

OSNOVNA ŠOLA HUDINJA

**POZNAVANJE SPLETNEGA BONTONA MED UČENCI PREDMETNE STOPNJE NAŠE ŠOLE**  
raziskovalna naloga

Avtorice:

Lana FREITAG, 7. a

Sara HUNJADI, 7. a

Julija LESJAK, 7. a

Mentorica:

Nataša GAJŠEK KLJUČARIČ, prof. ang. in nem.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2024

## **ZAHVALA**

*Zahvalile bi se vsem učencem, ki so sodelovali pri anketi. Zahvalile bi se tudi antropologu Danu Podjedu za sodelovanje pri intervjuju. Še posebej pa bi se rade zahvalile naši mentorici, učiteljici Nataši Gajšek Ključarič, ki nas je na poti raziskave ves čas spremljala in nam vztrajno pomagala s koristnimi nasveti. Posebna zahvala pa gre tudi našim staršem, ki so nas spodbujali pri našem raziskovanju.*

# KAZALO VSEBINE

<b>KAZALO VSEBINE</b> .....	1
<b>KAZALO GRAFIKONOV IN SLIK</b> .....	2
Seznam slik .....	2
Seznam grafov .....	2
<b>1 POVZETEK</b> .....	3
<b>2 UVOD</b> .....	4
2. 1 Namen raziskovalne naloge in opredelitev raziskovalnega problema.....	4
2. 2 Hipoteze .....	5
2. 3 Metodologija dela .....	5
<b>3 TEORETIČNI DEL</b> .....	6
3. 1 Družbena omrežja .....	6
3. 2 Vrste družbenih omrežij .....	6
3. 2. 1 TikTok.....	7
3. 2. 2 Snapchat .....	8
3. 2. 3 Instagram .....	9
3. 3 Spletni bonton .....	10
3. 4 Objavljanje in deljenje fotografij in videoposnetkov na družbenih omrežjih.....	12
3. 5 Uporaba kratic pri komunikaciji na družbenih omrežjih.....	13
<b>4 EMPIRIČNI DEL</b> .....	14
4. 1 Analiza rezultatov anketnega vprašalnika.....	14
4. 2 Analiza intervjuja .....	23
<b>5 RAZPRAVA</b> .....	25
<b>6 SKLEPI</b> .....	28
<b>7 VIRI IN LITERATURA</b> .....	30
VIRI SLIK.....	30
<b>8 PRILOGE</b> .....	31
8. 1 Anketni vprašalnik .....	31
8. 2 Vprašanja za intervju .....	33

## KAZALO GRAFIKONOV IN SLIK

### Seznam slik

Slika 1: TikTok.....	8
Slika 2: Snapchat .....	9
Slika 3: Instagram.....	10

### Seznam grafov

Graf 1: Najpogosteje uporabljeno družbeno omrežje .....	14
Graf 2: Namen uporabe družbenih omrežij.....	15
Graf 3: Upoštevanje pravil spletnega bontona.....	16
Graf 4: Objavljanje in deljenje fotografij in videoposnetkov na družbenih omrežjih .....	17
Graf 5: Kaj je neprimerna fotografija? .....	18
Graf 6: Ali se pred objavo fotografije VEDNO vprašaš: »Ali bi to fotografijo pokazal svoji babici, staršem ali bodočim delodajalcem?«.....	19
Graf 7: Kaj je potrebno narediti, če na družbenih omrežjih kroži neprimerna fotografija? ....	20
Graf 8: Pogostost uporabe kratic pri pisanju na družbenih omrežjih.....	21
Graf 9: Pomen kratic .....	22

## 1 POVZETEK

Družbena omrežja so postala ključni del našega vsakdana, spreminjajoč način, kako komuniciramo, delimo informacije in vzdržujemo socialne stike. V teoretičnem delu raziskovalne naloge *Poznavanje spletnega bontona med učenci predmetne stopnje naše šole* se osredotočamo na razumevanje družbenih omrežij, opis različnih platform ter prednosti in slabosti njihove uporabe. Poseben poudarek je na bontonu na spletu, ki je ključen za spoštljivo in učinkovito interakcijo med uporabniki. V empiričnem delu smo z metodo anketiranja raziskovale poznavanje spletnega bontona pri učencih od 6. do 9. razreda. Raziskovale smo, s katerim namenom učenci uporabljajo družbena omrežja in kako upoštevajo pravila, ki veljajo pri komuniciranju na družbenih omrežjih. Zanimalo pa nas je tudi, ali učenci objavljajo in delijo fotografije in videoposnetke na družbenih omrežjih in predvsem, če vedo, kako postopati v primeru, kadar po družbenih omrežjih kroži neprimerna fotografija. Glede na dejstvo, da se govornica mladih in uporaba kratic na družbenih omrežjih pogosto razlikuje od formalnega jezika, saj mladi pogosto izbirajo hitrejša, bolj sproščena načina komuniciranja, kar se odraža tudi v uporabi kratic, nas je zanimalo tudi, kako dobro učenci poznajo določene kratice. Rezultati raziskave jasno potrjujejo večino postavljenih hipotez o uporabi družbenih omrežij med učenci. Večina učencev jih uporablja za pogovor s prijatelji, čeprav se smeški pri komunikaciji ne uporabljajo tako pogosto, kot smo pričakovali. Ugotovljeno je bilo, da učenci različno upoštevajo pravila spletnega bontona, pri čemer so bolj dosledni pri spoštovanju pravil odkritosti in nežaljivosti kot pri jezikovni pravilnosti sporočil. Kljub temu večina učencev prepozna neprimerne vsebine na družbenih omrežjih in razume posledice njihove objave ter ve, kako ravnati v takšnih situacijah. Medtem ko so nekatere kratice dobro poznane in razumljene, so druge manj poznane ali uporabljene. Glede na intervju z Danom Podjedom se potrdijo naše ugotovitve o uporabi družbenih omrežij za medsebojno komunikacijo med mladimi. Njegova skrb glede vpliva influencerjev na obnašanje mladih na teh platformah dodatno poudarja pomen ozaveščanja o spletnem bontonu. Prav tako njegova opažanja o tem, da najstniki morda poznajo pravila, vendar ne nujno tudi ukrepajo, podpirajo našo ugotovitev glede potrebe po večji ozaveščenosti in izobraževanju mladih. Zanimiva bi bila nadaljnja raziskava o vplivu influencerjev na obnašanje mladih na družbenih omrežjih ter iskanje učinkovitejših strategij za spodbujanje upoštevanja spletnega bontona med mladimi. S tem bi lahko izboljšali kakovost spletnega okolja in prispevali k varnejši in bolj spoštljivi spletni komunikaciji.

**Ključne besede:** spletni bonton, pravila komuniciranja na družbenih omrežjih, objavlanje fotografij in videoposnetkov, uporaba kratic

## 2 UVOD

### 2. 1 Namen raziskovalne naloge in opredelitev raziskovalnega problema

Socialni stiki med ljudmi so temeljni del človeške izkušnje, saj omogočajo čustveno povezavo, podporo in občutek pripadnosti skupnosti. Ti stiki se lahko odvijajo na različnih ravneh, vključno z družino, prijatelji in širšo skupnostjo.

Socialni stiki prinašajo številne koristi, vključno z zmanjševanjem občutkov osamljenosti, izboljševanjem duševnega in telesnega zdravja ter spodbujanjem čustvene inteligence. Poleg tega nam omogočajo učenje, rast in razvoj ter nudijo oporo v težkih časih.

Družbena omrežja so postala pomemben del socialnih stikov, še posebej v sodobnem svetu, kjer lahko omogočajo povezovanje na daljavo. Omogočajo nam povezovanje z ljudmi po vsem svetu, deljenje idej, interesov in izkušenj ter vzpostavljanje novih prijateljstev. Družbena omrežja prav tako omogočajo izmenjavo mnenj, podporo in informacije o različnih temah, kar lahko vodi k širjenju zavesti in spodbuja razpravo. Kljub temu je pomembno ohraniti zdravo ravnovesje med digitalno in fizično interakcijo ter se zavedati pasti, ki jih lahko prinese pretirana uporaba družbenih omrežij, kot so izolacija, zasvojenost in vpliv na duševno zdravje.

Vsakodnevno srečevanje mladih s komuniciranjem na družbenih omrežjih je tako blagoslov kot tudi izziv sodobne družbe. Medtem ko te platforme omogočajo lažjo povezavo med ljudmi in izmenjavo idej, informacij ter podporo, se lahko pogosto izkažejo tudi kot vir zasvojenosti, vpliva na samopodobo in socialnih primerjav. Zato je ključnega pomena, da mladi razvijejo zdrav odnos do uporabe družbenih omrežij ter se zavedajo pasti, ki jih prinašajo, hkrati pa tudi cenijo pristne in kakovostne medčloveške odnose zunaj digitalnega sveta.

V raziskovalni nalogi *Poznavanje spletnega bontona med učenci predmetne stopnje naše šole* smo raziskovale poznavanje spletnega bontona med mladimi. Ugotavljale smo, kako upoštevajo pravila spoštljive in učinkovite interakcije na družbenih omrežjih in kako se odzivajo na morebitne kršitve pravil komuniciranja, zlasti v primeru deljenja neprimernih vsebin, kot so fotografije ali videoposnetki ter kako dobro poznajo določene kratice, ki so pogoste na teh platformah.

Namen raziskave je prispevati k boljšemu razumevanju digitalne komunikacije med mladimi in vsaj malo prispevati k ozaveščanju o primernem spletnem bontonu in varni rabi družbenih omrežjih med šolsko mladino.

## 2. 2 Hipoteze

**Hipoteza 1:** Učenci družbena omrežja najpogosteje uporabljajo za pogovarjanje s prijatelji.

**Hipoteza 2:** Učenci pri komunikaciji na družbenih omrežjih najbolj pogosto uporabljajo pravilo uporabe smeškov.

**Hipoteza 3:** Učenci pri komunikaciji na družbenih omrežjih najmanj pogosto uporabljajo pravilo pisanja sporočil, ki so jezikovno in slovnično pravilna.

**Hipoteza 4:** Učenci smiselno opredelijo definicijo, kaj je neprimerna fotografija.

**Hipoteza 5:** Učenci ne vedo dovolj dobro, kaj je potrebno narediti, kadar na družbenih omrežjih kroži neprimerna fotografija.

**Hipoteza 6:** Učenci dobro poznajo pomen kratic, ki se uporabljajo na družbenih omrežjih.

## 2. 3 Metodologija dela

Za izdelavo raziskovalne naloge *Poznavanje spletnega bontona med učenci predmetne stopnje naše šole* smo uporabile metodo iskanja in pregleda literature ter metodo anketiranja.

Ob pregledu literature smo se osredotočile na več ključnih vidikov, ki so povezani z našo raziskovalno temo, in sicer spletni bonton, uporabo družbenih omrežij med mladimi ter njihovo razumevanje in odzivanje na neprimerno vsebino. Osredotočile smo se tudi na uporabo kratic, ki so pogoste na družbenih omrežjih, saj je to pomemben element komunikacije med mladimi.

Sestavile smo anketni vprašalnik (priloga k raziskovalni nalogi), ki vsebuje šest vprašanj zaprtega tipa in tri vprašanja odprtega tipa. Vprašalnik je bil anonimen. Razdelile smo ga učencem od 6. do 9. razreda III. triade osnovne šole Hudinja Celje, skupaj 180 anketirancem. Anketirani so anketni vprašalnik izpolnjevali v mesecu decembru.

Mnenje o uporabi družbenih omrežij in poznavanju spletnega bontona med učenci pa smo želele preveriti še pri odrasli osebi. Obrnile smo se na priznanega strokovnjaka, antropologa dr. Dana Podjeda, ki je višji znanstveni sodelavec na Inštitutu za slovensko narodopisje ZRC SAZU in izredni profesor na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani. Zastavile smo mu 9 vprašanj na to temo.

