

Osnovna šola Hudinja

INTERNETNI IZZIVI

Raziskovalna naloga



Avtorici:

Eva Leber, 9.c

Staša Klovar Rupnik, 9.c

Mentorica:

Nika Cvirn, prof. ang.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2015

Osnovna šola Hudinja

INTERNETNI IZZIVI

Raziskovalna naloga

Avtorici:

Eva Leber, 9.c

Staša Klovar Rupnik, 9.c

Mentorica:

Nika Cvirn, prof. ang.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2015

KAZALO

| | |
|--|----|
| 1. Povzetek | 7 |
| 2. Uvod | 8 |
| 2.1 Cilji naloge..... | 8 |
| 2.2 Hipoteze | 9 |
| 2.3 Metode dela | 9 |
| 3. Teoretična izhodišča | 10 |
| 3.1 Internetni izzivi | 10 |
| 3.1.1 Najbolj priljubljeni internetni izzivi..... | 10 |
| 3.2 Socialna omrežja..... | 12 |
| 3.3 Množica in čredni nagon | 13 |
| 4. Osrednji del | 10 |
| 4.1 Rezultati raziskave..... | 14 |
| 4.1.1 Spol in razred anketirancev..... | 14 |
| 4.1.2 Ali uporabljaš socialna omrežja? | 16 |
| 4.1.3 Zakaj ne uporabljaš socialnih omrežji? | 17 |
| 4.1.4 Katera socialna omrežja najpogosteje uporabljaš?..... | 18 |
| 4.1.5 Ali si že kdaj sodeloval/a v kakšnem internetnem izzivu? | 19 |
| 4.1.6 Zakaj ne sodeluješ v internetnih izzivih?..... | 21 |
| 4.1.7 V katerem izzivu si sodeloval/a? | 24 |
| 4.1.8 Kako si po navadi izvedel/a za izziv? | 25 |
| 4.1.9 Zakaj sodeluješ v internetnih izzivih? | 26 |
| 4.2 Katere internetne izzive poznaš? | 26 |
| 4.2.1 Ali si si kdaj sam/a izmislil/a kakšen izziv in ga razširil/a med prijatelji? | 29 |
| 4.2.2 Ali kdaj všečkaš / deliš objave (slike, posnetke) le zato, ker so to storili tudi tvoji prijatelji?..... | 29 |
| 5. Diskusija..... | 30 |
| 6. Zaključek..... | 32 |

| | |
|---------------------------|----|
| 7. Priloga..... | 33 |
| 8. Viri | 36 |
| 8.1 Knjižni viri | 36 |
| 8.2 Internetni viri | 36 |

KAZALO TABEL IN GRAFOV

Tabele

| | |
|-----------------|----|
| Tabela 1 | 14 |
| Tabela 2 | 15 |
| Tabela 3 | 16 |
| Tabela 4 | 17 |
| Tabela 5 | 18 |
| Tabela 6 | 19 |
| Tabela 6a | 20 |
| Tabela 6b | 20 |
| Tabela 7 | 21 |
| Tabela 8 | 23 |
| Tabela 9 | 24 |
| Tabela 10 | 25 |
| Tabela 11 | 26 |
| Tabela 12 | 27 |
| Tabela 13 | 29 |

Grafi

| | |
|---------------|----|
| Graf 1 | 14 |
| Graf 2 | 15 |
| Graf 3 | 16 |
| Graf 4 | 17 |
| Graf 5 | 18 |
| Graf 6 | 19 |
| Graf 6a | 20 |
| Graf 7 | 22 |
| Graf 8 | 23 |
| Graf 9 | 24 |
| Graf 10 | 25 |

| | |
|---------------|----|
| Graf 11 | 27 |
| Graf 12 | 28 |
| Graf 13 | 29 |

1. Povzetek

V najini raziskovalni nalogi sva želeli ugotoviti, koliko učencev na predmetni stopnji uporablja socialna omrežja, katera so najbolj priljubljena in kaj o njih menijo tisti, ki jih ne uporabljajo. Zanimalo naju je tudi, koliko učencev sodeluje v internetnih izzivih, kakšno je sodelovanje v le – teh po spolu in starosti ter v katerem od izzivov so že sodelovali. Najbolj pa sva se osredotočili na vprašanje, zakaj učenci sodelujejo v internetnih izzivih in v kolikšni meri na njihovo sodelovanje vplivajo drugi.

Prišli sva do zanimivih podatkov. Socialna omrežja sicer uporablja več kot polovica učencev predmetne stopnje, a v izzivih ne sodelujejo pogosto. Med sodelujočimi je več fantov kot deklet, ter več starejših učencev kot mlajših. Tisti, ki v izzivih sodelujejo, počnejo to predvsem za zabavo in ne zaradi vpliva množice.

2. Uvod

Že nekaj časa opažava, da se na socialnih omrežjih pojavljajo video posnetki, slike ter pisne objave najinih prijateljev ter tudi neznancev, ki sodelujejo v različnih internetnih izzivih. Ker so ti izzivi večinoma precej neumni, pogosto pa tudi nevarni, naju je predvsem zanimalo, zakaj se mladi sploh odločijo sodelovati pri čem takem. Morda so željni zabave ali pa pozornosti drugih? Morda želijo ugajati sošolcem in prijateljem, dobiti stavo ali pa le slepo sledijo množici? Morda pa obstaja čisto drug razlog, na katerega nisva niti pomislili.

Ker gre za najnovejšo modno muho, o internetnih izzivih še ni bilo veliko napisanega, sva se odločili to temo podrobneje raziskati.

2.1 Cilji naloge

Z raziskovalno nalogo sva želeli ugotoviti:

- a) koliko učencev predmetne stopnje uporablja socialna omrežja
- b) koliko učencev sodeluje pri internetnih izzivih
- c) katere izzive poznajo in kje za njih izvejo
- d) zakaj sodelujejo pri izzivih
- e) ali pri izzivih sodeluje več deklet ali več fantov
- f) ali si učenci izmišljajo tudi svoje izzive
- g) ali na njihovo vedenje na internetu vplivajo njihovi prijatelji
- h) zakaj nekateri učenci v izzivih ne sodelujejo
- i) zakaj nekateri učenci ne uporabljajo socialnih omrežij

2.2 Hipoteze

Postavili sva naslednje hipoteze:

1. Več kot polovica anketiranih učencev uporablja socialna omrežja.
2. Najbolj priljubljeno socialno omrežje je Facebook.
3. V internetnih izzivih je sodelovala več kot polovica anketiranih učencev.
4. Pri internetnih izzivih sodeluje več deklet kot fantov.
5. Učenci 8. in 9. razredov pogosteje sodelujejo v internetnih izzivih kot učenci 6. in 7. razredov.
6. Učenci, ki ne sodelujejo pri izzivih, menijo, da v njih sodelujejo le tisti, ki iščejo pozornost.
7. Največ učencev sodeluje pri izzivih, ker to počnejo tudi njihovi vrstniki.

2.3 Metode dela

Pri izdelavi raziskovalne naloge sva najprej poiskali ustrezno literaturo. Večino podatkov sva našli na internetu. Podatke za praktični del naloge sva pridobili s pomočjo anketnega vprašalnika. Anketirali sva 172 učencev od 6. do 9. razreda, in sicer 54 učencev 9. razreda, 41 učencev 8. razreda, 29 učencev 7. razreda in 48 učencev 6. razreda.

3. Teoretična izhodišča

3.1 Internetni izzivi

Že nekaj časa se na socialnih omrežjih pojavljajo različni izzivi. Pred časom je bil zelo priljubljen izziv pitja piva, kjer je posameznik na spletu objavil posnetek, v katerem je na dušek izpil pol litra piva in nominiral tri svoje prijatelje, da v štiriindvajsetih urah storijo enako. Če tega kateri od njih ne stori, je tistemu, ki ga je nominiral, dolžan cel zaboj piva. Nekateri, ki so bili nominirani, so namesto pitja piva raje delali sklece ali pa objavili dokazilo o donaciji v dobrodelne namene. Tako so počasi začeli nastajati vedno novi izzivi. V zadnjem času smo tako lahko zasledili posnetke ljudi, ki se polivajo z mrzlo vodo (Izziv ledenega čebra), pojedjo žličko cimeta v manj kot minuti, ne da bi ga poplaknili z vodo (Izziv s cimetom) ali pa si, na primer, na glavi razbijejo surovo jajce (Izziv z jajci). Pojavile so se tudi blažje različice izzivov. Dekleta so nominirala prijateljice, da objavijo svojo fotografijo brez ličil, spet drugi pa so, na primer, cel teden objavljali svoje misli o tem, za kaj so hvaležni.

Izzivi mladim predstavljajo predvsem zabavo ter postavljanje pred prijatelji, vendar pa se pogosto premalo zavedajo nevarnosti, ki jih lahko takšno početje prinaša. Nekateri grede pri izzivih veliko predaleč, kar lahko ima usodne posledice (npr. zastrupitev z alkoholom, zadušitev s cimetom itd).

3.1.1 Najbolj priljubljeni internetni izzivi

1. Izziv ledenega čebra

Izzvani si mora v štiriindvajsetih urah od nominacije na glavo zliti čeber ledene vode ali pa darovati denar v dobrodelne namene. V ZDA darujejo v sklad, ki se ukvarja z raziskovanjem in zdravljenjem amiotrofične lateralne skleroze (ALS), pri nas pa organizaciji Srce Sloveniji, ki zbira denar za nakup šolskih potrebščin otrokom iz socialno ogroženih družin.

2. Izziv pitja piva

Posameznik, ki je bil nominiran, mora v štiriindvajsetih urah na dušek spiti pol litra piva. V nasprotnem primeru je tistemu, ki ga je nominiral, dolžan cel zaboj piva.

