

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA SOCIALNO DELO

DIPLOMSKO DELO

**VPLIV DOSTOPA DO INTERNETA NA UPORABNIKE V
MLADINSKEM CENTRU**

Avtorica: Nika Cvetek

Mentorica: doc. dr. Bojana Mesec

Ljubljana, 2016

PODATKI O DIPLOMSKI NALOGI

Ime in priimek: Nika Cvetek

Naslov: Vpliv dostopa do interneta na uporabnike v mladinskem centru

Kraj: Ljubljana

Leto: 2016

Mentorica: doc. dr. Bojana Mesec

Število strani: 69

Število grafov: 17

Število tabel: 11

Število prilog: 3

Ključne besede: internet, četrtni mladinski center, mladinski center, internet v mladinskem centru, vpliv interneta na uporabnike mladinskega centra

Povzetek: V diplomskem delu pišem o tem, kakšno je življenje v dobi interneta, kako internet preoblikuje življenje mladostnikov, kakšne so prednosti in slabosti ter kako pri delu z mladostniki vključevati oziroma izključevati dostop do interneta in opremiti mlade za življenje na spletu in brez njega (*online* in *offline*). Usmerim se na internet v mladinskih centrih in raziščem, kakšno vlogo ima internet v mladinskem centru, kakšne koristi in slabosti prinaša in kako vpliva na preživljanje časa mladostnikov v centru.

Title: Influence of the Internet Access on the Users in a Youth Center

Key words: internet, city quarter youth center, youth center, internet in youth center, influence of the Internet access on the users in a youth center

Abstract: In my diploma thesis, I have written about the quality of life in the Internet era, about how Internet is transforming the lives of young people. I have written about advantages and disadvantages of including or excluding the Internet access, furthermore, about the preparation of young people for life while being online as well as offline. I focus on the Internet access in the youth centers and explore the role of the Internet in the youth centers. During my research and writing, I have been curious about the benefits and pitfalls of the Internet influence, as well as its effects on how young people choose to spend their time in the youth center.

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA SOCIALNO DELO

DIPLOMSKO DELO

**VPLIV DOSTOPA DO INTERNETA NA UPORABNIKE V
MLADINSKEM CENTRU**

Avtorica: Nika Cvetek

Mentorica: doc. dr. Bojana Mesec

Ljubljana, 2016

PREDGOVOR

Med opravljanjem študijske prakse v Četrtnih mladinskih centrih sem pridobila tako teoretični kot tudi dejanski vpogled v dogajanje v centru. Opazila sem razhajanje med enim in drugim, pri čemer sem kot glavni dejavnik za neskladnost teorije in prakse prepoznala neomejen dostop do interneta v centru.

Dejstvo je, da živimo v informacijski dobi. Mladi odraščajo z informacijsko komunikacijsko tehnologijo, česar ne moremo preprečiti in niti ne bi bilo smiselno, bilo pa bi smiselno razmisliti, kje in do kolikšne mere vključiti tovrstne storitve v delo z mladostniki.

Namen raziskave je pokazati, kako se dejansko odraža neomejen dostop do interneta v mladinskem centru na dogajanje v centru. Želim spodbuditi koordinatorje centra, da razmislijo, ali je neomejen dostop do interneta v mladinskem centru res koristen za uporabnike in kako vključiti internet v center na način, da ne bi zaviral izpolnjevanja poslanstva centra, pač pa bi prispeval k aktivnemu udejstvovanju v družbi in kritičnemu razmišljanju uporabnikov.

HVALA mentorici doc. dr. Bojani Mesec za čas in nasvete.

HVALA koordinatorjem Četrtnih mladinskih centrov, ki so mi omogočili anketiranje in mi pomagali pridobiti čim večje število udeležencev.

HVALA vsem uporabnikom Četrtnih mladinskih centrov, ki so si vzeli čas in korektno izpolnili vprašalnik.

HVALA staršem in mojim najbližjim, ki so mi stali ob strani ves čas študija, me spodbujali in verjeli vame.

KAZALO

1	<i>Teoretični uvod</i>	8
1.1	Informacijska družba	8
1.1.1	Internet	9
1.1.2	Statistika uporabe interneta v Sloveniji	9
1.2	Mladi na internetu	11
1.2.1	Internetne storitve	11
1.2.2	Internetne navade mladih v Sloveniji	12
1.2.3	Koristi, ki jih mladim prinaša internet	12
1.2.4	Pasti interneta	14
1.2.4.1	Internetne zlorabe	14
1.2.4.2	Internetna zasvojenost	16
1.2.5	Internet kot sredstvo za zapolnitev prostega časa mladih	17
1.2.5.1	Družbeni mediji	18
1.3	Vpliv internetne komunikacije na uporabnike	20
1.3.1	Pomen, ki ga mladi pripisujejo komuniciranju na internetu	22
1.4	Pomen organiziranega združevanja mladih	23
1.5	Mladinski center	26
1.5.1	Cilji	27
1.5.2	Preživljanje prostega časa v mladinskem centru	28
1.5.3	Dostop do interneta v mladinskem centru	29
2	<i>Problem</i>	31
2.1	Vprašanja, ki me zanimajo:	32
2.2	Hipoteze	32
3	<i>Metodologija</i>	33
3.1	Vrsta raziskave	33
3.2	Spremenljivke, indikatorji, obseg vrednosti oz. modalitete	33
3.3	Merski instrumenti ali viri podatkov	34
3.4	Opredelitev enot raziskovanja – populacija, vzorec	34
3.5	Načrt zbiranja podatkov oz. empiričnega gradiva	35
3.6	Načrt obdelave gradiva	36

4	REZULTATI.....	37
4.1	OSNOVNI REZULTATI.....	37
4.2	PREVERJANJE HIPOTEZ.....	44
4.2.1	H1: Manjšina (manj kot polovica) uporabnikov mladinskih centrov najpogosteje zahaja v center zaradi dostopa do interneta.	44
4.2.2	H2: Večina (več kot polovica) uporabnikov, ki v center NE zahajajo zaradi dostopa do interneta, v centru uporablja internet.	45
4.2.3	H3: Uporabniki, ki pogosteje uporabljajo internet v mladinskem centru, se manj pogosto udeležujejo aktivnosti, ki jih organizira center.	46
4.2.4	H4: Čas, ki ga uporabniki preživijo na internetu, ne vpliva na čas druženja, saj uporabniki to združujejo.	48
4.2.5	H5: Uporabniki, ki doma nimajo dostopa do interneta oziroma imajo omejen dostop do interneta, bolj pogosto uporabljajo internet v mladinskem centru.	49
4.2.6	H6: Uporabniki, ki imajo dostop do interneta preko mobilnega telefona, redkeje uporabljajo internet v mladinskem centru.	51
4.2.7	H7: Manj kot polovica uporabnikov uporablja internet v mladinskem centru v šolske namene.	51
4.2.8	H8: Več kot polovica uporabnikov mladinskih centrov bi tja zahajala redkeje, če jim mladinski center ne bi nudil neomejenega dostopa do internetnih storitev.	52
4.2.9	H9: Več kot polovica uporabnikov meni, da je internet v mladinskem centru pomemben.	53
4.2.10	H10: Dostop do interneta v mladinskem centru je pomemben tistim uporabnikom, ki doma nimajo dostopa do interneta.	54
5	RAZPRAVA.....	55
6	VIRI IN LITERATURA	58
7	PRILOGE	62
7.1	PRILOGA 1: Anketni vprašalnik	62
7.2	PRILOGA 3: TABELA SPSS.....	65
7.3	PRILOGA 2: Izjava o avtorstvu	68
8	POVZETEK.....	69

KAZALO GRAFOV:

Graf 1: Spol.....	37
Graf 2: Starost.....	37
Graf 3: Namen obiska.....	38
Graf 4: Pogostost uporabe interneta	38
Graf 5: Pogostost udeležbe na delavnicah, izletih in drugih aktivnostih centra	39
Graf 6: Čas uporabe interneta	39
Graf 7: Čas druženja	40
Graf 8: Način uporabe interneta.....	40
Graf 9: Razlog uporabe interneta v mladinskem centru	41
Graf 10: Najpogostejše obiskane spletne strani v centru.....	42
Graf 11: Dostop do interneta doma	42
Graf 12: Dostop do interneta na mobilnem telefonu.....	43
Graf 13: Mnenje o pomembnosti interneta v mladinskem centru.....	43
Graf 14: Zahajanje v mladinski center brez interneta	43
Graf 15: Pogostost uporabe interneta in pogostost udeležbe na delavnicah in aktivnostih centra.....	47
Graf 16: Dostop do interneta doma in uporaba interneta v MC	50
Graf 17: Pomembnost interneta v MC glede na dostop do interneta doma	54

KAZALO TABEL

Tabela 1: Obiskovanje MC – preoblikovana spremenljivka.....	44
Tabela 2: Obiskovanje MC – binominalni test.....	45
Tabela 3: Uporaba interneta v MC – preoblikovana spremenljivka.....	46
Tabela 4: Uporaba interneta v MC – binominalni test.....	46
Tabela 5: Pogostost – preoblikovani spremenljivki.....	47
Tabela 6: Čas uporabe interneta in čas druženja	48
Tabela 7: Dostop do interneta doma – preoblikovana spremenljivka	50
Tabela 8: Uporaba interneta v šolske namene – preoblikovana spremenljivka	51
Tabela 9: Uporaba interneta v šolske namene – binominalni test.....	52
Tabela 10: Pogostost obiskovanja MC brez interneta – binominalni test.....	53
Tabela 11: Pomembnost interneta v MC – binominalni test.....	53

1 Teoretični uvod

1.1 Informacijska družba

Sodobna družba je zaznamovana z uporabo informacijsko komunikacijske tehnologije. Informacijsko komunikacijska tehnologija je eno izmed najhitreje razvijajočih se področij in ima vedno večjo vlogo v družbi. Tehnične pridobitve vplivajo na ekonomske, socialne, pravne in druge družboslovne vidike ter spreminjajo vsakdanje življenje ljudi.

Z novimi načini komunikacije in dostopa do informacij se spreminja način opravljanja vsakodnevnih opravil, način učenja, dela in preživljanja prostega časa (Kralj Zatler, 2011). Različni avtorji in raziskovalci niso složni, ko pride do vprašanja izboljšanja oziroma poslabšanja kvalitete življenja, se pa strinjajo, da informacijsko komunikacijska tehnologija prinaša neizogibne spremembe in vpliva na način našega delovanja, mišljenja in čustvovanja (Purcell, 1999).

Izraz informacijsko komunikacijska tehnologija (v nadaljevanju IKT) se po Sennu (v Razgoršek, 2006: 31) nanaša na vsa tehnična sredstva, storitve in sposobnosti za pridobivanje, shranjevanje, obdelavo in prenašanje informacij. Izraz zajema strojno opremo, programsko opremo, komunikacijska omrežja in znanje uporabnikov. Namen IKT je izboljšanje storitev, povečanje učinkovitosti in lažje reševanje problemov. Kakšne učinke dosega IKT, pa je odvisno predvsem od uporabnika, njegovega znanja in njegove usmerjenosti.

To, da so učinki IKT odvisni od znanja, sposobnosti in motivacije uporabnika, je jasno, saj brez tega ne zmoremo in ne znamo uporabljati IKT in zato nismo deležni njenih pozitivnih učinkov. To pa ne pomeni, da v tem primeru IKT na nas ne vpliva. Nasprotno, prisotnosti IKT ne moremo ignorirati in živeti, kot da ne obstaja. V kolikor ne naredimo koraka naprej in se ne prilagodimo informacijski družbi, začnemo drseti v ozadje, počasi izgubljammo stik s sodobno družbo, nismo informirani, zamujamo priložnosti in postajamo nevidni. Računalniška nepismenost v današnjem času v veliki meri pomeni izključenost iz sodelovanja in udejstvovanja v družbi. Uporaba IKT ni osebna izbira posameznika. Je način življenja, ki ga moramo sprejeti in se ustrezno prilagoditi.

1.1.1 Internet

Korenine interneta segajo v 60. leta 20. stoletja. Imenoval se je Arpanet in ga je ustvarilo ameriško ministrstvo za obrambo z namenom deljenja datotek med računalniki. Na začetku je bil internet pretežno uporabljen za komuniciranje in izmenjavo podatkov med akademskimi in vladnimi raziskovalci. Kmalu so uporabniki Arpaneta razvili elektronsko pošto (e-mail), ki je presegel izmenjavo informacij med računalniki in omogočil medosebno komunikacijo. Z razvojem svetovnega spleta v 90. letih se je internet začel hitro širiti med organizacijami in posamezniki (Joinson, 2003).

Število uporabnikov interneta iz leta v leto narašča. Po podatkih iz leta 2012 je največji delež uporabnikov interneta v Severni Ameriki (78,90 %), takoj za tem pa sledi Evropa, kjer internet uporablja 64,5 % celotne populacije (Špehar, 2012).

1.1.2 Statistika uporabe interneta v Sloveniji

V Sloveniji je po podatkih iz leta 2013 do interneta dostopalo 74 % populacije. Število slovenskih spletnih uporabnikov, starih med 10 in 75 let, se je od aprila 2009 do maja 2014 povečalo z 1.128.129 na 1.474.685 (Slovenska Oglaševalska Zbornica, Spletna populacija, 2009). Največji delež (21,1 %) spletnega občinstva v Sloveniji predstavljajo uporabniki med 25 in 34 let, sledijo jim uporabniki, stari med 35 in 44 let, ki predstavljajo 20,9 % celotne spletne populacije. S starostjo nad 45 let se delež uporabnikov zmanjšuje. Zanimivo je, da mladostniki (15–24 let) predstavljajo zgolj 15,6 % celotne spletne populacije, najmanjši delež pa je med spletnimi uporabniki v Sloveniji otrok, starih med 10 in 14 let (6,5 %). Čas, ki ga uporabniki preživijo na internetu, je povprečno 12 ur mesečno. Največ časa na internetu preživijo uporabniki med 35 in 44 leti, in sicer skoraj 16 ur, najmanj pa otroci, ki povprečno za internet porabijo 6 ur mesečno (Slovenska Oglaševalska Zbornica, Kdo so slovenski spletni uporabniki, 2009). Najpogosteje obiskano spletno mesto med slovenskimi uporabniki interneta je Google (85 %), sledijo 24ur.com (66 %), Najdi.si (62 %), YouTube (58 %) in Gmail (54 %). Novinec med deseterico najpogosteje obiskanih strani je Facebook, ki iz leta v leto vidno pridobiva na obiskanosti in priljubljenosti (Brečko, 2010).

V Sloveniji ima iz leta v leto več gospodinjstev dostop do interneta. V prvem četrtletju 2014 je imelo 77 % vseh gospodinjstev dostop do interneta. Od tega imajo gospodinjstva z

otroki skoraj vsa (97 %) dostop do interneta, nekaj manj pa je gospodinjstev brez otrok z dostopom do interneta (70 %). 3 % gospodinjstev z otroki je brez dostopa do interneta predvsem zaradi visokih stroškov, do interneta pa člani teh gospodinjstev dostopajo drugje (Zupan, 2014).

Glede na visok delež gospodinjstev z dostopom do interneta podatek, da uporabniki večinoma do interneta dostopajo doma, ni presenetljiv. Primerjava podatkov MOSS pa kaže na to, da se je z leti povečal dostop uporabnikov do interneta tudi na javnih lokacijah, kot so šole, fakultete, knjižnice, kiberkavarne in druge lokacije z dostopnim neplačljivim internetom. Od leta 2009 do leta 2012 se je uporaba interneta na javnih lokacijah povečala kar za 38 %. Uporabniki, ki najpogosteje dostopajo do interneta na javnih lokacijah, pa so večinoma otroci in mladostniki (Slovenska Oglaševalska Zbornica, Na splet še vedno v veliki večini od doma, 2009).

Podatki kažejo, da večinska populacija sledi napredku informacijske dobe, še vedno pa obstaja določen delež ljudi, ki nimajo dostopa do interneta, bodisi zaradi denarnih nezmožnosti bodisi zaradi neinformiranosti in neznanja. Po podatkih raziskave imajo skoraj vsa gospodinjstva z otroki dostop do interneta, ne pa tudi vsa druga gospodinjstva (Zupan, 2014). Sklepam, da so za dostop do interneta in ustrezna znanja prikrajšane ranljive skupine ljudi, kot so invalidi, migranti, ljudje s težavami pri učenju in starejši. Poskrbeti bi morali, da ustrezno opremimo in pripravimo na informacijsko dobo ravno te skupine ljudi ter preprečimo še dodatno izključenost. Med mladimi in otroki v večini tega problema ni, saj odraščajo skupaj z napredkom informacijske družbe ter sproti in spontano pridobivajo znanja, kompetence in sprejemajo način življenja, ki ga takšen način prinaša. Menim, da informacijska doba prinaša dve nezaželeni skrajnosti, ki ju moramo znati preprečiti. Prva skrajnost so skupine, ki nimajo možnosti in znanja za uporabo in vključitev IKT v svoje življenje, druga skupina pa so ljudje, ki IKT sprejemajo kot glavni smisel življenja. Prvo skrajnost lahko preprečimo z informiranjem in izobraževanjem ljudi, na drugo skrajnost pa moramo biti pozorni predvsem pri mladih in jim preko formalnih in neformalnih ustanov prenesti znanja in jih opremiti s kompetencami za ustrezno ravnanje z IKT in usklajevanje življenja na spletu in izven njega (*online in offline*).

1.2 Mladi na internetu

1.2.1 Internetne storitve

Joinson v knjigi *Understanding the psychology of internet behaviour* (2003) pravi, da če želimo razumeti uporabnike interneta in njihove navade, moramo najprej razumeti internet.

Hkrati z razvojem tehnologije spremljamo razvoj interneta, ki iz dneva v dan ponuja več možnosti za uporabnike. Široka paleta aktivnosti in internetnih orodij določa, kaj uporabniki lahko počnejo, s kom in na kakšen način. Bolj so uporabniki dovzetni za ponujeno, bolj to vpliva na njihovo vedenje. Joinson (2003) izpostavi naslednje internetne storitve, ki jih ponuja internet in oblikujejo vedenje uporabnikov:

- E-mail oziroma elektronska pošta, namenjena izmenjavi sporočil med dvema oziroma skupino uporabnikov.
- Spletne klepetalnice, namenjene neposredni izmenjavi sporočil med trenutno prisotnimi uporabniki klepetalnice.
- Deljenje datotek med računalniki.
- Zaprte skupine, namenjene izmenjavi informacij in razpravi med člani.
- Glasovna oziroma video komunikacija.
- Svetovni splet, namenjen iskanju informacij.
- Masovne večigralske igre.

Navedene storitve lahko razvrstimo v naslednje skupine:

- svetovni splet,
- elektronska pošta,
- družbeni mediji,
- orodja za deljenje datotek med računalniki,
- internetne igre.

Izmed naštetih postajajo vse bolj popularni in vse pogostejše uporabljeni družbeni mediji, v mladinskih centrih pa poleg družbenih medijev med uporabniki opažajo tudi veliko priljubljenost internetnih iger.