## 3 TEORETIČNI DEL

### 3. 1 Družbena omrežja

Spletna družbena omrežja (ang. Social Media) so aplikacije, spletne storitve, platforme ali strani, ki gradijo in odražajo socialne mreže ali socialne odnose med ljudmi, ki imajo npr. skupne interese in aktivnosti. Te spletne aplikacije posameznikom omogočajo ustvarjanje javnega ali delno javnega profila znotraj izbranega sistema, iskanje drugih uporabnikov in povezovanje z njimi, prikazovanje in deljenje seznamov uporabnikov in povezav znotraj sistema, objave, deljenje in komentiranje različnih e-vsebin.

Strani spletnih družbenih omrežij omogočajo uporabnikom deljenje idej, aktivnosti, dogodkov in interesov znotraj svojih skupin in tudi širše. Omogočajo interakcijo na daljavo (npr. pošiljanje sporočil), ne glede na materialne, geografske in časovne omejitve. Glavna značilnost družbenih omrežij je možnost vzpostavljanja in ohranjanja stikov z ljudmi, ki jih drugače ne bi spoznali (npr. zaradi geografske oddaljenosti) ali se v živo z njimi ne bi nikoli več srečali.

Prednosti družbenih omrežij vključujejo možnost povezovanja s sorodnimi posamezniki, deljenje interesov in idej ter lažji dostop do informacij. Vendar pa obstajajo tudi slabosti, kot so povečano tveganje za zlorabe podatkov, izguba zasebnosti in negativni vplivi na duševno zdravje.

### 3. 2 Vrste družbenih omrežij

Družbena omrežja se med seboj razlikujejo predvsem glede na to, katerim uporabnikom so namenjena in katera je prevladujoča dejavnost, ki se na omrežju dogaja. Za večino družbenih omrežij velja, da spadajo v skupino tako imenovanih mobilnih omrežij, ki omogočajo dostop tudi na tako imenovanih pametnih telefonih ter tabličnih računalnikih. Tako ločimo več skupin družbenih omrežij.

Profilsko usmerjena družbena omrežja so tista, pri katerih uporabniki na spletni strani objavljajo in hranijo informacije o svojih aktivnostih, interesih, željah, objavljajo fotografije, kratke filme, označijo, kaj jim je všeč in kaj ne. Pri nas je med najbolj uporabljenimi npr. Facebook, Google+.

Vsebinska omrežja (vsebinske skupnosti) so specializirana na eno vsebino, na primer Flickr in Instagram omogočata objavo in deljenje slik, YouTube in Vimeo sta namenjena deljenju videoposnetkov, last.fm pa ostalim uporabnikom pokaže, katero glasbo trenutno poslušamo.



Mednje lahko štejejo tudi npr. Wikipedijo, ki z ustvarjenim računom omogoča ustvarjanje ter urejanje vsebin in hkrati (brez računa) porabo vsebin drugih uporabnikov.

Večuporabniška virtualna okolja so neke vrste virtualne skupnosti, kot npr. Second Life in World of Warcraft, v kateri se povezujejo igralci, ki si ustvarijo svoje profile (npr. igralne junake), s katerimi individualno ali skupinsko tekmujejo.

Mikroblog uporabnikom omogoča pisanje kratkih sporočil, objavljanje slik, spletnih povezav, videoposnetkov in drugih digitalnih vsebin preko interneta. Njegova glavna značilnost je omejitev znakov, npr. pri nas najpogosteje uporabljeni Twitter omogoča 140 znakov na sporočilo. Tudi pri mikrobloganju gre za večsmerno komunikacijo, pri kateri sporočevalec objavlja različne aktivnosti, mnenja, informacije – brez vnaprej določenega naslovnika, prejemnik pa lahko sledi izbranim avtorjem, komentira in posreduje njihove objave.

Ker je število družbenih omrežij izjemno veliko, je nemogoče preučiti in opisati vsako posamezno med njimi. Število teh platform se namreč nenehno povečuje. Kljub temu obstajajo nekatera družbena omrežja, ki so zelo razširjena med mladimi. Zato smo se odločile, da se v tej raziskovalni nalogi osredotočimo na tista omrežja, za katera menimo, da so med osnovnošolci najbolj razširjena.

### 3. 2. 1 TikTok

TikTok je družbeno omrežje, ki deluje preko mobilne aplikacije, ki jo naložimo na tablico ali mobilni telefon. Omogoča gledanje glasbenih posnetkov, snemanje kratkih posnetkov do 60 sekund, njihovo urejanje in dodajanje posebnih učinkov. Tako kot pri večini drugih aplikacij in družbenih omrežij lahko uporabniki sledijo drugim ter všečkajo in komentirajo videoposnetke.

Uporabniki aplikacije TikTok lahko pripravijo do 15 sekund dolge posnetke, ki jih posnamejo z mobilnim telefon ali tablico. Posnetke je mogoče posneti v enem kadru ali pa sestaviti skupaj več kadrov, ki trajajo do 60 sekund. Mogoče jih je urejati in jim dodajati različne učinke: pospešitev, upočasnitev, predvajanje v obratni smeri in drugo. Preko videa lahko uporabniki dodajo glasbo in druge zvočne učinke.

Večina uporabnikov posname in izdela video, na katerem pojejo na glasbo znanih glasbenih ustvarjalcev (TikTok pa omogoča tudi snemanje posnetkov, ki niso povezani z glasbo, kot so različni izzivi, ples in komični prizori). Videoposnetke potem delijo z drugimi uporabniki. Uporabniki se v TikTok lahko prijavijo s telefonsko številko, e-poštnim naslovom, Facebookom, Twitterjem, Google računom ali Instagramom. Potem lahko iščejo priljubljene ustvarjalce, brskajo po kategorijah in oznakah. TikTok ima tudi funkcijo, ki omogoča dvema uporabnikoma izvedbo dueta, a morata uporabnika slediti drug drugemu.

Pod videoposnetki se lahko pojavijo žaljivi komentarji, prav tako pa lahko vsakdo napiše in objavi karkoli. Mogoče je pošiljati zasebna sporočila, kar lahko vodi v nadlegovanje in grooming (spletna komunikacija s strani odrasle osebe z namenom spolne zlorabe otroka). Uporabnike je sicer mogoče blokirati, prav tako je mogoče prijaviti neprimerne vsebine. Tveganje predstavlja tudi srečevanje z neprimernimi vsebinami. Zelo enostavno je najti videe s seksualnimi in nasilnimi vsebinami. Opozoriti je treba, da se otroci in najstniki pogosto namenoma snemajo v seksualnih držah in s tem iščejo pozornost in potrditev s strani vrstnikov. Prav tako niso redki posnetki, kjer otroci in najstniki izvajajo nasilje nad vrstniki. Vse to ima lahko negativen vpliv tudi na otroka, ki gleda te videe.



*Slika 1: TikTok*

### 3. 2. 2 Snapchat

Snapchat je aplikacija, ki omogoča pošiljanje fotografij in videoposnetkov, prav tako pa lahko prek nje klepetamo s prijatelji. Njena posebnost je v tem, da slike, ki jih pošiljamo, po določenem časovnem obdobju izginejo. Vendar to še ne pomeni, da fotografij prejemnik ne more pridobiti in shraniti.

Snapchat je mobilna aplikacija, ki se uporablja za izmenjavo fotografij, videoposnetkov in besedil. Aplikacijo lahko prenesemo brezplačno in brezplačno pošiljamo fotografije in videoposnetke. Snapchat se od drugih načinov pošiljanja sporočil in delitve fotografij razlikuje po tem, da sporočila in slike izginejo s telefona prejemnika po nekaj sekundah. Fotografiramo s telefonom, izberemo prejemnike iz naših stikov, določimo, kako dolgo želimo, da je sporočilo vidno (od 1 do 10 sekund) in pošljemo. Po izteku časa sporočilo/slika izgine s telefona. Aplikacija omogoča tudi klepet, kjer sporočila prav tako izginejo, ko oba uporabnika zapustita okno klepeta. Ob hkratni uporabi aplikacije lahko uporabnika komunicirata tudi preko video klepeta.

Pomembna privlačnost Snapchata so filtri in dodatki, ki jih lahko vključimo v slike in tako dobimo bolj ali manj zabavne fotografije ljudi.

Uporabnikom je všeč spontanost in občutek druženja, ki ne pušča digitalnih sledi, kar lahko da lažen občutek varnosti. Ker videoposnetki in slike izginejo po določenem časovnem obdobju, veliko uporabnikov meni, da je varno prek Snapchata pošiljati praktično karkoli. Zavedati se je treba, da lahko tisti, ki je prejel sliko, naredi posnetek zaslona in na tak način shrani ter tudi razširi fotografijo. Snapchat je sicer pripomogel k varnosti tako, da pošiljatelj vedno prejme obvestilo, če je nekdo naredil posnetek zaslona njegove fotografije, a se je tudi temu mogoče izogniti, tako da se preprosto uporabi drug telefon, s katerim se slika fotografijo ali pa posebne namenske aplikacije. V nobenem primeru fotografija, ki jo pošljemo prek Snapchata ni popolnoma varna in zasebna. Prav tako so tudi na Snapchatu pokvarjene osebe, ki se skušajo povezati z nič hudega slutečim najstnikom, da bi izkoristili ali celo pridobili občutljive podatke, ki jih je mogoče uporabiti za izsiljevanje.



*Slika 2: Snapchat*

### 3. 2. 3 Instagram

Instagram je družbeno omrežje v lasti Facebooka, ki uporabnikom omogoča deljenje fotografij in videoposnetkov iz svojega življenja, dodajanje napisov, urejanje fotografij s filtri in še mnogo drugega. Tako kot pri drugih družabnih omrežjih lahko vzpostavljamo stike z drugimi uporabniki, tako da jim sledimo, komentiramo, všečkamo, jih označimo in se z njimi zasebno pogovarjamo.

Ko na Instagramu objavimo fotografijo ali videoposnetek, bo to prikazano na našem profilu, prav tako bodo to na naslovni strani videli vsi, ki nam sledijo. Če imamo svoj profil nastavljen kot »javen«, lahko vsakdo, ki ga obišče, vidi naše fotografije. Slike objavimo tako, da z mobilnim telefonom posnamemo fotografijo ali od 3- do 60-sekundni video, ki jima lahko dodamo različne filtre za umetniški vtis. S srčkom lahko všečkamo fotografije prijateljev, prav tako jih lahko komentiramo in na naših fotografijah označujemo druge.

Instagram je priljubljen med mladimi, ki ga radi uporabljajo za izmenjavo fotografij. Omogoča uporabo zanimivih učinkov, filtrov in napisov. Objave lahko preprosto delimo na več

družabnih omrežjih. Podobno kot pri Facebooku tudi tu »zbiramo« vsečke in upamo na prijetne komentarje, po drugi strani pa so lahko ti negativni in škodljivi.

Kot na drugih družbenih omrežjih se tudi tu pojavlja spletno nasilje in ustrahovanje, žaljenje in posmehovanje ter hujše oblike, kot so izsiljevanje, grožnje in podobno. Vsa ta tveganja lahko bistveno zmanjšamo, če spremenimo privzete nastavitve iz »javnega« profila na »zasebnega«. Na tak način omejimo občinstvo in poskrbimo, da imajo dostop do naših fotografij ali posnetkov samo tisti, ki jim lahko zaupamo.



*Slika 3: Instagram*

### 3. 3 Spletni bonton

Tudi na spletu in pri uporabi mobilnega telefona veljajo pravila lepega vedenja, ki jim rečemo spletna oziroma mobilna etika oziroma bonton. Spletna etika pomeni vzorno in odgovorno vedenje na internetu in tak odnos do drugih ljudi, kot ga želiš zase ter nam daje smernice za spoštljivo in primerno obnašanje na spletu. To vključuje premislek pred objavo, spoštovanje drugih uporabnikov, uporabo primerne jezika in izogibanje spletnim dejavnostim, ki lahko škodujejo drugim.

Pri komuniciranju na družbenih omrežjih je potrebna strpnost in prijaznost. Obnašati se je potrebno tako, kot želimo, da se drugi obnašajo do nas. Predvsem pa moramo biti pozorni na sledeče:

1. Česar ne bi rekli v živo, ne natipkamo na spletu. Ne skrivamo se za anonimnostjo, za zaslonom. Na spletu smo pogosto lažje nesramni do drugih, saj svoji žrtvi ne gledamo v obraz, to pa ne pomeni, da je tako kaj lažje žrtvi. Poleg tega pa na anonimnost pri takih stvareh ne gre računati, saj puščamo elektronske sledi.
2. Tudi če kdo pusti svoj telefon dostopen in nezaklenjen, to ne pomeni, da lahko po njem brskamo in ga uporabljamo. V telefonu imamo tudi zasebne fotografije, sporočila in podatke, vsak pa ima pravico do zasebnosti.