3. Izziv s cimetom

Izzvani mora pojesti žličko cimeta v manj kot minuti, ne da bi jo poplaknil z vodo.

4. Izziv debelušnega zajčka (Chubby bunny)

Nominiranec si mora v usta stlačiti čim več sladkornih penic. Vsakič, ko da v usta novo penico, mora reči »Chubby bunny«. Igra se konča, ko oseba v ustih nima več prostora za novo penico oziroma, ko ne more več izgovoriti imena igre.

5. Izziv z banano in Spriteom

Cilj izziva je čim hitreje pojesti dve banani in nato spiti liter Spritea, ne da pri tem bruhaš.

6. Izziv s soljo in ledom

Pri tem izzivu si posameznik del telesa (po navadi roko) posuje s soljo nato pa na isto mesto položi led. To povzroči pekoč občutek. Cilj izziva je čim dlje zdržati bolečino.

7. Izziv oz. igra z nožem

Med petjem pesmice mora posameznik zabadati nož med prste svoje roke, ne da bi se pri tem urezal.

8. Snežni izziv

Pri tem izzivu gre za skok v sneg v poletnih oblačilih ali spodnjem perilu.

9. Izziv s smutijem

Ta izziv se izvede v paru. Vzame se dvajset različnih sestavin, od katerih je deset normalnih, deset pa takšnih, ki jih po navadi ne bi uporabili v napitku (na primer tuna, kisle kumarice itd). Vse sestavine se zapiše na listke. Izmenično se žreba sestavine. Iz izžrebanih sestavin se pripravi smuti. Cilj tega izziva je spiti smuti, ne da bi bruhal.

10. Izziv delanja sklec

Posameznik je izzvan, da naredi toliko sklec, kolikor všečkov je dobila njegova objava, da bo v izzivu sodeloval. Pri tem se mora seveda posneti.

3.2 Socialna omrežja

Socialna omrežja so storitve na svetovnem spletu, ki omogočajo povezovanje ljudi in njihovo spletno druženje. Posameznik ima možnost ohranjati stike z ljudmi iz svoje preteklosti, ki jih drugače verjetno ne bi več srečal, pridobiva pa lahko tudi nove prijatelje.

Obstaja več vrst socialnih omrežji. Nekatera omogočajo navezovanje poslovnih stikov (npr. LinkedIn) ali osebnih stikov (npr. Facebook), spet druga omogočajo ogled video vsebin (npr. Youtube) ali pa posameznikom omogočajo pisanje krajših blogov oz. mikro blogov (npr. Twitter).

Socialna omrežja so se začela razvijati pred približno dvajsetimi leti. Takrat so se pojavile spletne strani kot so Theglobe (1994), Geocities (1994) in Tripod (1995), ki so skušale povezovati ljudi tako, da je vsak uporabnik oblikoval svojo osebno spletno stran, preko katere je lahko objavljajl informacije o poljubnih temah. Obstajale so tudi strani, ki so omogočale povezovanje ljudi na podlagi elektronskih naslovov. Tak primer je bila na primer stran Classmates (1995), ki je omogočala navezovanje in ohranjanje stikov med bivšimi sošolci. Leta 1999 se je pojavila spletna stran Epinions, kjer so uporabniki lahko pisali in prebirali mnenja o izdelkih ter primerjali njihove cene. Sledila je spletna stran Friendster. Ta spletna stran pa predstavlja dejanski začetek socialnih omrežji kot jih poznamo danes. V naslednjih letih so se začele razvijati druge, podobne strani (npr. MySpace).¹ Facebook je bil ustanovljen leta 2004 in postal največje spletno socialno omrežje na svetu. Poleg Facebooka pa danes še mnogo drugih strani uporablja različne modele socialnega mreženja.²

¹ <http://www.cek.ef.uni-lj.si/UPES/prosenjak230.pdf> (str. 11) (27. 2. 2015)

² http://sl.wikipedia.org/wiki/Spletno_socialno_omre%C5%BEje (16.2.2015)

3.3 Množica in čredni nagon

Beseda množica označuje skupino zbranih ljudi, ki se začasno identificirajo z nekaterimi skupnimi vrednotami in doživljajo podobna čustva. Ločimo prvotne (družina, razred, prijateljska klapa) in drugotne (politične stranke, športna in kulturna društva) skupine, s pojavom množičnih medijev pa lahko govorimo tudi o tako imenovani nevidni množici, ki se zbira pred televizijskimi sprejemniki in bere iste časopise.³ K tej množici bi lahko prištevali tudi uporabnike istih socialnih omrežji.

V množicah člani vplivajo drug na drugega, prihaja do medsebojnega posnemanja.

Posameznik v množici ne razmišlja tako učinkovito kot sam zase, njegovo mišljenje odpove in se prilagodi večini, pojavi se t.i. čredni nagon. Psiholog Solomon Asch je leta 1952 izvedel zanimiv poskus, ki je pokazal, da posamezniki v skupini mnogokrat na postavljeno vprašanje s precej očitnim odgovorom raje odgovorijo napačno, če jim je napačen odgovor predlagala skupina.

Nočejo namreč, da bi jih skupina videla kot drugače misleče ali neumne. Tudi v primeru, da je bil posameznik pri odgovarjanju na vprašanje anonimen, ni odgovoril po svoje, ampak se je prilagodil odgovoru večine, saj je bil prepričan, da se tako veliko število ljudi ni moglo zmotiti.⁴

Ker nam socialna omrežja nudijo vpogled v mišljenje in obnašanje določene skupine, hkrati pa omogočajo posameznikovo anonimnost, če si jo želi, je pojav črednega nagona na teh omrežjih precej pogost. V raziskavi, ki so jo izvedli leta 2013, so ugotovili, da posamezniki na socialnih omrežjih pogosto posnemajo vedenje svojih prijateljev (všečkajo ali delijo enake objave). Vendar pa prijateljstvo ni edino merilo. Pomembno je tudi to, koliko drugim ljudem je neka objava všeč. Izkazalo se je namreč, da posamezniki pogosteje všečkajo ali delijo objave, ki jih je všečkalo ali delilo veliko število drugih ljudi.⁵

Tudi pri pojavu internetnih izzivov lahko govorimo o črednem nagonu. Uporabniki socialnih omrežji so množično začeli posnemati drug drugega pri izvajanju najrazličnejših, pogosto neumnih in potencialno nevarnih aktivnosti. Največji krivec za to je po mnenju nekaterih medijev izziv ledenega čebra, kjer si posameznik na glavo izlije vedro ledene vode.⁶ Izziv se je začel v Ameriki kot dobrodelna akcija za pomoč ljudem, ki se bojujejo z amiotrofično lateralno sklerozo (ALS), vendar pa je kmalu postal prava modna muha. Namesto, da bi ljudje v izzivu sodelovali

³ Pečjak, Vid. Psihologija množice. Ljubljana: samozaložba, 1994, str. 7 - 12

⁴ <http://www.cek.ef.uni-lj.si/magister/tomsic3620.pdf>, str. 17 (8. 1. 2015)

⁵ <http://www.sciencemag.org/content/341/6146/647.full> (2.2.2015)

⁶ http://www.huffingtonpost.com/marc-erlbaum/beyond-the-icebucket-a-de_b_5693729.html

zato, da bi darovali denar v dobrodelne namene, jih je bolj pritegnilo samo polivanje z ledeno vodo.

4. Osrednji del

4.1 Rezultati raziskave

Anketirali sva 172 učencev od 6. do 9. razreda (76 deklet in 96 fantov), in sicer 54 učencev 9. razreda, 41 učencev 8. razreda, 29 učencev 7. razreda in 48 učencev 6. razreda.

4.1.1 Spol in razred anketirancev

Tabela 1 prikazuje spol anketirancev.

| Fantje | Dekleta |
|--------|---------|
| 96 | 76 |

Graf 1 prikazuje spol anketirancev v odstotkih.