1.2.2 Internetne navade mladih v Sloveniji

Internet v Sloveniji dnevno uporablja več kot 70 % otrok in mladostnikov, od tega skoraj polovica internet uporablja večkrat dnevno. Povprečno preživijo na internetu 99 minut na dan (EU Kids online). Največ časa na internetu preživijo mladi med 15 in 19 leti. Kar 67 % uporabnikov pa ima dostop do interneta tudi preko mobilnega telefona. Otroci in mladostniki do interneta dostopajo tako doma kot tudi na šoli/fakulteti (73 %), javni knjižnici (40 %) in drugih javnih mestih. Večinoma internet uporabljajo sami, zgolj 10 % otrok, starih med 8 in 10 let, uporablja internet v spremstvu staršev.

Otroci in mladostniki internet v največji meri uporabljajo za udejstvovanje na spletnih družabnih omrežjih. Pri tem so starejši otroci bolj pogosti uporabniki kot mlajši. Sledi gledanje zabavnih slik in video posnetkov, uporaba strani za takojšnje sporočanje in iskanje informacij o stvareh, ki jih zanimajo, iskanje informacij v povezavi s šolo ter pošiljanje in pregledovanje e-mailov. Manj pogosto otroci in mladostniki na internetu igrajo igrice in se udeležujejo na različnih forumih, s spletnim nakupovanjem, izdelavo lastne spletne strani in pisanjem bloga pa se na internetu ukvarja zgolj kakšen procent otrok in mladostnikov (Lobe, Muha, 2011).

1.2.3 Koristi, ki jih mladim prinaša internet

Internet z vsem, kar ponuja, lahko nudi mnoge koristi uporabnikom. Ali bo internet za nekoga pozitivna ali negativna izkušnja, je v veliki meri odvisno od samega uporabnika, njegovih kompetenc in motiva za uporabo interneta. V splošnem lahko koristi, ki jih mladim prinaša internet, razdelimo v 4 skupine (Kalmus et al., 2009):

1. Izobraževanje, učenje in digitalna pismenost

Večina mladih danes internet uporablja kot primarno sredstvo za dostop do informacij. Internet jim služi kot pomoč pri pisanju domačih nalog, seminarskih nalog in učenju. Vedno pogostejše so tudi šolske oziroma študijske skupine na internetu, ki so namenjene izmenjavi informacij in datotek v povezavi s šolskimi obveznostmi med sošolci in pa tudi med učenci in učitelji. Na internetu mladi lahko opravljajo tudi nekatere tečaje (npr. tečaj tujih jezikov), v množici informacij, do katerih dostopajo, pa razvijajo kritično mišljenje in širijo svoja znanja in splošno razgledanost. Mladi, ki so dovzetni za informacije na

internetu, imajo širši pogled tudi na socialna vprašanja, poznajo aktualno problematiko in se zavedajo raznolikosti kultur in situacije po svetu.

2. Vključenost in družbeno udejstvovanje

Pozitivna stran interneta naj bi bila tudi to, da enakovredno vključuje vse ljudi ne glede na socialni status in druge osebne okoliščine. Internet je socialno neodvisen medij in naj bi bil ustrezno prilagojen in dostopen vsem, prav tako pa tudi znanja, ki omogočajo uporabo. Med uporabniki interneta ni socialnih razlik in s tem tudi ne predsodkov, ki vplivajo na komunikacijo in druženje v realnem svetu. Na internetu ni nesorazmerja moči med uporabniki. Vsak uporabnik ima na internetu enake možnosti, enako moč in enako veljavo kot vsi ostali. Kdo želiš biti in kako se želiš predstaviti, je odvisno zgolj od tega, kar napišeš na internet (Mesec, 2004).

Internet, preko katerega se mladostniki počutijo bolj pogumne, daje priložnost tudi tistim bolj sramežljivim, da premostijo svoje strahove in se vključijo v družbo. Korist socialnih omrežij in strani, namenjenih komunikaciji, naj bi bila tudi izmenjava informacij glede šole, šolskih obveznosti in drugih aktualnih zadev, izmenjava mnenj o osebnih in družbenih tematikah ter izmenjava izkušenj med mladimi.

3. Ustvarjalnost in samoizražanje

Mladi najpogosteje koristijo priložnost za samoizražanje preko socialnih omrežij, kjer objavljajo svoje misli, izražajo svoja čustva in preko različnih objav, fotografij, video posnetkov in podobno izražajo in oblikujejo svoj jaz. Sicer bolj redki pa so mladi, ki internet uporabljajo za naprednejše kreativno udejstvovanje in se izražajo preko lastnih blogov in spletne strani.

4. Identiteta in socialno povezovanje

Internet mladim lahko pomaga pri spoznavanju samih sebe, pri razvijanju svojega okusa ter oblikovanju vrednot in stališč. Vpliva na razvoj socialnega vedenja in moralnih vrednot. Mladi na internetu spoznavajo različne ljudi, različne situacije in zgodbe, se učijo zavzemati stališča, izražati mnenja, razvijajo empatijo in strpnost. Internet ponuja tudi

možnost za povezovanje in komunikacijo, kar je lahko priložnost za navezovanje in ohranjanje stikov tudi z geografsko oddaljenimi prijatelji in znanci.

1.2.4 Pasti interneta

Internet lahko na eni strani prepoznamo kot koristno sredstvo, ki nam na določenih področjih olajšuje življenje, na drugi strani pa prinaša tudi določena tveganja in nevarnosti. Najbolj ranljivi uporabniki interneta so otroci in mladostniki. Za razliko od odraslih so otroci v virtualnem svetu veliko bolj domači in s tem tudi veliko bolj zaupljivi. Današnji otroci odraščajo v dobi tehnologije. Imajo dobro razvite računalniške kompetence in popolnoma obvladajo računalniška in internetna orodja, vendar pa se zaradi svoje neizkušenosti in radovednosti lahko hitro ujamejo v pasti interneta (Šterk, Zupanič, Žavbi, 2007)

1.2.4.1 Internetne zlorabe

Najpogostejše zlorabe in tveganja na internetu so:

1. Kraja podatkov (ukradena gesla, naslovi, davčne številke, številke kreditnih kartic in drugi osebni podatki)

Spletne strani, namenjene ozaveščanju o varni uporabi interneta, opozarjajo uporabnike, naj bodo pazljivi pri posredovanju podatkov. Včasih je veljalo priporočilo, naj uporabniki ne posredujejo osebnih podatkov na internetu. Z razmahom družbenih medijev in predvsem socialnih omrežij pa je posredovanje osebnih podatkov na internetu postalo neizogibno. Strani, namenjene internetni komunikaciji, deljenju slik, video posnetkov in drugih vsebin, zahtevajo posredovanje osebnih podatkov in spodbujajo k deljenju osebnega življenja. Posredovanju osebnih podatkov na internetu se v današnjem času ne moremo izogniti, problem pa se pojavi, če le-teh ne znamo zavarovati. Predvsem pri otrocih in mladostnikih, ki nimajo ustreznih znanj o varni uporabi interneta, zato hitro lahko pride do zlorabe (Hanne Luders et al., 2009).

2. Zlonamerna programska oprema

Zlonamerna programska oprema vključuje vse vrste programov, ki so namenjeni škodovanju računalniku ali omrežju (vohunska programska oprema, virusi, črvi, trojanski

konji, programi za oglaševanje). Takšni programi se navadno namestijo brez naše vednosti preko zavajajočih povezav ali prenosov in nadzirajo naše vedenje na računalniku, shranjujejo podatke in informacije, ki jih posredujemo na računalniku ali internetu. Težave, ki jih zlonamerna programska oprema lahko povzroči, so bodisi kratkotrajne in lahko rešljive, lahko pa tudi zelo problematične (npr. kraja identitete, zrušitev računalnika) (Google, 2015).

3. Neprimerna vsebina na internetu

Pojem neprimerna vsebina je težko jasno opredeliti. Nekaj, kar se zdi neprimerno odraslim, lahko otroci vidijo povsem drugače in obratno. Razlike so tudi med različnimi kulturami. Dejstvo pa je, da je na internetu množica vsebin, ki bi jih lahko označili kot neprimerne in škodljive, ter tudi vsebin, ki so ilegalne (npr. otroška pornografija). Vsebine, ki so najbolj problematične pri mladostnikih, so pornografske vsebine, vsebine, ki spodbujajo nasilje in sovraštvo, ter vsebine, ki nagovarjajo k rasizmu, samouničevalnemu vedenju ter kaznivim dejanjem (Wold et al., 2003).

4. Virtualno nasilje

Nasilje preko interneta pomeni, da posameznik ali skupina posameznikov s pomočjo informacijsko-komunikacijskih tehnologij nadleguje, ustrahuje in izsiljuje svoje vrstnike. Gre za socialno nasilje, ki vodi v izolacijo in izključitev žrtve iz socialnega kroga. Najpogostejše oblike virtualnega nasilja so sovražna sporočila, širjenje laži, opolzki komentarji na socialnih omrežjih, kreiranje spletnih strani in objavljane neprimernih vsebin z namenom uničevanja ugleda žrtve ipd. Strokovnjaki kot vzrok za neprimerno vedenje na internetu navajajo možnost anonimnosti uporabnikov, ki daje občutek svobode, odmaknjenosti in odsotnosti posledic (Lambergar, 2011).

Rezultati raziskave Mladi na netu kažejo, da je več nasilja med srednješolci, kjer je bilo preko spleta ustraševanih 40 odstotkov anketiranih, med osnovnošolci pa 17 odstotkov (Lobe, Muha, 2011).

5. Spolno nadlegovanje preko spleta

Gre za pošiljanje spolno eksplicitnih komentarjev ali sporočil določeni osebi. Neželene spolne komentarje je prejela dobra tretjina (38 %) otrok, udeleženi v raziskavi Mladi na netu (Lobe, Muha, 2011).

Poleg naštetih negativnih tveganj pa so še tveganja, ki se lahko za uporabnike končajo bodisi negativno ali pa zelo pozitivno. Takšna situacija je na primer srečanje uporabnikov z osebo, ki so jo spoznali na internetu. V raziskavi Mladi na netu je v starosti skupini med 15 in 19 let kar 55 % mladih, ki se je že srečalo z neznancem, ki so ga prej poznali le na internetu, pri tem pa je imela velika večina (88 %) s srečanjem zelo dobro ali dobro izkušnjo (Lobe, Muha, 2011).

Joinson (2003) doda še nevarnost internetnega svetovanja in podpore. Tudi v tem primeru gre lahko bodisi za pozitivno izkušnjo in izkušnjo pomoči, lahko pa tudi za negativno izkušnjo, pri čemer lahko oseba dobi slab nasvet, osebno kritiko ali celo žalitev. McKenna in Bargh (v Joinson, 2003) ugotavljata tudi, da lahko iskanje podpore in nasveta v virtualnih skupnostih okrepi destruktivno vedenje (npr. prehranske motnje, droge, alkohol). Oseba, ki podpora za svoje destruktivno vedenje išče na različnih forumih, tam naleti na ljudi s podobnimi težavami, najde podporo, se počuti manj odtujeno od skupnosti in dobi občutek, da z njenim vedenjem ni nič narobe.

1.2.4.2 Internetna zasvojenost

Problem, ki postaja vedno bolj prisoten med mladostniki, pa je tudi internetna zasvojenost. Danes so otroci že zelo zgodaj seznanjeni z računalnikom in vsem, kar jim ponuja. Namen je predvsem, da bi otroci usvojili način razmišljanja in znanja, ki so potrebna za delo z računalnikom. Otrok začne uporabljati računalnik kot igračo ter se na ta način z njim seznanja, zbližuje, se uči uporabe. V obdobju odraščanja skupaj z računalnikom otrok odkriva široke razsežnosti igre in zabave, ki jo ponuja računalnik in se predaja občutkom ugodja, sprostitve, moči, neodvisnosti in lastne vrednosti, ki jih nudi virtualni svet. Bolj so te potrebe otroka zadovoljene v virtualnem svetu, bolj se otrok odmika od realnosti. S slabitvijo pristnih odnosov in komunikacije v realnem svetu pa se krepi odvisnost od odnosov v virtualnem svetu (Žorž, 2008).

Tomori (2003) trdi, da je tvegano vedenje vedno povezano s številnimi pozitivnimi težnjami in je zato za mladostnike, predvsem tiste, ki v vsakdanjem življenju nimajo

možnosti za zadovoljitev svojih potreb, tako privlačno. Takšno vedenje, kamor bi lahko uvrstili tudi pretirano rabo interneta, mladostniku nadomešča težje dosegljive vire samopotrditve in samospoštovanja, odganja neprijetne misli in neugodna čustva ter večja zadovoljstvo s samim seboj. Mladostniki dobijo občutek veljave in sprejetosti v družbi, počutijo se neodvisni in odrasli. Tvegano vedenje zapolni prosti čas mladih, odžene dolgčas in prinaša vznemirjenje in akcijo.

V raziskavi, izvedeni v Veliki Britaniji, so ugotovili, da mladi vedno več časa preživijo na internetu in so nanj čustveno navezani. Mladi so poročali o tem, da so potrti, žalostni in osamljeni, ko nimajo na voljo internetne povezave. Takšna zasvojenost lahko povzroči velike spremembe življenjskega sloga mladih. Internet postane glavno sredstvo za zapolnitev prostega časa. Namesto resničnega sveta postaja vedno pomembnejši pobeg v virtualni svet, kar vodi v odtujevanje od bližnjih in prijateljev, zanemarjanje vsakodnevnih dejavnosti, manjšanje udejstvovanja v okolju in zanemarjanje tako zdravja kot tudi ambicij in ciljev v realnem življenju (S. S. Š., 2012).

1.2.5 Internet kot sredstvo za zapolnitev prostega časa mladih

V družbi, ki je usmerjena k hitro dostopnim ugodjem in manipulirana s strani medijsko posredovanih vrednot in vedenjskih slogov, mladi za uspešen prehod v samostojnost potrebujejo določene spretnosti, znanja in izkušnje. Mladi, ki so zaradi preokupacije staršev in slabega odnosa s predstavniki drugih instanc, v katere so vključeni, prepuščeni sami sebi in lastnim izbiram, pogosto zapadajo v razne oblike potrošniškega uživanja, ki nosijo potencial pasivnosti in zasvojenosti (Mrgole, 2003: 36–40).

Potrošniška družba močno vpliva na sodoben življenjski stil mladih in pasivno izkoriščanje prostega časa. Tržno vsiljene kulturne smernice izpodrivajo spontano ustvarjanje mladinske kulture med mladimi, ki s komercializacijo izgublja svojo začetno moč in namen. Ključni pri vrstniški identifikaciji postajajo tržno ustvarjeni prostori združevanja in ne več določene skupine. Mladi se namesto s podobno razmišljujočimi in delujočimi ljudmi identificirajo s prostori in oblikami druženja v njih. Gre za scene oziroma prostore, kjer se oblikujejo in potrjujejo življenjski stili mladih. Takšne scene napeljujejo mlade, da se identificirajo z vrednotami in načinom življenja, ki ga promovirajo in so predvsem potrošniško usmerjene. Mladinski klubi, kulturne, športne prireditve, koncerti

ipd. napeljujejo mlade k potrošniškemu preživljanju prostega časa in preusmerjajo njihovo aktivistično naravnost in potrebo po samoorganiziranju k pasivni identifikaciji. Mladi niso več aktivni ustvarjalci lastnih vrednot in načina življenja, pač pa so pasivni prejemniki in zgolj sledijo ustvarjenim načelom, normam in pravilom. Scena z enakimi značilnostmi je tudi virtualna scena, kjer posamezniki vstopajo v navidezni svet in se družijo ter sodelujejo v navideznih prostorih (Ule, 2008: 169–173).

V današnjem času se pospešeno razvijajo in ustanavljajo prostori za druženje mladih na internetu. Spletne strani, namenjene »druženju«, postajajo prostor, kjer mladi preživijo večino svojega prostega časa. Takšni prostori so navidezno bolj dostopni, saj vanje lahko vstopamo kjerkoli in kadarkoli. So bolj interaktivni in mladostnikom dajejo občutek nadzora in svobode.

Rheingold (v Ule, 2008: 205) meni, da potreba po udejstvovanju v virtualnih socialnih omrežjih izhaja iz potrebe ljudi po srečevanju in druženju v neformalnih skupinah. Ker pa neformalni javni prostori izginjajo iz našega življenja, ljudje iščejo nove možnosti. Takšna možnost se je pojavila na spletu, ki ponuja dostopne in zanimive prostore za druženje ter odpravlja časovne, prostorske in tudi socialne ovire pri komunikaciji z drugimi.

Če pogledamo najpogostejše razloge za uporabo medijev, lahko vidimo, da gre za potrebe, ki jih mladi v današnjem času več ne znajo ali nimajo možnosti zadovoljevati v realnem življenju (Ule, 2008: 197–207):

- zabava,
- oblikovanje samopodobe,
- potreba po novostih, vznemirljivih dražljajih, raziskovanju,
- upravljanje s problemi,
- povezanost in vključenost.

Vse to mladim omogočajo družbeni mediji, ki so najpogostejša zaposlitev mladih na internetu.

1.2.5.1 Družbeni mediji

Družbeni mediji so vsa internetna orodja in storitve, ki omogočajo, olajšujejo in pospešujejo komunikacijo, sodelovanje in povezovanje uporabnikov. Razvrstimo jih lahko v štiri skupine (Lah, 2010):

1. Orodja za komuniciranje in objavo vsebin (spletni dnevniki/blogi, mikroblogi – Tweeter, Google buzz ipd.).
2. Orodja za sodelovanje (orodja za označevanje vsebin, orodja za soustvarjanje spletnih vsebin – npr. Wikipedia).
3. Orodja za delitev vsebin oziroma skupno rabo vsebin.
4. Orodja za družbeno mreženje (socialna omrežja – Facebook, Myspace, LinkedIn ipd.).

Namenjeni so ustvarjanju, deljenju in zbiranju vsebin ter razvoju skupnosti. Komunikacija je dvo- oziroma večstranska ter poteka tu in zdaj, saj so uporabniki deležni takojšnjega odziva s strani vedno prisotne spletne publike. Za razliko od tradicionalnih medijev družbeni mediji gradijo komunikacijo enakih med enakimi, pri čemer ima vsak uporabnik možnost aktivno sodelovati in soustvarjati vsebino. Družbeni mediji preoblikujejo ljudi iz pasivnih prejemnikov informacij v aktivne soustvarjalce vsebine. Uporabniki si izmenjujejo znanja, informacije, mnenja, izkušnje, se med seboj povezujejo in sodelujejo. Tako se preko družbenih medijev ustvarjajo spletne skupnosti uporabnikov s skupnimi interesi (Lah, 2010). Poleg omenjene participacije uporabnikov in nastajanja spletne skupnosti Bradley (2010) kot bistvene značilnosti družbenih medijev navaja še transparentnost, neodvisnost, nepredvidljivost in obstojnost vsebine. Uporabniki družbenih medijev imajo možnost vpogleda, komentiranja, potrjevanja in dopolnjevanja prispevkov drugih, kar omogoča sodelovanje in soustvarjanje spletne vsebine. Neodvisnost uporabnikom omogoča časovno in prostorsko dostopnost ter udejstvovanje, neodvisno od drugih uporabnikov. Dogajanje v okviru družbenih medijev je nepredvidljivo, ni možno nadzorovati, kako se bo razvijala vsebina in interakcija med udeleženi. Pomembna značilnost družbenih medijev pa je še obstojnost, kar pomeni, da vsebine, ki so enkrat objavljene in na voljo drugim uporabnikom, ni možno več vzeti nazaj in dokončno izbrisati.