3. Osebo, ki jo želimo fotografirati s svojim mobilnim telefonom, prej vprašamo za dovoljenje. Mogoče ji ni do tega oz. se počuti neprijetno.
4. Ne razpošiljamo sporočil, slik, videoposnetkov, ki nekomu škodijo. Razpošiljanje posnetkov pretefov, trpinčenja, ki jih sami prejmemo, naprej svojim prijateljem ni v redu. S tem se aktivno vključimo v trpinčenje, saj je vsakič, ko si nekdo pogleda ta posnetek, žrtev ponovno žrtev. Taka sporočila brišemo.
5. Ne peremo umazanega perila na spletu. Prepiranje, razčiščevanje sporov, konfliktov, družinskih nesoglasij, nesorazumov s prijatelji znanci in neznanci ne sodi na splet. O teh stvareh se raje pogovorimo v živo, kjer ni tako številčnega občinstva kot na spletu.
6. Tudi s fantom/punco se ne konča s spremembo statusa na Facebooku. Za resne stvari, prekinitev zveze, izražanje sožalja ipd. je še vedno najprimernejši način iz oči v oči (pa to ne pomeni prek spletne kamere).
7. Ko smo z nekom v družbi, se posvečamo tej osebi in ne preverjamo neprestano, kaj se dogaja na našem mobilnem telefonu, Facebooku ... Pogovarjanje po telefonu, čekiranje telefona, ko smo z nekom v družbi, je nevljudno in gre tudi večini ljudi zelo na živce.
8. Zvonjenje telefona in/ali pogovarjanje v kinu, gledališču, med poukom, v bolnišnici, na avtobusu ... je nedopustno.
9. Ne širimo nestrpnosti in sovražnega govora na spletu. Širjenje sovražnosti na spletu je kaznivo dejanje. Če pa naletimo nanj, ga prijavimo policiji.
10. Velikih tiskanih črk ne uporabljamo, razen v primeru, ko želimo kakšno besedo resnično poudariti. Prekomerno uporabo veliki tiskanih črk lahko primerjamo s kričanjem, ker pa seveda nočemo užaliti osebe na drugi strani ekrana, se uporabi le teh izogibajmo.  
Če želimo kaj poudariti, pisavo raje odebelimo, podčrtamo ali obarvamo. Priporočena je uporablja večjega fonta in klasične pisave, ki so bolj berljive in čitljive.
11. Smeške uporabljamo le, ko osebo dobro poznamo ali je naš bližnji prijatelj.
12. Pri pisanju sporočila moramo prav tako paziti na slovnična pravila. Ne moremo poslati sporočila, ne da bi ga prej pregledali in slovnično popravili. Če nastane napaka ali dve, ne bo velik problem, saj smo vsi le ljudje. Sporočil prav tako ne moremo pisati v slengu.

Tako sporočilo ne bo delovalo profesionalno in hitro lahko izgubimo kredibilnost s svojim pisanjem in naredimo več škode kot koristi.

### 3. 4 Objavljanje in deljenje fotografij in videoposnetkov na družbenih omrežjih

Družbena omrežja nam omogočajo, da drugim, predvsem tistim, ki jih ne vidimo vsak dan, povemo in s fotografijami ter z videoposnetki pokažemo, kaj radi počnemo, kaj nam je všeč in kaj zanimivega se nam je v zadnjem času zgodilo.

Na družbenih omrežjih lahko objavljamo fotografije utrinkov naših prostočasnih aktivnosti. Fotografiji popoldanskega sprehoda s psom in okusnega kosila, ki smo ga pripravili, sta povsem primerni za objavo. Z njima sporočamo, kaj imamo radi, in se povežujemo s tistimi, ki imajo podobna zanimanja.

Vsaka objavljena fotografija ustvarja našo spletno podobo, ki jo lahko vidijo naši prijatelji, znanci in tudi neznanci, bodoči sodelavci in delodajalci ter učitelji. Zato je nujno, da imamo nadzor nad svojimi profili in objavami.

Določene fotografije niso primerne za objavo na družbenih omrežjih. Razlogi so zelo različni, a vsem je skupno, da lahko nekatere fotografije ustvarjajo slab vtis o osebi, ki je na njih.

Ko se odločamo, katere fotografije so primerne za objavo in katere niso, si lahko pomagamo s preprostim vprašanjem: »Ali bi to fotografijo pokazal/pokazala svoji babici, staršem ali bodočim delodajalcem?« Če je odgovor ne, potem te fotografije ne objavimo. Neprimerne objave imajo namreč lahko negativne posledice.

Preden fotografijo objavimo, vprašamo prijatelja, če se s tem strinja. Fotografije, pa četudi je bila objavljena samo za nekaj minut, ne moremo kar tako izbrisati. Nekdo je med tem lahko naredil posnetek zaslona in fotografijo že delil z drugimi ali pa jo shranil za pozneje.

Če na družbenem omrežju kroži neprimerna fotografija, na kateri smo mi ali pa nekdo drug, je potrebno postopati tako, da objavo najprej shranimo (naredimo posnetek zaslona oz. »screenshot«), ampak je ne delimo, ne všečkamo in ne komentiramo, nato objavo na družbenem omrežju prijavimo in blokiramo osebo, ki jo je objavila. O objavi pa obvestimo tudi odraslo osebo, ki ji zaupamo.

### 3. 5 Uporaba kratic pri komunikaciji na družbenih omrežjih

Kratice so skrajšane oblike besed ali besednih zvez, ki se uporabljajo za hitro in učinkovito komuniciranje na različnih platformah, vključno z družbenimi omrežji. Uporaba kratic je pogosta na družbenih omrežjih, kjer omogočajo boljšo preglednost in hitrejšo izmenjavo sporočil v omejenem prostoru, kot so na primer tviti ali komentarji. Te kratice se pogosto razvijajo iz žargona in slenga določene skupnosti ali platforme ter imajo lahko specifičen pomen za tiste, ki so vključeni v to kulturo komuniciranja. Poleg tega lahko uporaba kratic izrazi tudi občutek pripadnosti ali identitete s skupino ljudi, ki uporablja isti jezik. Ključno je, da se uporabniki zavedajo, kako in kdaj uporabljati kratico, da ne pride do nesporazumov ali nerazumljivosti med komunikacijo.

Pri izbiri kratic za poznavanje njihovega pomena med osnovnošolci smo upoštevale tako tiste, ki so pogosto v uporabi v našem vsakdanjem komuniciranju, kot tudi nekatere, ki so nam manj poznane.

Kratice, ki jih poznamo in jih tudi same kdaj uporabimo, so:

THX:	Thanks – hvala
NP:	No problem – brez težav
BTW:	By the way – mimo grede
OMG:	Oh my god – O moj bog
YOLO:	You only live once – samo enkrat živiš
K ali KK:	Okay – v redu, OK

Kratice, ki so nam manj poznane oziroma nepoznane, pa so:

DWBH:	Don't worry, be happy – ne skrbi, bodi vesel
ROFL:	Rolling on the floor laughing – od smeha se po tleh valjam (še bolj smešno)
HAND:	Have a nice day – lep dan ti želim
HTH:	Hope this helps/Happy to help – upam, da pomaga, z veseljem pomagam
IU2U:	It's up to you – od tebe je odvisno
J4F:	Just for fun – samo za zabavo

Izmed nabora teh kratic smo za namen raziskave izbrale naslednje kratice:

BTW:	By the way – mimogrede
NP:	No problem – brez težav
YOLO:	You only live once – samo enkrat živiš
J4F:	Just for fun – samo za zabavo
HTH:	Hope this helps/Happy to help – upam, da pomaga, z veseljem pomagam
DWBH:	Don't worry, be happy – ne skrbi, bodi vesel

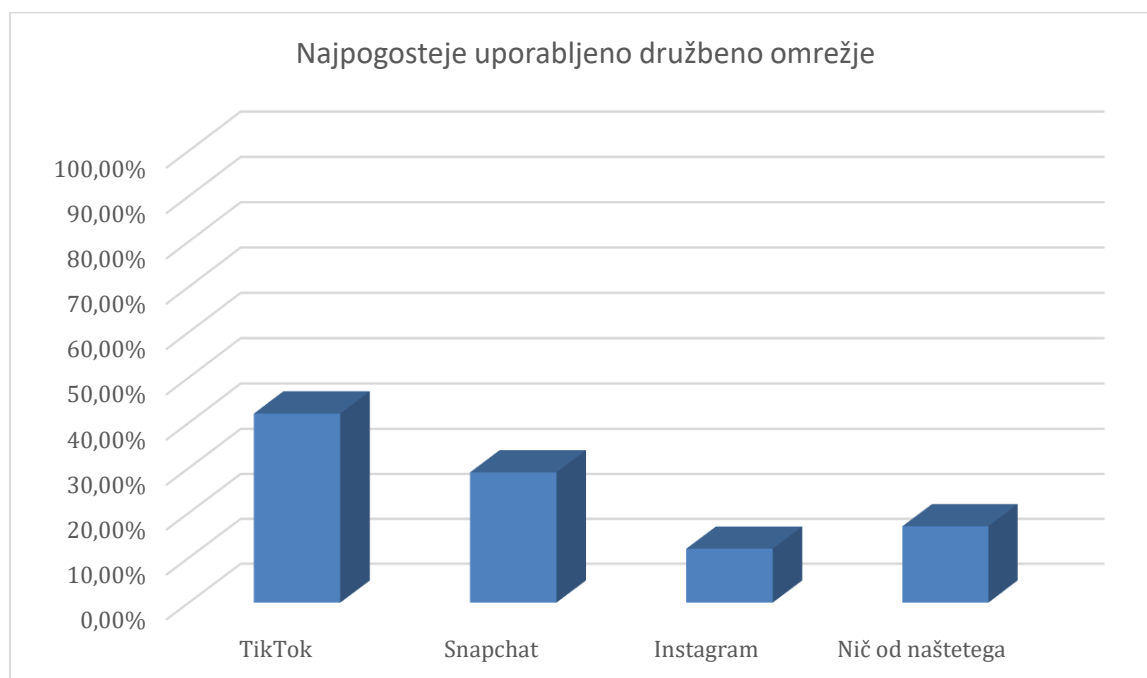
## 4 EMPIRIČNI DEL

### 4. 1 Analiza rezultatov anketnega vprašalnika

Z namenom preverjanja poznavanja spletnega bontona med osnovnošolci smo sestavile anketni vprašalnik in ga razdelile 180 anketirancem, in sicer osnovnošolcem III. triade. Rezultate ankete smo grafično prikazale.

Pri prvem vprašanju nas je zanimalo, katero od naštetih družbenih omrežij učenci najpogosteje uporabljajo.

Med navedenimi družbenimi omrežji je najbolj priljubljen TikTok, saj ga uporablja največ učencev (75 vprašanih). Sledi mu Snapchat, ki je v uporabi nekoliko manj pogosto, medtem ko je Instagram najmanj uporabljen med učenci, uporablja ga 12 % vprašanih. Ti rezultati kažejo na prevlado TikToka med osnovnošolci v primerjavi z drugimi družbenimi omrežji.