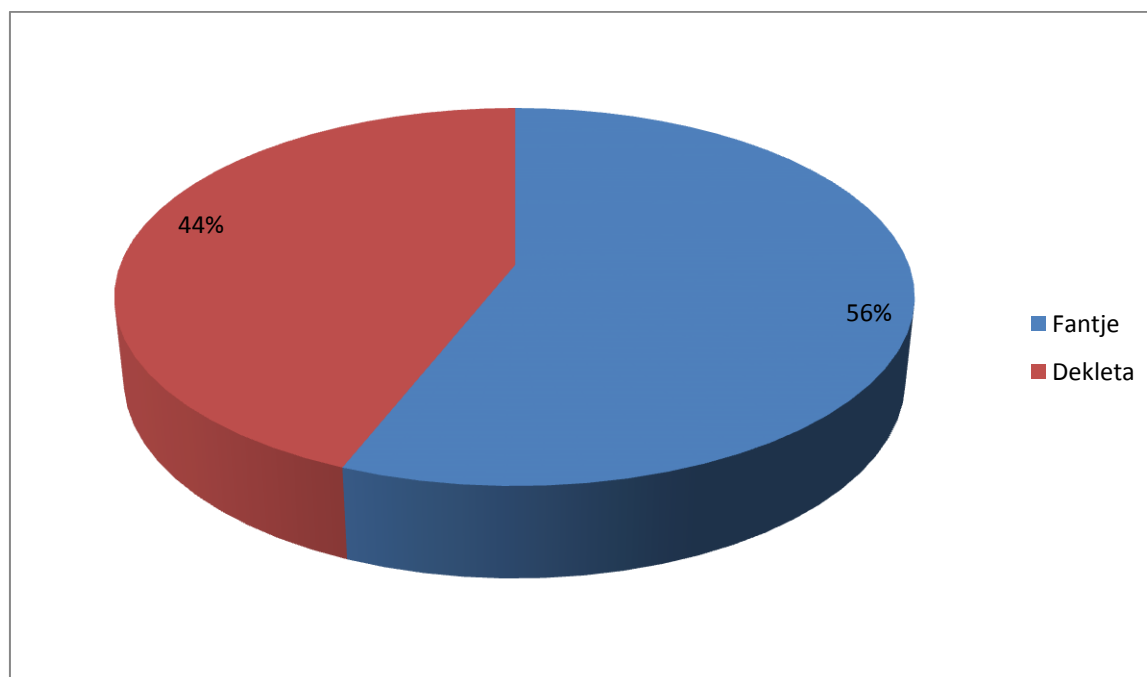
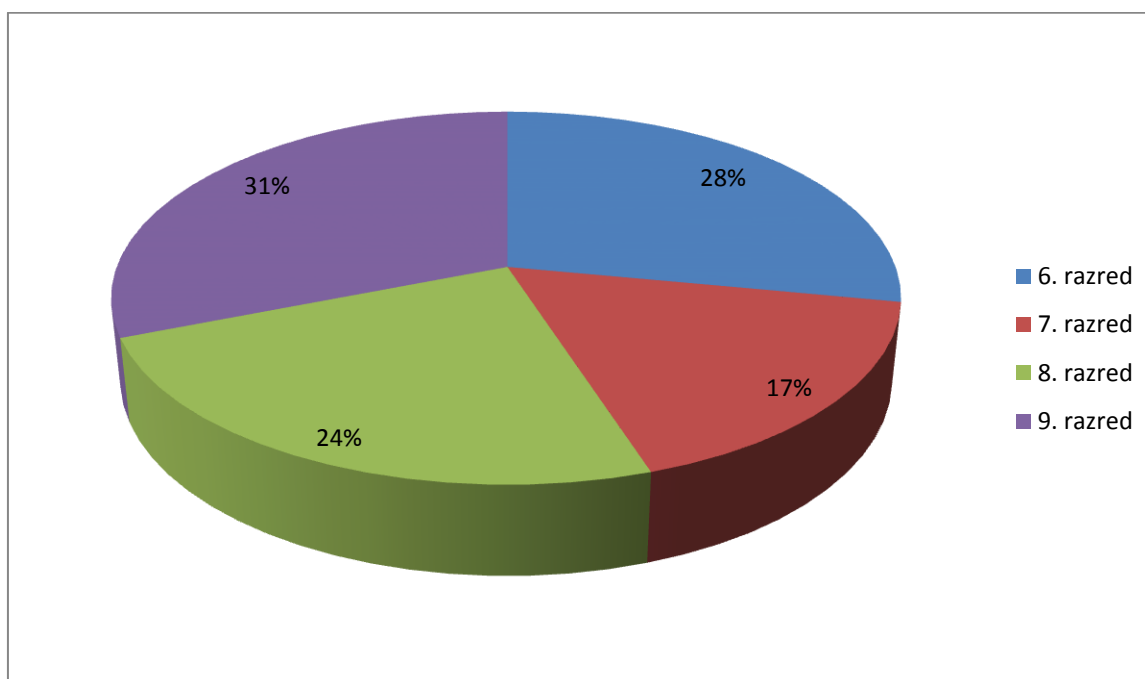


Tabela 2 prikazuje število anketirancev po razredih.

| Razred | Število anketirancev |
|-----------|----------------------|
| 6. razred | 48 |
| 7. razred | 29 |
| 8. razred | 41 |
| 9. razred | 54 |

Graf 2 prikazuje odstotek anketirancev po razredih.



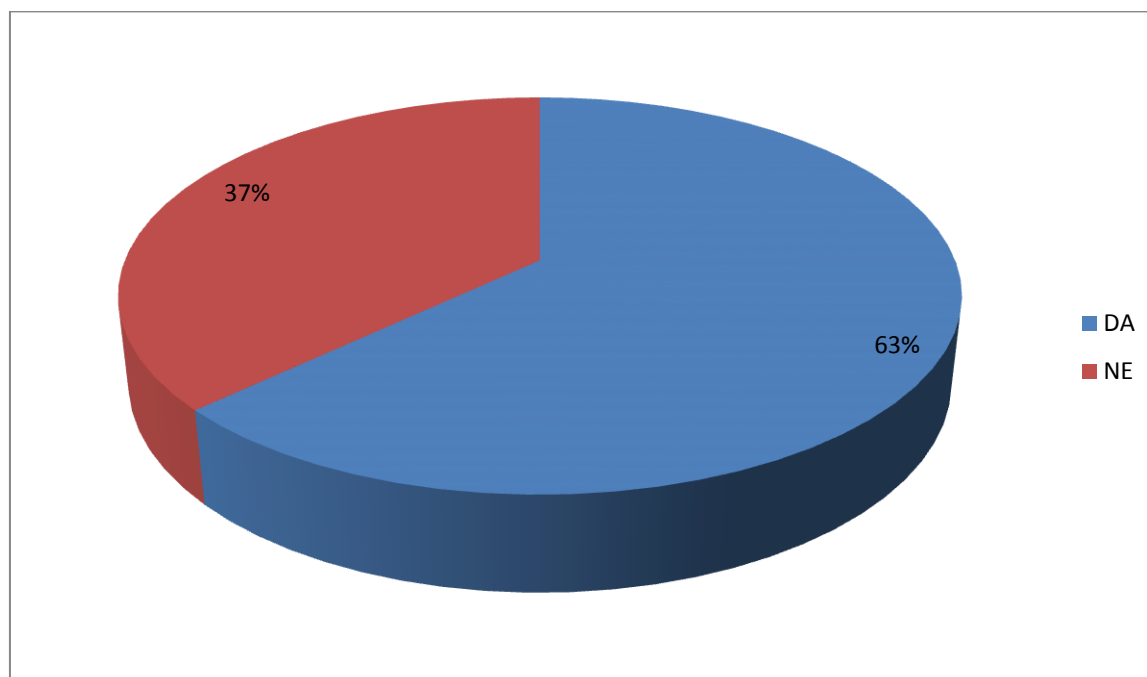
Rezultati: Kot lahko vidimo, je med anketiranci nekaj več fantov kot deklet. Število učencev sedmega razreda je nekoliko manjše kot število učencev ostalih razredov. Razlog je v tem, da je generacija sedmega razreda manj številčna.

4.1.2 Ali uporabljaš socialna omrežja?

Tabela 3 prikazuje število učencev, ki uporabljajo socialna omrežja.

| Možni odgovori | Število anketirancev |
|----------------|----------------------|
| Da | 108 |
| Ne | 64 |

Graf 3 prikazuje odstotek učencev, ki uporabljajo socialna omrežja.



Rezultati: Iz grafa lahko vidimo, da več kot polovica anketiranih učencev predmetne stopnje uporablja socialna omrežja, kar sva tudi pričakovali. Najina prva hipoteza je tako potrjena.

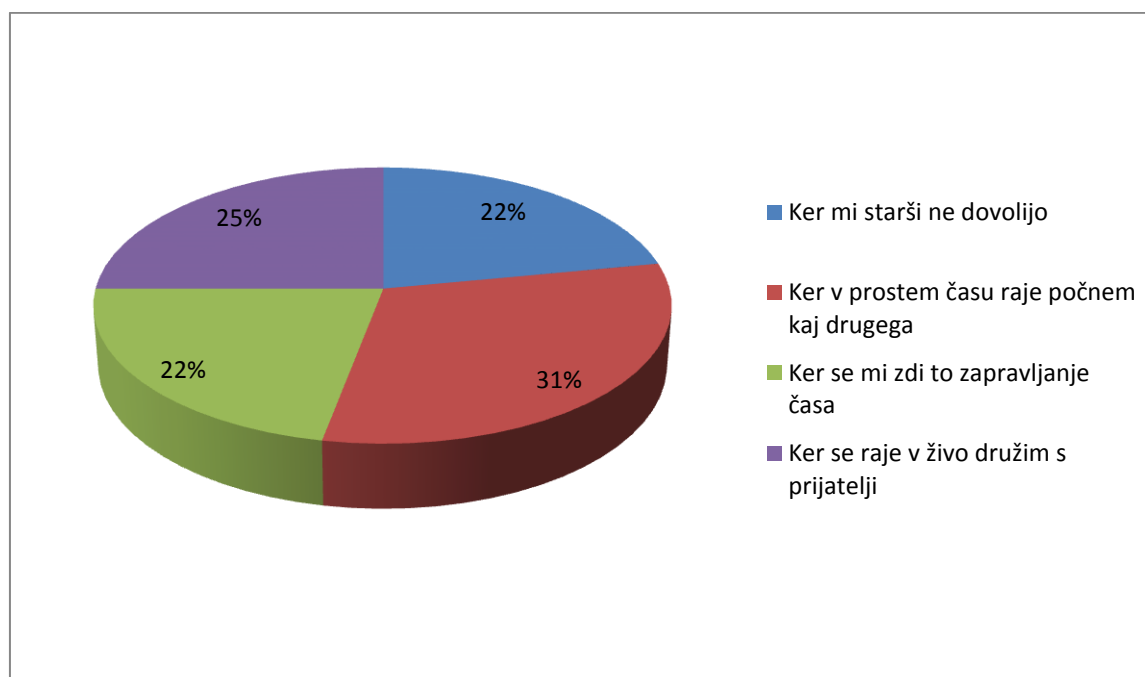
4.1.3 Zakaj ne uporabljaš socialnih omrežji?

Na vprašanje so odgovarjali le tisti, ki ne uporabljajo socialnih omrežji

Tabela 4 prikazuje razloge, zakaj nekateri učenci ne uporabljajo socialnih omrežji.

| Možni odgovori | Število odgovorov |
|--|-------------------|
| Ker mi starši ne dovolijo | 14 |
| Ker v prostem času raje počnem kaj drugega | 20 |
| Ker se mi zdi to zapravljanje časa | 14 |
| Ker se raje v živo družim s prijatelji | 16 |
| Drugo | 0 |

Graf 4 v odstotkih prikazuje razloge za neuporabo socialnih omrežji.



