

PODATKI O DIPLOMSKI NALOGI

Ime in priimek: Rok Gomišček
Naslov naloge: E-komuniciranje na centrih za socialno delo
Kraj: Ljubljana
Leto: 2009
Št. Strani: 64 Št. tabel: 5 Št. grafov: 2
Št. prilog: 2 Št. slik: 4
Mentor: doc. dr. Bojana Mesec

Deskriptorji: elektronsko komuniciranje, internet, računalniško posredovana
komunikacija, splet, spletna mesta, forumi, blogi

Povzetek:

V zadnjem desetletju se je število uporabnikov interneta močno povečalo. S pomočjo novih aplikacij, ki so enostavnejše za uporabo, se je uporaba interneta približala večji množici ljudi in ni več namenjena le redkim zanesenjakom. V nalogi s pomočjo vprašalnika ugotavljam stanje elektronskega komuniciranja slovenskih centrov za socialno delo. Centri za socialno delo se spleta na poslužujejo množično, čeprav vpeljave spletnih mest prinašajo veliko prednosti. Zato v zadnjem delu naloge predlagam nekaj sprememb in smernic za prihodnost.

Title: E-communication in Slovenian social work centres
Descriptors: electronic communication, internet, computer mediated communication,
web, web sites, forums, blogs

Abstract:

The number of internet users has greatly increased in the last decade. Aided with new, easier to use applications, internet usage became massively popular and not exclusive only to a few enthusiasts. In my thesis I tried to asses the condition of electronic communication of Slovenian social work centres with the help of a questionnaire. Even though there are some positive changes in regards to the introduction of web sites, social work centres still do not avail themselves numerously of the web. That's why I listed some suggestions and guidelines for the future in the closing part of my thesis.

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA SOCIALNO DELO

DIPLOMSKA NALOGA

E-komuniciranje na centrih za socialno delo

Mentor: doc. dr. Bojana Mesec

Rok Gomišček

Ljubljana 2009

KAZALO DIPLOMSKE NALOGE

1	TEORETIČNI UVOD	6
1.1	Nastanek in razvoj interneta	6
1.2	Razširjanje dostopnosti.....	6
1.3	Virtualna skupnost.....	8
1.3.1	Kaj so virtualne skupnosti	8
1.3.2	Zakaj se družimo	9
1.3.3	Aksiomi komuniciranja v virtualnih skupnostih	10
1.4	Virtualno prostovoljstvo	11
1.5	Web 2.0 in e-komuniciranje	12
1.5.1	Sprememba v uporabi.....	12
1.5.2	Nove oblike komuniciranja	12
1.6	Kako centri za socialno delo uporabljajo e-komuniciranje	13
1.6.1	Rezultati.....	14
1.7	Oblike elektronskega komuniciranja	17
1.7.1	Spletna mesta.....	17
1.7.2	Elektronska pošta.....	18
1.7.3	Forumi	18
1.7.4	Blogi	19
1.7.5	RSS	20
1.7.6	Tagi.....	20
1.7.7	Klepetalnice	20
1.7.8	Sporočilniki	21
1.7.9	Second Life.....	21
1.7.10	Druge spletne aplikacije	21
2	PROBLEM	23
2.1	Okoliščine.....	23
2.2	Vprašanja za metodologijo	24
3	METODOLOGIJA	25
3.1	Vrsta raziskave, model raziskave in spremenljivke.....	25
3.2	Merski instrumenti in viri podatkov	25
3.3	Populacija in vzorčenje.....	25

3.4	Zbiranje podatkov	26
3.5	Obdelava in analiza podatkov	26
4	REZULTATI	27
4.1	Vpliv na količino dela	27
4.2	Izboljšanje za zaposlene	28
4.3	Spremembe v tradicionalnem delu	28
4.4	Spremembe za uporabnike.....	29
4.5	Elektronsko iskanje pomoči.....	30
4.6	Promet spletnega mesta	30
4.7	Bodoče posodobitve spletnih mest	31
4.8	Zadovoljstvo centrov za socialno delo s spletnim mestom	31
4.9	Odgovori na vprašanja in hipoteze	31
5	RAZPRAVA.....	34
6	SKLEPI.....	36
7	PREDLOGI	37
7.1	Spletna mesta.....	37
7.1.1	Proces razvoja spletnih mest	37
7.2	E-mail	43
7.3	Anketa.....	44
7.4	Forumi	45
7.5	Blogi	45
7.5.1	Pisanje blogov	46
7.6	RSS	47
7.7	Tagi.....	48
7.8	Klepetalnice	48
7.9	Sporočilniki	48
7.10	Second Life.....	49
7.11	Druge spletne aplikacije	50
7.11.1	YouTube, MojVideo in podobna spletna mesta	50
7.11.2	Wikiji.....	50
8	ZAKLJUČEK	51
8.1	Slabosti	51
8.2	Prednosti	51

8.3	Prihodnost.....	52
9	VIRI.....	53
10	POVZETEK	55
11	PRILOGE	57

SEZNAM TABEL

Tabela 1.1	Frekvenca elementov e-komuniciranja.....	15
Tabela 4.1	Ocena spremembe količine dela zaradi spletnega mesta.....	27
Tabela 4.2	Izboljšave, zaznane pri zaposlenih	28
Tabela 4.3	Spremembe v tradicionalnem delu, ki jih je čutili.....	29
Tabela 4.4	Razlike, ki so jih zaznali uporabniki.....	29

SEZNAM GRAFIKONOV

Grafikon 1.1	Rast deleža uporabnikov interneta (vir Vehovar in Brečko, 2007)	7
Grafikon 1.2	Delež CSD s spletnim mestom	14

SEZNAM SLIK

Slika 7.1	V enem brskalniku deluje.....	43
Slika 7.2	...v drugem pa ne.....	43
Slika 7.3	Virtualni Ozara center.....	49
Slika 7.4	Pri virtualnem psihiatru.....	49

1 TEORETIČNI UVOD

1.1 Nastanek in razvoj interneta

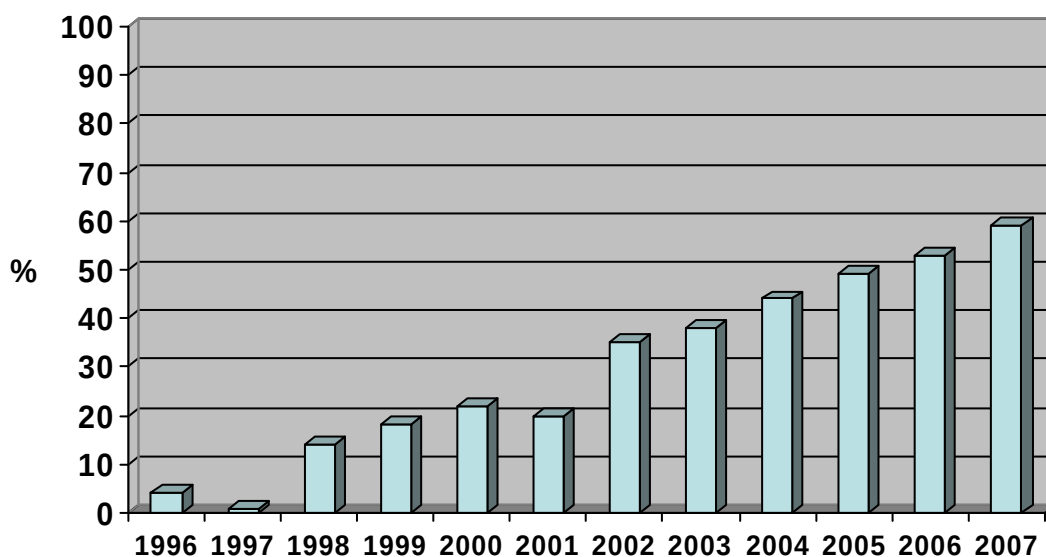
Mineva že skoraj 40 let, odkar je Ministrstvo za obrambo ZDA postavilo na noge omrežje ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network – Omrežje Agencije za napredne analize), predhodnika današnjega interneta. Na začetku je omrežje povezovalo štiri IMP računalnike (Interface Message Processor – podobni so današnjim usmerjevalnikom): tri v Kaliforniji in enega v Utahu. Marca naslednje leto je ARPANET že dosegel vzhodno obalo, do septembra leta 1973 pa je bilo v omrežje povezanih že 40 IMP računalnikov. Takrat so vzpostavili tudi satelitski povezavi s Havaji in z Norveško, s tem pa zemeljsko povezavo z Anglijo. Julija 1975 je Agencija za napredne analize prepustila opravljanje ARPANET Agenciji za obrambno komunikacijo, saj je bil njihov namen razviti novo tehnologijo, ne pa tudi opravljanja z njo. Zaradi širitve ARPANET in vse večjega povpraševanja univerz po priključitvi nanj, se je leta 1983 omrežje razdelilo na vojaški MILNET in okleščeni ARPANET, ki je povezoval civilne ustanove.

Sočasno z razvojem ARPANET sta dva raziskovalca v DARPA (preimenovana ARPA) raziskovala načine, kako povezati ARPANET z drugimi omrežji. Poleti 1973 sta izumila novo oblikovanje internetnega protokola, kjer se razlike med različnimi protokoli skrijejo z uporabo skupnega protokola. S tem izumom je postalo možno združevanje različnih omrežij v eno, ne glede na njihove značilnosti. V osemdesetih letih so se omrežju priključila razvijajoča se evropska, azijska in avstralska omrežja. Hkrati s širitvijo na druge celine so se pojavili tudi prvi ponudniki internetnega dostopa. To je pomenilo začetek komercializacije interneta in njegove širitve z univerz in raziskovalnih centrov v domove navadnih ljudi.

1.2 Razširjanje dostopnosti

Dostop na internet se je v zadnjem desetletju v Sloveniji močno spremenil. V drugi polovici devetdesetih let so bili domači računalniki, priključeni v internet, bolj redki in hitrost povezave je bila počasna. V mojem razredu nas je bilo na koncu osnovne šole le nekaj takih, ki smo imeli doma modem. Kasneje so se pojavili prvi internetni ponudniki brez naročnine, ki so internet še bolj približali tistim, ki so ga želeli uporabljati le občasno,

oziroma niso potrebovali podpore večjih ponudnikov. Na prehodu v novo tisočletje so se pojavile prve ponudbe širokopasovnega interneta in sicer ADSL (angl. Asymmetric Digital Subscriber Line, Asimetrična digitalna naročniška linija) in kabelski internet. Slabost kabelskega interneta je bil dostop, saj je uporabnik potreboval tudi kabelsko televizijo. Za priklop ADSL interneta pa je zadoščal ISDN (angl. Integrated Services over Digital Network, integrirane storitve preko digitalnega omrežja) telefonski priključek, a sta bili naročnina in priključnina dražji. Toda že v nekaj letih se je tudi to spremenilo, saj je SiOL pocenil svoj ADSL paket in posledično se je veliko ljudi odločilo za spremembo. Od takrat dalje se je stanje še izboljšalo, saj je na trg prišlo več ponudnikov, kar je povečalo konkurenco in znižalo cene. Raziskava Statističnega urada Republike Slovenije kaže, da se je delež gospodinjstev, ki uporabljajo samo ozkopasovno povezavo (počasnejši dostop preko navadne ali ISDN telefonske linije) za dostopanje do interneta, od prvega četrtertletja 2006 do prvega četrtertletja 2008 zmanjšal z 21 na 9 %. V istem obdobju pa se je povečal delež gospodinjstev, ki za dostop do interneta uporabljajo širokopasovno povezavo (hitrejši dostop, najpogosteje preko xDSL in kabelskih povezav), s 34 na 50 % (Zdešar 2008).



Grafikon 1.1 Rast deleža uporabnikov interneta (vir Vehovar in Brečko, 2007)

Kljub pestrosti ponudbe je uporaba interneta še vedno znaten strošek. Poleg naročnine, ki znaša od okrog 20 € dalje, je seveda potrebno imeti tudi računalnik, kar prav tako ni poceni. Novi računalniki namreč stanejo od 400 € dalje. Kljub temu pa obstajajo za ljudi, ki si ne morejo privoščiti uporabe interneta doma, možnosti njegove uporabe drugje. Veliko knjižnic

ponuja članom brezplačno brskanje, osebe z nizkimi dohodki pa so v nekaterih knjižnicah oproščene članarine. Imamo tudi kiber kavarne (cyber cafe), kjer je uporaba interneta dodatna ali glavna dejavnost. Nekatere lokacije, kot je ljubljanska Kiber pipa, omogočajo celo zastonj uporabo interneta vsem obiskovalcem.

Zaradi vedno lažje dostopnosti in razširjenosti interneta menim, da se mora tudi socialno delo spoprijeti z vprašanjem, kaj lahko dobi od interneta in kaj mu lahko ponudi.

1.3 Virtualna skupnost

1.3.1 Kaj so virtualne skupnosti

Čeprav virtualen v računalniškem žargonu pomeni navidezen, namišljen, za virtualne skupnosti ne moremo reči, da so le namišljene, saj so za udeležence še kako realne. Tisto, po čemer se virtualne skupnosti ločijo od tradicionalnih, je način komuniciranja med člani, saj to ni direktno, temveč poteka na različne načine prek računalnikov, povezanih na medmrežje. Praprotnik (2003: 6) piše, da »virtualne skupnosti razumemo oziroma so opredeljene kot interakcija med dvema ali več osebami, ki komunicirajo po internetu. Bolj splošno in bolj uveljavljeno ime za komunikacijo po internetu je računalniško posredovana komunikacija, ki jo definiramo kot proces pošiljanja sporočil z neposredno uporabo računalnikov in računalniških omrežij.« Socialno mrežo na internetu Wellman s kolegi (1996: 214) poimenuje računalniško podprta socialna mreža (RPSM). Te socialne mreže so lahko vezane le na računalniško komuniciranje, lahko so pa tudi mešanica on-line (virtualnega) in off-line (realnega, fizičnega) komuniciranja. Bojana Mesec (2003: 22) v svoji doktorski disertaciji piše, da biti on-line pomeni več kot le pripadati seznamu naslovnikov elektronske pošte ali sodelovati v klepetalnici, saj pomeni pridružitve socialni mreži, ki je sestavljena iz vseh ostalih posameznikov, ki so na poštnem seznamu ali v klepetalnici. Prav nenehna interakcija »mnogih z mnogimi« loči RPSM od bolj individualističnih interakcij posameznikov z računalnikom (Mesec, B. 2003: 22).

Vendar so meje med realno in virtualno skupnostjo ponekod bolj zabrisane, kot se zdi na prvi pogled. Pri realnih skupnostih je pogosto prisotno tudi komuniciranje preko telefona, vendar ne govorimo o »telefonsko podprti socialni mreži«. S pomočjo računalnika lahko pokličemo člane socialne mreže in se z njimi pogovarjamo enako, kot če bi jih poklicali po

telefonu. Prek računalnika pa lahko sogovornika tudi vidimo (če ima spletno kamero), kar nam ga še bolj približa kot sam glasovni klic. Morda to pomeni, da komuniciranje prek računalnika skupnosti še ne naredi virtualne? Ali pa da je tudi telefon znak obstoja virtualne skupnosti, saj nam daje virtualni občutek bližine sogovornika? Po Praprotniku (2003: 6) naj bi udeleženci računalniško posredovane komunikacije zavestno uporabili računalnik za pošiljanje sporočil za razliko od drugih načinov komuniciranja, ki so posredno odvisni od računalnikov, vendar od udeležencev ne zahtevajo uporabe računalnika, na primer telefonija. A četudi glasovno komuniciranje prek računalnikov prištejemo k računalniško posredovani komunikaciji, se vprašamo, kaj je pa s komuniciranjem, kjer en udeleženec govori prek računalnika, drugi pa preko telefona? Menim, da bi bilo zaradi tehnoloških sprememb v zadnjih letih treba spremeniti definicije virtualne skupnosti, vendar to ni predmet te naloge.

1.3.2 Zakaj se družimo

Ljudje se družimo in ustvarjamo večje in manjše skupnosti primarno glede na dva dejavnika: geografska bližina in skupni interesi. RPSM ponujajo obema dejavnikoma za druženje dodatek h komuniciranju. Geografsko vezane skupnosti se lahko na primer s pomočjo računalniške komunikacije prek forumov asinhrono pogovarjajo o dogodkih v lokalni skupnosti. Posamezniki, ki si sicer ne upajo spregovoriti, lahko na internetu dobijo dovolj poguma, da napišejo še svoje ideje. Nenazadnje, napisana beseda je bolj gotova kot izrečena in člani skupnosti lahko vedno za nazaj preverijo, kaj je bilo napisano. Po drugi strani pa posameznikom omogoča, da iščejo druge osebe s podobnimi interesi po celem svetu, ne le v geografski bližini, pri čemer je omejitev znanje tujih jezikov. To je zlasti pomembno za osebe z interesi, ki so v njihovi geografski skupnosti bolj redki in se zaradi tega počutijo bolj osamljene. Ker on-line skupnosti temeljijo na zavestno skupnih interesih, se ljudje nanje bolj navežejo kot pa na geografsko vezane skupnosti, saj so te omejene le na kraj bivanja (Michaelson 1996, po Mesec B. 2003: 27). Wellman s kolegi (1996: 214) pa piše, da se RPSM deli na tri mreže. V eni se združujejo somišljeniki glede na interese, v drugi pisarniški delavci sodelujejo med seboj in jih razdalja ne moti pri delu, tretjo mrežo pa sestavljajo delavci, ki delo opravljajo doma prek računalnika.