Mladi si želijo akcije, dogajanja in raziskovanja. Potrebujejo možnosti in aktivnosti za zapolnitev prostega časa. Če tega nimajo na voljo oziroma ne prejmejo potrebne spodbude, podpore in znanja, kako različne možnosti izkoristiti, lahko začnejo razvijati nezaželeno vedenje (Tomori, 2003). Najbolj pogosto gre za omamljanje mladih. Zanimivo pa je, da v

današnjem času ni več na prvem mestu omamljanje z alkoholom in drogami, pač pa omamljanje s kavo in čokolado ter omamljanje z družabnimi omrežji – Facebookom (Menea, 2009). Iz tega je razvidno, da se je prostor druženja prestavil iz klubov in ulic, kjer so se mladi zabavali in omamljali z alkoholom in drogami, v lokale in na splet, ob tem pa so se pojavili tudi novi načini omamljanja. Surfanje po internetu lahko označimo kot potencialno nezaželeno vedenje, predvsem ko je to pretirano, neproduktivno in nadomešča družbeno življenje uporabnikov.

1.3 Vpliv internetne komunikacije na uporabnike

Komuniciranje in množično povezovanje ljudi s skupnimi interesi na spletu je privedlo do nastanka spletnih skupnosti. V okviru spletnih skupnosti se člani identificirajo s skupino, imajo občutek pripadnosti, sprejetosti in veljave. Različni avtorji in raziskovalci niso skladni v utemeljitvi tovrstne komunikacije in spletnih skupnosti kot pozitivne ali negativne, se pa strinjajo, da tovrstna komunikacijska orodja močno vplivajo in oblikujejo posameznike, skupnost in družbo. Rheingold (v Ule, 2008: 205) navaja tri med seboj zelo povezane ravni, na katerih računalniško posredovano komuniciranje vpliva na osebno in družbeno življenje uporabnikov:

- Raven posameznika

Na ravni posameznika se, kot posledica vpliva interneta na zaznavo, misli, čustvovanje, samopodobo in pogled na druge, kažejo identitetne spremembe uporabnika. Enako, kot sem izpostavila komercializirane storitve in dejavnosti, ki usmerjajo posameznikovo pozornost, tudi internet močno usmerja in oblikuje mladostnike. Internet na eni strani oblikuje pasivne mladostnike, ki ne razmišljajo več s svojo glavo, pač pa sledijo množici informacij, ki oblikujejo njihovo mišljenje, vrednote in stališča. Internet mladim vsiljuje sporne lepote ideale, umetne potrošniške želje in vizijo življenja, ki naj ga živijo. V skladu s prevzetimi prepričanji mladi začnejo na spletu oblikovati identiteto idealnega sebe, kar lahko pripelje do dvojnega življenja in dvojne identitete (realne in virtualne). Na drugi strani pa lahko internet pomaga mladim razumeti, spoznati in sprejeti samega sebe s

pomočjo strani, ki spodbujajo odprto razpravo o samem sebi, lastnih spletnih strani in blogov.

- Raven medosebne komunikacije, odnosov in prijateljstva

Internet je spremenil in razširil način komunikacije, ustvarjanja in ohranjanja odnosov in zamajal definicijo prijateljstva. Virtualni prostori druženja dajejo lažjen občutek povezanosti in vključenosti, v resnici pa takšno komuniciranje in delovanje na spletnih omrežjih poudarja individualizacijo življenja ter mlade oddaljuje od neposrednih socialnih omrežij. Zmanjšuje se število neposrednih srečanj, odnosov, čustvenih stikov in realnih povezav tu in zdaj, kar (ne glede na občutek povezanosti na spletu) dolgoročno vodi v socialno osamitev.

- Politična raven

Internet na eni strani daje občutek večje svobode, vključenosti in možnosti za večjo participacijo državljanov v političnih debatah in deljenju mnenja o političnih zadevah preko interneta, na drugi strani pa z ustvarjenimi ideali oblikuje posameznike po merilih vodilnih in pomembno (predvsem negativno) vpliva na etično in družbeno socializacijo mladih.

Nekateri avtorji pravijo, da internet predstavlja le dodaten način komuniciranja med člani omrežij, omogoča usklajevanje dejavnosti, ki se dogajajo na internetu, in dejavnosti, ki se dogajajo v fizičnem svetu. Trdijo, da računalniško posredovano komuniciranje ne bo zamenjalo tradicionalnega, temveč ga bo le dopolnilo in morda celo okrepilo zveze, ki zahtevajo sonavzočnost. Takšno komuniciranje naj bi posamezniku omogočalo večjo avtonomijo in večja ter bolj raznolika socialna omrežja. Delno tudi zaradi večje mobilnosti, saj se posameznik lahko priključi na internet kjerkoli in kadarkoli, v današnjem času tudi preko mobilnega telefona (Purcell, 1999).

V nasprotju s tem pa drugi raziskovalci trdijo, da virtualne interakcije niso enakovredne osebemu stiku in komunikacije ne dopolnjujejo, pač pa negativno vplivajo na kvaliteto socialne mreže internetnih uporabnikov. Po podatkih raziskave Spletne skupnosti 2010 imajo ljudje, ki pogosto uporabljajo družbene medije, večjo socialno mrežo kot ljudje, ki družbenih medijev ne uporabljajo, vendar pa gre pri tem večinoma zgolj za virtualne stike,

s katerimi se uporabniki ne srečujejo in ne družijo osebno. Večina rednih uporabnikov družbenih omrežij, vključenih v raziskavo, se z osebami, ki jih spoznavajo preko interneta, še ni srečala (Vehovar et al.).

Občutek, da imamo mnogo prijateljev in tesna razmerja zaradi digitalne komunikacije, je varljiv. Sporočila, všečki (pog. lajki) in emotikoni (pog. smejkoti), ki si jih izmenjujemo preko interneta, so zgolj informacije in ne morejo nadomestiti pravega nasmeha, objema in bližine. Nadomeščanje povezav tu in zdaj s povezavami na internetu vodi v depresijo in osamljenost. Uporabniki, ki več časa preživijo na internetu, imajo šibkejšo socialno mrežo in se redkeje osebno družijo s prijatelji, znanci in družino. Namesto osebnega druženja mladi vedno več časa posvečajo svojim virtualnim vlogam, kar lahko privede do internetne zatopljenosti in odvisnosti od navidezne stvarnosti (Ule, 2008: 197–207).

1.3.1 Pomen, ki ga mladi pripisujejo komuniciranju na internetu

Rezultati raziskav EU Kids online in Mladi na netu (Lobe, Muha, 2011) kažejo, da ima približno 70 % otrok in mladostnikov svoj profil na spletnih socialnih omrežjih. Delež uporabnikov z lastnim profilom na spletnih socialnih omrežjih raste glede na starost. Največji je med mladostniki, starimi med 15 in 17 let, kjer je približno 90 % lastnikov lastnega profila na spletnih socialnih omrežjih.

Podatki mednarodne raziskave EU Kids online kažejo, da se je od leta 2010 do leta 2014 povečala uporaba socialnih omrežij, povečala pa se je tudi uporaba spletnih komunikacijskih orodij in komunikacija mladih na način deljenja slik, posnetkov, glasbe in drugih vsebin na spletu (EU Kids online).

V raziskavi mladi na spletu je 63 % otrok in mladostnikov pritrdilo, da se na internetu počutijo bolj samozavestno kot v živo. 47 % jih meni, da je na internetu lažje prikriti nekatere stvari, 31 % pa pravi, da je lažje govoriti o osebnih stvareh na internetu. V raziskavi EU Kids online je polovica otrok, starih od 11–16 let, izjavila, da je na internetu lažje izraziti svoj pravi jaz kot v resnični interakciji s sovrstniki (EU Kids online). Zanimivo pa je, da se večina (76 %) otrok in mladostnikov strinja ali pa vsaj delno strinja s trditvijo, da je pogovor v živo bolj prijeten kot pogovor na internetu (Lobe, Muha, 2011).

Dejstvo, da mladi lažje in bolj samozavestno komunicirajo na spletu, potrjuje tudi raziskava o problemih mladih v celjski regiji. O temah, ki mlade zanimajo (ljubezen,

spolnost, odvisnosti, samopodoba), bi se večina mladih, vključenih v raziskavo (89,2 %), najraje pogovarjala preko spletne strani. Mladi potrebujejo neodvisnega strokovnjaka, nekoga, ki je prisoten tukaj in zdaj ter jim je na voljo za pomoč in podporo v trenutku, ko imajo problem in ne zmorejo ali ne znajo več naprej. Zanje je najlažje in najhitreje ter tudi najudobneje to dobiti na internetu. Na spletnih straneh in forumih, ki so namenjeni izmenjavi izkušenj med mladimi in komunikaciji z različnimi strokovnjaki, mladi ostajajo anonimni in zato lažje in brez zadržkov izrazijo svoja vprašanja, dileme in probleme (Podkrajšek et al., 2003).

Komunikacija preko spleta je za mladostnike velikega pomena in je ne moremo preprečiti. Lahko pa mlade usmerimo in naučimo internet uporabljati varno in v mejah normale.

1.4 Pomen organiziranega združevanja mladih

Mladi v obdobju odraščanja rešujejo dva ključna odnosna procesa. Gradijo vezi z drugimi ljudmi, skupinami in skupnostjo, s čimer ustvarjajo navezanost, hkrati pa se v odnosu do drugih samoopredeljujejo in gradijo svojo identiteto. Identiteto oblikujemo vse življenje in se nenehno gradi in spreminja v času ter v razmerju do socialnega konteksta. Gre za doživljanje sebe kot dela nečesa večjega. Posameznik sebe identificira kot enakega skupini oziroma skupnosti, kar mu potrjuje zaznava, priznanje in sprejemanje drugih. Erikson (v Ule, 2008: 59) navaja odločilna obdobja pri razvoju identitete, pri čemer kot ključno obdobje navede krizo identitete v adolescenci. Za to obdobje je značilna zmedenost, poglobljeno razmišljanje o tem, kdo smo, kaj želimo postati in kaj se od nas pričakuje. Adolescenca se kaže kot neka razvojna naloga, ki jo mora posameznik uspešno opraviti in usvojiti osnovna pravila in norme ravnanja v različnih socialnih vlogah.

Za pozitivno razrešitev krize identitete v adolescenci moramo zagotoviti varen prostor, v katerem lahko mladostniki preizkušajo socialne vloge, strategije, nabirajo socialne izkušnje, preizkušajo meje, moč in oblikujejo svojo samopodobo. Poleg tega, da posameznik spozna in sprejme samega sebe, je ključnega pomena pri razvoju identitete potrditev, da ga tudi drugi sprejemajo in podpirajo. Pri tem bolj kot potrditev družine postane pomembna potrditev družbe (Ule, 2008: 53–75).

Obdobje mladosti prinaša tudi težnjo po osamosvojitvi in težnjo po zavzemanju položaja v družbi. Odpor mladih do nadzora, ki ga izvajajo družine, šole in druge formalne organizacije, želja po neodvisnosti in želja po vrstniškem združevanju in lojalnosti do vrstnikov se odražajo v oblikovanju vrstniških skupin. Vrstniške skupine na eni strani zapolnjujejo vrzel med vedno bolj popustljivo in vse manj prisotno družinsko socializacijo ter vedno bolj storitveno usmerjeno šolsko socializacijo. Mladi v okviru vrstniške skupine najdejo željeno podporo in prostor za zadovoljitev potreb v okviru reševanja identitetne krize. Na drugi strani pa socializacija v lastni režiji lahko zaide v neželjeno smer (Ule, 2008: 157–173).

Stil in kultura, ki se razvija znotraj vrstniških skupin, je lahko za posameznika nestimulativna in uničujoča. Pasivno preživljanje prostega časa in omamljanje sta pogosta načina delovanja takšnih samoorganiziranih druženj. Vrstniška skupina je pomembna za socializacijo mladostnikov. Negativna delovanja samoorganiziranih skupin pa lahko presežemo z namenskim organiziranjem takšnih skupin, za kar pa je potrebno v prvi vrsti poznati mladinsko kulturo.

Na začetku 21. stoletja je druženje postalo skoraj samoumevna potreba mladih. Prosti čas je postal predvsem čas za preživljanje s prijatelji. Sprva je šlo za samoorganiziranje mladih, ki je privedlo do nastanka mladinske kulture. Bistvena značilnost mladinske kulture je usmerjenost in navezanost mladih na svoje vrstnike, ustvarjanje lastnih značilnosti ter svojega lastnega komunikacijskega prostora. Mladi sami sebe opredeljujejo kot marginalizirano družbeno skupino s specifičnimi interesi in potrebami. Težijo k samostojnosti in neodvisnosti od odraslih (Ule, 2008: 157–173).

Ideje in težnje mladostnikov je v ekonomski prid izkoristila potrošniška družba z ustvarjanjem in promoviranjem specifične ponudbe za mlade. Industrija zabave in prostega časa z obilico možnosti, storitev in izdelkov mladim obljublja zadovoljstvo in srečo, hkrati pa jih spreminja v vedno bolj pasivne in nekritične potrošnike množičnih dobrin. Komercializacija vsakodnevnega življenja in predvsem prostega časa usmerja posameznikovo zavest, mišljenje in delovanje ter ljudi odtuja od lastnega individualnega sveta. To se odraža tudi v nekaterih prostorih, namenjenih druženju, kjer je zadovoljitev potreb mladih zgolj navidezen cilj pod okriljem idej velikega kapitala in politične elite.

Tako gre pri različnih mladinskih scenah, organiziranih prireditvah, športnih in kulturnih organizacijah idr. bolj za profit kot dobrobit mladih (Fištravec, 2003).

To pa ne pomeni, da so organizirane dejavnosti in programi slabi. Nasprotno, organizirane oblike združevanja lahko zelo pozitivno vplivajo na razvoj mladostnika in jih lahko štejemo kot najboljšo preventivo za mladostnike. Pomembno pa je, da v vsej množici programov in organizacij znamo presoditi, katera resnično prinaša dobrobit uporabnikom in ni zgolj sama sebi namen. Žorž (2003) navaja 4 kriterije, ki so nam lahko v pomoč pri presojanju organizirane oblike združevanja:

- Širina programa: programi, ki so zasnovani širše, celostno vplivajo na telesni, duševni, socialni in duhovni razvoj mladostnika, puščajo pa mu tudi široko odprto prostor za oblikovanje lastne identitete.
- Strokovnost vodenja: programi, ki jih vodijo usposobljene osebe, so običajno bolj strokovni in kvalitetni. Pomembni so tudi jasno zastavljeni cilji in pravila obnašanja, znotraj katerih mladostnik oblikuje svoje vedenje, svoje vrednote in ve, kaj od njega pričakujejo drugi ter tudi kaj sam lahko pričakuje od programa, vodje in soudeležencev.
- Odprtost: dobri programi so dostopni za vse mladostnike, ne glede na spol, narodnost, versko opredelitev, sposobnosti ipd. in so odprti za vpogled staršev v dogajanje.
- Stroški: kvalitete programa ne moremo soditi po tem, ali je program socialen in v osnovi neplačljiv ali komercialen, namenjen proizvodnji dobička. Potrebno je pogledati, kaj v resnici program ponuja in dosega pri udeležencih.

Organizirano združevanje mladih lahko opazimo znotraj različnih mladinskih organizacij, ki jih v grobem lahko razdelimo na mladinske centre, mladinske svete, nacionalne mladinske organizacije ter druge nevladne organizacije, kamor štejemo razna društva in zavode, ki izvajajo programe namenjene mladim (Urad RS za mladino, 2015).

Največji interes se je v zadnjem obdobju pokazal na področju mladinskih centrov, ki jih je po Sloveniji vedno več in spodbujajo mlade k vključevanju in aktivnemu preživljanju prostega časa, s čimer želijo preseči potrošniške oblike preživljanja prostega časa mladine, ki vodi v pasivnost in zasvojenost.

Mrgole (2003) mladinske centre in druge neformalne organizacije vidi kot pomembne akterje v dobi odraščanja mladostnikov. Družba tveganj in negotovosti, v kateri odraščajo mladi, pomeni povečano potrebo po kompetencah, znanjih in spretnostih, ki jih morajo pridobiti mladi za uspešen prehod v samostojnost. Mladi se soočajo z realnostjo, gradijo svojo lastno identiteto in pridobivajo pomembne izkušnje. Tovrstno učenje za življenje je najbolj učinkovito v neformalnih organizacijah, kjer ni občutka prisile in tekmovalnosti ter v katere se mladi vključujejo prostovoljno.

1.5 Mladinski center

Mladinski center je opredeljen kot nevladna in neprofitna organizacija, ustanovljena kot javni ali zasebni zavod ali društvo. Mrgole opisuje mladinska središča kot lokacije, ki naj bi delovale po načelu neformalnih mladinskih zbirališč, kjer naj bi mladi imeli možnost zadovoljevati svoje temeljne potrebe po »kakovostnem preživljanju prostega časa in imajo možnost dobiti vzpodbude, znanja in spretnosti, ki jih potrebujejo v vsakdanjem življenju ter jih drugi formalni sistemi zaradi svojega ustroja ne morejo posredovati«. Potrebe po obstoju takih organizacij Mrgole utemeljuje z nujnostjo pridobitve znanj, ki so potrebna za življenje, s potrebo mladih po širši družbeni socializaciji in možnostjo ustvarjanja lastnih socialnih mrež ter s potrebo po razvoju odnosa do različnih področij delovanja, v katerih bodo prepoznali namen in smiselnost tega lastnega angažiranja (Mrgole, 2003: 16).

Dejavnost mladinskega centra opredeljuje 28. člen Zakona o javnem interesu v mladinskem sektorju (Uradni list RS, 2010):

»Mladinski center je organizirano funkcionalno središče za mlade, ki ga zagotavlja lokalna skupnost ali druga pravna oseba javnega ali zasebnega prava oziroma fizična oseba, v katerem se izvajajo programi v mladinskem sektorju in mladinsko delo na lokalni ravni.

