	Dejavnost spletnega nasilja	30

POVZETEK

Osebnost je razmeroma trajna celota vedenjskih, telesnih in duševnih značilnosti, po katerih se posameznik razlikuje od drugih ljudi (Musek in Pečjak 1996, str. 193). Eni bolj raziskanih dimenzij osebnosti sta introvertiranost in ekstravertiranost (Kompore idr. 2007, str. 129–130).

V raziskovalni nalogi smo želeli ugotoviti, ali so anketirani po lastnostih bolj ekstraverti ali introverti. Uporabili smo prirejen osebnostni vprašalnik za mladostnike. Hkrati pa nas je zanimalo, ali so osebnostne lastnosti povezave z aktivnostjo in dejanji učencev na socialnih omrežjih. Ugotovili smo, da se razmerje med ekstraverti in introverti sklada s prebrano teorijo. Ekstraverti so tako na spletu kot v živo bolj nagnjeni k družabništvu; imajo več sledilcev na spletu; pogosteje objavljajo in komentirajo objave. Vse to pa ne pomeni, da so introvertirani brez sledilcev in nedružabni; le veliko bolj premišljeni so pri usmerjanju svoje energije. Opazili smo, da so ekstravertirani tudi bolj nagnjeni k izvajanju spletnega nasilja. Introverti pa se po ugotovitvah na socialnih omrežjih vedejo bolj spoštljivo. V manjši meri izključujejo iz skupine; ne žalijo, ustrahujejo ali tako pogosto ustvarjajo lažnih profilov kot ekstraverti. Dejstvo je, da se spletno nasilje pojavlja v obeh primerjanih skupinah, osebnostne lastnosti pa vplivajo na pogostost njegovega izvajanja.

KLJUČNE BESEDE: osebnost, ekstravertiranost, introvertiranost, socialna omrežja, spletno nasilje

1 UVOD

Današnja družba postaja vse bolj hitra, glasna, poudarja zunanji videz, privlačnost in atraktivnost na spletu ter spodbuja, naj imamo čim več "všečkov" in sledilcev. Vse te značilnosti veliko bolj ustrezajo ekstravertiranim posameznikom. Za introvertirane pa je lahko takšen svet izziv, če se mu ne zmorejo prilagoditi, ali celo breme (Jazbec 2012). Posamezniki lahko svoje lastnosti na spletu deloma zakrijejo ali spremenijo. Spletno okolje nam omogoča, da se lahko nekoliko »skrijemo« ali pa se izdajamo za drugačne, kot smo v resničnem svetu. V raziskovalni nalogi nas je zanimalo, ali so osebne lastnosti posameznikov povezane z aktivnostjo in dejanji učencev na socialnih omrežjih. Želeli smo ugotoviti, kako pogumni na spletu so učenci, ki imajo več ekstravertiranih lastnosti, in kako se vedejo učenci, za katere velja, da imajo v splošnem več introvertiranih lastnosti. Roberts idr. (2008) namreč navajajo, da informacijsko-komunikacijske tehnologije izboljšujejo položaj introvertov, saj jim ponujajo možnosti, da kompenzirajo primanjkljaj družabnosti iz realnega življenja.

V teoretičnem delu smo na kratko opredelili osebnost; podrobneje smo opredelili razlike med večinoma ekstravertiranimi osebami in introvertiranimi osebami. Na koncu teoretičnega dela smo opisali socialna omrežja in nasilje na spletu.

V empiričnem delu smo predstavili rezultate anketnih vprašalnikov. Prvi del vprašalnika je obravnaval osebne lastnosti posameznikov. Priredili smo 11 vprašanj in tako ocenili, ali ima posameznik večinoma ekstravertirane ali introvertirane lastnosti. Anketirali smo učence 7., 8. in 9. razredov, ki smo jih v drugem delu ankete povprašali, katera socialna omrežja uporabljajo; koliko sledilcev imajo; kako pogosto komentirajo in objavljajo na socialnih omrežjih. Želeli smo izvedeti, ali menijo, da se na socialnih omrežjih vedejo bolj pogumno kot v živo. Vprašanja so bila zato vezana tudi na izvajanje nasilja na spletu (žaljenje, ustrahovanje, izsiljevanje, ustvarjanje lažnega profila, izključevanje). Zanimalo nas je, ali je učencem pomembno, koliko sledilcev imajo in kaj so pripravljeni narediti za to. Ugotovitve smo nato primerjali glede na to, ali je posameznik po osebnostnih lastnostih sodeč bolj ekstravert ali introvert.

1.1 Hipoteze

1. Ekstraverti na socialnih omrežjih objavljajo in komentirajo pogosteje kot introverti.
2. Ekstraverti imajo na socialnih omrežjih več sledilcev kot introverti.
3. Ekstraverti so za večjo priljubljenost pogosteje pripravljeni objaviti, fotografirati ali posneti vsebine na socialnem omrežju.
4. Anketirani večinoma menijo, da se na socialnih omrežjih vedejo drugače kot doma, na treningu ali v šoli.
5. Introverti se na socialnih omrežjih vedejo bolj spoštljivo in prijaznejše kot ekstraverti (ne izključujejo iz skupine, ne žalijo, ustrahujejo ali ustvarjajo lažnih profilov v tolikšni meri kot ekstraverti).

1.2 Metodologija dela

Vse podatke, predstavljene v teoretičnem delu, smo pridobili z branjem različnih knjig, člankov in spletnih virov. Najprej smo si zastavili okvirno temo, nato pa so se nam med prebiranjem literature porodila problemska vprašanja, ki smo jih pozneje raziskali v anketi. Ob pregledu literature smo si najprej oblikovali zapiske, nato pa besedilo, ki smo ga vključili v teoretični del naloge. S pomočjo teorije smo postavili hipoteze in hkrati oba vprašalnika za učence.

Empirične podatke smo zbrali s pomočjo anketnega vprašalnika. Vprašalnik je sestavljen iz dveh delov. Na začetku vsebuje dve splošni vprašanji o razredu in spolu. Prvi del vprašalnika zajema vprašanja glede osebnostnih lastnosti. Drugi del vprašalnika sprašuje anketirance o njihovi uporabi socialnih omrežij: koliko sledilcev imajo; čemu uporabljajo socialna omrežja; kakšne vsebine objavljajo in ali izvajajo katero od naštetih oblik spletnih nasilij (žaljenje, ustvarjanje lažnih profilov, izključevanje iz skupine, krajo gesla itd.).

Anketiranje je potekalo novembra 2023. Anketiranih je bilo 100 učencev. Vključili smo učence 7., 8. in 9. razreda. Anketo je izpolnilo 44 sedmošolcev, 34 osmošolcev in 22 devetošolcev. Anketirali smo 54 učencev in 46 učenk. Menimo, da je k uspešnemu izpolnjevanju vprašalnika prispevala fizična prisotnost pri izpolnjevanju anket. Pridobljene podatke smo predstavili v obliki grafov; izračunali smo odstotke; izrazili frekvence; preverili zastavljene hipoteze in analizirali ter interpretirali vsa vprašanja.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 Osebnost

Osebnost je razmeroma trajna celota vedenjskih, telesnih in duševnih značilnosti, po katerih se posameznik razlikuje od drugih ljudi (Musek in Pečjak 1996, str. 193). Vsak od nas je torej edinstven, saj imamo ljudje omenjene značilnosti različno izražene. Določene značilnosti se sicer lahko spreminjajo skozi odraščanje, vendar to večinoma ne vpliva na spremembo osebnosti (Kompore idr. 2007, str. 129–130).

Osebnostnih lastnosti je veliko – lahko bi rekli celo neomejeno –, osebnost pa ima tudi več dimenzij. Med osebnostne lastnosti spadajo na primer inteligentnost, živahnost, marljivost, spol, starost, telesna teža itd. Pri vsakem posamezniku se te lastnosti združijo v enkraten in edinstven vzorec – tako govorimo o osebnosti (Musek in Pečjak 1996, str. 194).

Obstaja več tipologij osebnosti, ki so se razvijale skozi leta. Vse osebnostne lastnosti niso enako pomembne in tudi zanimanja za raziskovanja osebnostih lastnosti so bila različna.

Ljudje so se za osebnostne tipe začeli zanimati že zelo zgodaj; najbolj znana tipologija temperamenta je Hipokrat-Galenova. Tipologija ima štiri kategorije: koleričnega, sangviničnega, flegmatičnega in melanholičnega tipa osebnosti. Vsakemu tipu so pripisane določene značilnosti. Za kolerika je denimo značilno, da je razdražljiv, aktiven, nemiren; sangvinika opisujejo kot živahnega, družabnega ter zgovornega; flegmatika kot počasnega, hladnokrvnega in stabilnega; melanholika pa kot zadržanega, pesimističnega in mirnega (Kompore idr. 2007, str. 132 in Musek in Pečjak 1996, str. 194–195).

Ekstravertnost spada med najbolj raziskane osebnostne poteze; ena od dimenzij osebnosti sta introvertiranost oz. ekstravertiranost (Kompore idr. 2007, str. 129–130). To tipologijo je predstavil Carl Gustav Jung. Ti dve osebnostni dimenziji nas bosta v raziskovalni nalogi najbolj zanimali. Danes zaradi ugotovitev, da so tipološka razvrščanja preveč pomanjkljiva, govorimo o dimenzionalnem pojmovanju osebnosti. Večina ljudi ne spada med tipične ekstraverte ali introverte, temveč so nekje vmes. Gre torej za lastnost, ki se razteza med dvema skrajnostnima; med skrajno introvertiranostjo in skrajno ekstravertiranostjo (Musek in Pečjak 1996, str. 194).

Hans Jürgen Eysenck je najpomembnejši predstavnik dimenzionalnega pojmovanja osebnosti. Razlaga, da je osebnost celota, sestavljena iz osebnostnih lastnosti. Te so temeljne in se ne spreminjajo; če jih sestavimo, dobimo osebnost. Osebnost je torej skupek različnih osebnostih lastnosti (potez), zastopanih v različnih dimenzijah. Eysenck je tudi ugotovil, da sta ekstravertnost in introvertnost ena od treh temeljnih dimenzij, ki določajo osebnost (prav tam).

Preden bomo opisali obe dimenziji, naj še enkrat poudarimo, da je ljudi, ki so skrajno introvertirani ali skrajno ekstravertirani, malo. Večina se jih nahaja nekje vmes in zgolj težijo k enemu izmed polov (Jung 1923 v Gungl 2019).

2.2 Ekstravertiranost

Kot prvo osebnostno potezo bomo predstavili ekstravertiranost, saj naj bi ekstraverti zavzemali okoli 70 % svetovnega prebivalstva (No depression 2023).

Že Jung je ekstravertno osebo opisal kot družabno, živahno, aktivno in nezanesljivo. Introvertno osebo pa kot nedružabno, togo, nagnjeno k razmišljanju, vztrajno ter zanesljivo. Ekstraverti so po njegovih opisih usmerjeni k zunanemu svetu, introverti pa k notranjemu doživljanju (Musek in Pečjak 1996, str. 195). Avsec idr. (2017, str. 31-32) poudarijo, da je ekstravertiranost osebnostna dimenzija, ki opisuje medosebne razlike na ravni energičnega pristopa do socialnega in fizičnega okolja. Ekstraverti se počutijo polne energije, ko so obkroženi z drugimi, zato jih samota hitro privede do upada energije (Eysenck 1997; Jung 1923 v Gungl 2019). Avsec idr. (2017, str. 31–32) prav tako zapišejo podobne ključne lastnosti ekstravertov – to so družabnost, aktivnost in energičnost –, omenijo pa še asertivnost ter pozitivno čustvovanje. Prav tako omenijo, da ekstraverti uživajo v družbi in so močno motivirani za pogoste socialne interakcije. Mstone (2023) doda, da za razliko od introvertov ne zmorejo dolgo sedeti na enem mestu; ne zanimata jih samoopazovanje in natančno poročanje. Zelo hitro pozabljajo na slabo; hitijo naprej in se ne obremenjujejo s težavami ali z neuspehi (No depression 2023). Ekstravert je zelo aktivna oseba. Večinoma ima veliko prijateljev, doživlja veliko čustev in vtisov. V ekstravertu je tudi veliko impulzivnosti, hitro se lahko vključi v kakšen konflikt – to mu lahko celo daje občutek zadovoljstva. V šoli pogosto motijo pouk, saj se težko osredotočijo (Mstone 2023). Kot odrasli so ekstravertirani lahko zelo

uspešni poslovneži, menedžerji ali prodajalci (Pratt 2021). Mstone (2023) meni, da jim to uspe zaradi aktivnosti in števila opravljenih nalog.

Raziskave kažejo, da se ekstravertnost nekoliko poveča v prehodu iz otroštva v zgodnje mladostništvo. Nato še malo naraste iz mladostništva v prvo polovico zgodnje odraslosti, proti srednji odraslosti pa upade (Musek in Pečjak 1996, str. 194).

2.3 Introvertiranost

Kot introverte označujemo bolj vase usmerjene in umirjene osebe. Introvertnim osebam so knjige ljubše od ljudi; imajo manjši krog prijateljev in se izogibajo novih ter vznemirljivih situacij. Svoja čustva strogo nadzirajo, le redko kdaj so agresivni in se skoraj nikoli pošteno ne razjezijo (Kompore idr. 2008, str. 135). Pri introvertiranih ne gre za to, da ne bi bili naklonjeni druženju, temveč zato, da jih druženje popolnoma preplavi. Ker v vsaki situaciji možgani introvertiranih prejmejo več informacij kot možgani drugih, potrebujejo več časa na samem, da predelajo te informacije. Čeprav so zaradi omejenega družabnega življenja podobni sramežljivim ljudem, se razlikujejo od njih. Sramežljivi so veliko sami, ker jih je strah povezovanja z ljudmi, introvertirani pa so veliko sami, ker si to želijo (Jazbec 2012).

Omenjene osebe so previdnejše pri spoznavanju novih ljudi in običajno dobro premislijo, preden kaj rečejo. Svoja čustva dobro nadzirajo, delujejo odgovorno in zanesljivo ter raje delajo samostojno. Če bi introvertni morali izbirati, bi namesto druženja z neznanci izbrali ogled filma ali branje knjige. Navzočnost v večjih skupinah jim povzroča padec energije (Eysenck 1997; Jung 1923 v Gungl 2019). Introvert je torej oseba, ki se bolj ukvarja s svojimi mislimi in z občutki kot z drugimi ali zunanjimi dogajanja. Razvijejo polne in tople medsebojne odnose; zelo cenijo globino odnosa (Tratnik 2016). Vse to pa še ne pomeni, da so introverti nedružabni; gre zgolj za to, da so bolj usmerjeni v raziskovanje svojega notranjega sveta (Žilevski 2023). Tudi svoje šolske ali službene obveznosti najraje opravljajo v samoti ali v res majhnem krogu ljudi. Potrebujejo mir in čas za razmišljanje, njihov doživljajski svet je zelo bogat. Prav tako niso nagnjeni k tveganim vedenjem in impulzivnim odločitvam. Asociacije, povezane z introvertnimi osebami, so: premišljujoč, intelektualen, skromen, občutljiv, tih in

zaprt vase, resen, samozadosten, umirjen, samotarski, zadržan, rahločuten, zanesljiv, dober poslušalec, nedominanten (Tratnik 2016).

2.4 Delovanje možganov introvertiranih in ekstravertiranih oseb

Razlika med ekstraverti in introverti je vidna tudi v možganih. pri introvertih je povečan pretok krvi v čelnih režnjih in sprednjem talamusu, kar kaže na izvajanje višjih kognitivnih procesov (npr. reševanje problemov, načrtovanje, priklic iz spomina itd.). Prav tako je pri introvertih v ospredju socialno-čustveno področje; v večji meri vrednotijo socialne dražljaje ter sklepajo o duševnem stanju drugih. Pri ekstravertih so aktivnejši deli možganov, kot sta senčni reženj in zadnji talamus, manjša aktivnost sprednjega režnja in hipokampus pa namiguje na manj inhibirano vedenje. Slednje bi lahko pomenilo večjo nagnjenost k impulzivnosti (Johnson idr., 1999; Forsman, de Manzano, Karabanov, Madison in Ullén, 2012 v Gungl 2019).

Eysenck je predpostavljala, da med ekstraverti in introverti obstajajo razlike v optimalnem vzburjenju možganske skorje. Na področju ekstravertiranosti se pojavlja nižja raven vzburjenja, ki si jo ekstraverti z nenehnim iskanjem zunanjih dražljajev prizadevajo dvigniti na normalno raven. Za introverte, ki naj bi že imeli visoko raven vzburjenja, pa so ti zunanji dražljaji velikokrat obremenjujoči; to je razlog, zakaj se umaknejo omenjenim situacijam (Gungl 2019).