1.3.3 Aksiomi komuniciranja v virtualnih skupnostih

Fernback in Thompson (1995) pišeta, da brez sporočanja ni skupnosti. Povezanost besed dokazujeta s tem, da imata obe besedi v angleščini (*communication* in *community*) isti latinski koren, *communis* (skupen). Watzlawick je skoraj štirideset let nazaj definiral pet aksiomov komuniciranja. Če je kateri od teh aksiomov moten, lahko komunikacija spodleti. Kako pa je z aksiomi komuniciranja pri spletnem komuniciranju? Prvi aksiom, *nemogoče je ne komunicirati*, pomeni, da ne komuniciramo samo z besedami, temveč tudi s telesno mimiko, tonom glasu in celo s tišino. Toda pri internetnem komuniciranju ni telesne mimike in tona glasu (izjema je, če uporabljamo spletno kamero in/ali mikrofona), pri asinhronem sporočanju pa ni niti tišine. Verjetno so udeleženci internetnih pogovorov avtomatično začutili ta primanjkljaj in so zato ustvarili t.i. čustvene simbole (npr. :-), ;-), :-(, ^_^;; itd.) in zapisovanje akcij znotraj zvezdic (npr. *zavije z očmi*). Tišina se pri sinhronih načinih internetnega komuniciranja (irc, sporočilniki ...) kaže kot neodgovarjanje sogovornika, a če ga ne vidimo, obstaja za tišino več razlogov (tehnične motnje, nepričakovani dogodki ...). Pri asinhronem komuniciranju (forumi, blogi ...) pa je daljša tišina nekaj običajnega, saj ne vemo vedno, kdaj bo prejemnik pregledal nova sporočila. Drugi aksiom pravi, da *ima vsaka komunikacija vsebinski in odnosni vidik*. To se pozna tudi pri internetnem komuniciranju, saj poleg vsebine s sporočilom definiramo tudi odnos do prejemnika. Tretji aksiom govori o *punktuiranju zaporedja dogodkov* oziroma da ni pomembno samo, kaj rečemo, temveč tudi kako to rečemo oziroma kaj poudarimo. Pri napisani besedi to lahko storimo na različne načine, na primer s podčrtovanjem ali velikimi tiskanimi črkami. Četrty aksiom je sicer namenjen *digitalnemu in analognemu komuniciranju*, a Watzlawick s tem ni mislil na virtualno in realno, saj v resnici govori o logični, poimenski uporabi besed in o sporočanju z metaforami. Tako kot drugi aksiom tudi ta velja za internetno komuniciranje. Zadnji aksiom pa obravnava *simetrično in komplementarno interakcijo*. S tema pojmom označujemo odnos glede na težnje udeležencev konverzacije na zrcaljenje drug drugega. Podlaga za simetrično interakcijo je enakost sogovornikov, komplementarna interakcija pa temelji na različnosti, ko ena vloga definira drugo (na primer učitelj – učenec, starši – otrok ...). Komplementarna interakcija se na internetu lahko kaže tudi kot odnos med uporabnikom in skrbnikom. Vidimo torej lahko, da vsi aksiomi komuniciranja veljajo tudi za internetno komuniciranje.

1.4 Virtualno prostovoljstvo

Tako kot sem že napisal pri virtualnih skupnostih, beseda virtualno pomeni navidezno, a prav tako kot virtualne skupnosti, tudi virtualno prostovoljstvo ni navidezno in namišljeno. Kot piše Bojana Mesec (2003: 67), »v njem sodelujejo pravi ljudje, le usluge, ki jih nudijo so elektronske (virtualne).« Komunikacija med udeleženci še vedno poteka po vzorcu pošiljatelj – sporočilo – prejemnik, vendar je kanal pretoka sporočil drugačen kot v tradicionalni komunikaciji.

Virtualno prostovoljstvo pomeni opravljanje neke prostovoljske dejavnosti deloma ali v celoti prek interneta in računalnika. To ne pomeni, da virtualni prostovoljci opravljajo svoje dejavnosti izključno prek interneta, temveč gre lahko za mešanico dela na sedežu (*on site*) in on-line. Virtual Volunteering Project (na serviceleader.org) definira dve vrsti virtualnega prostovoljstva: tehnično podporo in neposreden stik. Tehnično podporo nudijo virtualni prostovoljci zaposlenim in drugim prostovoljcem. To vključuje iskanje informacij na spletu, prevajanje, razno računalniško delo, lahko pa prek interneta organizaciji pomagajo zunanji svetovalci. Z neposrednim stikom pa prostovoljci pomagajo prejemnikom pomoči z e-obiski, učenjem na daljavo, z moderiranjem klepetalnic in podobno.

Nov način opravljanja prostovoljnega dela pomeni, da se lahko več ljudi odloči za prostovoljstvo, tudi taki, ki se iz različnih razlogov sicer ne bi (npr. prezaposlene osebe, hendikepirani). Več udeležencev pomeni tudi večji pretok idej. In ker internet ponuja veliko možnosti za ustvarjanje, se virtualno prostovoljstvo lahko razvija in se tudi razvija na vedno nove načine.

Virtualno prostovoljstvo pa se lahko nanaša tudi na način, kako organizacija navezuje stike s svojimi prostovoljci, ne glede na način dejanskega prostovoljnega dela. Prostovoljce lahko organizacija elektronsko obvešča o raznih spremembah in novostih, prostovoljci pa lahko organizaciji elektronsko posredujejo podatke o svojem delu.

K virtualnemu prostovoljstvu lahko prištejemo tudi različne oblike virtualnih skupin za samopomoč in podpornih skupin. Eno tako skupino, tosemjaz.net, bom opisal v poglavju 1.7.3. Obstaja pa še mnogo drugih skupin s forumi ali klepetalnicami na različne tematike. Te so, podobno kot realne skupine, lahko vezane na organizacije ali pa nastanejo samoiniciativno. Zanje je značilno, da obiskovalci pripovedujejo svoje zgodbe in odgovarjajo na vprašanja drugih.

Z opravljanjem prostovoljnega dela prek interneta pa se tradicionalno prostovoljstvo v obliki osebne stika seveda ne bo ukinilo. Oba načina dela sta si komplementarna, ne izključujoča. Virtualno prostovoljstvo prinaša nove ideje, poenostavlja nekatere metode, ohranja pa vzgib pomoči drugim.

1.5 Web 2.0 in e-komuniciranje

1.5.1 Sprememba v uporabi

Leta 2004 so pri založniški hiši O'Reilly Media skovali izraz Web 2.0 (Splet 2.0), s katerim so želeli poimenovati spremembe, ki so se dogajale na spletu (Web 2.0 Conference 2008). Čeprav v informatiki s številko poimenujejo novo različico programske opreme, splet 2.0 ne predstavlja novega spleta, temveč njegovo spremenjeno uporabo. Z večanjem dostopnosti in poenostavljanjem tehnologij je namreč internet postal prijazen tudi do neračunalnikarjev. Postaviti svoj blog ali stran v spletni skupnosti, kjer lahko vsakdo pove svoje mnenje, je danes enostavno, hitro in ne zahteva obsežnega računalniškega znanja.

Leta 2006 se je začel pojavljati termin komuniciranje 2.0 ali PR 2.0, ki uporablja nova orodja spleta 2.0 za učinkovito komuniciranje. Pogosto se kot sopomenko uporablja tudi termin e-komuniciranje, a je ta širši, saj zajema tudi druge oblike elektronskega sporazumevanja, kot so mobilne naprave. Glavna značilnost orodij nove generacije spleta je sodelovanje uporabnikov (povzeto po Suhadolc 2007: 22). Nekoč smo uporabniki spleta lahko le brali informacije na raznih straneh ter kdor je imel čas in znanje, je lahko postavil tudi svojo spletno stran. A danes na spletu ne samo beremo, temveč lahko tudi na mnogih straneh puščamo svoje komentarje in skupaj soustvarjamo splet.

1.5.2 Nove oblike komuniciranja

Glavno vodilo spleta 2.0 je torej soustvarjanje za vsakogar. Med orodja spleta 2.0, ki to omogočajo, spadajo blogi, podcasti, wiki, spletne skupnosti in podobno (več o njih v poglavju 1.7). Tem novim medijem skupno pravimo družbeni mediji, za katere je značilno, da se množice uporabnikov zbirajo in ustvarjajo različne vsebine, si jih med seboj delijo in sodelujejo. Ljudje zaupajo navadnim državljanom bolj kot pa politikom in podjetnikom, zato

bodo njihova mnenja pri odločanju bolj spoštovali kot pa reklamna sporočila. Obstajajo tudi pravi mnenjski vodje, ki imajo pomembno vlogo pri oblikovanju mnenj. To so posamezniki, ki uživajo veliko zaupanje množice in izražajo svoje mnenje prek blogov, podcastov ali vlogov.

To komunikatorje sili, da spremljajo spletno dogajanje in se vanj vključujejo, saj so dobili uporabniki in mnenjski vodje močan vpliv. Vključijo se lahko na dva načina, in sicer z ustvarjanjem vsebin na lastnem spletnem mestu in s sodelovanjem na drugih spletnih mestih. Oba načina sta si podobna v tem, da pišejo in odgovarjajo na blogih, sodelujejo v forumih in podobno. A kljub novim orodjem je ostala osnovna praksa odnosov z javnostmi oziroma komuniciranja enaka. Poznavanje novih tehnologij pa pomaga komunikatorjem, da bo e-komuniciranje odlično (povzeto po Suhadolc 2007: 22). Zaradi hitrosti razširjanja informacij bodo uporabniki spleta hitro ugotovili in posredovali informacije o lažnih blogih, ki jih podjetja ustvarijo za promocijo svojih izdelkov. V preteklosti so se nekatera podjetja (WalMart, Sony) že poslužila tovrstnih prijemov, a namesto reklame so požela kritike in ogorčenje uporabnikov blogov.

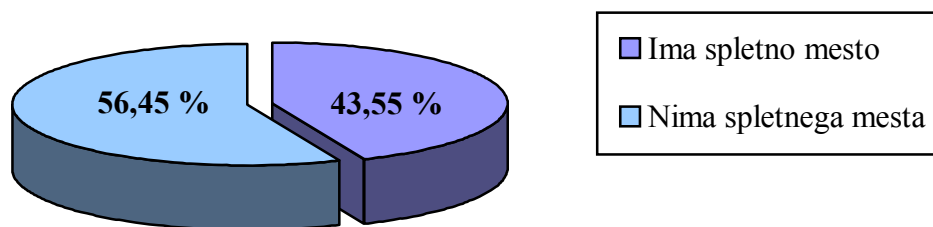
1.6 Kako centri za socialno delo uporabljajo e-komuniciranje

V raziskavi, ki sva jo izvedla s kolegom Kristjanom Gučkom, sva ugotavljala v kolikšni meri in kakšne vrste e-komuniciranja uporabljajo centri za socialno delo. V ta namen sva izvedla deskriptivno raziskavo. V njej sva raziskovala elemente e-komuniciranja, ki jih centri za socialno delo uporabljajo na svojih spletnih mestih, kar sva dosegla s pregledom njihovih spletnih mest. Populacija raziskave je zato zajemala vse slovenske centre za socialno delo.

Za merski instrument sva uporabila seznam centrov za socialno delo, ki sva ga dobila na spletnem mestu Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve (Centri za socialno delo 2008), na katerem sva označevala, če ima določen center elektronsko pošto in spletno mesto. Določila sva seznam elementov, ki se nama zdijo relevantni. Ti so dveh vrst. Prvi so povezani z informiranjem, ki ima obliko enostranske komunikacije (predstavitev CSD, storitev ter programov, seznam zaposlenih, zemljevid, vloge in obrazci), drugi pa so povezani z uporabo novejših spletnih tehnologij, ki uporabnikom omogočajo interaktivnost (ankete, forumi, naslov neposrednega sporočilnika (instant messaging), blogi in RSS). Nato sem pregledal vsako spletno mesto posebej in si zapisoval, če spletno mesto vsebuje te elemente. Med

pregledovanjem sem seznamu dodal še druge elemente, ki jih nisva uvrstila na seznam, a so se mi vseeno zdeli relevantni. To so on-line postavljanje vprašanj in branje odgovorov, informativni izračuni, seznam pogostih vprašanj, fotogalerije in uporaba tagov (ključnih besed). Po označevanju sem seznam posredoval kolegu Kristjanu, ki ga je nato še sam preveril. Merski instrument sva izdelala sama.

Ob pregledu seznama je razbrati, da vsi CSD nudijo kontakt prek elektronske pošte, povezavo do spletnega mesta pa ima 12 CSD. Obstoje spletnega mesta sem preveril tudi s pomočjo iskalnika Google, kamor sem vtipkal ime vsakega od centrov in preveril rezultate iskanja. Imensko iskanje centrov za socialno delo je pokazalo, da nudi spletna stran Skupnost CSD (SCSD 2008) o vsakem centru osnovne informacije, kot so uradne ure in naslov, prav svojo spletno mesto pa ima 27 CSD ali 43,55 % vseh.



Grafikon 1.2 Delež CSD s spletnim mestom

Med pregledovanjem vseh 27 spletnih mest sem si pri vsakem v urejevalnik besedila izpisoval določene elemente, ki sva jih vnaprej določila za relevantne. Poleg teh sem si med analiziranjem spletnih mest izpisal tudi druge elemente, ki niso na seznamu, a so se mi zdeli zanimivi in nato še enkrat preveril vsa spletna mesta, če sem zapisal tudi na novo dodane elemente. Zapisano sem posredoval Kristjanu, ki je dobljene podatke še sam preveril.

Na koncu sva oba s črtnikanjem preštela, kolikokrat se vsak posamezen element spletnega mesta pojavi in primerjala rezultate. Tako dobljene podatke sva preštela in ker ni bilo razlik v številu, sem jih tabeliral.

1.6.1 Rezultati

S sledečo tabelo sva predstavila, s kakšno frekvenco so se posamezni elementi pojavili na spletnih mestih slovenskih centrov za socialno delo.

Element spletnega mesta	Frekvenca
Predstavitev centra	16
Predstavitev storitev	22
Seznam storitev	4
<i>Storitve skupno</i>	<i>26</i>
Predstavitev programov	18
Seznam programov	1
<i>Programi skupno</i>	<i>19</i>
Seznam zaposlenih	14
Zemljevid	8
Vloge	13
Povezava do vlog	4
<i>Vloge skupno</i>	<i>17</i>
Anketa	4
Forum	2
On-line postavljanje vprašanj in branje že odgovorjenih	1
Neposredno sporočanje	0
Blog	0
RSS	0
Informativni izračuni	1(+1)
Pogosta vprašanja in odgovori	1
Fotogalerija	3
Tagi	3

Tabela 1.1 Frekvenca elementov e-komuniciranja

Spletna mesta slovenskih centrov za socialno delo se najbolj poslužujejo enostranskih oblik komuniciranja z obiskovalci, saj vseh 27 spletnih mest ponuja naslov, uradne ure ter telefonske številke centra. Bolj podrobno predstavitev centra nudi 16 spletnih mest, vsa spletna mesta centrov z izjemo enega pa nudijo seznam svojih storitev, od tega 22 centrov te storitve tudi opiše, ne le našteje. Na 19 spletnih mestih je bil tudi seznam programov, ki jih center izvaja, od teh jih ima 18 tudi bolj podroben opis. 14 spletnih mest vsebuje tudi podatke in kontaktne informacije o zaposlenih, 8 pa jih je opremljenih z zemljevidom, kje se center

nahaja in kako do njega priti. 13 spletnih mest ima razne vloge in obrazce za socialnovarstvene storitve v sklopu samega spletnega mesta, 4 spletna mesta pa imajo povezavo do obrazcev in vlog na spletnih straneh Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve.

Kar se tiče elementov iz drugega sklopa, torej uporaba novejših spletnih tehnologij, pa so rezultati sledeči. Anketo so uporabljali na 4 spletnih mestih, kjer se vprašanja vežejo na povratno informacijo o uporabnosti spletnega mesta. Obiskovalce namreč sprašujejo, kakšno se jim zdi spletno mesto ter kakšne vrste informacij iščejo na njem. Forum imata dve spletni mesti. K temu lahko dodava še posebnost enega spletnega mesta in sicer on-line postavljanje vprašanj in branje že odgovorjenih vprašanj. Delovanje spominja na forum, vendar s to razliko, da na postavljena vprašanja lahko odgovarjajo le za to določene osebe, ne pa kdorkoli, kot je značilno za forume. Nobeno spletno mesto CSD pa ne uporablja blogov in RSS. Dve spletni mesti sicer ponujata povezavo do vira RSS, a to na enem spletnem mestu ni delovalo, na drugem pa je bilo vezano na spletno mesto, ki gosti stran centra za socialno delo.