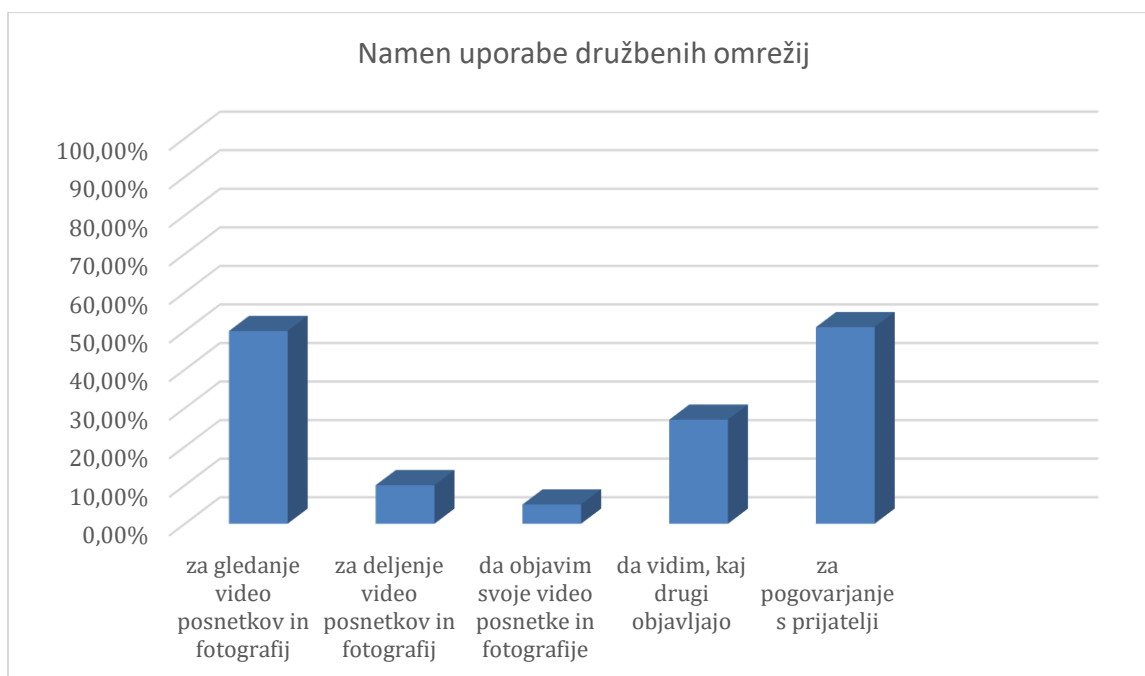
*Graf 1: Najpogosteje uporabljeno družbeno omrežje*

Pri drugem vprašanju smo želele izvedeti, za kaj oz. s katerim namenom učenci uporabljajo družbeno omrežje.

Večina učencev družbeno omrežje uporablja za gledanje videoposnetkov in fotografij, pri čemer ta namen izpostavlja 92 učencev. Nato sledi uporaba družbenega omrežja za pogovor



s prijatelji (91 učencev). 49 učencev uporablja družbeno omrežje za to, da vidijo, kaj objavljajo drugi. Manjši delež učencev uporablja družbeno omrežje za deljenje lastnih vsebin, kot so videoposnetki in fotografije (18 učencev) ali za objavljanje lastnih vsebin (9 učencev). Ti rezultati kažejo, da je glavni namen uporabe družbenega omrežja med učenci gledanje vsebin, medtem ko je tudi komunikacija s prijatelji in spremljanje vsebin, ki jih objavljajo drugi, pomemben vidik njihove uporabe družbenih omrežij.

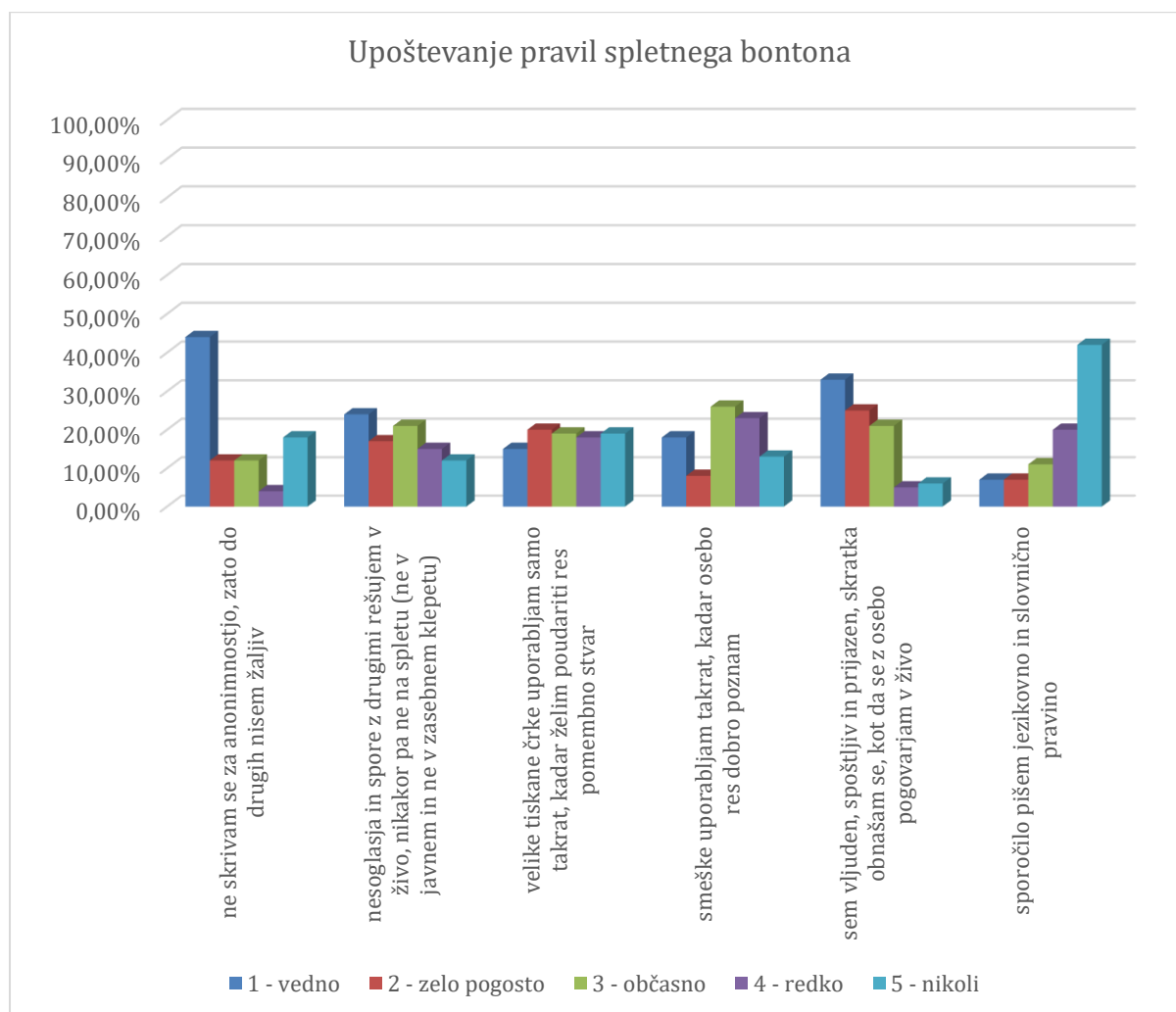


*Graf 2: Namen uporabe družbenih omrežij*

Pri tretjem vprašanju anketnega vprašalnika so morali učenci pravila spletnega bontona, ki veljajo pri komuniciranju na družbenih omrežjih, razvrstiti glede na to, kako pogosto ta pravila tudi sami upoštevajo.

Na podlagi analize podatkov lahko ugotovimo, da učenci različno upoštevajo pravila spletnega bontona pri komuniciranju na družbenih omrežjih. Glede na prvo pravilo, ki se nanaša na odkritost in nežaljivost, večina učencev (56 %) navaja, da pravilo upošteva vedno ali zelo pogosto. Za drugo pravilo, ki se nanaša na reševanje nesoglasij in sporov v živo, 41 % učencev pravi, da ga upošteva vedno ali zelo pogosto. Dobra tretjina vprašanih (35 %) vedno ali zelo pogosto uporablja velike tiskane črke samo takrat, kadar želijo poudariti res pomembno stvar. Glede uporabe smeškov skoraj polovica učencev (49 %) pravi, da jih uporablja občasno ali redko, le manjši odstotek (26 %) pa jih uporablja vedno ali zelo pogosto. Kar se tiče spoštljivega in prijaznega obnašanja, večina učencev (58 %) navaja, da se obnaša vedno ali zelo pogosto tako, kot da se z osebo pogovarjajo v živo. Pri uporabi jezikovno in slovnično

pravilnega sporočanja pa večina učencev (62 %) pravi, da to počne redko ali nikoli, medtem ko le 14 % učencev navaja, da to počnejo vedno oziroma zelo pogosto. Ti rezultati kažejo na različne ravni ozaveščenosti in upoštevanja pravil spletnega bontona med učenci, pri čemer nekateri pravila bolj dosledno upoštevajo kot drugi.



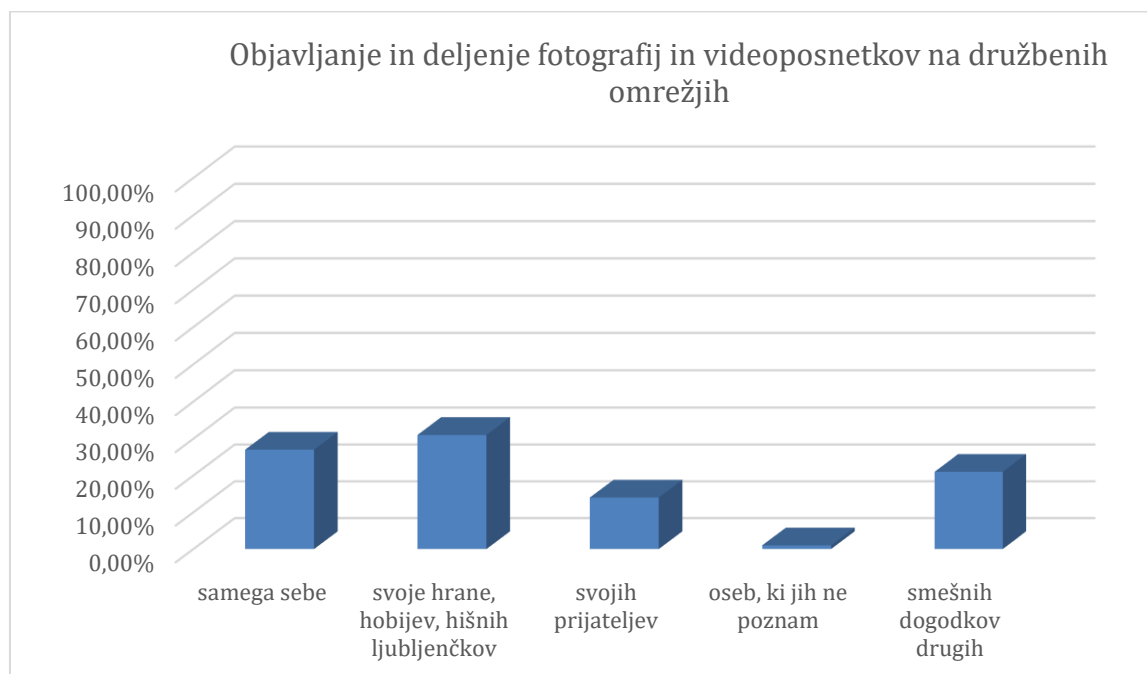
*Graf 3: Upoštevanje pravil spletnega bontona*

Pri četrtem vprašanju anketnega vprašalnika nas je zanimalo, katere fotografije in videoposnetke učenci delijo na družbenih omrežjih.

Ugotovimo lahko, da učenci na družbenih omrežjih objavljajo različne vrste fotografij in videoposnetkov. Najpogosteje učenci (31 %) objavljajo vsebine, povezane s svojo hrano, hobiji in hišnimi ljubljenci. Sledi jim skupina učencev (27 %), ki objavlja in deli fotografije ter videoposnetke samih sebe. Manjši delež učencev (14 %) objavlja vsebine, povezane s svojimi

prijatelji, medtem ko le 1 % učencev objavlja vsebine, ki vključujejo osebe, ki jih ne poznajo. Poleg tega 21 % učencev objavlja fotografije in videoposnetke smešnih dogodkov drugih.

Te ugotovitve odražajo raznolikost in različne pristope učencev k objavljanju vsebin na družbenih omrežjih. Kljub temu pa je pomembno upoštevati, da vsaka objavljena vsebina oblikuje našo spletno podobo in lahko vpliva na to, kako nas vidijo naši prijatelji, znanci in morebitni bodoči delodajalci. Zato je ključnega pomena, da smo previdni pri izbiri vsebin, ki jih delimo, ter da se zavedamo morebitnih posledic neprimernih objav.