2.5 Družbena, družabna ali socialna omrežja

Med raziskovanjem smo naleteli na različno rabo terminov, zato jih bomo najprej razložili. Po *Slovarju slovenskega knjižnega jezika* se pridevnik 'družben' nanaša na samostalnik *družba*, torej bi se družbeno omrežje nanašalo na družbo oziroma bi bilo last družbe. Pridevnik 'družaben' označuje navezovanje družabnih stikov v povezavi z zabavo in medsebojnimi človeškimi odnosi v določenem okolju. Pridevnik 'socialen' se prav tako nanaša na družbo oziroma lahko pridevnika 'socialen' in 'družben' razumemo kot sopomenki (Leemeta 2020). V raziskovalni nalogi bomo večinoma uporabljali termin *socialna omrežja*.

2.6 Socialna omrežja

Prvotna namena socialnih omrežij sta bila druženje oziroma komunikacija, danes pa vemo, da so postala mnogo več in da so posegla v naša življenja na vseh ravneh (Serianz 2022).

Definicija spletnega družbenega omrežja pravi, da so to aplikacije, spletne storitve, platforme ali strani, ki gradijo družbene mreže oz. odražajo družbene odnose med ljudmi s skupnimi interesi oz. aktivnostmi. Kot smo omenili, jih lahko poimenujemo socialna, družabna ali družbena omrežja. Posameznikom omogočajo ustvarjanje (deloma) javne podobe znotraj omrežja; oblikovanje seznama uporabnikov; prikazovanje njihovih seznamov povezav v omrežju itd. Zato je tudi njihov vpliv v poslovnem svetu izjemno velik (Madwise 2019). Podjetja jih uporabljajo za oglaševanje svojih izdelkov in storitev, za doseganje večje prepoznavnosti in prodaje ali za ozaveščanje (Serianz 2019). Med mladimi so trenutno najbolj uporabljana spletna družabna omrežja *TikTok, Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, Viber, Snapchat* itd. Pri vsakem od omenjenih prevladuje določena funkcija, vsem pa je skupna interakcija. V splošnem ima vsaka aplikacija svojo vlogo; npr. poslušanje glasbe, deljenje fotografij, pošiljanje sporočil ali vzpostavljanje socialne mreže (Madwise 2019). S pojavom družbenih omrežij je vzniknilo tudi veliko novih poklicev; med njimi je gotovo najbolj poznan naziv influencerja oz. vplivnika. Omenjeni niso le slavni, igralci, športniki in druge znane osebe. Influencer je lahko vsak, ki ima okoli 10.000 in več sledilcev (Serianz 2022).

2.7 Medvrstniško nasilje

Lešnik Mugnaioni idr. (2023, str. 11) medvrstniško nasilje ali angl. *bullying* opredeljujejo kot namerno, ponavljajočo se uporabo fizičnega, psihičnega, spolnega, materialnega ali spletnega nasilja nad drugim vrstnikom. V procesu medvrstniškega nasilja imamo različne vloge žrtve, povzročiteljev in opazovalcev, med njimi pa je nekakšen odnos soodvisnosti (prav tam, str. 11).

Žrtev medvrstniškega nasilja je oseba, ki je dlje časa izpostavljena trajajočemu agresivnemu vedenju in zlorabi moči vrstnika ali skupine vrstnikov. Povzročitelj medvrstniškega nasilja je oseba, ki dlje časa izvaja nasilje nad vrstnikom in zlorablja svojo fizično, psihično, spolno ali

materialno premoč. Pojavi se neravnovesje moči, saj jo povzročitelj v procesu izvajanja nasilja vse bolj pridobiva. Opazovalci so otroci, ki opazujejo ali spodbujajo nasilje med vrstniki. Opazovalci v nasilje načeloma aktivno ne posegajo in ga ne izvajajo, vendar tudi žrtve ne zaščitijo (prav tam, str. 13).

2.8 Spletno nasilje

Spletno nasilje se med mladostniki najpogosteje izvaja kot spletno ustrahovanje, spletno trpinčenje ali spletno nadlegovanje. Vse skupaj lahko poimenujemo tudi z angleško besedo *cyberbullying*, kar pomeni ustrahovanje z uporabo digitalnih tehnologij. Gre za ponavljajoče se vedenje, katerega namen je prestrašiti, razjeziti ali osramotiti žrtve nasilja. Spletno nasilje se izvaja s pomočjo mobilnih telefonov, računalnikov in tabličnih računalnikov. Lahko se pojavi v SMS in MMS-sporočilih; na različnih aplikacijah, klepetalnikih, družabnih omrežjih, forumih in v igrah. Pogosto gre za pošiljanje, objavljanje in deljenje negativnih ali škodljivih vsebin o nekom, s čimer ga spravimo v zadrego ali ponižamo (Unicef 2023, Safe.si 2023b). Spletno nasilje zajema širjenje laži o nekom ali objavljanje sramotnih fotografij ali videoposnetkov nekoga na družbenih medijih; pošiljanje žaljivih ali grozilnih sporočil, slik ali videoposnetkov po platformah sporočanja; lažno predstavljanje nekoga in pošiljanje zlobnih sporočil drugim v njegovem imenu ali iz lažnih računov (Safe.si 2023b; Lešnik Mugnaioni idr. 2023, str. 16).

Tako kot pri medvrstniškem nasilju se tudi pri spletnem nasilju pojavijo tri izstopajoče vloge. V nasilje smo lahko vključeni kot žrtve ali povzročitelji, lahko pa zgolj kot opazovalci oz. priče naletimo na neprimerne oziroma nasilne vsebine, ko brskamo po socialnih omrežjih ali klepetamo z drugimi (Safe.si 2023b, Lešnik Mugnaioni idr. 2023, str. 11). Spletno nasilje je morda videti nedolžno, saj ni nasilje v živo in morda ni tako opazno, vendar kljub temu pusti na žrtvi ogromno posledic, zato ga ne smemo dopuščati. Marsikatera žrtev na prvi pogled ne kaže nobenih posledic nasilja, v resnici pa zelo trpi, le da tega noče, ne zna ali ne upa pokazati. Posledice spletnega nasilja so stiska, depresija, izolacija, samopoškodovanje ali celo samomor (Safe.si 2023b).

2.9 Oblike spletnega nasilja

Rezultati raziskave o spletnem nasilju (Bohinec, 2018) kažejo, da je med osnovnošolsko populacijo 56 % učenk in 50 % učencev (od 7. do 9. razreda) doživelo vsaj eno obliko spletnega nadlegovanja.

Oblike spletnega nasilja so (Safe.si 2023b):

- Žaljiva sporočila (angl. *flaming*) in komentarji: žaljenje, zmerjanje ali posredovanje sovražnih vsebin, usmerjenih v točno določeno osebo.
- Izključevanje iz skupin: skupina vrstnikov izloči vrstnika iz skupine na socialnem omrežju ali v aplikaciji za sporočanje ali pa mu prepreči vstop. V skupini se o njem pogovarjajo, o čemer ga obvestijo.
- Ustvarjanje sovražnih skupin: posamezniki ustvarijo skupino, v katero vabijo druge z namenom širjenja sovraštva proti posamezniku ali drugi skupini posameznikov.
- Lažni profili: storilec ustvari lažen profil žrtve in v njenem imenu objavlja vsebine, ki to osebo spravljajo v zadrego ali jo ponižujejo. Druga možnost je, da lažni profil uporablja za prevare ali žaljenje drugih in s tem očrni prizadeto osebo.
- Deljenje intimnih posnetkov in izsiljevanje z intimnimi posnetki: storilec gole fotografije ali videoposnetke izmenjuje z drugimi, o izsiljevanju pa govorimo, ko storilec žrtvi grozi, da bo te posnetke objavil, če mu ne pošlje denarja ali še več takšnih posnetkov.
- Fotografiranje in snemanje ter objavljanje posnetkov brez dovoljenja: fotografiranje je poseg v zasebnost posameznika in tega brez dovoljenja po zakonu ne smemo izvajati. Enako velja za objavo posnetkov na socialnih omrežjih ali drugod na spletu. Fotografije nekoga drugega brez njegovega dovoljenja ne smemo objaviti ali deliti po aplikacijah za sporočanje.
- Predelave fotografij na žaljivi način: žaljiva predelava fotografije ali videoposnetka prizadene tistega, ki je na fotografiji, lahko pa tudi avtorja.
- Žaljivi *memi*: ustvarjanje *memov* s fotografijami in podatki vrstnika z namenom žaljenja, posmehovanja, poniževanja.
- Zloraba zaupanja: storilec na spletu javno ali v zaprti skupini razkrije zasebne informacije, ki mu jih je žrtev zaupala v prepričanju, da jih ne bo delil z drugimi.

- Obrekovanje: storilec širi neresnice (laži) o nekom po socialnih omrežjih, aplikacijah za sporočanje itd.
- Vdiranje v profile (račune): vdiranje (*hekanje*) je kaznivo in je poseg v zasebnost posameznika.
- Kraja gesel: storilec pridobi žrtvino geslo brez njene vednosti.
- Spletno zalezovanje (angl. *cyberstalking*): zalezovanje po socialnih omrežjih, ki lahko postane tudi fizično.
- Grožnje: grožnje v sporočilih ali javnih objavah; v skrajnem primeru se pojavljajo tudi grožnje s smrtjo.
- Izsiljevanje: pošiljanje izsiljevalskih sporočil, v katerih storilec nekaj zahteva od žrtve. Zelo pogosto je izsiljevanje za gole oz. intimne posnetke.
- Trolanje: objavljanje žaljivih, sovražnih in provokativnih (izzivalnih) sporočil v spletnih skupnostih in klepetih z namenom provociranja ali privabljanja pozornosti.
- *Doxing*: razkrivanje osebnih podatkov o nekom, ne da bi nam ta oseba to dovolila.
- *Happy slapping*: objavljanje posnetkov nasilja, na katerih nekdo napade žrtev, drugi to snemajo, posnetek pa nato objavijo na spletnih straneh.
- Pošiljanje nasilnih ali grozljivih fotografij in videoposnetkov: nasilni ter strašljivi prizori lahko zelo negativno vplivajo na prejemnika, kar se lahko izrazi tudi v obliki nočnih mor in strahu.
- Prepošiljanje verižnih pisem in sporočil: večina verižnih pisem in sporočil je ustvarjena z namenom, da prestrašijo prejemnika. Čeprav gre za neresnične zapise, takšna vsebina marsikoga prestraši.
- Spletni izzivi: izzivi, pri katerih se zahteva, da nekdo počne nekaj ponižujočega ali celo nevarnega, kar običajno posname in deli na spletu.
- Spletni *grooming*: navezovanje stikov z otroki z namenom spolne zlorabe.

3 EMPIRIČNI DEL

3.1 Vzorec

Naš vzorec zajema 100 učencev, ki obiskujejo 7., 8. in 9. razred. Anketo je izpolnilo 44 sedmošolcev; 34 osmošolcev in 22 devetošolcev. Anketirali smo 54 učencev in 46 učenk.

3.2 Postopek obdelave podatkov

Novembra smo po dogovoru z učitelji 7., 8. in 9. razredov naše šole fizično razdelili ankete. Vse vprašalnike smo pregledali, zapisali in prešteli odgovore ter jih prikazali v obliki grafov. Razdelili smo jih na različne sklope (glede na različne spremenljivke), da smo med podatki lahko našli še druge povezave.

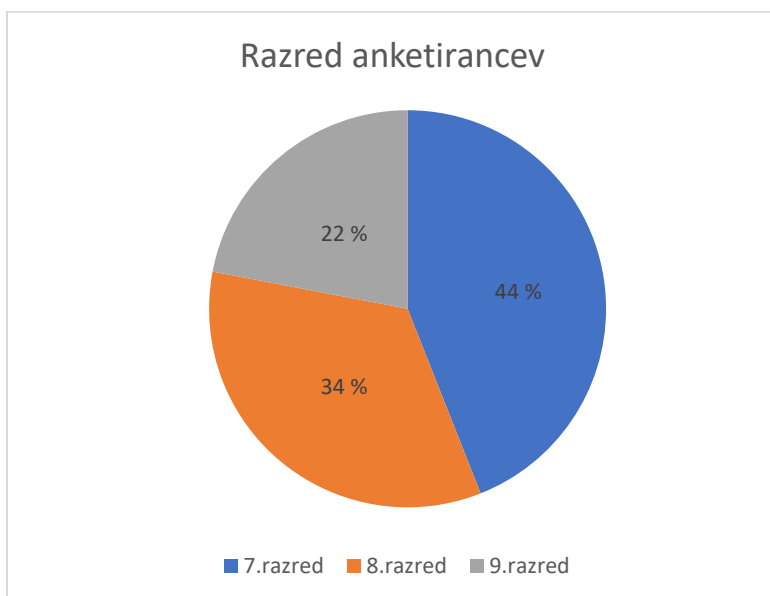
3.3 Analiza, rezultati in interpretacija

V nadaljevanju sledita interpretacija in prikaz rezultatov. Vsak graf smo še besedno interpretirali, prav tako pa podali teoretične povezave in med podatki iskali različne povezave.

Graf 1 in graf 2 sta splošna, saj sta na njima prikazana število anketirancev določenega razreda in zastopanost učenk ter učencev glede na spol.

3.3.1 Anketiranci po razredih

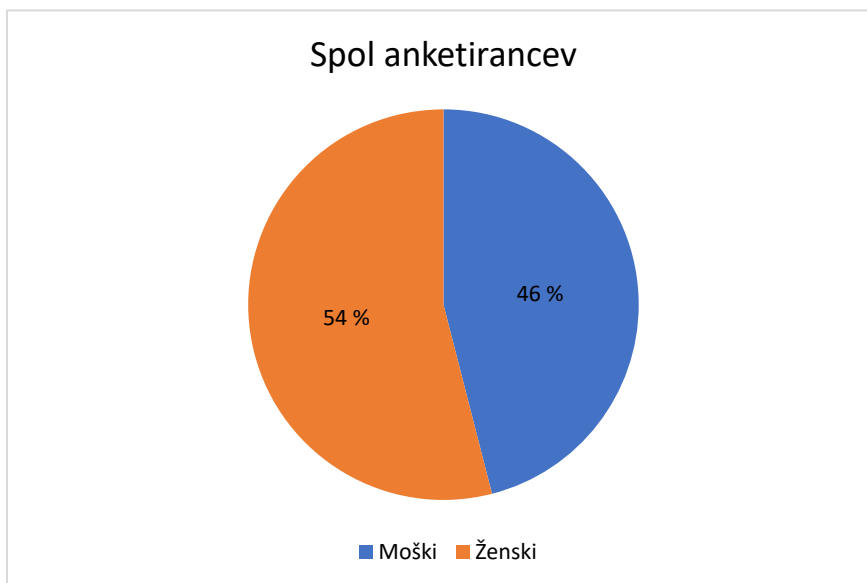
Graf 1: Delež anketirancev po razredih



K reševanju anketnega vprašalnika smo povabili učence od 7. do 9. razreda. Izpolnilo ga je 100 učencev. Na grafu 1 je prikazan delež anketirancev v razredih. V 7. razredu je bilo anketiranih 44 učencev (44 %); v 8. razredu 34 učencev (34 %) in v 9. razredu 22 učencev (22 %).

3.3.2. Anketiranci po spolu

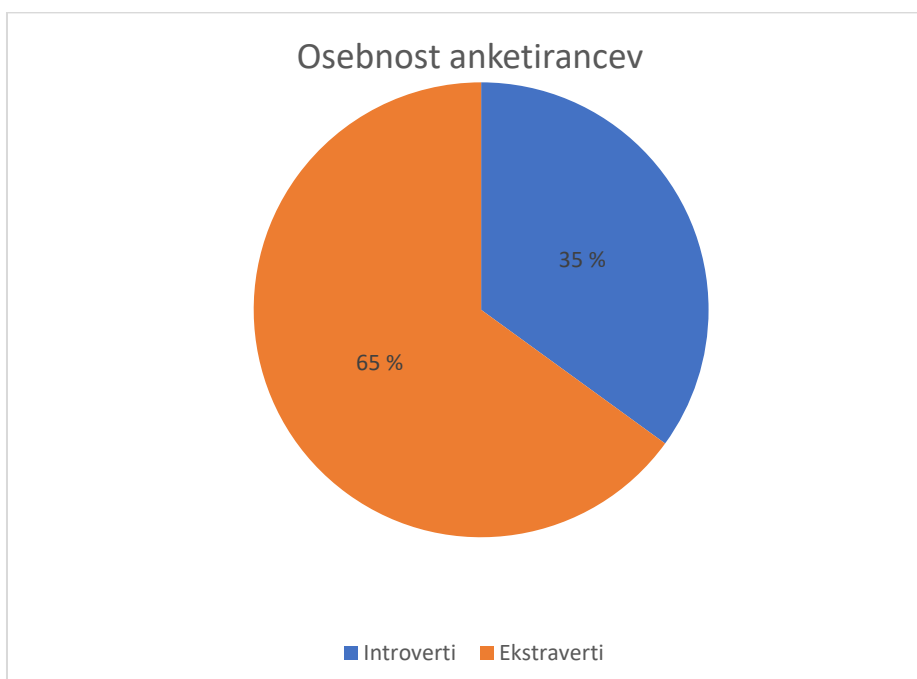
Graf 2: Delež anketirancev po spolu



Z grafa 2 je razviden delež moških in ženskih anketirancev. Anketiranih učenek je bilo 46 %, učencev pa 54 %.