Mladinski centri:

- skrbijo za pogoje delovanja, druženja in drugih dejavnosti mladih posameznikov, ne glede na to, ali so člani mladinskih organizacij ali ne, in mladinskih organizacij lokalnih skupnosti;
- skrbijo za mladinsko infrastrukturo;

- zagotavljajo ustrezne prostorske pogoje in opremo za izvajanje mladinskega dela ter zagotavljajo ustrezno usposobljenost kadrov za podporo mladinskemu delu;
- nudijo pogoje za razvoj ustvarjalnih in kritičnih mladih posameznikov;
- razvijajo in izvajajo programe na področju informiranja in svetovanja ter neformalnega učenja;
- sodelujejo pri izvajanju mobilnosti mladih, prostovoljnem mladinskem delu, aktivnem državljanstvu, raziskovalnem delu mladih in pri povezovanju na mednarodni ravni in
- dajejo podporo drugim programom v mladinskem sektorju v lokalnem okolju.«

Osnovni namen mladinskih centrov je tako zagotoviti prostor in pogoje za organizirano druženje mladine in neformalno socializacijo znotraj preventivnih, izobraževalnih, kulturnih, prostovoljnih in drugih pristočasnih aktivnosti.

Mladinski centri izvajajo raznovrstne delavnice, organizirajo različna izobraževanja in projekte, spodbujajo mlade k aktivnemu udejstvovanju v družbi in kritičnemu razmišljanju, hkrati pa nudijo prostor, kjer se mladi lahko srečujejo in družijo, pišejo naloge, se skupaj učijo, izkoristijo možnost inštrukcij in učne pomoči ter uporabljajo razpoložljiva sredstva mladinskega centra.

1.5.1 Cilji

Glede na to, kaj mladinski centri uresničujejo s svojimi dejavnostmi, kakšen je njihov namen in k čemu stremijo, lahko njihovo ciljno usmeritev opredelimo z dvema faktorjema:

- Človekoljubni cilji: mladinski centri si prizadevajo vplivati na razvoj čustveno, osebnostno in družbeno zrelih osebnosti, ki bodo v javnem življenju delovale v blagostanje drugih ljudi. Programi mladinskih centrov so usmerjeni v oblikovanje osebnosti in interesov mladih ter spodbujajo medsebojno pomoč, dobrodelnost, humanitarnost in družbeno pravičnost.
- Razvojni cilji: mladinski centri spodbujajo ustvarjalno, prostovoljno in enakopravno delovanje. Stremijo k vzgajanju odgovornih posameznikov in oblikovanju vključujoče družbe z enakimi možnostmi za vse (Gril, 2007).

Četrtni mladinski centri v Ljubljani (Lmit, 2011) kot svoje glavne cilje navajajo:

- izvajanje organiziranih pristočasnih dejavnosti,

- neformalno izobraževanje in usposabljanje,
- vseživljenjsko učenje,
- večanje sposobnosti mladih za obvladovanje razvojnih nalog in vsakdanjih težav,
- pomoč pri vsakdanjih obveznostih in težavah,
- omogočanje medvrstniškega druženja,
- spodbujanje razvoja mladinske/lastne kulture.

1.5.2 Preživljanje prostega časa v mladinskem centru

Preživljanje prostega časa pomembno vpliva na psihični, fizični in čustveni razvoj mladostnika. V času adolescence na socializacijo v največji meri vplivajo vrstniške skupine, zato je pomembno, kaj, s kom in kako preživlja mladostnik čas izven družine in šolskih ustanov. »Prosti čas omogoča oblikovanje osebnosti in značaja, pozitivno vpliva na zdravje, telesni in psihični razvoj, na samo ustvarjalnost, osebnosti in bogatenje vsebin življenja. Prosti čas omogoča razvoj dispozicij, nagnjenosti, interesov in nadarjenosti« (Kristančič, 2007: 41). Mladostniki z aktivnostmi v prostem času pridobivajo neformalna znanja, sposobnosti in kompetence, pridobivajo izkušnje, se povezujejo z vrstniki in gradijo svojo identiteto.

V raziskavi, izvedeni med mladostniki v Ljubljani, so ugotovili, da se mladi v prostem času najpogosteje ukvarjajo s športom, na drugem mestu pa je druženje in komuniciranje. Glavno mesto zbiranja in vrstniškega druženja osnovnošolcev je ulica, pri srednješolcih in starejših mladostnikih pa lokali. Obe omenjeni lokaciji sta rizični za razvoj nezaželenega vedenja, saj so mladostniki tam prepuščeni samim sebi, izven ustreznega nadzora in spodbud odraslih (Gril, 2004). V raziskavi ni omenjeno, v kolikšni meri se mladostniki družijo preko računalnika, vendar menim, da je to vse bolj pogosto in tudi virtualni prostor predstavlja rizičen dejavnik in nestimulativno okolje za osebni razvoj.

V raziskavi so se osredotočili tudi na to, kaj razlikuje uspešne mladostnike od neuspešnih. Dejavnik, ki je bil viden pri večini, je bil obisk krožkov in drugih organiziranih dejavnosti. Večina neuspešnih mladostnikov ne obiskuje nobenega krožka ali druge organizirane dejavnosti. Večina svoj prosti čas preživlja bolj pasivno kot uspešni vrstniki, starejši mladostniki pa so tudi bolj nagnjeni k omamljanju in pogosteje preživljajo prosti čas v diskotekah (Gril, 2004).

Iz teh podatkov je razvidna pomembnost organiziranih dejavnosti in krožkov za uspešnost mladostnikov. Mladi si v mestu želijo več cenovno, časovno in prostorsko dostopnejših prostočasnih dejavnosti, več javnega dogajanja, kulturnih prireditev in možnosti za šport. Vse to lahko mladim ponudijo mladinski centri. V okviru mladinskega centra lahko mladi preživljajo prosti čas usmerjeno, v okviru dejavnosti, ki jih ta organizira, lahko pa izkoristijo center zgolj kot lokacijo za zbiranje in neusmerjeno preživljanje prostega časa s svojimi vrstniki.

1.5.3 Dostop do interneta v mladinskem centru

Pred leti je Ule (v Mrgole, 2003: 38) govorila o tem, da je med mladimi opazna apatija in nemotiviranost za vključevanje v obstoječe možnosti družbenega delovanja ter da mladi preživljajo prosti čas nekakovostno in nestimulativno za razvoj osebnosti. Pri tem je bilo mišljeno predvsem brezciljno in neorganizirano zbiranje mladih ter preganjanje dolgčasa z omamljanjem z drogami, alkoholom ipd. Da bi se to preprečilo in mlade usmerilo na pravo pot, so začeli ustanavljati mladinske centre.

Danes se mi zdi, da se situacija ponavlja, le da je sredstvo omame drugačno – internet. Mladi ponovno postajajo nedovzetni do ponujenih možnosti, saj jih virtualni svet vleče vase in odmika od realnosti. Britanska raziskava, izvedena med mladimi, je na tretje mesto največjih odvisnosti postavila Facebook. Zanimivo je tudi, da sta se na prvih mestih znašli kava in čokolada in ne alkohol in droga (Menea, 2009).

V družbi, ki je usmerjena k hitro dostopnih ugodjem, se mladi vedno bolj zatekajo v virtualni svet, kjer najdejo odgovore na svoja vprašanja ter aktivnosti za zadovoljitev svojih potreb, kar jim prinaša zadovoljstvo in ugodje. Bolj so te potrebe zadovoljene v virtualnem svetu, bolj so mladostniki navezani in odvisni od interneta. Zato je potrebno, da mlade spodbudimo in jim damo možnost, da te potrebe zadovoljijo na drugačen način, ločen od uporabe interneta.

To nalogo bi po mojem mnenju lahko prevzeli mladinski centri in se sklada z njihovim namenom, ki je neformalna socializacija, učenje mladih za uspešen prehod v dobo odraslosti ter spodbujanje k kakovostni izrabi prostega časa.

Ule (v Mrgole, 2003: 35) kot osnovne registre, skozi katere mladi predelujejo socialno realnost, navede področje izgradnje osebne identitete, področje medosebne

socializacije in področje soočanja z družbeno realnostjo. Zadovoljitev potreb, ki izhajajo iz tega procesa, je ključnega pomena pri odraščanju mladostnikov in to zadovoljitev mladi iščejo in najdejo na internetu. Ob tem se postopoma oblikuje njihova slika socialne realnosti, v kateri je glavni akter internet, ki postane pomembnejši od družine, od vrstnikov in ostalih udeleženi. Navezanost na internet in virtualno stvarnost se krepi in oseba počasi zapada v zasvojenost in pozablja, kakšno je življenje z družino in prijatelji na prvem mestu.

Mladinski centri spodbujajo mlade, da se družijo med sabo, da se aktivno udeležujejo v skupnosti, da se udeležujejo različnih aktivnosti in s tem zadovoljujejo potrebe, ki izhajajo iz področja izgradnje osebne identitete, področja medosebne socializacije in področja soočanja z družbeno realnostjo. Mladinski centri torej omogočajo ravno to, kar mladi potrebujejo in iščejo na internetu. Omogočajo zabavo, oblikovanje samopodobe, pomoč pri upravljanju s problemi, raziskovanje, doživljanje novosti ter povezanost in vključenost, kar so po Ule (2008: 197–207) najpogostejši razlogi za uporabo interneta. Iz tega vidika so mladinski centri na nek način preventiva pred internetno zasvojenostjo.

Problem, s katerim se v današnjem času srečujejo mladinski centri, pa je, kako privabiti mladostnike. Raziskava kaže, da se je v letu 2011 s pomanjkanjem zanimanja mladih srečevalo kar 44,4 odstotka mladinskih centrov (Murn et al., 2011). Mladinski centri poskušajo mladim ponuditi čim več storitev in aktivnosti, v katerih bi prepoznali korist in smisel angažiranja. Med drugim mladinski centri nudijo uporabnikom možnost dostopa do računalnika z neomejenim dostopom do internetnih storitev in večinoma tudi možnost dostopa do Wi-Fi interneta, do katerega mladi dostopajo tudi preko svojih mobilnikov in tabličnih računalnikov. Internet v mladinskem centru naj bi bil namenjen predvsem mladim, ki doma nimajo interneta in pa tudi ostalim predvsem v šolske namene. Pri tem se mi postavlja vprašanje, v kolikšni meri se internet resnično uporablja v ta namen in ali uporabnikom mladinskih centrov prinaša več koristi ali škode.

2 Problem

Menim, da se mladi premalo zavedajo pomembnosti osebnega stika in druženja ter to vedno bolj nadomeščajo z internetnim klepetom in virtualnimi stiki ter vedno bolj zapadajo v internetno zatopljenost in zasvojenost. Zanima me, kako se to odraža v mladinskih centrih in kakšna je povezava med dostopom do interneta v mladinskih centrih in navezovanjem osebnih stikov uporabnikov v mladinskem centru ter njihovo aktivnostjo v centru. Med opravljanjem prakse v mladinskih centrih v Ljubljani sem večkrat opazila, da uporabniki pridejo v center, se usedejo za računalnik in surfajo po internetu, igrajo igrice in podobno, dogajanje okoli njih pa jih niti ne zanima.

Podobno opažajo tudi koordinatorji mladinskih centrov, ki morajo uporabnike ves čas spodbujati k aktivnostim brez interneta. Opažajo, da mladi nimajo meje, kdaj, koliko časa in kaj početi na internetu. Problem vidijo predvsem v igrah in družabnih omrežjih, ki uporabnike zaposlijo tudi za več ur. Opažajo, da večina uporabnikov v centru internet uporablja tudi na pametnem mobilnem telefonu.

Menim, da bi mladinski centri morali mlade spodbuditi k druženju in kakovostnemu preživljanju prostega časa, neomejen dostop do interneta pa ta proces zavira in zmanjšuje navezovanje stika med uporabniki in udeležенost pri različnih dejavnostih. Zavedam se, da uporabniki obiskujejo center prostovoljno in lahko počnejo, kar želijo, vendar menim, da bi druženje in pogovor dobila večji pomen, če ne bi bilo na razpolago vseh internetnih orodij, ki uporabnike tako zaposlijo, da dogajanja okoli sebe niti ne opazijo.

Z raziskavo želim pokazati, kako internetni dostop v mladinskih centrih vpliva na udejstvovanje uporabnikov v mladinskem centru ter usmerja njihovo pozornost in delovanje. Z rezultati raziskave bi želela mladinske centre spodbuditi, da premislijo o morebitnih spremembah, ki bi vodile k boljšemu izpolnjevanju poslanstva mladinskih centrov, ki je spodbuditi mlade, da aktivno delujejo v družbi, pozitivno prispevajo k okolju, v katerem živijo in uresničijo svoje ideje in projekte. Potrebno je, da so mladinski centri primer dobre prakse, ki bi mladostnikom pokazala, da se da prosti čas preživeti drugače, tudi brez interneta. Na tak način lahko presežemo negativne vplive interneta in internetno zasvojenost, poudarimo pomen osebnega druženja in pomagamo mladim spremeniti svoje navade, organizirati svoj čas in ga kvalitetno preživeti.

2.1 Vprašanja, ki me zanimajo:

Zakaj mladi zahajajo v mladinski center?

Kdo v mladinskem centru uporablja internet?

Kako dostop do interneta v mladinskem centru vpliva na uporabnike?

Ali dostop do interneta v mladinskem centru zapelje uporabnike, da počnejo stvari, ki niso v skladu z njihovim namenom obiska centra?

Ali pogostost uporabe interneta v mladinskem centru vpliva na pogostost udeležbe na delavnicah in drugih aktivnostih centra?

Ali je dostop do interneta v mladinskem centru uporabnikom pomemben in komu najbolj?

Ali je dostop do interneta v mladinskem centru za uporabnike koristen?

2.2 Hipoteze

1. Manjšina (manj kot polovica) uporabnikov mladinskih centrov najpogosteje zahaja v center zaradi dostopa do interneta.
2. Večina (več kot polovica) uporabnikov, ki v center NE zahajajo zaradi dostopa do interneta, v centru uporablja internet.
3. Uporabniki, ki pogosteje uporabljajo internet v mladinskem centru, se manj pogosto udeležujejo aktivnosti, ki jih organizira center.
4. Čas, ki ga uporabniki preživijo na internetu, ne vpliva na čas druženja, saj uporabniki to združujejo.
5. Uporabniki, ki doma nimajo dostopa do interneta oziroma imajo omejen dostop do interneta, bolj pogosto uporabljajo internet v mladinskem centru.
6. Uporabniki, ki imajo dostop do interneta preko mobilnega telefona, redkeje uporabljajo internet v mladinskem centru.
7. Manj kot polovica uporabnikov uporablja internet v mladinskem centru v šolske namene.
8. Več kot polovica uporabnikov mladinskih centrov bi tja zahajala redkeje, če jim mladinski center ne bi nudil neomejenega dostopa do internetnih storitev.
9. Več kot polovica uporabnikov meni, da je internet v mladinskem centru pomemben
10. Dostop do interneta v mladinskem centru je pomemben tistim uporabnikom, ki doma nimajo dostopa do interneta.

3 Metodologija

3.1 Vrsta raziskave

Raziskava je deskriptivna (opisna), in sicer korelacijska, saj želim količinsko (kvantitativno) opredeliti vpliv internetnega dostopa v mladinskih centrih na uporabnike, raziskati zvezo med dostopom do interneta in uporabniki ter ugotoviti jakost njune povezave.

Raziskava je empirična, saj je moj namen zbrati novo neposredno izkustveno gradivo s spraševanjem uporabnikov mladinskih centrov, na katere se nanaša raziskava.

Raziskava je uporabna (aplikativna) in se izvaja za neposredne potrebe prakse. Z raziskavo želim ugotoviti, kako internet vpliva na udejstvovanje uporabnikov v centru ter tudi kakšen je pomen interneta v mladinskih centrih, s čimer želim pridobiti informacijo, ali je primerno in koristno, da center uporabnikom nudi neomejen dostop do interneta.

Raziskava je kvantitativna, saj bom zbirala številčne podatke, za kar bom uporabila vprašalnik in ga izvedla v obliki ankete.

3.2 Spremenljivke, indikatorji, obseg vrednosti oz. modalitete

Neodvisne spremenljivke:

1. spremenljivka: spol; indikator: zaprto alternativno vprašanje; modaliteta: moški/ženski.
2. spremenljivka: starost; indikator: odprto vprašanje; modaliteta: 8–30 let.
3. spremenljivka: dostop do interneta doma; indikator: zaprto alternativno vprašanje; modaliteta: da/ne.
4. spremenljivka: dostop do interneta preko mobilnega telefona; indikator: zaprto alternativno vprašanje; modaliteta: da/ne.
5. spremenljivka: obiskane strani; indikator: odprto vprašanje.

Odvisne spremenljivke:

1. spremenljivka: namen obiskovanja mladinskega centra; indikator: zaprto izbirno vprašanje; modaliteta: 4 možni odgovori.

2. spremenljivka: uporaba interneta v mladinskem centru (pogostost, trajanje); indikator: stopnjevalno zaprto vprašanje (2, 3); modaliteta: nikoli, občasno, pogosto, ob vsakem obisku; ves čas, več kot polovico časa, polovico časa, manj kot polovico časa.
3. spremenljivka: udeležba na delavnicah, izletih in drugih dejavnostih, ki jih organizira mladinski center; indikator: zaprto stopnjevalno vprašanje; modaliteta: nikoli, občasno, pogosto, vedno.
4. spremenljivka: čas, namenjen osebemu druženju v mladinskem centru; indikator: zaprto stopnjevalno vprašanje; modaliteta: ves čas, več kot polovico časa, polovico časa, manj kot polovico časa.
5. spremenljivka: način uporabe interneta v mladinskem centru; indikator: zaprto izbirno vprašanje; modaliteta: sam, v družbi s prijatelji.
6. spremenljivka: namen uporabe interneta; indikator: zaprto izbirno vprašanje; modaliteta: 7 možnih odgovorov.
7. spremenljivka: mnenje o pomembnosti dostopa do interneta v mladinskem centru; indikator: zaprto alternativno vprašanje, odprto pojasnitveno vprašanje; modaliteta: da/ne.
8. spremenljivka: vpliv dostopa do interneta na pogostost zahajanja uporabnikov v mladinski center; indikator: zaprto alternativno vprašanje; modaliteta: da/ne.

3.3 Merski instrumenti ali viri podatkov

Merski instrument raziskave je anketni vprašalnik, ki sem ga sestavila sama. Vprašalnik obsega 12 vprašanj in je anonimen. Tipi vprašanj so zaprti (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 12), polodprti (11) in odprti (8).

3.4 Opredelitev enot raziskovanja – populacija, vzorec

Popis populacije:

Vrsta populacije: uporabniki mladinskih centrov

Velikost populacije: velika

Starost populacije: med 10 in 24 let

Populacija je heterogena, saj raziskujem uporabnike različne starosti, spola in izobrazbe, ki iz različnih razlogov zahajajo v mladinske centre.

STVARNA opredelitev: mladi, ki obiskujejo mladinske centre.

KRAJEVNA opredelitev: Slovenija.

ČASOVNA opredelitev: odvisno (čas od vstopa v center do trenutka raziskovanja).

Za pridobivanje podatkov sem oblikovala vzorec, in sicer sem se odločila za neslučajnostni priročni vzorec, v katerega sem vključila uporabnike Četrtnih mladinskih centrov v Ljubljani, ki so mi lažje dostopni.

3.5 Načrt zbiranja podatkov oz. empiričnega gradiva

Metoda: anketa.