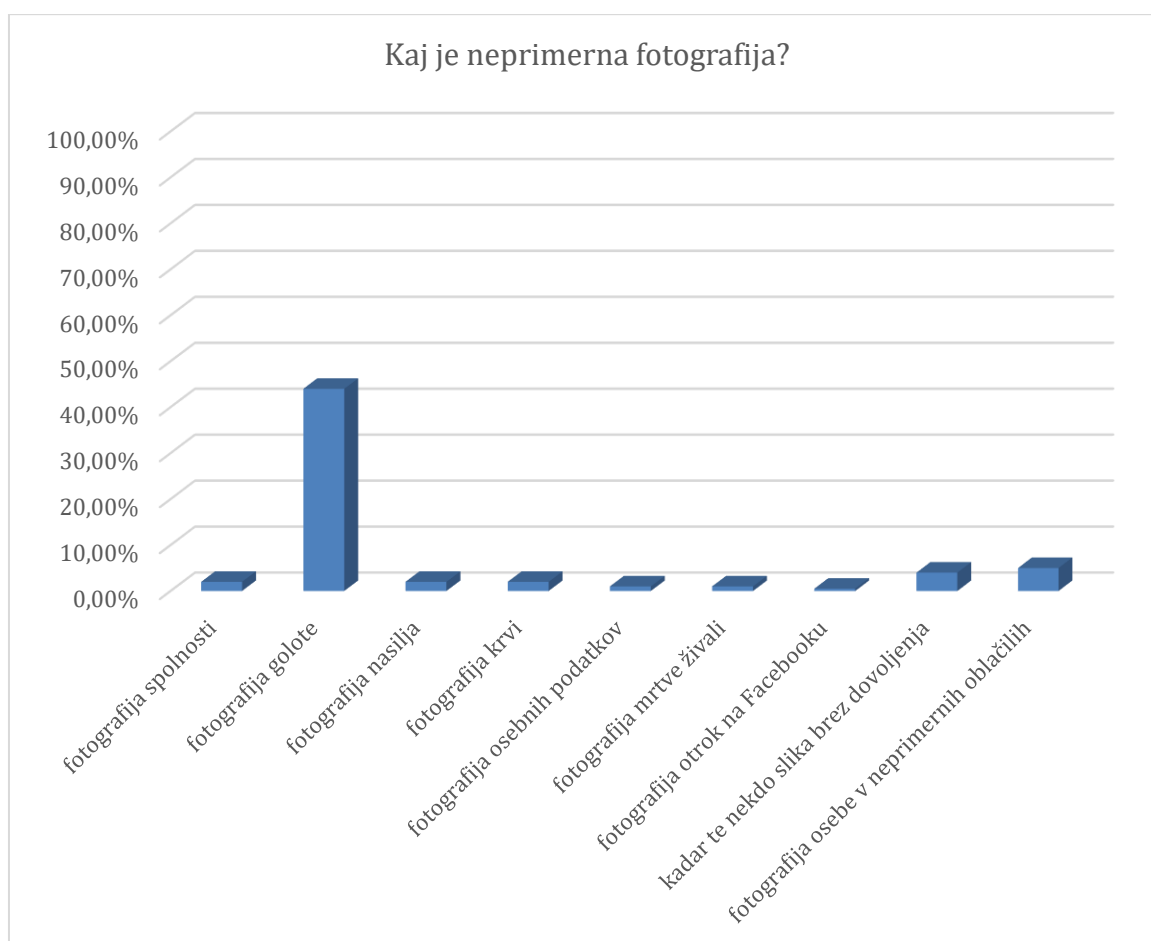
*Graf 4: Objavljanje in deljenje fotografij in videoposnetkov na družbenih omrežjih*

Pri petem vprašanju anketnega vprašalnika nas je zanimalo, kaj je za učence neprimerna fotografija.

Opaziti je, da večina učencev prepoznava neprimerne vsebine, ki niso primerne za objavo na družbenih omrežjih. Največji odstotek (44 %) učencev se zaveda, da je fotografija golote neprimerna za deljenje na spletnih platformah. Poleg tega se 5 % učencev zaveda tudi, da objava fotografije osebe v neprimernih oblačilih ni primerna. Manjši odstotek učencev prepozna tudi druge neprimerne vsebine, kot so fotografija spolnosti (2 %), fotografija nasilja (2 %), fotografija krvi (2 %), fotografija osebnih podatkov (1 %), fotografija mrtve živali (1 %) in objava fotografije otrok na Facebooku (0,5 %).

Lahko bi rekli, da večina učencev razume pomen primernosti vsebin na družbenih omrežjih in se zaveda neprimernosti objavljanja fotografij, ki lahko vplivajo na njihovo spletno podobo ter

lahko negativno vplivajo na odnose z drugimi uporabniki. Verjamemo pa, da obstajajo tudi nekateri učenci, ki morda niso popolnoma ozaveščeni o neprimernosti določenih vsebin, kar poudarja potrebo po nadaljnem in stalnem ozaveščanju mladih o primernem vedenju na družbenih omrežjih.

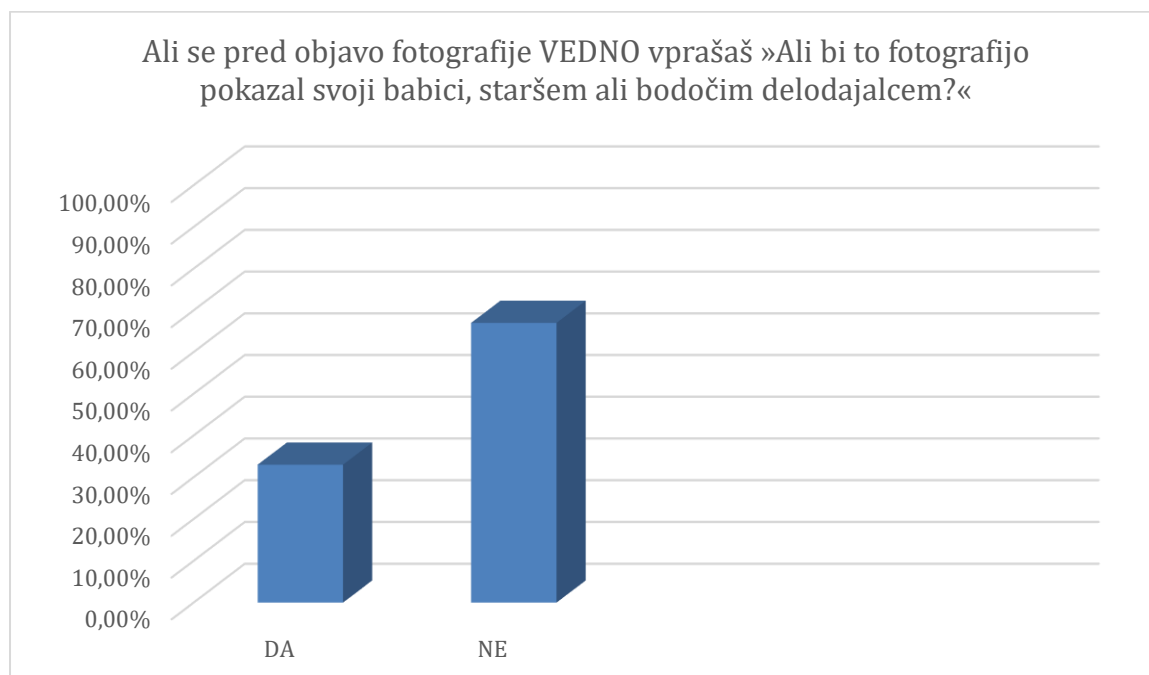


*Graf 5: Kaj je neprimerna fotografija?*

Pri šestem vprašanju nas je zanimalo, ali si učenci, ko se odločajo za objavo fotografije, vedno zastavijo naslednje vprašanje: »Ali bi to fotografijo pokazal svoji babici, staršem ali bodočim delodajalcem?«

Opaziti je, da manjšina učencev (33 %) pred objavo fotografije vedno upošteva pravilo, ali bi to fotografijo pokazali svoji babici, staršem ali bodočim delodajalcem. Nasprotno pa večina učencev (67 %) pravila ne upošteva vedno. To kaže, da obstaja precejšen delež učencev, ki se morda ne zavedajo ali pa ne upoštevajo pomembnosti tega pravila pri objavljanju fotografij na družbenih omrežjih. Pravilo, ali bi fotografijo pokazali svojim bližnjim ali bodočim delodajalcem, je pomemben dejavnik pri odločanju, ali je fotografija primerna za objavo na

spletu. Neupoštevanje tega pravila lahko privede do neprimernih objav, ki lahko negativno vplivajo na spletno podobo posameznika in vplivajo na odnose z drugimi. Torej je tudi tu zelo pomembno nadaljnje ozaveščanje učencev o pomenu odgovornega ravnanja pri objavljanju vsebin na družbenih omrežjih.



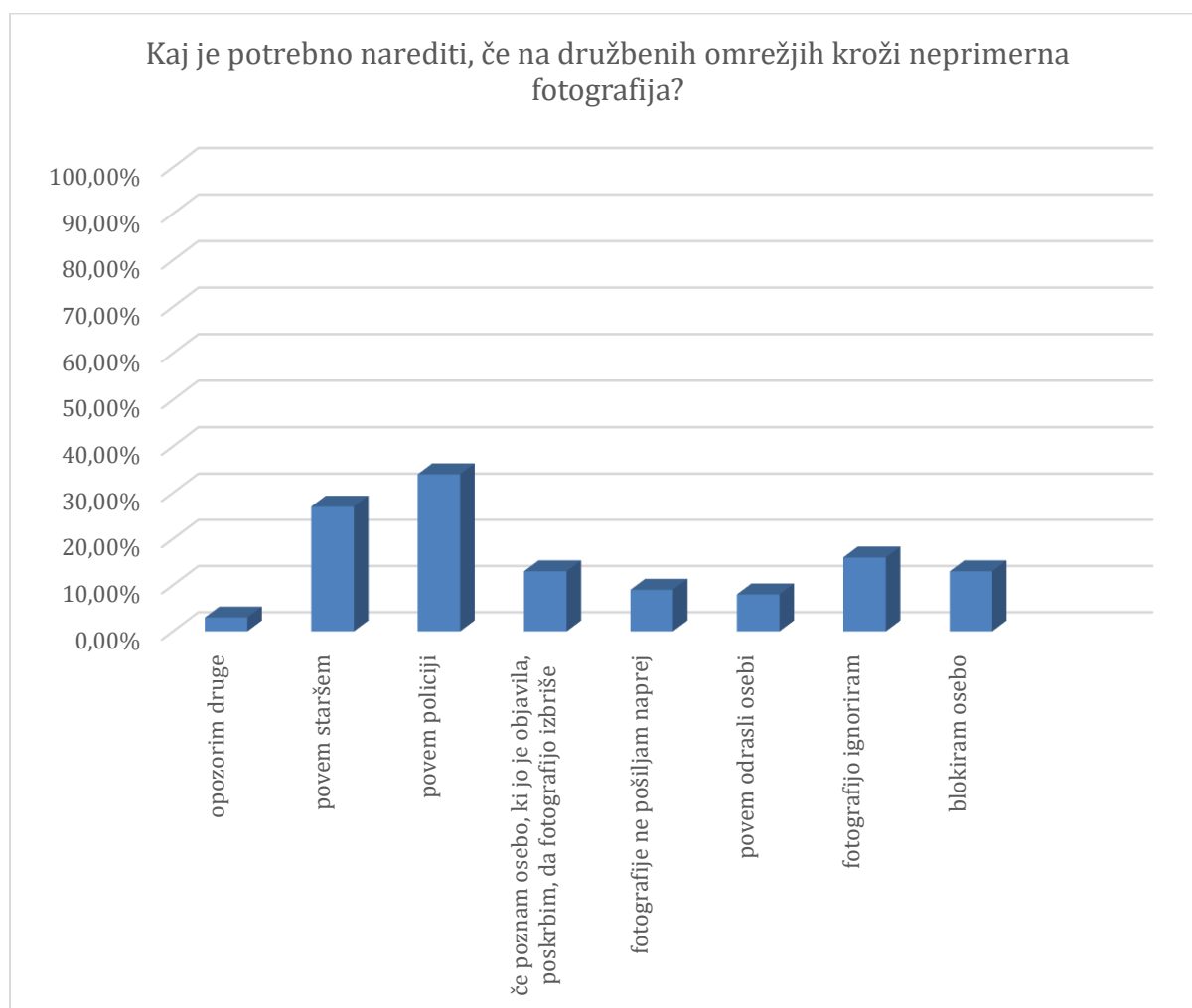
*Graf 6: Ali se pred objavo fotografije VEDNO vprašaš: »Ali bi to fotografijo pokazal svoji babici, staršem ali bodočim delodajalcem?«*

Pri sedmem vprašanju anketnega vprašalnika so morali učenci napisati, kaj je potrebno narediti, če na družbenih omrežjih kroži neprimerna fotografija.