3.3.3 Osebnost anketirancev

Graf 3: Osebnost anketirancev

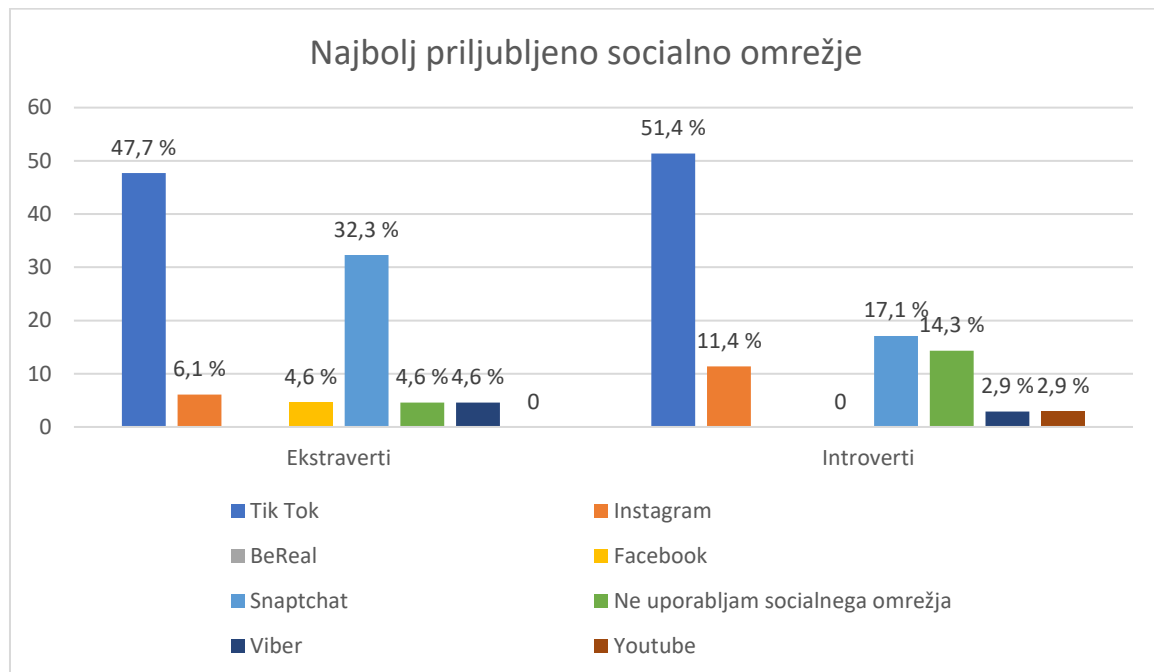


Z grafa 3 je razvidno, koliko oseb je bilo z več ekstravertnimi lastnostmi in koliko jih je bilo z več introvertnimi lastnosti. 35 % je introvertiranih, 65 % pa ekstravertiranih. Omenjeno se sklada s prebrano literaturo, saj smo na osnovi teorije pričakovali približen rezultat 70 % ekstravertiranih in 30 % introvertiranih oseb. Zavedati pa se moramo, da večina ljudi ni skrajno ekstravertirana ali introvertirana, temveč se nahaja nekje vmes.

3.3.4 Najbolj priljubljeno socialno omrežje

Sledil je drugi del vprašalnika, v sklopu katerega so anketiranci najprej izbrali socialno omrežje, ki ga uporabljajo v največji meri.

Graf 4: Priljubljena socialna omrežja



Ekstraverti v največji meri (najpogosteje) uporabljajo *TikTok*. Tako je odgovorilo 47,7 % vprašanih; sledi uporaba *SnapChata*, ki ga je navedlo 32,3 % ekstravertov, nato *Instagram* (6,1 %) in *Viber* (4,6 %). 4,6 % učencev z večino ekstravertiranih lastnosti ne uporablja socialnih omrežij.

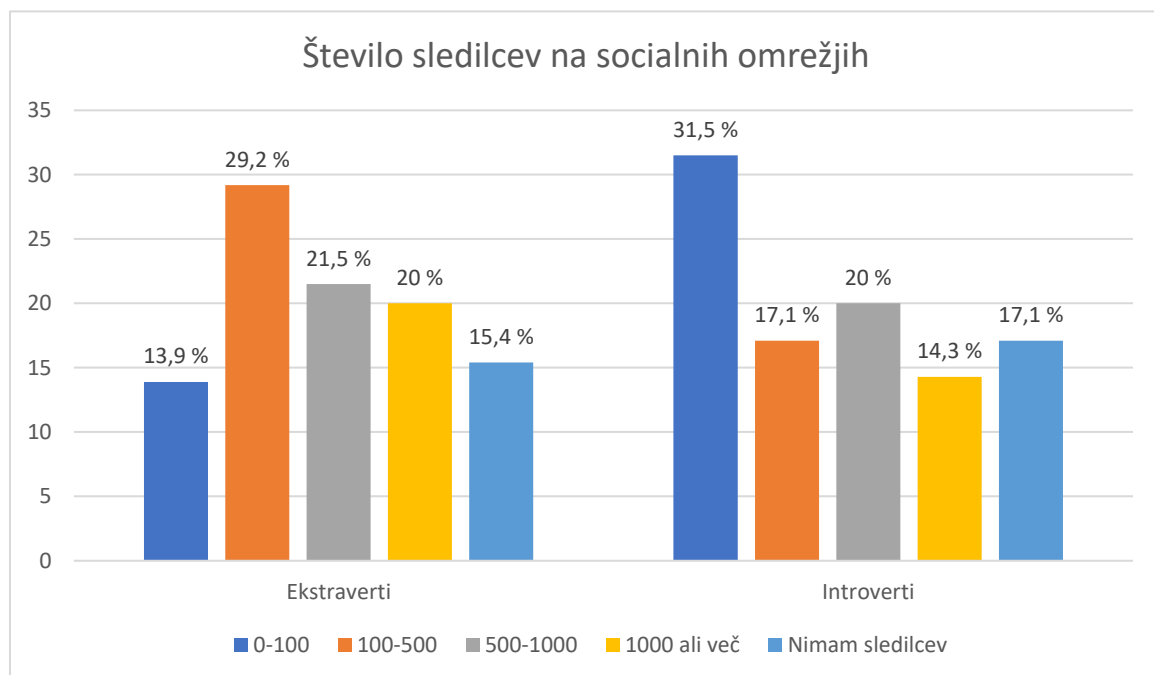
Tudi učenci z več introvertiranimi lastnostmi v največji meri uporabljajo *TikTok* (51,4 %); 17,1 % uporablja *SnapChat*; 14,3 % ne uporablja socialnih omrežij; 11,4 % uporablja *Instagram*; 2,9 % *Viber* in eden (2,9 %) *Youtube*.

Anketirani učenci v splošnem uporabljajo socialna omrežja; trenutno prevladuje socialno omrežje *TikTok*. Najbolj nas je zanimalo, ali se bo pojavila razlika med ekstraverti in introverti glede neuporabe socialnih omrežij. 4,6 % učencev z več ekstravertiranimi lastnostmi ne uporablja socialnih omrežij, pri introvertih pa je ta delež višji – znaša 14,3 %. Razloge bi lahko iskali v tem, da so introverti pri uporabi socialnih omrežij veliko bolj preiščeni, ekstraverti pa, podobno kot v živo, tudi na spletu iščejo stike z drugimi in čim več vtisov.

3.3.5 Število sledilcev na socialnih omrežjih

Zanimalo nas je, koliko sledilcev imajo učenci. Ponudili smo jim naslednje kategorije: 0–100; 100–500; 500–1.000; 1.000 ali več in odgovor *nimam sledilcev*.

Graf 5: Število sledilcev na socialnih omrežjih



Pri ekstravertih se je izkazalo naslednje: 100–500 sledilcev ima 29,2 % anketiranih učencev; 500–1.000 sledilcev ima 21,5 %; 20 % jih ima 1.000 sledilcev ali več; 15,4 % ekstravertiranih učencev nima sledilcev, 9 učencev (13,9 %) pa ima 0–100 sledilcev.

Pri introvertih je situacija naslednja: 31,5 % ima 0–100 sledilcev; 20 % ima 500–1.000 sledilcev; 17,1 % ima 100–500 sledilcev; 17,1 % nima sledilcev, 14,3 % pa ima 1.000 sledilcev ali več.

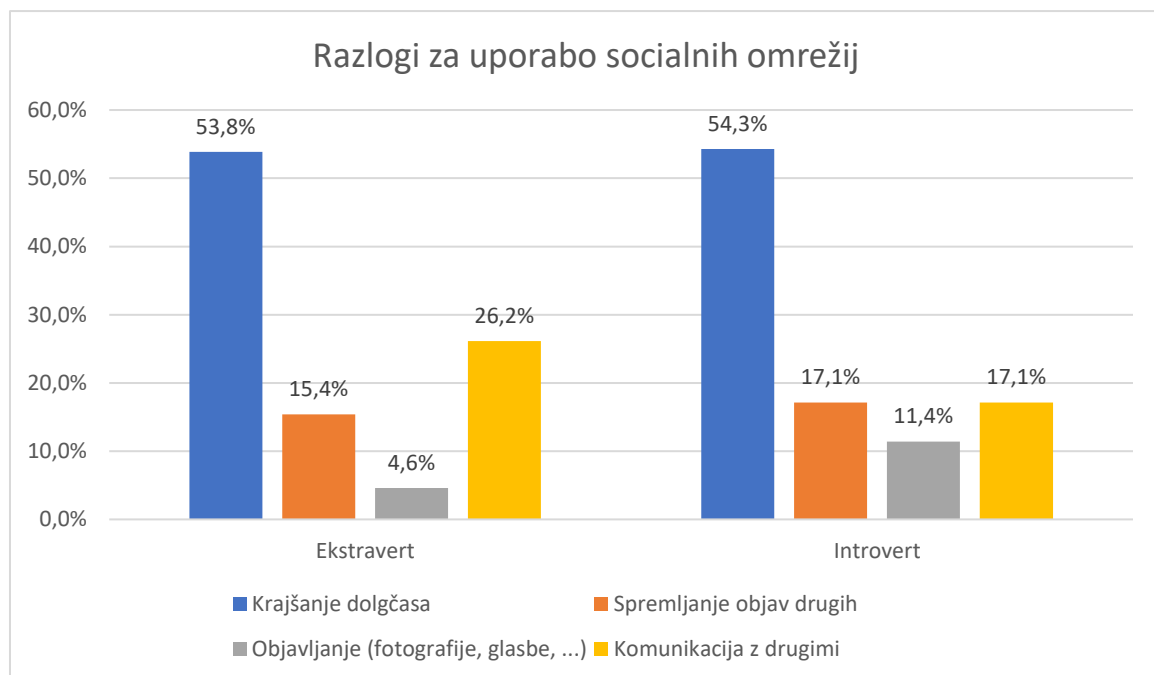
Zanimiv podatek je, da ima 500–1.000 sledilcev podoben delež introvertiranih in ekstravertiranih oseb. Prav tako je pri odgovoru *nimam sledilcev* razlike le za 1,7 %.

Opazno je, da ima več introvertiranih učencev manj sledilcev. Med 0 in 100 sledilcev ima torej 31,5 % introvertiranih in 13,9 % ekstravertiranih. Bolj se zvišuje število sledilcev, večji delež jih imajo ekstravertirani, manj pa introvertirani. Res pa je, da je razlika pri tem, da ni sledilcev minimalna, vendar še vedno prevladujejo introvertirani z manj sledilci. **Drugo hipotezo, Ekstraverti imajo na socialnih omrežjih več sledilcev kot introverti, s tem potrdimo.** Kljub temu pa poudarimo, da osebe, ki imajo več introvertiranih lastnosti, niso popolnoma brez sledilcev oziroma prijateljev na socialnih omrežjih.

3.3.6 Razlogi uporabe socialnih omrežij

Pri naslednjem vprašanju nas je zanimalo, kateri je glavni razlog uporabe socialnih omrežij.

Graf 6: Razlogi uporabe socialnih omrežij



Več kot polovica učencev, tj. 53,8 %, je kot razlog uporabe izbrala krajšanje dolgčasa. 26,2 % ekstravertiranih učencev je kot razlog izbrala komunikacijo z drugimi. Spremljanje objav drugih je izbralo 15,4 %. Objavljanje (fotografij, glasbe) je izbralo 4,6 % ekstravertiranih učencev.

Zelo podoben delež – 54,3% introvertiranih oseb – je kot najpogostejši razlog izbral krajšanje dolgčasa. Spremljanje objav drugih je izbralo 17,1 % introvertiranih učencev. Enak delež

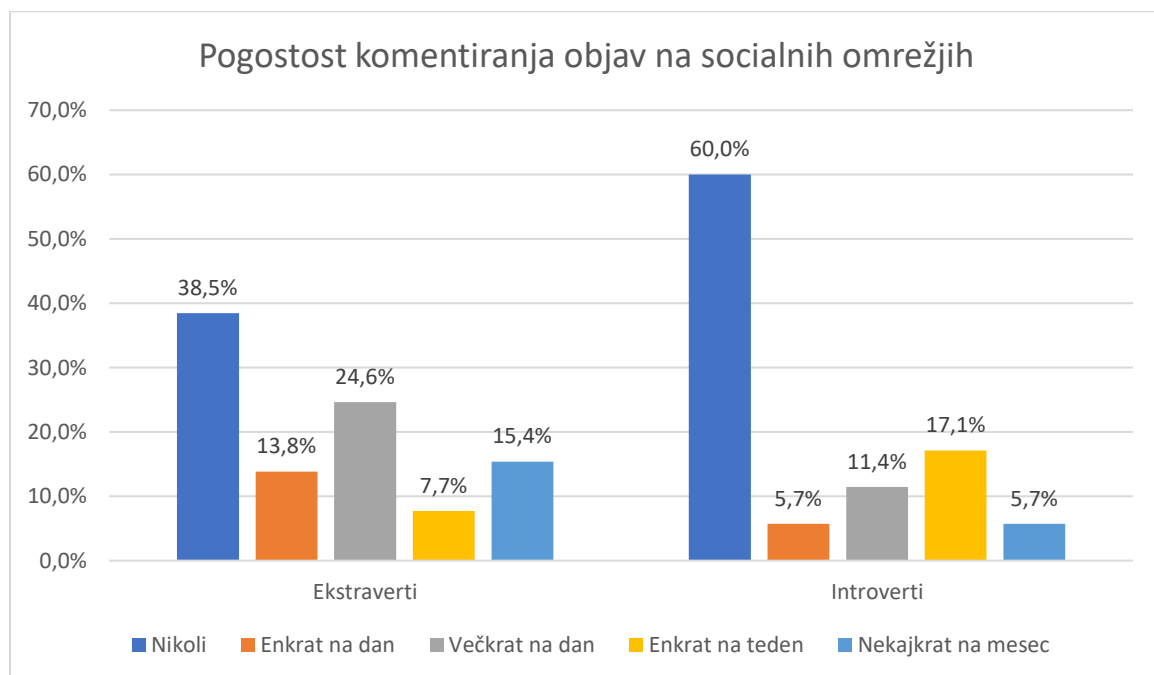
introvertiranih učencev (17,1%) je kot razlog izbral komunikacijo z drugimi. Objavljanje (fotografij, glasbe) je izbrala 11,4 % introvertiranih anketirancev.

Obojim je torej v enaki meri prva izbira krajšanje dolgčasa; pri ekstravertiranih nato prevladuje komunikacija z drugimi. Slednje smo pričakovali še v večji meri, saj so ekstraverti bolj motivirani za druženja in pogovor ter so aktivnejši glede tega. Razlika med introvertiranimi pri tem odgovoru je 9,1 %. Učencem socialna omrežja pomenijo možnost druženja, prav tako z njihovo uporabo pokažejo določeno pripadnost, morda niso izločeni in so informirani o določenih dogodkih, o katerih se lahko nato pogovarjajo v šoli.