Zbiranje podatkov je potekalo:

Kraj: ČMC Bežigrad, ČMC Črnuče, ČMC Šiška, ČMC Zalog.

Čas: 13.–20. 4. 2015 (vsak dan od odprtja do zaprtja posameznih mladinskih centrov).

Način: Izvajala sem nevodeno anketo. Ankete sem 6. 4. 2015 odnesla v navedene mladinske centre, jih odložila na dogovorjeno mesto ter pozvala prisotne uporabnike k reševanju. Anketo je vsak uporabnik v določenem tednu reševal takrat, ko je to želel in je imel čas za odgovarjanje na vprašanja. Izpolnjene ankete so uporabniki odložili v za to namenjeno zbirno skrinjico. S tem sem želela zagotoviti pristnost odgovorov, saj uporabniki niso bili prisiljeni k reševanju v točno določenem trenutku, pač pa so lahko anketo reševali, ko jim je to ustrezalo ter ko so imeli voljo in čas za odgovarjanje. Zaposlene v Četrtnih mladinskih centrih sem prosila, da ob moji odsotnosti uporabnike obvestijo o anketi in jih spodbudijo k reševanju. Anketiranje je bilo posredno.

Koliko časa: Zbiranje podatkov je potekalo teden dni.

Navodila: Ker so uporabniki anketo lahko reševali kadarkoli (tudi ob moji odsotnosti), sem potrebna navodila zapisala že v anketi. Vsem prisotnim v času, ko sem ankete prinesla v Četrtni mladinske centre, sem pojasnila, da lahko vprašajo, če bodo potrebovali kakršnokoli pomoč in če česa ne bodo razumeli. V moji odsotnosti so se po pomoč lahko

obrnili k mentorjem mladinskih centrov, ki sem jim predhodno pojasnila navodila, razložila vprašanja in sistem reševanja ankete.

Morebitne posebnosti: Anketiranje je bilo nevodeno in je potekalo teden dni, pri čemer so imeli uporabniki na voljo ankete kadarkoli v določenem tednu in so jih reševali sami. S tem sem želela zajeti čim večji del populacije uporabnikov, ki zahajajo v določene centre, saj vem, da vsi v mladinski center ne zahajajo ob enakem času in vsak dan. Zagotoviti sem želela tudi pristnost podatkov, saj so uporabniki anketo reševali prostovoljno in takrat, ko so imeli čas in voljo za odgovarjanje na vprašanja.

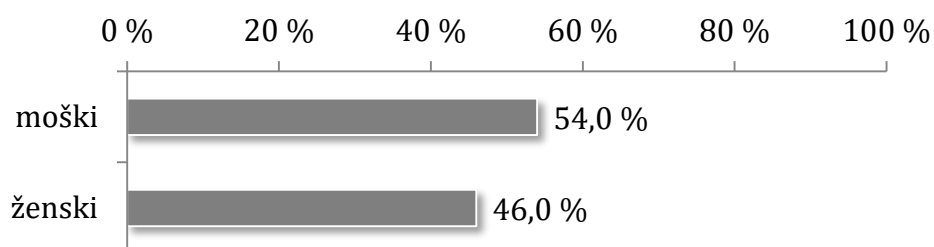
3.6 Načrt obdelave gradiva

Po končanem anketiranju sem ankete pregledala in izločila neveljavne ankete (bodisi nepopolno ali nepravilno izpolnjene ali pa vidno nepristno izpolnjene ankete). Pri računalniški obdelavi sem uporabila programe Microsoft Excell in SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Podatke sem analizirala s programom SPSS 21.0. Uporabila sem različne metode analize (izračun frekvenc in odstotkov, binominalni test, Pearsonov hi-kvadrat, linearna regresijska analiza, Spearmanov korelacijski koeficient), s katerimi sem ovrgla ali potrdila zastavljene ničelne hipoteze. Grafe sem oblikovala s programom MS Excel 2010.

4 REZULTATI

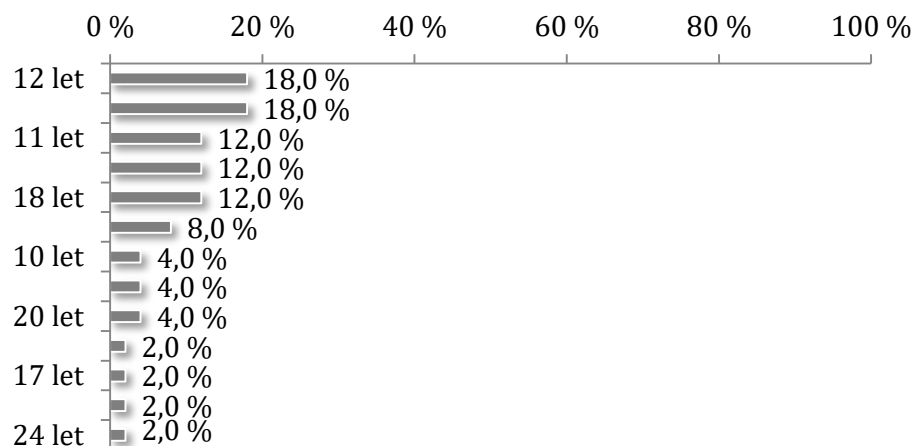
4.1 OSNOVNI REZULTATI

Graf 1: Spol



V raziskavi je sodelovalo 50 uporabnikov četrtnih mladinskih centrov v Ljubljani, od katerih dobro polovico vzorca predstavljajo moški (54 %), preostali del ženske (46 %).

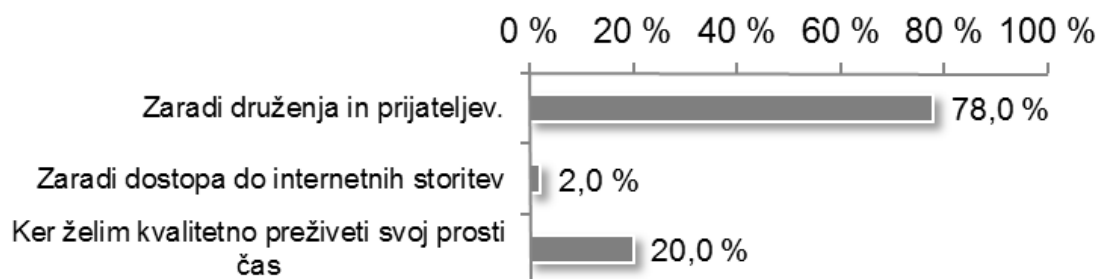
Graf 2: Starost



Mladi so stari od 10 do 24 let, njihova povprečna starost je 14 let. Po pričakovanjih je največji procent uporabnikov osnovnošolcev petega in šestega razreda, pričakovala pa sem več tudi uporabnikov iz višjih razredov osnovne šole. Podatki kažejo sliko dveh starostnih skupin, ki obiskujeta mladinski center: osnovnošolci nižjih razredov na eni strani in polnoletni uporabniki na drugi. Menim, da bi mladinski centri morali delati na tem, da privabijo tudi osnovnošolce iz višjih razredov in ponudijo aktivnosti, ki bi bile za

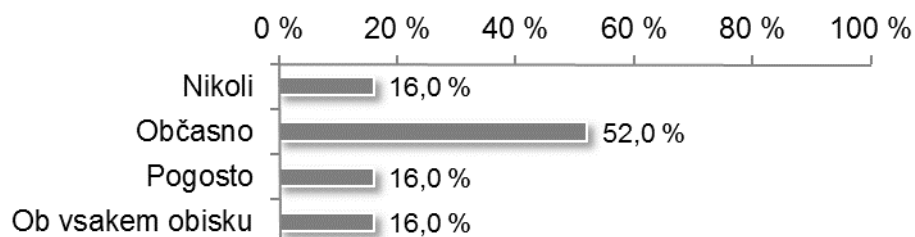
njih v prelomnem obdobju ob zaključevanju osnovne šole in prehodu v srednjo šolo zanimive in koristne.

Graf 3: Namen obiska



Večina uporabnikov mladinskih centrov (78 %) prihaja v mladinske centre z namenom druženja s prijatelji, 20 % uporabnikov pravi, da želi v mladinskem centru kvalitetno preživeti svoj prosti čas, zgolj en respondent (2 %) pa kot namen obiska navede dostop do internetnih storitev. Rezultati kažejo odlično sliko mladinskega centra v skladu s poslanstvom zagotoviti prostor za druženje in kvalitetno preživljanje prostega časa v okviru dejavnosti in možnosti, ki jih ponuja center. Vprašanje pa je, ali se uporabniki v centru vedejo v skladu s svojim namenom, kar preverjam v nadaljevanju.

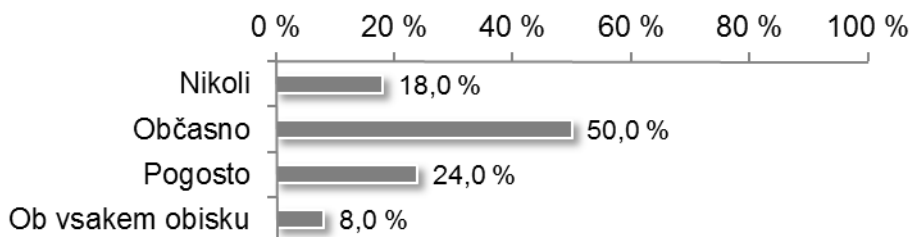
Graf 4: Pogostost uporabe interneta



Kljub temu da zgolj 2 % uporabnikov v center zahaja zaradi dostopa do interneta, večina (52 %) uporabnikov mladinskih centrov internet v centru uporablja vsaj občasno. 16 % uporabnikov uporablja internet ob vsakem obisku, prav tolikšen procent uporabnikov pa morda ne ob vsakem obisku, pa vendar internet uporablja pogosto. Zgolj 16 % uporabnikov nikoli ne uporablja interneta v mladinskem centru. Glede na to da večina trdi,

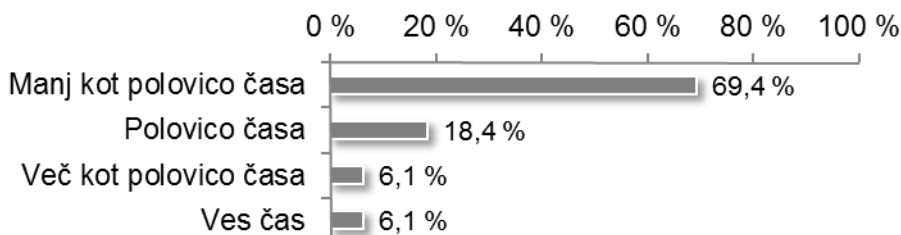
da v center zahaja zaradi druženja in kvalitetnega preživljanja prostega časa in ne zaradi dostopa do interneta, ki ga center ponuja, me ta podatek skrbi. Vprašanje je, ali internet zamoti uporabnike in jih odvrne od prvotnega namena ali pa gre za drugačno obliko druženja in kvalitetnega preživljanja prostega časa, ki vključuje internet.

Graf 5: Pogostost udeležbe na delavnicah, izletih in drugih aktivnostih centra



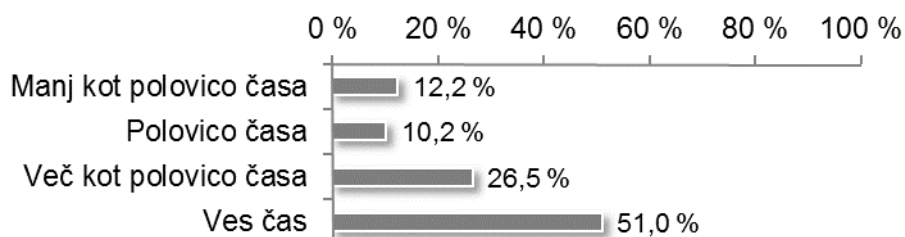
Polovica uporabnikov mladinskih centrov se občasno udeležuje delavnic, izletov in drugih aktivnosti centra. 24 % uporabnikov se omenjenih aktivnosti udeležuje pogosto, vedno pa se udeleži aktivnosti v centru 8 % uporabnikov. Podatki kažejo na kar dobro obiskanost organiziranih aktivnosti v centru. Le 18 % uporabnikov se aktivnosti ne udeleži nikoli.

Graf 6: Čas uporabe interneta



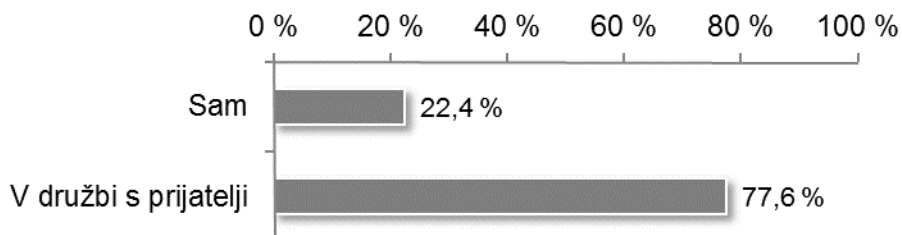
Zanimalo me je, koliko časa običajno uporabniki v centru preživijo na internetu in koliko časa počnejo druge stvari v centru. Ugotovila sem, da manjšina uporabnikov (12,2 %) preživi v centru na internetu ves čas oziroma več kot polovico časa, kar je glede na to da zgolj 2 % uporabnikov pride s tem namenom, še vedno velik procent. 18,4 % uporabnikov v centru preživi na internetu polovico časa, večina (69,4 %) pa manj kot polovico časa.

Graf 7: Čas druženja



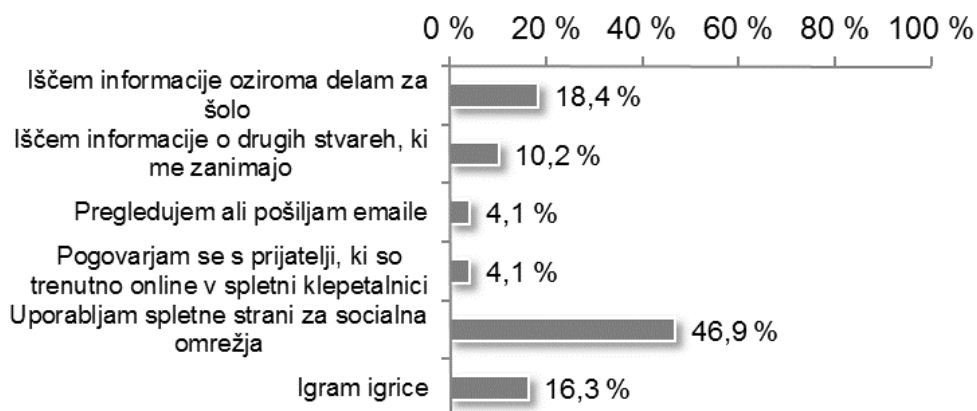
Glede na to da večina uporabnikov v mladinski center prihaja z namenom druženja, je pričakovan rezultat, da se večina tudi večino časa druži. 51 % mladih se v centru ves čas druži z drugimi, 26,5 % se druži več kot polovico časa, 10,2 % polovico časa, 12,2 % pa manj kot polovico časa.

Graf 8: Način uporabe interneta



Graf 3 kaže, da 78 % uporabnikov v center zahaja zaradi druženja in prijateljev, z Grafom 4 pa ugotovim, da kar 84 % uporabnikov vsaj občasno v centru uporablja internet. Zanima me, kako se ta dva podatka skladata oziroma izključujeta. Ugotovim, da uporabniki večinoma združujejo druženje in internet oziroma se družijo ob uporabi interneta. Večina uporabnikov (77,6 %), ki v mladinskem centru uporabljajo internet, je za računalnikom večinoma v družbi in internet uporablja skupaj s prijatelji. Zgolj 22,4 % uporabnikov najpogosteje za računalnik v mladinskem centru sedijo sami.

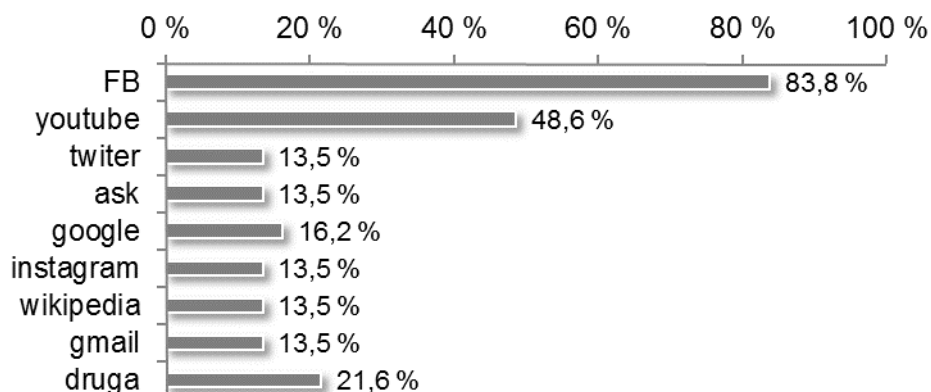
Graf 9: Razlog uporabe interneta v mladinskem centru



Največ uporabnikov mladinskih centrov (46,9 %) internet v centru uporablja za udejstvovanje na spletnih straneh za socialna omrežja. Na drugem mestu je iskanje informacij za šolo, kar počne 18,4 % uporabnikov, 16,3 % uporabnikov v centru internet uporablja za igranje igrice, 10,2 % uporabnikov išče informacije o stvareh, ki jih zanimajo. V manjši meri pa uporabniki uporabljajo internet v mladinskem centru za pregledovanje in pošiljanje spletne pošte in za pogovore s prijatelji, ki so trenutno online.

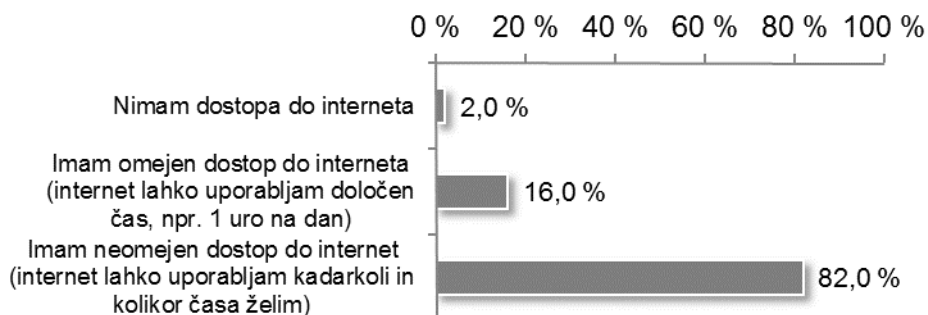
Glede na podatke, ki sem jih raziskala v teoretičnem delu in kažejo, da imajo praktično vsa gospodinjstva z otroki dostop do interneta, potreba po tem, da se z računalniki v mladinskem centru zagotovi možnost za delo na računalniku v šolske namene, niti ni relevantna. V moji raziskavi se je pokazalo, da je procent tistih, ki v mladinskem centru internet uporabljajo za šolske namene, majhen. Menim, da bi bil glede na omenjeno potreben razmislek o tem, kaj je smisel dostopa do interneta v mladinskem centru, kaj center želi s tem doseči in na kakšen način bi bilo smiselno vključiti računalnike in internet v center.