Največ učencev (61 vprašanih) navaja, da bi v primeru neprimerne fotografije to sporočili policiji, kar kaže na njihovo skrb za varnost in reševanje morebitnih neprimernih situacij. Poleg tega veliko učencev (48 vprašanih) navaja, da bi o neprimerni fotografiji obvestili svoje starše, kar kaže na njihovo zaupanje in željo po podpori odraslih. Manjši delež učencev (23 vprašanih) bi v primeru, da poznajo osebo, ki je fotografijo objavila, poskrbeli, da se fotografija izbriše, kar poudarja njihovo odgovornost do lastne in tuje varnosti na spletu. Nekaj učencev (16 vprašanih) navaja, da fotografij ne bi posredovali naprej, kar poudarja zavedanje o pomenu neširjenja neprimernih vsebin. 14 vprašanih učencev bi o neprimerni fotografiji obvestili odraslo osebo, medtem ko bi drugi (29 vprašanih) fotografijo ignorirali. Manjši delež učencev (23 vprašanih) pa bi blokirali osebo, ki je objavila neprimerno fotografijo.

Analiza kaže na raznolike odzive učencev v primeru neprimernih vsebin na družbenih omrežjih. Kljub temu da večina učencev izraža željo po ukrepanju, je opaziti tudi manjši delež

tistih, ki bi raje ignorirali takšne vsebine. Pomembno je spodbujati učence k ozaveščenju o varni rabi spleta ter k aktivnemu ukrepanju v primeru neprimernih situacij, kar lahko prispeva k izboljšanju spletnega okolja in varnosti na družbenih omrežjih.

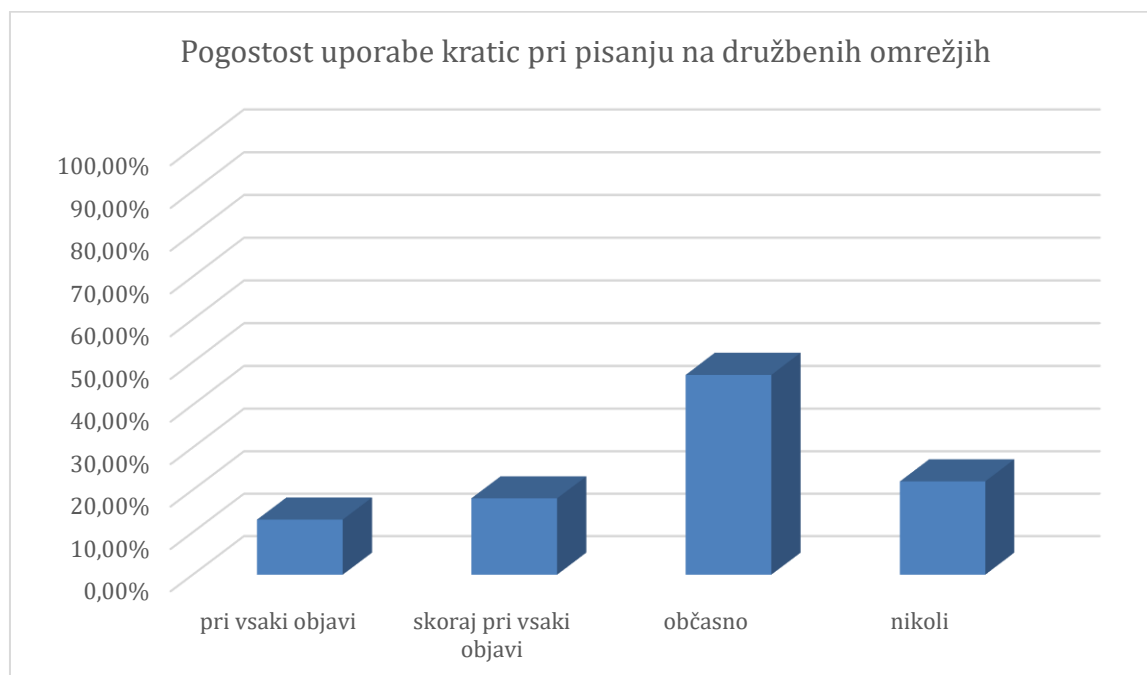


*Graf 7: Kaj je potrebno narediti, če na družbenih omrežjih kroži neprimerna fotografija?*

Pri osmem vprašanju anketnega vprašalnika nas je zanimalo, kako pogosto učenci pri pisanju objav na družbenih omrežjih uporabljajo kratice.

Skoraj pri vsaki objavi na družbenih omrežjih 18 % učencev uporablja kratice. Poleg tega 13 % učencev (24 vprašanih) navaja, da uporabljajo kratice prav pri vsaki objavi. Precejšen delež učencev (84 vprašanih) kratice uporablja občasno, kar kaže na pogosto uporabo kratic pri njihovem spletnem komuniciranju. Na drugi strani pa opazimo tudi, da 39 učencev kratic nikoli ne uporablja.

Analiza nakazuje, da je uporaba kratic med učenci precej pogosta, saj veliko učencev uporablja kratice bodisi pri vsaki objavi oziroma skoraj pri vsaki bodisi občasno. To kaže na prevladujoč trend hitrega in sproščenega načina komuniciranja na družbenih omrežjih, kjer so kratice pogosto uporabljeno sredstvo za izražanje misli in sporočil na učinkovit način.



*Graf 8: Pogostost uporabe kratic pri pisanju na družbenih omrežjih*

Pri devetem vprašanju anketnega vprašalnika so morali učenci napisati, kaj pomeni katera od navedenih kratic.

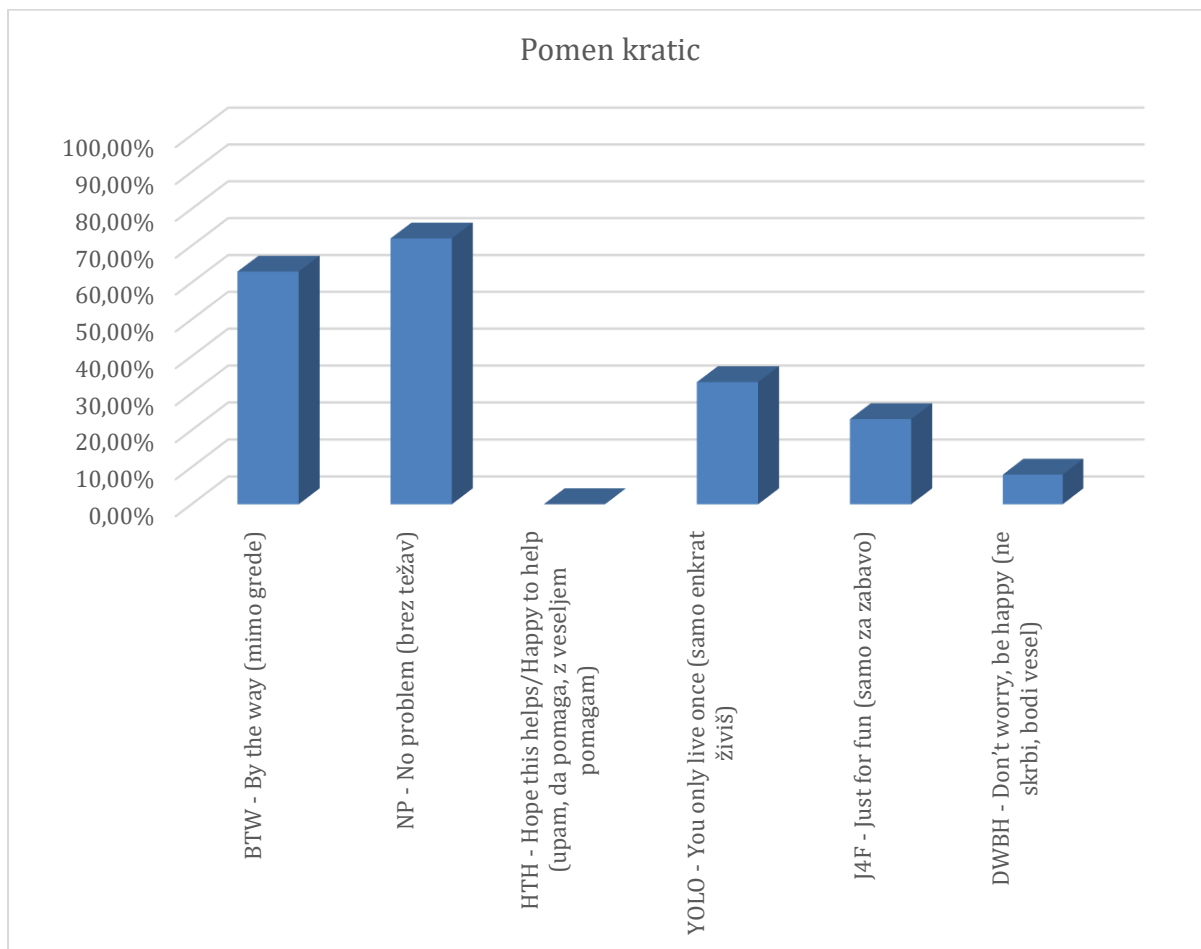
Največji delež učencev (72 %) pravilno razume kratico "NP" kot "No problem" (brez težav), kar kaže na razširjeno uporabo te kratico v spletni komunikaciji. Podobno velik delež učencev (63 %) pravilno razume kratico "BTW" kot "By the way" (mimogrede), kar pomeni, da je tudi ta kratica precej poznana in razumljena med učenci.

Kratica "YOLO" (You only live once – samo enkrat živiš) je precej poznana med učenci, saj jo pozna 33 % vprašanih. Kljub temu pa je manj poznana kratica "DWBH" (Don't worry, be happy – ne skrbi, bodi vesel), saj jo pozna le 8 % učencev.

Kratica "J4F" (Just for fun – samo za zabavo) je poznana med 23 % vprašanih učencev.

Kratica "HTH" (Hope this helps/Happy to help – upam, da pomaga, z veseljem pomagam) med učenci (0 %) ni bila prepoznana.

Kljub temu da so nekatere kratice širše razširjene in razumljene, pa obstajajo tudi tiste, ki so manj poznane ali uporabljene. Pomembno je, da se učenci zavedajo pomena in uporabe kratic v spletni komunikaciji, pomembno pa je tudi, da se ozaveščajo o ustrezni in primerni rabi kratic glede na kontekst in situacijo.



Graf 9: Pomen kratic



## 4. 2 Analiza intervjuja

Sestavile smo 9 vprašanj, ki smo jih nato v obliki intervjuja postavile antropologu, dr. Danu Podjedu. Z veseljem je odgovoril na naša vprašanja, katerih vsebino in odgovore najdete spodaj.