3.3.7 Pogostost komentiranja objav

Zanimalo nas je, kako pogosto učenci komentirajo objave na spletu.

Graf 7: Pogostost komentiranja objav

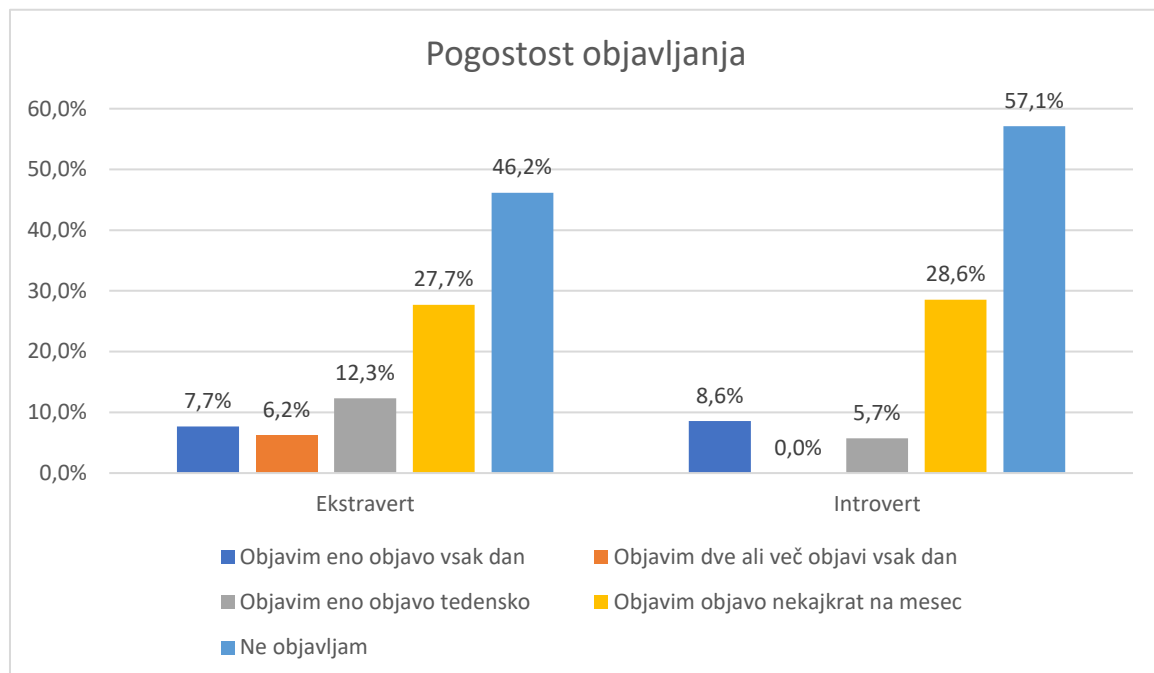


S tega grafa izstopa podatek introvertiranih učencev, saj jih je kar 60 % odgovorilo, da na socialnih omrežjih ne komentirajo izjav, kar se sklada z našimi pričakovanji, saj introvertirani načeloma veljajo za bolj premišljene in umirjene ter ne čutijo nenehne potrebe po deljenju svojega mnenja oziroma pisanju. Tudi vsi ostali % so, kot vidimo, nizki: 17,1 % jih komentira enkrat na teden; večkrat na dan 11,4 %, odgovora *enkrat na dan* in *nekajkrat na mesec* pa je med anketiranimi introvertiranimi učenci izbralo 5,7 %.

Pri ekstravertiranih je sicer tudi prevladujoč odgovor *nikoli* – 38,5 % –, vendar so vsi ostali odgovori enakomerneje razporejeni. 24,6 % pravi, da komentira večkrat na dan; 13,8 % komentira vsaj enkrat na dan. Skupno je to 38,4 % učencev, ki komentirajo objave na dnevni ravni. Pri introvertiranih je skupni delež dnevnega komentiranja 17,1%. Na osnovi tega bi lahko potrdili, da ekstravertirani iščejo več socialne interakcije z drugimi in si želijo odziva ljudi.

3.3.8 Pogostost objavljanja

Graf 8: Pogostost objavljanja na socialnih omrežjih



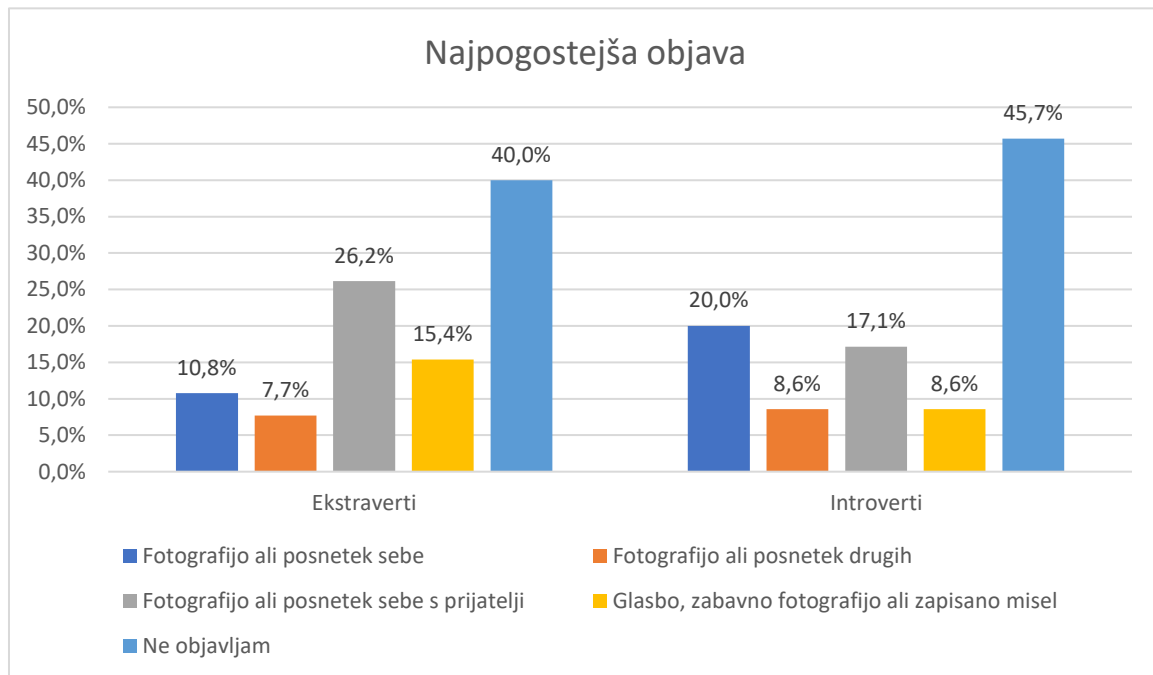
Pri učencih, ki imajo več ekstravertiranih lastnosti, opazimo, da jih skoraj polovica (46,2 %) ne objavlja, nato pa delež pada. 27,7 % objavi nekajkrat na mesec; 12,3 % objavi nekajkrat tedensko; dve ali več objav ustvari 6,2 %, 7,7%, pa vsak dan nekaj objavi. Zanimivo je, da se je tudi pri introvertiranih v 8,6 % pojavila po ena vsakodnevna objava, ne objavljajo pa po več objav na dan; 5,7 % objavlja tedensko; 28,6 % objavlja na mesečni ravni. Več kot polovica (57,1 %) pa jih je odgovorila, da ne objavlja.

S tem potrdimo prvo hipotezo, saj ekstraverti pogosteje komentirajo in objavljajo.

3.3.9 Najpogostejša objava

Učence smo povprašali, kaj najpogosteje objavijo: fotografijo sebe; fotografijo sebe s prijatelji; fotografijo ali posnetek drugih; glasbo ali zapisano misel.

Graf 9: Najpogostejša objava



Najprej moramo poudariti, da se % pri odgovoru *ne objavljam* razlikujejo glede na prejšnje vprašanje. Da ne objavljajo, je pri tem vprašanju odgovorilo 40 % ekstravertiranih in 45,7 % introvertiranih, kar je pri obojih nižji %. Nekaj izmed anketiranih, ki so prej izbrali odgovor *ne objavljam*, je pri tem vprašanju vseeno označilo, kaj objavijo.

Z grafa razberemo, da 10,8 % ekstravertov fotografira ali posname sebe, medtem ko pri introvertiranih opazimo, da jih 20 % objavi fotografijo ali videoposnetek sebe. 7,7% ekstravertiranega objavi posnetek ali fotografijo drugih, medtem ko pri introvertih 8,6 % objavi druge. 26 % ekstravertiranih objavi fotografijo ali posnetek sebe s prijatelji. Pri introvertiranih jih 17,1 % objavi fotografijo ali posnetek sebe s prijatelji. Glasbo, zabavno fotografijo ali zapisano misel objavi 15,4 % ekstravertov in 8,6% introvertov.

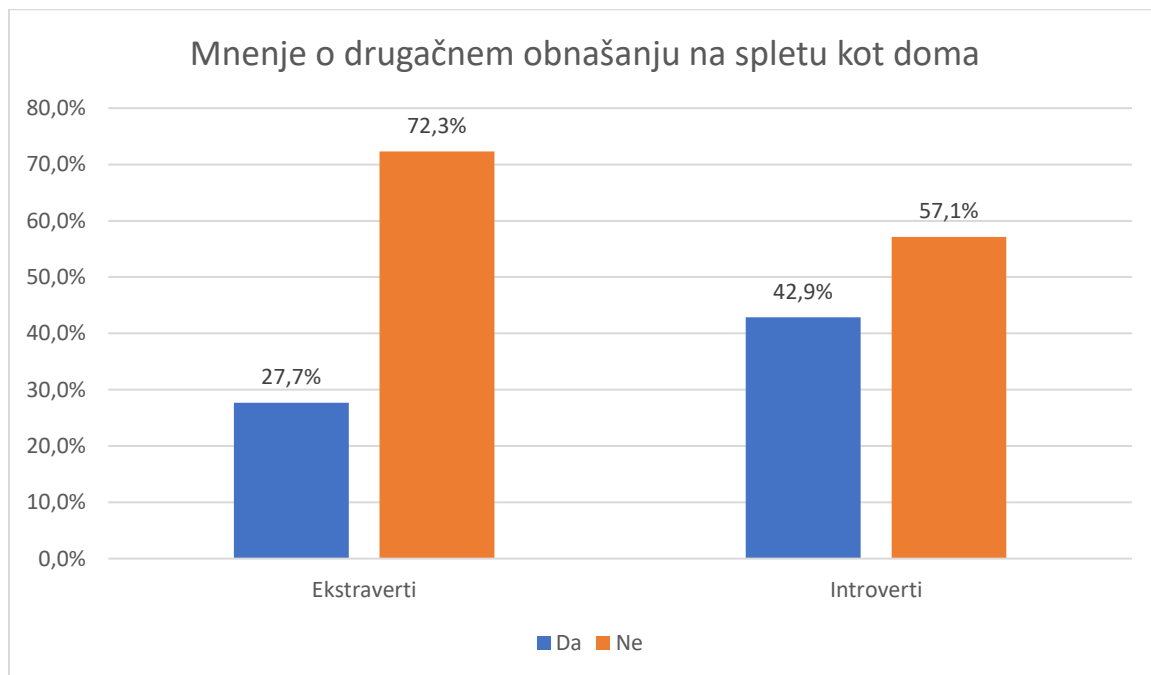
Glede na podatke z grafa lahko opazimo, da največ anketirancev, tako introvertiranih kot ekstravertiranih, ne objavlja na socialnih omrežjih. Več introvertiranih oseb na socialno omrežje objavi fotografijo sebe, kar smo pričakovali. Ekstravertirane osebe kot drugo

najpogostejšo objavo navajajo posnetek sebe s prijatelji, kar je skladno z definicijo osebnosti ekstravertiranih oseb.

3.3.10 Mnenje glede vedenja na spletu in doma

Želeli smo izvedeti, ali učenci menijo, da se na spletu vedejo drugače kot v živo.

Graf 10: Mnenje glede vedenja na spletu in doma



Z zgornjega grafa opazimo, da le 27,7 % ekstravertiranih anketirancev meni, da se na spletu obnašajo drugače kot doma. 72,3 % ekstravertov pravi, da se na spletu ne vedejo drugače kot doma. Opazimo torej, da so ekstravertirani veliko bolj prepričani, da ni razlik med vedenjem na spletu in v živo.

42,9 % introvertiranih anketirancev meni, da se na spletu obnašajo drugače kot doma, medtem ko jih 57,1 % meni, da se na spletu ne obnašajo drugače kot doma. Tukaj opazimo, da sta si rezultata veliko bolj blizu.

Tako introvertirani kot ekstravertirani anketiranci večinoma menijo, da se na spletu ne obnašajo drugače kot doma, vendar je takšnih ekstravertiranih oseb nekoliko več. Pri introvertiranih je razmerje med tistimi, ki menijo, da se na spletu obnašajo drugače kot doma, in tistimi, ki menijo, da se na spletu ne obnašajo drugače kot doma, manjše. Ta podatek bi lahko morda povezali s tem, da so introvertirane osebe veliko bolj premišljene pri podajanju odgovorov in stvari presojujejo globlje kot ekstravertirani, ki odgovorijo impulzivneje, občasno

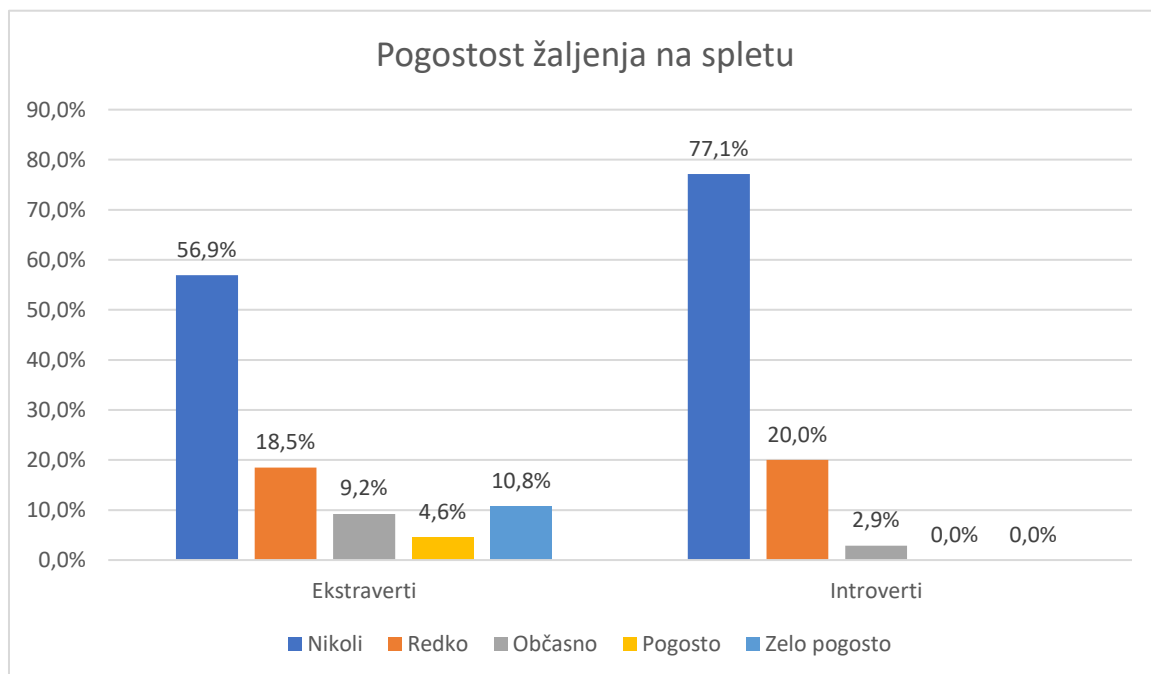
brez premisleka. Lahko pa, da IKT res izboljšuje položaj introvertov, saj z njim kompenzirajo primanjkljaj družabnosti iz realnega življenja (Roberts idr. 2008) in se na spletu tako po njihovem mnenju vedejo drugače.

Četrto hipotezo, s katero smo predvidevali, da bo večina anketirancev menila, da se na socialnih omrežjih vede drugače kot doma, v šoli ali na treningu, **zavrnamo**.

3.3.11 Pogostost žaljenja na spletu

Prehajamo na del rezultatov, v sklopu katerega smo učence spraševali glede pogostosti izvajanja oblik spletnega nasilja. Najprej nas je zanimalo, kako pogosto žalijo na spletu.