Graf 10: Najpogosteje obiskane spletne strani v centru



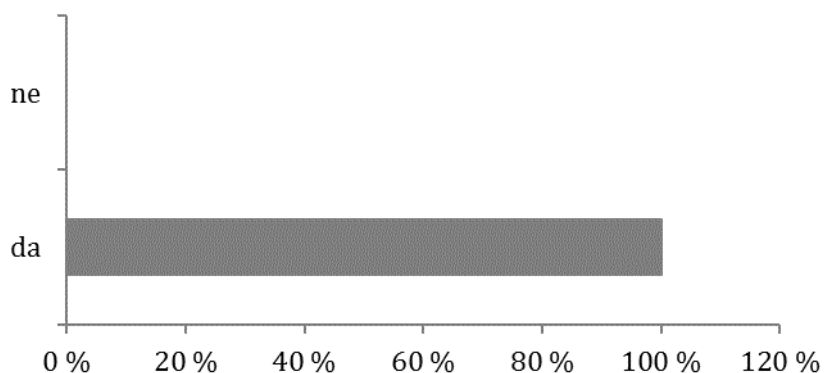
Izrazito najpogosteje obiskana spletna stran v mladinskem centru je Facebook, kar potrjuje podatke iz prejšnjega vprašanja, ki kažejo, da uporabniki najpogosteje uporabljajo internet v centru za udejstvovanje na socialnih omrežjih.

Graf 11: Dostop do interneta doma



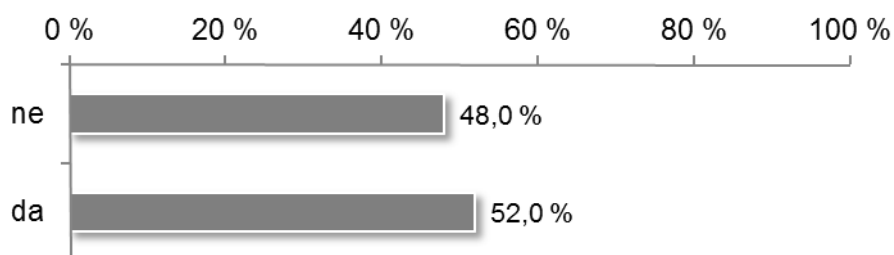
Kot pričakovano glede na teoretične statistične podatke, ima večina uporabnikov doma dostop do interneta. Zgolj 2 % uporabnikov doma nima dostopa do interneta. 82 % mladih, ki zahajajo v mladinske centre, ima doma neomejen dostop do interneta, 16 % uporabnikov pa lahko doma uporablja internet samo določen čas. Menim, da tisti uporabniki, ki imajo doma omejen čas, uporabe interneta izkoristijo neomejene možnosti v centru in tam pogosteje uporabljajo internet, kar bom preverila v nadaljevanju.

Graf 12: Dostop do interneta na mobilnem telefonu



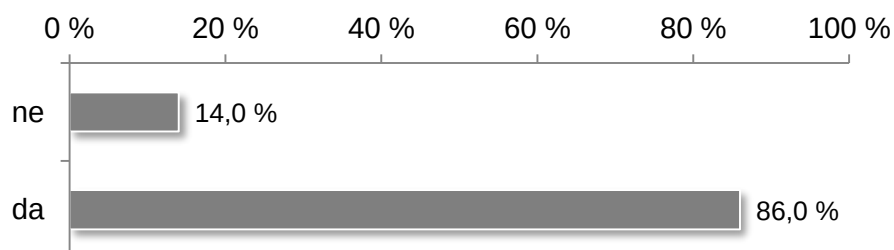
Vsi uporabniki mladinskih centrov, zajeti v anketo, imajo dostop do interneta preko pametnega telefona.

Graf 13: Mnenje o pomembnosti interneta v mladinskem centru



Mnenje o tem, ali je dostop do interneta v mladinskem centru pomemben, je deljeno, zato me je v naslednjem vprašanju zanimalo, koliko jim dejansko pomeni internet v centru in kako bi odreagirali, če ga ne bi bilo.

Graf 14: Zahajanje v mladinski center brez interneta



Čeprav večina uporabnikov uporablja internet v centru, bi kar 86 % uporabnikov vseeno zahajalo v center, tudi če ne bi nudil dostopa do interneta. Zgolj 14 % mladih pravi, da v center v primeru, da ne bi bilo interneta, ne bi zahajali. Iz tega sklepam, da internet v centru uporabnikom niti ni tako pomemben, ker pa je tam, je glede na obiskanost verjetno uporabnikom ena izmed bolj privlačnih možnosti za zaposlitev v centru. Verjamem, da bi mladinski center mladim lahko ponudil bolj kvalitetne opcije za druženje in preživljanje prostega časa.

4.2 PREVERJANJE HIPOTEZ

4.2.1 H1: Manjšina (manj kot polovica) uporabnikov mladinskih centrov najpogosteje zahaja v center zaradi dostopa do interneta.

Hipotezo sem preverjala z analizo vprašanja 1 – zakaj obiskuješ mladinski center (v nadaljevanju MC). Ker me je konkretno zanimalo obiskovanje zaradi dostopa do interneta, sem ta odgovor primerjala z odgovori ostalih kategorij, ki sem jih združila skupaj v novo kategorijo ter oblikovala novo spremenljivko.

Tabela 1: Obiskovanje MC – preoblikovana spremenljivka

	f	%
Zaradi druženja in prijateljev ali ker želijo kvalitetno preživeti svoj prosti čas	49	98,0
Zaradi dostopa do internetnih storitev	1	2,0
Skupaj	50	100,0

Tako oblikovano spremenljivko sem analizirala z binominalnim testom, s katerim sem preverjala, ali je delež tistih, ki obiskujejo MC zaradi dostopa do interneta, res manjši kot polovica/manjšina.

Tabela 2: Obiskovanje MC – binominalni test

	kategorija	f	Opazovani delež	Testirani delež	p (1-stranski)
skupina 1	Zaradi druženja in prijateljev ali ker želijo kvalitetno preživeti svoj prosti čas	49	,98	,49	,000
skupina 2	Zaradi dostopa do internetnih storitev	1	,02		
Skupaj		50	1,00		

V mladinski center zaradi interneta zahaja le en respondent, kar predstavlja 2 % delež. Statistično značilno lahko potrdim, da v mladinski center res zahaja manjši delež oz. manj kot polovica (2 %).

Hipotezo 1 potrdim. Manj kot polovica uporabnikov v mladinski center zahaja z namenom uporabe interneta.

4.2.2 H2: Večina (več kot polovica) uporabnikov, ki v center NE zahajajo zaradi dostopa do interneta, v centru uporablja internet.

Hipotezo sem preverjala z analizo vprašanja 2 – pogostost uporabe interneta v MC. Analizirala sem pod vzorec respondentov, ki v MC ne zahajajo zaradi interneta (takšnih je 49), katerega sem oblikovala na osnovi vprašanja 1 – zakaj obiskujejo MC. Ker me je pri preverjanju H2 konkretno zanimala uporaba interneta v MC, sem iz vprašanja 2 (lestvica odgovorov pogostosti) oblikovala novo spremenljivko, kjer ena kategorija predstavlja uporabo interneta (združeni odgovori 'občasno', 'pogosto' in 'ob vsakem obisku'), druga pa neuporabo (odgovor 'nikoli'). Tako oblikovano spremenljivko sem analizirala z binominalnim testom, s katerim sem preverjala, ali je delež tistih, ki v MC uporabljajo internet, res večji kot polovica/večina. Kot delež večine sem testirala delež 60 %.

Tabela 3: Uporaba interneta v MC – preoblikovana spremenljivka

	f	%
nikoli	7	14,3
uporablja (občasno do ob vsakem obisku)	42	85,7
Skupaj	49	100,0

Tabela 4: Uporaba interneta v MC – binominalni test

	kategorija	f	Opazovani delež	Testirani delež	p (1-stranski)
skupina 1	nikoli	7	,14	,60	,000
skupina 2	uporablja (občasno do ob vsakem obisku)	42	,86		
Skupaj		49	1,0		

V mladinskem centru internet uporablja 42 respondentov, kar predstavlja 86 % delež. Statistično značilno lahko potrdim, da v mladinskem centru res uporablja internet večji delež oz. večina (86 %) respondentov, ki sicer v mladinski center ne zahajajo zaradi interneta. Razlika med deležem, ki sem ga pričakovala (60 %), in 86 % je statistično značilna ($p=0,000$), torej jih v mladinskem centru uporablja internet še več, kot sem pričakovala.

Hipotezo 2 potrdim. Večina (več kot polovica) uporabnikov, ki v center ne zahajajo zaradi dostopa do interneta, v centru uporablja internet.

4.2.3 H3: Uporabniki, ki pogosteje uporabljajo internet v mladinskem centru, se manj pogosto udeležujejo aktivnosti, ki jih organizira center.

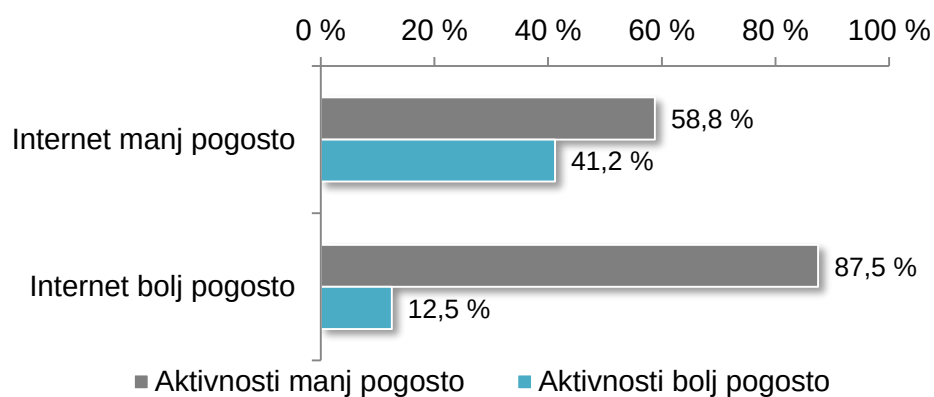
Hipotezo sem preverjala z analizo povezanosti vprašanja 2 (pogostost rabe interneta v MC) in vprašanjem 3 (pogostost udeleževanja dogodkov v MC). Povezanost sem preverjala

s Pearsonovim hi-kvadrat testom. Zaradi izboljšanja kakovosti rezultata metode in nizkih frekvenc v določenih celicah sem oblikovala dve novi spremenljivki pogostosti, kjer sem kreirala dve kategoriji – manj pogosto (odgovora 'nikoli' in 'občasno') in bolj pogosto (odgovora 'pogosto' in 'ob vsakem obisku'). Tako oblikovani spremenljivki sem uporabila pri preverjanju povezanosti med spremenljivkama.

Tabela 5: Pogostost – preoblikovani spremenljivki

V2 – Kako pogosto uporabljaš internet v MC?	f	%
manj pogosto	33	67,3
bolj pogosto	16	32,7
Total	49	100,0
V3 – Kako pogosto se udeležuješ aktivnosti v MC?	f	%
manj pogosto	33	67,3
bolj pogosto	16	32,7
Total	49	100,0

Graf 15: Pogostost uporabe interneta in pogostost udeležbe na delavnicah in aktivnostih centra



Večina uporabnikov (87,5 %), ki bolj pogosto uporabljajo internet, se manj pogosto udeležuje aktivnosti v mladinskem centru. Le manjši delež uporabnikov bolj pogosto uporablja tako internet kot se tudi udeležuje v aktivnostih (12,5 %). Medtem ko med

uporabniki, ki manj pogosto uporabljajo internet, najdemo 41,2 % takšnih, ki se bolj pogosto udeležujejo aktivnosti. Vseeno pa je več takšnih uporabnikov, ki manj pogosto uporabljajo tako internet kot se tudi udeležujejo aktivnostih v mladinskem centru (58,8 %). Z izračunom Pearsonovega hi-kvadrata sem ugotovila, da je povezanost med spremenljivkama statistično značilna (hi-kvadrat = 4,112, $p = 0,043$) – opažene razlike med uporabniki glede na pogostost uporabe interneta so torej statistično pomembne. Hipotezo 3 potrdim. Uporabniki, ki pogosteje uporabljajo internet, se statistično značilno manj pogosto udeležujejo aktivnosti.

4.2.4 H4: Čas, ki ga uporabniki preživijo na internetu, ne vpliva na čas druženja, saj uporabniki to združujejo.

Hipotezo sem preverjala z vprašanjem 4 (koliko časa preživijo na internetu v MC) in vprašanjem 5 (koliko časa se v MC družijo). Zanimal me je vpliv časa uporabe interneta na čas druženja. Z izračunom odstotkov sem ugotavljala, kakšno vlogo pa ima torej čas uporabe interneta s časom druženja, če sploh kakšno.

Tabela 6: Čas uporabe interneta in čas druženja

	v4 Čas up.int.				Total
	Manj kot polovico časa	Polovico o časa	Več kot polovico časa	Ves čas	
v5 Čas druženja					
Manj kot polovico časa	f 3 8,8 %	1 11,1 %	1 33,3 %	1 33,3 %	6 12,2 %
Polovico časa	f 4 11,8 %	0 0,0 %	1 33,3 %	0 0,0 %	5 10,2 %
Več kot polovico časa	f 10	2	0	1	13

	%	29,4 %	22,2 %	0,0 %	33,3	26,5
					%	%
Ves čas	f	17	6	1	1	25
	%	50,0 %	66,7 %	33,3 %	33,3	51,0
					%	%
Skupaj	f	34	9	3	3	49
	%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0	100,0
					%	%

Ugotavljam, da se dobra polovica vzorca druži ves čas (51,0 %), dobra četrtnina pa več kot polovico časa (26,5 %), pri tem pa večina manj kot polovico časa ali polovico časa uporablja internet.

Na osnovi rezultata pregleda % lahko vsebinsko potrdim hipotezo 4. Čas, ki ga uporabniki preživijo na internetu, ne vpliva na čas druženja, saj uporabniki to združujejo.

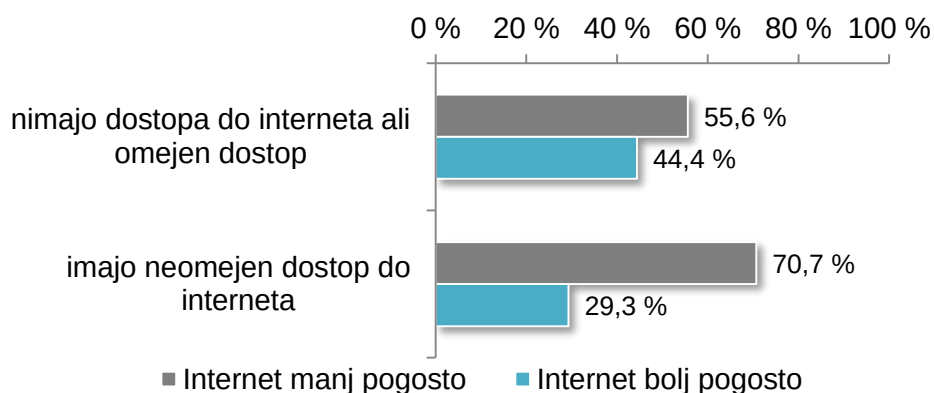
4.2.5 H5: Uporabniki, ki doma nimajo dostopa do interneta oziroma imajo omejen dostop do interneta, bolj pogosto uporabljajo internet v mladinskem centru.

Hipotezo sem preverjala z vprašanjem 9 – dostop do interneta doma v povezavi s pogostostjo uporabe interneta v MC (vprašanje 2). Oblikovala sem novo spremenljivko dostopa do interneta doma, kjer eno kategorijo predstavlja 'imajo neomejen dostop do interneta', drugo kategorijo pa 'imajo omejen dostop ali pa nimajo dostopa do interneta doma'. Tudi za pogostost uporabe interneta v MC sem uporabila preoblikovano spremenljivko s kategorijama odgovorov 'manj pogosto' in 'bolj pogosto' uporabo. Povezanost med spremenljivkama sem preverjala s Pearsonovim hi-kvadratom in ugotovila, da nista statistično značilno povezani (hi-kvadrat=0,781, p=0,377).

Tabela 7: Dostop do interneta doma – preoblikovana spremenljivka

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nimajo dostopa do interneta ali omejen dostop	9	18,0	18,0	18,0
Imajo neomejen dostop do interneta	41	82,0	82,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Graf 16: Dostop do interneta doma in uporaba interneta v MC



44,4 % respondentov, ki doma nimajo dostopa ali imajo omejen dostop, internet bolj pogosto uporablja v MC, medtem ko internet bolj pogosto uporablja 29,3 % tistih, ki imajo doma neomejen dostop. Določena razlika v deležih torej obstaja, a ni statistično značilna (razlike so torej premajhne, da bi lahko statistično trdila, da je uporaba interneta v MC bolj pogosta zaradi stanja interneta doma).

Hipotezo 5 zavrnem.

4.2.6 H6: Uporabniki, ki imajo dostop do interneta preko mobilnega telefona, redkeje uporabljajo internet v mladinskem centru.

Hipotezo sem preverjala z vprašanjem 10 – dostop do interneta preko mobilnega telefona (odgovarjali so z 'da' ali 'ne') in vprašanjem 2 – pogostost uporabe interneta v MC.

Rezultat kaže, da imajo vsi respondenti v vzorcu mobilni telefon z dostopom do interneta, zato hipoteze ni bilo možno statistično preveriti, saj v vzorcu ni skupine brez dostopa do interneta iz mobilnega telefona, s katero bi lahko primerjala pogostost uporabe interneta v MC.

4.2.7 H7: Manj kot polovica uporabnikov uporablja internet v mladinskem centru v šolske namene.

Hipotezo sem preverjala z analizo vprašanja 7 – zakaj najpogosteje uporabljajo internet v MC. Ker me konkretno zanima uporaba interneta v MC v šolske namene, sem iz vprašanja 7 oblikovala novo spremenljivko, kjer ena kategorija predstavlja uporabo interneta v šolske namene (odgovor 'iščem informacije oziroma delam za šolo'), druga pa uporabo interneta v druge namene (združeni vsi ostali odgovori). Tako oblikovano spremenljivko sem analizirala z binominalnim testom, s katerim sem preverjala, ali je delež tistih, ki v MC uporabljajo internet v šolske namene, res manjši kot polovica/manjšina. Kot delež manj kot polovica sem testirala delež 49 %.