### 1. Zakaj so družbena omrežja med mladimi tako zelo razširjena in priljubljena?

*Vredno bi bilo preveriti, če so med mladimi spletna družbena omrežja bolj priljubljena kot med starejšimi. Gotovo pa so postala v zadnjih dveh desetletjih pomemben pripomoček za povezovanje ljudi, in to tako starejših kot mlajših. Zakaj? Ker nam dajejo – vsaj navidezno – občutek nenehne tesne povezanosti. In ta občutek je pogosto zmoten.*

### 2. Katero družbeno omrežje je med najstniki najbolj priljubljeno?

*Po mojih izkušnjah sta med najstniki najbolj priljubljena TikTok in Snapchat. Nekaj časa je bilo v vzponu omrežje BeReal, ki pa je morda že nekoliko izgubilo zagon.*

### 3. Za kaj (s katerim namenom) najstniki uporabljajo družbena omrežja?

*Zdi se, da jih uporabljajo v prvi vrsti za medsebojno sporazumevanje. Na Facebook so, denimo, prijavljeni, čeprav po tem omrežju ne objavljajo. Prijavljeni pa ostajajo zaradi Messengerja, torej pripomočka za klepet na daljavo.*

### 4. Kaj so, po vašem mnenju, prednosti in slabosti družbenih omrežij? Katerih je več? Prednosti ali slabosti?

*Glavna prednost je omenjeni občutek povezanosti. To pa je tudi glavna slabost omrežij. Ker imamo občutek, da imamo ogromno »prijateljev«, morda celo na tisoče, se nam zdi, da je naša socialna mreža izjemno pestra in gosto stkana. Dejansko pa smo zaradi tega lažnega občutka (pre)obilja prijateljev pogosto dejansko celo še revnejši po svojem dejanskem socialnem kapitalu. Ker imamo več »prijateljev« po omrežjih, izgublamo dejanske prijatelje v fizičnem prostoru.*

### 5. Ali najstniki dovolj dobro poznajo spletni bonton?

*Mislím, da ga ne poznajo dobro. In starejši jim pri tem niso posebej dober zgled. Če pogledamo, denimo, kako med sabo po omrežju X, torej nekdanjem Twitterju, komunicirajo politiki, ki naj bi bili drugim državljanom tudi vzor, to pravzaprav niti ni presenetljivo.*

### 6. Kdo igra največjo vlogo pri vzgajanju ustreznega bontona in "obnašanja" najstnikov na družbenih omrežjih?

*Kot kaže, vse večjo vlogo pri vzgoji in izobraževanju prevzemajo t. i. influencerji oziroma vplivneži, ki po spletu in na daljavo sooblikujejo vsakdanje navade in prakse ter seveda vedenje najstnic in najstnikov. Vsi vplivneži seveda niso slabi; sporočila mnogih med njimi so pozitivna, smiselna in spodbudna. Vmes pa je seveda tudi nekaj posameznikov, kakršen je Andrew Tate,*

*ki s svojimi nastopi po omrežjih širi izjemno negativna sporočila in zgrešene vrednote, od mizoginije do pohlepa. Menim, da so tudi zaradi takšnih posameznikov, ki imajo lahko velik vpliv na mlade, vse bolj šokantni rezultati raziskav o odnosu mladih do nekaterih temeljnih vrednot in pravic, ki so se še pred desetletjem zdele samoumevne. V zadnji raziskavi ICCS, ki meri državljanske veščine in vednost, se je 48 odstotkov osmošolcev in 12 odstotkov osmošolk strinjalo, da so moški bolj usposobljeni za politične voditelje kot ženske, več kot 30 odstotkov fantov pa se je strinjalo, da se ženske sploh ne bi smele ukvarjati s politiko. Morda so takšne vrednote med mladimi še bistveno bolj zaskrbljujoče od nelepega vedenja in kletvic.*

7. S katerim namenom najstniki objavljajo neprimerne in žaljive vsebine ali/in neprimerne fotografije?

*Živimo v družbi spektakla, v kateri je glavni imperativ biti viden, opažen. V poplavi posnetkov in podob je treba izstopati. In najbolj vidne so seveda tiste vsebine, ki sežejo čez rob dostojnega, torej neprimerne in žaljive, pa tudi razgaljene in pornografske.*

8. Ali menite, da najstniki vedo, kako postopati v primeru, če nekdo objavi njihovo neprimerno fotografijo?

*Mislim, da to vedo morda celo bolje kot njihovi starši. Ni pa nujno, da bodo tudi dejansko ukrepali in prijavili storilca.*

9. Ali uporaba družbenih omrežij vpliva na življenje in šolske obveznosti (šolski uspeh) najstnikov? Kaj pa na njihovo obnašanje?

*Seveda omrežja vplivajo na naš vsakdanjik in tudi na samopodobo. Če ves čas gledamo ozaljšane podobe po Instagramu in drugih omrežjih, začnemo postopno spremljati svet skozi »filter«, po katerem je vse, kar je na drugi strani, videti boljše, lepše, resničnost na tej strani pa je pusta, siva. Po mojem mnenju to vodi v kolektivni manjvrednostni kompleks po eni strani in družbeni narcisizem po drugi strani. To pomeni, da je razkazovanje lastne lepote in »čudovitega življenja« postala norma – in nova normalnost. In če ves čas gledamo druge, kako so krasni in kako uživajo, smo seveda zavistni ... In tako se začne začaran krog razkazovanja in opazovanja.*

## 5 RAZPRAVA

**Hipoteza 1:** Učenci družbena omrežja najpogosteje uporabljajo za pogovarjanje s prijatelji.

Na podlagi rezultatov lahko sklepamo, da večina učencev (91 učencev) družbena omrežja uporablja za pogovor s prijatelji. Čeprav je gledanje videoposnetkov in fotografij najpogostejši namen uporabe družbenih omrežij med učenci, je komunikacija s prijatelji še vedno pomemben vidik njihove uporabe. To kaže na to, da je socializacija in interakcija z vrstniki ključna vloga družbenih omrežij v življenju mladih. Glede na rezultate lahko sklepamo, da se hipoteza, da učenci najpogosteje uporabljajo družbena omrežja za pogovor s prijatelji, **potrdi**.

**Hipoteza 2:** Učenci pri komunikaciji na družbenih omrežjih najbolj pogosto uporabljajo pravilo uporabe smeškov.

Na podlagi analize podatkov se hipoteza, da učenci pri komunikaciji na družbenih omrežjih najbolj pogosto uporabljajo pravilo uporabe smeškov, **ne potrdi**. Rezultati kažejo, da le manjši odstotek učencev (26 %) smeške uporablja vedno ali zelo pogosto. Večina anketiranih (49 %) jih uporablja občasno ali redko.

Iz raziskave je razvidno, da učenci različno upoštevajo pravila spletnega bontona pri komuniciranju na družbenih omrežjih. Na splošno se zdi, da so bolj dosledni pri upoštevanju pravil odkritosti in nežaljivosti ter spoštljivega in prijaznega obnašanja, saj večina učencev navaja, da ta pravila upošteva vedno ali zelo pogosto.

Glede na to, da večina učencev smeške uporablja le občasno ali redko, se hipoteza ne potrdi. Raziskava nakazuje, da učenci morda raje uporabljajo druge načine komuniciranja ali izražanja na družbenih omrežjih, kot so besedila, fotografije ali videoposnetki, namesto uporabe smeškov.

**Hipoteza 3:** Učenci pri komunikaciji na družbenih omrežjih najmanj pogosto uporabljajo pravilo pisanja sporočil, ki so jezikovno in slovnično pravilna.

Hipoteza, da učenci pri komunikaciji na družbenih omrežjih najmanj pogosto uporabljajo pravilo pisanja sporočil, ki so jezikovno in slovnično pravilna, **se potrdi**.

Iz rezultatov raziskave izhaja, da večina učencev (62 %) pravi, da jezikovno in slovnično pravilno sporočanje počne redko ali nikoli. Le manjši delež učencev (14 %) navaja, da to počne vedno ali zelo pogosto.

To kaže na to, da je večina učencev manj pozorna na jezikovno in slovnično pravilnost svojih sporočil pri komunikaciji na družbenih omrežjih. Takšno vedenje je lahko posledica hitrosti

komuniciranja na teh platformah ter priročnosti uporabe kratic in slenga, ki sta pogosta v neformalnih spletnih okoljih. Kljub temu je pomembno opozoriti, da lahko neupoštevanje pravil jezikovne pravilnosti v spletnih komunikacijah vpliva na dojetje učenca s strani drugih uporabnikov družbenih omrežij.

**Hipoteza 4:** Učenci smiselno opredelijo definicijo, kaj je neprimerna fotografija.

Hipoteza, da učenci smiselno opredelijo definicijo, kaj je neprimerna fotografija, **se potrdi**.

Rezultati raziskave kažejo, da večina učencev razume pomen primernosti vsebin na družbenih omrežjih. Največji odstotek učencev (44 %) se zaveda, da je fotografija golote neprimerna za deljenje na spletnih platformah, medtem ko se manjši odstotki učencev zavedajo neprimernosti drugih vsebin, kot so fotografija spolnosti (2 %), fotografija nasilja (2 %), fotografija krvi (2 %), fotografija osebnih podatkov (1 %), fotografija mrtve živali (1 %) in objava fotografije otrok na Facebooku (0,5 %).

Glede na te rezultate lahko sklepamo, da večina učencev prepozna neprimerne vsebine in se zaveda posledic objave takšnih vsebin na družbenih omrežjih. To nakazuje, da obstaja določena stopnja ozaveščenosti med učenci o primernem vedenju na teh platformah. Kljub temu pa je pomembno nadaljevati s procesom ozaveščanja in izobraževanja mladih o varni in primerni uporabi družbenih omrežij, da bi se zmanjšalo tveganje za negativne posledice objavljanja neprimernih vsebin.

**Hipoteza 5:** Učenci ne vedo dovolj dobro, kaj je potrebno narediti, kadar na družbenih omrežjih kroži neprimerna fotografija.

Hipoteza, da učenci ne vedo dovolj dobro, kaj je potrebno narediti, kadar na družbenih omrežjih kroži neprimerna fotografija, **se ovrže**.

Rezultati raziskave kažejo, da večina učencev pozna ustrezne ukrepe, ki jih je treba sprejeti v primeru, ko na družbenih omrežjih kroži neprimerna fotografija. Največji odstotek učencev (61 vprašanih) navaja, da bi v primeru neprimerne fotografije to sporočili policiji, kar kaže na njihovo skrb za varnost in reševanje morebitnih neprimernih situacij. Poleg tega veliko učencev (48 vprašanih) navaja, da bi o neprimerni fotografiji obvestili svoje starše, kar kaže na njihovo zaupanje in željo po podpori odraslih. Manjši delež učencev (23 vprašanih) bi v primeru, da poznajo osebo, ki je fotografijo objavila, poskrbeli, da se fotografija izbriše, kar poudarja njihovo odgovornost do lastne in tuje varnosti na spletu. Nekaj učencev (16 vprašanih) navaja, da fotografij ne bi posredovali naprej, kar poudarja zavedanje o pomenu neširjenja neprimernih vsebin. 14 vprašanih učencev bi o neprimerni fotografiji obvestili odraslo osebo, medtem ko bi drugi (29 vprašanih) fotografijo ignorirali. Manjši delež učencev (23 vprašanih) pa bi blokirali osebo, ki je objavila neprimerno fotografijo. Te ugotovitve

kažejo, da učenci precej dobro razumejo, kako ravnati v primeru neprimernih vsebin na družbenih omrežjih, kar zavrača hipotezo, da ne vedo dovolj dobro, kako ravnati v takšnih situacijah.

**Hipoteza 6:** Učenci dobro poznajo pomen kratic, ki se uporabljajo na družbenih omrežjih.

Hipoteza, da učenci dobro poznajo pomen kratic, ki se uporabljajo na družbenih omrežjih, se **delno potrdi**.

Rezultati kažejo, da večina učencev pravilno razume pomen nekaterih kratic, ki se pogosto uporabljajo na družbenih omrežjih. Največji delež učencev (72 %) pravilno razume kratico "NP", kar kaže na razširjeno uporabo te kratice v spletni komunikaciji. Podobno velik delež učencev (63 %) pravilno razume kratico "BTW", kar pomeni, da je tudi ta kratica precej poznana in razumljena med učenci.

Vendar pa obstajajo tudi kratice, ki so manj poznane ali uporabljene. Na primer, kratica "YOLO" je precej poznana med učenci, medtem ko je manj poznana kratica "DWBH", saj jo pozna le 8 % učencev. Kratica "J4F" je poznana med 23 % vprašanih učencev, kratica "HTH" pa med učenci (0 %) ni bila prepoznana.