Oba foruma imata majhno število tem (prvi 17 od februarja 2007, drugi 25 od septembra 2006). Pri obeh so teme v obliki vprašanj in odgovorov, ki se praviloma zaključijo s prvim odgovorom. Le v nekaj primerih je socialni delavec uporabnika vprašal po več podrobnostih. Bolj aktiven je pa sistem on-line postavljanja vprašanj, saj ima od januarja 2004 zabeleženih že 2591 vprašanj.

Elementi, ki sem jih zaradi zanimivosti kasneje dodal k seznamu, se prav tako bolj redko pojavljajo na spletnih mestih slovenskih centrov za socialno delo. Informativni izračun za različne denarne pomoči ponuja eno spletno mesto, drugo spletno mesto pa vsebuje povezavo do taistih izračunov. Eno je tudi spletno mesto, ki ima oddelek z odgovori na pogosto zastavljena vprašanja. Fotogalerija je prisotna na treh spletnih mestih, prav tako na treh spletnih mestih pa uporabljajo tage (ključne besede) za zaznamovanje besedil.

Iz raziskave je razvidno, da se slovenski centri za socialno delo ne poslužujejo spletnih mest množično. Med centri, ki imajo spletno mesto, pa prevladujejo t.i. web 1.0 aplikacije (statične spletne strani, stik samo preko e-pošte ...), novejše, web 2.0 (blogi, tagi ...) pa uporabljajo malo in redko.

Za konec pa še napake s spletnih mest, na katere sva naletela med raziskavo. Ker se sem se raziskovanja lotil z brskalnikom Firefox, sem na ta način vzporedno z glavnim delom raziskave ugotovil še, da se dve spletni mesti ne prikazeta pravilno v tem brskalniku in sicer tako, da je uporaba omejena oziroma nemogoča. Na tretjem spletnem mestu pa se forum v

tem brskalniku prikaže tako, da je manj pregleden. Obe spletni mesti ter prikaz foruma pa se pravilno prikažejo v brskalniku Internet Explorer. Spletno mesto TheCounter.com (2008) sicer kaže, da večina (77 %) uporabnikov interneta uporablja brskalnik Internet Explorer, a kljub temu si je treba zapomniti, da je ta brskalnik na voljo le kot del plačljivega operacijskega sistema Windows, kar onemogoča enak dostop vsem. Na enem spletnem mestu se niso prikazale slike za navigacijo, a se kljub temu z nekaj iznajdljivosti vseeno lahko dostopa do vsebine. Na dveh spletnih mestih pa se mi je navigacija zdela neprimerna, saj ne ponuja hierarhičnih menijev z možnostjo vrnitve na prejšnjo stran.

1.7 Oblike elektronskega komuniciranja

Prek interneta lahko komuniciramo na mnogo načinov, na grobo pa lahko komuniciranje ločimo v dve kategoriji: enosmerno in interaktivno. Enosmerna komunikacija omogoča uporabnikom dostopanje do raznih vsebin, ki jih nekdo drug postavi na internet, ne pa tudi soustvarjanja novih vsebin. Najbolj znan primer tega so tradicionalna spletna mesta. Za interaktivnost pa je značilno to, da imajo uporabniki možnost sodelovanja. Interaktivno komunikacijo lahko razdelimo na sinhrono in asinhrono. Pri sinhroni so udeleženci hkrati prisotni in sporočilo dobijo takoj, ko ga nekdo pošlje. Primeri za to so klepetalnice in sporočilniki. Pri asinhroni komunikaciji pa prisotnost vseh udeležencev pogovora ni nujna, saj ko nekdo pošlje sporočilo, bo to počakalo na prejemnika. Značilni primeri te vrste komunikacije so elektronska pošta in forumi.

1.7.1 Spletna mesta

Spletna mesta so običajno prva postaja pri iskanju informacij. Slabost mnogih spletnih mest je ta, da jih sestavljajo spletne strani, na katerih lahko informacije zgolj preberemo, ne moremo pa neposredno na strani pustiti svojih komentarjev in tako omogočiti avtorju povratno informacijo ali sodelovati v razpravi. Za premostitev te slabosti ponuja večina spletnih mest kakšno možnost kontakta z avtorjem, po navadi je to elektronska pošta. Spletna mesta pa so lahko sestavljena iz aplikacij, ki omogočajo in spodbujajo komentiranje, na primer blogi in forumi. Poleg naslova elektronske pošte pa lahko spletna mesta vsebujejo tudi naslove sporočilnikov in tako postane spletno mesto enotno zbirališče informacij.

1.7.2 Elektronska pošta

E-mail ali elektronska pošta je obstajal še pred samim ARPANET. Uporabniki skupnega glavnega računalnika so si že leta 1965 pošiljali elektronska pisma za medsebojno komuniciranje. Leta 1971 je bila ustvarjena oblika e-naslov, ki uporablja znak »@« za ločevanje med imenom uporabnika in omrežja. Danes je e-mail še vedno zelo pomemben, saj je, če za nič drugega, nujen za uporabo drugih internetnih storitev.

E-pošta se večinoma uporablja za komuniciranje ena na ena, pri katerem lahko vedno pošljemo sporočilo in ni nujno, da je prejemnik ob istem času povezan z nami. Z elektronsko pošto lahko tudi isto sporočilo pošljemo več prejemnikom istočasno.

1.7.3 Forumi

Forum so podobni elektronski pošti v tem, da lahko prispevek objavimo kadarkoli, ne glede na to, če so drugi člani foruma na zvezi ali ne. Od elektronske pošte se razlikujejo v tem, kdo bo napisano prebral. Ko je prispevek oddan, je praviloma objavljen javno, tako da ga lahko prebere kdorkoli, ne le člani foruma. Forumi so po navadi tematski, na primer zbirateljstvo, zdravstvo ... Sam forum se lahko deli na še bolj specifične tematske sklope, recimo forum centra za socialno delo bi se lahko delil na denarne prejemke, pomoč družini in podobno. Ti tematski sklopi bodo verjetno podobni tematskim sklopom na spletnem mestu. V tematskih sklopih so posamezni podforumi, ki pa so že zelo specifični. V podforumih uporabniki odpirajo nove teme in pišejo v že odprte. V primeru centra za socialno delo bi bil tematski sklop ponovno razdeljen tako, kot je razdeljen na spletnem mestu. Tematski sklop prejemki bi tako bil razdeljen na podforume starševski dodatek, otroški dodatek, denarna socialna pomoč in tako dalje.

Uporaba forumov je možna na več načinov. Branje je lahko omogočeno vsem, le registriranim uporabnikom ali pa le z dovoljenjem skrbnikov. Podobno velja tudi za pisanje, saj lahko na nekaterih forumih teme objavljajo in pišejo tudi neregistrirani obiskovalci foruma. Napisano je lahko objavljeno takoj, lahko pa šele po odobritvi skrbnikov (moderiran forum). Forum spletnega mesta tosemjaz.net je moderiran in brez obvezne registracije. To pomeni, da lahko kdorkoli povsem anonimno postavi vprašanje o različnih temah. Odgovore priskrbijo strokovnjaki, med katerimi sta tudi dve socialni delavki, in drugi obiskovalci foruma. Forum

tu omenjam zaradi njegove popularnosti. Na prvi pogled je videti, da prevladujejo najstniška vprašanja povezana s spolnostjo, a natančnejši pogled razkrije, da so vprašanja veliko bolj raznovrstna (npr. problemi s starši in vrstniki, težave v šoli). Uporabnikom in uporabnicam je omogočena popolna anonimnost, saj jim ni treba vpisati niti svojega naslova elektronske pošte. Dobra stran tega foruma je tudi sodelovanje uporabnikov pri odgovarjanju na vprašanja, kar daje forumu naravo skupine za samopomoč. Moderiranost pa omogoča, da se javno objavijo samo nežaljivi prispevki. Po drugi strani pa anonimnost onemogoča ustvarjanje občutka povezanosti z drugimi člani, saj lahko člani uporabijo več različnih imen pri pisanju.

1.7.4 Blogi

Beseda blog izhaja iz angleških besed *web log* – spletni dnevnik. Lahko jo uporabimo kot samostalni, ki pomeni spletni dnevnik, ali pa kot glagol, blogati, kar pomeni pisanje blogov. Blogerji pa so osebe, ki blogajo. Še en izraz, ki se uporablja v zvezi z blogi je blogosfera, s tem definiramo vse bloge kolektivno. Blogerji lahko blogajo na različnih spletnih mestih, ki bloge tudi gostijo. Z nekaterimi aplikacijami pa svoj blog lahko gostijo na lastnem strežniku. Izbira, kje blogati, je torej velika.

Vzporednica blogov v klasičnih medijih so kolumne, ki so redno objavljene v časopisih. A urednik časopisa izbira, kdo bo pisal kolumno, medtem ko lahko bloge piše kdorkoli, kadarkoli in o čemerkoli. Poleg tega bralcem omogočajo takojšnje komentiranje napisanega. Njihove teme vsebujejo tako svetovno politiko, kot vsakodnevno dogajanje. Piscem omogočajo svobodno izražanje, bralcem pa komentiranje zapisov, dajanje povratnih informacij in nadaljevanje diskusije. Praviloma so organizirani po padajočem kronološkem vrstnem redu, z zadnjim vpisom vedno na vrhu. Bloge lahko piše ena ali več oseb. Če blog piše več oseb, se za vsak vpis ve, kateri od avtorjev ga je napisal.

Ker se vse več uporabnikov interneta obrača na bloge za informacije in mnenja, se morajo njihovega pomena zavedati tudi komunikatorji in organizacije. Raziskava podjetja Ipsos Mori iz septembra 2006 kaže na težo, ki jo imajo blogi pri odločanju. 34 % vprašanih ni kupilo določenega izdelka po prebiranju kritik na blogih in 52 % vprašanih bi izbralo izdelek ali storitev, o kateri so prebrali pozitivne kritike. Poslovne organizacije z bloganjem lahko za nizko ceno obveščajo kupce o svojem delovanju, novih produktih in razvoju, hkrati pa s komentarji pridobijo dragocene povratne informacije o tem, kaj si kupci želijo.

1.7.5 RSS

Kratika RSS pomeni *Real Simple Syndication* (zares preprosto zlaganje). Gre za tehnologijo pošiljanja in prejemanja virov iz različnih spletnih mest. V praksi to pomeni, da lahko te spremembe spremljamo na samo enem mestu, če spremljamo več spletnih mest, ki redno osvežujejo vsebino (sem spadajo tudi forumi in blogi). To je bodisi program na računalniku bodisi spletna aplikacija. Prednost spletnih aplikacij za branje blogov je, da lahko dostopamo do svojega seznama branih blogov s kateregakoli računalnika, ki je povezan z internetom. Ker uporaba RSS ni še zelo razširjena, bi morala spletna mesta, ki ga ponujajo, tudi razložiti, kaj to je, kaj pomeni za obiskovalce in kako se ga uporablja.

1.7.6 Tagi

Tagi (označbe) so ključne besede, s katerimi se označi različne vrste informacij na spletu. Te informacije, ki se jih danes označuje, zajemajo zaznamke (del.icio.us), videe (youtube.com), bloge in spletne strani. Spletno mesto, ki uporablja tage, jih po navadi organizira v t.i. *tag cloud* (oblak), kjer so prikazane vse ali le najbolj pogoste ključne besede, napisane v različnih velikostih, pri čemer velikost nakazuje pogostost pojavljanja ključne besede. S klikom na določeno ključno besedo dostopamo do seznama vseh informacij (zaznamkov, videov, vpisov, strani ...), ki jih ta ključna beseda označuje.

1.7.7 Klepetalnice

Klepetalnice ali klepetalniške sobe (iz angleščine: *chat room*) so virtualen prostor, kjer poteka sinhron pogovor »mnogega z mnogimi«. Poleg tega imajo tudi možnost za klepet »enega z enim«. Klepetalnice se med seboj razlikujejo po imenih, ki naj bi skupaj z naslovi razkrivali, katera je glavna tematika klepetalnice, oziroma kaj družijo obiskovalce. Posamezniki se v klepetalnicah predstavljajo z izbranimi imeni, oziroma nadimki, ki jih praviloma lahko menjajo, kadar želijo. Podobno kot forumi imajo tudi klepetalnice možnost omejiti uporabo. Lahko se omeji število hkratnih obiskovalcev in lahko se zaščiti vstop z geslom. Klepetalnice so lahko tudi moderirane, kar pomeni, da lahko govorijo samo tisti z dovoljenjem.

1.7.8 Sporočilniki

Sporočilniki (angleško *instant messageing*) so programi za sinhrono komunikacijo, ki je ponavadi eden-z-enim, večina pa ima tudi možnost konferenčnega komuniciranja, torej mnogi-z-mnogimi. Poleg tekstovnega komuniciranja omogoča veliko sporočilnikov tudi avdio in video komunikacijo. Zaradi velikega števila sporočilnikov (MSN Messenger, Skype, ICQ ...), obstajajo tudi programi, ki omogočajo uporabo več sporočilnikov z enim samim programom (Gaim, Trillian, Miranda ...).

1.7.9 Second Life

Second Life je program, kjer se preselimo v virtualni svet ter s svojim virtualnim likom potujemo naokoli, srečujemo druge uporabnike, ustvarjamo vsebino ter trgujemo. Za oblikovanje svojega virtualnega jaza imamo na voljo precej možnosti, prosto lahko izbiramo tudi spol. Zaradi različnih estetskih dodatkov likov je omejitev naše oblikovalsko znanje ali pa koliko smo pripravljeni plačati. Z ostalimi uporabniki programa lahko komuniciramo bodisi s tipkanjem bodisi glasovno, z uporabo mikrofona. V tem programu so se predstavile že številne komercialne organizacije, države, šole in umetniki. V virtualnem svetu se je tako mogoče udeležiti raznih predavanj in koncertov.

1.7.10 Druge spletne aplikacije

Spletna mesta kot so *YouTube* in *MojVideo* uporabnikom omogočajo deliti svoje video posnetke z ostalimi uporabniki. Razna podjetja uporabljajo takšna spletna mesta za prikaz lastnih oglasov, posnetkov s konferenc in odlomkov prihajajočih filmov ter TV oddaj. Eden izmed takih primerov je televizijska mreža Fox, ki ima lasten kanal s predogledi svojih serij in oddaj. V novembru se je odločila tudi angleška igralska skupina Monty Python za svoj kanal na tem spletnem mestu, kjer ponujajo izrezke iz svojih del in s tem reklamirajo svoje DVD.

Spletna mesta sistema wiki so posebna vrsta spletnih mest, ki imajo obliko enciklopedije. Kar wikije loči od ostalih spletnih mest, je možnost, da kdorkoli na enostaven način ureja vsebino. Vsak vnos ima tudi zgodovino sprememb in možnost razprave. Eden

najbolj znanih wikijev je *Wikipedija*, ki deluje kot splošna enciklopedija. Obstaja pa tudi mnogo wikijev, ki so posvečeni prav določeni tematiki, na primer *Lostpedia*, namenjena izključno seriji *Lost* in vsem v zvezi z njo.

2 PROBLEM

2.1 Okoliščine

Delež ljudi, ki uporabljajo internet, se iz leta v leto večja. Po podatkih RIS (Vehovar in Brečko 2007: 12) se je delež uporabnikov interneta od leta 1996 pa do leta 2007 v zadnjih treh mesecih pred časom raziskave v populaciji 16-75 let povečal iz 4 na 59 %. Delež posameznikov z visokim indeksom računalniške pismenosti je bil leta 2007 v Sloveniji višji od evropskega, vendar je v vseh treh letih opazovanja ostal praktično nespremenjen (Vehovar in Brečko 2007: 56). Menim, da k visokemu indeksu pripomore več faktorjev: cenejši računalniki in dostop do interneta, uporaba računalnikov v šolah in službah ter popularnost računalniških iger in spletnega klepetanja med mladimi. Skupaj z računalniško pismenostjo se večja tudi delež oseb, ki novice in informacije iščejo na spletu.

Raziskava Statističnega urada Republike Slovenije (Zdešar, 2008) je pokazala, da je 49 % oseb, starih od 10 do 74 let, ki so uporabljale internet v zadnjih treh mesecih, iskalo informacije o blagu in storitvah, enak odstotek oseb je internet uporabljal za pošiljanje in prejemanje elektronske pošte. V isti raziskavi so ugotovili, da je 34 % oseb v starosti od 10 do 74 let v zadnjih treh mesecih uporabljalo napredne internetne storitve; 29 % oseb je bralo spletne forume, 24 % je uporabljalo programe za neposredno sporočanje, 17 % za branje blogov (spletnih dnevnikov – spletnikov), enako število pa je pošiljalo sporočila v klepetalnice, forume ali novičarske skupine.