Graf 11: Pogostost žaljenja na spletu



Z grafa je razvidno, da 56,9 % ekstravertiranih anketirancev nikoli ne žali na spletu; 18,5% jih redko žali na spletu; 9,2 % občasno žali na spletu; 4,6 % pogosto žali na spletu in 10,8 % zelo pogosto žali na spletu. Ti rezultati se nam ne zdijo spodbudni, saj je opazno, da mladostniki ne izkazujejo ravno spletnega bontona. Na osnovi dobljenih odgovorov predvidevamo, da jih skoraj polovica ne upošteva pravil komuniciranja (npr. strpnosti in prijaznosti).

Z grafa je razvidno, da 77,1 % introvertiranih anketirancev nikoli ne žali na spletu; 20 % redko žali na spletu, 2,9 % pa občasno žali na spletu. Introvertiranih anketirancev, ki bi na spletu žalili

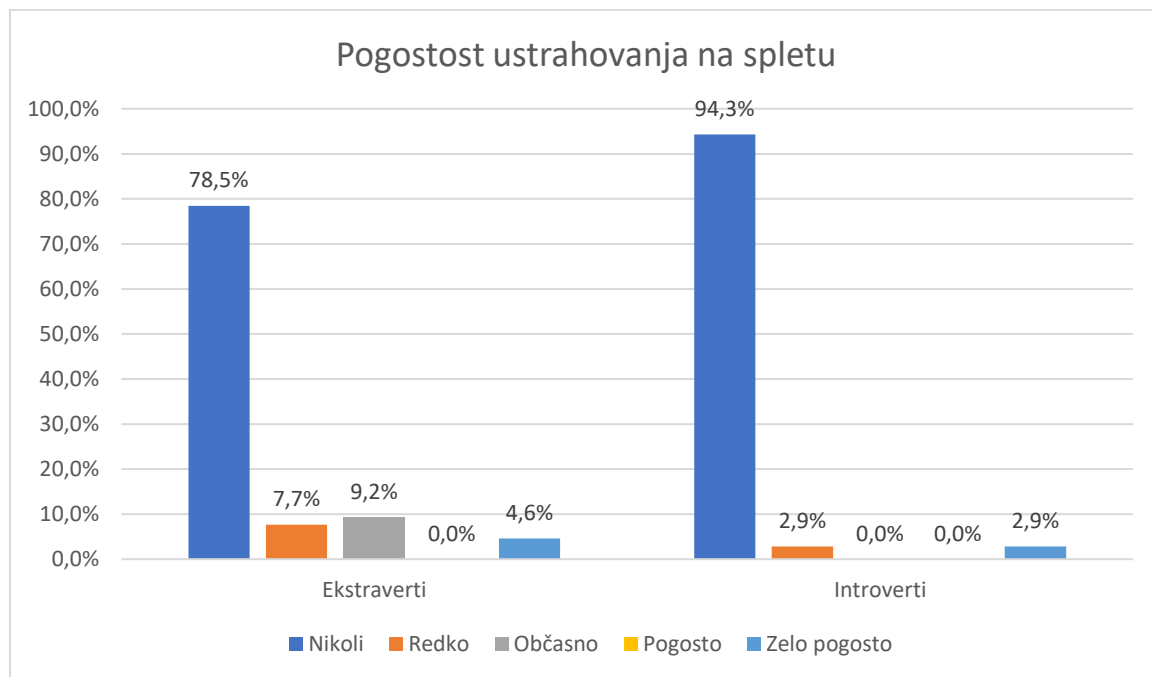
pogosto ali zelo pogosto, ni. Pri introvertiranih je sicer nekoliko boljši rezultat, vendar se še zmeraj pojavi delež oseb (čeprav redko), ki žalijo na spletu.

Večina anketirancev, tako introvertiranih kot ekstravertiranih, nikoli ne žali na spletu. Pri ekstravertiranih anketirancih so se pojavili odgovori *pogosto* in *zelo pogosto žaljenje na spletu*, medtem ko introvertirani anketiranci niso izbrali teh dveh odgovorov. Kljub temu pa je treba mladostnike še naprej ozaveščati o spletnem vedenju in komuniciranju. Zavedati se morajo, da kljub temu da osebe ni poleg njih, ne morejo žaliti in natipkati vsega, kar mislijo.

3.3.12 Pogostost ustrahovanja na spletu

Učence smo podobno povprašali glede pogostosti ustrahovanja.

Graf 12: Pogostost ustrahovanja na spletu



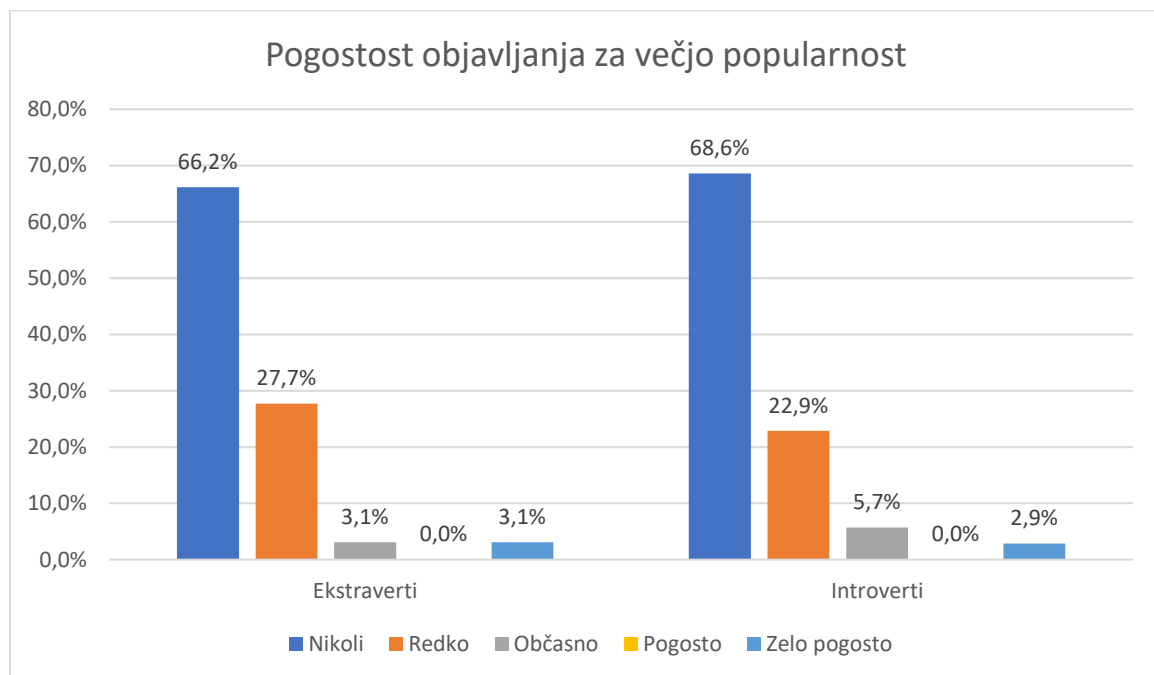
Z grafa opazimo, da je 78,5 % ekstravertiranih anketirancev označilo, da nikoli ne ustrahujejo na spletu; 7,7 % jih je odgovorilo, da redko ustrahujejo na spletu; 9,2 % občasno ustrahuje na spletu in 4,6 % zelo pogosto ustrahuje na spletu. Noben ni označil, da bi na spletu pogosto ustrahoval.

Z grafa opazimo, da je 94,3 % introvertiranih anketirancev označilo, da nikoli ne ustrahujejo na spletu; 2,9 % jih redko ustrahuje na spletu, 2,9 % pa zelo pogosto ustrahuje na spletu.

Tako ekstravertirani kot introvertirani anketiranci so večinoma označili, da nikoli ne ustrahujejo na spletu, vendar je to označilo več introvertiranih anketirancev. Tak odziv smo tudi pričakovali. Prav tako je več ekstravertiranih kot introvertiranih oseb označilo odgovore, ki opisujejo večjo pogostost ustrahovanja na spletu. **Spet pa moramo biti pozorni na to, da se ta oblika nasilja pojavlja; da jo mladostniki tudi priznavajo.** 21,5 % ekstravertiranih in 5,8 % introvertiranih oseb (skupno 27,3 %) je že izvedlo ustrahovanje na spletu. Ta podatek ni zanemarljiv, saj so za žrtev posledice lahko hude. Kot smo omenili, žrtve lahko čutijo tesnobo, doživljajo motnje spanja, pa tudi samomorilne misli; lahko se začnejo obnašati drugače, postanejo bolj razdražljive, vznemirjene, jezne ali odsotne. Prav tako je treba razmišljati o razlogih, zakaj storilci to naredijo, oziroma kaj je vzrok, da določeni mladostniki ustrahujejo – tudi učenci, ki so nasilni do drugih, potrebujejo obravnavo.

3.3.13 Pogostost objavljanja zaradi večje popularnosti

Graf 13: Objavljanje za popularnost



Učence smo povprašali, ali so kdaj kaj storili (fotografirali, posneli, ali napisali) samo zato, da bi postali priljubljenejši na spletu in pridobili več sledilcev oziroma všečkov. Zanimalo nas je, ali objavljajo zaradi večje popularnosti.

Z grafa je razvidno, da je 66,2 % ekstravertiranih anketirancev odgovorilo, da nikoli ne objavljajo na spletu zaradi večje popularnosti; 27,7 % redko objavlja zaradi večje popularnosti;

3,1 % občasno objavlja zaradi večje popularnosti, 3,1 % pa zelo pogosto objavlja zaradi večje popularnosti. Niti en ekstravertirani anketiranec ni označil, da pogosto objavlja zaradi večje popularnosti.

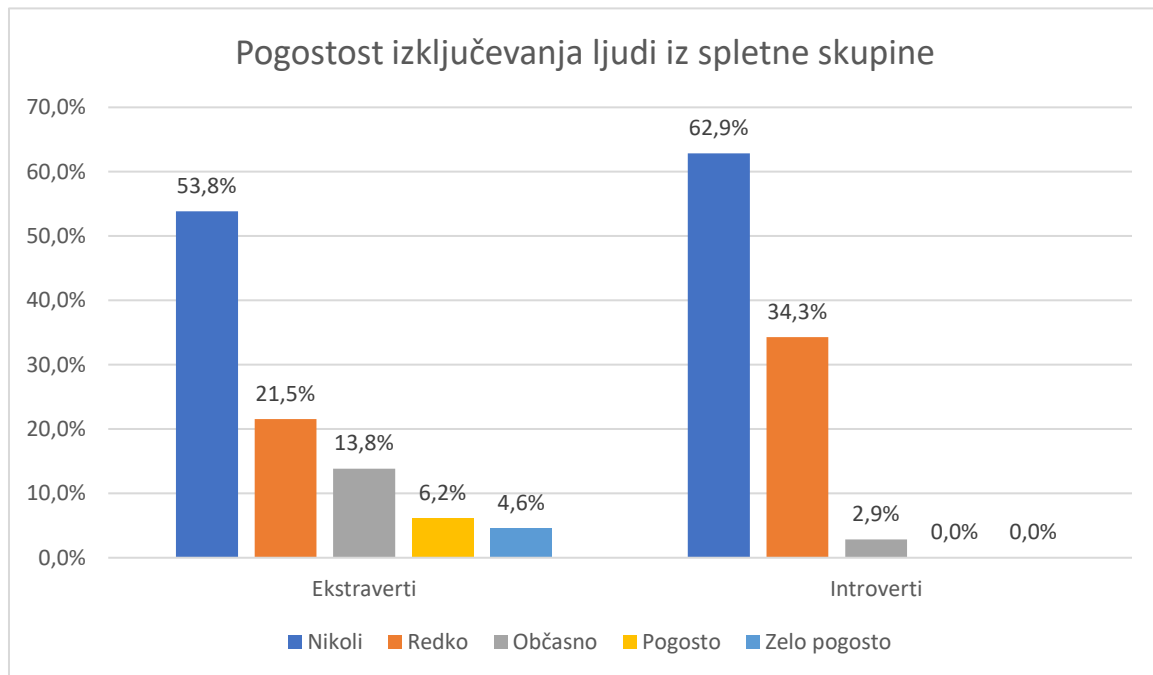
Z grafa je razvidno, da 68,6 % introvertiranih anketirancev nikoli ne objavlja na spletu zaradi večje popularnosti; 22,9 % redko objavlja zaradi večje popularnosti; 5,7 % jih občasno objavlja za večjo popularnost, 2,9 % pa zelo pogosto objavlja zaradi večje popularnosti. Niti en introvertirani anketiranec ni označil, da pogosto objavlja zaradi večje popularnosti.

Z grafa je razvidno, da večina ekstravertiranih in introvertiranih anketirancev ne objavlja na spletu zaradi večje popularnosti. Delež je približno enak. Prav tako ni velike razlike med odstotki ekstravertiranih in introvertiranih anketirancev, ki redko, občasno ali zelo pogosto objavljajo zaradi večje popularnosti. Noben od vseh anketirancev ne objavlja pogosto zaradi večje popularnosti. **Tretjo hipotezo smo zato zavrnil.** Zavedamo pa se, da ljudje veliko stvari počnemo nezavedno, zato morda predvsem učenci težko presojujejo, ali so nekaj naredili zaradi priljubljenosti oz. pripadnosti ali ne.

Na tem mestu bi morda poudarili, da ni zmeraj nujno, da so vse objave, fotografije, zapisi, plesni izzivi ali kakšni drugačni spletni izzivi slabi. Veliko izzivov je lahko pozitivnih in nam omogočajo razvoj spretnosti, nas spodbujajo k učenju ali druženju. Velikokrat gre za zahtevne naloge, ki zahtevajo veliko vaje in spretnosti za uspešno izvedbo. Takšni izzivi so pozitivni in običajno tudi zabavni, spodbujajo ustvarjalnost in preganjajo dolgčas. Vendar pa po drugi strani lahko gre tudi za nevarne izzive, pri katerih je lahko ogrožena varnost posameznika ali celo njegovo življenje. Taki izzivi lahko povzročajo strah, gnus, so ponižujoči, nasilni ali žaljivi. Stremimo torej k temu, da mladostniki ne bi izvajali negativnih izzivov, če jih pa slučajno zaznajo, jih naj prijavijo, saj socialna omrežja tega ne dovolijo (Safe.si 2023a).

3.3.14 Izključevanje iz spletnih skupin

Graf 14: Izključevanje iz spletnih skupin



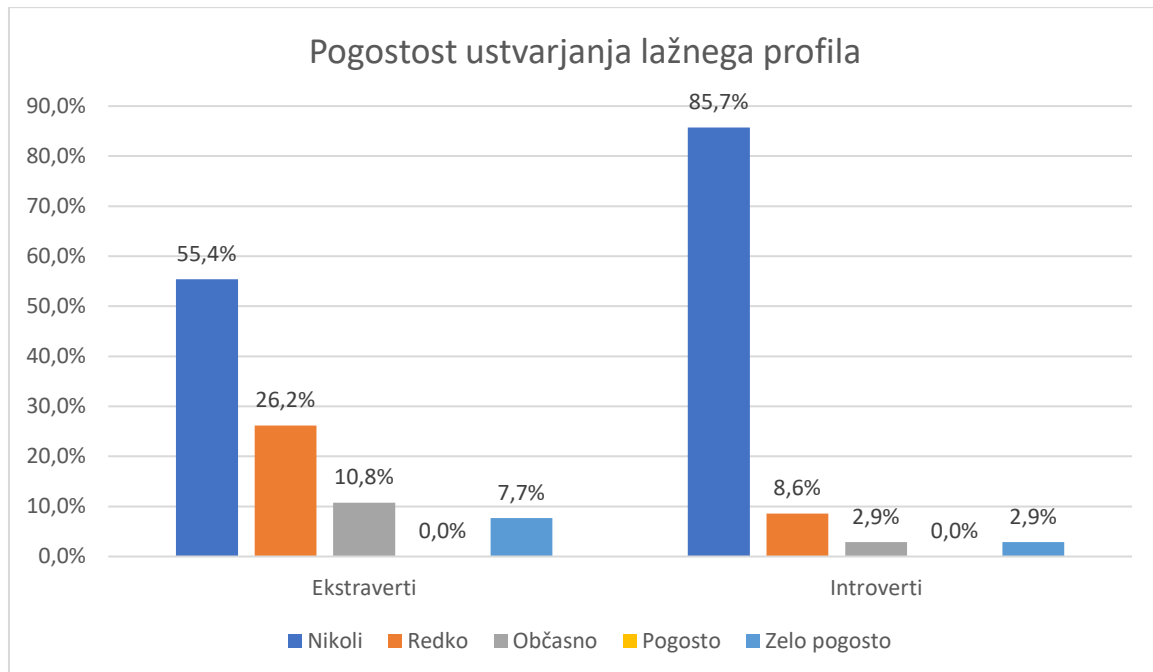
Opažamo, da delež ekstravertiranih pada od odgovorov *nikoli*, *redko*, *občasno*, *pogosto* in *zelo pogosto*. Okoli polovica anketiranih (53,8 %) je odgovorilo, da nikoli ne izključujejo; 21,5 % jih redko izključuje; 13,8 % jih izključuje občasno; 6,2 % pogosto in 4,6 % zelo pogosto. Rezultat ni preveč spodbuden, saj to počne skoraj polovica anketiranih (46,1 %) ekstravertiranih oseb. Sprašujemo se, zakaj. Morda ne vidijo, kako se druga oseba počuti ob tem, saj niso fizično ob njej in se ne morejo vživeti vanjo. Ali pa res lahko govorimo o pomanjkanju komunikacijskih in socialnih veščin pri otrocih ter mladostnikih. Sprašujemo se lahko, ali je morda razlog izključevanja nesprejemanje drugačnosti.