Tabela 8: Uporaba interneta v šolske namene – preoblikovana spremenljivka

	f	%	Veljavni %	Kumulativni %
Veljavni uporablja internet v centru v druge namene	40	80,0	81,6	81,6
uporablja internet v centru za šolske namene	9	18,0	18,4	100,0
Skupaj	49	98,0	100,0	
Manjkajoči Sistemski	1	2,0		
Skupaj	50	100,0		

Tabela 9: Uporaba interneta v šolske namene – binominalni test

	kategorija	f	Opazovani delež	Testirani delež	p (1-stranski)
skupina 1	uporablja internet v centru v druge namene	40	,82	,49	,000
skupina 2	uporablja internet v centru za šolske namene	9	,18		
Skupaj		49	1,00		

V mladinskem centru internet uporablja v šolske namene 9 respondentov, kar predstavlja 18 % delež. Statistično značilno lahko potrdim, da v centru internet v šolske namene res uporablja manjši delež oz. manj kot polovica (18 %). Razlika med deležem, ki sem ga pričakovala (49 %), in 18 % pa je statistično značilna ($p=0,000$), torej jih v mladinskem centru internet v šolske namene uporablja še manj, kot smo pričakovali.

Hipotezo 7 potrdim. Manj kot polovica uporabnikov uporablja internet v mladinskem centru v šolske namene.

4.2.8 H8: Več kot polovica uporabnikov mladinskih centrov bi tja zahajala redkeje, če jim mladinski center ne bi nudil neomejenega dostopa do internetnih storitev.

Hipotezo sem preverjala z analizo vprašanja 12 – pogostost zahajanja v MC brez neomejenega dostopa do interneta (respondenti so odgovarjali z 'da' ali 'ne'). Vprašanje sem analizirala z binominalnim testom, s katerim sem preverjala, ali je delež tistih, ki bi v MC zahajali redkeje (odgovor 'ne'), res večji kot polovica/večina. Kot delež večine sem testirala delež 60 %.

Tabela 10: Pogostost obiskovanja MC brez interneta – binominalni test

	kategorija	f	Opazovani delež	Testirani delež	p (1-stranski)
skupina 1	Da – enako pogosto	43	,86	,60	,000
skupina 2	Ne – redkeje	7	,14		
Skupaj		50	1,0		

V mladinski center bi redkeje zahajalo 7 respondentov, kar predstavlja 14 % delež. Statistično značilno lahko potrdim, da v MC ne bi zahajal redkeje večji delež oz. večina (14 %). Razlika med deležem, ki sem ga pričakovala (60 %), in 14 % pa je statistično značilna ($p=0,000$), torej bi jih v MC zahajalo redkeje manj, kot smo pričakovali.

Hipotezo 8 zavrnem.

4.2.9 H9: Več kot polovica uporabnikov meni, da je internet v mladinskem centru pomemben.

Hipotezo sem preverjala z analizo vprašanja 11 – pomembnost dostopa do interneta v MC (respondenti so odgovarjali z 'da' ali 'ne'). Vprašanje sem analizirala z binominalnim testom, s katerim sem preverjala, ali je delež tistih, katerim se dostop zdi pomemben (odgovor 'da'), res večji kot polovica/večina. Kot delež večine sem testirala delež 60 %.

Tabela 11: Pomembnost interneta v MC – binominalni test

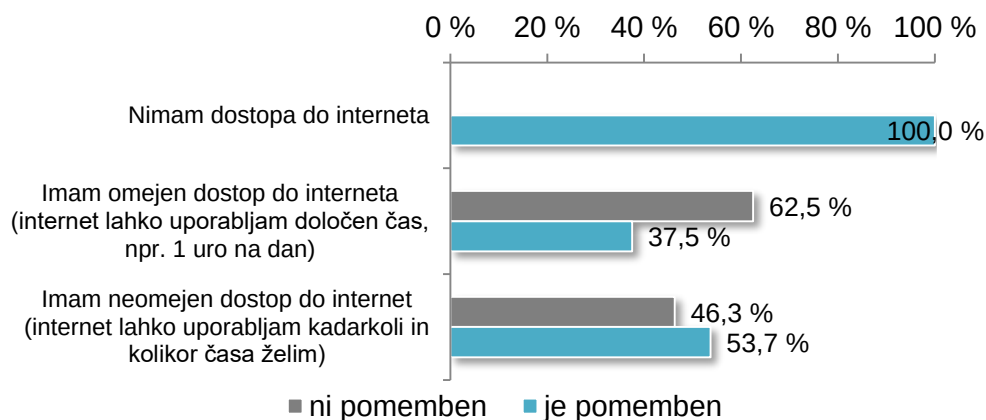
	kategorija	f	Opazovani delež	Testirani delež	p (1-stranski)
skupina 1	Da - pomemben	26	,52	,60	,156 ^a
skupina 2	Ne - nepomemben	24	,48		
Skupaj		50	1,00		

Da je internet v MC pomemben, meni 26 respondentov, kar predstavlja 52 % delež (več kot polovica). Razlika med deležema 52 % in 60 % (oba deleža sta več kot polovica) ni statistično značilna ($p=0,156$). Zato lahko rečem, da je internet pomemben za več kot polovico respondentov.

Hipotezo 9 potrdim. Več kot polovica uporabnikov meni, da je internet v mladinskem centru pomemben.

4.2.10 H10: Dostop do interneta v mladinskem centru je pomemben tistim uporabnikom, ki doma nimajo dostopa do interneta.

Graf 17: Pomembnost interneta v MC glede na dostop do interneta doma



Iz grafa je razvidno, da je internet v mladinskem centru pomemben vsem, ki nimajo doma dostopa do interneta (100,0 %) in večini, ki ima doma omejen dostop do interneta (62,5 %). Najmanjši delež pomembnosti interneta v MC se kaže pri tistih, ki imajo doma neomejen dostop do interneta (53,7 %).

5 RAZPRAVA

Večina uporabnikov mladinskih centrov prihaja v mladinske centre z namenom druženja s prijatelji in z namenom, da v mladinskem centru kvalitetno preživi svoj prosti čas. Kljub temu dejstvu pa večina uporabnikov v mladinskem centru vsaj občasno uporablja internet. Iskala sem odgovor na vprašanje, ali je dostop do interneta v mladinskem centru koristen za uporabnike ali jih odvrne od njihovega prvotnega namena in preoblikuje aktivnosti v centru. Manjšina uporabnikov pride v center z namenom brskanja po internetu, pa vendar večina potem tam to počne.

Pred raziskavo sem predvidevala, da internet v mladinskem centru večinoma uporabljajo tisti, ki doma nimajo dostopa do interneta ali pa imajo omejen dostop in koristijo internet v centru v šolske in izobraževalne namene. Vendar pa sem ugotovila, da imajo skoraj vsi uporabniki doma neomejen dostop do interneta, poleg tega pa še dostop do interneta preko svojega mobilnega telefona, pa kljub temu internet uporabljajo tudi v mladinskem centru. Zelo majhen delež uporabnikov v mladinskem centru internet uporablja v šolske namene in tudi večina tistih, ki imajo doma omejen dostop do interneta ali pa interneta nimajo, v mladinskem centru interneta ne koristijo za šolske zadeve, temveč večinoma za igranje igrice in udejstvovanje na socialnih omrežjih.

Več kot polovici uporabnikov mladinskih centrov se neomejen dostop do interneta v mladinskem centru zdi pomemben, pri čemer je takšnega mnenja večina ravno tistih, ki imajo doma omejen dostop do interneta. Kot sem omenila, pa večina uporabnikov, ki ima doma omejen dostop do interneta, koristi internet v centru za igranje igrice in udejstvovanje na družabnih omrežjih. Na nek način gre pri tem za odvzem nadzora in moči staršem, ki želijo otrokom omejiti čas na internetu in jih spodbuditi k drugim aktivnostim, ti pa potem čas v mladinskem centru preživijo na internetu, kar jim je bilo doma onemogočeno.

Menim, da neomejen dostop do interneta v mladinskem centru ni v skladu s poslanstvom mladinskega centra, ki je mladim zagotoviti varen prostor za srečevanje, aktivno in organizirano preživljanje prostega časa. O nevarnostih interneta sem pisala v teoretičnem delu in menim, da prostor, v katerem se nahajajo uporabniki, ko v mladinskem centru uporabljajo internet, ni varen in ne omogoča nadzora koordinatorjev. Hkrati pa se zmanjša

udeležba pri dejavnostih, s katerimi center želi spodbuditi uporabnike, da aktivno in organizirano preživljajo svoj prosti čas. Dokazala sem, da dostop do interneta v mladinskem centru nekoliko zmanjšuje zanimanje uporabnikov za delavnice in aktivnosti, ki se odvijajo v mladinskem centru. Večina uporabnikov internet v centru uporablja vsaj občasno in kljub temu da naj bi večinoma na internetu preživeli manj kot polovico časa, ko so v centru, ugotavljam, da uporaba interneta v centru vpliva na udeležbo na delavnicah. Večina uporabnikov, ki bolj pogosto uporablja internet, se manj pogosto udeležuje aktivnosti v mladinskem centru. Medtem ko med uporabniki, ki manj pogosto uporabljajo internet, najdemo skoraj polovico takšnih, ki se bolj pogosto udeležujejo aktivnosti. Koordinatorji mladinskih centrov na nek način tekmujejo z internetom v centru in morajo najti način, kako uporabnike motivirati za organizirane dejavnosti boljše, kot jih motivira internet s svojimi storitvami.

Če se tu spet navežem na poslanstvo in Mrgoletov opis mladinskega centra, ki pravi, da so mladinska središča lokacije, ki naj bi delovale po načelu neformalnih mladinskih zbirališč, kjer naj bi mladi imeli možnost zadovoljevati svoje temeljne potrebe po »kakovostnem preživljanju prostega časa in imajo možnost dobiti vzpodbude, znanja in spretnosti, ki jih potrebujejo v vsakdanjem življenju ter jih drugi formalni sistemi zaradi svojega ustroja ne morejo posredovati« (Mrgole, 2003: 16). Dokazala sem, da so aktivnosti, ki jih koordinatorji organizirajo z namenom, da bi uporabniki na zabaven način ob druženju pridobili določene spretnosti in znanja, manj obiskane. Drži, da je na internetu sicer možno pridobiti nove informacije, nova znanja, vendar je dejstvo, da večina uporabnikov v mladinskem centru internet večinoma uporablja za udejstvovanje na socialnih omrežjih in glede na to težko rečem, da internet v centru podpira poslanstvo centra.

Zanimivo pa je, da uporabniki čas na računalniku v centru večinoma preživijo skupaj. Uporabniki večinoma združujejo internet in druženje oziroma se družijo ob uporabi interneta in preko interneta. Čas, ki ga uporabniki preživijo na internetu, ne vpliva na čas druženja. Lahko rečem, da internet preoblikuje način preživljanja prostega časa v mladinskem centru. Uporabniki se namesto udejstvovanja in druženja ob ponujenih aktivnostih v centru raje družijo ob računalniškem zaslonu in ob vsebini, ki jo ponuja internet. Težko rečem, ali je to res tako slabo, kot sem ugotovila, pa ni najbolj v skladu s poslanstvom centra.

Ob vseh teh dejstvih pa je zanimivo, da bi večina uporabnikov enako pogosto zahajala v mladinski center tudi, če ta ne bi nudil neomejenega dostopa do internetnih storitev. Ugotovim tudi, da dostop do interneta ni poglobitni razlog prihoda v mladinski center in s tem namenom pride v center zgolj manjšina. Torej internet ni glavni cilj prihoda, pa vendar je glavna distrakcija in glavna atrakcija. Mladostniki bi prišli v center v vsakem primeru, zakaj torej ne bi izkoristili tega dejstva in organizirali življenja v centru *offline* ter mladostnike naučili uživati in se zabavati tukaj in zdaj v prostoru in času, ki ga imamo na voljo.

6 VIRI IN LITERATURA

Bradley, A. J. (2010). A New Definition of Social Media. Dostopno na http://blogs.gartner.com/anthony_bradley/2010/01/07/a-new-definition-of-social-media/ (ogledano 16. 3. 2015).

Brečko, B. N. (2010). Spletna obiskanost 2010. Dostopno na <http://www.ris.org/index.php?fl=2&lact=1&bid=11408&parent=13> (ogledano 1. 3. 2015).

EU Kids online. Findings, methods, recommendations. Dostopno na <http://lsedesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64> (ogledano 1. 2. 2015).

Fištravec, A. (2003). *Potrebe mladih po druženju*. Preprečimo odvisnosti, živimo zdravo! Ljubljana: Društvo za zdravje srca in ožilja Slovenije.

Google (2015). O zlonamerni programski opremi. Dostopno na <https://support.google.com/accounts/answer/1626737?hl=sl> (ogledano 16. 3. 2015).

Gril, A. (2004). Prosti čas mladih v Ljubljani: Psihosocialna analiza potreb in možnosti za njihovo uresničevanje. Povzetek raziskovalnega poročila november 2004. Ljubljana: Pedagoški inštitut.

Gril, A. (2007). Družbene predstave organizirane mladine. Ljubljana: Pedagoški inštitut.

Hanne Luders, M., Bae Brandtzaeg, P., Dunkels, E. (2009). *Risky contacts*. Kids online. Velika Britanija: The Policy Press.

Joinson, A. N. (2003). *Understanding the psychology of internet behaviour*. New York: Palgrave Macmillan.

Kalmus, V., Runnel, P., Siibak, A. (2009). *Opportunities and benefits online*. Kids online. Velika Britanija: The Policy Press.

Kralj Zatler, S. (2011). *E-vključenost v razvojnih dokumentih*. Zbornik 11. Festivala za tretje življenjsko obdobje. Ljubljana: Inštitut Hevreka.

Kristančič, A. (2007). *Svoboda izbire, moj prosti čas*. Združenje svetovalnih delavcev Slovenije. Ljubljana: AA Inserco d. o. o. svetovalna služba.

Lah, S. (2010). Družbeni mediji – zabava ali orodje? Maribor: IZUM, Institut informacijskih znanosti. Dostopno na http://home.izum.si/cobiss/OZ/2010_3/Html/clanek_02.html#vir08 (ogledano 16. 3. 2015).

Lambergar, V. (2011). Facebook: Virtualno nasilje nad vrstniki. Dostopno na http://www.burnout.si/uploads/images/file/PUBLIKACIJE/04_11Spletno%20nadlegovanje24urOBJAVA.pdf (ogledano 1. 3. 2015).

Lmit (2011). Četrtni mladinski centri – Javni zavod Mladi zmaji. Dostopno na <http://www.lmit.org/baza/cetrtni-mladinski-centri-javni-zavod-mladi-zmaji.html> (ogledano 19. 4. 2015).

Lobe, B., Muha, S. (2011). Internet v vsakdanjem življenju slovenskih otrok in mladostnikov, prvo poročilo raziskave Mladi na netu. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Center za metodologijo in informatiko.

Menea (2009). Facebook je tretja največja odvisnost. Dostopno na <http://dne.ena.com/Internet-in-programi/Internet/Facebook-je-tretja-najvecja-odvisnost.html> (ogledano 18. 4. 2015).

Mesec, M. (2004). *E-socialno delo*. Socialno delo, 43, 5–6. Ljubljana: Fakulteta za socialno delo.

Mrgole, A. (2003), Kam z mularijo? Maribor: Aristej.

Murn, K., Lebič, T., Skrinar, U. (2011). Mladinski centri v Sloveniji. Ljubljana: Zavod Mladinska mreža MaMa.

Podkrajšek, D., Konec-Juričič, N., Eržen, I., Lekić, K. (2003). *Spletno komuniciranje kot sredstvo z zapolnitev prostega časa mladih: spletna stran www.tosemjaz.net*. Preprečimo odvisnosti, živimo zdravo! Ljubljana: Društvo za zdravje srca in ožilja Slovenije.

Purcell, D. (1999). The Slovenian state on the internet. Ljubljana: Open society institute – Slovenia.

Razgoršek, J. (2006). Pomembnost in uporabnost izobraževanja predmeta informacijsko komunikacijske tehnologije na višji strokovni šoli z vidika delodajalcev in diplomantov. Ljubljana: Ekonomska fakulteta. Magistrsko delo.

S.S.Š. (2012). Mladi vse bolj omreženi in zasvojeni s spletom. Dostopno na <http://www.24ur.com/novice/it/ste-zalostni-ce-ni-internetne-povezave.html> (ogledano 1. 3. 2015).

Slovenska Oglaševalska Zbornica (2009). Spletna populacija. Dostopno na http://moss-soz.si/si/o_raziskavi/spletna-populacija/ (ogledano 1. 3. 2015).

Slovenska Oglaševalska Zbornica (2009). Kdo so slovenski spletni uporabniki? Dostopno na <http://www.moss-soz.si/si/novice/12862/detail.html> (ogledano 1. 3. 2015).

Slovenska Oglaševalska Zbornica (2009). Na splet še vedno v veliki večini od doma. Dostopno na <http://www.moss-soz.si/si/novice/10174/detail.html> (ogledano 1. 3. 2015).

Špehar, M. (2012). Kaj ljudje počnemo na spletu? Dostopno na: <http://www.matejspehar.si/kaj-ljudje-pocnemo-na-spletu> (ogledano 7. 4. 2015).

Šterk, T., Zupanič, T., Žavbi, A. (2007). Kaj morate vedeti o internetu pa si ne upate vprašati svojih otrok? Priročnik za starše. Ljubljana: FDV, Center za metodologijo in informatiko.

Tomori, M. (2003). *Tvegano vedenje v adolescenci*. Preprečimo odvisnosti, živimo zdravo! Ljubljana: Društvo za zdravje srca in ožilja Slovenije.

Ule, M. (2008), Za vedno mladi? Socialna psihologija odraščanja. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede: 197–207.

Uradni list RS (2010). Zakon o javnem interesu v mladinskem sektorju. Dostopno na <https://www.uradni-list.si/1/content?id=97951> (ogledano 19. 4. 2015).

Urad RS za mladino (2015). Mladinske organizacije. Dostopno na http://www.ursm.gov.si/si/delovna_podrocja/mladinske_organizacije/ (ogledano 11. 4. 2015).

Vehovar, V., Činkole, T., Petrovčič, A., Mašič, S. (2010). Spletne skupnosti 2010. Dostopno na http://www.ris.org/db/13/11719/RIS_poro%C4%8Dila/Spletne_skupnosti_2010/ (ogledano 16. 3. 2015).

Zupan, G. (2014). Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 2014 – končni podatki. Dostopno na <http://www.stat.si/StatWeb/glavnanavigacija/podatki/prikazistaronovico?IdNovice=6560> (ogledano 14. 3. 2015).

Žorž, B. (2003). *Pomen organiziranega združevanja mladih*. Preprečimo odvisnosti, živimo zdravo! Ljubljana: Društvo za zdravje srca in ožilja Slovenije.

Žorž, B. (2008). *Sodobno suženjstvo – sodobne zasvojenosti*. Koper: Ognjišče.

Wold, T., Aristodemou, E., Dunkels, E., Laouris, Y. (2003). *Inappropriate content*. Kids online. Velika Britanija: The Policy Press.

7 PRILOGE

7.1 PRILOGA 1: Anketni vprašalnik

Pozdravljeni!