Mesec (2001: 441) izpostavi kot pomembno karakteristiko interneta to, »da je *socialno neodvisen medij*«, kjer se ljudje ne razlikujejo med seboj po rasi, sloju in podobnih lastnostih. Za socialno delo bi dodal še pomembnost anonimnosti, saj se iskalcem socialnovarstvenih informacij ni treba soočati s klicanjem ali osebnim obiskom centra za socialno delo. Nekaterim morebitnim iskalcem socialnovarstvene pomoči bi lahko bilo nelagodno, če bi jih znanci videli, kako vstopajo v center za socialno delo, saj se bojijo, kaj bi si o njih mislili. Za take ljudi je zato bolj primerno iskanje informacij preko spleta, da se čim bolj izognejo obisku centra za socialno delo.

Če pozorno spremljamo medije, bomo kmalu opazili, da pogosto napadajo državne institucije in sociala ter socialno delo nista nobeni izjemi. Neprijaznost do uporabnikov, neinterveniranje in slabo informiranje so le nekateri od očitkov, ki jih lahko slišimo. Mediji

sicer po navadi socialnim delavcem ponudijo, da se branijo oziroma povedo svojo plat zgodbe, a če je namen prispevka kritiziranje, lahko sami izberejo, kaj bodo objavili in česa ne.

2.2 Vprašanja za metodologijo

Pobuda za raziskovanje izvira iz večletne uporabe interneta in spremljanja sprememb na njemu. Te svoje izkušnje sem želel povezati s socialnim delom in ugotoviti, kaj je doprinesla uporaba interneta praktičnemu socialnemu delu. Marko Mesec je leta 2001 zapisal, da »v Sloveniji tudi na področju virtualne skupnostne skrbi zaostajamo za državami z višjo stopnjo organiziranosti socialne države in storitev socialnih služb« (Mesec, 2001: 446). Sedem let kasneje preverjam, kaj imajo od uporabe spletnih mest centrov za socialno delo uporabniki ter kaj to prinaša zaposlenim na centrih. Vprašanja, na katera želim z raziskavo odgovoriti so zato:

Ali se je tradicionalno delo spremenilo zaradi obstoja spletnega mesta CSD?

Imajo zaposleni več ali manj dela zaradi spletnega mesta?

Katere so najbolj iskane teme pomoči?

Ker je namen socialnega dela pomagati ljudem, sem prepričan, da mora biti prisotno tam, kjer so ljudje, pa naj bo to na ulici ali na spletu. Ko govorimo o socialnodelavskih metodah, mislimo predvsem na metode dela v obliki osebne stika. Ne učimo pa se o tem, kako lahko že znane tehnike uporabimo na internetu, ter katere edinstvene tehnike nam omogoča internet. Prepričan sem, da lahko socialni delavci izkoristijo posebnosti interneta za individualno svetovanje, skupinsko delo, vplivanje na javno mnenje ter odnose z javnostjo.

Marko Mesec je leta 2001 zapisal, da »v Sloveniji tudi na področju virtualne skupnostne skrbi zaostajamo za državami z višjo stopnjo organiziranosti socialne države in storitev socialnih služb« (Mesec, 2001: 446). Sedem let kasneje preverjam, kaj imajo od uporabe spletnih mest centrov za socialno delo uporabniki ter kaj to prinaša zaposlenim na centrih.

Zastavil sem si te hipoteze:

H1: Uporabniki so bolj informirani, ker imajo informacije vedno na voljo na spletnem mestu.

H2: Ker so uporabniki bolje informirani, imajo zaposleni manj dela z informiranjem.

H3: Število iskalcev pomoči po elektronski pošti narašča.

H4: Najbolj iskane tematike pomoči so s področja denarnih pomoči in dela z družino.

H5: Centri za socialno delo so zadovoljni, da imajo spletno mesto.

3 METODOLOGIJA

3.1 Vrsta raziskave, model raziskave in spremenljivke

Raziskava je deskriptivna, saj sem z njo ugotavljal spremembe, ki jih je elektronsko komuniciranje doprineslo socialnodelavski praksi. Preučeval sem spremembe, ki so jih zaznali zaposleni na centrih za socialno delo s spletnim mestom pri vsakodnevnem delu z uporabniki. Pri tem sem si pomagal z analizo kvalitativnih opisov, ki sem jih pridobil s pomočjo odprtega standardiziranega vprašalnika.

Raziskane spremenljivke so bile spremembe v količini in kakovosti dela zaposlenih ter spremembe v tradicionalnem delu z uporabniki. Poleg tega me je zanimalo tudi, katere informacije so najbolj iskane na spletnih mestih in koliko uporabnikov dejansko zaprosi za pomoč prek interneta.

3.2 Merski instrumenti in viri podatkov

Za merski instrument sem uporabil vprašalnik, ki je bil sestavljen iz osmih vprašanj odprtega tipa s podvprašanji. Vprašanja se nanašajo na spremembe, ki so jih zaznali zaposleni pri delu zaradi spletnega mesta, in sicer tako pri samem delu kot pri uporabnikih. Vprašalnik sem sestavil sam, viri podatkov pa so bili odgovori na poslane vprašalnike.

3.3 Populacija in vzorčenje

Ker raziskava preučuje vpliv, ki ga ima spletno mesto na delo zaposlenih, je populacija raziskave sestavljena iz tistih centrov za socialno delo, ki imajo spletno mesto. Teh je 27. Njihov seznam sem pridobil med predhodnim potekom raziskave o elementih, ki jih imajo centri za socialno delo na svojih spletnih mestih. Poiskal sem jih z iskalnikom Google.

Zaradi nizkega števila populacije vzorčenje ni bilo potrebno. Na treh CSD niso mogli odgovoriti na vprašanja, saj pri dveh spletno mesto ni funkcioniralo, spletno mesto tretjega pa je bilo postavljeno šele pred kratkim, zato niso imeli podatkov za odgovore. Ker teh treh vprašalnikov v analizi nisem štel in mi drugi trije centri niso poslali izpolnjenih vprašalnikov, je bilo končno število uporabljenih vprašalnikov v anketi 21.

3.4 Zbiranje podatkov

Podatke sem zbiral s pošto in telefonsko anketo. Najprej sem 25. oktobra 2008 poslal vprašalnike po elektronski pošti na vseh 27 centrov za socialno delo, ki imajo spletno mesto. Elektronske naslove sem našel na spletnih straneh Skupnosti CSD. Ker sem do 3. decembra 2008 dobil nazaj le 4 izpolnjene vprašalnike, sem istega dne začel s telefonskimi klici na centre za socialno delo, ki mi še niso poslali izpolnjenih vprašalnikov. Na tak način sem dobil še 3 izpolnjene vprašalnike po elektronski pošti, 17 vprašalnikov pa so zaposleni izpolnili prek telefonske ankete.

3.5 Obdelava in analiza podatkov

Vprašalnike, ki so mi jih centri vrnilo izpolnjene po elektronski pošti, sem v programu Microsoft Word uredil v enotno obliko. Telefonsko anketiranje sem posnel s programom Adobe Audition in dobljene odgovore dobesedno pretipkal v program Microsoft Word.

Na natisnjenih odgovorih sem označil ključne besede in besedne zveze, ki odgovarjajo na vprašanja. Te besede in besedne zveze sem pri prvem vprašanju kodiral s kodami »več«, »manj«, »enako«, »oboje« in »ni ocene«, pri petem vprašanju sem uporabil kode »ocena«, »ne vodijo evidence« in »ni podatkov«, pri vseh ostalih vprašanjih pa sem določil kode »da«, »ne« in »ni podatkov«. Pri nadaljnjem urejanju gradiva sem si pomagal s programom Microsoft Word. Tam sem ustvaril kodne tabele in pod vsako kodo vpisoval označene besede in besedne zveze. Na koncu sem še preštel, kolikokrat se posamezna koda pojavi in še to dodal v tabelo.

Pri nekaterih kodah pri prvih štirih vprašanjih sem razloge, zakaj so se odločili za tak odgovor, lahko še dalje grupiral. Pri prvem vprašanju se ponovijo odgovori v kodi »več«, tako da sem ustvaril kode »več vprašanj«, »tudi od drugod« in »drugo«. Pri drugem, tretjem in četrtem vprašanju se ponovijo odgovori »da«, zato sem določil še kode »boljša informiranost« in »ostalo«, pri tretjem pa sem tem kodam dodal še kodi »natisnjene vloge« in »več e-pošte«.

4 REZULTATI

4.1 Vpliv na količino dela

Na vprašanje, ali imajo zaposleni na CSD zaradi spletnega mesta več ali manj dela, so na osmih centrih odgovorili, da ga imajo več. Enako število centrov je odgovorilo, da je količina dela enaka. Na dveh centrih menijo, da imajo manj dela, na enem centru pa, da drži oboje. Na dveh centrih tega ne morejo oceniti, saj ima en center spletno mesto že dalj časa in učinkov niso merili od začetka, drugi center pa ima ravno nasprotno težavo, saj imajo spletno mesto šele krajše obdobje in še nimajo podatkov o tem.

Več	8
<i>Več vprašanj</i>	3
<i>Tudi od drugod</i>	2
<i>Drugo</i>	3
Manj	2
Enako	8
Oboje	1
Ni ocene	2

Tabela 4.1 Ocena spremembe količine dela zaradi spletnega mesta

Med tistimi, ki so odgovorili, da imajo več dela, je najbolj pogost razlog za to prejemanje večjega števila vprašanj. Na drugem mestu pa je mnenje, da se nanje obračajo tudi osebe, ki sicer ne spadajo pod njihovo krajevno pristojnost. Med preostale razloge naštevajo, da je odgovarjanje uporabnikom prek elektronske pošte zahtevnejše opravilo kot telefonski pogovor, da nimajo zaposlenega nikogar, ki bi se ukvarjal samo s tem ter da porabijo čas tudi za dajanje informacij na splet. Tisti, ki so ocenili, da je količine dela manj zaradi spletnega mesta, so to pripisali dejstvu, da so informacije na spletu vedno dostopne. Dva centra izmed tistih, ki menijo, da imajo njihovi zaposleni enako količino dela, pravita, da imajo več dela na nekaterih področjih in manj na drugih in se to tako izenači. Tam, kjer so odgovorili, da velja oboje, so s tem mislili, da ima delavec, ki je odgovoren za spletno mesto, več dela, ostali pa prejemajo manj telefonskih klicev.

4.2 Izboljšanje za zaposlene

Na vprašanje, ali so zaposleni pri lastnem delu zaznali kakšne izboljšave, je deset centrov odgovorilo, da so jih zaznali, na sedmih niso zaznali nobenih sprememb, štirje centri pa niso odgovorili na to vprašanje.

Da	10
<i>Informiranost</i>	10
<i>Drugo</i>	4
Ne	7
Ni podatkov	4

Tabela 4.2 Izboljšave, zaznane pri zaposlenih

Vsi, ki menijo, da so zaposleni zaznali izboljšave pri lastnem delu, to povezujejo z boljšo informiranostjo uporabnikov. Štirje vprašani so poleg boljše informiranosti dodali tudi, da jim je lažje, če uporabnikom posredujejo temeljit odgovor pisno, kot pa v kratkem času prek telefona. Povedali so še, da dobivajo manj telefonskih klicev, da uporabniki prinesejo s seboj že natisnjene in izpolnjene vloge ter da spletno mesto pripomore k večji prepoznavnosti CSD.

4.3 Spremembe v tradicionalnem delu

Trinajst centrov, ki so sodelovali v anketi, je odgovorilo, da so zaznali spremembe v tradicionalnem, fizičnem delu z uporabniki zaradi spletnega mesta. Sedem centrov je povedalo, da niso začutili razlik, na enem od centrov pa o tem še ne morejo govoriti, ker imajo spletno mesto šele kratek čas.

Zaposleni na centrih opažajo, da na področju denarnih pomoči prihaja več uporabnikov z natisnjenimi in že izpolnjenimi vlogami, kar pripomore k skrajšanju postopkov. Ta odgovor se pojavi sedemkrat. Podobno kot pri prejšnji točki, tudi tu omenjajo boljšo informiranost uporabnikov, in sicer na šestih centrih. Trije centri so kot spremembo označili tudi, da zaposleni dobivajo več elektronske pošte od uporabnikov. Med manj pogoste spremembe pa spadajo pošiljanje vlog prek spleta, kar pripomore k manjši gneči, opozarjanje

prek spletnega mesta in vabljenje uporabnikov, ki imajo dostop do interneta, da si kakšno stvar preberejo na spletu.

Da	13
<i>Natisnjene vloge</i>	7
<i>Informiranost</i>	6
<i>Več e-pošte</i>	3
<i>Drugo</i>	4
Ne	7
Ni podatkov	1

Tabela 4.3 Spremembe v tradicionalnem delu, ki jih je čutili

Kot razlogi, da niso zaznali sprememb, pa so bile podane ocene, da se uporabniki enega od centrov ne poslužujejo elektronskega poslovanja, na enem centru so rekli, da so na spletu samo osnovne informacije in da se zato uporabniki še vedno zatečejo k njim po več informacij. Nekdo pa je kot razlog povedal tudi, da njihov center deluje v manj razvitem območju Slovenije, kjer je uporaba računalnikov in interneta manjša.

4.4 Spremembe za uporabnike

Pri vprašanju, ali so uporabniki zaznali spremembe, so na samo enem centru odgovorili, da jih niso. Na petih centrih nisem dobil odgovora o tem, saj dva centra nista odgovorila na to vprašanje, nekateri nimajo povratnih informacij v zvezi s tem, drugi tega ne spremljajo, tretji pa nimajo spletnega mesta dovolj dolgo, da bi opazili spremembe. Petnajst centrov pa je odgovorilo, da so tudi uporabniki zaznali spremembe.

Da	15
<i>Informiranost</i>	10
<i>Drugo</i>	7
Ne	1
Ni podatkov	5

Tabela 4.4 Razlike, ki so jih zaznali uporabniki

Med najbolj pogostimi spremembami, ki so ocenjene kot pomembne za uporabnike, se zopet pojavi boljša informiranost. Med druge pozitivne spremembe za uporabnike pa prištevajo dejstvo, da jim je marsikatera pot do CSD prihranjena ter da imajo stalen dostop do informacij in vlog ter obrazcev.

4.5 Elektronsko iskanje pomoči

Na vprašanje, koliko uporabnikov zaprosi za pomoč prek elektronskih poti, mi en center ni odgovoril, na dveh centrih so povedali, da tega ne beležijo, in sicer zato, ker gredo vprašanja neposredno k strokovnim delavkam, na enem od centrov pa jim program za beleženje stikov z uporabniki ne omogoča označevanja pisnega stika, temveč imajo samo rubrike *osebno*, *po telefonu* ali *na terenu*. Na osemnajstih centrih so mi dali ocene števila uporabnikov, ki zaprosijo za pomoč po elektronski poti, a ker vprašanje ni bilo dovolj natančno formulirano, sem dobil različne podatke. Štirje so tako govorili o deležu, dva centra sta podala opisno oceno, ostalih dvanajst pa je povedalo število prošenj za pomoč na časovno obdobje (teden, mesec, leto).

A kljub taki delitvi ne morem bolj natančno ugotoviti števila uporabnikov, ki iščejo pomoč prek elektronskih poti, saj se nekateri odgovori nanašajo izključno na vloge, drugi na posamezne zaposlene, tretji na celoten center itd.

4.6 Promet spletnega mesta

Centre za socialno delo sem najprej vprašal, ali sploh spremljajo promet svojega spletnega mesta. Tistim, ki so odgovorili pritrdilno, sem postavil še vprašanje, kateri deli oziroma področja spletnega mesta so bolj obiskani. Trije centri niso odgovorili na vprašanje, osem centrov je povedalo, da tega ne spremljajo, a trije od teh so glede na druge podatke vseeno podali oceno, katere informacije so najbolj iskane. Deset centrov pa spremlja obiske. Od teh desetih jih ima tri samo skupen števec obiskov, na dveh centrih mi pa niso mogli odgovoriti, ker evidenco vodi druga oseba, ki med spraševanjem ni bila na voljo. Tako sem dobil pet točnih seznamov in tri ocene najbolj obiskanih tem na spletnih mestih.

Najpogostejše iskane informacije so iz kategorije prejemki, in sicer se največkrat, štirikrat, pojavita na seznamu denarna socialna pomoč in družinski prejemki. S trikratno prisotnostjo na seznamih sledi starševsko nadomestilo, dvakrat so pa prisotne štipendije.

Pojavijo se tudi otroški dodatek, informacije o preživninah, dohodkovni razredi, vloge in izplačilni dnevi.