Odgovor *nikoli* je obkrožilo 62,9 % anketiranih; *redko* 34,3 %, *občasno* pa 2,9 % anketiranih. Skupaj je 37,2 % introvertiranih anketirancev že izključilo iz skupine, le da to počnejo redkeje kot ekstravertirani.

Predstavljeni podatki se nam zdijo zaskrbljujoči. Za žrtev so posledice izključitve lahko osamljenost, slabo počutje, nizka samozavest. Prav tako pa se izključitev na spletu najbrž prenese tudi na izključitev v šoli, v živo. Tako se vzpostavlja spodbujanje skupinskega sovraštva do posameznika, kar je hujša oblika nasilja.

3.3.15 Lažni profil

Graf 15: Ustvarjanje lažnega profila



Sledilo je vprašanje, kako pogosto anketiranci ustvarjajo lažni profil na socialnem omrežju.

Z grafa je razvidno, da si 55,4 % ekstravertiranih anketirancev nikoli ne ustvari lažnega profila na spletu; 26,2 % si redko ustvari lažen profil; 10,8 % si občasno ustvari lažen profil, 7,7% pa si zelo pogosto ustvari lažen profil. Noben anketiranec ni označil, da bi si lažen profil pogosto ustvaril. Rezultati so nas presenetili, saj v skupnem seštevku to pomeni, da je kar 44,7 % ekstravertiranih oseb vsaj enkrat ali večkrat že ustvarilo lažni profil; torej skoraj polovica ekstravertiranih oseb, če zanemarimo dejstvo, da je morda kdo odgovoril socialno zaželeno in bi bil ta odstotek sicer še višji.

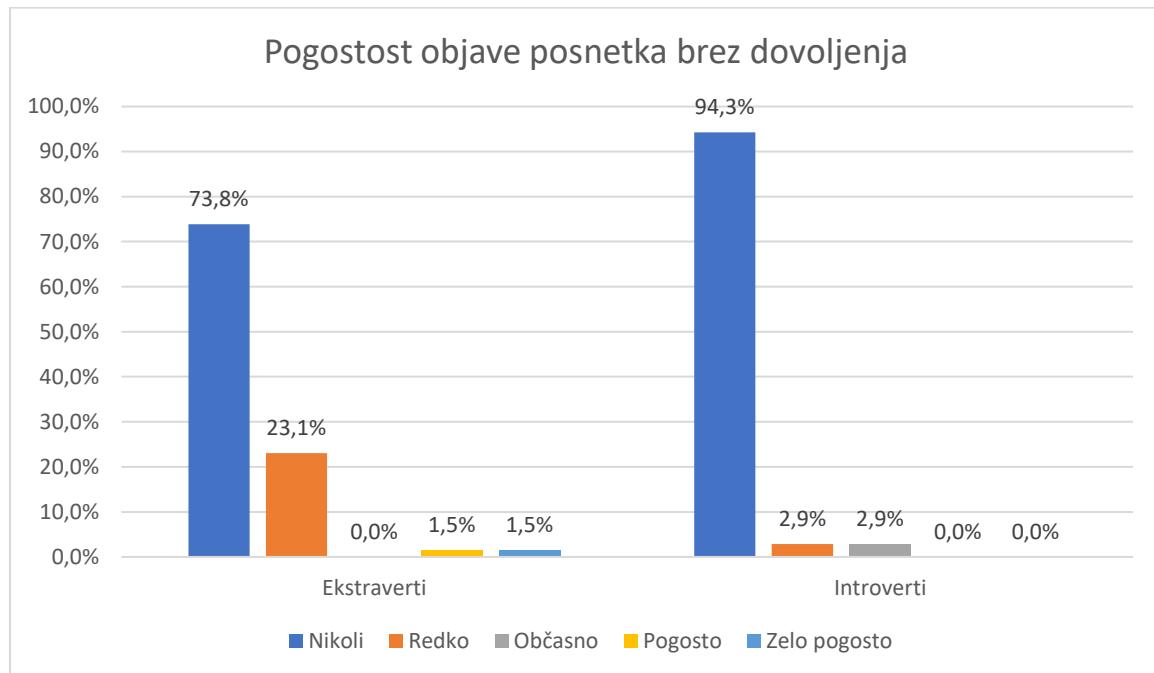
Z grafa je razvidno, da 85,7 % introvertiranih anketirancev nikoli ne ustvari lažnega profila; 8,6 % redko ustvari lažen profil; 2,9 % občasno ustvari lažen profil, 2,9 % pa zelo pogosto ustvari lažen profil. Noben anketiranec ni označil, da bi si pogosto ustvaril lažen profil. Delež introvertiranih oseb, ki so vsaj enkrat ali večkrat ustvarile lažen profil, je 14,4%.

Večina ekstravertiranih in introvertiranih anketirancev je označila, da si nikoli ne ustvari lažnega profila na spletu, vendar so introvertirani anketiranci to označili v večjem odstotku. Razlika med njimi je 30,3%. Več ekstravertiranih kot introvertiranih anketirancev je označilo, da si lažen profil ustvarijo redko, občasno ali zelo pogosto.

Dobljeni podatki se nam zdijo zaskrbljujoči, saj ima veliko socialnih omrežij tudi starostno omejitev (npr. 13 let ali več), mi pa smo anketirali učence (stare od 12 let naprej). Že tukaj se torej najprej pokaže uporaba socialnih omrežij, za katera morda niso niti dovolj stari, nato pa še ustvarjanje lažnih profilov. Osebe, ki ustvarijo lažen profil, ga lahko uporabijo za razne prevare, norčevanja iz drugih oseb ali objavljanje v imenu koga drugega.

3.3.16 Objava posnetkov brez dovoljenja

Graf 16: Objava posnetkov brez dovoljenja



Pri tem vprašanju so se anketiranci opredelili, kako pogosto objavljajo posnetek oziroma fotografijo brez dovoljenja drugega. Naša fotografija je naš osebni podatek in ravno zaradi tega imamo pravico do zasebnosti ter varovanja teh podatkov. Če želimo sami objaviti fotografijo druge osebe, moramo za to pridobiti njeno soglasje oziroma dovoljenje, saj z objavo posežemo v njeno zasebnost. V primeru, da tega ne storimo, smo storili kaznivo dejanje in lahko nas čakajo posledice (LOGOUT 2024).

Z grafa opazimo, da 73,8 % ekstravertiranih anketirancev nikoli ni objavilo posnetka na spletu brez dovoljenja; 23,1 % redko objavi posnetek brez dovoljenja; 1,5 % pogosto objavi posnetek brez dovoljenja, 1,5 % pa zelo pogosto objavi posnetek brez dovoljenja. Niti en ekstravertirani anketiranec ni označil, da občasno objavi posnetek brez dovoljenja. V grafu opazimo, da 94,3 % introvertiranih anketirancev nikoli ni objavilo posnetka na spletu brez dovoljenja; 2,9 %

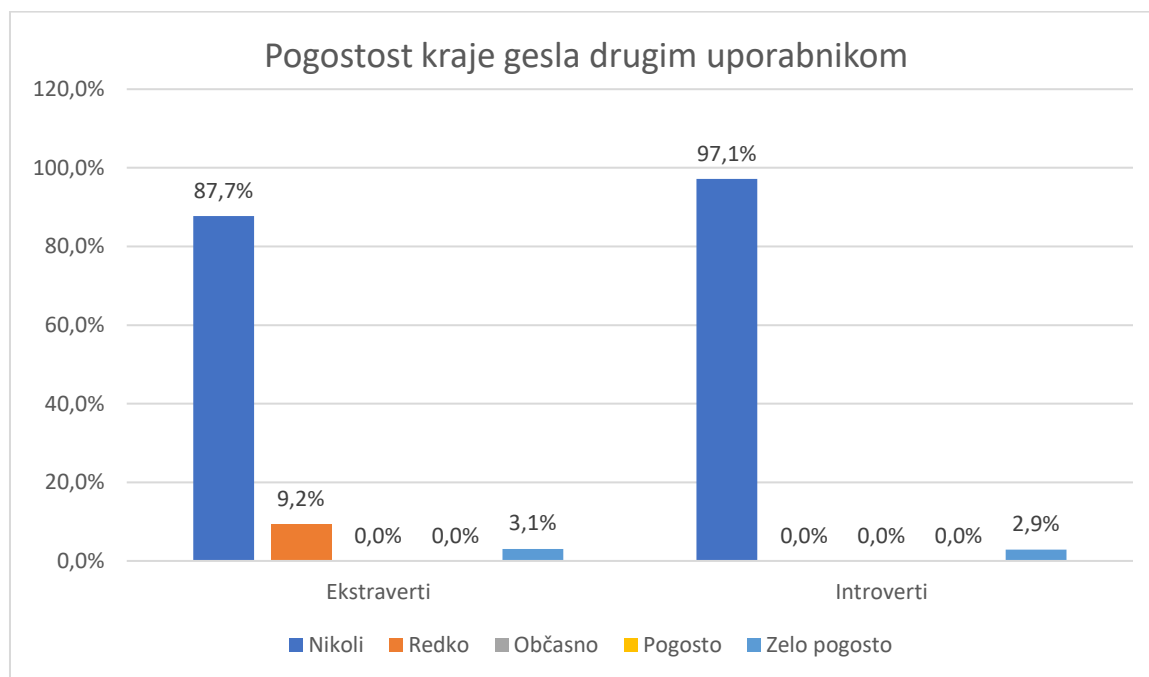
redko objavi posnetek brez dovoljenja, 2,9 % pa občasno objavi posnetek brez dovoljenja. Niti en introvertirani anketiranec pogosto ali zelo pogosto objavi posnetke brez dovoljenja.

Večina ekstravertiranih in introvertiranih anketirancev nikoli ne objavi posnetka na spletu brez dovoljenja. Med temi je nekoliko več introvertiranih anketirancev, pri katerih prav tako nismo zaznali odgovora *pogosto* ali *zelo pogosto*. Pri ekstravertiranih anketirancih pa se v manjši meri pojavita odgovora *pogosto* in *zelo pogosto objavljam na spletu brez dovoljenja*. Če seštejemo, je torej 26,1 % ekstravertiranih oseb že objavilo posnetek brez dovoljenja druge osebe. Pri introvertiranih je ta delež 5,8%.

Opazimo torej, da se tudi ta oblika spletnega nasilja pojavlja do določene mere. Predlagamo, da se učence ozavešči, da morajo pogumno in odločno povedati, zakaj ne želijo, da kdo drug objavi njihovo fotografijo; da to prinaša neprijetne občutke in da želijo soglašati z objavo (LOGOUT 2024).

3.3.17 Kraja gesel

Graf 17: Kraja gesel



Naslednja oblika nasilja, po kateri smo povprašali anketirance, je kraja gesel.

Z grafa opazimo, da 87,7 % ekstravertiranih anketirancev nikoli ni ukradlo gesla drugim uporabnikom; 9,2 % je redko ukradlo geslo drugim uporabnikom, 3,1% pa zelo pogosto. Nihče izmed anketirancev ni občasno ali pogosto ukradel gesla drugim uporabnikom.

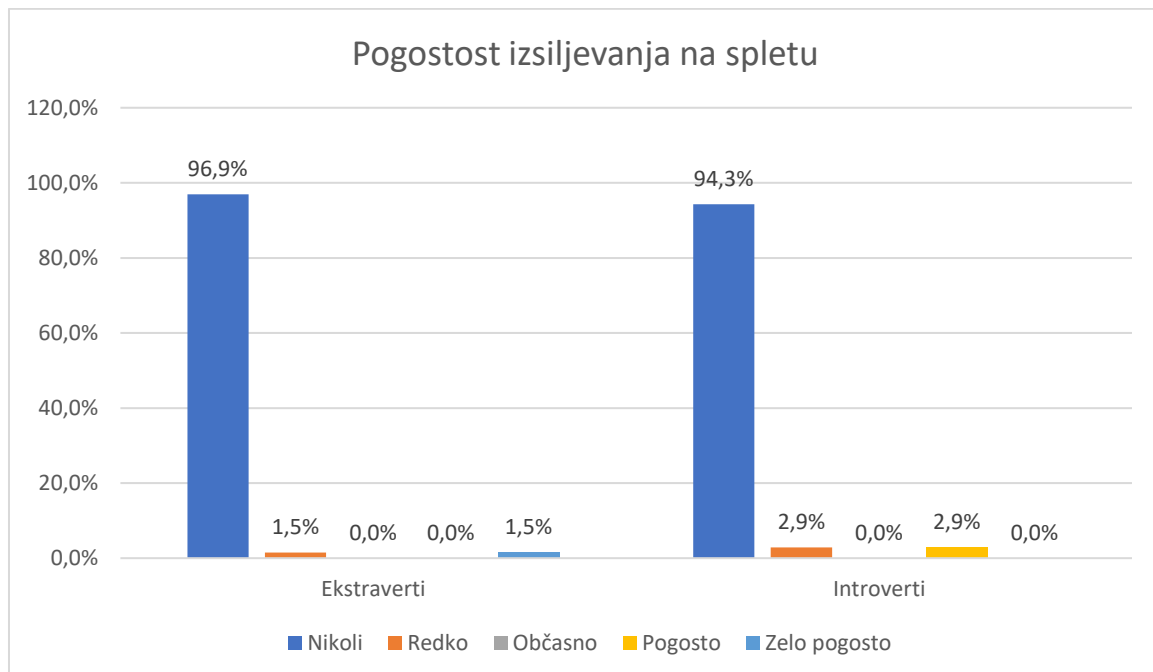
Z grafa razberemo, da 97,1 % introvertiranih anketirancev ni nikoli ukradlo gesla drugim uporabnikom, 2,9 % pa je zelo pogosto ukradlo geslo drugim uporabnikom. Noben anketiranec ni označil, da bi redko, občasno ali pogosto ukradel geslo drugim uporabnikom.

Večina vseh anketirancev ni nikoli ukradla gesla drugim uporabnikom. Več introvertiranih anketirancev je označilo, da ni nikoli ukradlo gesla drugim uporabnikom, medtem ko imamo pri ekstravertiranih majhen odstotek tistih, ki so redko ukradli geslo drugim uporabnikom. Zelo majhen odstotek vseh anketirancev je označil, da je zelo pogosto ukradel geslo drugim uporabnikom; lahko bi rekli, da gre za izjeme.

Skupno pa pri izvedbi tega spletnega nasilja pripada večji odstotek ekstravertiranim. 12,3 % je to dejanje že izvedlo. Prav zaradi tega je pomembno ozaveščanje učencev o varnih geslih. Kot navajajo na spletni strani *Safe.si* – v članku *Varna gesla* (2023c) –, mora biti geslo dobro, pravilno, dovolj dolgo, skrivno, pa tudi redno ga moramo menjati. Navajajo, da naj ima vsaj 10 znakov; naj bo sestavljeno iz malih in velikih črk; vsebuje naj tudi številke ali kakšen poseben znak, hkrati pa mora biti takšno, da si ga lahko uporabnik zapomni.

3.3.18 Izsiljevanje na spletu

Graf 18: Izsiljevanje na spletu



V nadaljevanju je predstavljeno, kako pogosto anketirani učenci izsiljujejo na spletu.

Z grafa opazimo, da 96,9 % ekstravertiranih anketirancev še nikoli ni izsiljevalo na spletu; 1,5 % je redko izsiljevalo, 1,5 % pa zelo pogosto. Noben anketiranec ni označil, da bi na spletu redko ali občasno izsiljeval.