Rezultati: Najpogosteje so se odločili za odgovor, da v prostem času raje počnejo kaj drugega (31%). Na drugem mestu po pogostosti je bil odgovor, da se raje v živo družijo s prijatelji (25%). Tretje mesto pa si delita dva odgovora, in sicer da jim starši ne dovolijo uporabljati socialnih omrežji ter da se jim zdi uporaba socialnih omrežji zapravljanje časa (22%). Odgovora »drugo« ni izbral nihče.

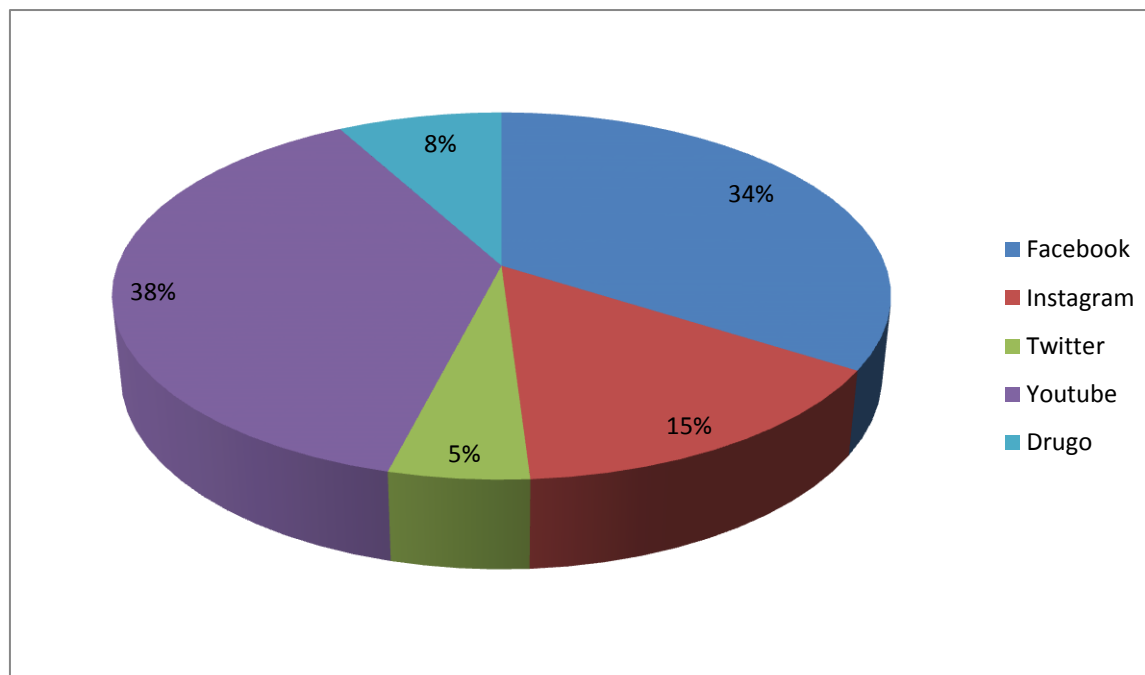
4.1.4 Katera socialna omrežja najpogosteje uporabljaš?

Na to vprašanje so odgovarjali le učenci, ki socialna omrežja uporabljajo.

Tabela 5 prikazuje, katera socialna omrežja učenci najpogosteje uporabljajo.

| Možni odgovori | Število odgovorov |
|----------------|-------------------|
| Facebook | 68 |
| Instagram | 30 |
| Twitter | 9 |
| Youtube | 76 |
| Drugo | 16 |

Graf 5 prikazuje pogostost uporabe različnih socialnih omrežji v odstotkih.



Rezultati:

Možnih je bilo več odgovorov. Največ učencev uporablja Youtube (38%), tesno za petami pa mu

sledi Facebook (34%). Instagram in Twitter učenci uporabljajo v manjši meri. Pod drugo pa so učenci navedli še: Snapchat, Ask.fm, Pintrest, Tumblr in We heart it.

Rezultat je v nasprotju z najinimi pričakovanji. Menili sva, da bo večina učencev izbrala Facebook. Najina druga hipoteza je tako ovržena.

4.1.5 Ali si že kdaj sodeloval/a v kakšnem internetnem izzivu?

Tabela 6 prikazuje, koliko učencev je že sodelovalo v internetnem izzivu.

| Možni odgovori | Število anketirancev |
|----------------|----------------------|
| Da | 59 |
| Ne | 113 |

Graf 6 prikazuje, koliko odstotkov učencev je že sodelovalo v internetnem izzivu.

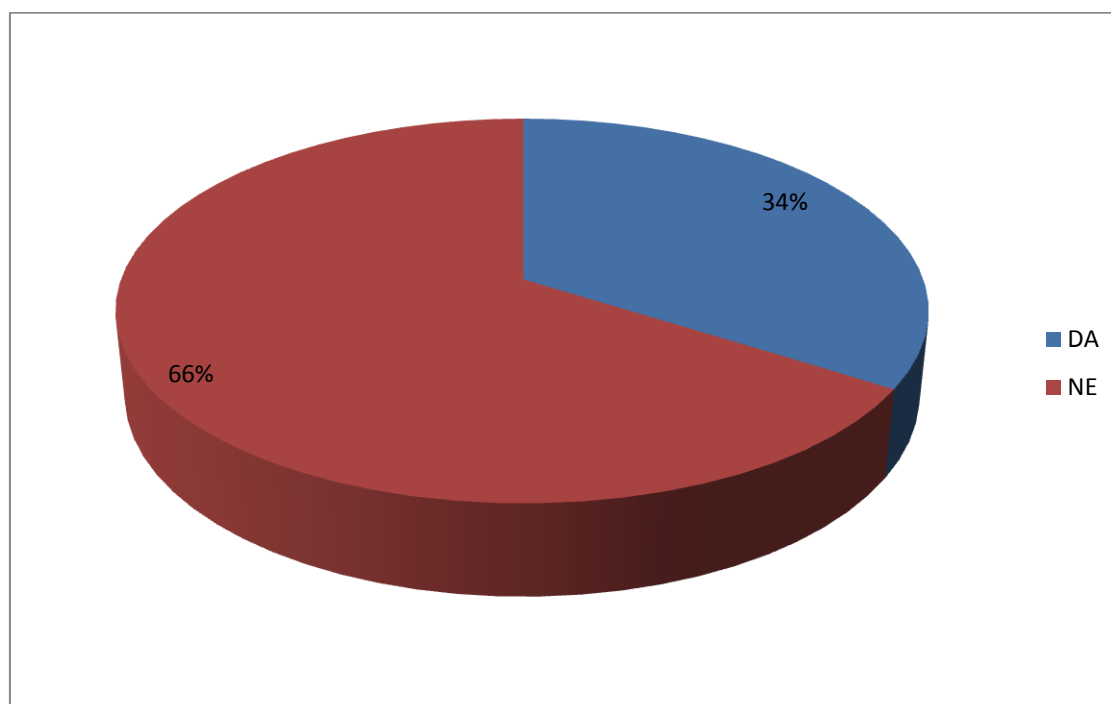


Tabela 6a prikazuje sodelovanje v internetnih izzivih po spolu.

| Možni odgovori | Fantje | Dekleta | Skupaj |
|----------------|--------|---------|--------|
| Da | 32 | 27 | 59 |
| Ne | 64 | 49 | 113 |

Graf 6a prikazuje, kakšen odstotek fantov in deklet je že sodeloval v internetnih izzivih.

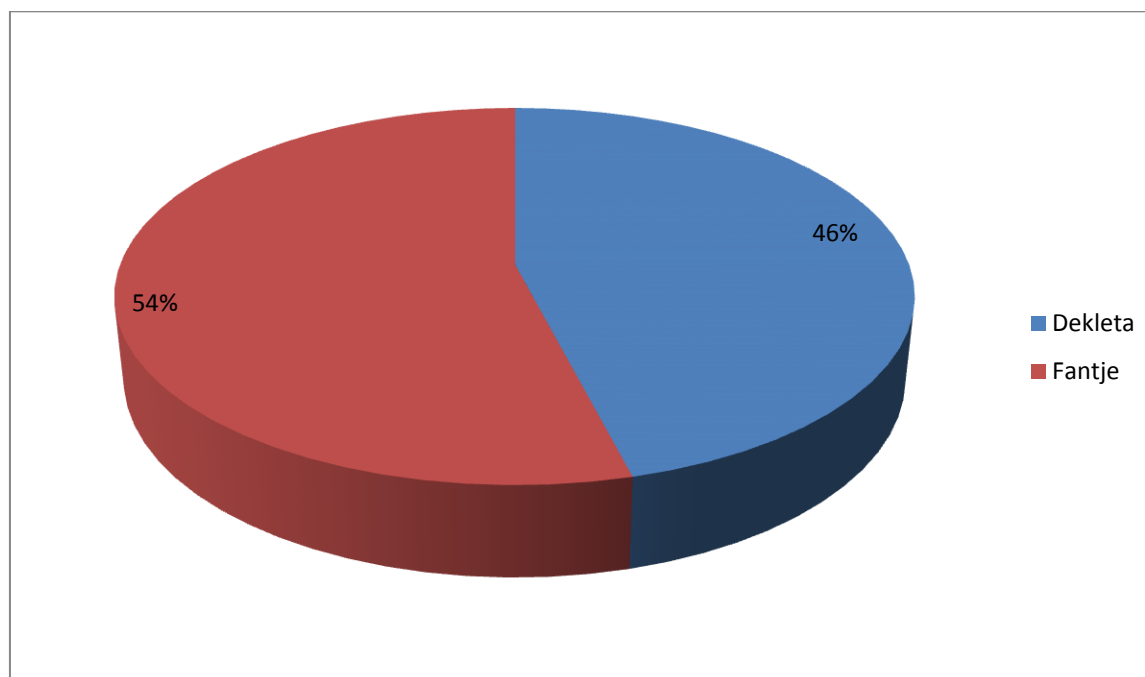


Tabela 6b prikazuje sodelovanje v izzivih po razredih.

| Razred | DA | NE |
|-----------|----|----|
| 6. razred | 13 | 35 |
| 7. razred | 11 | 18 |
| 8. razred | 17 | 24 |
| 9. razred | 18 | 36 |

Rezultati:

Kot vidimo iz grafa 5, več kot polovica anketiranih učencev še ni sodelovala v internetnem izzivu. To je ravno obratno od najinih pričakovanj. Tako je najina tretja hipoteza ovržena.