Sem Nika Cvetek, študentka Fakultete za socialno delo. V okviru svoje diplomske naloge, pripravljam raziskavo z naslovom »**Vpliv dostopa do interneta na uporabnike v mladinskem centru.**« Z anketnim vprašalnikom, ki je pred vami, bi rada pridobila pomembne informacije za svojo raziskavo. Vljudo vas prosim, da si vzamete nekaj minut časa in odgovorite na zastavljena vprašanja. Sodelovanje v anketi je povsem anonimno, na vprašalnike se vam ni potrebno podpisati. Vaši odgovori bodo obravnavani skupaj z odgovori ostalih reševalcev, zato odgovarjajte odkrito in brez zadržkov. Izpolnjene anketne vprašalnike prepognite na polovico in oddajte v zbirno skrinjico.

Za vaše sodelovanje in čas se vam v naprej iskreno zahvaljujem.

Spol (*obkroži*): M Ž Starost: ____

- 1) Zakaj obiskuješ mladinski center? (*obkroži EN najbolj pogost razlog*)
 - a.) Zaradi druženja in prijateljev.
 - b.) Zaradi dostopa do internetnih storitev
 - c.) Ker želim kvalitetno preživeti svoj prosti čas (delavnice, izobraževanja, športni dogodki ipd.)
 - d.) Drugo... _____
- 2.) Kako pogosto uporabljaš internetne storitve v mladinskem centru?
 - a.) Nikoli
 - b.) Občasno
 - c.) Pogosto
 - d.) Ob vsakem obisku
- 3.) Kako pogosto se udeležuješ delavnic, izletov, dejavnosti, ki jih organizira mladinski center?
 - a.) Nikoli
 - b.) Občasno
 - c.) Pogosto
 - d.) Udeležim se vsake organizirane aktivnosti

- 4.) Koliko časa, v dnevih ko v mladinskem centru uporabljaš internet, preživiš na internetu?
- a.) Ves čas
 - b.) Več kot polovico časa
 - c.) Polovico časa
 - d.) Manj kot polovico časa
- 5.) Koliko časa, ko si v mladinskem centru, se običajno družiš in osebno komuniciraš z drugimi osebami v centru?
- a.) Ves čas
 - b.) Več kot polovico časa
 - c.) Polovico časa
 - d.) Manj kot polovico časa
- 6.) Ko uporabljaš internet v mladinskem centru si najpogosteje za računalnikom:
- a.) Sam
 - b.) V družbi s prijatelji
- 7.) Zakaj najpogosteje uporabljaš internet v mladinskem centru? *(obkroži EN odgovor)*
- a.) Iščem informacije oziroma delam za šolo
 - b.) Iščem informacije o drugih stvareh, ki me zanimajo
 - c.) Pregledujem ali pošiljam emaile
 - d.) Pogovarjam se s prijatelji, ki so trenutno online v spletni klepetalnici
 - e.) Uporabljam spletne strani za socialna omrežja (npr. facebook, twitter, linkedin, msn...)
 - f.) Igram igrice
 - g.) Drugo _____
- 8.) Naštej 3 spletne strani, ki jih v mladinskem centru najpogosteje obiščeš.
- _____
- 9.) Ali imaš doma dostop do interneta?

- a.) Imam neomejen dostop do internet (internet lahko uporabljam kadarkoli in kolikor časa želim)
- b.) Imam omejen dostop do interneta (internet lahko uporabljam določen čas, npr. 1 uro na dan)
- c.) Nimam dostopa do interneta

10.) Ali imaš mobilni telefon z dostopom do interneta?

- a.) DA
- b.) NE

11.) Se ti zdi dostop do interneta v mladinskem centru pomemben?

- a.) DA
- b.) NE

Zakaj? _____

12.) Ali bi enako pogosto zahajal v mladinski center, če ta ne bi nudil neomejenega dostopa do internetnih storitev?

- a.) DA
- b.) NE

Hvala za sodelovanje!

7.2 PRILOGA 3: TABELA SPSS

*bazaNC.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

Visible: 32 of 32 Variables

	zap_st	spol	starost	v1	v2	v3	v4	v5	v6	v7	v8_1	v8_2	v8_3	v8_4	v8_5	v8_6	v8_7	v8_8	v8_9	v8_9_text	v9	v10	v11	v11_text	v12	v1...	filter_	v2...	v2_po	v3_po	v9...	v7...
1	1,00	,00	11,00	1,00	1,0	1,00	1,00	4,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00	k...	1,00	,00	1	,00	,00	,00	1,00	,00
2	2,00	,00	12,00	1,00	1,0	2,00	1,00	4,00	2,00	6,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	,00	,00	,00	1,00	,00
3	3,00	,00	18,00	1,00	2,0	2,00	1,00	4,00	2,00	6,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		1,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	1,00	,00	,00	,00	,00
4	4,00	1,00	14,00	1,00	2,0	2,00	1,00	4,00	2,00	1,00	1,00	,00	,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00	k...	1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	1,00
5	5,00	,00	18,00	1,00	2,0	2,00	1,00	4,00	2,00	5,00	1,00	1,00	,00	,00	1,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	,00
6	6,00	1,00	12,00	1,00	2,0	3,00	4,00	4,00	2,00	5,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	1,00	,00	1,00	1,00	,00
7	7,00	1,00	14,00	1,00	3,0	1,00	1,00	3,00	2,00	5,00	1,00	,00	,00	1,00	1,00	1,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00	k...	,00	,00	1	1,00	1,00	,00	1,00	,00
8	8,00	,00	18,00	1,00	2,0	2,00	1,00	1,00	2,00	5,00	1,00	1,00	,00	,00	1,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	,00
9	9,00	1,00	14,00	1,00	4,0	2,00	1,00	4,00	2,00	5,00	1,00	,00	1,00	,00	1,00	1,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	1,00	1,00	,00	1,00	,00
10	10,00	,00	20,00	1,00	1,0	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	,00
11	11,00	1,00	12,00	1,00	3,0	2,00	4,00	3,00	2,00	3,00	1,00	,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	1,00	1,00	,00	1,00	,00
12	12,00	1,00	12,00	1,00	2,0	4,00	1,00	4,00	2,00	1,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	1,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	1,00	,00	1,00	1,00	1,00
13	13,00	,00	18,00	1,00	4,0	1,00	1,00	4,00	2,00	5,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	1,00	1,00	,00	1,00	,00
14	14,00	,00	12,00	3,00	2,0	2,00	2,00	4,00	2,00	6,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	1,00	co...		3,00	1,00	,00	k...	1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	,00
15	15,00	,00	13,00	1,00	3,0	2,00	4,00	1,00	1,00	5,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	1,00	1,00	,00	1,00	,00
16	16,00	,00	17,00	1,00	2,0	1,00	2,00	4,00	1,00	2,00	,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	,00
17	17,00	,00	12,00	1,00	2,0	2,00	1,00	4,00	2,00	6,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	1,00	igr...		3,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	,00
18	18,00	1,00	18,00	1,00	2,0	2,00	1,00	3,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	1,00	šol...		3,00	1,00	1,00	š...	1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	1,00
19	19,00	,00	10,00	3,00	2,0	3,00	1,00	3,00	2,00	6,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		2,00	1,00	,00	k...	1,00	,00	1	1,00	,00	1,00	,00	,00

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready

10:16 16.06.2016

*bazaNC.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

Visible: 32 of 32 Variables

	zap_st	spol	starost	v1	v2	v3	v4	v5	v6	v7	v8_1	v8_2	v8_3	v8_4	v8_5	v8_6	v8_7	v8_8	v8_9	v8_9_text	v9	v10	v11	v11_text	v12	v1...	filter_	v2...	v2_po	v3_po	v9...	v7...
20	20,00	1,00	10,00	3,00	2,0	3,00	1,00	3,00	2,00	6,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		2,00	1,00	,00	k...	,00	,00	1	1,00	,00	1,00	,00	,00
21	21,00	1,00	12,00	1,00	2,0	2,00	1,00	4,00	2,00	2,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	1,00	,00		2,00	1,00	,00	s...	1,00	,00	1	1,00	,00	,00	,00	,00
22	22,00	1,00	12,00	3,00	1,0	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	,00	1,00	,00	,00	1,00	,00	,00	1,00	,00		3,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	,00	,00	,00	1,00	1,00
23	23,00	,00	13,00	1,00	4,0	1,00	3,00	1,00	2,00	5,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00		1,00	,00	1	1,00	1,00	,00	1,00	,00
24	24,00	,00	15,00	1,00	2,0	3,00	1,00	4,00	2,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	1,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00	k...	1,00	,00	1	1,00	,00	1,00	1,00	1,00
25	25,00	,00	14,00	1,00	2,0	3,00	1,00	4,00	2,00	5,00	1,00	,00	1,00	1,00	,00	1,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00	d...	1,00	,00	1	1,00	,00	1,00	1,00	,00
26	26,00	,00	13,00	1,00	4,0	2,00	1,00	4,00	2,00	6,00	1,00	,00	1,00	,00	,00	1,00	,00	,00	,00		2,00	1,00	,00		1,00	,00	1	1,00	1,00	,00	,00	,00
27	27,00	,00	18,00	2,00	1,0	1,00	2,00	1,00	2,00	5,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		,00	1,00	0	,00	,00	,00	1,00	,00
28	28,00	1,00	11,00	3,00	2,0	3,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	1,00	,00		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	1,00	,00	1,00	1,00	,00
29	29,00	1,00	16,00	1,00	2,0	3,00	1,00	2,00	2,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	1,00	k...	1,00	,00	1	1,00	,00	1,00	1,00	1,00
30	30,00	,00	14,00	1,00	2,0	2,00	1,00	3,00	2,00	2,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	,00
31	31,00	,00	12,00	1,00	2,0	3,00	1,00	3,00	1,00	5,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	1,00	,00		3,00	1,00	,00	k...	1,00	,00	1	1,00	,00	1,00	1,00	,00
32	32,00	1,00	14,00	1,00	2,0	2,00	1,00	3,00	2,00	5,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	,00
33	33,00	1,00	13,00	1,00	1,0	1,00	1,00	1,00	2,00	5,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	,00	,00	,00	1,00	,00
34	34,00	1,00	9,00	1,00	4,0	2,00	3,00	2,00	1,00	6,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		2,00	1,00	1,00	d...	,00	,00	1	1,00	1,00	,00	,00	,00
35	35,00	1,00	14,00	3,00	4,0	4,00	3,00	4,00	1,00	5,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	1,00	1,00	1,00	1,00	,00
36	36,00	,00	14,00	1,00	3,0	1,00	2,00	4,00	2,00	5,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	1,00	24ur		3,00	1,00	,00		1,00	,00	1	1,00	1,00	,00	1,00	,00
37	37,00	,00	15,00	1,00	2,0	2,00	1,00	3,00	2,00	5,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00	k...	1,00	,00	1	1,00	,00	,00	1,00	,00
38	38,00	,00	15,00	1,00	1,0	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		3,00	1,00	,00		,00	,00	1	,00	,00	,00	1,00	1,00

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready

10:19 16.06.2016

IBM SPSS Statistics Data Editor

FileEditViewDataTransformAnalyzeDirect MarketingGraphsUtilitiesAdd-onsWindowHelp

</

*bazaNC.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	zap_st	Numeric	8	2	zapis št.	None	None	4	Right	Scale	Input
2	spol	Numeric	8	2	Spol	{0,0, moški}...	None	3	Right	Nominal	Input
3	starost	Numeric	8	2	Starost	None	None	3	Right	Nominal	Input
4	v1	Numeric	8	2	Namen obiska	{1,00, Zaradi druženja in prijateljev}...	None	3	Right	Nominal	Input
5	v2	Numeric	8	2	Pogostost up.int.	{1,00, Nikoli}...	None	2	Right	Nominal	Input
6	v3	Numeric	8	2	Pogostost udeležbe aktivnosti	{1,00, Nikoli}...	None	3	Right	Nominal	Input
7	v4	Numeric	8	2	Čas up.int.	{1,00, Manj kot polovico časa}...	None	3	Right	Nominal	Input
8	v5	Numeric	8	2	Čas druženja	{1,00, Manj kot polovico časa}...	None	3	Right	Nominal	Input
9	v6	Numeric	8	2	Način up.int.	{1,00, Sam}...	None	3	Right	Nominal	Input
10	v7	Numeric	7	2	Razlog up.int.	{1,00, Iščem informacije oziroma de...	None	3	Right	Nominal	Input
11	v8_1	Numeric	8	2	FB	{0,0, ni izbran}...	None	3	Right	Nominal	Input
12	v8_2	Numeric	8	2	youtube	{0,0, ni izbran}...	None	3	Right	Nominal	Input
13	v8_3	Numeric	8	2	twitter	{0,0, ni izbran}...	None	3	Right	Nominal	Input
14	v8_4	Numeric	8	2	ask	{0,0, ni izbran}...	None	3	Right	Nominal	Input
15	v8_5	Numeric	8	2	google	{0,0, ni izbran}...	None	3	Right	Nominal	Input
16	v8_6	Numeric	8	2	instagram	{0,0, ni izbran}...	None	3	Right	Nominal	Input
17	v8_7	Numeric	8	2	wikipedia	{0,0, ni izbran}...	None	3	Right	Nominal	Input
18	v8_8	Numeric	8	2	gmail	{0,0, ni izbran}...	None	3	Right	Nominal	Input
19	v8_9	Numeric	8	2	druga	{0,0, ni izbran}...	None	3	Right	Nominal	Input
20	v8_9_text	String	200	0	druga_text	None	None	3	Left	Nominal	Input
21	v9	Numeric	8	2	Dostop do int. doma	{1,00, Nimam dostopa do interneta}...	None	3	Right	Nominal	Input
22	v10	Numeric	8	2	Dostop do int.na mob.	{0,0, ne}...	None	3	Right	Nominal	Input

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready

10:23 16.06.2016

*bazaNC.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
23	v11	Numeric	8	2	Je dostop pomemben?	{0,0, ne}...	None	3	Right	Nominal	Input
24	v11_text	String	200	0	Zakaj?	None	None	2	Left	Nominal	Input
25	v12	Numeric	8	2	Zahajanje v center če ne bi ...	{0,0, ne}...	None	3	Right	Nominal	Input
26	v1_dih	Numeric	8	2		{0,0, zaradi druženja in prijateljev ali...	None	3	Right	Nominal	Input
27	filter_\$	Numeric	1	0	v1_dih=1 (FILTER)	{0, Not Selected}...	None	2	Right	Nominal	Input
28	v2_dih	Numeric	8	2		{0,0, nikoli}...	None	3	Right	Nominal	Input
29	v2_pogostost	Numeric	8	2	Pogostost uporabe interneta	{0,0, manj pogosto}...	None	3	Right	Nominal	Input
30	v3_pogostost	Numeric	8	2	Pogostost udeležbe na akti...	{0,0, manj pogosto}...	None	3	Right	Nominal	Input
31	v9_dih	Numeric	8	2		{0,0, nimajo dostopa do interneta ali...	None	3	Right	Nominal	Input
32	v7_dih	Numeric	8	2		{0,0, uporablja internet v centru v dr...	None	3	Right	Nominal	Input
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											
40											
41											
42											
43											
44											

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready

10:24 16.06.2016

7.3 PRILOGA 2: Izjava o avtorstvu



Univerza v Ljubljani

IZJAVA

Spodaj podpisana Nika Cvetek, študentka univerzitetnega dodiplomskega študija Socialno delo, Fakultete za socialno delo Univerze v Ljubljani, z vpisno številko 06100001, s svojim podpisom izjavljam, da sem avtorica diplomskega dela z naslovom:

» Vpliv dostopa do interneta na uporabnike v mladinskem centru «.

S svojim podpisom zagotavljam:

- da je predloženo diplomsko delo rezultat mojega samostojnega raziskovalnega dela ter da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev citirana in navedena v seznamu virov, ki je sestavni del predloženega diplomskega dela;
- da se zavedam, da je plagiatstvo, ne glede na obliko in način predstavljanja tujega avtorskega dela kot svojega, v nasprotju z akademsko etiko in s pričakovanimi moralnimi prepričanji ter pomeni hujšo kršitev pravil in predpisov, ki urejajo to področje, kot tudi posledic, ki jih ima takšno dejanje za predloženo delo in z njim povezani status;
- da sem seznanjen/-a z določili Pravilnika o diplomskem delu in diplomskem izpitu;
- da je predloženo pisno delo identično elektronski verziji istega dela;
- da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 16/07, 68/08 in 110/13) dovoljujem, da se zgoraj navedeno diplomsko delo objavi v digitalni zbirki eGradiva in repozitoriju UL.

V Ljubljani, 21. 6. 2016

Podpis avtorja/-ice:

S svojim podpisom:

- dovoljujem knjižnici Fakultete za socialno delo Univerze v Ljubljani uporabo svojega rojstnega datuma za namen obdelave diplomskega dela v sistemu COBISS;
- soglašam z objavo svojega diplomskega dela na svetovnem spletu;

V Ljubljani, 21. 6. 2016

Podpis avtorja/-ice:

8 POVZETEK

V diplomskem delu pišem o tem, kakšno je življenje v dobi interneta, kako internet preoblikuje življenje mladostnikov, kakšne so prednosti in slabosti ter kako pri delu z mladostniki vključevati oziroma izključevati dostop do interneta in opremiti mlade za življenje na spletu in brez njega. Dejstvo je, da živimo v informacijski dobi. Mladi odraščajo z informacijsko komunikacijsko tehnologijo, česar ne moremo preprečiti in niti ne bi bilo smiselno, bilo pa bi smiselno razmisliti, kje in do kolikšne mere vključiti tovrstne storitve v delo z mladostniki. Med opravljanjem študijske prakse v Četrtnih mladinskih centrih sem pridobila tako teoretični kot tudi dejanski vpogled v dogajanje v centrih. Opazila sem razhajanje med enim in drugim, pri čemer sem kot glavni dejavnik za neskladnost teorije in prakse prepoznala neomejen dostop do interneta v centru. Namen raziskave je bil pokazati, kako se dejansko odraža neomejen dostop do interneta v mladinskem centru na dogajanje v centru. Kot sem predvidevala, internet ni glavni cilj prihoda v center. Uporabniki v center večinoma zahajajo z namenom druženja in kakovostnega preživljanja prostega časa, kljub temu pa večina v centru uporablja internet. Ugotovila sem, da dostop do interneta preoblikuje način preživljanja prostega časa v mladinskem centru. Uporabniki se namesto udejstvovanja in druženja ob ponujenih aktivnostih v centru raje družijo ob računalniškem zaslonu in ob vsebini, ki jo ponuja internet. Dokazala sem, da so aktivnosti, ki jih koordinatorji organizirajo z namenom, da bi uporabniki na zabaven način ob druženju pridobili določene spretnosti in znanja, zaradi dostopa do interneta manj obiskane.

Zanimiv pa je podatek, da bi večina mladostnikov zahajala v center tudi če ta ne bi omogočal dostopa do interneta. Z rezultati raziskave želim spodbuditi koordinatorje mladinskih centrov, da razmislijo o tem, kako vključiti internet v center, ne da bi ta zaviral izpolnjevanje poslanstva centra in kako organizirati življenje v centru na način, da spodbudimo mladostnike k preživljanju prostega časa brez interneta, tukaj in zdaj, v prostoru in času, ki ga imamo na voljo.