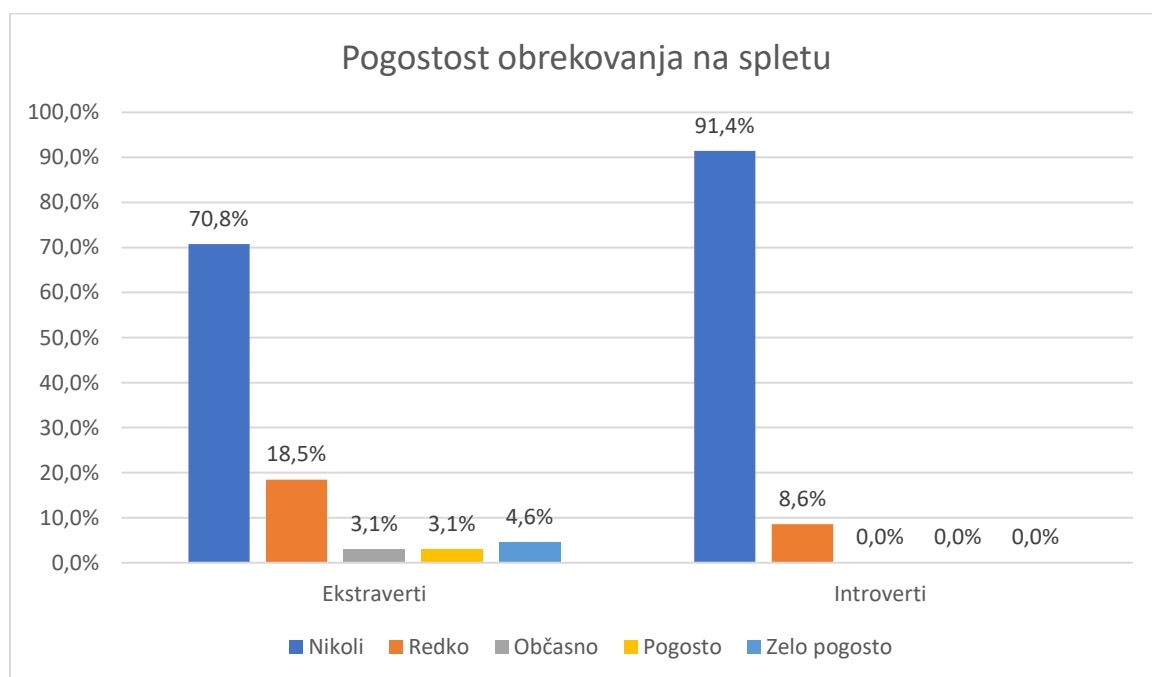
Z grafa opazimo, da 94,3 % introvertiranih anketirancev še ni nikoli izsiljevalo na spletu; 2,9 % je redko izsiljevalo na spletu, 2,9 % pa je pogosto izsiljevalo na spletu. Noben anketiranec ni označil, da bi občasno ali zelo pogosto izsiljeval na spletu.

Le pri tej obliki nasilja je za minimalni delež izstopalo, da so ekstravertirani obkrožili za 2, 3 %. Res pa je, da je pri ekstravertiranih prisoten tudi delež oseb, ki to počnejo zelo pogosto; pri introvertiranih noben ni obkrožil tega odgovora. Lahko bi povzeli, da so se pri tej obliki nasilja anketiranci podobno razporedili, saj večina vseh anketirancev še ni nikoli izsiljevala na spletu.

Glede na to, da smo anketirali učence od 7. do 9. razreda, je ta rezultat zelo spodbuden, saj ta oblika spletnega nasilja obstaja res v minimalnem deležu. Kljub temu pa moramo biti pozorni na učence, ki so to sposobni narediti, in jih ozavestiti o posledicah. Prav tako je treba opolnomočiti žrtve, ki so lahko deležne te oblike spletnega nasilja. Isiljevalci namreč izkoristijo preveliko zaupljivost, naivnost in nevednost mladoletnikov ter povzročijo hude psihične stiske in posledice (Policija 2023).

3.3.19 Obrekovanje na spletu

Graf 19: Obrekovanje na spletu



Še zadnja oblika nasilja, o kateri smo povprašali, je obrekovanje na spletu.

Z grafa opazimo, da 70 % ekstravertiranih anketirancev še ni nikoli obrekovalo pred drugimi na spletu; 18,5 % je redko obrekovalo na spletu; 3,1 % občasno; 3,1 % pogosto, 4,6 % pa zelo pogosto. Okoli 30 % ekstravertiranih je torej že obrekovalo na spletu.

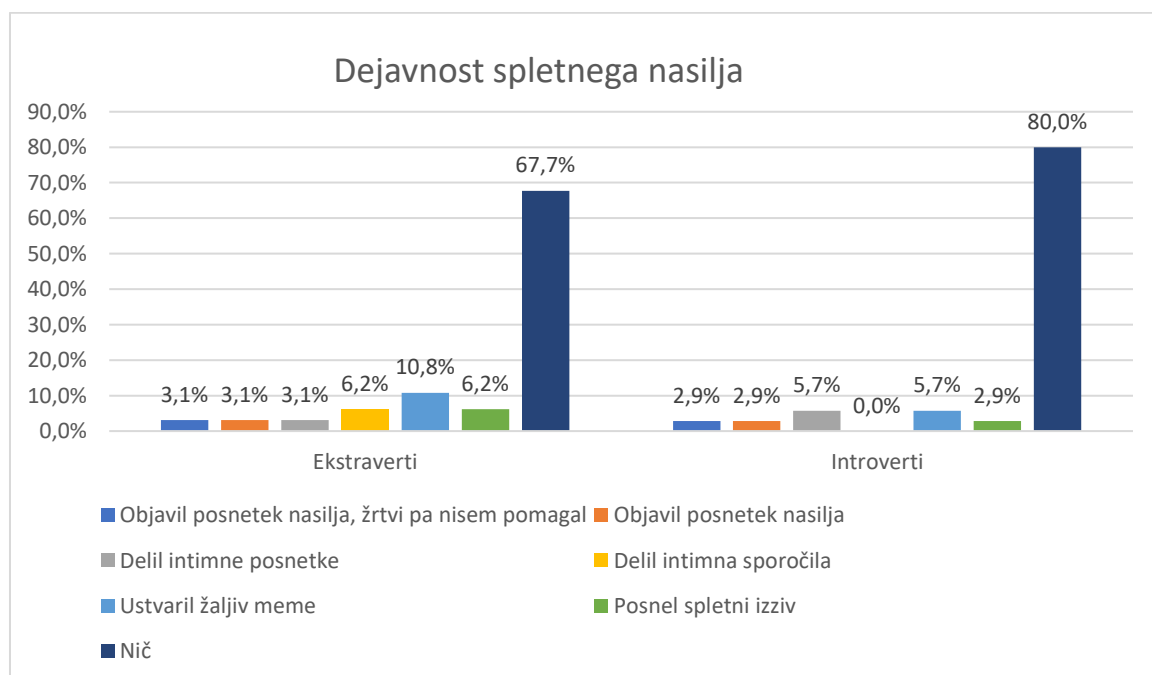
Z grafa opazimo, da 91,4 % introvertiranih anketirancev meni, da še nikoli ni obrekovalo na spletu, 8,6 % pa je redko obrekovalo na spletu. Noben anketiranec ni označil, da bi na spletu obrekoval občasno, pogosto ali zelo pogosto.

Večina vseh anketirancev na spletu še ni obrekovala pred drugimi. Razlika med introvertiranimi in ekstravertiranimi anketiranci v odgovoru *nikoli* je 20,6%; introvertirani torej manj obrekujejo na spletu. Razlika se pokaže tudi v tem, da introvertirani na spletu še niso obrekovali pogosteje kot redko, medtem ko so ekstravertirani označevali tudi kategorijo *zelo pogosto*.

Peto hipotezo, ki se glasi, da se introverti na socialnih omrežjih vedejo bolj spoštljivo in prijazneje kot ekstraverti (ne izključujejo iz skupine, ne žalijo, ustrahujejo ali ustvarjajo lažnih profilov v tolikšni meri kot ekstraverti), **potrdimo** na osnovi predstavljenih rezultatov glede pogostosti izvajanja različnih oblik nasilja.

3.3.20 Dejavnosti spletnega nasilja

Graf 20: Dejavnost spletnega nasilja



Pri 17. vprašanju anketnega vprašalnika, nas je zanimalo, kaj od naštetega so anketirani že izvedli na spletu. Tukaj bi morali anketiranim omogočiti, da bi navedli več odgovorov, saj bi tako dobili še boljši vpogled.

Z grafa opazimo, da 67,7 % ekstravertiranih anketirancev meni, da na spletu še ni storilo ničesar; 6,2 % jih je posnelo spletni izziv; 10,8 % je ustvarilo žaljiv *meme*; 6,2 % je delilo intimitna sporočila; 3,1 % je delilo intimne posnetke; 3,1 % je objavilo posnetek nasilja, 3,1% pa je objavilo posnetek nasilja, a ni pomagalo žrtvi.

Z grafa opazimo, da je 80 % introvertiranih anketirancev odgovorilo, da na spletu ni izvedlo spletnega nasilja; 2,9 % je posnelo spletni izziv; 5,7 % je ustvarilo žaljiv *meme*; 5,7 % je delilo intimne posnetke; 2,9 % je objavilo posnetek nasilja, 2,9 % pa je objavilo posnetek nasilja, a ni pomagalo žrtvi. Noben anketiranec na spletu še ni delil intimnih sporočil.

Večina vseh anketirancev na spletu ni naredila ničesar od zgoraj naštetega. Kljub temu je nekaj več odstotkov ekstravertiranih anketirancev, ki so na spletu že naredili naštete stvari. Zavedati se moramo, da so najbrž anketiranci odgovarjali s socialno zaželenimi odgovori; prav tako so izbrali samo en odgovor in velika verjetnost je, da je kdo izvedel več oblik nasilja. Zanimivo bi bilo tudi videti razvrstitev anketirancev po spolu. Dejstvo, ki se ga moramo zavedati, pa je, da spletno nasilje med mladimi obstaja, zato je treba govoriti o tem.

4 DRUŽBENA ODGOVORNOST

Raziskovalna naloga o vedenju posameznikov na socialnih omrežjih prinaša poglobljen vpogled v razlike v digitalnem vedenju med ekstravertiranimi in introvertiranimi posamezniki. S pomočjo zbranih podatkov o aktivnosti, številu sledilcev ter pogostosti objav smo ugotovili razlike v vedenju in komunikaciji med ekstraverti ter introverti na socialnih omrežjih. Na šoli imamo vzpostavljeno ničelno toleranco do nasilja, res pa je, da se dandanes veliko nasilja, ki se zgodi najprej na spletu, prenese na šolski prostor, med odmore ali k pouku. Podatki, pridobljeni v raziskavi, lahko koristijo strokovnim delavcem osnovnih šol; predvsem svetovalni službi in razrednikom, pa tudi vodstvu. Lahko jim nudijo uvid, da se dogaja spletno nasilje, kdo ga izvaja, pa je odvisno tudi od osebnostnih lastnosti učencev. Strokovni delavci (učitelji, svetovalna služba) lahko s pomočjo naših ugotovitev prilagajajo svoje svetovalne pristope; bolje lahko razumejo potrebe posameznikov na socialnih omrežjih ter zagotavljajo učinkovito podporo učencem, ki so žrtve ali storilci nasilja, in opolnomočijo opazovalce.

S pomočjo raziskovalne naloge lahko platforme socialnih omrežji tudi izboljšajo svoje funkcionalnosti, tako da bi bolj ustrezale različnim osebnostnim tipom. Razumevanje, kako ekstraverti in introverti uporabljajo te platforme, omogoča razvoj bolj prilagojenih sistemov, ki izboljšujejo uporabniško izkušnjo in spodbujajo pozitivne odnose med posamezniki na spletu. Informacije o uporabi lažnih profilov in izključevanju iz skupin lahko pomagajo platformam pri izboljšanju varnostnih mehanizmov ter preprečevanju zlorab. Prav tako nam spoznanja o tem, da so ekstraverti aktivnejši na spletu; da imajo več sledilcev in da se obnašajo manj spoštljivo, povedo, da jih je pri aktivnostih in delovanju na spletnih omrežjih treba ostreje nadzirati. Spremljanje vedenja na socialnih omrežjih lahko prispeva k ozaveščanju o spletnem bontonu.

Raziskovalna naloga nam lahko torej predlaga, kako naj »opremimo« učence glede digitalne komunikacije in spodbudi prizadevanje za gradnjo pozitivnih odnosov ter spoštovanja med uporabniki; ne le v živo, temveč tudi na spletu. Družba si mora prizadevati, da v bodoče razvije digitalno kulturo, ki spoštuje raznolikost in med posamezniki spodbuja pozitivno komunikacijo.

5 SKLEP

Že med interpretacijo rezultatov smo nakazali, katere hipoteze smo ovrgli oziroma potrdili. Na tem mestu pa bi podali še zaključni sklep glede rezultatov.

Na osnovi zbranih podatkov anketirancev, interpretiranih v grafih, smo **prvo hipotezo**, »Ekstraverti na socialnih omrežjih objavljajo in komentirajo pogosteje kot introverti«, **potrdili**. Za namen potrditve te hipoteze smo v vprašalniku zastavili vprašanje, *kako pogosto komentiraš objave na socialnih omrežjih in kaj v največji meri velja zate*. Vprašanje je vezano na pogostost objave na socialnih omrežjih. Z grafov 7 in 8 lahko vidimo, da je manj ekstravertiranih kot introvertiranih anketirancev izbralo, da na socialnih omrežjih nikoli ne komentirajo objav drugih in ne objavljajo, kar pomeni, da več ekstravertiranih anketirancev objavlja na socialnih omrežjih ter komentira objave drugih. Z grafa 7 je tudi razvidno, da ekstravertirani v večji meri komentirajo večkrat na dan, enkrat na dan in nekajkrat na mesec kot večina introvertiranih. Z istega grafa je opazno, da je pri odgovoru *enkrat na teden* prevladoval večji delež introvertov. To ne zavrne naše hipoteze, saj pri pogostosti komentiranja objav še vedno prevladuje večji delež ekstravertov. Z grafa 8 je razvidno, da približno enak delež tako ekstravertiranih kot introvertiranih anketirancev, ki objavljajo na socialnih omrežjih, objavlja nekajkrat na mesec. Opazimo tudi, da niti en introvertirani anketiranec ne objavi ene ali več objav vsak dan, medtem ko pri ekstravertiranih 6,2% delež objavlja vsakodnevno. To še dodatno potrди našo hipotezo.

Druga hipoteza se je glasila: »Ekstraverti imajo na socialnih omrežjih več sledilcev kot introverti.« Za namen potrditve hipoteze smo v vprašalniku anketirancem zastavili vprašanje *približno koliko sledilcev imaš na socialnih omrežjih*. Na osnovi zbranih podatkov, prikazanih v grafu 5, smo **potrdili hipotezo**. Več ekstravertiranih kot introvertiranih anketirancev je označilo, da ima na socialnih omrežjih med 100 in 500; med 500 in 1.000 ter 1.000 ali več sledilcev. Z grafa opazimo, da ima na socialnih omrežjih do 100 sledilcev več introvertiranih kot ekstravertiranih anketirancev. Kljub temu potrdimo našo hipotezo, saj imajo skupno večji delež števila sledilcev ekstravertirani.

Tretjo hipotezo, »Ekstraverti so za večjo priljubljenost pogosteje pripravljeni objaviti, fotografirati ali posneti vsebine na socialnem omrežju«, smo zavrniili. Pri odgovoru na vprašanje, s katerim smo raziskovali, ali učenci kdaj kaj storijo (fotografirajo, posnamejo oz.

napišejo) samo zato, da bi postali priljubljenejši na spletu in imeli več sledilcev oz. všečkov, nismo opazili bistvenih razlik med deležem ekstravertov in introvertov. Z grafa opazimo, da pogosto pri odgovoru prevladuje 0% delež tako ekstravertov kot introvertov. To prispeva k zavrnitvi naše hipoteze.

Četrto hipotezo smo zavrnilo. Glasila se je tako: »Anketirani večinoma menijo, da se na socialnih omrežjih vedejo drugače kot doma, na treningu ali v šoli«. Na osnovi zbranih podatkov, prikazanih v grafu 10, smo ugotovili, da večina vseh anketirancev meni, da se na socialnih omrežjih obnaša enako kot doma, v šoli ali na treningu oziroma da ni razlik glede vedenja. Zanimivo pa je, da so ekstravertirani veliko bolj prepričani, da med vedenjem na spletu in v živo ni razlik. Medtem ko sta rezultata pri introvertiranih anketirancih veliko bližja. 42,9 % introvertiranih anketirancev vseeno meni, da se na spletu obnaša drugače kot doma. Vprašanje bi morali morda še razširiti ali pa anketirance povprašati še kako drugače, da bi prišli do odgovorov, zakaj tako menijo oziroma po čem se razlikuje to vedenje.