4.7 Bodoče posodobitve spletnih mest

Centre za socialno delo sem tudi vprašal, ali razmišljajo, da bi posodobili svoje spletno mesto z novimi elementi in kateri elementi bi to lahko bili. Od dveh centrov nisem dobil odgovora, devet pa jih je odgovorilo, da posodobitve z novimi elementi za sedaj ne načrtujejo iz različnih razlogov. Nekje je spletno mesto še novo, drugod pa nimajo financ in časa za to in skrbijo le, da je spletno mesto ažurno. Na desetih centrih pa o novih elementih razmišljajo.

Najpogosteje, petkrat, se pojavlja želja po razširitvi informacij in vsebin. Na dveh centrih pa tudi razmišljajo o uvedbi foruma, s katerim bi se poskušali približati uporabnikom tudi na tak način.

4.8 Zadovoljstvo centrov za socialno delo s spletnim mestom

Z zadnjim vprašanjem sem želel od centrov izvedeti, ali so zadovoljni, da so se odločili za predstavitev na spletu, ali bi bilo boljše, da se za ta korak ne bi bili odločili. Samo na enem centru nisem dobil odgovora in sicer zato, ker nimajo lastnega spletnega mesta, temveč njihovo predstavitev ureja občinsko spletno mesto. Vseh ostalih dvajset centrov je odgovorilo, da so zadovoljni, da so se odločili za ta korak.

Razlogi za zadovoljstvo so precej različni, a se pogosto nanašajo na pozitivne izkušnje iz prejšnjih vprašanj. Tako med razlogi lahko zasledimo boljšo informiranost uporabnikov, manj telefonskih klicev, razbremenitev prve socialne pomoči in podobno. Nekaj centrov je tudi odgovorilo, da je spletna predstavitev nujna za današnje čase in so želeli stopiti v korak s časom. Nekateri pa so tudi odgovorili, da so zadovoljni, ker uporabniki takšno obliko komunikacije pogosto uporabljajo, saj so jo očitno potrebovali

4.9 Odgovori na vprašanja in hipoteze

Glede na dobljene rezultate lahko sedaj odgovorim na vprašanja in preverim hipoteze, ki sem si jih zastavil pred izvedbo raziskave.

- Ali se je tradicionalno delo spremenilo zaradi obstoja spletnega mesta CSD?

Tradicionalno delo se je spremenilo v tem, da so nekateri uporabniki boljše informirani in pridejo na pogovore z bolj konkretnimi vprašanji. Strokovni delavci lahko uporabnikom, ki uporabljajo internet, ponudijo, da si dodatne informacije preberejo na spletu ali da komunicirajo z njimi tudi prek elektronske pošte. Pri tem moram poudariti, da je zaradi specifik populacije socialnodelavskih uporabnikov uporaba računalnika in interneta pogostejša le v nekaterih uporabniških skupinah, zlasti kjer je večji delež mladih.

- Imajo zaposleni več ali manj dela zaradi spletnega mesta?

Na to vprašanje ne morem enoznačno odgovoriti, saj sem dobil tudi diametralno različne odgovore, na primer na enem centru so odgovorili, da je težje pripraviti pisni odgovor in je lažje odgovoriti po telefonu, na drugem centru pa so povedali ravno nasprotno, da je lažje napisati izčrpen odgovor, kot pa na hitro odgovoriti po telefonu. Menim, da je resnica nekje v sredini, saj se na nekaterih področjih delo zmanjša, na drugih pa poveča.

- Katere so najbolj iskane teme pomoči?

Najbolj iskana tematika so denarni prejemki.

H1: Uporabniki so bolj informirani, ker imajo informacije vedno na voljo na spletnem mestu.

To hipotezo so potrdili na več centrih za socialno delo, čeprav velja poudariti, da to ne velja za vse uporabnike, temveč samo za tiste, ki imajo dostop do interneta.

H2: Ker so uporabniki bolje informirani, imajo zaposleni manj dela z informiranjem.

Na nekaterih centrih so z odgovori pritrdili tudi tej hipotezi, saj prihajajo nekateri uporabniki z bolj konkretnimi vprašanji in bolj pripravljeni na pogovore. Omenili so tudi skrajšanje trajanja postopkov zaradi natisnjenih in izpolnjenih vlog.

H3: Število iskalcev pomoči po elektronskih poteh narašča.

Na nekaj centrih so povedali, da imajo več dela, ker morajo več odgovarjati na vprašanja tudi po elektronski pošti. A kljub temu je število takih, ki se poslužujejo elektronske pošte za spraševanje še vedno nizko. Torej to hipotezo lahko potrdim, čeprav poudarjam, da se tega načina komuniciranja zaenkrat poslužuje le majhen delež uporabnikov.

H4: Najbolj iskane tematike pomoči so s področja denarnih pomoči in dela z družino.

Najbolj iskane so informacije v povezavi z denarnimi prejemki, iskanje tematik s področja dela z družino pa spada med manj iskane. Zato ne morem v celoti potrditi te hipoteze.

H5: Centri za socialno delo so zadovoljni, da imajo spletno mesto.

Rezultati raziskave so popolnoma potrdili to hipotezo.

5 RAZPRAVA

Z raziskavo sem najprej ugotovil, da v večini primerov bodisi niso začutili sprememb v količini dela bodisi imajo več dela, ker se na zaposlene obrača več ljudi. Spoznal sem tudi, da večina centrov meni, da so zaposleni začutili izboljšave pri delu z uporabniki, zlasti zaradi njihove boljše informiranosti in ker si že prej pripravijo vloge za oddajo. Poleg boljše informiranosti je za uporabnike izboljšanje to, da jim je prihranjena marsikatera pot do CSD. Naslednje kar sem ugotovil je, da se kljub obiskanosti spletnih mest bolj malo uporabnikov obrača na zaposlene prek elektronskih poti. Ugotovil sem tudi, da so najbolj iskane informacije na spletnih mestih centrov za socialno delo v povezavi z denarnimi prejemki. Na koncu sem še izvedel, da so vsi anketirani centri s spletnim mestom zadovoljni, da so se odločili za spletno predstavitev in da jih polovica od teh razmišlja o dodajanju novih elementov na spletno mesto.

Iz ugotovljenega lahko potegnem sklep, da je internetno komuniciranje zelena in potrebna oblika komuniciranja. V prid temu govori tudi dejstvo, da so na spletnem mestu enega izmed centrov, ki so sodelovali pri anketi, imeli funkcijo za postavljanje vprašanj, a so jo morali umakniti zaradi prevelikega navala.

Moram pa izpostaviti tudi dejstvo, da velik del uporabnikov ni večjih uporabe računalnika in interneta, kot so poudarili na nekaterih centrih za socialno delo, zato pri njih ni čutiti sprememb pri delu. So pa zato spremembe bolj občutne na področjih, kjer je večji delež mlajših uporabnikov, saj predstavljajo večji delež uporabnikov interneta. In čeprav je delež poslanih vlog za otroški dodatek preko e-uprave še vedno nizek, se zaradi velikega števila vlog kljub temu pozna razlika in je v posameznih konicah manjša gneča na centrih.

Kljub slabostim pa rezultati raziskave govorijo v prid postavljanju spletnih mest centrov za socialno delo. Na tak način so vsaj nekateri uporabniki boljše informirani in si lahko prihranijo marsikatero pot do CSD. Poleg tega delo prek interneta ne odvzame nič tradicionalnemu delu v živo, ravno nasprotno, lahko ga oplemeniti in razširi.

Ker je populacija raziskave zajemala samo centre za socialno delo s spletnim mestom, ugotovitev ne morem posploševati na vse slovenske centre za socialno delo. Čeprav na centrih brez spletnega mesta ni predstavitve njihovega dela na spletu, zaposleni vseeno uporabljajo elektronsko pošto, poleg tega pa njihovi uporabniki lahko preberejo informacije o storitvah

drugod, saj so enake za vse centre. Isto velja za vloge. Zato bi tudi ti centri lahko odgovorili na nekaj vprašanj iz vprašalnika, čeprav nimajo svojega spletnega mesta.

6 SKLEPI

Dosedanje ugotovitve lahko strnem v naslednje sklepe:

- raziskava vključuje vse slovenske centre za socialno delo s spletnim mestom;
- za vse centre za socialno delo je na voljo telefonska številka in naslov elektronske pošte na skupnem spletnem mestu skupnost centrov za socialno delo;
- na isti strani je na voljo tudi informacija o uradnih urah centrov;
- več kot polovica centrov za socialno delo nima lastnega spletnega mesta;
- na spletnih mestih prevladuje enosmerna komunikacija, kot so razni sezname in opisi;
- na spletnih mestih primanjkuje aplikacij za sodelovanje uporabnikov;
- oba foruma se uporabljata za vprašanja in odgovore, ni pa skupinskih diskusij;
- nobeno spletno mesto ne uporablja blogov, čeprav je to že uveljavljen način komuniciranja s strankami in z uporabniki;
- delež mladih rednih uporabnikov interneta je visok, delež starejših pa nizek (Zdešar 2008);
- nekateri uporabniki so zaradi spletnih mest bolje informirani;
- nekaj uporabnikov si natisne in izpolni vloge že doma, kar skrajša postopke;
- centri za socialno delo si večinoma želijo ponujati več stvari preko spleta, a so po večini finančno in časovno omejeni;
- centri za socialno delo so zadovoljni, da imajo spletno mesto.

7 PREDLOGI

Iz rezultatov raziskave vidim, da je veliko prostora za razvoj in uporabo metod socialnega dela in komuniciranja preko interneta. Menim, da tako kot realno komuniciranje, lahko tudi komuniciranje preko interneta delimo na tri dele, glede na to, komu je namenjeno. Socialni delavec lahko komunicira z uporabniki, z osebami, ki sodelujejo v procesu pomoči (s tem mislim vse, ki lahko sodelujejo pri reševanju problemov in niso uporabniki: socialni delavci, prostovoljci, zdravniki, pravniki ...) in širšo javnostjo. V nadaljevanju se zato posvečam posameznim elementom e-komuniciranja in izpostavljam možnosti uporabe glede na to, komu je komuniciranje namenjeno.

7.1 Spletna mesta

Kljub pretežno enostranskemu sporočanju, ki je značilno za spletna mesta, bi morali centri za socialno delo poskrbeti, da se na njihovih spletnih straneh dobi čim več informacij na enostaven in razumljiv način. V ta namen mora spletno mesto vsebovati razumljivo navigacijo, prek katere lahko uporabniki spletnega mesta hitro in brez težav najdejo iskane informacije. Uporabniki bodo verjetno iskali informacije v zvezi z lastnimi problemi; osebe, ki sodelujejo v procesu pomoči, bodo morda iskale informacije o kakšnih postopkih; širša javnost pa se lahko informira o delu centra. Če center za socialno delo opazi, da se neko vprašanje večkrat pojavi, naj odgovori nanj na vidnem mestu na svojih straneh ali pa naj ima posebno stran z odgovori na pogosto zastavljena vprašanja (ang. *Frequently Asked Questions - FAQ*).

7.1.1 Proces razvoja spletnih mest

Suhadolc (2008: 52-71) piše, da sta za učinkovito spletno mesto ključna analiza in načrtovanje. Predfaza projekta izdelave ali obnove spletnega mesta je oblikovanje projektne skupine, ki bo skrbela za izdelavo spletnega mesta. Skupino sestavljajo posamezniki, ki imajo uporabniške izkušnje ter znanja s področja informacijske arhitekture, spletne uporabnosti, grafičnega oblikovanja, informacijskih tehnologij, vodenja projektov in odnosov z javnostmi. V skupini mora biti tudi predstavnik organizacije, ki je spletno mesto naročila. Posamezen

član navadno pokriva več področij, zato je članov skupine manj kot področij. Avtorica pri procesu razvoja spletnega mesta govori o 4 fazah razvoja spletnega mesta. Te faze so analiza, načrtovanje, izvedba in evalvacija ter vzdrževanje. Pri stalnem obnavljanju spletnega mesta se po četrti točki ponovno vrnemo na prvo.

Postavitev in vzdrževanje spletnega mesta nista enostavna. Centri za socialno delo lahko za to najamejo zunanjega izvajalca, zaposlijo računalnikarja ali pa, izkoristijo svoje delavce, ki se spoznajo na to, kar je najcenejša rešitev. Pri uporabi lastnega delavca za urejanje spletnega mesta nastane težava, ker mu to vzame čas, ki je namenjen delu z uporabniki. V primeru, da ta delavec zapusti delovno mesto, pa bo nekdo drug težje prevzel urejanje, če ne pozna dotedanjega dela na spletnem mestu.

7.1.1.1 Analiza

Še pred začetkom projekta se lahko delno opravi nekaj analitičnih nalog. Naročnik pripravi smernice za spletno mesto, agencija (če spletno mesto ustvarja zunanje podjetje) pa mora spoznati naročnika, njihovo delovanje, cilje in uporabnike. Projektna skupina nato določi časovnico, tehnične omejitve in programske potrebe, osnovno strukturo ter vsebinske elemente spletnega mesta in kreativne smernice za videz. Projektni načrt se nato v fazah analize in načrtovanja dopolnjuje, spreminja in nadgrajuje.

Pri postavljanju spletnega komuniciranja je treba upoštevati tudi tradicionalno komuniciranje organizacije. Spletno komuniciranje ne sme biti ločeno od njega, temveč mora biti komplementarno, integrirano z že obstoječim.

Cilji spletnega mesta morajo biti v skladu s siceršnjo operativno in komunikacijsko strategijo organizacije. Da bi bolje določili cilje, ki naj bi jih spletno mesto dosegalo, mora naročnik najprej odgovoriti na razna vprašanja. Ta med drugim sprašujejo:

Kateri so glavni razlogi za ustvaritev ali obnovo spletnega mesta?

Kateri so primarni in sekundarni cilji, ki jih želi podjetje doseči s spletnim mestom?

Cilji spletnega mesta nekega centra za socialno delo so recimo informiranje javnosti, 24-urna dostopnost informacij, zmanjšanje vrst in klicev, ustvarjanje javne podobe ter odgovarjanje na kritike.

Naslednje, kar mora projektna skupina določiti, je, kdo so ciljne uporabniške skupine. Večino uporabnikov interneta predstavljajo dijaki, študentje, visoko izobraženi in podobno.

Za večjo učinkovitost spletnega mesta naj bi zato projektna skupina iskala ciljne skupine znotraj teh demografskih skupin. A kljub temu se je potrebno zavedati, da se znotraj teh demografskih skupin skrivajo tudi druge. Med upokojenci, na primer, je delež uporabnikov interneta najnižji, a lahko zanje iščejo informacije njihovi otroci in vnuki, predstavniki internetno bolj prisotnih demografskih skupin. Zato mora projektna skupina skupaj z naročnikom pazljivo izbrati ciljne skupine, iz katerih izpelje vsebinske in funkcionalne elemente spletnega mesta.

Ciljne skupine uporabnikov bodo na grobo najverjetneje take, kot so delovna področja znotraj centra (mladostniki, družina, odrasli, iskalci denarnih prejemkov). Te skupine se lahko delijo dalje, tako bi recimo denarni prejemki vsebovali povezave do raznih prejemkov, kot so otroški dodatek in enkratna denarna pomoč.

Po določitvi ciljnih skupin bi morala projektna skupina nekaj časa porabiti za raziskovanje uporabnikov. V tej fazi bi poskušali ugotoviti, kaj uporabniki želijo in potrebujejo, kako uporabljajo spletna mesta in s kakšnim namenom. Med metode za raziskovanje uporabnikov spadajo spletno anketiranje, spraševanje uporabnikov z osebnim stikom in pogovori z zaposlenimi, ki dobro poznajo uporabnike.

Projektna skupina lahko tudi pregleda sorodna spletna mesta. S tem dobi vpogled v obstoječo prakso in trende sorodnih organizacij. Tako lahko že nekoliko vidijo, kateri elementi se pojavljajo na drugih spletnih mestih, nimajo pa informacij o njihovi uporabi. Na tak način lahko dobi projektna skupina dodatne ideje o vsebinskih in funkcionalnih elementih za svoje spletno mesto.

Če organizacija že ima svoje spletno mesto, si projektna skupina lahko pomaga tudi z analizo obiskanosti spletnega mesta, s katero lahko izve, katere strani uporabniki najpogosteje obiskujejo, koliko časa se zadržijo na strani, katere besede so uporabili v iskalniku, da so našli spletno mesto in podobno. Pri tem je treba opozoriti, da neobiskanost nekaterih strani še ne pomeni, da se uporabnikom ne zdijo zanimive. Projektna skupina mora pogledati, če so drugi razlogi za neobiskanost, kot na primer slaba povezava do strani. Ob analizi obiska lahko pregledajo tudi e-pošto, da ugotovijo, kakšne informacije iščejo uporabniki.

7.1.1.2 Načrtovanje

Rezultati, dobljeni z analizo, so temelj za načrtovanje spletnega mesta. Ker vemo, kdo so ciljne uporabniške skupine, poskušamo zadovoljiti njihove potrebe. Ne smemo pozabiti, da je spletno mesto namenjeno uporabnikom in ne organizaciji.