Menili sva, da v izzivih sodeluje več deklet kot fantov, saj sva v literaturi tudi zasledili, da dekleta pogosteje uporabljajo socialna omrežja in vse, kar je z njimi povezano. Če pogledamo tabelo in graf 5a lahko vidimo, da so fantje v rahlem vodstvu. S tem je najina četrta hipoteza ovržena.

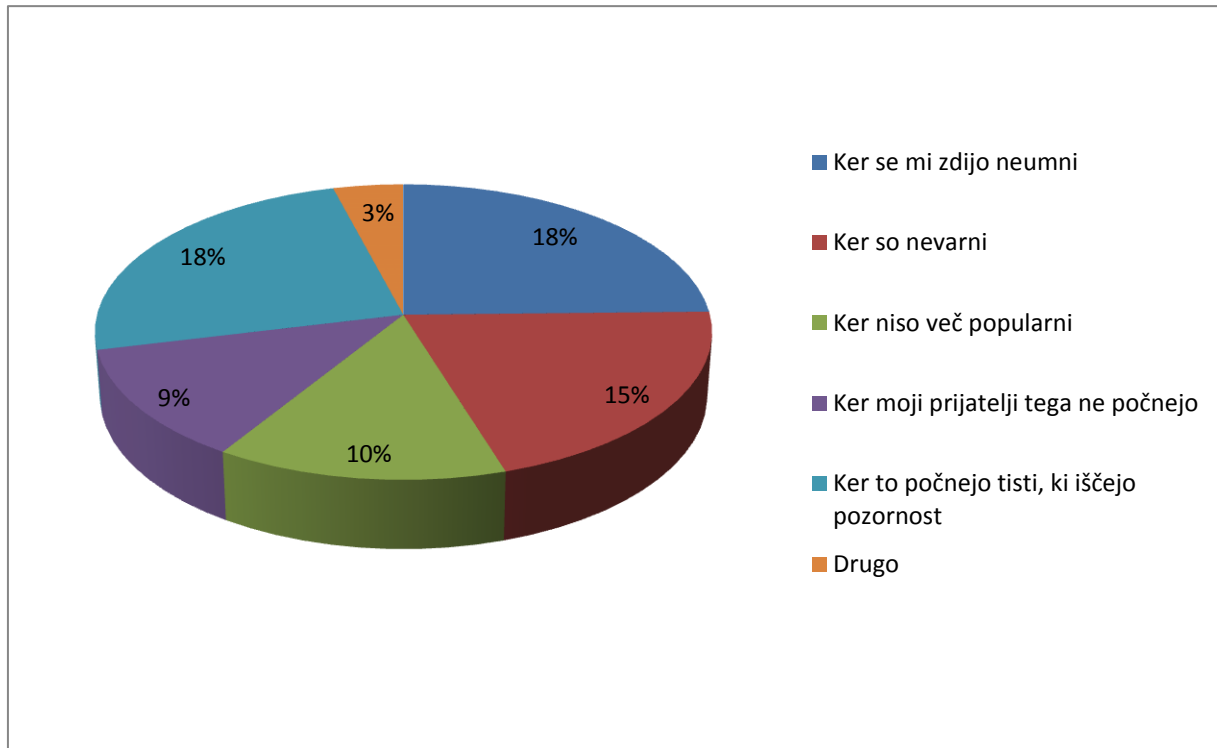
Kot lahko vidimo iz tabele 5b, je v 6. in 7. razredu skupaj v izzivih sodelovalo 24 učencev od skupno 77 učencev, v 8. in 9. razredu pa je sodelovalo 35 učencev od 95. Če primerjamo oba rezultata v odstotkih vidimo, da je v 6. in 7. razredu sodelovalo 31% anketiranih učencev, v 8. in 9. razredu pa 37% anketiranih učencev. Najina peta hipoteza, ki pravi, da učenci 8. in 9. razredov pogosteje sodelujejo v internetnih izzivih kot učenci 6. in 7. razredov, je s tem potrjena.

4.1.6 Zakaj ne sodeluješ v internetnih izzivih?

Tabela 7 prikazuje, zakaj anketiranci ne sodelujejo v internetnih izzivih.

| Možni odgovori | Število anketirancev |
|--|----------------------|
| Ker se mi zdijo izzivi neumni | 21 |
| Ker so izzivi pogosto nevarni | 17 |
| Ker niso več popularni | 11 |
| Ker tudi moji prijatelji tega ne počnejo | 10 |
| Ker to počnejo samo ljudje, ki iščejo pozornost drugih | 51 |
| Drugo | 3 |

Graf 7 prikazuje pogostost odgovorov v odstotkih.



Rezultati:

Na vprašanje so odgovarjali le tisti učenci, ki ne sodelujejo v internetnih izzivih.

Kar 45% anketiranih meni, da v izzivih sodelujejo le tisti, ki iščejo pozornost, kar sva tudi pričakovali. Drugi najpogostejši odgovor je bil, da so izzivi neumni (18%). 15% anketiranih meni, da so izzivi pogosto nevarni, ostali pa se z izzivi ne ukvarjajo, ker niso več popularni (10%) in ker tudi njihovi prijatelji tega ne počnejo (9%). Trije anketiranci so izbrali odgovor »drugo«. Zapisali so, da niso bili še nikoli nominirani (2 odgovora) in da se jim z izzivi ne ljubi ukvarjati (1 odgovor).

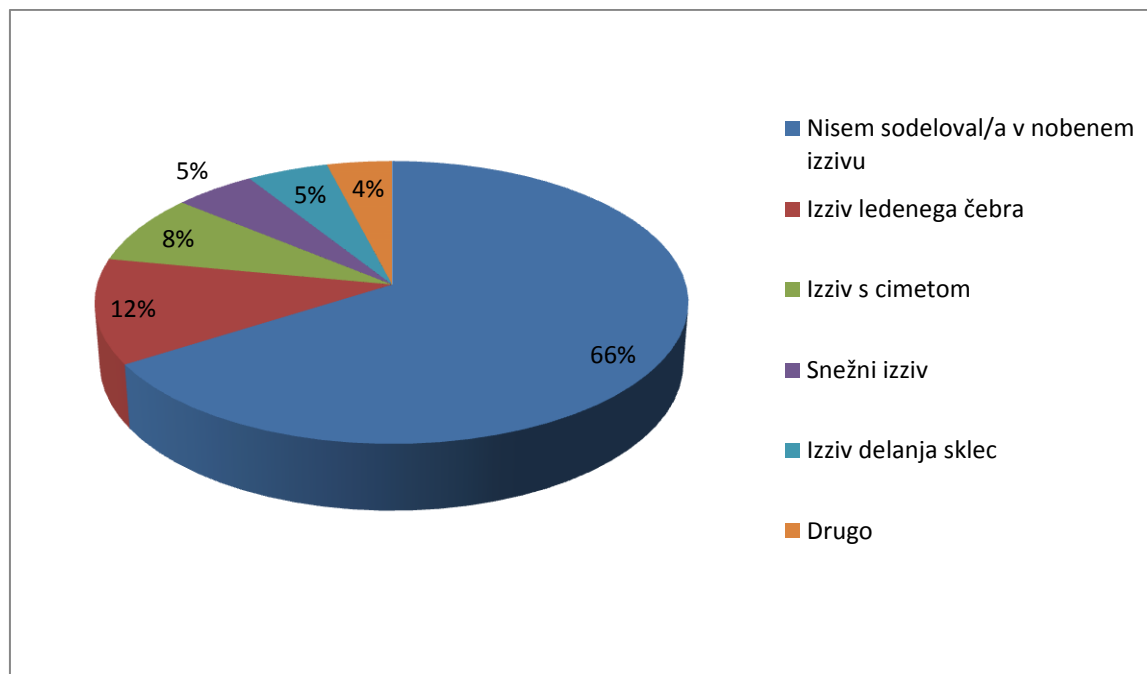
Pravilno sva sklepali, da se bo večina anketiranih odločila za odgovor, da v izzivih sodelujejo le tisti, ki iščejo pozornost. Tako je najina šesta hipoteza potrjena.

4.1.7 V katerem izzivu si sodeloval/a?

Tabela 8 prikazuje, v katerih izzivih so sodelovali učenci.

| Možni odgovori | Število anketirancev |
|------------------------------------|----------------------|
| Nisem sodeloval/a v nobenem izzivu | 113 |
| Izziv ledenega čebra | 20 |
| Izziv s cimatom | 13 |
| Snežni izziv | 9 |
| Izziv delanja sklec | 9 |
| Drugo | 8 |

Graf 8 prikazuje, koliko odstotkov učencev je sodelovalo v določenem izzivu.



