POSEBNA IZDAJA: RAZISKAVA

GLASILO

HTTPS://MY-SELF-ID.EU

NOVEMBER 2026 IZDAJA 2 REZULTATI

MLADOSTNIKI O TEM, KDO SO V DIGITALNEM SVETU

Aprila 2026 smo v okviru projekta SELF-ID raziskali, kako digitalna okolja oblikujejo identiteto, samopodobo in samospoštovanje otrok, starih od 10 do 14 let. Odgovori razkrivajo sliko, ki je bolj zapletena, kot se zdi na prvi pogled.

KDO JE SODELOVAL

84 učencev 5. in 6. razreda v anketi ter 17 mladostnikov v dveh fokusnih skupinah, april 2026, Osnovna šola Janka Padežnika. Vsi s soglasjem staršev.

ZAVEDANJE NI ZAŠČITA

78,5 % mladostnikov ve, da so fotografije na spletu urejene in idealizirane, 89,2 % razume, kako algoritmi izbirajo vsebino. Kljub temu se predvsem dekleta primerjajo z »lepšimi dekleti na spletu«, objave pa izbrišejo, če ne dobijo dovolj všečkov.

To glasilo zaznamuje 10. mesec projekta: nacionalne raziskave so zaključene, prvi rezultati pa so pred vami.

Co-funded by the European Union

Več iz raziskave ...

Poleg glavnih številk je raziskava odprla še nekaj ugotovitev, ki so za šole in starše prav tako pomembne.

Splet mladostnikom večinoma dene dobro

Kljub vsem tveganjem je večinska izkušnja pozitivna: 75 % mladostnikov po uporabi spleta občuti veselje ali zadovoljstvo, le manjšina poroča o dolgotrajni žalosti ali tesnobi. Splet je zanje predvsem prostor druženja in sprostitve.



Konec tedna se čas pred zasloni podaljša

Med šolskim tednom je na spletu šest ur ali več le 3,6 % mladostnikov, ob koncu tedna pa se ta delež več kot početveri – na 16,7 %. Najpogostejše dejavnosti so gledanje kratkih videoposnetkov (66,7 %), komuniciranje (61,9 %) in igranje iger (59,5 %).

Lažne posnetke težje prepoznajo

89,2 % mladostnikov ve, kako algoritmi izbirajo vsebino, ki jim jo prikažejo, 84,5 % pa jih meni, da prepozna lažne novice. Težje jim gre pri posnetkih, ki jih ustvari umetna inteligenca (deepfake) – videti so kot pravi, a prikazujejo nekaj, kar se ni zgodilo. Skoraj tretjina (31 %) jih ne zna prepoznati.

Vplivneži delujejo tudi, ko jih prepoznamo

Mladostniki razmeroma dobro prepoznajo promocijsko vsebino in vsebino, ki išče pozornost. Kljub temu skoraj polovica priznava, da so nekaj kupili zaradi vplivneža. Prepoznati oglas očitno ni isto kot biti odporen nanj.

Kaj naredijo mladostniki, ko nekdo deli njihovo vsebino?

Deljenje vsebine brez dovoljenja mladostniki doživljajo kot izdajo zaupanja. Najpogosteje prosijo za izbris ali se s tistim, ki je vsebino objavil, pogovorijo neposredno. Uradna prijava prek aplikacije je redka – kršitev raje uredijo direktno v odnosu.

Ko komentar zveni hujše, kot je mišljen

Všečki in komentarji močno vplivajo na razpoloženje in samozavest, zlasti pri manj samozavestnih otrocih.





Vrstniki so prva pomoč

Ob težavah se mladostniki najprej obrnejo na vrstnike. Odraslih pogosto ne vključijo, ker se bojijo, da bi jih imeli za »šibke«.

Pretiran nadzor jih le spodbudi k prikrivanju spletnih aktivnosti.

Kaj se skriva za številkami? Pogovori z mladostniki.

V dveh fokusnih skupinah sta se kot osrednji platformi izluščila Snapchat, za stike z vrstniki in vzdrževanje "ogenjčkov", ter ChatGPT, za domače naloge in iskanje informacij. Umetna inteligenca je tako že del šolske rutine.

Nenehna dosegljivost je pravilo: 80,9 % uporablja zaslone tik pred spanjem, 77,4 % težko prekine dejavnost, 59,5 % čuti pričakovanje takojšnjega odgovora. Anonimnost spodbuja drznejše vedenje, a z manj empatije, saj sogovornika ne vidiš. 82,1 % jih je nekoga že blokiralo.



SLEDITE NAM NA INSTAGRAMU

Utrinki z mednarodnih srečanj, šolskih delavnic, skupno ustvarjenih vsebin in partnerskih dogodkov, skupaj z novostmi o razvoju projekta. **@selfid_project**

RAZIŠČITE PROJEKTNO ZBIRKO

Vse, kar nastaja v okviru projekta SELF-ID – poročila, orodja, gradiva in rezultati – je brezplačno dostopno na naši spletni strani. Obiščite nas in ostanite v stiku. **@www.my-self-id.eu**

Mladostniki se tveganj zavedajo, a zavedanje samo po sebi ne ustavi primerjanja in vrstniškega vpliva. Medijsko pismenost je treba povezati s čustveno odpornostjo in samosprejemanjem.

Sofinancirano s strani Evropske unije. Izražena stališča in mnenja so stališča in mnenja avtorja(-ev) in ne odražajo nujno stališč Evropske unije ali Izvajalske agencije za izobraževanje in kulturo (EACEA). Niti Evropska unija niti EACEA ne moreta biti odgovorni zanje. Projekt: SELF-ID · Erasmus+ KA220-SCH · december 2025 – maj 2028 ·
Koordinator: DOBA poslovna šola, Maribor (SI) · Vodja komuniciranja: Associazione Le Nius ETS, Milano (IT)