V naslednji fazi načrtovanja zbira projektna skupina predloge in ideje, katere vsebinske in funkcionalne elemente bi uvrstili na spletno mesto. Ko se opredeli, kdo vse so ciljni uporabniki, člani projektne skupine zapišejo, katere vsebine in funkcije bi zanimale posamezno skupino ciljnih uporabnikov. Novopečene starše bodo verjetno zanimali podatki o uveljavljanju pravice za otroški dodatek in očetovski dopust, upokoјence postopek za pridobitev pomoči na domu, za medije pa bi imeli informacije o dejavnosti in napovedi dogodkov. V tej fazi se ne ukvarjajo z uresničljivostjo idej, temveč samo nizajo možne elemente. Po navadi se za to uporablja tehnika viharjenja možganov. Ko je proces zbiranja idej končan, zapisane ideje ovrednotijo in se odločijo, katere elemente bodo izpeljali takoj, katere v kasnejšem času ter kateri elementi zaradi različnih razlogov (finančnih, časovnih ali vsebinskih) niso smiselni.

Del spletnega mesta bi morali biti tudi opisi programov, ki jih center izvaja, nekateri programi pa imajo lahko prav svoj oddelek znotraj spletnega mesta centra, kamor bi spadali elementi, kot so fotogalerija, koledar dogodkov, novice in podobno. Pri nekaterih programih bi bilo primerno povabiti uporabnike, da soodločajo o svojih spletnih straneh.

Ko so vsebinski in funkcionalni elementi določeni, jih projektna skupina organizira v take sklope, da jih bodo uporabniki spletnega mesta našli hitro in intuitivno, pri tem pa upoštevajo standarde informacijske arhitekture in spletne uporabnosti. Posamezni elementi lahko spadajo tudi v več sklopov in bodo dosegljivi na razne načine. Otroški dodatek je na primer lahko v sklopu »družina« in sklopu »denarni dodatki«.

Naslednji korak je določitev shematske postavitve elementov strani. Pri tem naj se projektna skupina drži spletnih smernic o oblikovanju spletnih mest. Večina teh smernic ni nastala z dogovarjanjem, temveč s preizkušanjem novih idej in kopiranjem delujočih elementov. Adkisson (2002: 2) pravi, da čeprav ni enotnih, z raziskavami podprtih smernic za spletno oblikovanje, je več posameznikov in organizacij objavilo svoj skupek smernic. Nielsen (2004) je v svoji spletni kolumni Alertbox smernice za uporabo različnih elementov razvrstil v tri skupine: standardi, konvencije in zmeda. Uporaba določenega elementa postane standard, kadar ga vsaj 80 % spletnih mest uporablja na enak način. Konvencija je, ko

določen element uporablja na enak način med 50 in 79 % spletnih mest, zmeda pa, ko noben način uporabe ne prevlada in se posamezen način uporabe elementa pojavi na največ 49 % spletnih mestih. Uporaba standardov je za uporabnike pomembna, saj tako že vnaprej vedo, kako spletno mesto deluje, kje kaj pričakovati in kakšen rezultat ima določena akcija. Nielsen (2004) združi svojo raziskavo o standardizaciji elementov na spletnih straneh korporacij z raziskavo o standardizaciji elementov pri e-trgovanju Heidi Adkisson (2002) in ugotavlja, da je 37 % oblikovalskih elementov standard (logotip organizacije v zgornjem levem kotu, iskalni kvadratale ...), 40 % oblikovalnih elementov je konvencija (sprememba obarvanosti že obiskanih povezav, uporaba oznake »zemljevid spletnega mesta« za zemljevid spletnega mesta ...) in pri 23 % oblikovalskih elementov ne prevladuje noben prijem (položaj navigacije, položaj pomoči ...). Nielsen in Tahir (2002: 52-53) sta na podlagi raziskav in prevladujočih načinov uporabe ustvarila seznam smernic in jih označila, v kolikšni meri naj se jih postavljavci spletnih mest držijo. Z upoštevanjem oblikovalskih smernic določi projektna skupina žični model postavitve elementov.

Še pred izvedbo spletnega mesta se mora projektna skupina dogovoriti o promociji. Če organizacija ne namení dovolj denarja za projekt, se promocijo lahko še vedno izpelje za malo denarja. Vpis spletnega mesta v iskalnike je brezplačen, delavci lahko povabijo uporabnike, da si določene informacije preberejo na spletnem mestu, organizacija pa se lahko tudi dogovori s kakšnim lokalnim časopisom za objavo otvoritve spletnega mesta.

7.1.1.3 Izvedba

Ko so priprave dokončane in načrt izpopolnjen, začne projektna skupina s tehnično in vsebinsko izvedbo spletnega mesta.

Pred samim začetkom ustvarjanja vsebin mora imeti projektna skupina na voljo poseben računalnik, strežnik, kjer bo spletno mesto shranjeno in od koder bo dosegljivo uporabnikom. Za ureditev strežnika poskrbijo računalnikarji, ki nanj namestijo razne aplikacije, kot so Apache in MySQL.

Grafični oblikovalec nadgradi že obstoječ žični model na podlagi celotne grafične podobe spletnega mesta. Dovoljeno je nekaj odstopanj od modela, a ne preveč, kajti to lahko škodi splošni uporabnosti spletnega mesta. Dober grafični oblikovalec zato ni nekdo, ki naredi lepo spletno mesto, temveč nekdo, ki ga naredi predvsem uporabnega in intuitivnega.

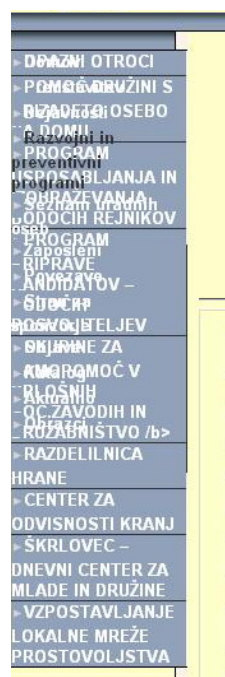
Zaradi poenostavitve programov za ustvarjanje spletnih mest ni več potrebno znanje posebnih kodnih jezikov, temveč se lahko spletno mesto dela v posebnih programih, ki praviloma delujejo po sistemu WYSIWYG (What You See Is What You Get – Kar vidiš, to dobiš). To pomeni, da tako kot zgleda spletna stran v urejevalniku, tako bo izgledala tudi v spletnem brskalniku. Med bolj znane programe spadajo FrontPage, DreamWeaver in CoffeCup. Razlikujejo se po ceni, enostavnosti in zmogljivosti. Drug način priprave spletnih mest so aplikacije CMS (Content Management System – sistem upravljanja vsebin), kjer se spletno mesto lahko ureja neposredno prek brskalnika.

Uporabnost spletne strani je poleg kvalitete in kvantitete informacij odvisna tudi od načina, kako so informacije napisane. Uporabniki interneta želijo po navadi takoj dobiti informacije, zato naj imajo daljša besedila jasne naslove in podnaslove, da lahko bralec ob hitrem preletu besedila takoj najde želeni del besedila. Pomembno vodilo pri pisanju za splet v socialnodelavske namene bi moralo biti, da socialni delavec ne piše zase, temveč da ima v glavi skupino uporabnikov, katerim je pisanje namenjeno. To lahko dosežemo na različne načine, npr. spoznavanje sveta ciljne skupine uporabnikov, sodelovanje z uporabniki pri izdelavi spletnih mest, ankete na spletnem mestu in podobno.

Pred objavo spletnega mesta ga projektna skupina natančno pregleda in odpravi napake. Nujno mora preveriti delovanje povezav, kontaktnih obrazcev, menijev, pravilno ureditev besedil, pravilen prikaz v različnih brskalnikih (Internet Explorer, FireFox, Opera, Safari ...). Ker bodo spletna mesta centrov za socialno delo verjetno manj zahtevna po funkcionalnosti, bo lahko preverjanje opravilo le nekaj članov projektne skupine. Temu procesu se ne sme nameniti premalo časa, saj lahko objava nedelujočega spletnega mesta meče slabo luč na organizacijo.



Slika 7.1 V enem brskalniku deluje ...



Slika 7.2 ...v drugem pa ne

7.1.1.4 Evalvacija in vzdrževanje

Delo na spletnem mestu se ne konča z objavo. Lastniki spletnih mest imajo dostop do različnih podatkov o uporabi njihovega spletnega mesta. Med drugim ti podatki razkrivajo, katere strani so najbolj obiskane, kako so obiskovalci prišli do določene strani ter koliko časa se na spletnem mestu zadržujejo. Analiza teh podatkov nudi lastnikom spletnega mesta smernice za nadaljnji razvoj. A potrebno je biti pozoren pri analizi. Manj obiskane in neobiskane strani morda niso take zaradi nezanimivosti, temveč jih morda zaradi slabe navigacije uporabniki ne najdejo.

Rezultati, dobljeni z evalvacijo, lahko znova poženejo proces ustvarjanja in se jih uporabi v prvi fazi, analizi. Tako je cikel procesa ustvarjanja spletnega mesta sklenjen in ponovno steče.

7.2 E-mail

V socialnem delu se uporabniki lahko poslužijo elektronske pošte, kadar želijo stopiti v direkten kontakt s socialnim delavcem, ne pa komunicirati bolj indirektno, na primer prek foruma. Elektronska pošta omogoča tudi še večji občutek anonimnosti, saj za razliko od

forumu, uporabniku ni treba vprašanja postavljati javno, čeprav je tudi na forumu anonimen. Osebe, ki sodelujejo v procesu pomoči, si lahko prek elektronske pošte pošiljajo obvestila, razne dokumente in sporočila tudi izven delovnega časa. Širša javnost pa lahko prek elektronske pošte socialne delavce sprašuje o njihovem delu.

Tudi zaradi vzpostavljanja stikov prek elektronske pošte bi morali centri za socialno delo imeti na spletnem mestu seznam zaposlenih. Na tak način bi lahko uporabniki spletnega mesta izbrali, kateremu od zaposlenih bodo poslali vprašanja. Prav tako bi lahko imeli splošne elektronske naslove za posamezne delovne oddelke, medtem ko centri za socialno delo že imajo en glavni naslov. Na spletnem mestu bi poleg naslovov lahko bil tudi obrazec za pošiljanje sporočil neposredno iz spletnega mesta.

Zaposlene bi projektna skupina za urejanje spletnega mesta prosila, naj vodijo evidenco dobljenih elektronskih pisem. Evidenca naj ne bi vsebovala imen uporabnikov, temveč le, kaj so spraševali. Na ta način bi projektna skupina videla, katere teme niso dobro predstavljene na spletnem mestu. Če pa bi se jim zdelo, da je tema, po kateri sprašujejo uporabniki, dobro predstavljena, bi pa preverili, če povezava do strani s temo deluje in če je povezava jasno podana.

Zaposleni, ki vodijo programe, kjer imajo vsi uporabniki elektronske naslove, lahko uporabijo elektronsko pošto za obveščanje uporabnikov o spremembah v programu, na primer če srečanje odpade, ali pa za obvestila o načrtovanih dogodkih, kot je recimo kakšen izlet, in opominjanje nanje. Za skupine, kjer pa nimajo vsi uporabniki elektronskega naslova, to ni priporočljivo, saj lahko pripelje do razdeljevanja na tiste, ki virtualno komunicirajo med seboj in tiste, ki ne.

7.3 Anketa

Vsako spletno mesto bi moralo imeti tudi anketo, s katero bi od obiskovalcev iskali povratno informacijo o uporabnosti spletnega mesta. Tako kot to počno že sedanje ankete na spletnih mestih centrov za socialno delo, bi obiskovalce spraševali, kakšne vrste informacij iščejo ter kakšna se jim zdi stran. Poleg hitrih anket z enim vprašanjem in že danimi odgovori, bi lahko spletna mesta ponujala tudi daljše ankete ali vprašalnike, s katerimi bi od uporabnikov dobili bolj podrobne odgovore o njihovi izkušnji na spletnem mestu kot tudi demografske podatke o odgovarjajočih.

Tako dobljene podatke lahko projektna skupina uporablja pri evalvaciji spletnega mesta ali pa pri analiziranju trenutnega stanja med obnavljanjem obstoječega spletnega mesta.

7.4 Forumi

Glede na uporabo obeh sedanjih forumov centrov za socialno delo menim, da bi lahko več centrov za socialno delo imelo skupen forum, kjer bi bili podforumi za posamezne centre ter za področja storitev. Najbolje bi bilo, da bi se centri za skupen forum združili po geografskem kriteriju, morda po regijski pripadnosti. Na primer, forumu bi bilo ime »Severnoprimorski CSD«, poleg tematskih sklopov, ki sem jih prej opisal, pa bi imeli še tematski sklop »člani« in tam podforume za posamezne centre (Ajdovščina, Idrija, Nova Gorica, Tolmin). Forum bi, po zgledu foruma »tosemjaz.net«, moral imeti možnost pisanja brez predhodne registracije, saj se tako poveča anonimnost in zasebnost uporabnikov. Če bi se v posameznih programih, ki jih izvajajo centri za socialno delo, odločili za uporabo foruma, menim, da bi bilo bolje, da bi bil tak forum pravzaprav podforum foruma centra, ampak dosegljiv samo uporabnikom z dovoljenjem. Toda pri temu je treba paziti na nevarnost, da lahko pride do ločevanj znotraj skupine, če nimajo vsi udeleženci programa možnosti dostopa na internet.

Forum na spletnih mestih centrov za socialno delo bi bili torej pretežno socialnodelavski, ne pa interdisciplinarni kot na primer forum »tosemjaz.net«. A kljub temu bi lahko v nekatere diskusije socialni delavci povabili tudi strokovnjake iz drugih strok, na primer zdravnike in pravnike, da bi bolj poglobljeno odgovorili na vprašanja, ki se tičejo njihove stroke.

7.5 Blogi

Slovenska blogosfera se, tako kot svetovna, neprestano širi. Vse več ljudi piše bloga, vse več jih bere ter vse več je napisanega. Vedno več je slovenskih spletnih mest, ki obiskovalcem ponujajo zastoj gostovanje, na primer email.si, siol.net, vecer.si itd. Pomen blogov za centre za socialno delo vidim v dveh stvareh.

Kot prvo lahko s prebiranjem blogov dobijo socialni delavci povratne informacije o tem, kako uporabniki občutijo delovanje sociale. Pisci blogov so namreč lahko anonimni in se morda zaradi tega lažje odločijo, da povedo to, česar si osebno zaradi strahu pred morebitnimi

posledicami ne upajo. Posamezen socialni delavec bo morda težko našel kritiko o svojem delu, bodo pa lahko vodilni brali kritike in nato ukrepali. Ukrepajo lahko z opazovanjem dela delavcev ter z odgovarjanjem na negativne kritike. Težko si predstavljam, da bi kašen center za socialno delo imel zaposlenega kakšnega delavca, čigar naloga bi bila prebiranje blogov z namenom iskanja kritik na socialno delo. To bi lahko počeli zaposleni v svojem prostem času ali pa ob pomoči virtualnih prostovoljcev, ki bi jim sporočali, kje so bile objavljene kritike. Člani organizacije pa bi se morali skupaj zmeniti za obliko in vsebino odgovora na kritiko, da bi delovali skupno in skladno.

Kot drugo pa lahko socialni delavci pišejo svoje bloge. Tako kot za forum, mislim, da bi lahko vsak večji center za socialno delo in socialne nevladne organizacije imeli svoj blog, kamor bi direktor in zaposleni pisali o svojih izkušnjah, delu ter aktualnih temah. Potrebovali bi zadostno število piscev, da bi pokrivali različna področja dela ter da bi lahko redno objavljali nove prispevke, recimo vsaj enkrat tedensko. Z blogom bi svoje delo približevali ljudem, razlagali o svojih pooblastilih in omejitvah. Lahko bi tudi komentirali aktualne dogodke povezane s socialo in kritične prispevke v medijih. Projektna skupina spletnega mesta bi lahko objavljala rezultate anket s komentarji ter obveščala bralce o novostih na spletnem mestu. Tudi na ta način lahko pridobijo dragocene povratne informacije, tako o svojem delu kot o spletnem mestu (kar lahko projektna skupina za spletno mesto uporabi pri evalvaciji). Blog lahko služi tudi kot arhiv idej, ki je vedno dosegljiv.

Izven institucionalizirane socialne pa imajo blogi lahko obliko samopomoči, naj si bo ta zavestna ali nenamerna. Raziskava podjetja Digital Marketing Services za AOL je pokazala, da polovica blogerjev objavlja osebne dogodke in dnevnike, ne pa novic in komentarjev na politiko. Polovica vprašanih je povedala, da jim pisanje bloga pomaga kot samoterapija, ena tretjina pa, da piše o samopomoči in občutku lastne vrednosti. 31 % vprašanih bloga ali bere bloge, ko so v stiski, samo 5 % pa ima raje profesionalno pomoč. Edino, kar je v stiski bolj popularno od blogov, je iskanje pomoči pri družini in prijateljih (Burns 2005).