Rezultati:

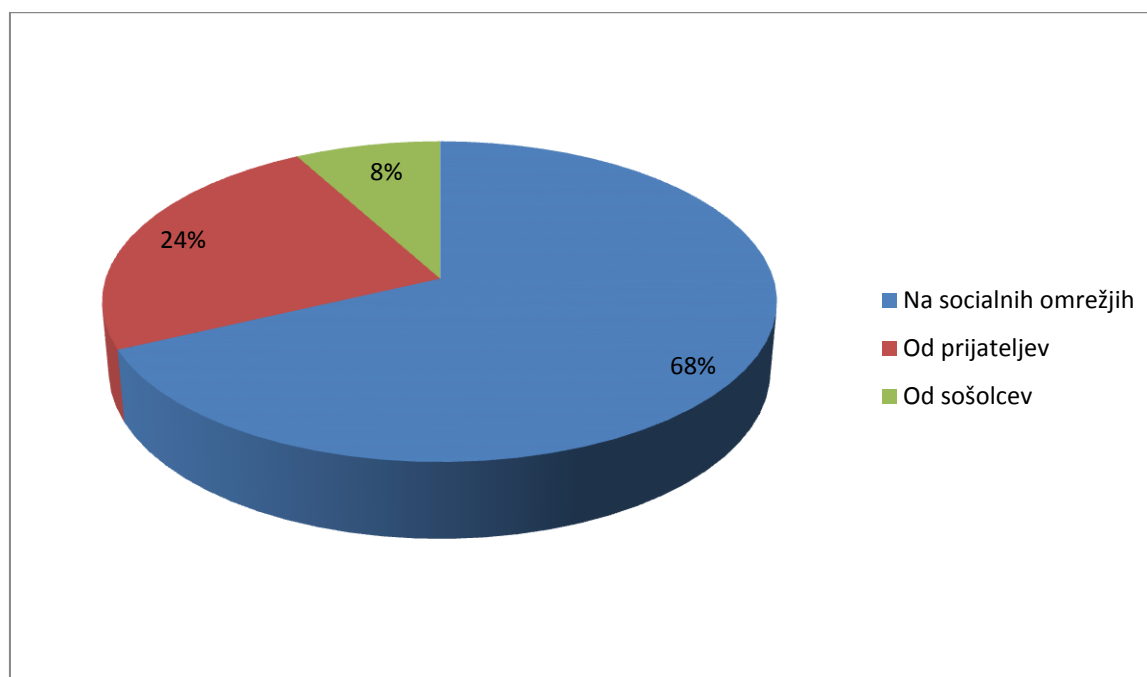
Ugotovili sva, da večina učencev še ni sodelovala v nobenem izzivu. Tisti, ki so v izzivih sodelovali pa so se najpogosteje odločili za Izziv ledenega čebra (12%). Sledi mu Izziv s cimetom (8%), na tretjem mestu pa sta Snežni izziv in Izziv delanja sklec (5%). Pod »drugo« so anketiranci zapisali še naslednje izzive: Izziv z banano in Spriteom, Izziv debelušnega zajčka, Izziv z jajci in Izziv pitja piva.

4.1.8 Kako si po navadi izvedel/a za izziv?

Tabela 9 prikazuje, kako so učenci po navadi izvedeli za izziv.

| Možni odgovori | Število anketirancev |
|-----------------------|----------------------|
| Na socialnih omrežjih | 40 |
| Od prijateljev | 14 |
| Od sošolcev | 5 |
| Drugo | 0 |

Graf 9 v odstotkih prikazuje, kako so anketiranci po navadi izvedeli za izziv.



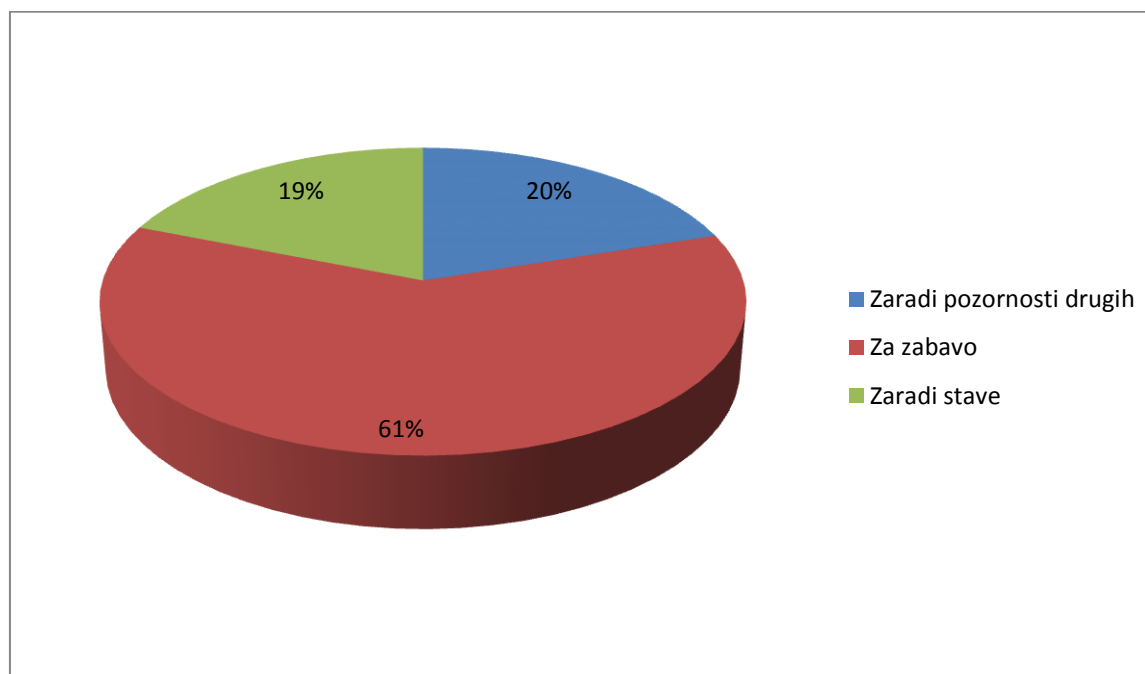
Rezultati: Na to vprašanje so odgovarjali le tisti, ki so že kdaj sodelovali pri izzivu. Največkrat so za izziv izvedeli na socialnih omrežjih (68%), 24% jih je izvedelo od prijateljev in 8% od sošolcev. Za možnost »drugo« se ni odločil nihče.

4.1.9 Zakaj sodeluješ v internetnih izzivih?

Tabela 10 prikazuje razloge za sodelovanje v internetnih izzivih.

| Možni odgovori | Število učencev |
|---|-----------------|
| Zaradi pozornosti drugih (zaradi všečkov) | 12 |
| Za zabavo | 36 |
| Da prijatelji mislijo, da si upam | 0 |
| Ker rad/a počnem to, kar počnejo moji vrstniki | 0 |
| Ker mislim, da me bodo zaradi tega sošolci bolj sprejeli v svojo družbo | 0 |
| Zaradi stave | 11 |
| Drugo | 0 |

Graf 10 prikazuje razloge za sodelovanje v izzivih v odstotkih.



Rezultati:

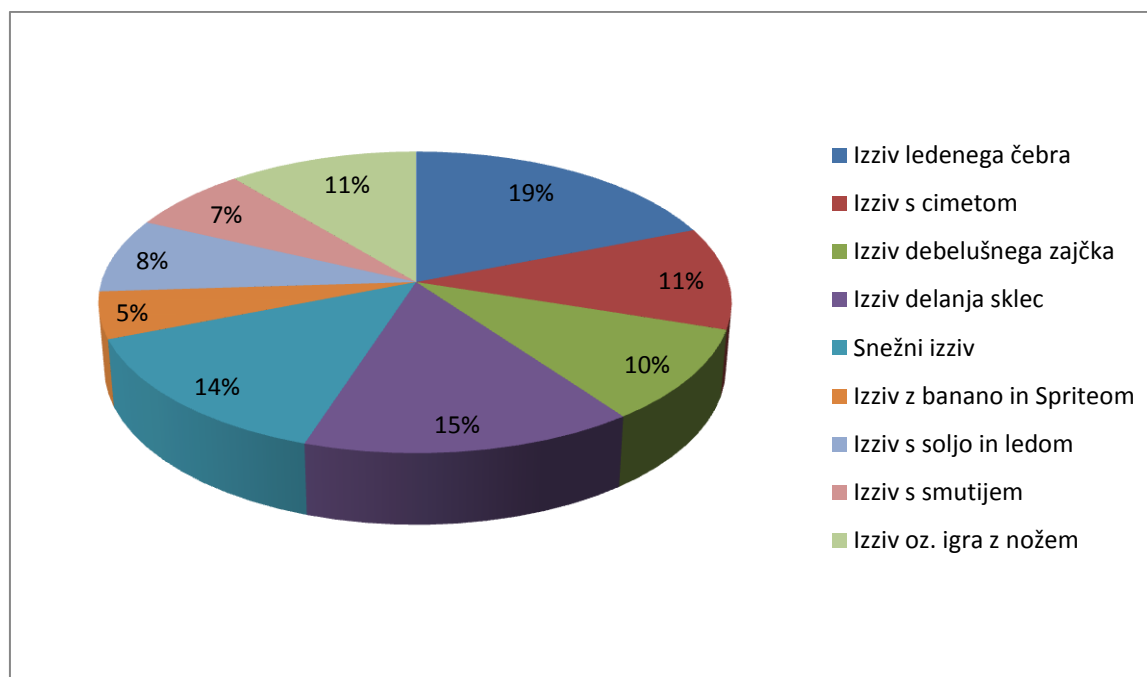
Na to vprašanje so odgovarjali le učenci, ki sodelujejo v izzivih. Najpogosteje se za sodelovanje odločajo zaradi zabave (61%), nekateri pa tudi zaradi pozornosti drugih (20%) ali stave (19%). Rezultati so popolnoma v nasprotju z najinimi pričakovanji. Bili sva prepričani, da se anketiranci odločijo sodelovati v internetnih izzivih, ker to počnejo tudi njihovi vrstniki, a se za ta odgovor ni odločil nihče. Najina zadnja hipoteza je tako ovržena.