Tako kljub splošni razumljivosti nekaterih kratic obstajajo tudi tiste, ki so manj znane ali pa jih učenci ne uporabljajo toliko.

## 6 SKLEPI

Sklepi raziskovalne naloge temeljijo na analizi teoretičnih izhodišč, ki smo jih pridobile iz literature o spletnem bontonu in uporabi družbenih omrežij. Med raziskavo smo si zastavile več hipotez in preverile, ali se te potrjujejo ali ovržejo na podlagi empiričnih podatkov, ki smo jih zbrale s pomočjo anketnega vprašalnika.

Naša raziskava je pokazala, da učenci različno upoštevajo pravila spletnega bontona pri komuniciranju na družbenih omrežjih. Čeprav večina učencev izkazuje določeno raven ozaveščenosti o pravilih spletnega bontona, pa obstajajo tudi nekatere vrzeli in nejasnosti v njihovem razumevanju ter upoštevanju teh pravil.

Potrdile smo večino hipotez, medtem ko smo nekatere tudi ovrgle. Na primer, hipoteza o uporabi smeškov pri komuniciranju na družbenih omrežjih ni bila povsem potrjena, saj se je izkazalo, da jih večina učencev uporablja le občasno ali redko. Podobno je bila potrjena hipoteza o slabšem upoštevanju jezikovnih in slovničnih pravil pri pisanju objav na družbenih omrežjih.

Naše ugotovitve se precej skladajo z razmišljanjem Dana Podjeda, ki ga je podal v svojih odgovorih na naša vprašanja. Podobno kot smo ugotovile v naši raziskavi, da se družbena omrežja najpogosteje uporabljajo za medsebojno komunikacijo, tudi Dan Podjed ugotavlja, da so mladi na teh platformah predvsem zaradi klepeta na daljavo. Njegova razmišljanja o tem, da mladi morda ne poznajo dovolj dobro spletnega bontona, se ujemajo z našimi ugotovitvami, da obstajajo vrzeli v razumevanju in upoštevanju pravil spletnega bontona med učenci.

Zaskrbljujoče je njegovo razmišljanje o tem, kdo igra največjo vlogo pri vzgajanju in oblikovanju primerne obnašanja najstnikov na družbenih omrežjih. Pravi, da vse večjo vlogo namesto staršev prevzemajo vplivneži, ki na daljavo oblikujejo navade in vedenje najstnikov. Najbolj skrb vzbujajoče je dejstvo, da lahko vplivneži širijo izjemno negativna sporočila in zgrešene vrednote, kar je po besedah Dana Podjeda bolj zaskrbljujoče kot neprimerno oziroma nelepo vedenje.

Njegova razmišljanja o tem, da najstniki morda vedo, kako postopati v primeru, če nekdo objavi neprimerno fotografijo, vendar ne nujno tudi ukrepajo, podpirajo naše ugotovitve, saj le-te kažejo, da učenci precej dobro razumejo, kako ravnati v primeru neprimernih vsebin na družbenih omrežjih. Dejstvo pa je, da učencev nismo povprašale, kolikokrat so dejansko ukrepali tako, kot so napisali, kaj bi storili, če bi na družbenih omrežjih krožila neprimerna fotografija.

Glede na naše ugotovitve bi bilo priporočljivo v prihodnje izvajati več ozaveščevalnih kampanj in izobraževanj o pravilni rabi družbenih omrežij in spletnega bontona med mladimi. Pomembno je, da se učenci že v mladih letih naučijo primerne vedenja na spletu, saj lahko to pomembno vpliva na njihovo spletno podobo, odnose z drugimi uporabniki ter celotno spletno kulturo. Poleg tega bi bile koristne tudi nadaljnje raziskave na tem področju, ki bi omogočile boljše razumevanje dinamike uporabe družbenih omrežij med mladimi in učinkovitejše ukrepanje za izboljšanje primerne spletnega komuniciranja.

## 7 VIRI IN LITERATURA

1. Bonton na spletu: <https://spletnik.si/blog/bonton-na-spletu/>, dostop: 21. 11. 2023
2. Spletni in mobilni bonton oz. etika: <https://safe.si/nasveti/obnasanje-na-spletu/spletni-in-mobilni-bonton>, dostop: 21. 11. 2023
3. Obnašanje na spletu – 10 naj nasvetov: <https://safe.si/nasveti/obnasanje-na-spletu/obnasanje-in-komuniciranje-na-spletu-10-naj-nasvetov>, dostop: 21. 11. 2023
4. Katere fotografije so primerne za objavo na družbenih omrežjih?: <https://casoris.si/sola-se-predstavi/katere-fotografije-so-primerne-za-objavo-na-druzbenih-omrezjih/>, dostop: 21. 11. 2023
5. Angleške kratice: 16 najpogosteje uporabljenih kratic: <https://jezikovna-akademija.si/angleske-kratice-16-najpogosteje-uporabljenih-kratic/>, dostop: 21. 11. 2023
6. Za zmedene starše: Razvozlati smo nekaj izrazov, ki jih v sporočilih uporabljajo najstniki: <https://www.dnevnik.si/1042527346>, dostop: 21. 11. 2023
7. Značilnosti družabnih omrežij: <https://www.portalosv.si/druzabna-omrezja/znacilnosti-druzabnih-omrezij/>, dostop: 22. 11. 2023
8. TikTok: <https://safe.si/nasveti/druzabna-omrezja/tik-tok>, dostop: 22. 11. 2023
9. Snapchat: <https://safe.si/nasveti/druzabna-omrezja/snapchat>, dostop: 22. 11. 2023
10. Instagram: <https://safe.si/nasveti/druzabna-omrezja/instagram>, dostop: 22. 11. 2023

## VIRI SLIK

1. Safe.si: <https://safe.si/nasveti/druzabna-omrezja/tik-tok>, dostop: 22. 11. 2023
2. Safe.si: <https://safe.si/nasveti/druzabna-omrezja/snapchat>, dostop: 22. 11. 2023
3. Safe.si: <https://safe.si/nasveti/druzabna-omrezja/instagram>, dostop: 22. 11. 2023



## 8 PRILOGE

### 8. 1 Anketni vprašalnik

Pozdravljeni,

smo Lana Freitag, Sara Hunjadi in Julija Lesjak, mlade raziskovalke in učenke OŠ Hudinja. V okviru raziskovalne dejavnosti Mladi za Celje raziskujemo poznavanje uporabe bontona na družbenih omrežjih.

Prosimo vas, da si vzamete 10 minut časa in izpolnite anonimno anketo, ki nam bo v veliko pomoč pri našem delu.

Že vnaprej se vam zahvaljujemo za vaš trud in vaše odgovore.

SPOL:            M      Ž                                  RAZRED:        6.      7.      8.      9.

1. Katero od naštetih družbenih omrežij najpogosteje uporabljaš? Obkroži.

TikTok            Snapchat            Instagram            Nič od naštetega

2. Za kaj (s katerim namenom) uporabljaš to družbeno omrežje? **Obkrožiš lahko več odgovorov.**

- A. Za gledanje videoposnetkov in fotografij.
- B. Za deljenje videoposnetkov in fotografij.
- C. Da objavim svoje videoposnetke in fotografije.
- D. Da vidim, kaj drugi objavljajo.
- E. Za pogovarjanje s prijatelji.
- F. Drugo: \_\_\_\_\_

3. Tako kot pri komuniciranju v živo tudi na družbenih omrežjih veljajo določena pravila. Spodnje trditve o spletnem bontonu **razvrsti** glede na to, **kako pogosto jih ti upoštevaš** (1 – vedno, 2 – zelo pogosto, 3 – občasno, 4 – redko, 5 – nikoli).

- A. \_\_\_ Ne skrivam se za anonimnostjo, zato do drugih nisem žaljiv in nesramen.
- B. \_\_\_ Nesoglasja in spore z drugimi rešujem v živo, nikakor pa ne na spletu (ne v javnem in ne v zasebnem klepetu).
- C. \_\_\_ Velike tiskane črke uporabljam samo takrat, kadar želim poudariti res pomembno stvar.
- D. \_\_\_ Smeške uporabim takrat, kadar osebo res dobro poznam.

- E. \_\_\_ Sem vljuden, spoštljiv in prijazen, skratka obnašam se, kot da se z osebo pogovarjam v živo.
- F. \_\_\_ Sporočilo pišem jezikovno in slovnično pravilno.
4. Na družbenih omrežjih objavljam in delim fotografije in videoposnetke (**obkrožiš lahko več odgovorov**):
- A. Samega sebe.
- B. Svojo hrano, hobije, hišne ljubljence ...
- C. Svojih prijateljev.
- D. Oseb, ki jih ne poznam.
- E. Smešnih dogodkov drugih.

5. Napiši, kaj je zate **neprimerna** fotografija.

\_\_\_\_\_

6. Ali se pred objavo fotografije VEDNO vprašaš naslednje: »Ali bi fotografijo pokazal svoji babici, staršem ali bodočim delodajalcem?«

DA

NE

7. Kaj je potrebno narediti, če na družbenih omrežjih kroži neprimerna fotografija? (**napiši vsaj dve stvari**):

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

8. Kako pogosto pri pisanju objav na družbenih omrežjih uporabljaš kratice? (**obkroži en odgovor**)

- A. Pri vsaki objavi.
- B. Skoraj pri vsaki objavi.
- C. Občasno.
- D. Nikoli.

9. Kaj pomenijo naslednje kratice?

BTW:	NP:	HTH:
YOLO:	J4F:	DWBH:

## 8. 2 Vprašanja za intervju

1. Zakaj so družbena omrežja med mladimi tako zelo razširjena in priljubljena?
2. Katero družbeno omrežje je med najstniki najbolj priljubljeno?
3. Za kaj (s katerim namenom) najstniki uporabljajo družbena omrežja?
4. Kaj so, po vašem mnenju, prednosti in slabosti družbenih omrežij? Katerih je več?  
Prednosti ali slabosti?
5. Ali najstniki dovolj dobro poznajo spletni bonton?
6. Kdo igra največjo vlogo pri vzgajanju ustreznega bontona in "obnašanja" najstnikov na družbenih omrežjih?
7. S katerim namenom najstniki objavljajo neprimerne in žaljive vsebine ali/in neprimerne fotografije?
8. Ali menite, da najstniki vedo, kako postopati v primeru, če nekdo objavi njihovo neprimerno fotografijo?
9. Ali uporaba družbenih omrežij vpliva na življenje in šolske obveznosti (šolski uspeh) najstnikov? Kaj pa na njihovo obnašanje?

## IZJAVA\*

Mentorica Nataša Gajšek Ključarič v skladu z 20. členom Pravilnika o organizaciji mladinske raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje, zagotavljam, da je v raziskovalni nalogi z naslovom *Poznavanje spletnega bontona med učenci predmetne stopnje naše šole*, katere avtorice so Lana Freitag, Sara Hunjadi in Julija Lesjak:

- besedilo v tiskani in elektronski obliki istovetno,
- pri raziskovanju uporabljeno gradivo navedeno v seznamu uporabljene literature,
- da je za objavo fotografij v nalogi pridobljeno avtorjevo dovoljenje in je hranjeno v šolskem arhivu,
- da sme Osrednja knjižnica Celje objaviti raziskovalno nalogo v polnem besedilu na knjižničnih portalih z navedbo, da je raziskovalna naloga nastala v okviru projekta Mladi za Celje,
- da je raziskovalno nalogo dovoljeno uporabiti za izobraževalne in raziskovalne namene s povzemanjem misli, idej, konceptov oziroma besedil iz naloge ob upoštevanju avtorstva in korektnem citiranju,
- da smo seznanjeni z razpisni pogoji projekta Mladi za Celje.

Celje, 8. 4. 2024



Podpis mentorja

Podpis odgovorne osebe

\*

### POJASNILO

V skladu z 20. členom Pravilnika raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje je potrebno podpisano izjavo mentorja (-ice) in odgovorne osebe šole vključiti v izvod za knjižnico, dovoljenje za objavo avtorja (-ice) fotografskega gradiva, katerega ni avtor (-ica) raziskovalne naloge, pa hrani šola v svojem arhivu.