7.5.1 Pisanje blogov

Poleg same vsebine (ta naj bo zanimiva, informativna in zabavna) objav, je pomemben tudi stil pisanja in oblika objave. Slednja naj bo napisana tako kot na spletnem mestu, v pravilni slovenščini. V nasprotju s spletnim mestom pa naj bo blog oseben, prijateljski. Če se

v objavi govori o tematiki, ki je dosegljiva na drugem spletnem mestu, je prav, da se ponudi povezavo do tja. Prav tako se lahko ponudi povezavo do razlage določenih besed, ki jih avtor uporabi, recimo povezavo do Wikipedije. Dolžina blogov je lahko različna, vsekakor pa ne velja pravilo, da je več napisanega bolje. Priporočam, da se pisci držijo navodila, naj dolžina zapisa ustreza sporočilu. Pri daljših objavah je večja možnost, da bralci samo preletijo objavo in preberejo, kar se jim zdi bolj zanimivo. Zato moramo daljše objave ločiti na odstavke, jih narediti bolj zračne in poudariti glavne točke.

Da blogi ne bi bili samo nov način pisanja novic, imajo možnost komentiranja. Avtorji imajo sicer možnost, da komentiranje izključijo, vendar potem blog izgubi možnost za dvosmerno komunikacijo. Poleg popolne izključitve komentarjev, imajo avtorji možnost za potrditev komentarja pred objavo, lahko pa pustijo, da se komentarji objavijo takoj. Če avtorji dovolijo vse komentarje, bodo objavljeni tudi morebitni neprimerni in žaljivi komentarji. Če pa se avtorji odločijo za način s potrjevanjem komentarjev, se nenapisano zavežejo k temu, da jih bodo hitro potrjevali, saj se na internetu pričakuje hitri odzivni čas.

Poleg objav je sestavni del blogov tudi povezava do opisa avtorja oziroma vseh avtorjev. Opis avtorja (avtorjev) naj vsebuje življenjepisne informacije, kot so dosedanje delovne izkušnje in trenutno delovno mesto ter nekaj zanimivosti. Prisoten naj bo tudi naslov elektronske pošte in drugi načini vzpostavljanja stika z avtorjem, kakor želi avtor. Opis lahko vsebuje tudi sliko.

Zaradi velike izbire, kje blogati, prepuščam to odločitev vsakemu centru za socialno delo in drugim organizacijam posebej. Zaradi cene bo to verjetno pri enem od brezplačnih ponudnikov gostovanja, paziti je treba le, da ponuja večavtorsko objavljanje, RSS (več o tem v naslednjem podpoglavju), urejanje stila in druge specifikacije, ki jih pričakuje organizacija.

7.6 RSS

Uporabnost RSS na samem spletnem mestu centrov za socialno delo je pogojena z načinom objavljanja novic. Če bodo na spletnem mestu pogosto objavljali novice, je vsekakor primerno, da uporabijo tudi RSS za obveščanje o novostih. Kjer pa ne bo veliko novic, pa ni potrebe, da bi uporabljali RSS. Največjo uporabnost RSS pa vidim zlasti na tistih spletnih mestih, ki bodo vključevala tudi bloge in forume. Spletna mesta z malo novicami lahko uporabijo blog skupaj z RSS za obveščanje obiskovalcev o novostih in spremembah na spletnem mestu.

7.7 Tagi

Na spletnih mestih centrov za socialno delo se mi uporaba tagov za označevanje posameznih spletnih strani ne zdi smiselna, saj bi bile te razdeljene na posamezne oddelke, katerih imena bi bila ista kot ključne besede za označitev informacij. Tage bi uporabljali le za označevanje vnosov v blog, kar je že ustaljena praksa v blogosferi. Na ta način bi lahko bralci hitro dostopali do vseh vpisov, ki obravnavajo isto tematiko.

7.8 Klepetalnice

Klepetalnice imajo lahko tudi obliko in funkcijo skupin za samopomoč. Anonimnost je tu popolna, saj se obiskovalci ne vidijo fizično, niti ne slišijo glasov ostalih. Z drugimi lahko podelijo toliko realnih podatkov o sebi, kolikor želijo. Za dodaten občutek varnosti se lahko v klepetalnico povabi samo obstoječe člane skupine in tiste, ki želijo to postati in so zaprosili za članstvo, zato so klepetalnice primeren kraj za samopomoč za tiste, ki živijo daleč od fizičnih skupin za samopomoč in za tiste, ki se bojijo, da bi jih kdo prepoznal oziroma ne želijo o temi skupine govoriti v živo.

Centri za socialno delo se lahko odločijo za organizacijo klepetalnic za samopomoč prek svojega spletnega mesta. V ta namen se morajo predhodno zmeniti, kdo bo vodil skupino. To je lahko bodisi kdo od zaposlenih bodisi kakšen virtualni prostovoljec. Skupino se nato obravnava kot tradicionalno skupino za samopomoč, ki se redno srečuje ob določenih terminih in ima svoja pravila obnašanja.

7.9 Sporočilniki

V socialnodelavski praksi bi lahko pogovore prek sporočilnika enačili s telefonskim pogovorom. Morda bi bil tak pogovor bolj primeren za mlade, ki jim je uporaba sporočilnikov bližja. Slabost takega pogovora je, da se ne sliši sogovornikovega glasu, zato se iz njega ne da razbrati njegovega počutja. Dobra stran pa je, da se pogovor lahko beleži in imata obe strani točen zapis pogovora. Prek sporočilnikov je možen tudi glasovni klic, kar pogovor povsem izenači s telefonskim pogovorom. Sogovornika pa se lahko odločita tudi za videoklic, da se med pogovorom vidita.

Uporaba (video)konferenc bi tudi poenostavila organizacijo interdisciplinarnih srečanj. Članom skupine ne bi bilo več treba hoditi na sestanke, ki so morda tudi v drugem kraju, ampak bi morali samo uskladiti urnike in z drugimi vzpostaviti konferenčni klic. Na ta način bi si lahko med seboj tudi izmenjevali datoteke, ki bi jih potrebovali za sestanek. Slaba stran internetnih konferenc je, da morajo vsi udeleženci imeti dostop do interneta in računalnika (s spletno kamero, če gre za videokonferenco).

7.10 Second Life

Ob svetovnem dnevu duševnega zdravja je svoj otok v programu Second Life dobil tudi Izobraževalno raziskovalni inštitut Ozara Ljubljana, ki je namenjen preventivi in promociji duševnega zdravja ter povečevanju prepoznavnosti težav v duševnem zdravju. Ozara obiskovalcem svojega otoka ponuja izobraževanje o duševnem zdravju in osvešča o različnih težavah duševnega zdravja. Na svojem otoku nudijo tudi prostor in termine za skupine za samopomoč. Informacije, ki jih nudijo, so napisane v angleščini.



Slika 7.3 Virtualni Ozara center



Slika 7.1 Pri virtualnem psihiatru

Tudi centri za socialno delo bi se lahko predstavili v tem virtualnem svetu, a ne posamično, temveč skupno, na enem mestu, kjer bi lahko informirali obiskovalce o področjih dela in ponudili stike za pridobitev več informacij ter povezave do posameznih spletnih mest centrov za socialno delo ter vlog. Virtualni center za socialno delo bi lahko obiskovalcem posredoval informacije prek informacijskih panojev ali pa prek interaktivnih robotov. Svoje mesto bi v takem centru lahko našli tudi informativni izračuni denarnih pomoči.

Pri ustvarjanju svojega virtualnega otoka si nekatere organizacije pomagajo s sodelovanjem računalnikarjev izven organizacije, kajti ustvarjanje vsebine je zahtevno, tako tehnično kot časovno. V Izobraževalno raziskovalnem inštitutu Ozara Ljubljana so pri stvaritvi svojega otoka sodelovali s Fakulteto za elektrotehniko, računalništvo in informatiko.

7.11 Druge spletne aplikacije

7.11.1 YouTube, MojVideo in podobna spletna mesta

Tudi centri za socialno delo se lahko poslužujejo takšnih spletnih mest. Lahko bi imeli na primer video predstavitev prostorov centra, ali pa video prikaz izpolnjevanja vlog. Ker je objava brezplačna, je edina omejitev posedovanje kamere in dostop do spleta.

7.11.2 Wikiji

V socialnem delu bi se wikije lahko uporabilo kot on-line zbirko metod praktičnega dela in raznih postopkov. Socialni delavci bi tako na enem mestu z enostavnim iskanjem imeli na voljo reference za nadaljnje delo, uporabniki pa bi lahko pogledali, kaj lahko pričakujejo.

Iskanje besed »social work wiki« in »socialno delo wiki« v iskalniku Google najde opis socialnega dela v Wikipediji v obeh jezikih (v slovenščini najdemo tudi opis Fakultete za socialno delo) in en poskus socialnodelavskega wikija (<http://socialwork.wikia.com>), ki pa očitno še ni dobro zaživel, saj so na njem le opisi različnih aktivnosti za delo v skupini.

8 ZAKLJUČEK

8.1 Slabosti

Kljub široki paleti možnosti uporabe interneta v socialnem delu, ne smemo pozabiti na slabosti in ovire e-socialnega dela.

Kot prvo si velja zapomniti, da kljub večjemu številu uporabnikov interneta, spada verjetno velik del iskalcev socialnovarstvene pomoči med neuporabnike interneta. Starejši, revnejši in brezdomci so kategorije, za katere ne moremo pričakovati, da bodo obiskovali spletna mesta centrov za socialno delo. A kljub temu jih na spletu ne smemo zapostavljati, saj lahko kdo drug išče informacije v njihovem imenu. Za starejše iščejo otroci ali vnuki, za revnejše prijatelji, za brezdomce pa kakšna organizacija za pomoč.

Druga stvar je, da pri internetnem komuniciranju nimamo uporabnikov pred seboj. S tem izgubimo sogovornikovo neverbalno komuniciranje in hitreje se zgodi, da napisano narobe razumemo. Paziti moramo tudi, da virtualnih uporabnikov ne popredmetimo, da ne postanejo samo črke na ekranu.

Nenazadnje pa prav tako ne smemo pozabiti, da hiter razvoj interneta in internetnih tehnologij pomeni, da literatura o njihovi uporabi hitro zastara. Ustvarjanje novih in izboljšanje že obstoječih aplikacij pomeni, da se morajo vzdrževalci spletnih mest zanašati bolj na internetne vire kot pa na klasične, tiskane medije. Hkrati pa to tudi pomeni, da bodo morali biti socialni delavci, ki se bodo odločili za uporabo teh tehnologij, na tekočem z novostmi.

8.2 Prednosti

E-socialno delo pa prinaša tudi nekaj izboljšav, zaradi katerih je vredno premisliti o vpeljavi tovrstnega dela.

Zelo pomembno je, da so informacije na spletu obiskovalcem na voljo 24 ur na dan in 7 dni na teden. Z dobrim informiranjem bo morda manj obiskovalcev in klicev na centre za socialno delo. Z večjo uporabo elektronsko podpisanih vlog pa bo tudi manj dela z vnašanjem podatkov iz vlog v računalnik. Jasno napisan in pregleden opis postopkov je lahko v pomoč tudi socialnim delavcem, kadar se spopadajo z manj znanimi področji dela.

Z omogočanjem komentarjev na lastnih blogih in večjo prisotnostjo v slovenski blogosferi bodo socialni delavci slišali več povratnih informacij o svojem delu. Prek interneta, pod krinko anonimnosti, postanejo ljudje bolj pogumni in si upajo napisati negativne kritike. Socialno delo se na tak način lahko tudi promovira in približa ljudem.

Ker je obisk centra za socialno delo in drugih socialnovarstvenih organizacij ter prejemanje denarnih dodatkov še vedno povezano s stigmami, bo uporabnikom lažje, če lahko do nekaterih informacij pridejo prek interneta. Nekaterim ljudem bo morda lažje spregovoriti o svojih težavah prek tipkovnice kot pa v osebnem stiku.

8.3 Prihodnost

Mešanje socialnodelavske prakse in interneta je vsekakor še slabo izkoriščeno področje, ki ponuja številne možnosti. Nekaj opisanih metod se danes že uporablja, upam pa, da se jih bo v prihodnje uporabljalo še več in pogostejše. Sedaj smo še na začetku razvoja e-metod socialnega dela in verjamem, da se bodo te metode sčasoma prijele in razvijale na nepričakovane načine.

Glede na to, da je mnogo socialnovarstvenih informacij istih za vse CSD (opis storitev, vloge in izračuni), bi lahko bile tovrstne informacije zbrane na enotnem spletnem mestu, na posameznih spletnih mestih pa bi bile le specifične informacije (uradne ure, kontaktne številke, seznam zaposlenih in opis programov).

9 VIRI

Adkisson, Heidi. 2002. *Identifying de-facto standards for e-commerce web sites*. Washington: University of Washington. (11.11.2008 ob 12:12)

http://www.hpadkisson.com/papers/hpa_thesis_final2.pdf

Burns, Enid. 2005. *Blogging for the Soul, Not the Bottom Line*. (15.11.2008 ob 18:00)

<http://www.clickz.com/showPage.html?page=3549576>

Centri za socialno delo. *Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve*. (22.9.2008 ob 10:47).

http://www.mddsz.gov.si/si/delovna_podrocja/sociala/izvajalci_na_podrocju_socialnega_vars_tva/centri_za_socialno_delo/

Fernback, J., Thompson, B. 1995. *Virtual Communities: Abort, retry, Failure?*. (14.11.2008 ob 19:42).

<http://www.well.com/~hhr/texts/VCCivil.html>

Mesec, Bojana. 2003. *Prostovoljno delo – metode, ki oblikujejo skupnost in njeno identiteto (doktorska disertacija)*. Kranj: Fakulteta za organizacijske vede.

Mesec, Marko. 2001. Socialno delo in internet. V: Goran Vukovič (ured.), *Management in globalizacija: zbornik posvetovanja z mednarodno udeležbo*. Kranj: Moderna organizacija.

Michaelson, Karen L.. 1996. Information, community and access. *Social Science Computer Review*, 14, 1: 57-59.

(dostopno na: <http://ssc.sagepub.com/>)

Nielsen, Jakob. 2004. *The need for web design standards*. (11.11.2008 ob 19:30)

<http://www.useit.com/alertbox/20040913.html>

Nielsen, Jakob in Tahir, Marie. 2002. *Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed*. Indianapolis: New Riders.

Praprotnik, Tadej. 2003. *Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih skupnostih*. Ljubljana: Institutom Studiorum Humanitatis – Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

Skupnost CSD. (22.9.2008 ob 11:52).

http://www.gov.si/csd/seznam_csd.htm

Suhadolc, Jasna. 2007. *Nove priložnosti e-komuniciranja*. Ljubljana: GV založba.

Vehovar, Vasja, Brečko, Barbara N.. 2007. Uporaba interneta 2007. *RIS*. (3.10.2008 ob 12:00).

http://www.ris.org/uploadi/editor/1210328301Uporaba%20interneta_2007.pdf

Web 2.0 Conference. (14.10.2008 ob 11:35).

<http://www.web2con.com/web2con/>

Wellman, Barry et al. 1996. Computer networks as social networks: collaborative work, telework and virtual community. *Annual Review Sociology*, 22:213-238. (20.11.2008 ob 21:30)

<http://www.chass.toronto.edu/~wellman/publications/computernetworks/computernetworks2.pdf>

Zdešar, Polona. 2008. Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 1. četrtletje 2008. *Statistični urad Republike Slovenije*. (3.10.2008 ob 12:00).

http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=1907

10 POVZETEK

V teoretičnem uvodu sem bralcem želel predstaviti naraščajočo pomembnost interneta pri komuniciranju. Začetki interneta segajo 40 let nazaj in v tem času se je razvil iz vojaškega omrežja v omrežje, ki združuje ljudi po celem svetu. K razširitvi uporabe sta močno prispevala pocenitev računalnikov in naročnin ter hitrejša povezave. Z večanjem števila uporabnikov interneta so se začele ustvarjati virtualne skupnosti. To so skupnosti, ki za svoje komuniciranje uporabljajo tudi računalnike. Komuniciranje prek interneta premaga problem geografske razdalje, zato se je lažje družiti z osebami z istim interesom, čeprav te živijo na drugem koncu sveta. Za kakovostno ovrednotenje internetnega komuniciranja sem preveril, ali Watzlawickovi aksiomi komuniciranja držijo tudi za tovrstno komunikacijo. V nadaljevanju sem opisal različne načine komuniciranja prek interneta.