Prav tako smo potrdili peto hipotezo. Introverti se na socialnih omrežjih vedejo spoštljivo in prijaznejše kot ekstraverti (ne izključujejo iz skupine, ne žalijo, ustrahujejo ali ustvarjajo lažnih profilov v tolikšni meri kot ekstraverti). Skoraj polovica ekstravertiranih je že žalila na spletu (43 %); ta delež je pri introvertiranih približno za polovico manjši (23 %). 21, 5 % ekstravertiranih ustrahuje na spletu; ta delež pri introvertiranih osebah znaša 5, 8 % . 37, 2 % introvertiranih anketirancev je že izključilo iz skupine, le da to počne redkeje kot ekstravertirani, ki so v skupnem to obliko nasilja izvedli v 46,1 %. Kar 44, 7 % ekstravertiranih oseb je že vsaj enkrat ali večkrat ustvarilo lažni profil – torej skoraj polovica ekstravertiranih oseb. Pri introvertiranih je ta delež za kar 30 % manjši. 26,1 % ekstravertiranih oseb je že objavilo posnetek brez dovoljenja druge osebe. Pri introvertiranih je ta delež 5,8%. Tudi pri obrekovanju se pri odgovoru *nikoli* pojavi razlika med introvertiranimi in ekstravertiranimi anketiranci, tj. za 20, 6 %. Introvertirani torej manj obrekujejo na spletu. Kraja gesel in izsiljevanje sta obliki nasilja, ki se napram ostalim pojavljata v najmanjši meri. V splošnem 80 % introvertiranih meni, da še ni izvedlo nobene od oblik nasilja, enako pa tudi meni 67,7 % ekstravertiranih, ki so označili bolj raznolike oblike spletnega nasilja.

6 ZAKLJUČEK

Najprej smo želeli razumeti pojem osebnosti oziroma prevladujoče lastnosti ekstravertov in introvertov. Omenjeno smo nato želeli še povezati z vedenjem na spletu. Predvidevali smo, da bo vedenje na spletu odražalo drugačne lastnosti posameznikov kot vedenje v živo. V splošnem smo pričakovali, da bodo ekstravertirani posamezniki tudi v resničnem življenju aktivnejši in samozavestnejši ter da se bo vse to odražalo tudi na spletu. Ta predpostavka se je potrdila, saj so posamezniki z več ekstravertiranimi lastnostmi res bolj dejavni na socialnih omrežjih in v primerjavi z introverti pogosteje objavljajo ter komentirajo. To pa seveda ne pomeni, da bi bili posamezniki z več introvertiranimi lastnostmi na socialnih omrežjih nedružabni ali nedejavni. Z razumevanjem osebnosti ljudi je lahko predvsem psihologom in strokovnjakom z določenih področij lažje nadzirati ter izboljšati okolje, v katerem živimo. Prav tako pa splet, kot smo ugotovili, omogoča ljudem z več introvertiranimi lastnostmi kompenzacijo glede družabnosti ali jih bolj opogumlja h komunikaciji, saj slednja ni povezana z neposrednim stikom. Zaradi digitalne tehnologije si lahko sami razporejajo, koliko stika si želijo in kdaj se umaknejo. Kljub temu pa večina anketirancev meni, da se na socialnih omrežjih obnaša enako kot v drugih življenjskih situacijah. Torej ne opazijo razlike v realnem in digitalnem svetu, res pa je, da se dandanes oboje že zelo prepleta in težko potegnemo mejo. Prav tako anketiranci niso nagnjeni k snemanju ali fotografiranju zaradi priljubljenosti. Čeprav vemo, da veliko stvari počnemo nezavedno; splet je okolje, v katerem lahko svojo podobo predstavimo drugače. Zlasti mladostnikom je pomembno, kako jih vidijo drugi; ne le v živo, temveč tudi na socialnem omrežju. V splošnem se naše ugotovitve skladajo s teorijo. Introvertni posamezniki se počutijo bolje v ožjem krogu ljudi in so previdnejši pri spoznavanju novih ljudi. Prav tako niso v tolikšni meri nagnjeni k tveganim vedenjem in impulzivnim odločitvam kot ekstravertirani posamezniki ter premislijo, preden kaj rečejo oziroma komentirajo in objavijo na socialnih omrežjih. Po drugi strani teorija opisuje, da so ekstravertirani posamezniki živahnejši in bolj družabni, uživajo v družbi več ljudi ter imajo več prijateljev. Ne glede na osebnostne lastnosti anketiranih moramo vseeno ostati pozorni in ne zanemariti podatkov glede deleža izvajanja spletnega nasilja. Govorimo o učencih, ki jih moramo glede posledic izvajanja nasilja še opolnomočiti; opremiti z znanji, kako reagirati, če se soočijo s tem, in jih naučiti, kako komunicirati ne le na spletu, temveč tudi v živo, saj se danes velikokrat pozablja na vrednote, kot so sočutje, spoštovanje in sprejemanje.

Pisanje naloge je načeloma potekalo gladko in brez večjih težav. Koristile so mentoričine sprotne povratne informacije. Določena vprašanja bi lahko zastavili drugače, lahko bi bilo tudi manj vprašanj. Prav tako bi nekatere hipoteze sedaj zastavili drugače. V prihodnje bi morda lahko še raziskali odzive, kako se introverti in ekstraverti spopadajo s socialno interakcijo in spletnim nasiljem; ugotavljali bi, kako socialna omrežja vplivajo na njihovo počutje; ali so povezana tudi z doživljanjem stresa in ali vplivajo na spoprijemanje z vsakdanjimi izzivi.

7 VIRI IN LITERATURA

Bohinec, A. (2018). *Spletno nasilje*. Dostopno na: <https://www.tosemjaz.net/razisci/druzina-prijatelji-in-vrstniki/spletno-nasilje-in-kaj-storiti-ce-ga-doživljas/> (pridobljeno 28. 1. 2024).

Gung, B. (2019). *Introvertiranost in ekstravertiranost z vidika novih ugotovitev*. Panika. Revija Društva študentov psihologije Slovenije. Dostopno na: <http://revijapanika.si/2019/09/16/introvertiranost-in-ekstravertiranost-z-vidika-novih-ugotovitev/> (pridobljeno 2. 11. 2023).

Jazbec, K. (2012). *Introvertirani – svet jih potrebuje*. Dostopno na: <https://www.abczdravja.si/psihologija/introvertirani-svet-jih-potrebuje/> (pridobljeno 9. 11. 2023)

Kompare, A., Stražišar, M., Dogša, I., Vec, T., Curk, J., Onič, S., Hočevar, B., Škrabar, M. (2007). *Uvod v psihologijo. Učbenik za psihologijo v 2. letniku gimnazijskega in srednjega tehniškega oz. strokovnega izobraževanja*. Ljubljana: DZS.

Leemeta (2020). *Družbeno, družabno ali socialno omrežje*. Dostopno na: <https://www.leemeta.si/blog/v-srediscu/druzbeno-druzabno-ali-socialno-omrezje> (pridobljeno 2. 11. 2023).

Lešnik Mugnaioni D., Klemenčič I., Filipčič K., Rustja E., Novakovič T., (2023). *Protokol za ravnanje ob zaznavi in obravnavi medvrstniškega nasilja v vzgojno-izobraževalnih zavodih*. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo.

LOGOUT. (2024). *Katere fotografije so primerne za objavo na spletu.*
<https://www.tosemjaz.net/razisci/jaz-na-spletu/katere-fotografije-so-primerne-za-objavo-na-spletu/> (pridobljeno 28. 1. 2023).

Madwise (2019). *Kaj so družabna oz. socialna omrežja?* Dostopno na:
<https://madwise.si/blog/kaj-so-druzabna-omrezja-in-zakaj-so-pomembna/>
(pridobljeno 31. 10. 2023).

Mstone (2023). *Pomen besed ekstrovert in introvert.* Dostopno na:
<https://mstone.ru/sl/different-crafts/znachenie-slov-ekstravert-i-introvert-psihotipy-introvert-ekstravert/> (pridobljeno 15.10.2023).

Musek, J., in Pečjak V. (1996). *Psihologija*. Ljubljana: Educy.

No Depression (2023). *Who Is an Exstrovert and All You Need to Know about Extroverts.*
Dostopno na: <https://sl.exitdep.com/1377-who-is-an-extrovert-and-all-you-need-to-know-about-ex.html> (pridobljeno: 13. 10. 2023).

Policija – ne postanite tarča spletnega izsiljevanja z golimi posnetki ali fotografijami (2023).
Dostopno na: <https://www.policija.si/svetujemo-ozavescamo/varnost-na-internetu/ne-postanite-tarca-spletnega-izsiljevanja-z-golimi-posnetki-ali-fotografijami>
(pridobljeno 12.12.2023).

Pratt, J. (2021). *Razlika med introvertom in ekstrovertom.* Dostopno na:
<https://sl.strephonsays.com/introvert-and-vs-extrovert-5413#menu-2> (pridobljeno 15.10.2023).

Roberts A. G. B., Wilson R., Fedurek P., Dunbar R. I. M. (2008). *Individual Differences and Personal Social Network Size and Structure. Personality and Individual Differences.*

Dostopno

na:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886907003844?via%3Dihub> (pridobljeno: 20. 11. 2023).

Safe.si (2023a). *Spletni izzivi.* Dostopno na: <https://safe.si/neprimerne-in-nezakonite-vsebine/spletni-izzivi> (pridobljeno 25. 1. 2024).

Safe.si (2023b). *Spletno nasilje.* Dostopno na: <https://safe.si/nasveti/spletno-in-mobilno-trpincenje/spletno-nasilje> (pridobljeno 2. 11. 2023).

Safe.si (2023c). *Varna gesla.* Dostopno na: <https://safe.si/nasveti/moja-identiteta-in-zasebnost/varna-gesla> (pridobljeno 13. 12. 2023).

Serianz, E. (2022). *Socialna omrežja – vse, kar morate vedeti na enem mestu.* Dostopno na: <https://pro-marketing.si/blog/upravljanje-socialnih-omrezij/socialna-omrezja> (pridobljeno 30. 10. 2023).

Tratnik, L. I. (2026). *Samopoznavanje.si Introvertna osebnost.* Dostopno na: <https://laura-psihoterapija.blogspot.com/2016/10/introvertna-osebnost.html> (pridobljeno 31. 10. 2023).

Unicef. (2023). *Cyberbullying: What Is It and How to Stop It.* Dostopno na: <https://www.unicef.org/end-violence/how-to-stop-cyberbullying> (pridobljeno 2. 11. 2023).

Žilevski, M. (2023). *Kako je kot introvert živeti v svetu ekstravertov?* Dostopno na:
<https://www.competo.si/blog/kako-je-kot-introvert-ziveti-v-svetu-ekstravertov/>
(pridobljeno 2.11.2023).

8 PRILOGE

ANKETA:

KAJ SI UPAM NA SOCIALNIH OMREŽJIH?

V letošnjem letu v okviru raziskovalne naloge raziskujemo, ali pri učencih prevladujejo lastnosti, ki so značilne bolj za ekstrovertirane ali introvertirane osebe. Hkrati pa nas zanima, ali so osebnostne lastnosti povezave z aktivnostjo in dejanji učencev na socialnih omrežjih. Vaši odgovori nam bodo v veliko pomoč, prav tako pa vam zagotavljamo popolno anonimnost.

Spol:

ženski

moški

Razred:

7. razred

8. razred

9. razred

VPRAŠALNIK – OSEBNOSTNE LASTNOSTI

1. Kako pogosto ti je dolgčas?

Hitro mi je dolgčas.

Nikoli mi ni dolgčas.

2. Kakšne dogodke imaš rad?

Rad imam vznemirljive (razburljive) dogodke.

Ne maram vznemirljivih (razburljivih) dogodkov.

3. Kaj bi raje izbral?

Dobro zabavo in druženje z neznanci.

Branje knjige ali ogled filma v ožjem krogu ljudi.

4. Si raje v družbi ali sam?

Ne maram biti sam, rad sem obkrožen z ljudmi.

Rad sem sam, to mi ne predstavlja težave.

5. Si rad v središču pozornosti?

Rad imam pozornost, hočem biti v središču dogajanja.

Ne maram pozornosti, nočem biti v središču dogajanja.

6. Kaj meniš?

- Hitra vožnja z motorjem je res zabavna.
- Hitra vožnja z motorjem je nevarna.

7. Kaj meniš?

- Zelo rad spoznavam nove ljudi.
- Ne čutim potrebe, da bi ves čas spoznaval nove ljudi.

8. Kaj delaš raje?

- Raje govorim.
- Raje poslušam.

9. Kaj velja zate?

- V družbi se hitro sprostim in zabavam.
- V družbi potrebujem več časa, da mi postane prijetno.

10. Kaj velja zate, v primeru, ko misliš, da se ti godi krivica?

- Zmeraj ukrepam takoj in čim hitreje.
- Najprej počakam in premislim, nato ukrepam.

11. Drugi menijo, da sem:

- živahen
- miren

VPRAŠALNIK – SOCIALNA OMREŽJA

1. Katero socialno omrežje najraje uporabljaš?

- Tik Tok
- Instagram
- BeReal
- Facebook
- Snapchat
- Ne uporabljam socialnega omrežja.

Drugo:

2. Približno koliko sledilcev imaš na socialnih omrežjih?

- 0–50
- 100–500
- 500–1000
- 1000 ali več
- Nimam sledilcev, saj ne uporabljam socialnih omrežij.

Drugo:

3. Zakaj v največji meri uporabljaš socialna omrežja?

- Krajšanje dolgčasa.
- Spremljanje objav drugih.
- Objavljanje (fotografije, glasba,...)
- Komunikacija z drugimi.

Drugo: _____

4. Kako pogosto komentiraš objave na socialnih omrežjih?

- Nikoli.
- Enkrat na dan.
- Večkrat na dan.
- Enkrat na teden.
- Nekajkrat na mesec.

5. Kaj v največji meri velja zate?

- Na socialnih omrežjih objavim **eno** objavo vsak **dan**.
- Na socialnih omrežjih objavim **dve ali več** objavi vsak **dan**.
- Na socialnih omrežjih objavim **eno objavo tedensko**.
- Na socialnih omrežjih objavim **nekajkrat na mesec**.
- Na socialnih omrežjih ne objavljam.

6. Kaj najpogosteje objaviš?

- Fotografijo ali videoposnetek sebe.
- Fotografijo ali videoposnetek drugih.
- Fotografijo ali videoposnetek sebe s prijatelji.

Objavim glasbo, kakšno zabavno fotografijo ali delim zapisano misel.

Drugo: _____

7. Ali meniš, da se na socialnih omrežjih obnašaš drugače kot doma, v šoli, na treningu?

Da

Ne

8. Ali na spletu žališ ali pa si kdaj žalil druge ljudi ?

Nikoli

Redko

Občasno

Pogosto

Zelo pogosto

9. Si kdaj koga ustrahoval ali mu grozil na spletu ?

Nikoli

Redko

Občasno

Pogosto

Zelo pogosto

10. Ali si kdaj kaj storil (fotografiral/posnel/napisal) samo zato, da bi postal bolj popularen na spletu in imel več sledilcev/všečkov?

Nikoli

Redko

Občasno

Pogosto

Zelo pogosto

11. Si koga kdaj izključil iz spletne skupine ?

Nikoli

Redko

Občasno

Pogosto

- Zelo pogosto

12. Kako pogosto ustvariš lažni profil ?

- Nikoli ne ustvarim lažnega profila.
- Redko ustvarim lažni profil.
- Občasno ustvarim lažni profil.
- Pogosto ustvarim lažni profil.
- Zelo pogosto ustvarim lažni profil.

13. Si kdaj objavil posnetek/fotografijo nekoga brez njegovega dovoljenja ?

- Nikoli
- Redko
- Občasno
- Pogosto
- Zelo pogosto

14. Kako pogosto si ukradel geslo drugega uporabnika na spletu ?

- Nikoli
- Redko
- Občasno
- Pogosto
- Zelo pogosto

15. Si kdaj koga izsiljeval na spletu ?

- Nikoli
- Redko
- Občasno
- Pogosto
- Zelo pogosto

16. Si kdaj koga obrekoval na spletu ?

- Nikoli
- Redko

- Občasno
- Pogosto
- Zelo pogosto

17. Označi, če si katero od spodaj naštetega že naredil:

- Posnel izvajanje nasilja, žrtvi pa nisem pomagal.
- Objavil posnetek nasilja.
- Delil intimne posnetke.
- Delil intimna sporočila.
- Ustvaril žaljiv »memi« z namenom posmeha.
- Posnel spletni izziv.