4.2 Katere internetne izzive poznaš?

Tabela 11 prikazuje internetne izzive, ki jih anketiranci poznajo.

| Možni odgovori | Število odgovorov |
|----------------------------|--------------------------|
| Izziv ledenega čebra | 103 |
| Izziv s cimetom | 61 |
| Izziv debelušnega zajčka | 60 |
| Izziv delanja sklec | 83 |
| Snežni izziv | 79 |
| Izziv z banano in Spriteom | 29 |
| Izziv s soljo in ledom | 43 |
| Izziv s smutijem | 34 |
| Izziv oz. igra z nožem | 60 |
| Drugo | 0 |

Graf 11 prikazuje izzive, ki jih anketiranci poznajo, v odstotkih.



Rezultat:

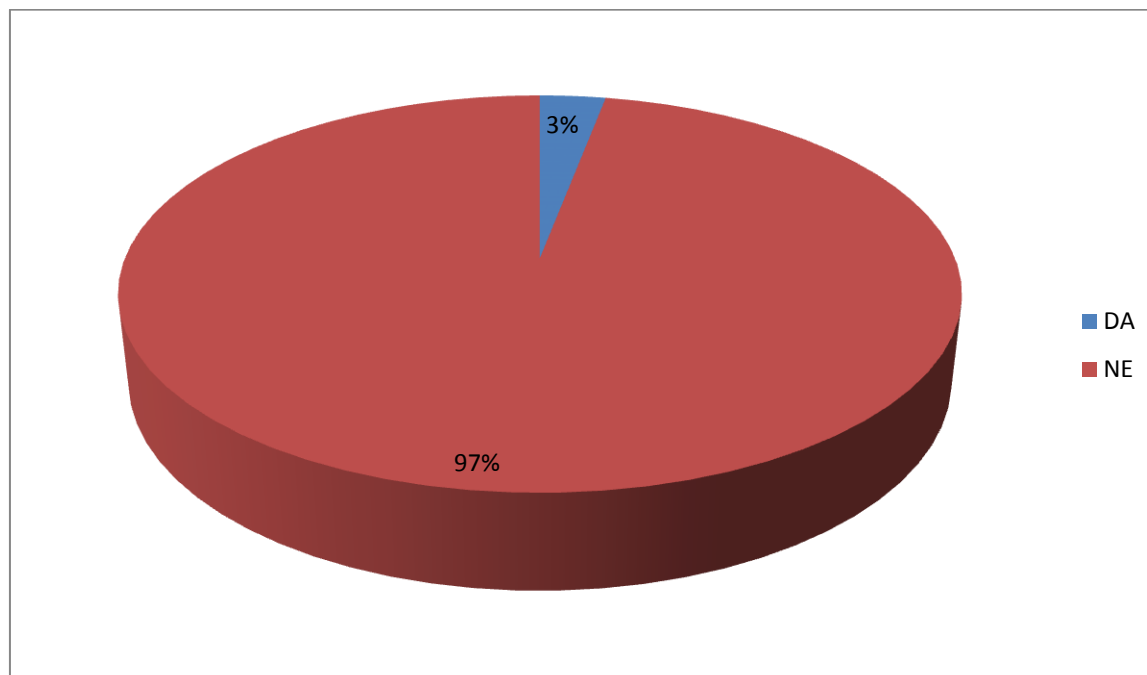
Učenci so lahko izbrali več odgovorov. Najpogosteje so se odločili za Izziv ledenega čebra (19%), sledita pa mu Izziv delanja sklec (15%) in Snežni izziv (14%). Za možnost »drugo« se ni odločil nihče.

4.2.1 Ali si si kdaj sam/a izmislil/a kakšen izziv in ga razširil/a med prijatelje?

Tabela 12 prikazuje, koliko učencev si je izmislilo svoj izziv.

| Možni odgovori | Število anketirancev |
|----------------|----------------------|
| Da | 5 |
| Ne | 167 |

Graf 12 prikazuje odstotek učencev, ki so si izmislili svoj izziv.



Rezultati:

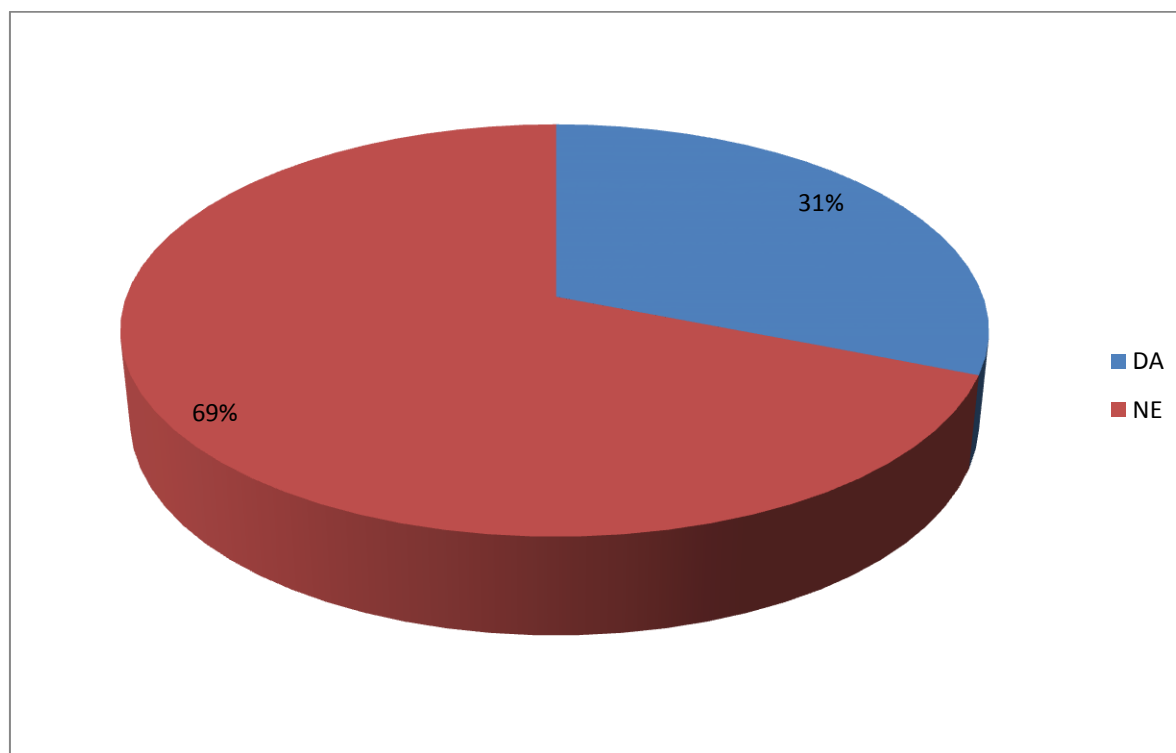
Odstotek učencev, ki so si izmislili svoj izziv je zelo nizek. Učenci so morali tudi navesti, za kakšen izziv je šlo in zakaj so si ga izmislili. Izzivi, ki so jih učenci omenili so: petkrat nekomu poljubiš roko; v določenem času moraš čim večjemu številu deklet reči: »Hey girl, hey«; vreči se moraš z mostu v vodo; tekmuješ, kdo se večkrat dvigne na bradlji. Kot razlog so navedli zabavo in zbujanje pozornosti.

4.2.2 Ali kdaj všečkaš / deliš objave (slike, posnetke) le zato, ker so to storili tudi tvoji prijatelji?

Tabela 13 prikazuje, koliko učencev se pri všečkanju / deljenju objav zgleduje po prijateljih.

| Možni odgovori | Število anketirancev |
|----------------|----------------------|
| Da | 34 |
| Ne | 74 |

Graf 13 prikazuje odstotek učencev, ki se pri všečkanju / deljenju objav zgledujejo po svojih prijateljih.



Rezultati: Na to vprašanje so odgovarjali le tisti, ki socialna omrežja uporabljajo. Kar 69% vprašanih meni, da na njihovo obnašanje na socialnem omrežju prijatelji nimajo vpliva. Zanimivo

je, da sva v literaturi zasledili ravno obraten podatek. Všečkanje in deljenje objav (slik, posnetkov, izzivov) bi naj sprožilo čredni nagon. Morda učenci naše šole pri uporabi socialnih omrežji res razmišljajo s svojo glavo, vendar pa meniva, da je bolj verjetno, da se vpliva vrstnikov preprosto ne zavedajo.

5. Diskusija

Mladostniki veliko časa preživijo za računalnikom, kjer igrajo različne igre, brskajo po spletu, poslušajo glasbo ali gledajo filme ter uporabljajo različna socialna omrežja za druženje s prijatelji. Ker večina najinih sošolcev uporablja socialna omrežja, sva menili, da je tudi na celotni predmetni stopnji tako. Postavili sva hipotezo, da več kot polovica anketiranih učencev uporablja socialna omrežja. Ugotovili sva, da socialna omrežja uporablja 63% učencev. Prvo hipotezo sva tako potrdili.

Glede na lastne izkušnje sva bili prepričani, da je najbolj priljubljeno socialno omrežje Facebook, a so se učenci, ki socialna omrežja uporabljajo, pogosteje odločili za Youtube. Iz tega lahko sklepava, da sta jim bolj zanimiva ogled in objava različnih posnetkov ter njihovo komentiranje, kot pa na primer klepetanje s prijatelji. Tako sva najino drugo hipotezo, da je Facebook najbolj priljubljeno socialno omrežje, ovrgli.

V zadnjem času se na socialnih omrežjih kar naprej pojavljajo objave različnih izzivov, v katerih sodelujejo tudi najini prijatelji. Menili sva, da je sodelovanje v izzivih med učenci predmetne stopnje precej priljubljeno, zato sva postavili hipotezo, da je v internetnih izzivih sodelovala več kot polovica anketiranih učencev. Najina hipoteza se je izkazala za napačno. Rezultat je bil ravno obraten. Več kot polovica anketiranih učencev še ni sodelovala v internetnem izzivu. Tako je najina tretja hipoteza ovržena.

Ko sva prebirali različne članke na internetu, sva zasledili podatek, da socialna omrežja uporablja več deklet kot fantov. Iz tega sva sklepali, da dekleta tudi pogosteje sodelujejo v internetnih izzivih, saj pogosteje pridejo v stik z njimi. Izkazalo se je, da na naši šoli ta podatek ne velja. Fantje so pri sodelovanju v izzivih v rahlem vodstvu. S tem je najina četrta hipoteza ovržena. Sklepali sva, da internetni izzivi bolj zanimajo starejše (8. in 9. razred) kot mlajše učence (6. in 7. razred) in da starejši v njih pogosteje sodelujejo. Ugotovili sva, da je v 6. in 7. razredu skupaj v izzivih sodelovalo 24 učencev od skupno 77 učencev, v 8. in 9. razredu pa je sodelovalo 35

učencev od 95. Če primerjamo oba rezultata v odstotkih vidimo, da je v 6. in 7. razredu sodelovalo 31% anketiranih učencev, v 8. in 9. razredu pa 37% anketiranih učencev. Sicer razlika med obema rezultatoma ni pretirano velika, a so učenci 8. in 9. razreda nekoliko v vodstvu. Najina peta hipoteza, ki pravi, da učenci 8. in 9. razredov pogosteje sodelujejo v internetnih izzivih kot učenci 6. in 7. razredov, je s tem potrjena.

V najini raziskovalni nalogi so naju predvsem zanimali razlogi, zakaj se nekateri učenci odločajo za sodelovanje v izzivih in zakaj ostalih to ne zanima. Zdelo se nama je, da tisti, ki ne sodelujejo v izzivih menijo, da so izzivi le sredstvo za pridobivanje pozornosti vrstnikov. Torej v izzivih sodelujejo le tisti, ki si pozornosti ostalih želijo. Z najinimi predvidevanji so se ujemali odgovori anketirancev in tako je najina šesta hipoteza potrjena.

Med prebiranjem literature sva zasledili podatek, da uporabniki socialnih omrežji pogosto posnemajo tisto, kar počnejo njihovi internetni prijatelji. To pomeni, da če njihovi prijatelji všečkajo ali delijo neko sliko ali posnetek, enako storijo tudi sami. Bili sva prepričani, da gre pri sodelovanju v internetnih izzivih za enak princip. Najina zadnja hipoteza tako pravi, da največ učencev sodeluje pri izzivih zato, ker to počnejo tudi njihovi vrstniki. Rezultati so popolnoma v nasprotju z najinimi pričakovanji. Največ anketirancev sodeluje v izzivih za zabavo, nihče pa se ni odločil za odgovor, da sodeluje v izzivih, ker to počnejo tudi njegovi vrstniki. Najina zadnja hipoteza je tako ovržena.

6. Zaključek

V najini nalogi sva ugotovili, da več kot polovica učencev predmetne stopnje uporablja socialna omrežja, vendar pa v internetnih izzivih ne sodelujejo zelo pogosto. Med sodelujočimi je več fantov kot deklet, ter več starejših učencev kot mlajših. Tisti, ki v izzivih sodelujejo, počnejo to predvsem za zabavo in ne zato, da bi ugajali drugim. Iz tega lahko sklepava, da se učenci predmetne stopnje na naši šoli večinoma uspešno upirajo vplivu množice in znajo misliti s svojo glavo. Seveda pa obstaja možnost, da se vpliva vrstnikov pri uporabi socialnih omrežji ne zavedajo.

7. Priloga

ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni! Sva učenki 9. razreda in izdelujeva raziskovalno nalogo z naslovom **Internetni izzivi**. Prosiva, da nama pomagaš in odgovoriš na nekaj vprašanj. Zahvaljujeva se ti za pomoč.

SPOL (obkroži): **M** **Ž** **RAZRED (obkroži):** **6.** **7.** **8.** **9.**

1. Ali uporabljaš socialna omrežja (npr. Facebook, Youtube, Twitter, Instagram)?

- a) DA (nadaljuj pri 3. vprašanju)
- b) NE (nadaljuj pri 2. vprašanju)

2. Zakaj ne uporabljaš socialnih omrežji?

- a) Ker mi starši ne dovolijo
- b) Ker v prostem času raje počnem kaj drugega
- c) Ker se mi zdi to zapravljanje časa
- d) Ker se raje v živo družim s prijatelji
- e) Drugo: _____

3. Katera socialna omrežja najpogosteje uporabljaš (možnih je več odgovorov)?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) Youtube
- e) Drugo: _____

4. Ali si že kdaj sodeloval/a v kakšnem internetnem izzivu?

- DA
- NE

Če si obkrožil/a NE, obkroži razlog, zakaj ne sodeluješ v izzivih:

- a) Ker se mi zdijo izzivi neumni
- b) Ker so izzivi pogosto nevarni
- c) Ker niso več popularni
- d) Ker tudi moji prijatelji tega ne počnejo
- e) Ker to počnejo samo ljudje, ki iščejo pozornost drugih
- f) Drugo: _____

5. V katerem izzivu si sodeloval/a?

- a) Nisem sodeloval/a v nobenem izzivu.
- b) Izziv ledenega čebra (zlivanje ledene vode na glavo)
- b) Izziv s cimetom (pojesti žličko cimeta v manj kot minuti)
- c) Snežni izziv (skočiti v sneg v poletnih oblačilih)
- d) Izziv delanja sklec
- e) Drugo: _____

**Če si v izzivu sodeloval/a odgovori še na vprašanji 6 in 7. Drugače nadaljuj pri 8.
vprašanju:**

6. Kako si po navadi izvedel/a za izziv?

- a) Preko socialnih omrežji
- c) Preko prijateljev
- d) Preko sošolcev
- e) Drugo: _____

7. Zakaj sodeluješ v internetnih izzivih?

- a) Zaradi pozornosti drugih (zaradi všečkov)
- b) Za zabavo
- c) Da prijatelji mislijo, da si upam
- d) Ker rad/a počnem to, kar počnejo moji vrstniki
- e) Ker mislim, da me bodo zaradi tega sošolci bolj sprejeli v svojo družbo
- f) Zaradi stave
- d) Drugo: _____

8. Obkroži tiste izzive, ki jih poznaš (možnih je več odgovorov).

- a) Izziv ledenega čebra (polivanje z ledeno vodo)
- b) Izziv s cimetom (pojesti žličko cimeta v manj kot minuti)
- c) Izziv debelušnega zajčka (Chubby bunny)
- d) Izziv delanja sklec
- e) Snežni izziv (skočiti v sneg v poletnih oblačilih)
- f) Banana in Sprite challenge

- g) Izziv s soljo in ledom
- h) Izziv z banano in Spriteom
- i) Izziv s smutijem
- j) Izziv oz. igra z nožem
- k) Drugo: _____

9. Ali si si kdaj sam/a izmislil/a kakšen izziv in ga razširil/a med prijatelje?

- a) Da
- b) Ne

Če si obkrožil/a DA, napiši kakšnega.

Zakaj si si ga izmislil/a?

Če uporabljaš socialna omrežja, odgovori še na zadnje vprašanje:

10. Ali kdaj všečkaš / deliš objave (slike, posnetke) le zato, ker so to storili tudi tvoji prijatelji?

- a) DA
- b) NE

8. Viri

8.1 Knjižni viri

1. Pečjak, Vid. Psihologija množice. Ljubljana: samozaložba, 1994

8.2 Internetni viri

1. <http://www.cek.ef.uni-lj.si/UPES/prosenjak230.pdf> (27. 2. 2015)
2. http://sl.wikipedia.org/wiki/Spletno_socialno_omre%C5%BEje (16.2.2015)
3. <http://www.cek.ef.uni-lj.si/magister/tomsic3620.pdf> (8. 1. 2015)
4. <http://www.sciencemag.org/content/341/6146/647.full> (2.2.2015)
5. <http://www.goodnet.org/articles/4-facebook-challenges-that-flood-your-news-feed-good-vibes-list> (8.1.2015)
6. <http://www.socialhubhub.com/2013/07/22/the-social-herd-mentality/> (9.11.2014)
7. <http://ktwop.com/2013/08/14/social-media-anonymity-encourages-and-nurtures-the-herd-mentality/> (9.11.2014)
8. <http://listverse.com/2013/07/28/top-10-instances-of-mob-mentality/> (8.1.2015)
9. <http://www.pogledi.si/mnenja/skupinska-pamet-ali-credni-nagon> (2.2.2015)
10. <http://www.primorske.si/Priloge/7--Val/Sporna-igra,-ki-je--osvojila-svet-.aspx> (8.1.2015)
11. <http://safe.si/novice/iz-facebook-vseckov-so-britanski-raziskovalci-natančno-profilirali-nase-osebnosti> (2.2.2015)
12. http://www.huffingtonpost.com/marc-erlbaum/beyond-the-icebucket-a-de_b_5693729.html (27.2.2015)
13. <https://dk.um.si/Dokument.php?id=27062&lang=slv> (27.2.2015)
14. <http://www.listchallenges.com/youtube-challenges> (2.2.2015)
15. <http://www.polet.si/sam-doma/na-spletnih-omrezjih-se-vedno-prevladujejo-zenske> (9.12.2014)