Za vse slovenske centre za socialno delo se dobi na spletnem mestu skupnosti CSD njihovo telefonsko številko, naslov in informacije o uradnih urah, prav svoje spletno mesto pa ima 27 centrov. Na teh spletnih mestih prevladujejo enosmerne oblike komuniciranja, primanjkuje pa aplikacij za sodelovanje uporabnikov. V raziskavi sem se posvetil le tem 27 centrom za socialno delo s spletnim mestom, odgovore pa sem dobil od 21 centrov. Raziskava je potekala kot pisna in ustna anketa z odprtim vprašalnikom prek interneta in telefona.

Iz rezultatov sem ugotovil, da so centri, ki so se odločili za predstavitev na spletu, s to odločitvijo zadovoljni, saj so se tako bolj približali ljudem. To ugotavljajo s tem, da prihaja več vprašanj prek elektronske pošte ter da so uporabniki bolje informirani, ko pridejo na razgovor. Boljša informiranost se pozna pri skrajševanju postopkov, saj uporabnikom ni treba vsega razlagati, saj so si že predhodno prebrali o postopku. Opazili so tudi zmanjšanje števila osebno oddanih vlog v času večjih konic. Ker pa največji delež uporabnikov interneta predstavljajo mladi in je delež starejših zelo nizek, nekateri centri opozarjajo, da nimajo vsi njihovi uporabniki dostopa do interneta, zato tovrsten način komuniciranja ne bo izpodrinil klasičnega.

Na koncu sem predlagal razne izboljšave in smernice, ki bi uporabnikom čimbolj poenostavile uporabo spletnih storitev centrov za socialno delo in po drugi strani centrom čimbolj olajšale delo. Med predlogi so ustanovitev skupine, ki bi skrbela za razvoj in posodabljanje spletnega mesta, uporaba aplikacij za dvosmerno komuniciranje, kot so forumi in ankete ter uporaba novejših spletnih tehnologij kot so blogi.

Največji pomanjkljivosti internetnega komuniciranja v procesu pomoči sta, da ni na voljo vsem ter da pred seboj nimamo uporabnika. Po drugi strani pa so tistim, ki imajo dostop do interneta, informacije stalno na voljo. Prav tako se lahko marsikateri postopek skrajša in je kakšna pot do centra za socialno delo prihranjena.

11 PRILOGE

- Vprašalnik
- Obdelava podatkov

Pozdravljeni,

moje ime je Rok Gomišček in sem absolvent fakultete za socialno delo. V diplomski nalogi raziskujem učinke e-komuniciranja v socialnem delu in ker ima Vaš CSD spletno mesto, Vas naprošam za nekaj minut Vašega časa za sledeč vprašalnik.

Za sodelovanje se Vam že vnaprej zahvaljujem,

Rok Gomišček

VPRAŠALNIK

Kaj pomeni za zaposlene, da ima CSD spletno mesto? Imajo več ali manj dela ali ne vidijo razlike?

So zaposleni začutili kakšno izboljšanje zaradi spletnega mesta? Če da, kakšno?

So zaposleni začutili kakšno razliko v fizičnem, tradicionalnem delu z uporabniki od kar imate spletno mesto?

So uporabniki začutili razlike, spremembe? Če da, kakšne?

Koliko uporabnikov prosi za pomoč preko elektronskih poti (spletno mesto, e-pošta)?

Ali spremljate promet spletnega mesta? Če da, kateri deli so bolj obiskani in kateri manj?

Razmišljate o posodobitvi spletnega mesta z dodajanjem novih elementov? Če da, katerih?

Ste kot CSD zadovoljni, da ste se odločili za spletno mesto? Zakaj?

Izpolnjen vprašalnik mi lahko vrnete na:

Elektronski naslov:

rok.gomiscek@gmail.com

ali po pošti na naslov:

Rok Gomišček

IX. korpusa 88

5250 Solkan

RAZISKAVA

27 poslanih → 24 vrnjenih

V enem tednu vrnjenih 4 po e-pošti, s klicanjem poslali še 3, ostali spraševani po telefonu

3 izločeni: - 1 ker se obnavlja, 1 ker ne funkcionira, 1 ker so pravkar postavili

→ 21 vseh

KODIRANJE

1) Kaj pomeni za zaposlene, da ima CSD spletno mesto? Imajo več ali manj dela ali ne vidijo razlike?

VEČ	MANJ	ENAKO	OBOJE	NI OCENE
8	2	8	1	2
- Več vprašanj po e-pošti - Tudi iz drugih UE - Več klicev na kontaktne osebe - Iz drugih koncev - Odgovor preko e-pošte je bolj zahteven - Otroški dodatek in porodniške več vprašanj po e-pošti in klicev; več ljudi se je obrnilo na nas (prostovoljstvo) - Ni nikogar, ki bi se ukvarjal samo s tem - Dajanje gor informacij	- Dostopnost informacij in vlog skrajša postopke na CSD - Informacije vedno dostopne	- Obvestila se tako ali tako pripravi - Veliko klikov, a še vedno se veliko obračajo na CSD - Razlike ne opazimo - Ni vplivalo - Ne vidimo razlike - Ni opaziti razlike - Enako - Ni kakšne razlike	- Za tistega ki ureja je več dela; manj telefonskih klicev	- Imamo že toliko časa, da ne moremo oceniti, saj nismo že od začetka beležili sprememb - Nimamo dolgo, zato ne morejo oceniti

VEČ

Več vprašanj	Tudi od drugod	Drugo
3	2	3
- Več vprašanj po e-pošti - Več klicev na kontaktne osebe - Otroški dodatek in porodniške več vprašanj po e-pošti in klicev; več ljudi se je obrnilo na nas (prostovoljstvo)	- Tudi iz drugih UE - Iz drugih koncev	- Odg. preko e-pošte je bolj zahteven - Ni nikogar, ki bi se ukvarjal samo s tem - Dajanje gor informacij

2) So zaposleni začutili kakšno izboljšanje zaradi spletnega mesta? Če da, kakšno?

DA	NE	NI PODATKOV
10	7	4
- Nekateri uporabniki so bolj informirani - Lažje je pripraviti odgovor pisno; obrazci, vloge in obvestilo so vedno na voljo - Je več informiranosti - Boljša informiranost - Bolj informirani; manj telefonskih klicev - Stiskane vloge; imajo bolj konkretna vprašanja - Boljša informiranost, manj časa za pojasnjevanje - Na spletu dobijo potrebne informacije - Večja razpoznavnost CSD; boljša informiranost - Na voljo so osnovne informacije	- Ne - Ne - Noben ni nič povedal - Ne - Nič posebnega - Ne - Ne	- Imamo že toliko časa, da ne moremo oceniti, saj nismo že od začetka beležili sprememb - Nimamo dolgo, zato ne moremo oceniti - <i>prazno</i> - <i>prazno</i>

DA

Boljša informiranost	Drugo
10	4
- Nekateri uporabniki so bolj informirani - obrazci, vloge in obvestilo so vedno na voljo - Je več informiranosti - Boljša informiranost - Bolj informirani - imajo bolj konkretna vprašanja - Boljša informiranost, manj časa za pojasnjevanje - Na spletu dobijo potrebne informacije - boljša informiranost - Na voljo so osnovne informacije	- Lažje je pripraviti odgovor pisno - manj telefonskih klicev - Stiskane vloge - Večja razpoznavnost CSD

3) So zaposleni začutili kakšno razliko v fizičnem, tradicionalnem delu z uporabniki od kar imate spletno mesto?

DA	NE	NI PODATKOV
13	7	1
- Sprintane vloge - Uporabniki so bolj informirani - Sprintane vloge; vprašanje po e-pošti - Nekaj stvari uredijo po e-poti in jim ni treba priti osebno na CSD; sprintane vloge; bolj informirani; berejo opozorila - Sprintane vloge - Sprintane vloge - Sprintane vloge; manj gneče - Več komunikacijo preko e-pošte; uporabnikom povem, kaj je na internetu - Bolje informirani - Bolje informirani - Več e-pošte; bolj konkretna vprašanja - So dobili informacije na spletu - Sprintane vloge	- Se ne poslužujejo e-poslovanja - Na spletu so samo zelo osnovne informacije - Manj razvito območje - Ne - Ne - Ne - Ne	- Nimamo dolgo, zato ne moremo oceniti

DA

Natisnjene vloge	Informiranost	Več e-pošte	Drugo
7	6	3	4
- Sprintane vloge - Sprintane vloge - sprintane vloge - Sprintane vloge - Sprintane vloge - Sprintane vloge - Sprintane vloge	- Uporabniki so bolj informirani - bolj informirani - Bolje informirani - Bolje informirani - bolj konkretna vprašanja - So dobili informacije na spletu	- vprašanje po e-pošti - Več komunikacije preko e-pošte - Več e-pošte	- berejo opozorila - manj gneče - uporabnikom povem, kaj je na internetu - Nekaj stvari uredijo po e-poti in jim ni treba priti osebno na CSD

4) So uporabniki začutili razlike, spremembe? Če da, kakšne?

DA	NE	NI PODATKOV
15	1	5
- Spremljajo spletno mesto in tam dobijo informacije - Bolje informirani; dostop do vlog in obrazcev - Zlasti na področju starševskega varstva in družinskih prejemkov - Informacije na spletu - Omenijo, da so videli na spletu - Ni treba hodit na CSD - Ne hodijo po vloge; preberejo novosti, se informirajo - Bolje informirani - Nimajo poti na CSD - Boljše pripravljeni na pogovorih - So marsikaj že prebrali - Stiskane vloge; preberejo informacije - Dobijo osnovne informacije - Pozitivne povratne informacije	- Ne	- Nimamo povratnih informacij - Ne spremljamo - Nimamo dolgo, zato ne moremo oceniti - <i>prazno</i> - <i>prazno</i>

DA

Informiranost	Drugo
10	7
- Spremljajo spletno mesto in tam dobijo informacije - Bolje informirani - Informacije na spletu - Omenijo, da so videli na spletu - preberejo novosti, se informirajo - Bolje informirani - Boljše pripravljeni na pogovorih - So marsikaj že prebrali - preberejo informacije - Dobijo osnovne informacije	- dostop do vlog in obrazcev - Zlasti na področju starševskega varstva in družinskih prejemkov - Ni treba hodit na CSD - Ne hodijo po vloge - Nimajo poti na CSD - Stiskane vloge - Pozitivne povratne informacije

5) Koliko uporabnikov prosi za pomoč preko elektronskih poti (spletno mesto, e-pošta)?

OCENA	NE VODIJO EVIDENCE	NI PODATKOV
18	2	1
- Ne veliko; od cca 13000 vlog, 20 po e-portalu - Do 10 na leto - 10 %, drugi iščejo druge oblike - Leta 2008 cca 50, to so predvsem vloge in informacije o družinskih prejemkih - Bolj malo - Leta 2008 10 prošenj - Nekaj vprašanj mesečno - 2-3 na teden - Največ 2 na mesec - Na mesec 10-15 ljudi pošlje vlogo, predlog ali željo po informacijah - Do 10 letno - Vedno bolj pogosto - 3 na leto - Do 10 mesečno - Do 10%, se pozna pri množičnih stvareh	- Vprašanja gredo k posameznim zaposlenih - Program ne omogoča beleženja stika preko spleta	- <i>prazno</i>

- 2 na teden - 2-3 na mesec - cca 10%		
---	--	--

Delež	število	opisno
4	12	2
- 10 %, drugi iščejo druge oblike - Do 10%, se pozna pri množičnih stvareh - cca 10% - Ne veliko; od cca 13000 vlog, 20 po e-portalu	- Do 10 na leto - Leta 2008 cca 50, to so predvsem vloge in informacije o družinskih prejemkih - Leta 2008 10 prošenj - Nekaj vprašanj mesečno - 2-3 na teden - Največ 2 na mesec - Na mesec 10-15 ljudi pošlje vlogo, predlog ali željo po informacijah - Do 10 letno - 3 na leto - Do 10 mesečno - 2 na teden - 2-3 na mesec	- Bolj malo - Vedno bolj pogosto

6) Ali spremljate promet spletnega mesta? Če da, kateri deli so bolj obiskani in kateri manj?

DA	NE	NI PODATKOV
10	8	3
- Števec obiskovalcev na vstopni strani - Skupno število obiskov - Samo število obiskov - Najbolj obiskani so predstavitev CSD, povezave, novice - Najbolj novitete, vloge, kontaktne številke; Manj področja dela in kdo kaj dela - Največ v zvezi s socialnimi pomočmi, družinski prejemki; najmanj preventivni programi - Najbolj državne štipendije (1199), otroški dodatek (919), varstvo otrok in družine, urejanje preživnine	- Ni financ za delavca za to področje - Ne; iz povratnih informacij ugotavljamo, da najbolj zanimajo socialni transferji, pravice do starševskega varstva in družinskih prejemkov ter denarne socialne pomoči - Ne; glede na vprašanja so to družinski prejemki in starševsko varstvo - Bomo še dobili; predvidevamo da najbolj izplačilni dnevi in informacije o rejništvu	- Nimamo dolgo, zato ne moremo oceniti - Nimamo lastnega spletnega mesta - <i>prazno</i>

- Največ denarna socialna pomoč (803; 60-70% populacije je mlajših), varstvo otrok (580), družinski prejemki, starševsko nadomestilo in starševski dopust, nato štipendije, neurje in dohodkovni razredi	- Ne - Ne - Nimamo vzpostavljenih mehanizmov - Ne	
- Spremlja informator - Imamo osebo zadolženo za to		

- predstavitev CSD, povezave, novice
- novitete, vloge, kontaktne številke; Manj področja dela in kdo kaj dela
- v zvezi s socialnimi pomočmi, družinski prejemki; najmanj preventivni programi
- državne štipendije (1199), otroški dodatek (919), varstvo otrok in družine, urejanje preživetja
- denarna socialna pomoč (803; 60-70% populacije je mlajših), varstvo otrok (580), družinski prejemki, starševsko nadomestilo in starševski dopust, nato štipendije, neurje in dohodkovni razredi
- socialni transferji, pravice do starševskega varstva in družinskih prejemkov ter denarne socialne pomoči
- družinski prejemki in starševsko varstvo
- izplačilni dnevi in informacije o rejništvu

7) Razmišljate o posodobitvi spletnega mesta z dodajanjem novih elementov? Če da, katerih?

DA	NE	NI PODATKOV
10	9	2
- Še razmišljamo - Dodali bi novice - Razširitev informacij, katere pravice lahko uporabniki uveljavljajo na našem področju, katere storitve lahko dobijo na našem CSD - Novo tehnologijo za lažje dodajanje vsebin - Več vsakodnevnih informacij (predstavitev projektov, zahvale)	- Ni dovolj časa - Samo ažurnost in aktualnost - Samo, da je ažurirana - Je še novo spletno mesto - Bi morale biti enotno za vse CSD v Sloveniji - Ni v načrtu - Ta trenutek še ne - Nimamo možnosti - Še ne	- Nimamo lastnega spletnega mesta - <i>prazno</i>

donatorjem) – primanjkuje časa - Nove naloge CSD, dodatni programi, storitve - Spremljanje prometa za posamezne strani - Fotogalerija in forum - Forum - Obliko spremenimo enkrat letno		
--	--	--

8) Ste kot CSD zadovoljni, da ste se odločili za spletno mesto? Zakaj?

DA	NI PODATKOV
20	1
- Približanje uporabnikom - Informacije pridejo hitreje do uporabnika in jim ni treba hoditi na CSD - Informiranje okolja; širitev načina kontaktov z uporabniki - Del populacije to potrebuje in uporablja - Uporabniki dobijo osnovne informacije na spletu; tiskajo vloge - Prepoznavnost; večja dostopnost do strank - Prispevek k večji informiranosti - Veliko ljudi išče informacije preko spleta, se čimbolj približamo uporabnikom; dobili smo pohvale - Nekateri ne morejo na CSD; dobijo informacije in vloge prek spleta; večja informiranost - V korak s časom; pridobivanje informacij - Ljudje dobijo informacije; manj klicev; prinesejo sprintane vloge - Ker smo v dobi informacijske družbe; take ustanove naj imajo spletno mesto; dajanje informacije, h komu se obrnit, kakšni so postopki - Iti v korak s časom; javne ustanove naj so predstavljen na spletu; manj telefonskih klicev - Imamo dosti bogato spletno mesto - Je pomembno v današnjem časi - Prisotnost na spletu je nujna; način za prepoznavanje dejavnosti CSD - PSP je razbremenjena - Boljša informiranost uporabnikov; skrajšani postopki - Moramo biti sodobni; iskanje informacij preko interneta - Je dobro za uporabnike; veliko povpraševanje	- Nimamo lastnega spletnega mesta

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Rok Gomišček, prvič vpisan na Fakulteto za socialno delo v štud. letu 2003/2004 kot izredni študent izjavljam, da sem diplomsko delo z naslovom E-KOMUNICIRANJE NA CENTRIH ZA SOCIALNO DELO napisal samostojno s korektnim navajanjem virov in ob pomoči mentorice doc. dr. Bojane Mesec.

Datum: 6.3.2009

Podpis: