

ON-LINE GENERÁCIA: informácie, komunikácia a digitálna participácia mládeže v informačnej spoločnosti

Súhrnná správa o výsledkoch výskumu

Autor:

Norbert Vrabec

Bratislava

november 2009

Tento projekt výskumu bol realizovaný s finančnou podporou Ministerstva školstva Slovenskej republiky (Odbor detí a mládeže) a IUVENTY - Slovenského inštitútu mládeže.



Úvod

Internet úplne zmenil model komunikácie medzi ľuďmi a preto jeho význam mnohí porovnávajú s významom Gutenbergovho vynálezu kníhtlače. Internet čoraz výraznejšie zasahuje predovšetkým do života mladých ľudí. Sú prvou generáciou, pre ktorú je už internet úplnou samozrejmosťou, považujú ho za úplne prirodzenú súčasť svojho života a mnohí si už ani nedokážu predstaviť dobu, keď neexistovalo pripojenie k sieti. Bez preháňania možno povedať, že ide on-line generáciu, ktorá čoraz viac času trávi v digitálnom svete, nadväzuje v ňom nové priateľstvá, realizuje svoje záľuby, získava, triedi, ale aj distribuuje informácie, komunikuje najrôznejšími kanálmi, zdieľa svoje myšlienky, buduje svoju identitu.

Táto skutočnosť si vyžaduje realizáciu výskumov, ktoré by sa sústredili na obsah vznikajúci pre mladých ľudí v tomto virtuálnom svete a zároveň na obsahy, ktoré mládež na internete vytvára, zdieľa a distribuuje svojim rovesníkom. Jedným z nich je výskum *On-line generácie: informácie, komunikácia a digitálna participácia mládeže v informačnej spoločnosti*, ktorý sa na Slovensku realizoval v priebehu roku 2009 a ktorého výstupy sú predmetom tejto publikácie.

Je dôležité si uvedomiť, že obrovské množstvo potenciálnych informácií a zdrojov, ktoré mládež na internete vytvára a zároveň prijíma, je zatiaľ pomerne málo preskúmaným územím. Na Slovensku sa v nedávnej minulosti realizovalo niekoľko menších výskumov, ktoré sa zaoberali využívaním internetu, avšak samotný obsah, ktorý je on-line pre mládež k dispozícii, ani jeho tvorcovia, predmetom systematických výskumov zatiaľ neboli.

Predmetom záujmu sociologického výskumu u nás zatiaľ nebol ani ďalší dôležitý fenomén, na ktorý sa chceme zamerať – digitálna participácia. Participácia mládeže na verejnom živote totiž môže mať (a v súčasnosti už i má) aj iné, ako klasické formy. Do popredia čoraz viac vystupujú postmoderné formy participácie, ktoré sú pre mladú populáciu veľmi atraktívne a prirodzené.

Účasť mladých ľudí v rôznych záujmových komunitách pôsobiacich vo virtuálnom prostredí môže mať (a často i má) výrazný participačný rozmer. Ide o veľmi rozsiahly súbor najrôznejších virtuálnych spoločenstiev, ktoré spolu nielen diskutujú, ale aj zdieľajú informácie týkajúce sa spoločných záujmových aktivít, ktoré nemusia byť len voľnočasového, ale i proaktívneho charakteru. Dôkazom sú komunity venujúce sa enviromentálnym otázkam, ochrane zvierat, života v obci, škole, neformálnemu vzdelávaniu, prezentácii vlastnej umeleckej tvorivosti a pod.

Osobitnou kapitolou je „virtuálny život“ rôznych subkultúr mládeže prejavujúcich sa navonok ako malé zoskupenia mladých ľudí schopných „mimoriadnej akcie“ na verejnosti. Ide o hnutia mládeže pôsobiace v sfére kultúrnej (grafiti, hip-hop, techno, emo, kluby fanúšikov ap.), politickej (extrémistické hnutia, skenheads, anarchisti ap.), spirituálnej (seky ap.), športovej (fanúšikova rôznych klubov ap.) a v mnohých ďalších oblastiach.

Všetky tieto formy digitálnej participácie umožňujú mladým ľuďom ovplyvňovať myšlienkové, ale často i názorové a sociálne aspekty života nielen v úzkej, ale i veľmi širokej komunite ich rovesníkov, bez ohľadu na geografické, ekonomické či kultúrne hranice.

Existuje mnoho spôsobov interakcie medzi mladými užívateľmi internetu: webové aplikácie, blogy, chat, diskusné fóra, zdieľanie videa a zvukových súborov, sociálne siete a mnoho ďalších. Ich spoločným menovateľom je, že táto oblasť života mladých ľudí sa týka obrovskej a stále sa rozširujúcej časti populácie mladých ľudí.

Pri konštruovaní nášho výskumu sme aj na základe skúseností zo zahraničia predpokladali, že u väčšej časti mladých ľudí prevláda využívanie internetu za účelom zábavy. To však vonkoncom nevylučuje (a výstupy nášho výskumu to i potvrdili), význam tejto formy komunikácie pri príprave na vyučovanie a rozvíjaní zručností a kľúčových kompetencií využitelných v školskom i mimoškolskom živote. Pri správnom usmernení a citlivom prístupe k mladým ľuďom môže virtuálna komunikácia prispieť k rozvoju kreativity, organizačných schopností, osvojovaniu cudzích jazykov, multikultúrnemu dialógu a mnohých ďalších oblastiach života a socializácie mladých.

Dúfame, že výskum *On-line generácie: informácie, komunikácia a digitálna participácia mládeže v informačnej spoločnosti* a v ňom formulované závery a odporúčania poslúžia ako vhodný podkladový materiál pre lepšie porozumenie mladej generácii. Predkladaná publikácia má byť príspevkom a východiskovým materiálom k systematickému prístupu a tvorbe mládežníckych politík, ktoré budú v súlade s najnovšími trendmi a prístupmi k pochopeniu dnešnej *on-line generácie*.

Základné parametre výskumu

Tematické okruhy

Výskum sa zameria najmä na nasledovné tematické okruhy:

- Kvalitatívna a kvantitatívna analýza každodenného súžitia mladých ľudí s novými médiami (I. časť výskumu)
- Kvalitatívna a kvantitatívna analýza webových stránok a ďalších internetových aplikácií, ktoré sú vytvárané priamo mladými ľuďmi, prípadne, ktorých publikom je mládež, ale ich tvorcami sú dospelí, ich organizácie, agentúry inštitúcie a pod. + vytvorenie systematickej databázy takýchto zdrojov. Kvalitatívna a kvantitatívna analýza webových stránok a ďalších internetových aplikácií, ktoré sú vytvárané a zároveň zdieľané osobitnými subkultúrami mládeže. (II. časť výskumu)

Objekt výskumu

- Mladí ľudia vo veku od 13 rokov
- Internetové aplikácie a komunikačné nástroje vytvárané, zdieľané a používané mladými ľuďmi

Metodológia výskumu

V prvej časti výskumu sme zrealizovali reprezentatívny celoslovenský prieskum na vzorke 3350 respondentov. Použitá bola technika on-line dotazníka a on-line zberu dát. Respondenti mohli dotazník vyplniť na tento účel špeciálne vytvorenej webstránke <http://www.surveygizmo.com/s/128593/vyskum-online-generacia>.

Respondenti boli vyzvaní na účasť vo výskume viacerými formami – priamym mailovým oslovením, zverejnením linky na on-line dotazník na sociálnych sieťach, na webovej stránke www.infolandsr.wordpress.com. Informácie o konaní výskumu sme zaslali aj poštou na 160 škôl zo všetkých krajoch Slovenska.

On-line dotazník od 15. mája do 28. júna 2009 vyplnilo celkovo 3 350 respondentov z radov mladých ľudí, najmä študentov základných, stredných a vysokých škôl. Z výsledkov a hodnotenia kvantitatívneho výskumu vyplýva, že použitá technika bola správne zvolená a jej aplikácia na cieľovú skupinu zabezpečila dostatočný objem reprezentatívnych dát, ktoré sme v ďalších fázach výskumu analyzovali.

V druhej časti výskumu sme analyzovali internetové aplikácie a komunikačné nástroje vytvárané, zdieľané a používané mladými ľuďmi.

Hypotézy výskumu

Hypotézy, ktoré by mal výskum potvrdiť, alebo vyvrátiť, sme sformulovali do nasledovných problémových okruhov:

Hypotéza 1: Nové médiá v každodennom živote mladých ľudí zohrávajú kľúčovú úlohu. Používajú ich predovšetkým na zábavu, vzájomnú komunikáciu, ale aj na rôzne neformálne a zväčša neorganizované formy digitálnej participácie, rozvoj vlastnej kreativity, posilňovanie vlastnej identity a tzv. učenie sa od rovesníkov (Peer Based Learning)

Hypotéza 2: Mládežou zdieľané hodnoty a normy v oblasti vlastnej identity, gramotnosti a participácie na veciach verejných sa výrazne menia a postupne sa presúvajú do krajiny nových médií a on-line komunikácie. Mladí ľudia sú hlavnými aktérmi jedinečného historického procesu v rámci ktorého dochádza k postupnému prepájaniu generačnej identity s technologickou identitou. Nová on-line generácia si túto jedinečnosť intuitívne uvedomuje a aj z tohto dôvodu vníma ľudí, ktorí stoja mimo tohto prúdu, s určitým dešpektom.

Hypotéza 3: Nové médiá a on-line komunikačné nástroje zásadne menia spôsoby, akými sa mladí ľudia začleňujú do spoločnosti, učia sa, nadväzujú vzťahy s rovesníkmi, rozvíjajú svoje záujmy a záľuby. Skrytý potenciál tohto nového fenoménu nie je zatiaľ dostatočne využívaný lepšie pochopenie a kooperáciu s mladým ľuďom zo strany formálnych a neformálnych inštitúcií pracujúcich s mládežou.

Základné dáta I. časti výskumu:

Typ výskumu: kvantitatívny

Použitá technika: on-line dotazník

Zber dát: od 15.mája do 28.júna 2009

Počet respondentov: 3 350

Cieľová skupina: mladí ľudia od 13 r. (študenti základných, stredných a vysokých škôl)

Základné dáta II. časti výskumu:

Objekt výskumnej úlohy:

- Internetové aplikácie a komunikačné nástroje vytvárané, zdieľané a používané mladými ľuďmi.
- Mapovanie, kategorizácia a analýza on-line obsahov:
 - A) ktoré mladí ľudia sami vytvárajú v prostredí internetu

B) ktorých hlavným adresátom sú mladí ľudia

Ďalším cieľom nášho záujmu bol participačný rozmer on-line komunikácie mladých ľudí a jeho prejavy vo forme konkrétnych obsahov, ktoré zdieľajú v prostredí internetu.

Techniky výskumnej úlohy:

- Kvantitatívny a kvalitatívny audit webových stránok
- Pozorovanie a analýza konkrétnych internetových aplikácií a profilov, desk research relevantných tém

Počet analyzovaných webových stránok:

V rámci tejto časti výskume sme komplexnému auditu a analýze podrobili 229 webových stránok a internetových aplikácií.

Termín realizácie II.časti výskumnej úlohy:

Júl 2009 - September 2009

Interpretácia výsledkov výskumu

(I.časť)

Prvá časť výskumu bola zameraná na nasledovné aspekty (tematické okruhy) súžitia mladých ľudí s digitálnymi médiami.

Tematický okruh 1: Mladí ľudia a on-line správanie

Tematický okruh 2: Mladí ľudia a on-line sociálne siete

Tematický okruh 3: Mladí ľudia a on-line práca s informáciami

Tematický okruh 4: Mladí ľudia a on-line bezpečnosť

Tematický okruh 5: Mladí ľudia a on-line učenie

Tematický okruh 6: Mladí ľudia a on-line participácia

Tematický okruh 7: Mladí ľudia a on-line identita

Mladí ľudia a on-line správanie

V rámci prvého tematického okruhu sme sa sústredili na praktické aspekty každodenného styku mladých ľudí s on-line prostredím. Zaujímalo nás kde a kedy sa pripájajú na internet, koľko času tam strávia, akými spôsobmi používajú digitálne technológie a viacero ďalších otázok.

V tejto časti výskumu sa venujeme i ďalšiemu dôležitému okruhu – prítomnosť a správanie mladých ľudí v prostredí sociálnych sietí a čítavacích portálov. Čoraz viac mladých ľudí trávi čas práve v prostredí rámcovanom týmito novými komunikačnými technológiami. Z tohto dôvodu sme sa zamerali na kvalitatívne a kvantitatívne aspekty súžitia mladých ľudí s týmto zaujímavým fenoménom.

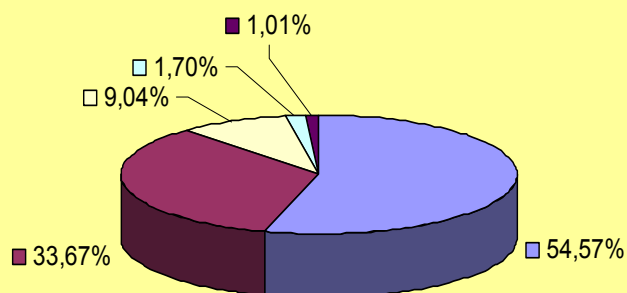
V úvodnej časti výskumnej úlohy sme skúmali či mladí ľudia pociťujú pri používaní internetu nejaké obmedzenia, alebo regulačné pôsobenie zo strany rodičov, alebo iných dospelých. Zo získaných údajov (**Graf 1**) je zrejme relatívne vysoká miera autonómie pri používaní digitálnych médií. Viac ako polovica respondentov uviedla, že pri používaní internetu má úplnú voľnosť. Približne 33 % tvrdí, že väčšinou sa s nijakými obmedzeniami nestretáva. Iba podľa vyjadrenia 9 % mladých ľudí je ich používanie internetu aspoň niekedy regulované zo strany dospelých.

Je pravdepodobné, že ak by sme obdobnú otázku položili rodičom, mali by na vec trochu iný názor. Nás však zaujímalo skôr vnímanie autonómie pri používaní on-line komunikácie zo strany samotných mladých ľudí. Z neho vyplýva, že väčšia časť z nich sa v prostredí internetu cíti úplne slobodná. Toto zistenie pravdepodobne súvisí s rozdielnymi užívateľskými skúsenosťami s on-line prostredím. Aj výsledky viacerých zahraničných výskumov totiž naznačujú, že mladí sú v porovnaní s mnohými dospelými pri využívaní internetu o niekoľko krokov vpred. V takejto situácii sú mnohí rodičia, učitelia a vychovávatelia v značnej nevýhode a kvôli znalostnému a skúsenostnému deficitu si na výraznejšiu reguláciu on-line správania mladých ľudí ani netrúfajú, prípadne o existujúcich možnostiach nevedia.

Tieto zistenia sú zaujímavé v kontexte s ďalším zistením nášho výskumu (**Tabuľka 2**), podľa ktorého sa mladí ľudia k internetu najčastejšie pripájajú v domácom prostredí (86 %). Druhým najfrekvencovanejším miestom pripojenia je škola, kde sa často na sieť pripája takmer 22 % respondentov a občasné používanie internetu uvádza 69 % opýtaných.

Získané údaje sú na jednej strane príznakom pomerne vysokej internetovej penetrácie domácností. Ako dokazujú aj iné domáce prieskumy, prístup k vysokorýchlostnému internetu je na Slovensku čoraz bežnejšou záležitosťou. V čele rebríčka sú najmä domácnosti s jedným, alebo viacerými dospelými členmi, ktorí pred rodičom najčastejšie kladú požiadavku na kvalitné internetové pripojenie.

Keď používate internet, máte pri tom úplnú voľnosť, alebo má nad Vami niekto dohľad (napríklad rodičia, učitelia a pod.) ?



- Pri používaní internetu mám vždy úplnú voľnosť.
- Väčšinou mám pri používaní internetu úplnú voľnosť.
- Niekedy mám pri používaní internetu úplnú voľnosť, inokedy niekto moje aktivity na internete sleduje (kontroluje).
- Väčšinu času niekto moje aktivity na internete kontroluje/sleduje.
- Neviem sa vyjadriť/Nepoužívam internet

Graf 1

Kde sa najčastejšie pripájate k internetu? Označte prosím všetky možnosti, ktoré sa Vás týkajú.

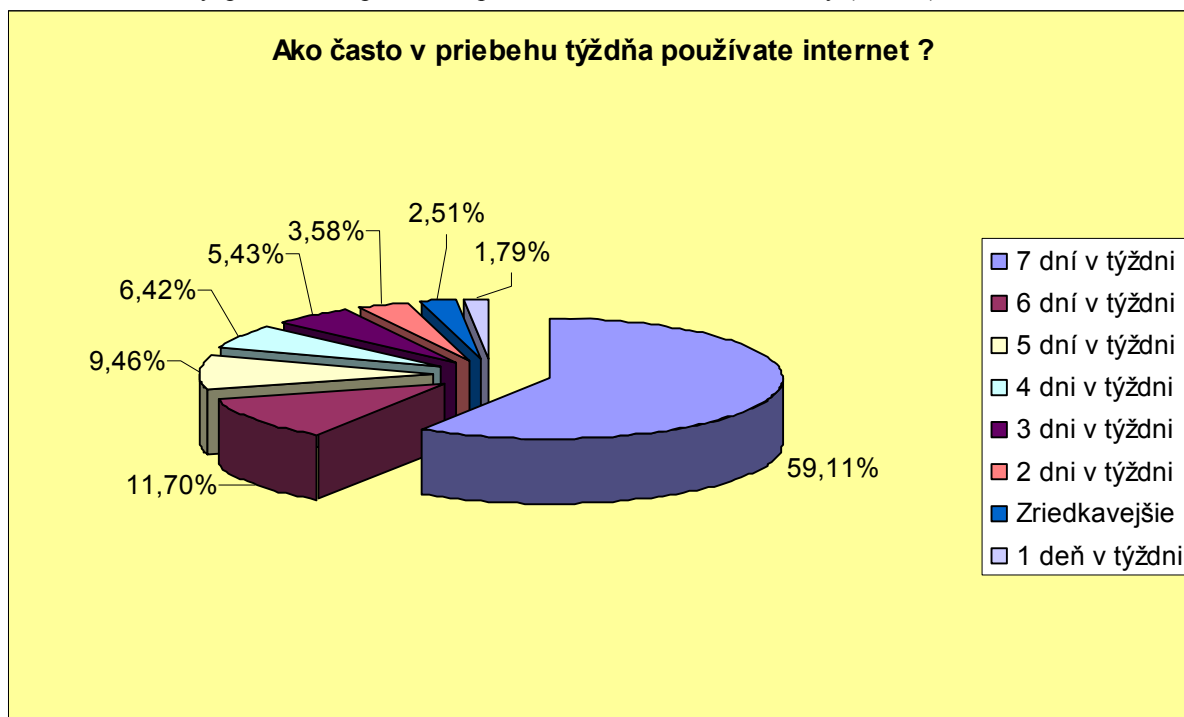
	Najčastejšie	Často	Občas	Nikdy
Doma	86,40%	5,20%	3,30%	5,10%
V škole	6,30%	21,80%	69,20%	2,70%
V práci	2,60%	2,50%	7,20%	87,60%
V knižnici	2,30%	2,40%	14,90%	80,40%
V školskom klube	1,50%	1,40%	6,50%	90,60%
U priateľov, známych, alebo príbuzných	5,20%	19,20%	67,20%	8,40%
V internetovej kaviarni/klube	2,90%	4,30%	27,20%	65,60%
V nákupnom centre, alebo iných miestach s voľným prístupom na internet	1,70%	3,30%	17,70%	77,30%
Na inom mieste	2,80%	4,90%	37,00%	55,30%

Tab. 2

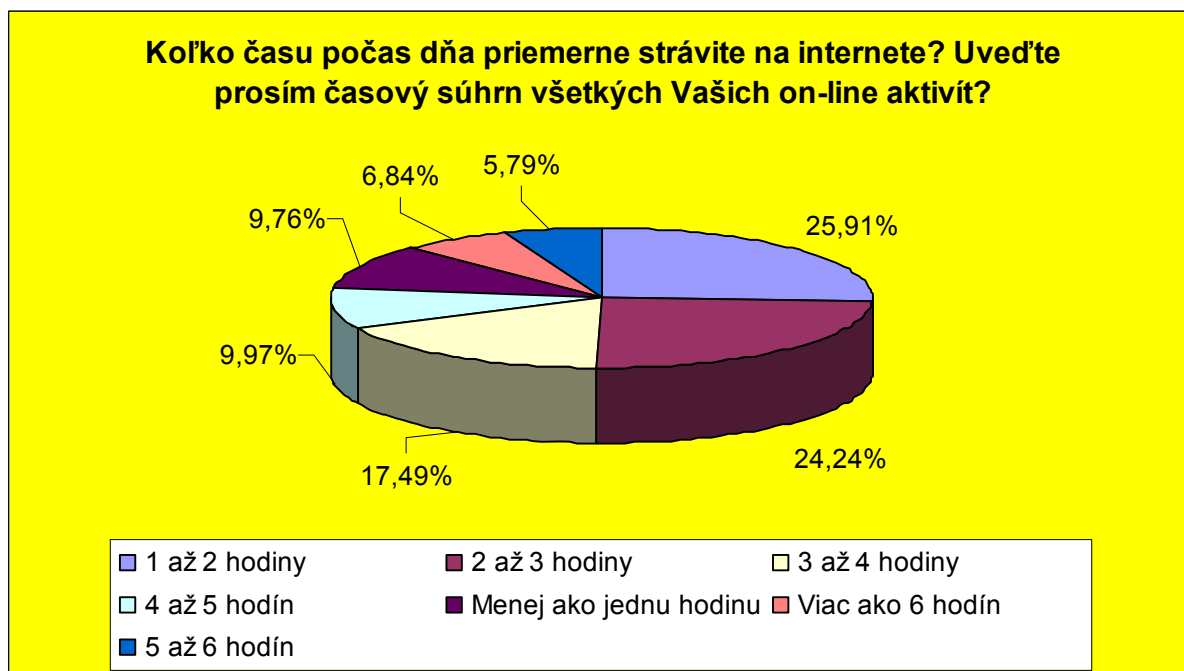
Za alarmujúci však považujeme iný aspekt našich zistení. Je ním mimoriadne nízka miera používania internetu v rámci kolektívnych voľnočasových aktivít. Až 90 % respondentov uviedlo, že sa nikdy nepripájalo v školskom klube, v knižnici (80 %) či internetovom klube (65 %). Zdá sa, že on-line generácia je v tomto smere do značnej miery individualistická. Na jednej strane potrebuje byť neustále v spojení s rovesníkmi prostredníctvom sociálnych sietí, avšak samotné pripojenie k internetu väčšinou prebieha v súkromí domova. Tieto údaje

naznačujú, že na Slovensku stále existujú výrazné rezervy v zapojení informačno-komunikačných technológií do procesu neformálneho vzdelávania a mládežníckych voľnočasových aktivít.

Takmer 60 % respondentov využíva internet každý deň v týždni (**Graf 3**). Zriedkavejšia frekvencia má vo výskumnom súbore v priemere menej ako desať percentné zastúpenie. Tieto zistenia prispievajú k potvrdeniu jednej z hypotéz nášho výskumu, podľa ktorej on-line médiá zohrávajú v každodennom živote mladých ľudí kľúčovú úlohu a venujú im čoraz viac času. Takmer polovica respondentov uviedla, že trávi v on-line prostredí denne 1 až 3 hodiny, približne 18 percent respondentov dokonca 3 až 4 hodiny (**Graf 4**).

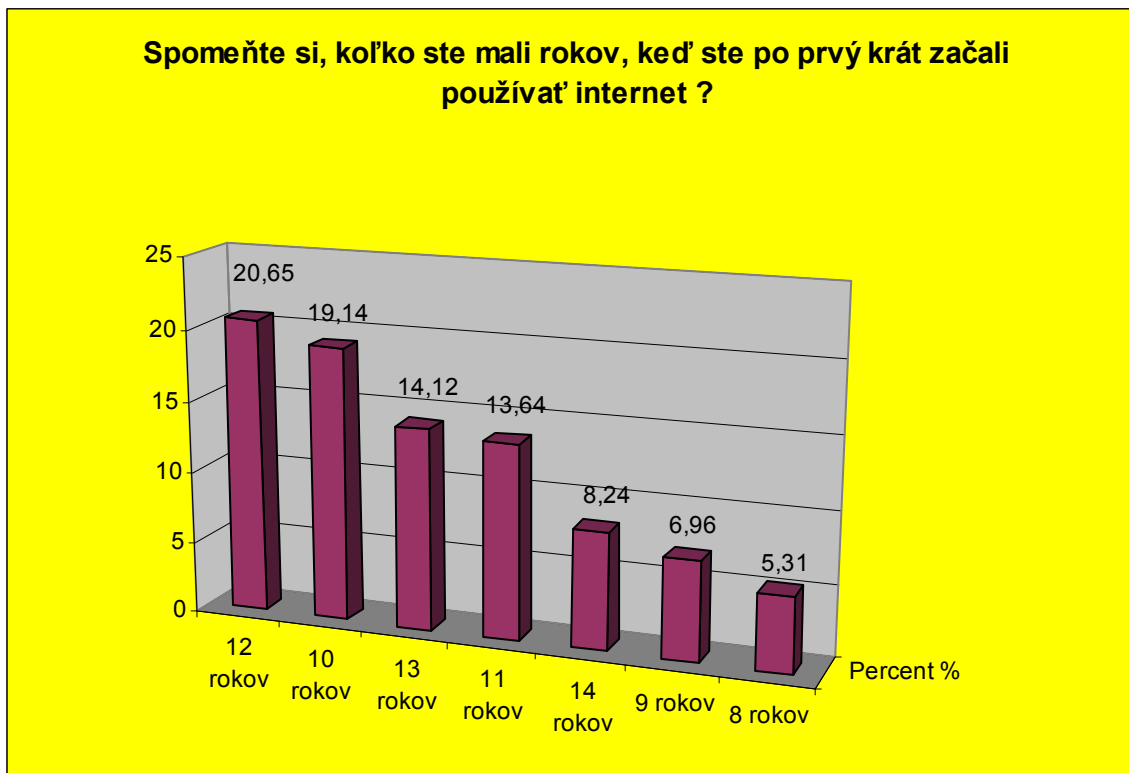


Graf 3



V rámci výskumu sme sa zaujímali aj vekové obdobie, v ktorom deti a mladí ľudia začínajú s používaním internetu. Ako dokumentujú získané údaje (**Graf 8**), mladí ľudia sa začleňujú do radov on-line komunity najčastejšie vo veku okolo 12 rokov (21 %), mnohí z nich však aj ako desaťročný (19 %), jedenásťročný (14 %),

prípadne trinásťročný (14 %). Z viacerých empirických výskumov realizovaných na Slovenku i v zahraničí vyplýva, že veková hranica pravidelného používania internetu sa postupne posúva smerom k stále mladším vekovým skupinám.



Graf 8

Mladí ľudia a on-line sociálne siete

SOCIÁLNE SIETE

Masové rozšírenie sociálnych sietí v podobe, ako ich poznáme v súčasnosti, je relatívne veľmi mladým fenoménom. Medzi mladými ľuďmi v USA začali získavať početnejšie skupiny priaznivcov začiatkom roku 2005. V iných krajinách sveta, vrátane Slovenska, až o približne rok neskôr. Skutočnosť, že sociálne siete sú na svete ešte veľmi krátko, dokazuje príbeh dnes už jedného z najväčších zástupcov tohto nového javu – siete Facebook.

Facebook vznikol iba v roku 2004, pôvodne ako univerzitná sieť, založená študentom Harvardskej univerzity Markom Zuckerbergerom. Niekoľko mesiacov bol otvorený výlučne iba pre vysokoškolských študentov z USA. Avšak už od augusta 2006 sa z nej stala skutočne globálna platforma, ku ktorej sa odvtedy môže pripojiť ktokoľvek starší ako 13 rokov. Po necelých troch rokoch od tohto dôležitého momentu má Facebook v súčasnosti (november 2009!) viac ako 300 miliónov aktívnych užívateľov. Dispozícií je im v približne 70 jazykových mutáciách (vrátane slovenčiny) a každý deň pribudne niekoľko tisíc nových záujemcov o vstup do tejto siete. Ako ukazujú výsledky nášho výskumu, práve Facebook je najpopulárnejším zástupcom sociálnych sietí aj medzi mladými ľuďmi na Slovensku. V rebríčku obľúbenosti ho nasleduje sieť MySpace.

Väčších i menších sociálnych sietí už v súčasnosti funguje vo svete niekoľko desiatok. Existujú medzi nimi síce rôzne významnejšie či menej dôležité odlišnosti, avšak základné funkcie majú väčšinou veľmi podobné. Patria medzi ne nasledovné atribúty:

- Profily
- Existencia inštitútu odporúčania, resp. pozvánka pre vstup do siete
- Databáza priateľov (dostupná väčšinou len členom siete či skupiny)
- Možnosť diskutovať s členmi siete/skupiny
- Možnosť zdieľať s členmi siete/skupiny rôzne materiály (hyperlinky, texty, fotky, hudbu, videá ap.)

Množstvo najnovších výskumov, ktoré sa v uplynulých dvoch rokoch vo svete realizovali, že obrovský záujem o sociálne siete, je naozaj globálnou záležitosťou a týka sa mladých ľudí prakticky na celom svete.

To ako sa mladí v súčasnosti zapájajú do sociálnych sietí môže poskytnúť dlhodobý pohľad na formovanie identity a rovesníckej socializácie.. V podstate možno povedať, že Facebook, MySpace a ďalšie siete sa stávajú akousi občianskou spoločnosťou tínedžerskej kultúry. Masové zapojenie do nich sa medzi mladými šíri rýchlosťou, ktoré možno prirovnať iba k neustále rastúcej rýchlosti internetového pripojenia.

Sociálne siete sú jednou z kategórií komunitných webov, ktoré sú založené na profiloch - druhu individuálnych (alebo menej často skupinových) webových stránkach, ktoré ponúkajú popis každého člena. Okrem textu, obrázkov a videa vytvoreného členom, obsahuje profil aj komentáre ostatných členov a verejný zoznam ľudí, ktorí sú identifikovaní ako priatelia.

Profily často obsahujú demografické údaje (vek, pohlavie, lokalitu atď), osobné záľuby (záujmy, obľúbené skupiny a pod.) a popis ľudí, ktorých by radi stretli (v rámci siete). Profily sa vytvárajú vyplňovaním formulárov priamo na stránke.

Okrem interaktívnej komunikácie s priateľmi, komentovania a diskusií však umožňujú aj oveľa viac – napríklad hranie hier, prácu na spoločných projektoch, zdieľanie videí, fotografií a hudby ap.

Po vytvorení profilu môže účastník vyzvať svojich priateľov na stránku vloženie ich emailovej adresy...Mnohé sociálne siete požadujú súhlas dvoch ľudí, ktorí sú prelinkovaní ako Priatelia. Keď hocikto označí niekoho ako Priateľa, prijímateľ prijme odkaz vyžadujúci potvrdenie.

Tínedžeri sa najčastejšie dozvedajú o sociálnych sieťach prostredníctvom priateľov – pripájajú sa preto, že priatelia ich pozvali, aby sa pripojili. Po vytvorení účtu začínú s vytváraním svojho profilu, vyplňaním formulára na stránke. Potom si zvyknú prezerať profily, začínajúc tými, ktorí ich pozvali... Mladí ľudia strávia množstvo hodín surfovaním po sieti, preskakujúc od priateľa k priateľovi. Prezerajúc ostatné profily, tínedžeri zisťujú aké typy profilov sú spoločensky vhodné, ostatné profily poskytujú kritické podnety na to, čo prezentovať vo vlastnom profile.

Profil si môžeme predstaviť ako určitý digitálny systém, kde človek musí niečo o sebe uviesť. Prostredníctvom profilov môžu mladí vyjadriť charakteristické aspekty svojej identity a umožniť ostatným, aby ich videli a interpretovali. Vytvárajú tieto profily pre svojich priateľov a rovesníkov... Toto primárne publikum zväčša pozostáva z rovesníkov, ktorých poznajú aj offline – ľudia zo školy, cirkvi, práce, športových krúžkov a pod. Kvôli tomu, že existuje priame prepojenie medzi on-line a offline identitami, tínedžeri inklinujú k prezentácii o ktorej veria, že bude prijatá ich rovesníkmi.¹

ČET

Mimoriadnu popularitu medzi mladými ľuďmi má četovanie (z anglického slova chat). Ide vlastne o rozhovor vedený v reálnom čase prostredníctvom počítača, príp. mobilného telefónu, alebo iného zariadenia s internetovým pripojením. Zhovárať sa môžu aj dvaja ľudia navzájom, avšak omnoho rozšírenejšia je diskusia väčšieho počtu ľudí súčasne, ktorí vstupujú do virtuálnych četovacích miestností rozdelených podľa témy, záujmov, alebo zamerania diskutujúcich.

Ešte donedávna bol doménou tohto špecifického druhu on-line komunikácie text. Četovacie komunitné portáli sa však vyvíjajú veľmi rýchlym tempom a v súčasnosti je už úplne bežné, že účastníci tejto siete si môžu vymieňať aj fotografie, videá, animácie, zvukové súbory a pod. V prípade, že sa účastníci rozhovoru aj vidia, alebo aspoň počujú hovoriť o videočete, resp. audiočete (napr. GoogleTalk, Skype, ICQ ap).

Základným prvkom pri tomto type virtuálnej komunikácie sú četovacie miestnosti. Na veľkých portáloch, ako napríklad Pokec, sú ich desiatky až stovky. Každý užívateľ má právo založiť si vlastnú miestnosť, na tému, aká ho zaujíma. Následne do nej môže pozvať iných ľudí, prípadne ostatní užívatelia ho môžu požiadať o vstup. Miestnosti sú vlastne akými diskusnými fórami, ktoré slúžia väčšinou na vedenie nezáväzných rozhovorov, zdieľanie zážitkov, skúseností, alebo akýchkoľvek informácií podľa záujmu zapojených účastníkov. Medzi mladými i staršími užívateľmi sa často používajú aj ako istá forma virtuálnej zoznamky.

Pre četovacie komunity je typické používanie prezýviek (tzv. nickov). To prispieva k tomu, že je to do veľkej miery anonymný spôsob komunikácie umožňujúci vystupovať aj pod úplne odlišnou identitou. Četovať však samozrejme možno i otvorene a pod vlastným menom a mnohí mladí ľudia to tak i robia.

RIZIKÁ ČETOVANIA

- **Anonymita.** Nikoho nemôžete prinútiť, aby písal iba to, čo je pravda. Kým si píšete, môžete sa odpojiť hneď, ako vám prestane byť četovanie príjemné. Ale ak sa chcete spoznať aj osobne, platí to isté, čo aj pri online zoznamkách, vyberte si radšej ľudí zo svojho okolia a necestujte na stretnutie do neznámych miest. V známom a hlavne verejnom prostredí sa človek cíti bezpečnejšie. Na prvé stretnutie nikdy nechodte sami. Dajte si jasné poznávacie znamenie. Pokiaľ vás dotyčný na prvý pohľad odradí alebo vyľaká, môžete jednoducho odísť.
- **Zneužitie údajov.** Nikdy neuvádzajte počas četovania vaše osobné údaje, heslá, PIN a pod., ktoré je možné zneužiť.
- **Príspevky s nevhodným obsahom.** Nie je až také zriedkavé ak sa medzi četujúcimi objaví niekto, kto ostatných bezdôvodne uráža a posmieva sa im, možno tým ventiluje svoje neúspechy v osobnom živote alebo v kariére, rovnako sa môžeme stretnúť aj s rasistickými a extrémistickými názormi. Z tohto dôvodu bývajú niektoré četovacie miestnosti moderované. Moderátor upozorňuje nevhodne prispievajúcich užívateľov a v prípade nutnosti im dokonca zakáže prispievať.
- **Zdravotné riziko a potenciálna závislosť.** Akákoľvek dlhé vysedávanie pri počítači zaťažuje chrbticu, oči a nervovú sústavu. Oveľa horšie riziko je, že četovanie môže prejsť do závislosti, alebo že človek, ktorý sa vydáva za niekoho fiktívneho sa začne so svojou virtuálnou identitou stotožňovať.²

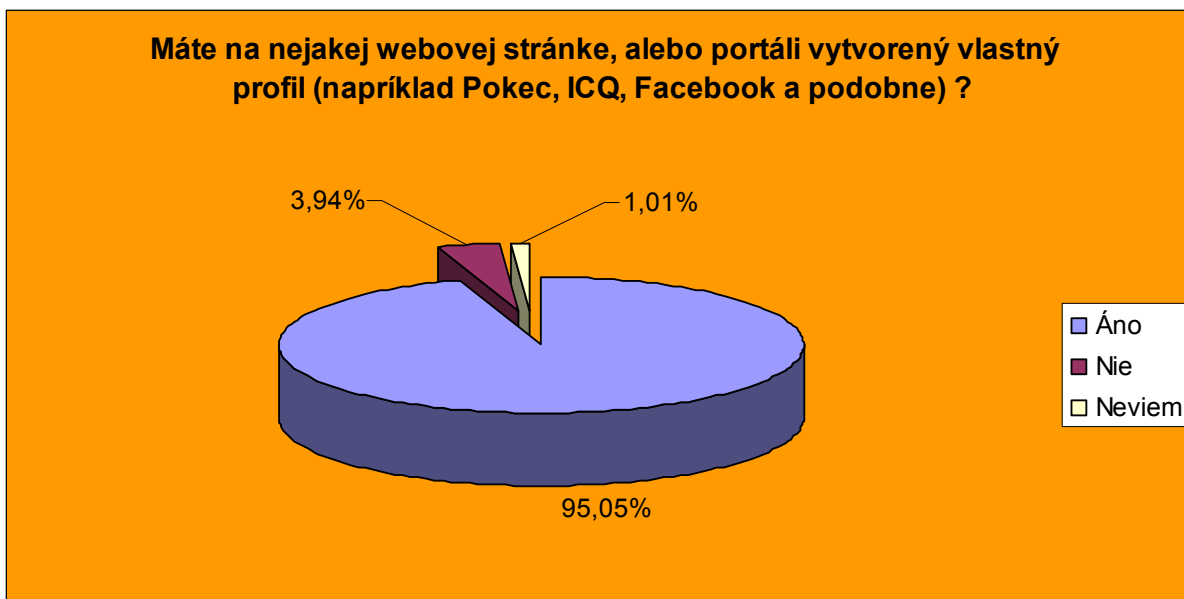
BLOG: weblog, „internetový denníček“, sú to teda zápisky, názory, myšlienky, skúsenosti, dojmy publikované na internete. Užívateľia sa stretávajú na tematických blogoch, kde spolu komunikujú na danú tému. Blogy môžu byť verejné i súkromné.

FÓRUM: otvorená diskusia, miesto, kde môže každý vyjadrovať svoj názor. Internetové fóra niekedy vyžadujú registráciu, pre možnosť prídania príspevku. Fóra sú založené pre určitú záujmovú skupinu, kde si ľudia vymieňajú poznatky, znalosti, skúsenosti, aby si pomohli.³

SOCIÁLNE SIETE A ČETOVANIE NA SLOVENSKU

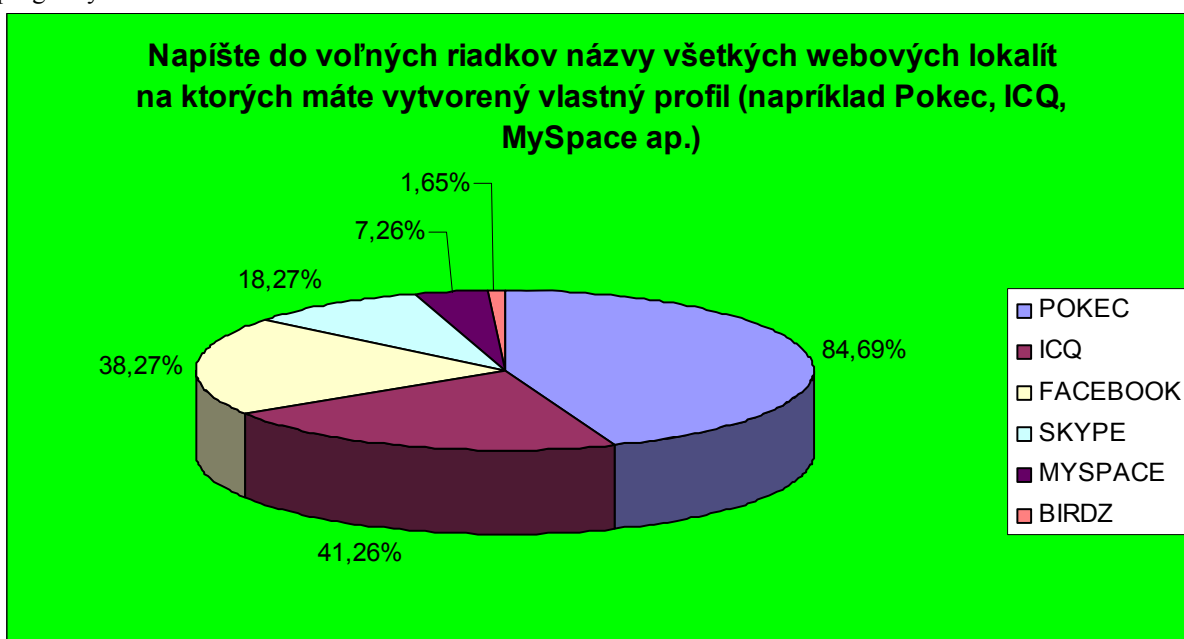
Celá séria otázok nášho výskumu sa týkala používania sociálnych sietí a četovania. Jednou z príležitostí vyplývajúcich z týchto čoraz populárnejších fenoménov je podľa našich zistení zdieľanie skúseností s ostatnými rovesníkmi, výmena informácií, názorov, rozvíjanie schopností diskutovať, obhajovania vlastných názorov, logickej argumentácie.

Za zásadné zistenie považujeme fakt, že drvivá väčšina oslovených mladých ľudí komunikuje prostredníctvom sociálnych sietí, četovacích programov či nástrojov instant messagingu (**Graf 9**). Až 95 % respondentov uviedlo, že je do tejto novej formy komunikácie zapojená. Najpopulárnejšou platformou je jednoznačne služba **Pokec**, ktorú využíva takmer až 85 oslovených mladých ľudí. (**Graf 10**). Vysoké zastúpenie majú aj služby umožňujúce „rýchlu komunikáciu“, prípadne prenos rozhovoru prostredníctvom internetu. Najznámejšou je služba **ICQ** (41 %) a **Skype**, ktorý používa 18 % výskumnej vzorky. Z nových sociálnych sietí je najpopulárnejší **Facebook** (38 %) a **MySpace** (7 %)



Graf 9

Z hľadiska vekového rozloženia používateľov nových interaktívnych médií výskum naznačil nasledovný trend – so stúpajúcim vekom respondentov sa ich záujem postupne presúva od jednoduchých četovacích programov (napr. Pokec) smerom k sociálnym sieťam, v ktorých jednoznačne dominuje platforma Facebook. Tá je populárna najmä u stredoškôľakov a vysokoškôľakov. Mladšie vekové ročníky preferujú skôr četovacie programy.



Graf 10

Respondentom sme položili i otázky monitorujúce ich správanie v prostredí sociálnych sietí z hľadiska ochrany osobných údajov. Táto časť výskumu dopĺňa kapitolu, ktorá sa podrobnejšie venuje vzťahu mladých ľudí k bezpečnosti v on-line prostredí.

Na vyhodnotenia odpovedí sme zistili, že relatívne otvorený prístup k ochrane osobných údajov v prostredí internetu. Ako ilustruje **Graf 11**, viac ako polovica mladých ľudí bez problémov a akýchkoľvek obmedzení zdieľa svoje informácie s ostatnými používateľmi internetu. Iba 25 % oslovených tvrdí, že ich profil je dostupný len pre ľudí, ktorým takýto druh prístupu k osobným údajom umožnili. Tieto zistenia na jednej strane potvrdzujú otvorenú kultúru a charakter vzťahov medzi mladými ľuďmi v on-line prostredí, na druhej strane však ide o určité podceňovanie niektorých rizikových faktov takéhoto konania.



Graf 11

Vzhľadom k tomu, že neobmedzené zverejnenie niektorých citlivých údajov by mohlo byť zneužitá (kyberšikana, krádež identifikačných údajov a pod.), zisťovali sme u respondentov aj podrobnejšie údaje o tom aké druhy informácií o sebe zverejňujú. Zistenia uvedené v **Tabuľke 12** dokumentujú, že pomerne veľká časť mladých ľudí je so základnými bezpečnostnými zásadami správania v prostredí sociálnych sietí dobre oboznámená. Najcitlivejšie osobné údaje (presnú adresu bydliska, telefónne číslo a pod.) totiž väčšina z nich vôbec nezverejňuje. Pomerne vysoká úroveň ochrany sa týka aj ďalšieho osobného údajá – priezviska, ktoré v rámci svojho profilu zverejňuje len 27 percent respondentov. Iné údaje, ako napr. e-mailová adresa, vlastná fotografia, prezývka či krstné meno sú v profiloch väčšiny mladých užívateľov internetu bežne dostupnými údajmi.

Aké druhy informácií majú mladí ľudia vo svojom profile umiestnené

	Percent %
Mesto, kde žijem	77,76%
Prezývku	70,45%
Fotografie	66,18%
Vlastnú fotografiu	64,48%
E-mailovú adresu	54,06%
Fotografie mojich priateľov, známych, rodičov, príbuzných a pod.	50,99%
Moje krstné meno	43,52%
Moje priezvisko	26,96%
Videosúbory	22,63%
Zvukové súbory (MP3 a pod.)	15,34%
Linky na moju webovú stránku, alebo blog, fotogalériu a pod.	11,73%
Telefónne číslo	8,30%
Presnú adresu	5,34%
Nemám vytvorený žiadny profil	3,52%
Neviem odpovedať	3,34%

Tab.12

Na druhej strane, mladí ľudia nemajú žiadne problém so zverejnením mesta či obce v ktorej žijú. Tento prístup je úplne logický, pretože im umožňuje ľahšie nadväzovať nové kontakty s rovesníkmi, s ktorými sa môžu bez problémov poznať, alebo stretnúť aj v bežnom „offline“ živote.

Zo získaných údajov vyplýva, že dnešní mladí ľudia preferujú najmä obrazové a zvukové informácie. Viac ako textové dokumenty sú pre nich príznačné profily a stránky, v ktorých sú použité fotografie (51 % respondentov), video (23 %), ale i zvukové súbory (15 %).

INTERNET A SOCIALIZÁCIA MLADÝCH

Výsledky výskumu potvrdili, že jednou z priorít on-line generácia je záujem byť neustále v kontakte s rovesníkmi. Tento trend digitálnej socializácie mladých ľudí je zrejmy aj z viacerých zahraničných výskumov. Vyplýva z nich, že súčasní mladí ľudia udržiavajú prostredníctvom internetu kontakty s často veľmi širokými skupinami priateľov a známych. Rozširovanie tohto zoznamu kontaktov je pre nich úplne prirodzenou záležitosťou.

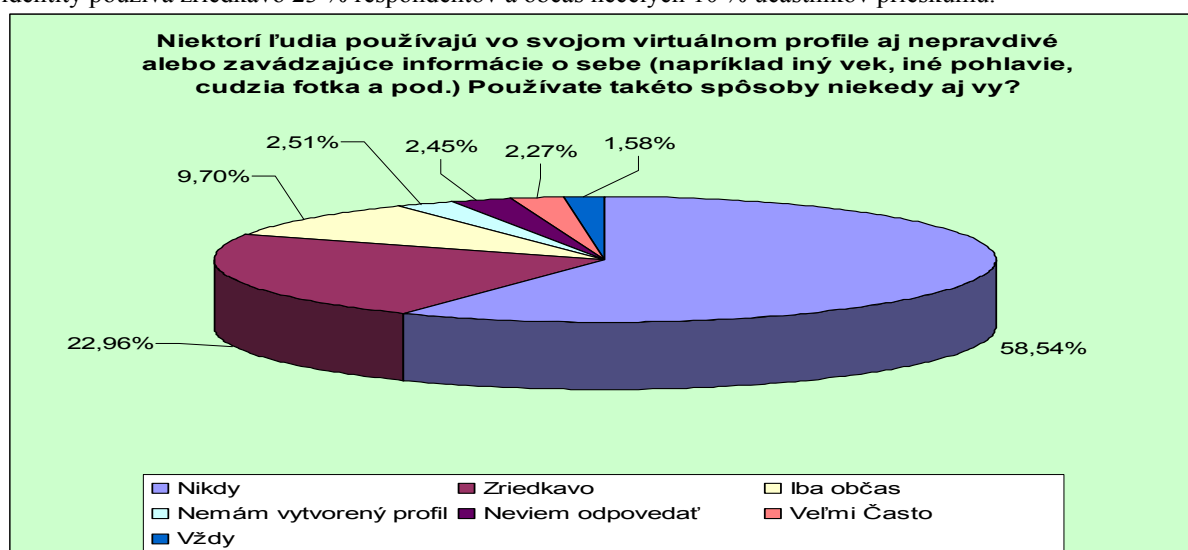
Tieto trendy potvrdzujú aj respondenti zo Slovenska – až dve tretiny z nich (75%) tvrdia, že prostredníctvom internetu a sociálnych sietí udržiavajú kontakty s viac ako 20 osobami (Tabuľka 13). Tento údaj považujeme za pozitívny signál. Tento spôsob socializácie totiž umožňuje mladým diskutovať a zdieľať svoje názory, postoje a informácie s veľmi širokou skupinou rovesníkov. Rozsah týchto skupín je často tak veľký, že v bežnom živote má jednotlivec iba minimálnu žiadnu šancu udržiavať s ich členmi osobný kontakt.

Kolko priateľov máte pridaných pri svojom profile? Označte počet osôb ktoré si môžu Váš profil prezeráť, posilať Vám tam správy, diskutovať s vami ap.

	Percent %
Viac ako 20 osôb	74,96%
15 až 20 osôb	6,42%
10 až 15 osôb	4,84%
Neviem odpovedať	4,03%
5 až 10 osôb	3,52%
1 až 5 osôb	2,75%
Nemám vytvorený profil	2,39%
Žiadne osoby	1,10%

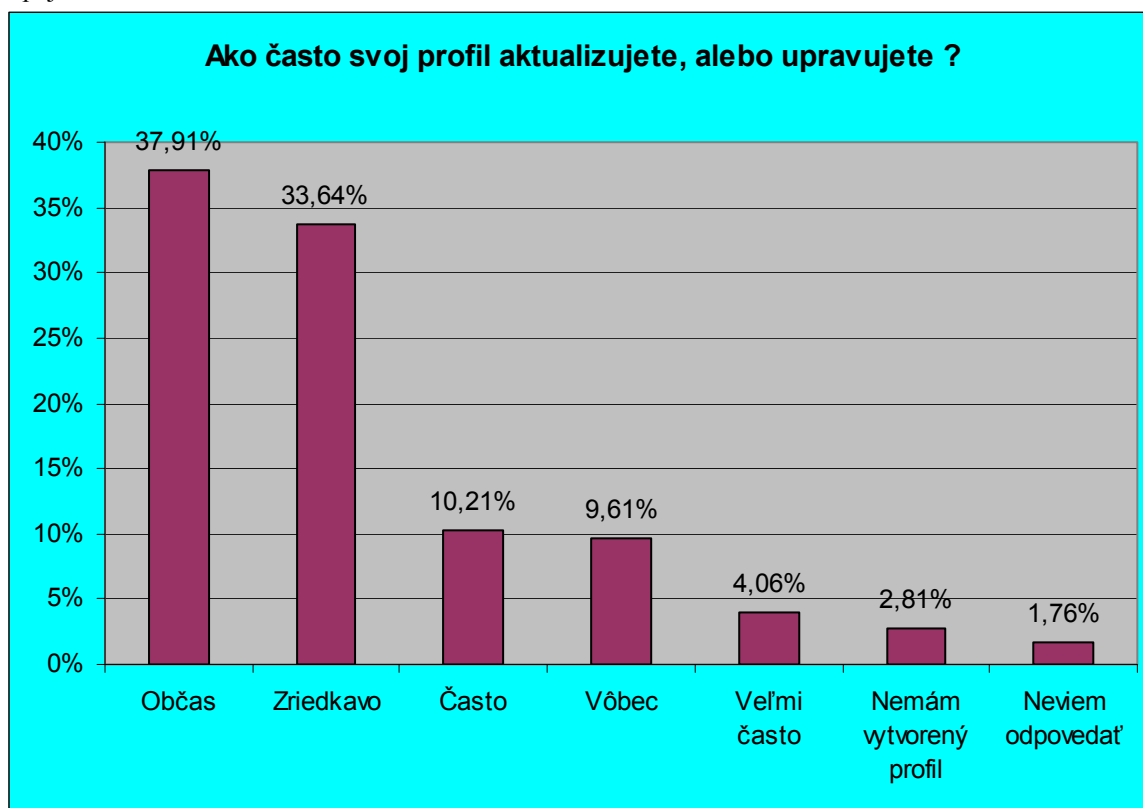
Tab. 13

Pomerne rozšírené presvedčenie o tom, že internet prispieva k anonymite a odosobneniu komunikácie medzi mladými ľuďmi sa nepotvrdil. Respondentov sme sa spýtali, či vo svojich virtuálnych profiloch niekedy uvádzajú o sebe aj nepravdivé, ale zavádzajúce informácie (napríklad iný vek, iné pohlavie, cudzia fotografia a pod.). Ako vidno z Grafu 14, takmer 60 % mladých ľudí tvrdí, že nikdy takejto praktiky v on-line komunikácii neaplikovalo. V rámci diskusií, četovania a účasti v sociálnych sieťach teda nevystupujú anonymne, ale prezentujú o sebe primerané množstvo informácií. Odosobnenú formu komunikácie a používanie falošnej identity používa zriedkavo 23 % respondentov a občas necelých 10 % účastníkov prieskumu.



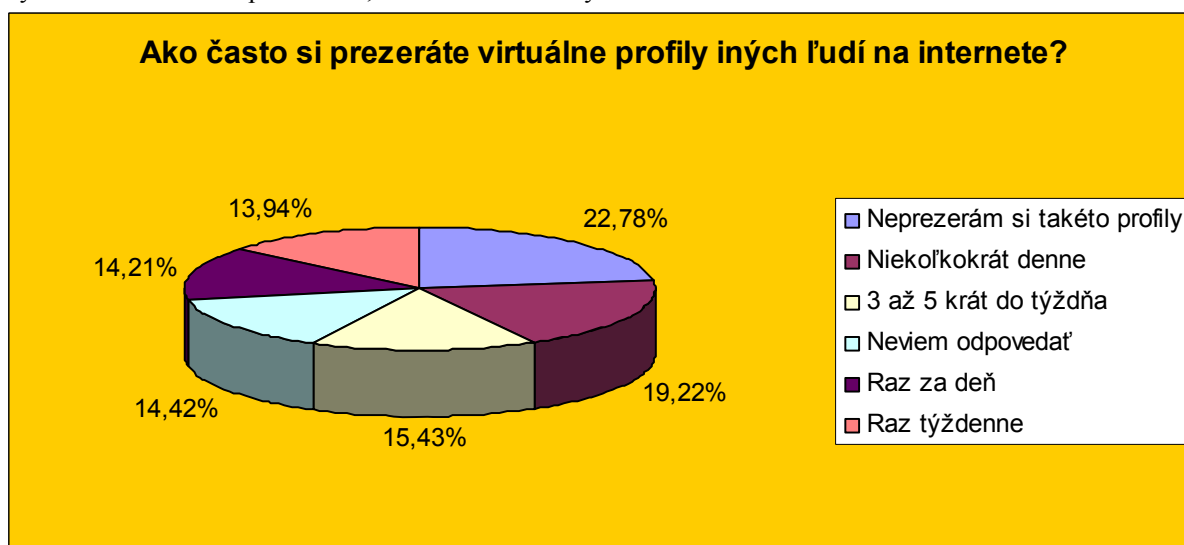
Graf 14

Zaujímavým zistením je, že väčšina mladých ľudí údaje o sebe, ktoré zdieľa s ostatnými prostredníctvom četu a sociálnych sietí, príliš často neaktualizuje. Viac ako 70 % respondentov upravuje údaje vo svojom osobnom profile iba zriedkavo, alebo občas (**Graf 15**). Väčší dôraz ako na samotnú formu sebareprezentácie kladú na samotnú on-line komunikáciu s priateľmi a reagovanie na aktuálne veci v internetovej komunite, v ktorej sú zapojení.



Graf 15

Príklon k trendu digitálnej socializácie potvrdzujú aj odpovede na otázky, v rámci ktorých sme zisťovali mieru záujmu mládeže o nadväzovanie nových kontaktov v on-line prostredí. Z údajov prezentovaných v **Grafe 16** vyplýva, že približne 19 % respondentov vyhľadáva nové kontakty niekoľko krát denne, 14 percent respondentov aspoň raz za deň. Ďalšia skupina, reprezentujúca približne 33 percent respondentov, si profily iných ľudí na internete prezerá raz, alebo viac krát do týždňa.



Graf 16

V rámci výskumného zadania nás zaujímala aj otázka, s akými osobami vlastne mladí ľudia v prostredí sociálnych sietí komunikujú. Išlo najmä o zistenie, či ide o ľudí, ktorých poznajú aj osobne, alebo prevažne ľudí,

s ktorými sa osobne nikdy nestretli. Údaje zhrnuté v **Tabuľke 17** naznačujú, že takmer dve tretiny (74 %) účastníkov prieskumu komunikujú najmä s ľuďmi, ktorých poznajú aj osobne a stretávajú sa s nimi aj v bežnom „offline“ živote.

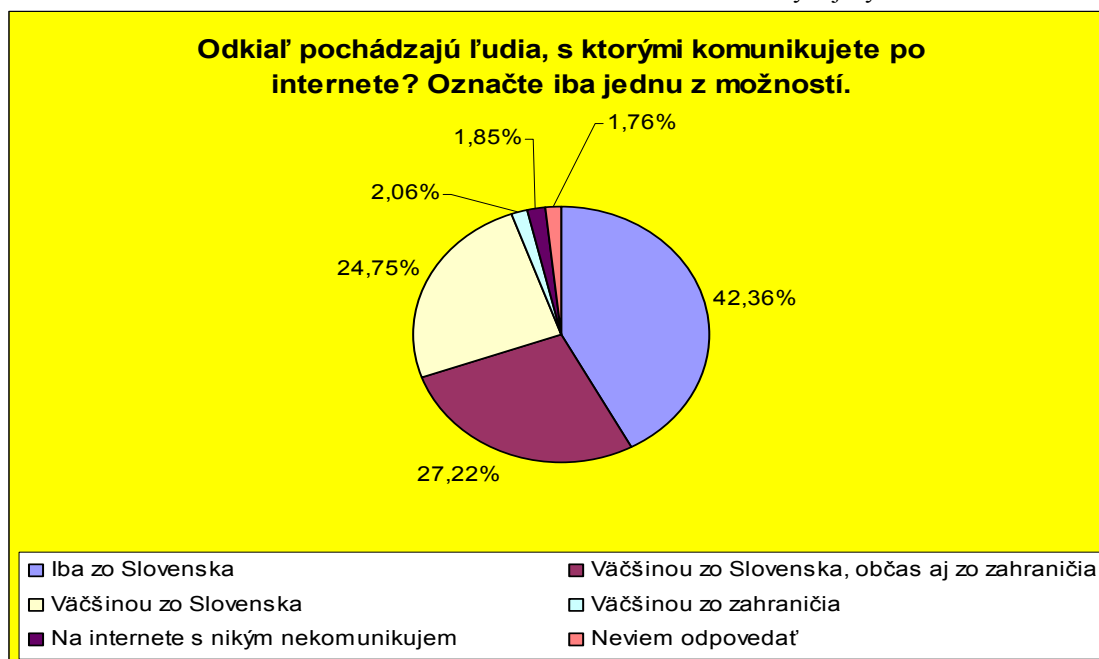
Na aké účely zvyčajne používate čer podobné internetové služby (napr. Popec, ICQ, diskusné fóra ap.)? Označte iba jednu z možností.

	Percent %
Komunikujem väčšinou s priateľmi, s ktorými sa často stretávam aj osobne (napr. v škole, v partii ap.)	73,67%
Komunikujem väčšinou s priateľmi, s ktorými sa iba zriedkavo stretávam aj osobne	15,73%
Komunikujem väčšinou s ľuďmi, s ktorými som sa osobne nikdy nestretla/nestretol	4,78%
Nepoužívam čer a podobné internetové služby	2,96%
Neviem odpovedať	2,87%

Tab. 17

Na jednej strane toto zistenie možno interpretovať ako pozitívny trend naznačujúci, že internetová komunikácia mladých ľudí nie je až natoľko virtualizovaná, ako sa na prvý pohľad môže zdať. Väčšina z nich považuje tento spôsob komunikácie za akési rozšírenie a obohatenie už existujúcich rovesníckych kontaktov. Na druhej strane však nezujem o komunikáciu s ľuďmi mimo vlastnej komunity možno považovať aj za isté negatívum. Obmedzujú sa tým totiž existujúci potenciál interkultúrneho dialógu, ktorý sa v podobe globálnej internetovej komunikácie ponúka.

Nevyužitú rezervu vidíme aj možnostiach neformálneho jazykového vzdelávania v prostredí sociálnych sietí. Dokumentujú to údaje z **Grafu 18**, podľa ktorých takmer 67 % respondentov komunikuje iba, alebo väčšinou s ľuďmi zo Slovenska. Občasnú komunikáciu s rovesníkmi hovoriacimi iným jazykom uviedlo iba 27 %.



Graf 18

Forma nezáväznej komunikácie v cudzom jazyku, navyše o témach, ktoré mladých zaujímajú, je pritom veľmi perspektívna a v zahraničí čoraz viac využívaná. Zdá sa však, že na Slovensku je povedomie o týchto možnostiach zatiaľ veľmi slabé. Do budúcnosti to vytvára priestor pre vznik neformálnych vzdelávacích aktivít a projektov, ktoré by mládeži prijateľnou formou približovali existujúci a stále nevyužitý potenciál tohto zaujímavého fenoménu.

Za zmienku stoja i zistenia uvedené v **Tabuľke 19**, podľa ktorých je paleta komunikačných aktivít používaných mladými obyvateľmi Slovenska veľmi široká. Okrem priameho kontaktu v rámci sociálnych sietí a četovacích programov sa zapájajú aj do diskusií, píšú komentáre a poznámky k rôznym témam, ktoré ich zaujali.

Ktoré z nižšie uvedených aktivít používate pri komunikácii s priateľmi a inými ľuďmi v prostredí internetu? Uvedte všetky možnosti, ktoré sa Vás týkajú.

	Percent %
Posielam súkromné odkazy a správy, ktoré môže čítať iba ich adresát	70,87%
Píšem komentáre, odkazy, alebo poznámky na iných webových stránkach, blogoch, alebo profiloch	38,15%
Posielam odkazy a správy, ktoré môžu čítať všetci moji priatelia	35,10%
Neviem odpovedať	6,36%
Nerobím ani jednu z týchto činností	5,04%

Tab.19

Z hľadiska rozvíjania kľúčových kompetencií považujeme za pozitívny signál záujem mladých ľudí o účasť v diskusiách a vyjadrovaní vlastných, často kritických, názorov a postojov. Takmer 40 % respondentov uviedlo, že sa zapája do diskusií, ktoré sú umiestnené na iných webových stránkach, blogoch a profiloch. Tento moment považujeme za zaujímavý aj z hľadiska participácie. Aktívny prístup k diskusií v digitálnom prostredí čiastočne spochybňuje relatívne rozšírenú tému o nezáujme mladých ľudí o dianie v spoločnosti a veci verejné. Pre objektivnosť však treba uviesť, že veľká časť týchto debát a komentárov sa netýka celospoločensky relevantných tém, ale skôr zábavných a lifestyleových tém (podrobnejšie údaje k tejto téme sú k dispozícii v inej časti výskumu).

Zaujímalo nás tiež, aké sú dôvody mimoriadnej popularity četovania – predovšetkým z perspektívy samotných mladých ľudí. Tento fenomén má súvis s novým ponímaním generáčnej identity, ktorá sa čoraz plastickejšie prejavuje práve v prostredí sociálnych sietí a ostatných foriem on-line komunikácie. Ako názorne ukazuje **Tabuľka 20**, približne dve tretiny účastníkov výskumu uviedli, že četovanie je pre nich predovšetkým zábava, ktorá im umožňuje byť neustále v kontakte s priateľmi. V týchto postojoch možno vycítiť veľmi silnú potrebu digitálneho sociálneho kontaktu, ktorá je pre on-line generáciu veľmi príznačná.

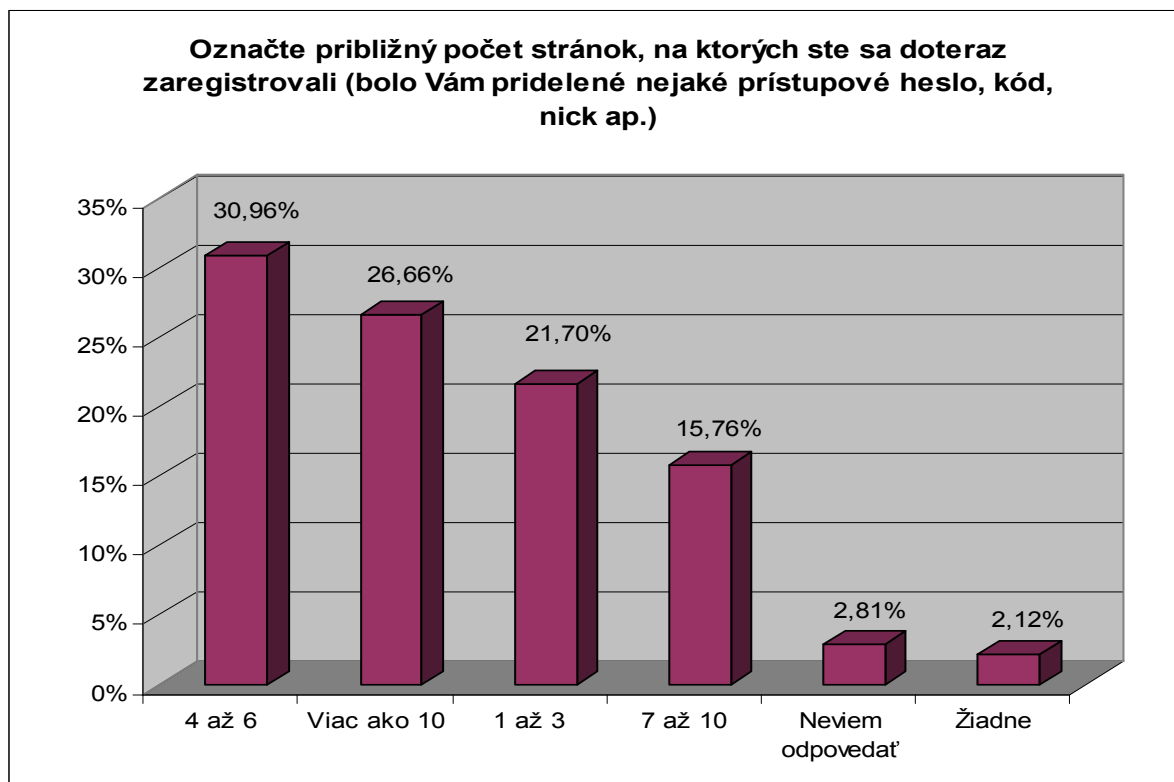
Veľmi frekventované boli aj ďalšie odpovede potvrdzujúce našu hypotézu o postupnom prepájaní generáčnej identity a technologickou identitou – napr. „*môžem sa s ostatnými podeliť o svoje zážitky, problémy a skúsenosti*“ (50 %), „*môžem sa zoznámiť s množstvom nových ľudí*“ (48 %), „*môžem slobodne vyjadrovať svoje myšlienky a názory*“ (43 %) a pod.

Označte dôvody pre ktoré je pre Vás príťažlivé četovanie? Vyberte prosím všetky možnosti, ktoré sa Vás týkajú.

	Percent %
Je to pre mňa predovšetkým zábava, ktorá mi umožňuje byť neustále v kontakte s priateľmi	71,04%
Môžem sa s ostatnými podeliť o svoje zážitky, problémy, skúsenosti	49,79%
Môžem sa zoznámiť s množstvom nových ľudí	48,21%
Môžem slobodne vyjadrovať svoje myšlienky a názory	43,01%
Môžem získať množstvo nových informácií a poznatkov	42,39%
Môžem sa poučiť zo zážitkov, problémov a skúseností iných ľudí	30,18%
Četovanie pre mňa nie je príťažlivé	9,46%
Neviem odpovedať	5,58%

Tab. 20

Z hľadiska kvantitatívneho hodnotenia záujmu mladých ľudí o komunikáciu v on-line prostredí sme ich požiadali, aby uviedli, počet stránok, portálov a sociálnych sietí, na ktorých sa doteraz zaregistrovali. Získané údaje (**Graf 21**) potvrdzujú, že súčasná mladá ľudia sú naozaj „digitálnymi domorodcami“. Približne 27 % z nich uviedlo, že je zapojených do viac ako desiatich stránok, takmer 31 % tvrdí, že sa zatiaľ registrovalo do 4 až 6 portálov.



Graf 21

Mladí ľudia a on-line práca s informáciami

Jedným z cieľov výskumu bolo i preskúmať, o aké typy informácií sa mladí ľudia v on-line prostredí zaujímajú, aké techniky a aktivity pri ich získavaní, spracovávaní a využívaní prevažujú, aké sú ich zručnosti pri používaní interaktívnych nástrojov, obsahov a techník.

Tabuľka 22 ponúka tematický prehľad rôznych webových stránok a blogov, z ktorého je zrejmé o aké obsahy sa mladí ľudia najčastejšie zaujímajú. Miera záujmu bola odstupňovaná pre každú kategóriu webov v škále od tvrdenia „Vôbec ma nezaujíma“ až po tvrdenie „Veľmi ma zaujíma“.

Nakoľko Vás zaujímajú webové stránky, alebo blogy s nasledovným zameraním? Môžete vybrať aj viacero možností.

	Vôbec ma nezaujíma	Minimálne ma zaujíma	Občas ma zaujíma	Celkom ma zaujíma	Veľmi ma zaujíma
Hudba	3,40%	3,60%	11,60%	26,90%	54,50%
Film	5,60%	9,10%	21,70%	29,90%	33,80%
Divadlo	52,50%	28,50%	12,50%	3,50%	3,00%
Šport	19,00%	19,50%	20,50%	15,90%	25,10%

Hry	14,70%	17,50%	24,00%	20,90%	23,00%
Počítače/Internet	16,80%	18,10%	18,10%	18,00%	29,10%
Internetové zoznamky	22,90%	19,50%	20,20%	18,80%	18,60%
Stránky politických strán	81,10%	10,90%	4,00%	1,70%	2,30%
Stránky vládnych, alebo samosprávnych inštitúcií	80,40%	11,80%	4,20%	1,70%	1,90%
Stránky mládežníckych organizácií	50,80%	26,50%	13,80%	5,70%	3,20%
Spravodajstvo zo Slovenska	32,30%	22,20%	27,30%	12,30%	5,90%
Spravodajstvo zo sveta	27,90%	21,60%	27,50%	15,80%	7,10%
Ekonomika/financie	55,80%	24,70%	12,30%	3,90%	3,30%
On-line nakupovanie	31,20%	20,00%	23,50%	14,80%	10,40%
Móda	28,60%	17,40%	19,40%	17,50%	17,20%
Životné prostredie	38,60%	27,90%	19,10%	8,70%	5,70%
Zvieratá	26,40%	24,60%	22,70%	14,00%	12,30%
Náboženstvo/spiritualita	63,60%	17,80%	9,80%	4,70%	4,10%
Zdravie/zdravý životný štýl	29,70%	24,10%	22,90%	13,60%	9,60%
Show biznis/celebrity	29,60%	20,70%	21,90%	16,40%	11,40%
Erotika/pornografia	51,50%	14,20%	12,40%	7,60%	14,30%
Iné typy stránok	26,20%	16,50%	27,80%	12,50%	17,10%

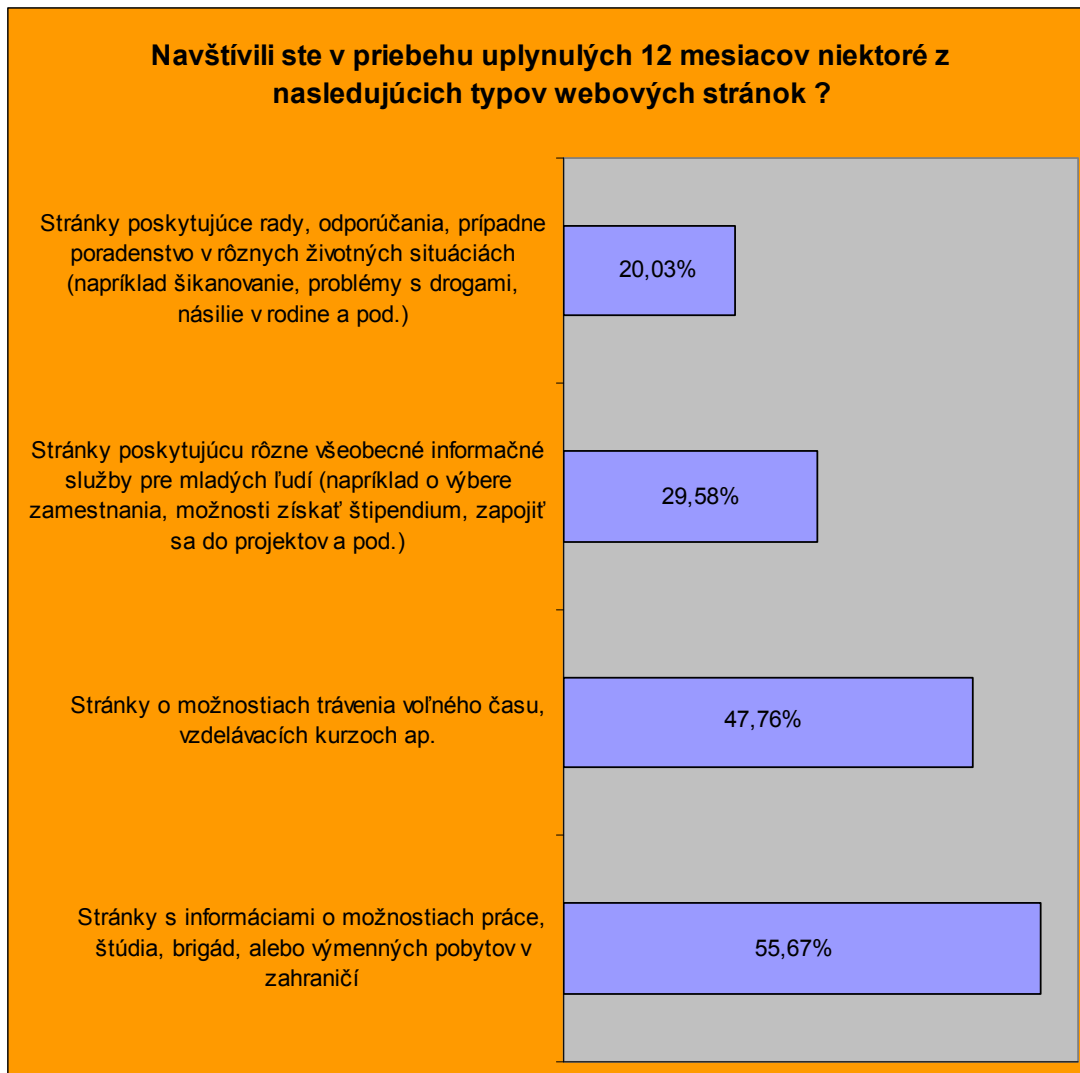
Tab.22

Popredné miesta v tabuľke nie sú žiadnym prekvapením a potvrdzujú údaje známe aj z iných zahraničných prieskumov. Jednoznačné prvenstvo v miere záujmu získali stránky o hudbe (54 %), filme (34%), športe (25 %) a počítačových hrách (23 %). Mládež na Slovensku priťahujú i digitálne obsahy súvisiace s počítačmi a internetom (29 %), módou (17 %) a internetovými zoznamkami (19 %).

Omnoho závažnejším zistením je priam zdrvujúci nezáujem mladých o on-line prezentáciu akékoľvek občianskych a politických aktivít. Až 81 % respondentov uviedlo, že sa vôbec nezaujímajú o témy súvisiace s politickými stranami a hnutiami. Podobne dopadli i stránky vládnych a samosprávnych inštitúcií (80 %). Tieto údaje sú žiaľ tiež veľmi podobné, ako v podobných prieskumoch realizovaných v západnej Európe, kde medzi malými taktiež prevláda výrazný nezáujem o politiku a veci verejné. Omnoho prekvapujúcejšia však bola pre nás mimoriadne nízka miera záujmu o digitálne obsahy, ktoré sú určené priamo mladým ľuďom. Takmer 51 %

respondentov totiž uviedlo, že sa vôbec nezaujíma o stránky mládežníckych organizácií, ďalších 26 % táto téma zaujíma iba minimálne.

Výsledky výskumu dokazujú, že viac ako polovica zúčastnených mladých ľudí sa zaujíma aj o praktické informácie týkajúce priamo ich každodenného života. Na otázku či navštívili v priebehu uplynulých 12 mesiacov niektorú zo stránok smerovaných priamo k potrebám mladých ľudí, veľká časť z nich odpovedala pozitívne (**Graf 23**). Najväčší záujem respondenti prejavujú o stránky s informáciami o možnostiach práce, štúdia, brigád a výmenných pobytov v zahraničí (56 %), ale aj weby informujúce o možnostiach trávenia voľného času a vzdelávania. Na druhej strane je zaujímavý relatívne nízky záujem o témy súvisiace s voľbou budúceho povolania, zapojenia sa do projektov a získania štipendií (29%). Prekvapil nás tiež fakt, že takmer 80 % mladých vôbec nenavštevuje stránky poskytujúce rady, odporúčania a poradenstvo v rôznych životných situáciách (napríklad šikanovanie, problémy s drogami, násilie v rodine a pod.).



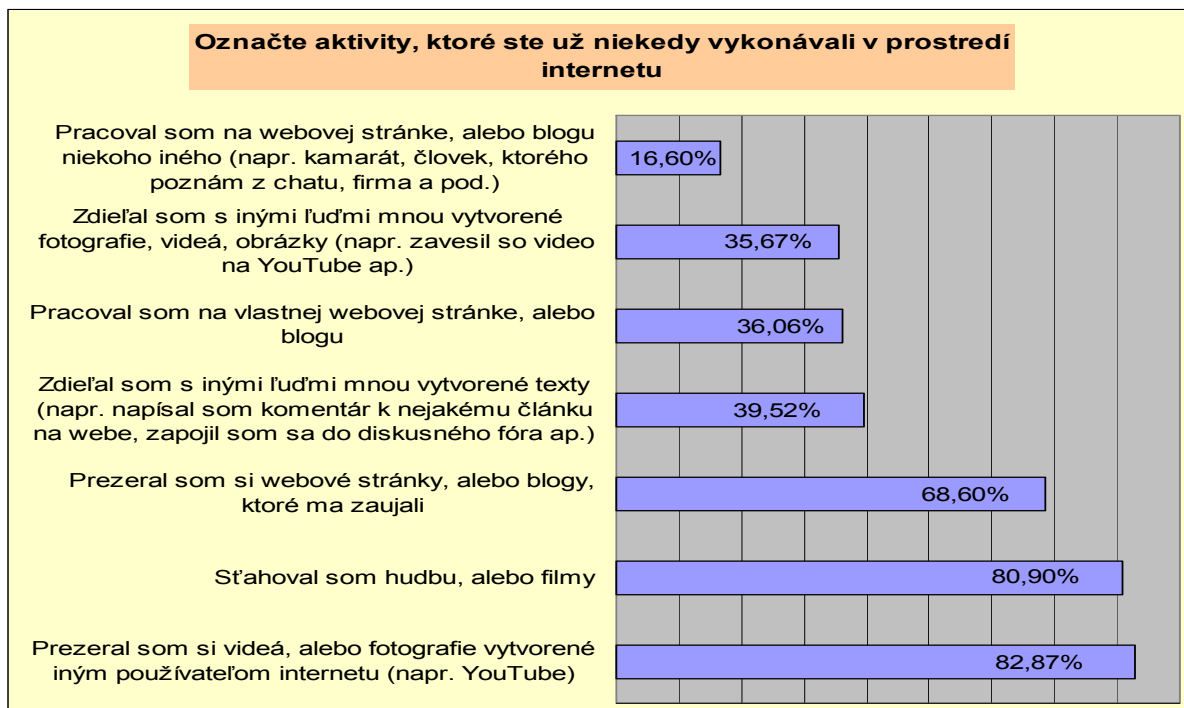
Graf 23

V tejto časti výskumu sme sa tiež sústredili na on-line techniky a aktivity, ktoré mladí ľudia pri získavaní digitálnych informácií najčastejšie používajú. (**Tabuľka 24 + Graf 25**). Paleta najfrekventovanejšie používaných nástrojov je veľmi široká a dokazuje mimoriadnu zručnosť a skúsenosti v ich praktickom využívaní. Väčšina respondentov pravidelne používa internetové vyhľadávače (napr. Google), pracuje s mailovou poštou, sťahuje hudbu, prezerá si videosúbory (najmä You Tube), zdieľa fotografie. Frekventované je i počúvanie on-line rádií a sledovanie on-line televízie, sťahovanie rôznych softvérových produktov, čítanie blogov a pod.

Prezrite si zoznam rôznych on-line aktivít a označte tie, ktorými ste sa už niekedy zaoberali. Označte všetky možnosti, ktoré sa Vás týkajú.

	Percent %
Používam vyhľadávač (napr. Google, Zoznam ap)	89,43%
Píšem, čítam, posielam e-mailly	86,93%
Počúvam, alebo si sťahujem hudbu a iné zvukové súbory	83,07%
Prehliadam si videosúbory (napr. na YouTube)	81,55%
Prezerám, alebo si sťahujem fotografie a obrázky	74,42%
Čítam si blogy s témami, ktoré ma zaujímajú	54,87%
Vyhľadávam informácie o hudbe a showbiznise	51,34%
Sťahujem si iné softvérové produkty (napr.hry, rôzne aplikačné programy ap.)	47,01%
Počúvam rádio on-line	44,87%
Vyhľadávam informácie o počasí	42,42%
Vyhľadávam informácie o výrobkoch a službách, ktoré ma zaujímajú, alebo si ich plánujem kúpiť	41,67%
Vyhľadávam informácie o športe	40,06%
Sledujem televíziu on-line	39,55%
Čítam on-line verzie novín, časopisov a iné spravodajstvo	36,96%
Vyhľadávam informácie o zdraví a zdravom životnom štýle	28,39%
Nakupujem výrobky, alebo služby v e-shope	27,85%
Vyhľadávam informácie o informačných technológiách a internete	22,99%

Tab. 24



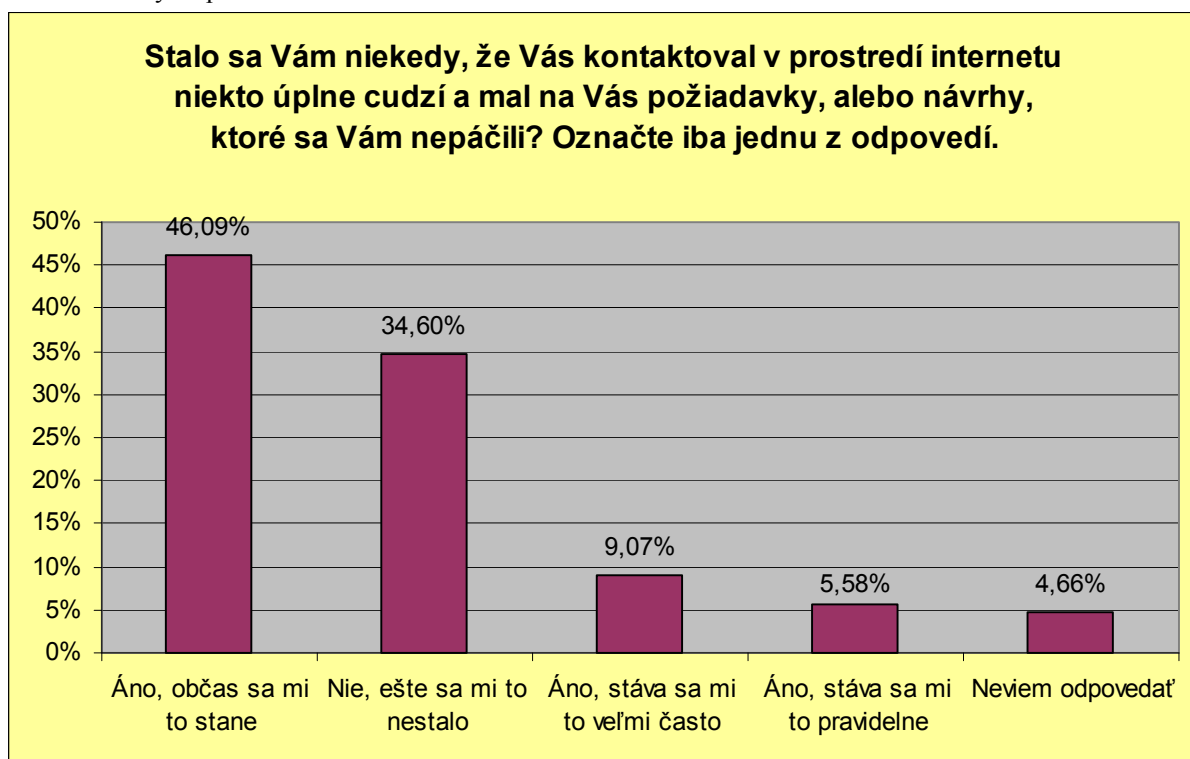
Graf 25

Tematický okruh 4: Mladí ľudia a on-line bezpečnosť

Ďalšia časť otázok sa týkala správania mladých ľudí v prostredí internetu z hľadiska ich bezpečnosti. Zaujímala nás schopnosť mladých ľudí brániť sa pred prípadnými negatívnymi zásahmi iných osôb z on-line prostredia do ich súkromia, ako aj predpokladané spôsoby reagovania na rôzne nepredvídané situácie, s ktorými sa môžu na internete stretnúť. Ide najmä o elektronické šikanovanie, diskriminácia, nevyžiadané maily, možnosť zneužitia osobných údajov, agresívne a vulgárne správanie a rôzne iné prostriedky ohrozenia.

Okrem tohto okruhu otázok nás zaujímali poznatky mladých ľudí o filtrovacích a monitorovacích programoch, ktoré zabráňujú prístupu k stránkam s nevhodným obsahom, prípadne umožňujú rodičom monitorovať pohyb tínedžera na internete. Zaujímal nás najmä názor na použitie takýchto technických prostriedkov a ich efektívnosť z pohľadu samotných mladých používateľov internetu.

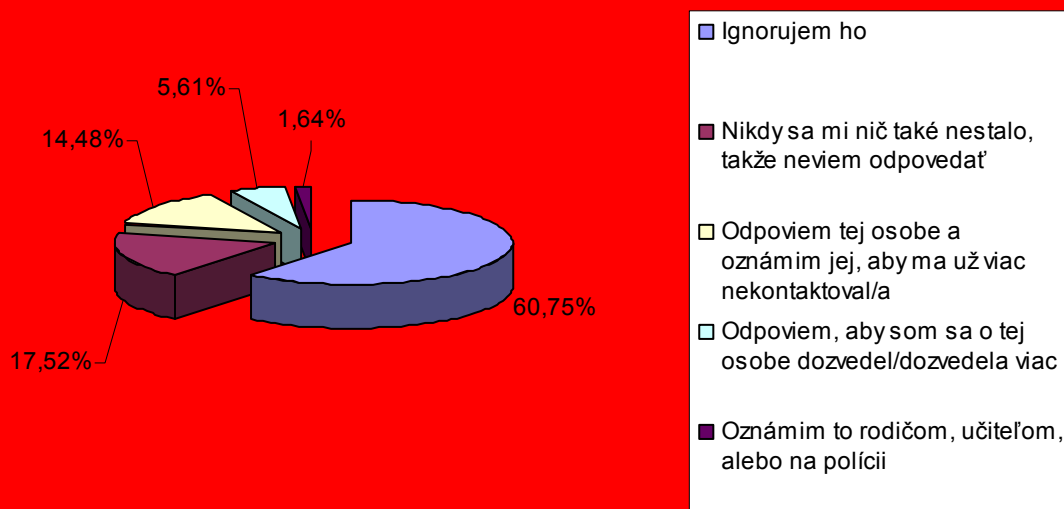
Vzhľadom na mimoriadne rozsiahle zapojenie detí a mládeže do sociálnych sietí v on-line prostredí je kľúčovým poznatkom, či a ako často dochádza k obťažovaniu či nevhodnému správaniu zo strany cudzích osôb. Až 46 % respondentov uviedlo, že sa s takýmto konaním občas stretávajú (**Graf 26**). Približne 9 % z nich dokonca tvrdí, že sa im to stáva veľmi často. Na druhej strane až 35 % účastníkov prieskumu uvádza, že sa s obťažovaním, alebo nevhodným správaním na internete ešte vôbec nestretli.



Graf 26

V týchto súvislostiach nás zaujímala aj prípadná reakcia mladých ľudí na takéto negatívne podnety z on-line prostredia. Položili sme otázku „Ako obvykle reagujete, ak Vás kontaktuje niekto úplne cudzí a má na vás požiadavky, alebo návrhy, ktoré sa vám nepáčia?“ Pri vyhodnotení odpovedí (**Graf 27**) možno na jednej strane pozitívne hodnotiť prevažujúcu odpoveď, podľa ktorej by až 60 % účastníkov prieskumu takéto návrhy ignorovalo.

**Ako obvykle reagujete, ak Vás kontaktuje niekto úplne cudzí a má na Vás požiadavky, alebo návrhy, ktoré sa Vám nepáčia?
Označte iba jednu z odpovedí.**

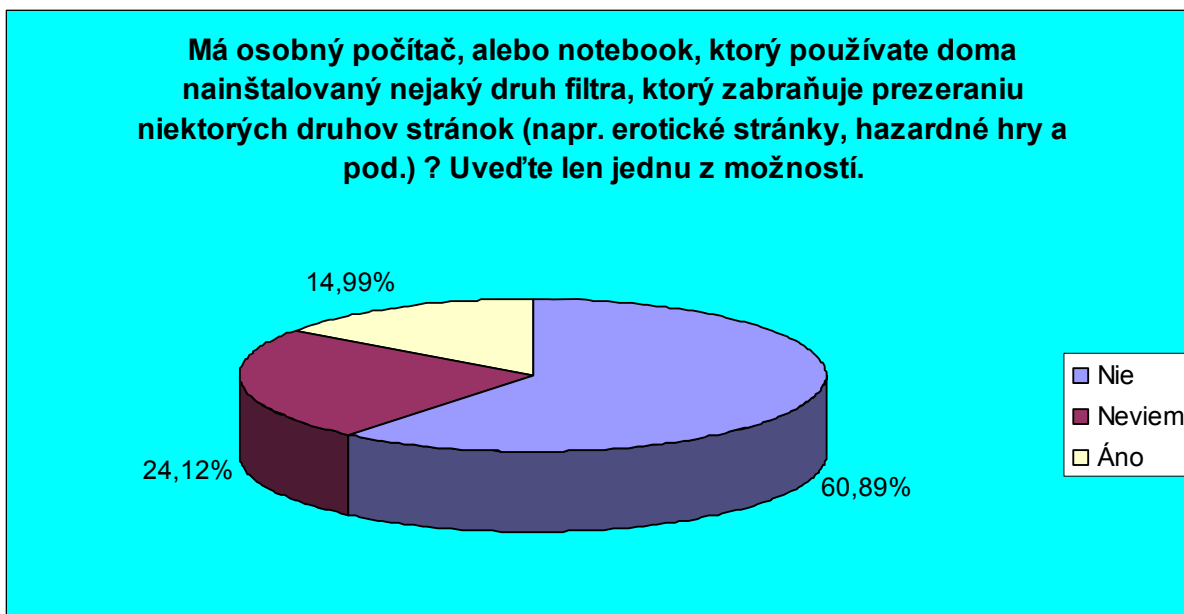


Graf 27

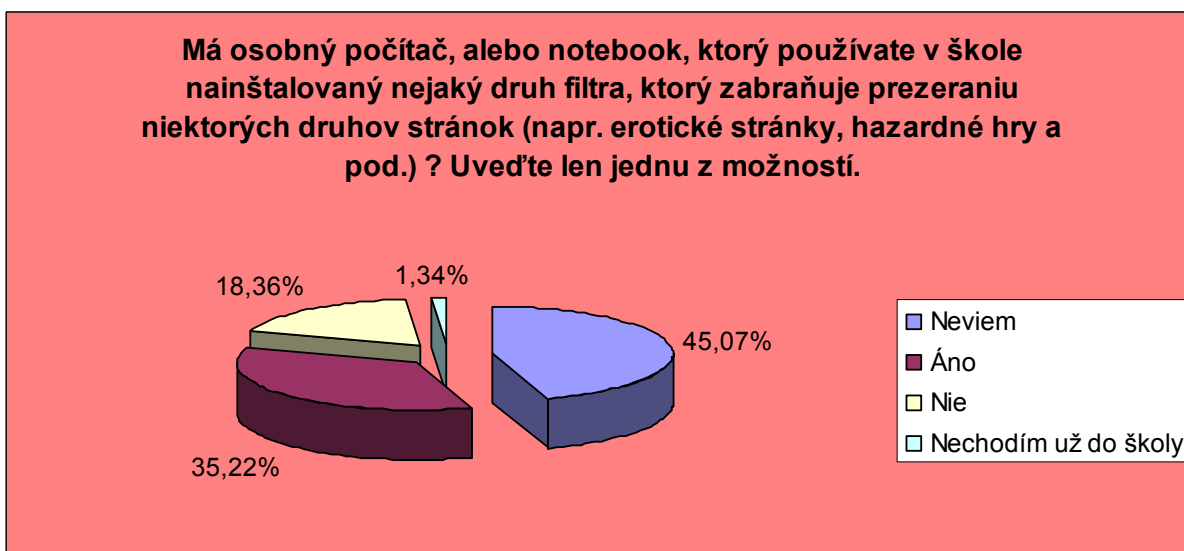
Z hľadiska prevencie pred nástrahami internetu je určite vhodné na obťažujúce a ohrozujúce podnety neodpovedať a nesnažiť sa ich riešiť vo vlastnej réžii. Takto by takúto záležitosť riešilo iba 18 % respondentov. O relatívne slabom právnom povedomí a prípadných možnostiach eliminácie takýchto javov na internete však vypovedajú ďalšie údaje. Iba necelé dve percentá opýtaných dôveruje v týchto otázkach dospelým. Iba takýto podiel respondentov by totiž ohrozujúce podnety z on-line prostredia ohlásil rodičom, učiteľom, alebo polícii. Z tohto zistenia možno dedukovať značnú mieru apatie, nedôvery a nezájmu o prípadné možnosti eliminácie negatívnych obsahov na rovesníkov, nehovoriac už o slabom povedomí o možných dôsledkoch takéhoto konania.

Jednou z možností eliminácie prípadného ohrozenia sú filtrovacie programy. Tieto prostriedky obmedzujú prístup na internetové stránky obsahujúce nevhodný materiál. Filtre blokujú prístup k stránkam s nevhodným obsahom, ale možno prostredníctvom nich blokovať aj prístup do vybraných čítovacích miestností, kontrolovať sťahované súbory a pod. Aplikácia filtrovacích a monitorovacích programov je v rukách dospelých používateľov počítača (rodičia, učelia ap.) a mladí ľudia ich inštalovanie väčšinou sami neinicujú. Nás však zaujímala iná otázka – či ich osobné počítače a notebooky takéto filtrovacie programy obsahujú.

Z výsledkov (**Graf 28 + 29**) vyplýva, že až 61 percent respondentov nemá príliš veľa poznatkov o takýchto programoch a tvrdí, že vôbec nevedia, či ich domáci počítač takéto bezpečnostné prvky vôbec obsahuje. Vie o nich len 15 % účastníkov prieskumu. V prípade školských počítačov o prítomnosti filtrovacích programov nič nevie 46 % opýtaných a 35 % tvrdí, že filtrovacie programy v škole majú nasadené.



Graf 28



Graf 29

Zaujímavé zistenia priniesli odpovede na otázku, či je používanie takýchto programov užitočné (**Tabuľka 30**). Až 41 % respondentov uviedlo, že v prípade niektorých mladých ľudí je to opodstatnené je, avšak oni sami by si nevhodné stránky aj tak neprezerali. Celkovo až 31 % respondentov má voči takýmto praktikám dospelých výhrady a nepovažuje ich za užitočné. Takmer 17 percent z nich tvrdí, že filtre dokážu rôznymi spôsobmi obísť alebo vyradiť z činnosti. Ďalších 14 percent opýtaných by tak rado urobilo, ale netrúfajú si na to.

Myslíte si, že používanie filtra, alebo iného softvéru, ktorý zabraňuje prezeraniu niektorých druhov stránok, je užitočné? Uved'te iba jednu z možností.

	Percent %
V prípade niektorých mladých ľudí je to určite opodstatnené, ja by som si však nevhodné stránky aj tak neprezeral/a	40,72%
Určite áno, považujem to správne	28,57%
Nie je to užitočné, takéto zábrany dokážem prekonať a ku obsahu, ktorý ma zaujíma, sa aj napriek prekážkam dostanem	16,57%

Tab.30

Monitorovacie programy umožnia spätne skontrolovať pohyb dieťaťa na internete, pozrieť si stránky, ktoré navštívilo, alebo chcelo navštíviť, získať prehľad aké súbory sťahovalo z internetu, koľko času strávilo na konkrétnych stránkach. Pomocou vzdialeného prístupu a ovládania sa dá kontrolovať surfovanie na domácom počítači z počítača, v ktorom je program nainštalovaný kedykoľvek (napr. z práce). Zdroj: zodpovedne.sk

Filtre zabezpečujú, aby sa dieťa nedostalo na internetové stránky, ktoré obsahujú nevhodný materiál. Pomocou filtrov je možné nastaviť blokovanie stránok, ktoré obsahujú vybrané slová, ale aj obrázky (napr. sex, porno...). Niektoré filtre tiež blokujú prístup do četových miestností, internetových diskusií, kontrolujú emaily a dáta sťahované cez peer-to-peer programy. Filter je možné si nainštalovať do svojho počítača alebo využívať filtre prevádzkované verejne internetovými providermi, ktorý bude kontrolovať stránky miesto vás.⁴

Tematický okruh 5: Mladí ľudia a on-line učenie

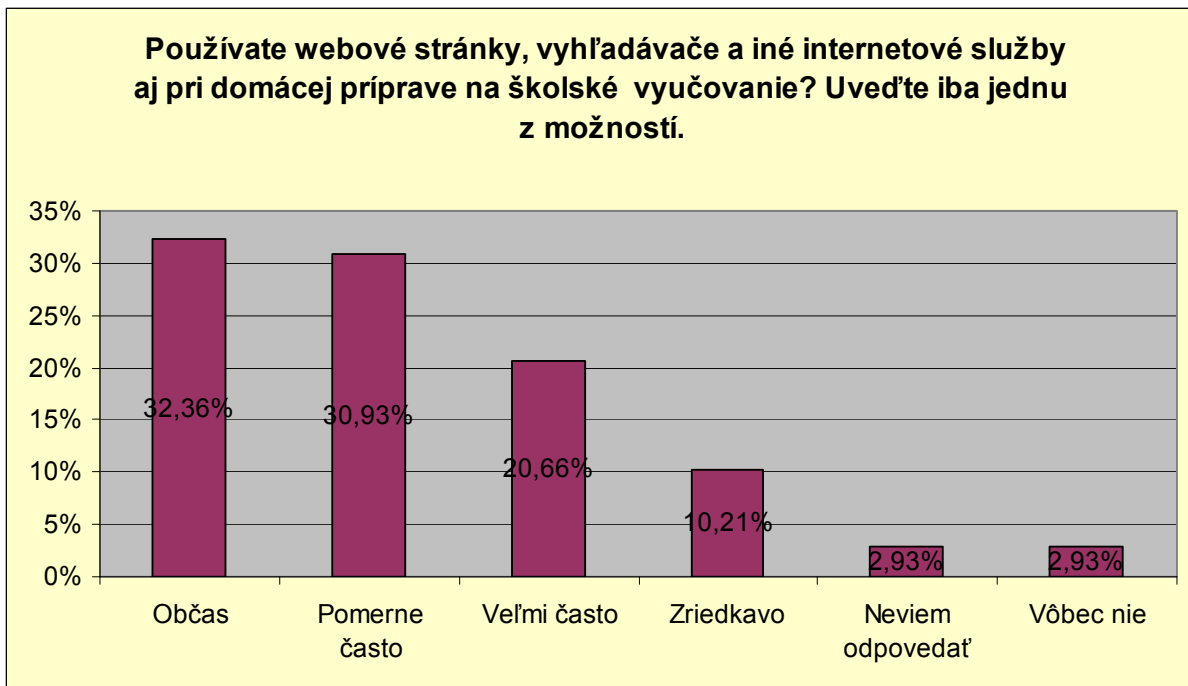
Zaujímavé zistenia priniesol súbor výskumných otázok týkajúcich sa vzťahu digitálneho prostredia a učenia sa mladých ľudí. Naším zámerom bolo predovšetkým preskúmať, nakoľko mladí ľudia využívajú internet na zábavu a do akej miery slúži aj ako prostriedok neformálneho vzdelávania. Zamerali sme sa výlučne na využitie internetu v čase mimo školského vyučovania. Otázky sa preto nezaobierajú skúmaním internetovej praxe študentov v rámci vyučovacieho procesu, ale skôr využitím informačno-komunikačných technológií v domácom prostredí a v rámci neformálnych voľnočasových aktivít.

Vychádzali sme z premisy, ktorú veľmi trefne formulovali autori amerického výskumu Living and Learning with New Media „Mládež vytvára a usmerňuje nové formy vyjadrovania sa a pravidiel pre sociálne správanie. V rámci tohto procesu získava rôzne formy technickej a mediálnej gramotnosti, ktoré nachádza skúmaním nových záujmov a nových druhov médií. Prostredníctvom pokusov a omylov mládež získava nové mediálne zručnosti a rozširuje ich repertoár – napríklad tým, že sa učí, ako vytvoriť video, upraviť hru, alebo svoju stránku v sieti MySpace. Tinedžeri potom zdieľajú svoje výtvary a získavajú on-line spätnú väzbu od ostatných. Svojou bezprostrednosťou a rozsahom informácií digitálny svet znižuje prekážky pre „učenie sa vo vlastnej réžii“.“⁵

Autori výskumu zistili, že nové médiá výrazne zmenili spôsoby, akými sa mladí ľudia začleňujú do spoločnosti a učia sa. Tento fakt aj v našich podmienkach vyvoláva nový súbor otázok a problémových okruhov, ktorými by sa mali vážne zaoberať všetci aktéri podieľajúci sa na práci s mládežou.

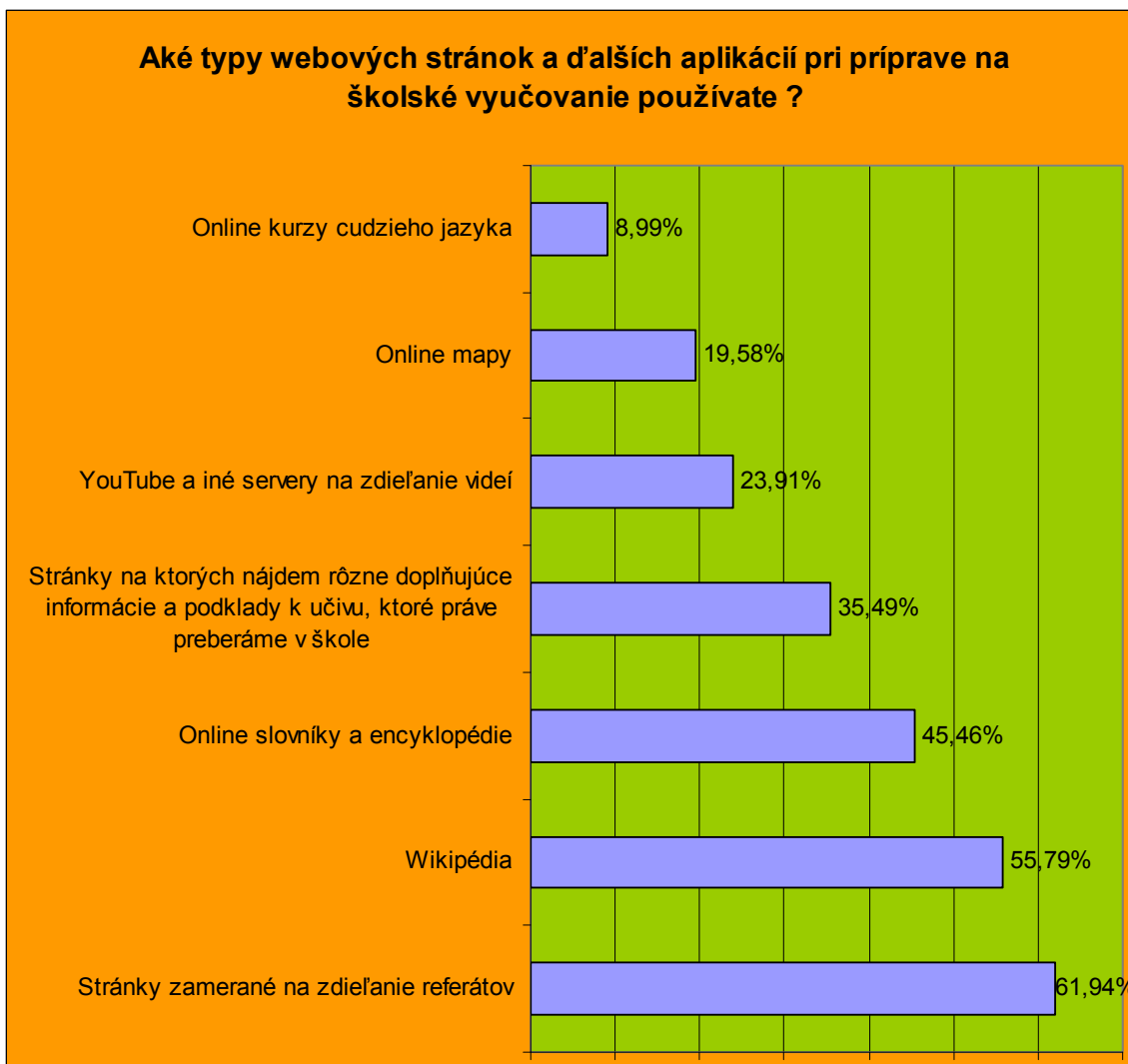
V rámci nášho on-line prieskumu sme sa zaujímali o to, či mladí ľudia používajú webové stránky, vyhľadávače a iné internetové služby aj v rámci domácej prípravy na školské vyučovanie. Ako ukazuje **Graf 31**, viac ako polovica respondentov uviedla, že na takéto účely využíva internet pomerne často (31%), alebo veľmi často (21%). Odpoveď, že tak robia zriedkavo, alebo vôbec nie uviedlo spolu len 13 % opýtaných.

Tieto údaje prispievajú k potvrdeniu jednej z našich hypotéz, podľa ktorej nové médiá a on-line komunikačné nástroje zásadne menia spôsoby, akými sa mladí ľudia učia a nadobúdajú nové vedomosti a poznatky.



Graf 31

Náš výskumný záujem sme rozšírili aj o otázku, aké typy webových stránok a ďalších aplikácií pri domácej príprave na školské vyučovanie mládež používa (**Graf 32**). Nie príliš prekvapivým zistením je prvenstvo portálov zameraných na zdieľanie referátov, ktoré používa až 62 percent respondentov. Na jednej strane to môže podporovať populárne argumenty o tom, že internet podnecuje študentov predovšetkým k plagiátorským praktikám. Na druhej strane sa však domnievame, že podobné internetové aplikácie zároveň významne rozvíjajú schopnosť efektívne vyhľadávať a pracovať s rôznymi druhmi informácií.



Graf 32

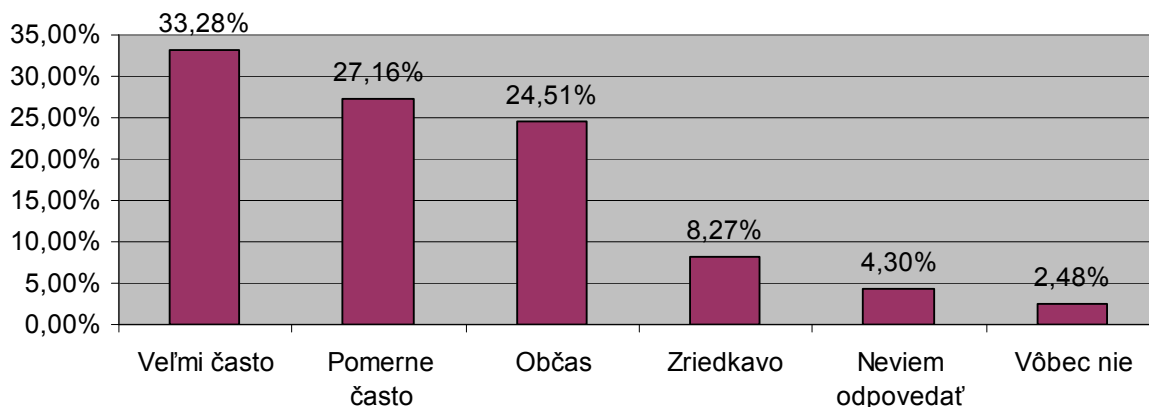
Ide o jednu najdôležitejších kľúčových kompetencií, ktorej naplnenie však musí byť podporené vzdelávaním mladých o autorských právach a potrebe vždy uvádzať zdroje, z ktorých pri práci s informáciami čerpali. Opodstatnenosť týchto očakávaní potvrdzujú aj ďalšie údaje, podľa ktorých takmer polovica respondentov pravidelne používa aj on-line slovníky a encyklopédie, službu Wikipédia.

Zhruba tretina z respondentov uvádza, že využíva aj široké spektrum webstránok, na ktorých nachádzajú doplňujúce informácie a podklady k aktuálnemu učivu. Ako aj v predchádzajúcich častiach výskumu, určité rezervy vidíme v slabom využívaní potenciálu internetu pri posilňovaní jazykových schopností. Iba necelých 9 % respondentov totiž uviedlo, že internet používa aj na tento nesporne veľmi dôležitý účel.

Keďže našim zámerom bolo skúmať jednotlivé aspekty on-line učenia sa, zamerali sme sa aj na otázku takzvaného „rovesníckeho učenia“. Zaujímali nás predovšetkým názor mladých na to, či ich komunikácia prostredníctvom sociálnych sietí, čítania a ďalších nových médií prispieva aj k získavaniu nových poznatkov, vedomostí a informácií. Tie sa môžu týkať jednak formálneho, ale i neformálneho učenia.

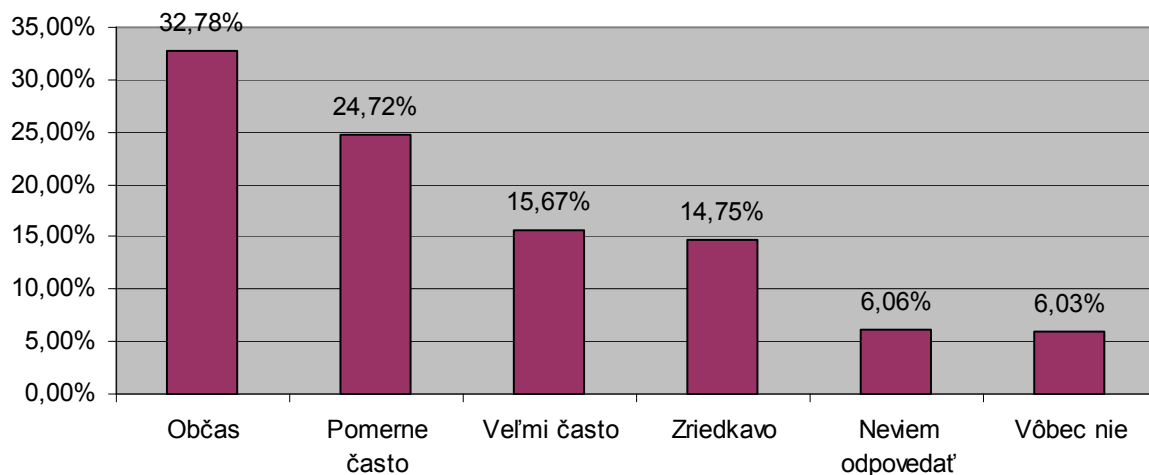
Názory mladých ľudí na tieto otázky sú veľmi zaujímavé (**Graf 33, 34, 35**). Až 60 % oslovených tvrdí, že internetovú komunikáciu využíva na získavanie informácií a poznatkov, ktoré priamo nesúvisia so školským vyučovaním, ale skôr s ich záľubami a voľnočasovými aktivitami. Takmer 41 % z nich tvrdí, že nové vedomosti a poznatky potrebné pre školské vyučovanie získava aj od priateľov, s ktorými komunikujú on-line (napríklad prostredníctvom služieb Facebook, Polec, Skype a pod.). Takmer 48 % opýtaných tieto postupy „rovesníckeho učenia“ aplikuje aj pri získavaní informácií a poznatkov, ktoré súvisia s ich záľubami a voľnočasovými aktivitami.

Používate webové stránky, vyhľadávače a iné internetové služby aj pri získavaní informácií, ktoré priamo nesúvisia so školským vyučovaním, ale skôr s Vašimi záľubami a voľnočasovými aktivitami? Označte iba jednu z možností.



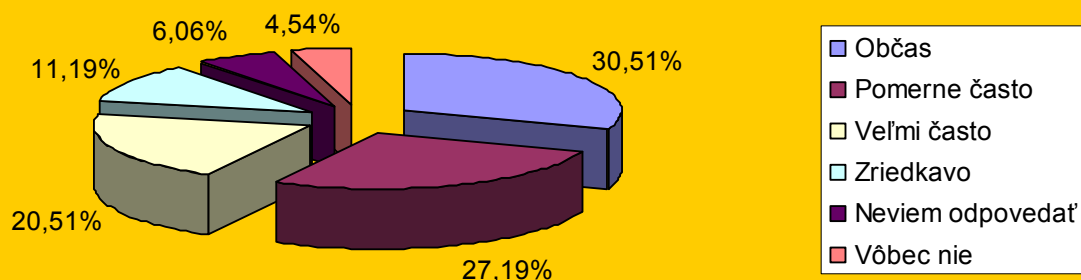
Graf 33

Myslíte si, že získavate informácie, nové vedomosti a poznatky potrebné pre prípravu na školské vyučovanie aj od priateľov a známych, s ktorými komunikujete online (napríklad prostredníctvom služieb Pokey, ICQ, Skype a podobne ?)



Graf 34

Myslíte si, že získavate informácie, nové vedomosti a poznatky súvisiace s Vašimi záľubami a voľným časom aj od priateľov a známych, s ktorými komunikujete on-line



Graf 35

„Za predpokladu že , mladí majú rozumný prístup ohľadne ochrany osobných informácií, on-line čítanie poskytuje mladým ľuďom bezpečné arény pre testovanie a skúmanie rôznych aspektov identity a osobných vzťahov, ktoré nemusia byť inde k dispozícii. Veľká časť tohto učenia neobsahuje prvky tradičného vyučovania: zahŕňa skôr aktívne skúmanie, "učenie sa praxou," A predovšetkým je hlboko spoločenské: je to záležitosť spolupráce a interakcie s inými, aktívnej participácie v komunite používateľov. Učením sa prostredníctvom týchto médií mladí ľudia tiež získavajú zručnosť učiť sa. Ide najmä o nový prístup k informáciám, metódy získavania nových vedomostí a zručností, posilňovanie vlastnej identity študentov“.⁶

Tematický okruh 6: Mladí ľudia a on-line participácia

Jedna z hypotéz tohto prieskumu predpokladá, že mládežou zdieľané hodnoty a normy v oblasti vlastnej identity, gramotnosti a participácie na veciach verejných sa veľmi dynamicky menia a presúvajú sa do krajiny nových médií a on-line komunikácie. V tejto súvislosti sme sa bližšie zamerali aj na zatiaľ pomerne málo preskúmaný fenomén takzvanej digitálnej participácie. Rozumieme pod ňou účasť aktívnu účasť mladých ľudí v rôznych záujmových komunitách prezentujúcich sa aj vo virtuálnom prostredí. Táto postmoderná forma participácie ktoré môže byť voľnočasového, ale i proaktívneho charakteru a v plnej miere zahŕňa i občiansko-politické aktivity a angažovanosť vo veciach verejných. Naším cieľom bolo preskúmať či sa mladá generácia o takéto aktivity zaujíma a nakoľko sa v nich aj osobne angažuje.

Pri koncipovaní otázok sme vychádzali z metodológie európskeho výskumu CIVICWEB – Young People , the Internet and Civic Participation,⁷ ktorý sa realizoval v rokoch 2006 až 2008 v ôstich krajinách Európskej únie a Turecku. Vzhľadom k tomu, že Slovensko sa tohto rozsiahleho výskumného projektu nezúčastnilo, použili niekoľko podobne formulovaných otázok týkajúcich sa on-line participácie. Tento postup bol zvolený predovšetkým kvôli možnosti jednoduchšej komparácie niektorých aspektov úrovne občianskej participácie mladých ľudí na Slovensku a ich rovesníkov v EÚ.

Už odpovede mladých obyvateľov Slovenska na prvú z otázok tejto tematickej kategórie nám potvrdili veľmi úzku podobnosť získaných údajov s výskumom CIVICWEB. Zaujímali sme sa o to, či mladí ľudia v uplynulých 12 mesiacoch aspoň raz navštívili niektorú z oficiálnych webových stránok. Väčšina ponúknutých možností zahŕňala stránky s občianskym, alebo politickým obsahom, avšak túto kategóriu sme poňali veľmi široko a zahrnuli sme do nej aj weby mládežníckych a študentských organizácií, klubov, centier, školské webové stránky a pod.

Získané údaje (**Tabuľka 36**) sú naozaj zaujímavé a vyplýva z nich, že takmer 80 % respondentov vôbec nenavštívilo stránky vládnych organizácií alebo politických strán. Podobný nezáujem je aj o témy súvisiace s Európskou úniou a jej inštitúciami, samosprávne orgány, mimovládne organizácie zaoberajúce sa spoločenskou zodpovednosťou, ľudskými právami, diskrimináciou, ale i stránky cirkví a organizácií s náboženským zameraním.

Navštívili ste v uplynulých 12 mesiacoch niektorú zo stránok s nasledujúcim obsahom? Uved'te všetky možnosti, ktoré sa Vás týkajú.

	Veľmi často	Často	Občas	Zriedka	Vôbec nie
Stránky politických strán	6,90%	2,10%	4,00%	10,40%	76,60%
Stránky vládnych inštitúcií	4,70%	2,40%	4,30%	9,90%	78,80%
Stránky samosprávnych inštitúcií (napr. mestský úrad, samosprávny kraj ap.)	4,20%	2,50%	7,90%	17,50%	67,90%
Firemné stránky, ktoré sa venujú spoločenskej zodpovednosti (napr. stránky firiem, ktoré podporujú ochranu životného prostredia, zvierat, charitatívne podujatia a pod.)	4,80%	4,40%	9,60%	17,60%	63,70%
Stránky, ktoré vyvíjajú nátlak na firmy, aby boli viac spoločensky zodpovedné (napr. aby nepoškodzovali životné prostredie a pod.)	4,60%	2,80%	6,00%	10,70%	75,90%
Stránky mládežníckych, alebo študentských organizácií, klubov a centier	6,00%	6,90%	13,80%	24,00%	49,30%
Školské webové stránky	13,50%	16,00%	29,20%	22,50%	18,90%
Stránky cirkví, alebo organizácií s náboženským zameraním	5,20%	4,10%	5,90%	11,00%	73,70%
Stránky Európskej únie a jej inštitúcií	4,10%	2,80%	6,30%	15,10%	71,70%
Stránky s tematikou ľudských práv	4,20%	3,90%	7,80%	15,10%	69,00%
Stránky s tematikou boja proti rasizmu, alebo diskriminácii	5,30%	4,40%	9,10%	15,20%	66,00%

Tab. 36

Najväčší záujem v tejto kategórii „oficiálnych webov“ bol o školské stránky, ktoré si často, alebo veľmi často prezerá takmer 30 % opýtaných. V tomto kontexte je prekvapujúci mimoriadny nezáujem o stránky mládežníckych organizácií, klubov a centier. Takmer polovicu respondentov vôbec nezaujímajú a 38 percent opýtaných tvrdí, že tieto on-line obsahy navštevujú zriedka, alebo občas. Často a veľmi často ich navštevuje 13 % oslovených.

Vyššie uvedené údaje sú veľmi podobné s dátami získanými v rámci výskumu CIVICWEB, ktorý monitoroval situáciu vo Veľkej Británii, Holandsku, Španielsku, Švédsku, Maďarsku, Slovinsku a Turecku. Aj tam len veľmi úzka skupina respondentov využíva internet na on-line občianske a politické aktivity. Iba približne desať percent respondentov uviedlo, že sa zaujíma o stránky tohto zamerania. Najvyšší záujem bol, podobne ako na Slovensku, o stránky študentských (27 %) a mládežníckych organizácií, klubov a centier (18 %).

Záujem o webové obsahy s občianskym a politickým obsahom je do značnej miery prejavom pasívnej formy digitálnej participácie. Od mladého človeka totiž nevyžaduje takmer žiadnu aktivitu. Zaujímali sme sa preto aj aktívne formy on-line aktivizmu, ktoré nepredpokladajú len jednoduché prezretie webovej stránky, ale aj úkony, v ktorých sa vyžaduje istá miera angažovanosti a záujmu o vec.

Ako dokumentujú získané údaje (**Tabuľka 37**) najpopulárnejšou formou zapojenia sa je účasť v on-line diskusiách o spoločenských, alebo politických otázkach (24 %). Takáto diskusia môže prebiehať formou napísania komentára k nejakému článku, v rámci sociálnych sietí, ale i jednoduchého četovania s kamarátmi. Omnoho nižšia miera záujmu sa týka podpísania on-line petície, o ktorú nejaví záujem 73 % opýtaných. Podobný výsledok dosiahla i možnosť „poslal alebo odpovedal som na mail s nejakou výzvou na riešenie sociálnych a politických problémov.“ Takúto aktivitu vo virtuálnom priestore nikdy neskúsilo až 79 % respondentov. Skúsenosť s takýmto aktivizmom má iba 9 % opýtaných. Iba 12 % ľudí uviedlo, že niekedy pracovali na blogu, alebo webstránke, na ktorej vyjadrili vlastné názory na spoločenské a politické otázky. Aj tieto výsledky sú veľmi podobné s údajmi získanými výskumom CIVICWEB.

Vykonávali ste už niekedy niektorú z nižšie uvedených aktivít na internete? Uved'te všetky možnosti, ktoré sa Váš týkajú.

	Áno	Nie	Neviem
Podpísal/podpísala som petíciu na internete	15,40%	73,00%	11,60%
Poslal/poslala, alebo odpovedal/odpovedala som na mail s nejakou výzvou na riešenie sociálnych, alebo politických problémov	8,80%	79,50%	11,80%
Zúčastnil som na online diskusie o nejakých spoločenských, alebo politických otázkach (napr. napísal som komentár s nejakému článku alebo blogu, četoval som o týchto témach s kamarátmi pod.)	23,80%	65,20%	10,90%
Pracoval som na blogu, alebo webovej stránke na ktorej som vyjadroval vlastné názory na spoločenské a politické otázky	11,70%	76,00%	12,30%

Tab. 37

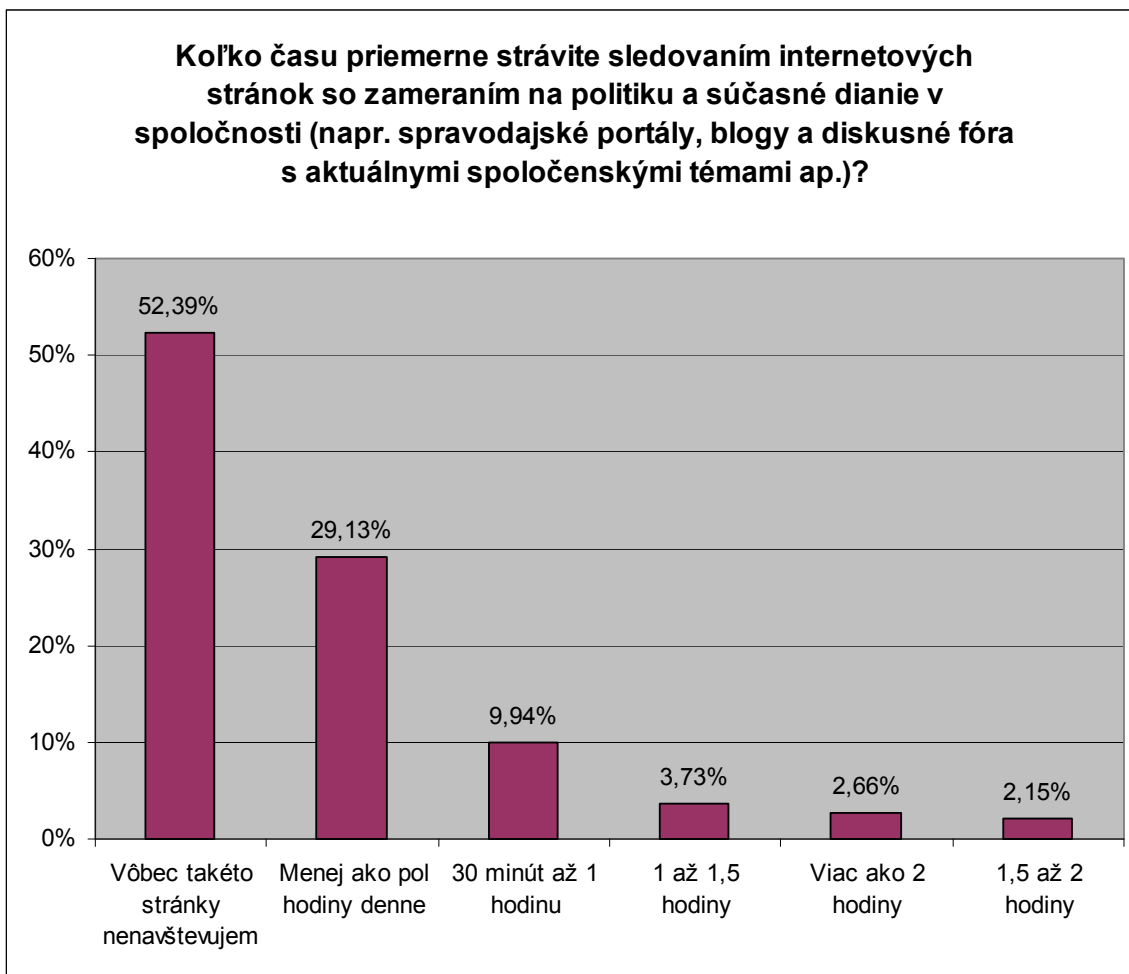
V rámci otázok adresovaných mladým ľuďom sme zistili, že miera ich on-line aktivizmu je pomerne nízka, avšak ku kampaniam, petíciám a nekomerčným akciám organizovaným v prostredí internetu nemajú vážnejšie výhrady. Až 68 percent mladých ľudí uviedlo, že takéto akcie považujú za užitočné a schvaľuje ich. Z tohto počtu sa avšak do nich napriek súhlasu nezapojilo 38 % opýtaných. Ďalších 18 % respondentov petície a kampane tiež schvaľuje a pasívne sa do nich i zapojilo (napr. formou finančného príspevku, darcovskou SMS a pod.). Približne 11 percent opýtaných uviedlo, že takúto formu on-line participácie schvaľuje a aktívne sa na nej už niekedy aj podieľalo. (napr. ako dobrovoľník, spoluorganizátor a pod.) (**Graf 38**)

Aký je Váš názor na kampane, petície, alebo iné nekomerčné akcie organizované v prostredí internetu (napr. petícia proti týranu zvierat, kampaň proti rasizmu ap.)?

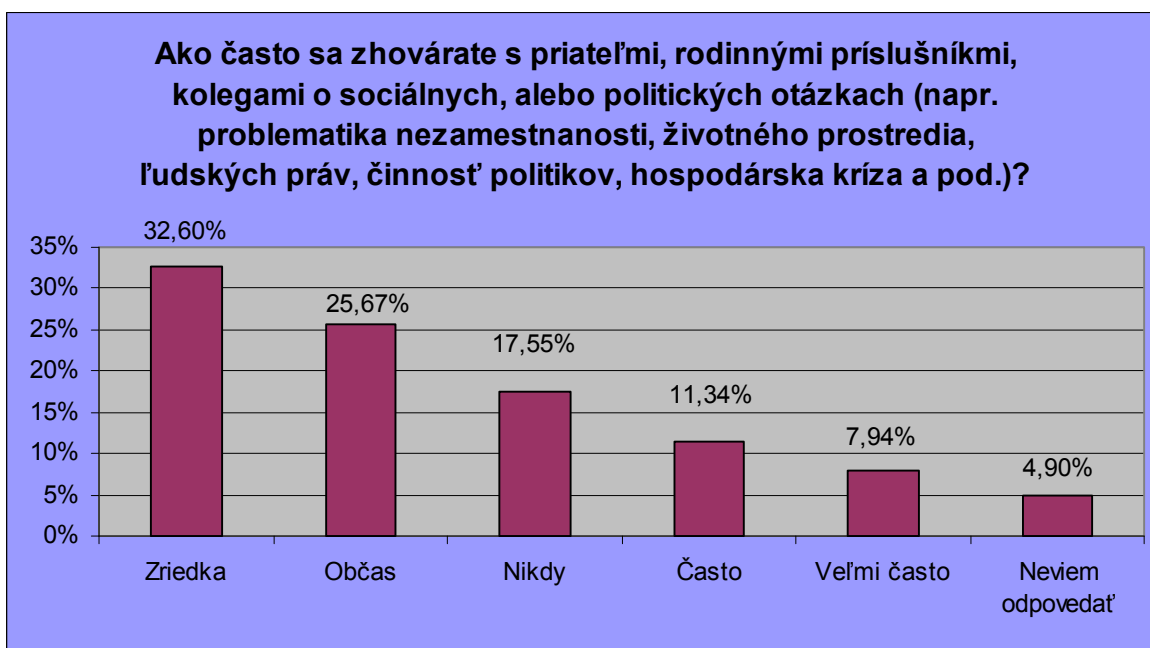


Graf 38

Ďalšia časť otázok sa zaoberala mierou záujmu o sociálne a politické otázky v rámci offline a on-line diskusií a rozhovorov. Získané údaje zobrazujú **Grafy 39 a 40**. Vyplýva z nich relatívne nízky záujem o diskusie na relevantné spoločenské a politické témy (napr. problematika nezamestnanosti, ľudských práv, životného prostredia, činnosti politikov a pod.). V offline prostredí sa takýmto rozhovorom venuje často, alebo veľmi často iba 19 % opýtaných. Pri zisťovaní záujmu mladých ľudí o webstránky a diskusné fóra, ktoré sa venujú vyššie uvedeným témam, sme sa pýtali, koľko času takýmito aktivitami respondenti strávia. Výsledky demonštruje **Graf 40**.



Graf 39



Graf 40

Ukázalo sa, že záujem o oficiálne spoločenské a politické otázky je u mladých celkovo na veľmi nízkej úrovni. Omnoho vyššia je však miera záujmu o účasť v záujmových komunitách, ktoré reprezentujú mládežníckej mentalite a zmysľaniu veľmi blízke témy. Práve tu možno pozorovať postmoderné formy participácie týkajúce sa rôznych záujmových aktivít. Výsledky naznačujú vysoký záujem o stránky a fóra venované alternatívnej mládežníckej kultúre (hip-hop, techno, Emo, graffity a pod.) – 53 %, ale aj stránky a fóra venované kultúrnym (napr. kluby fanúšikov ap.) – 41 %, či športových aktivitám – 36 %. **(Tabuľka 41)**

Navštevujete niekedy webové stránky, alebo diskusné skupiny, ktoré sa venujú niektorej z nižšie uvedených tém? Uveďte všetky možnosti, ktoré sa Vás týkajú.

	Áno	Nie	Neviem
Stránky, alebo fóra venované alternatívnej mládežníckej kultúre (napr. Hip-Hop, Techno, EMO, Graffity, ap.) ?	52,90%	37,10%	10,00%
Stránky, alebo fóra venované alternatívnym politickým hnutiam typu Skeanheads, Anarchisti, Národný odpor ap.	9,90%	79,90%	10,20%
Stránky, alebo fóra venované alternatívnym duchovným hnutiam (sekty, východné náboženstvá ap.)	8,40%	80,60%	10,90%
Stránky, alebo fóra venované športovým klubom (napr. klub fanúšikov nejakého klubu ap.)	35,70%	53,60%	10,60%
Stránky, alebo fóra venované kultúrnym aktivitám (napr. klub fanúšikov nejakaj hudobnej skupiny ap.)	41,10%	46,90%	12,00%

Tab. 41

Tematický okruh 7: Mladí ľudia a on-line identita

Vo svete vzniklo v uplynulých desiatich rokoch viacero publikácií a výskumov, ktoré sa zaoberajú identitou mládeže v prostredí globálnych digitálnych technológií a sietí. Jeden z najzásadnejších výstupov všetkých týchto aktivít sa však s väčšími, alebo menšími obmenami stále opakuje. Je ním zistenie, že nová generácia dospievajúcich sa zásadne líši od tých predchádzajúcich.

V prípade tohto zistenia však vôbec nejde o tradičné medzigeneračné diferencie, aké sú typické pri porovnávaní životného štýlu mladých ľudí a ich rodičov, prípadne ďalších pokolení ich predkov. Tieto nové rozdiely majú kľúčový vplyv a ďalekosiahle následky na všetky aspekty života celej spoločnosti. Je pritom evidentné, že v pozadí týchto zmien životného štýlu, komunikácie i medziľudských vzťahov stojí nástup nových digitálnych technológií.

Niektoré zdroje tvrdia, že táto globálna generačná priepasť je spôsobená najmä priamym pôsobením a nevidaným vplyvom on-line technológií na mladú generáciu. Iní autori tvrdia, že zmeny sú skôr výsledkom iných spoločenských, historických a kultúrnych síl súvisiacich s globalizáciou. Avšak ani oni nepopierajú, že jednou z najpodstatnejších charakteristík tohto pôsobenia je pôsobenie interaktívnych on-line technológií.

Vo vzťahu mladých ľudí a ich novej generačnej identity je veľmi prospešné a naozaj výstižné označenie, ktoré po prvý krát použil americký profesor Marc Prensky vo svojej článku nazvanom **Digital Natives, Digital Immigrants**.

Príslušníkov novej on-line generácie nazýva pojmom **Digitálni domorodci (Digital Natives)**. Označuje ním deti a mladých ľudí, ktorí sa už narodili do prostredia nových digitálnych technológií, od útleho veku sú nimi obklopení a tieto technické vymoženosti sú pre nich úplne samozrejmom súčasťou života. Väčšinu z nich ani nenapadne, že ešte pár rokov pred ich narodením neexistoval masovo rozšírený internet, mobilné siete, instant messaging a mnohé ďalšie nástroje digitálneho veku.

Tých z nás, ktorí sme sa nenarodili do digitálneho sveta, ale v určitej fáze svojho života sme si niektoré alebo väčšinu aspektov nových technológií osvojili, nazval Prensky pojmom Digitálni prisťahovalci (Digital Immigrants). Ich správanie je veľmi podobné skutočným imigrantom prichádzajúcim do úplne cudzej krajiny. Spočiatku cítia neisto, nepoznajú dobre nové prostredie, neovládajú jazyk, zvyky, tradície. Aj keď sa akokoľvek snažia adaptovať na odlišnú kultúru a jazyk, ešte dlhé roky sa v novom prostredí budú cítiť ako cudzinci.

“Význam tohto rozlíšenia je najmä v tom, ako sa digitálni prisťahovalci učia. Rovnako ako bežní prisťahovalci - niektorí lepšie, niektorí horšie. Aj keď sa prispôbia novému prostrediu, zachovávajú si do istej miery svoj pôvodný "prízvuk“, stále sú čiastočne jednou nohou v minulosti. „Prízvuk“ digitálnych prisťahovalcov možno vidieť napr. v takej veci, že informácie najprv hľadajú niekde inde a až potom na internete. Čítajú manuál, namiesto toho, aby predpokladali, že samotný program ich naučí, ako ho používať“ (Prensky, 2001, str. 1).

Výstižný popis Digitálnych domorodcov ponúkajú John Palfrey and Urs Gasser v knihe **Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives:**

“Vidíte ich všade. Dospievajúce dievča s iPodom, sedí naproti vám v metre, freneticky píše správy do svojho mobilu. Mladí stážista vo vašej kancelárii, ktorí vie, čo má robiť, keď váš e-mailový klient nefunguje. Osem ročné dieťa, ktoré vyhrá nad vami v každej videohre. Dokonca aj vaša novonarodená neter, ktorá žije v Londýne a ktorú ste nikdy osobne nevideli, ale ste s ňou zviazaný zásobami digitálnych fotografií, ktoré vám prichádzajú každý týždeň.

Všetci sú "digitálnymi domorodcami." Narodili po roku 1980, spolu s nástupom on-line digitálnych technológií. A všetci majú do siete prístup. A všetci vedia používať tieto technológie. (S výnimkou novorodencov, ona sa tí sa to čoskoro naučia).

Existuje jedna vec, ktorou ste si istý: Tieto deti sú iné. Študujú, pracujú, píše a komunikujú spolu navzájom spôsobmi, ktoré sú veľmi odlišné od spôsobov, v ktorých ste vyrastali. Čítajú blogy skôr než noviny. Častejšie sa stretávajú on-line, ako osobne. Oni asi ani nevedia, ako vyzerá čitateľský preukaz do knižnice a pravdepodobne ho ani nikdy nepoužili. Dostanú svoju hudbu on-line často zadarmo a nelegálne, skôr ako by ju kúpili v obchodoch. Radšej posielajú okamžité správy (instant messaging), ako by zdvihli telefón. Radšej adoptujú virtuálne zvieratko, namiesto živého šteniatka. A sú spojení navzájom spoločnou kultúrou. Hlavné aspekty ich života - sociálna interakcia, priateľstvo a občianske aktivity – sú sprostredkované digitálnymi technológiami. A čo je podstatné - nikdy nepoznali iný spôsob života.“⁹

Nakoľko je tento opis novej generácie výstižný je na posúdení každého z nás. Jedno je však bezpochyby isté – význam on-line komunikácie a sociálnych sietí v životoch dnešných mladých ľudí stúpa. To nemôže nikto poprieť, pretože by ignoroval každodennú realitu viditeľnú naozaj na každom kroku. Diskutovať môžeme skôr o vplyvoch tohto fenoménu na začleňovanie mladých ľudí do spoločnosti, proces ich učenia, získavania informácií, či participácie.

Zásadnou otázkou on-line identity mladých ľudí je otázka či ich „posadnutosť“ virtuálnou komunikáciou ovplyvňuje aj ich face-to-face vzťahy. Tu možno spomenúť časté lamentácie o odludštení komunikácie, pretrhnutí tradičných sociálnych väzieb na rodinu a priateľov, uzatváraní sa do virtuálneho sveta. Pre objektivnosť však treba uviesť, že tieto tvrdenia stoja na dosť vratkých nohách a väčšina výskumov tieto teórie nepotvrdila.

Plastickejší a omnoho reálnejší obraz o tomto fenoméne môžeme ilustrovať na rozsiahlom výskume, ktorý spoločnosť **Synovate** realizovala v roku 2009 na vzorke 12 tisíc mladých respondentov z 26 krajín celého sveta.¹⁰ Odpovede respondentov ukazujú, že on-line generácia komunikáciu prostredníctvom sociálnych sietí a čítovania nevníma ako doplnkovú činnosť, alebo zábavu, ale skôr nevyhnutnú súčasť ich sociálnej existencie. Tieto fenomény sa v ich životoch sústreďujú skôr na podporu vzťahov z reálneho života, namiesto toho, aby ich nahrádzali. „Čítovanie a sociálne siete znamenajú pre nich skôr rozšírenie a prehĺbenie vzťahov v reálnom živote, ako ich oslabenie. „

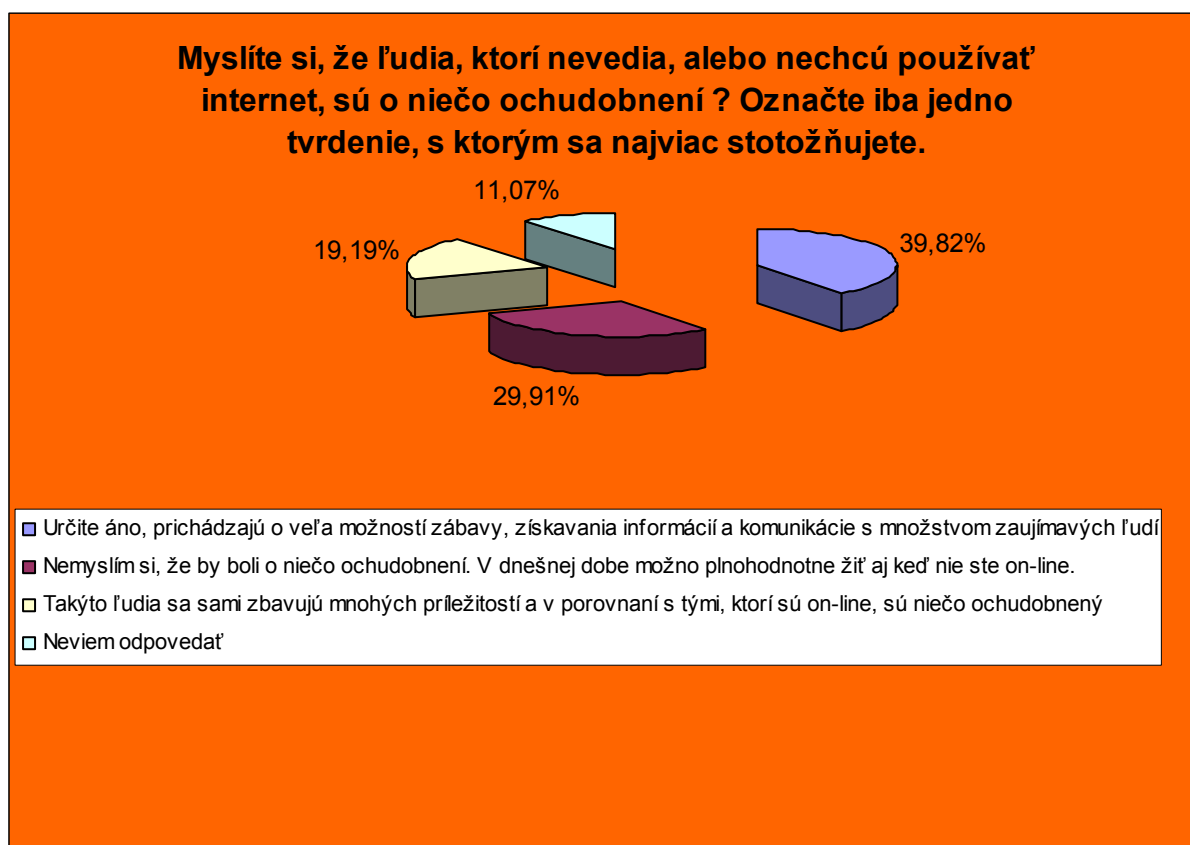
Znamená to, že on-line komunikáciu nevnímajú ako niečo izolujúce ich od okolitého sveta, ale naopak za iný a veľmi efektívny spôsob stretávania sa s priateľmi, získavania informácií, učenia sa a pod. V optike mladých respondentov nie je základom týchto nových vzťahov vonkoncom žiadne odosobnenie, rúcanie sociálnych väzieb, či revolta voči svetu dospelých. Príslušníci digitálnej generácie naopak sami seba vnímajú ako veľmi pragmaticky a prakticky založených jedincov, ktorí za dôležité témy považujú nielen zábavu a uspokojenie

vlastných potrieb, ale aj dialóg, diskusiu, solidaritu a on-line participáciu na veciach, na ktorých ich záleží a ktoré považujú za dôležité.

“Nové technológie otvorili cestu pre dialóg medzi ľuďmi z rozličných krajín, kultúr a náboženstiev. Nový digitálny svet, takzvaný cyberspace, umožňuje stretávať sa s druhými a spoznávať iné hodnoty a tradície. Aby však podobné stretnutia boli plodné, vyžadujú si čestné a pravdivé formy vyjadrovania, ako aj pozorné a úctivé načúvanie. Dialóg musí byť zakotvený v úprimnom a obojstrannom hľadaní pravdy, aby napomáhal porozumeniu a toleranciu.”

„V tejto súvislosti je potešujúce vidieť, ako vznikajú nové digitálne siete usilujúce sa napomáhať ľudskú solidaritu, pokoj, spravodlivosť, ľudské práva, úctu k životu i dobro stvorenia. Tieto siete môžu uľahčovať rozličné formy spolupráce medzi národmi z odlišných geografických a kultúrnych podmienok a umožniť im hlbšie spoznávať ľudskosť, ktorá je nám spoločná, a tiež rozvíjať zmysel pre spoluzodpovednosť za dobro všetkých. (poznámka pod čiarou)“¹¹

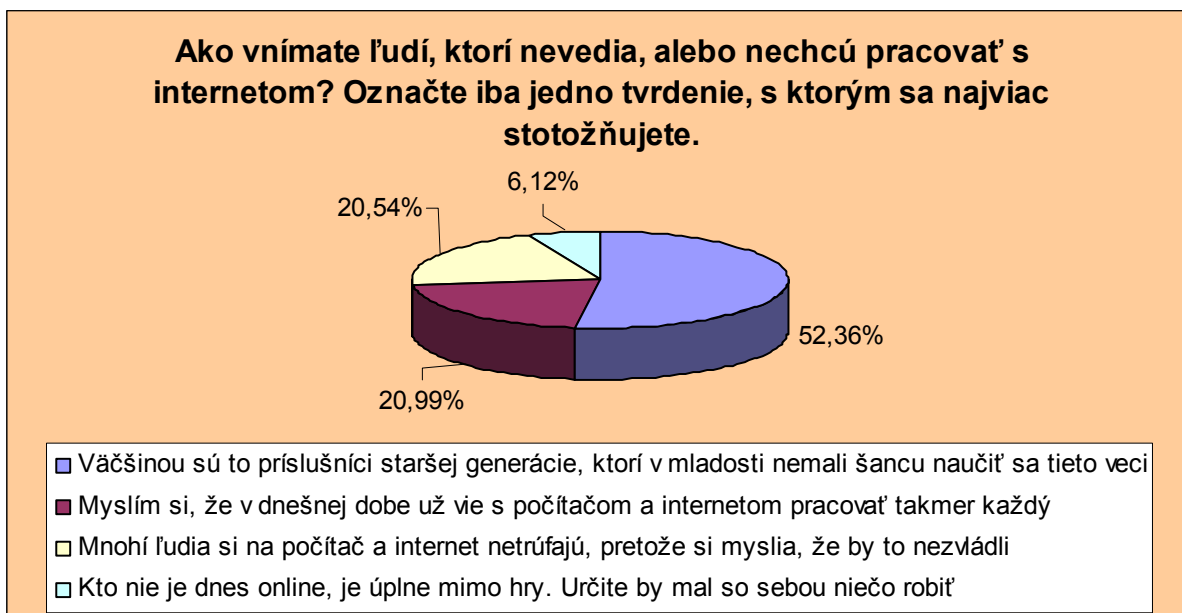
V rámci nášho výskumu nás zaujímalo, aký je vzťah Digitálnych domorodcov k ľuďom, ktorí nevedia, alebo nedokážu používať internet. Respondentom sme poskytli viacero výrokov a požiadali sme ich, aby označili ten, s ktorým sa najviac stotožňujú. **(Graf 42)**. Až 40 percent mladých si myslí, že „digitálne negramotní“ ľudia strácajú o veľa možností zábavy, získavania informácií a komunikácie s množstvom zaujímavých ľudí. Ďalších 19 % tvrdí, že vďaka tomuto postojú sú ochudobnení o mnohé príležitosti.



Graf 42

Zaujímavý je postoj približne 30 % našich respondentov, ktorí si myslí, že ľudia, ktorí nie sú on-line, o nič neprichádzajú a môžu žiť plnohodnotne aj bez toho. Tento prístup dobre ilustruje relatívne vysoký stupeň solidarity k ľuďom mimo ich prostredia, ktorých síce vnímajú s určitým dešpektom, ale prejavujú k nim

relatívne vysokú mieru tolerancie. Fakt, že mladí ľudia si sice intuitívne, ale pritom veľmi dobre uvedomujú vzťah bipolárneho postavenia digitálnych domorodcov a digitálnych prisťahovalcov, potvrdzuje i **Graf 43**. Viac ako polovica respondentov uviedla, že ľudia, ktorí nevedia, alebo nechcú pracovať s internetom sú väčšinou príslušníci staršej generácie, ktorí nemali v mladosti šancu takúto veci sa naučiť. Ďalších približne 20 % tvrdí, že staršia generácia si na internet a počítače netrúfa, pretože by ich nezvládli. Iba 21 % respondentov zastáva pomerne skreslený a od reality úplne odrhnutý názor, že v súčasnosti s internetom a počítačom vie pracovať takmer každý.



Graf 43

V rámci výskumu mladých ľudí a ich on-line identity sme sa zaujímali o to, aké sú z ich uhla pohľadu najväčšie výhody a najväčšie nevýhody internetu a on-line komunikácie (**Tab 44 + 45**).

Aké sú podľa Vás najväčšie výhody internetu?

	Veľmi dôležité	Dôležité	Málo dôležité	Nedôležité
Internet umožňuje nadväzovať a udržiavať kontakty s ľuďmi, s ktorými by som sa bez internetu možno nikdy nestretol/nestretla	36,60%	36,50%	19,70%	7,20%
Internet mi umožňuje byť neustále v kontakte s ľuďmi, ktorých poznám aj fyzicky	51,30%	34,80%	9,50%	4,40%
Internet umožňuje nájsť nových priateľov aj ľuďom, ktorí sú hanbliví a majú problém sa s niekým osobne zoznámiť	26,90%	37,60%	26,30%	9,20%
Internet umožňuje vyhľadávať obrovské množstvo užitočných informácií na akúkoľvek tému	60,20%	27,70%	7,20%	4,90%
Internet ľuďom umožňuje bez akýchkoľvek obmedzení a zábran prezentovať svoje názory a myšlienky iným ľuďom	31,10%	39,60%	22,30%	7,10%
	986	1,256	709	224
Internet umožňuje nájsť a využívať rôzne zdroje zábavy a uvoľnenia	41,10%	37,30%	16,00%	5,60%
	1,308	1,185	508	179

Tab. 44

Aké sú podľa Vás najväčšie nevýhody internetu?

	Veľmi dôležité	Dôležité	Málo dôležité	Nedôležité
Oberá ma o čas	23,10%	28,10%	26,10%	22,70%
Mám málo pohybu	31,80%	34,70%	18,40%	15,10%
Kazia sa mi oči	40,30%	33,50%	14,80%	11,50%
Môžem prísť do styku s obsahmi, ktoré sú pre mňa, alebo iných ľudí škodlivé, nevhodné, urážlivé a pod.	24,80%	32,70%	23,60%	18,90%
Je to anonymný spôsob komunikácie	15,90%	29,60%	34,10%	20,40%
Ľudia sa menej stretávajú a viac sedia za monitorom	36,80%	35,10%	16,00%	12,00%

Tab. 45

Pozitívnym zistením tejto časti prieskumu je, že najviac (60 %) respondentov si na internete cení jeho informačnú funkciu – teda možnosť vyhľadávať obrovské množstvo užitočných informácií na akúkoľvek tému. Až tesne za týmto benefitom sa umiestnila funkcia sociálna a socializačná – približne 51 % opýtaných označuje za najdôležitejšiu vlastnosť internetu to, že im umožňuje byť neustále v kontakte s inými ľuďmi, ktorých poznajú aj z bežného života. Ďalších 37 percent oceňuje možnosť nadväzovania nových kontaktov s ľuďmi, s ktorými by sa bez čítovania a sociálnych sietí nemali šancu stretnúť.

Relatívne vysoký stupeň zodpovednosti a kritického prístupu k virtuálnej komunikácii naznačujú aj ďalšie odpovede týkajúce sa nevýhod digitálnych technológií. Až 55 % tvrdí, že za najvýznamnejšie považuje zdravotné riziká (kazia sa mi oči, mám málo pohybu). Iba 16 % respondentov považuje za veľmi dôležité tvrdenie, že čítovanie a sociálne siete sú anonymným spôsobom komunikácie, prípadne, že ich oberá o čas (23 %).

Záver y výskumu

Na priebehu roku 2009 sa na Slovensku uskutočnil reprezentatívny výskum s názvom *On-line generácia: informácie, komunikácia a digitálna participácia mládeže v informačnej spoločnosti*. Cieľom tohto projektu bola predovšetkým analýza účasti mladých ľudí na tvorbe, poskytovaní, zdieľaní, komunikovaní a využívaní informácií v on-line prostredí.

Potreba projektu vyplynula predovšetkým z toho, že internet úplne zmenil model komunikácie medzi ľuďmi a čoraz výraznejšie zasahuje aj do života súčasných mladých ľudí. Sú prvou generáciou, pre ktorú je už internet úplnou samozrejmosťou, považujú ho za úplne prirodzenú súčasť svojho života a mnohí si už ani nedokážu predstaviť dobu, keď neexistovalo pripojenie k sieti.

Hlavné zistenia:

- **On-line generácia čoraz viac času trávi v digitálnom svete.** Nadväzuje v ňom nové priateľstvá, realizuje svoje záľuby, získava, triedi, ale aj distribuuje informácie, komunikuje najrôznejšími kanálmi, zdieľa svoje myšlienky, buduje svoju identitu. Výskum potvrdil našu vstupnú hypotézu, podľa ktorej nové médiá zohrávajú v každodennom živote mladých ľudí kľúčovú úlohu. Empirické dáta potvrdili, že ich používajú predovšetkým na zábavu, vzájomnú komunikáciu a v menšej miere aj na rôzne neformálne a zväčša neorganizované formy digitálnej participácie.
- **Prístup k vysokorychlostnému internetu je na Slovensku čoraz bežnejšou záležitosťou.** On-line generácia na jednej strane potrebuje byť neustále v spojení s rovesníkmi prostredníctvom sociálnych

sietí, avšak samotné pripojenie k internetu väčšinou prebieha v súkromí domova. Výstupy výskumu naznačili, že na Slovensku stále existujú výrazné rezervy v inovatívnych formách využitia informačno-komunikačných technológií v školskom prostredí i v procese neformálneho vzdelávania a mládežníckych voľnočasových aktivít.

- **Facebook, MySpace a ďalšie sociálne siete sa stávajú akousi občianskou spoločnosťou tínedžerskej kultúry.** Obľúbené sú medzi staršími žiakmi základných a predovšetkým medzi stredoškólakmi a vysokoškólakmi. Mimoriadnu popularitu medzi mladými ľuďmi má čítanie (z anglického slova chat), ktoré je rozšírené najmä mladších vekových kategórií tínedžerov. Jednou z príležitostí vyplývajúcich z týchto čoraz populárnejších fenoménov je podľa našich zistení zdieľanie skúseností s ostatnými rovesníkmi, výmena informácií, názorov, rozvíjanie schopností diskusie, obhajovania vlastných názorov, logickej argumentácie.
- **Dnešní mladí ľudia preferujú najmä obrazové a zvukové informácie.** Zo získaných údajov vyplýva, že viac ako textové dokumenty sú pre nich príťažlivé profily a stránky, v ktorých sú použité fotografie, videá, zvukové súbory a rôzne interaktívne a multimediálne prvky.
- **Jednou z priorít on-line generácia je záujem byť neustále v kontakte s rovesníkmi.** Výsledky výskumu potvrdili ďalšiu z našich hypotéz, podľa ktorej nové médiá a on-line komunikačné nástroje zásadne menia spôsoby, akými sa mladí ľudia začleňujú do spoločnosti a nadväzujú vzťahy s rovesníkmi. Trendom je jav, ktorý možno nazvať ako digitálna socializácia. Vyplýva z nich, že súčasní mladí ľudia udržiavajú prostredníctvom internetu kontakty s často veľmi širokými skupinami priateľov a známych. Rozširovanie tohto zoznamu kontaktov je pre nich úplne prirodzenou záležitosťou.
- **Internetová komunikácia mladých ľudí nie je až natoľko virtualizovaná, ako sa na prvý pohľad môže zdať.** Väčšina z nich považuje tento spôsob komunikácie za akési rozšírenie a obohatenie už existujúcich rovesníckych kontaktov. Na druhej strane však menší záujem o komunikáciu s ľuďmi mimo vlastnej komunity možno považovať aj za isté negatívum. Obmedzujú sa tým totiž existujúci potenciál interkultúrneho dialógu, ktorý sa v podobe globálnej internetovej komunikácie ponúka. Nevyužitie rezervy vidíme aj možnostiach neformálneho jazykového vzdelávania v prostredí sociálnych sietí.
- **Pomerne rozšírené presvedčenie o tom, že internet prispieva k anonymite a odosobneniu komunikácie medzi mladými ľuďmi sa nepotvrdil.** V rámci diskusií, čítania a účasti v sociálnych sieťach teda nevystupujú anonymne, ale prezentujú o sebe primerané množstvo informácií. Odosobnenú formu komunikácie a používanie falošnej identity používa zriedkavo 23 % respondentov a občas necelých 10 % účastníkov prieskumu.
- **Paleta komunikačných aktivít používaných mladými obyvateľmi Slovenska veľmi široká.** Okrem priameho kontaktu v rámci sociálnych sietí a čítacích programov sa zapájajú aj do diskusií, píšú komentáre a poznámky k rôznym témam, ktoré ich zaujali. Z hľadiska rozvíjania kľúčových kompetencií považujeme za pozitívny signál záujem mladých ľudí o účasť v diskusiách a vyjadrovaní vlastných, často kritických, názorov a postojov k rôznym otázkam života spoločnosti.
- **Aktívny prístup k diskusiám v digitálnom prostredí čiastočne spochybňuje relatívne rozšírenú tému o nezáujme mladých ľudí o dianie v spoločnosti a veci verejné.** Takmer 40 % respondentov uviedlo, že sa zapája do diskusií, ktoré sú umiestnené na iných webových stránkach, blogoch a profiloch. Tento moment považujeme za zaujímavý aj z hľadiska participácie. Pre objektivitu však treba uviesť, že veľká časť týchto debát a komentárov sa netýka celospoločensky relevantných tém, ale skôr zábavných a lifestyleových okruhov. Domnievame sa však, že aj diskusia o takýchto (mládeži veľmi blízkych tematických okruhoch) významne prispieva k prirodzenému rozvoju niektorých ich kľúčových kompetencií (schopnosť diskutovať a obhajovať v diskusii svoje názory a stanoviská, schopnosť logickej argumentácie, hodnotenie rôznych udalostí a informácií formou komentovania a vyjadrovania vlastného názoru ap.)
- **Závažným zistením je zdrvivý nezáujem mladých o oficiálnu on-line prezentáciu väčšiny občianskych a politických aktivít.** Až 81 % respondentov uviedlo, že sa vôbec nezaujímajú o témy súvisiace s politickými stranami a hnutiami. Podobne dopadli i stránky vládných a samosprávnych

inštitúcií (80 %). Tieto údaje sú žiaľ tiež veľmi podobné, ako v podobných prieskumoch realizovaných v západnej Európe, kde medzi malými taktiež prevláda výrazný nezáujem o politiku a veci verejné.

- **Ukázalo sa, že záujem o oficiálne spoločenské a politické otázky je u mladých celkovo na veľmi nízkej úrovni.** Omnoho vyššia je však miera záujmu o účasť v záujmových komunitách, ktoré reprezentujú mládežníckej mentalite a zmysľaniu veľmi blízke témy. Práve tu možno pozorovať postmoderné formy participácie týkajúce sa rôznych záujmových aktivít. Výsledky naznačujú vysoký záujem o stránky a fóra venované alternatívnej mládežníckej kultúre (hip-hop, techno, Emo, grafity a pod.), ale aj stránky a fóra venované kultúrnym (napr. kluby fanúšikov ap.) či športových aktivitám.
- **Výsledky výskumu dokazujú, že viac ako polovica zúčastnených mladých ľudí sa zaujíma aj o praktické informácie týkajúce priamo ich každodenného života.** Najväčší záujem respondenti prejavujú o stránky s informáciami o možnostiach práce, štúdia, brigád a výmenných pobytov v zahraničí, ale aj weby informujúce o možnostiach trávenia voľného času a vzdelávania.
- **Nové médiá výrazne zmenili spôsoby, akými sa mladí ľudia začleňujú do spoločnosti a učia sa.** Tento fakt aj v našich podmienkach vyvoláva nový súbor otázok a problémových okruhov, ktorými by sa mali vážne zaoberať všetci aktéri podieľajúci sa na práci s mládežou.
- **Na význame nabera i fenomén takzvaného „rovesníckeho učenia“.** Komunikáciu prostredníctvom sociálnych sietí, čítania a ďalších nových médií vnímajú mladí aj ako dôležitý nástroj k získaniu nových poznatkov, vedomostí a informácií. Tie sa môžu týkať jednak formálneho, ale i neformálneho učenia. Obdobné postupy „rovesníckeho učenia“ aplikujú aj pri získaní informácií a poznatkov, ktoré súvisia s ich záľubami a voľnočasovými aktivitami.
- **Zásadnou otázkou on-line identity mladých ľudí je otázka či ich „posadnutosť“ virtuálnou komunikáciou ovplyvňuje aj ich face-to-face vzťahy.** on-line generácia komunikáciu prostredníctvom sociálnych sietí a čítania nevníma ako doplnkovú činnosť, alebo zábavu, ale skôr nevyhnutnú súčasť ich sociálnej existencie. Tieto fenomény sa v ich životoch sústreďujú skôr na podporu vzťahov z reálneho života, namiesto toho, aby ich nahrádzali.
- **V optike mladých respondentov nie je základom týchto nových vzťahov vonkoncom žiadne odosobnenie, rúcanie sociálnych väzieb, či revolta voči svetu dospelých.** Príslušníci digitálnej generácie naopak sami seba vnímajú ako veľmi pragmaticky a prakticky založených jedincov, ktorí za dôležité témy považujú nielen zábavu a uspokojenie vlastných potrieb, ale aj dialóg, diskusiu, solidaritu a on-line participáciu na veciach, na ktorých ich záleží a ktoré považujú za dôležité.
- **Relatívne vysoký stupeň solidarity k ľuďom mimo ich prostredia (digitálni prisťahovalci, resp. digitálne negramotní).** Časť mladých ľudí ich síce vníma s určitým dešpektom, ale zároveň k nim prejavujú relatívne vysokú mieru tolerancie a pochopenia. Mladí ľudia si síce intuitívne, ale pritom veľmi dobre uvedomujú vzťah bipolárneho postavenia digitálnych domorodcov a digitálnych prisťahovalcov.

Odporúčania výskumu

- Podporovať prístup ku kvalitným službám v oblasti e-začleňovania mladých ľudí. Do týchto aktivít by sa mala zapojiť predovšetkým neorganizovaná a znevýhodnená mládež. Cieľom je eliminácia prehlbovania tzv. digitálnej priepasti medzi jednotlivcami a skupinami s prístupom k najnovším technológiám a tými, ktorí prichádzajú zo sociálne menej podnetného prostredia.
- Zabrániť akýmkoľvek formám sociálneho vylúčenia z dôvodu nedostatočnej úrovne digitálnej gramotnosti.
- Podporovať programy neformálneho jazykového vzdelávania so zapojením e-learningu a sociálnych sietí (dobrým príkladom tohto typu projektov je www.livemocha.com)

- Podporovať „učenie sa občianskej participácii“ a účasti na zastupiteľskej demokracii s využitím digitálnych foriem mládežníckej participácie (napr. siete na on-line pripomienkovanie miestnej, regionálnej i celoštátnej legislatívy, prezentácia žiackych a školských parlamentov v sociálnych sieťach typu Facebook, on-line diskusiu medzi európskymi inštitúciami a mladými ľuďmi ap.)
- Prispôbiť obsahové, formálne a technické štandardy informačných a poradenských služieb pre mládež najnovším trendom Web 2.0. (videosekcie, RSS, podcast ap.)
- Organizovať školenia a tréningy pre ľudí pracujúcich s mladými ľuďmi v rámci voľnočasových a záujmových aktivít mimo školského vyučovania. Vzdelávacie aktivity by mali byť zamerané hlavne na spoznanie nových digitálnych technológií a komunikácie prostredníctvom nových médií a sociálnych sietí.
- Organizovať školenia a tréningy pre mladých ľudí a mládežníckych pracovníkov so zameraním na on-line bezpečnosť a nástrahy internetovej komunikácie
- Podporovať projekty zamerané na rozvoj zručností a tvorivých aktivít v oblasti vlastnej mediálnej produkcie mladých ľudí, ale aj mládežníckych lídrov a pracovníkov s mládežou.
- Podporovať vytváranie vlastných mládežníckych médií (internetové televízie, rádia, diskusné fóra, komunitné portály ap.) ako efektívny spôsob začleňovania mladých ľudí do občianskej spoločnosti a života v komunite.
- Podporovať sieťovanie regionálnych, národných i európskych aktérov zapojených do aktivít v oblasti e-participácie mládeže a využívania nových mediálnych technológií v práci s mladými ľuďmi.
- Využiť prirodzenú kreativitu mladých ľudí v prostredí nových médií. Bolo by vhodné podporovať formou súťaží, seminárov, ale i grantových programov kreatívne využívanie nových médií, ktoré mladých ľuďom umožňujú bez väčších bariér vytvárať a distribuovať vlastné multimediálne a interaktívne obsahy.
- Podporovať aktívnejšie využívanie nových technológií s cieľom posilniť mladé talenty a vzbudiť ich záujem o umenie, inovácie a vedu.
- Zvážiť zriadenie štartovacích fondov, ktoré by mladým ľuďom umožnili rozbehnúť vlastné podnikanie v oblasti internetovej komunikácie a nových médií.
- Zabezpečiť efektívnu prezentáciu programov Mládež v akcii a ADAM aj v on-line prostredí, ktoré navštevuje väčšina mladých ľudí (sociálne siete, četovacie programy, populárne webové služby ap.)

Literatúra

-
- ¹ Boyd Danah. "Why Youth Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." *Youth, Identity, and Digital Media*. Edited by David Buckingham. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 119–142. Dostupné z: <http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/dmal.9780262524834.119>
- ² Zdroj: <http://www.zodpovedne.sk/>
- ³ Zdroj: <http://www.zodpovedne.sk/>
- ⁴ Zdroj: <http://www.zodpovedne.sk/>
- ⁵ Izuko Ito, Heather Horst, Matteo Bittanti . "Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project". The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 58 p. Dostupné z: http://www.macfound.org/atf/cf/%7BB0386CE3-8B29-4162-8098-E466FB856794%7D/DML_ETHNOG_WHITEPAPER.PDF
- ⁶ Buckingham David. „Introducing Identity“. *Youth, Identity and Digital Media*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008, Edited by David Buckingham. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 119–142. Dostupné z: <http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/dmal.9780262524834.001>
- ⁷ Hirzalla Fadi, Zoonen van Liesbet. *CivicWeb D8, Uses of the Web for Civic Participation*, Centre for the Study of Children Youth and Media, Institute of Education, University of London, 2008. 141 p. Dostupné z: <http://www.civicweb.eu/images/stories/reports/wp9civicwebdeliverable8.pdf>
- ⁸ Prensky Marc. „Digital Natives, Digital Immigrants“. *On the Horizon* (MCB University Press, Vol. 9 No. 5, Bradford, West Yorkshire, UK, October 2001)
- ⁹ Palfrey John, Gasser Urs. "Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives". Basic Books (2008), Jackson, TN , ISBN 978-0465005154
- ¹⁰ Uyenco Beth, Kingdon Axel. „Young Adults Revealed: The lives and motivations of 21st“ Microsoft Advertising and Synovate, New York, 2009. Dostupné z: http://advertising.microsoft.com/nederland/WWDocs/User/nl-nl/ResearchLibrary/ResearchReport/Young_Adults_booklet.pdf
- ¹¹ *Benedikt XVI.* „, Nové technológie, nové vzťahy: Podporovať kultúru úcty, dialógu, priateľstva“. *Posolstvo Svätého Otca Benedikta XVI. k 43. Svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov, Rím, 23. 6. 2009.* Dostupné z <http://www.kbs.sk/?cid=1237208974>

VÝSKUM

ON-LINE GENERÁCIA: informácie, komunikácia a digitálna participácia mládeže v informačnej spoločnosti

PRÍLOHA Č.1

**Kompletná databáza, kategorizácia a hodnotenie webových
stránok a internetovej komunikácie mladých ľudí**

Bratislava

november 2009

Zameranie výskumnej úlohy

V druhej časti výskumu sme sa zamerali na nasledovné aspekty predmetu výskumu:

1) Kvalitatívna a kvantitatívna analýza webových stránok a ďalších internetových aplikácií, ktoré sú vytvárané priamo mladými ľuďmi a vytvorenie systematickej databázy takýchto zdrojov.

2) Kvalitatívna a kvantitatívna analýza webových stránok a ďalších internetových aplikácií, ktorých cieľovým publikom je mládež, ale ich tvorcami sú dospelí, ich organizácie, agentúry inštitúcie a pod. + vytvorenie systematickej databázy takýchto zdrojov.

3) Kvalitatívna a kvantitatívna analýza webových stránok a ďalších internetových aplikácií, ktoré sú vytvárané a zároveň zdieľané osobitnými subkultúrami mládeže.

Cieľ výskumnej úlohy:

Cieľom výskumu bolo

tejto časti výskumnej úlohy bolo podrobné mapovanie, kategorizácia a analýza on-line obsahov:

- A) ktoré mladí ľudia sami vytvárajú v prostredí internetu
- B) ktorých hlavným adresátom sú mladí ľudia

Ďalším cieľom nášho záujmu bol participatívny rozmer on-line komunikácie mladých ľudí a jeho prejavy vo forme konkrétnych obsahov, ktoré zdieľajú v prostredí internetu.

Objekt výskumnej úlohy:

Internetové aplikácie a komunikačné nástroje vytvárané, zdieľané a používané mladými ľuďmi.

Techniky výskumnej úlohy:

- Kvantitatívny a kvalitatívny audit webových stránok
- Pozorovanie a analýza konkrétnych internetových aplikácií a profilov, desk research relevantných tém

Počet analyzovaných webových stránok:

V rámci tejto časti výskumu sme komplexnému auditu a analýze podrobili 229 webových stránok.

Termín realizácie výskumnej úlohy:

Júl 2009 - September 2009

Metodológia výskumnej úlohy:

I.) Hodnotiace kritériá:

V tejto časti výskumnej sme spracovali komplexný audit vybraného súboru webových stránok. Hlavným výstupom sú databázy, ktoré neobsahujú iba abecedný zoznam stránok, ale najmä ich podrobné hodnotenie podľa rôznych hodnotiacich kritérií.

Pri hodnotení každej webovej stránky sme sa sústredili na tri kľúčové oblasti :

- 1) Obsah stránky
- 2) Dizajn, usporiadanie, štruktúra stránky
- 3) Interaktívne prvky na stránke

V rámci každej z týchto záujmových oblastí sme sledovali aj niekoľko čiastkových tém:

Kľúčová oblasť : Obsah

Kritérium 1: Pravidelne aktualizovaný obsah

Popis: Zisťovali sme, či sa na stránke vyskytujú novinky a či je stránka pravidelne aktualizovaná

Kritérium 2: Informácie o stránke, organizácii

Popis: Zisťovali sme, či sa na stránke nachádzajú informácie o jej zameraní, prípadne o organizácii, alebo jednotlivcovi, ktorí obsah pripravujú.

Kritérium 3: Kontaktné údaje

Popis: Zisťovali sme, či sa na stránke nachádzajú kontaktné údaje (adresa, telefón, alebo aspoň mailový kontakt.)

Kľúčová oblasť : Dizajn, usporiadanie, štruktúra stránky

Kritérium 4: Intuitívna orientácia na stránke

Popis: Zisťovali sme, ako je stránka usporiadaná, či návštevník intuitívne dokáže nájsť prvky, ktoré ho zaujímajú, alebo ktoré potrebuje zistiť.

Kritérium 5: Prehľadné menu

Popis: Zisťovali sme, ako m stránka konštruované menu a akú používa kategorizáciu položiek + či sú tieto prvky prehľadné.

Kritérium 6: Používanie hypertextových odkazov

Popis: Zisťovali sme, či v článkoch a novinkách, ale aj na iných miestach stránka využíva interné, alebo externé hypertextové odkazy, ktoré umožňujú prelinkovanie na iné obsahy v rámci stránky, alebo mimo nej.

Kritérium 7: RSS, alebo zasielanie noviniek mailom

Popis: Zisťovali sme, či stránka používa technológiu RSS, ktorá umožňuje užívateľom internetu prihlásiť sa k odberu noviniek z príslušného webu, prípadne či existuje možnosť automatického zasielania týchto noviniek mailom. Označenie RSS býva napríklad nasledovné:



RSS

Kritérium 8: Štruktúrovanie textu

Popis: Zisťovali sme, ako sú texty na stránke štruktúrované – teda ide len o jednoliacie texty, bez akejkoľvek úpravy, ale či sú texty spracované do odstavcov, či sa používajú titulky a medzitulky a pod.

Kľúčová oblasť : Interaktívne prvky na stránke

Kritérium 9: Videosekcia, podcast a pod.

Popis: Zisťovali sme, ako stránka umožňuje prezeranie krátkych videí, či už priamo v článkoch, v samostatnej videosekcii, alebo formou prelinkovania na verejné služby, ako napr. You Tube a pod. Okrem toho sme sledovali, či stránka obsahuje zvukové súbory, ktoré sa dajú prehrávať priamo na stránke, alebo prostredníctvom externých služieb. Podcast môže byť príspevok, ktorý autor celý nahovoril a previedol do mp3 (zvukový denník). Druhou možnosťou je využitie automatickej čítačky (RSS), ktorá zápis automaticky predčíta alebo prevádza do zvukovej podoby.

Kritérium 10: Ikony sociálnych sietí na zdieľanie obsahu

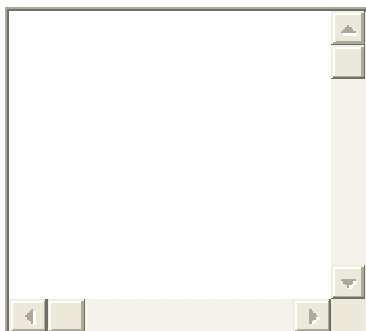
Popis: Zisťovali sme, či príslušný web umožňuje zdieľanie obsahu (najmä noviniek a aktualít) prostredníctvom najrozšírenejších sociálnych sietí (Facebook, Myspace, Twitter apod.). Stránka, ktorá to umožňuje, používa na to väčšinou ikony sociálnych sietí, napríklad v nasledovnom formáte:



Kritérium 11: Možnosť komentovať

Popis: Zisťovali sme, či stránka umožňuje vyjadriť svoj názor, alebo pripomienku k zverejneným článkom a informáciám formou krátkeho textového komentára. Tieto komentáre sa pridávajú väčšinou na konci textu a môžu byť označené napríklad takto:

Pridaj komentár

 Meno E-mail (nebude zverejnený) Adresa webu

Kritérium 12 : Ankety, chatboxy, fotogalérie

Popis: Zisťovali sme, či stránka umožňuje návštevníkovi vyjadriť svoj názor vo forme ankety, či umožňuje chatovanie, alebo či sa na nej nachádzajú nejaké fotogalérie.

II.) Hodnotiaca škála

Vzhľadom na relatívne vysoký počet hodnotených webových stránok a kvôli lepšej orientácii v databáze, sme vytvorili hodnotiacu škálu, ktorú sme aplikovali na všetky skúmané internetové stránky.

Každému z dvanástich kritérií sme prideliť konštantný počet bodov. Ak stránka príslušné kritérium spĺňala, získala príslušné bodové hodnotenie. Ak kritérium nespĺňala, vpísali sme do príslušnej kolónky nulovú hodnotu. Do hodnotenia boli zaradené iba stránky plne funkčné v plnom rozsahu, teda žiadna ich časť nebola nedostupná či v rekonštrukcii.

Systém hodnotenia webov zobrazuje nižšie uvedená tabuľka:

	Počet bodov		Počet bodov		Počet bodov
Obsah	7	Dizajn, usporiadanie, štruktúra	7	Interaktívne prvky	7
z toho:		z toho		z toho	
Pravidelne aktualizovaný obsah	5	Intuitívna orientácia na stránke	3	Videosekcia, podcast a pod.	2
Informácie o stránke, organizácii	1	Prehľadné menu	1	Ikony sociálnych sietí na zdieľ.obsahu	2
Kontaktné údaje (mail, adresa, prip.telefón)	1	Používanie hypertextových odkazov	1	Možnosť komentovať	1
		RSS, alebo zasielanie noviniek mailom	1	Ankety, chat boxy, fotogalérie a pod.	2
		Štruktúrovanie textu	1		

II.) Kategorizácia stránok

V rámci analýzy a hodnotenia sme stránky rozdelili podľa toho, či sú tvorené priamo mladými ľuďmi, alebo ide o stránky, ktorých cieľovým adresátom je mládež, no na ich tvorbe sa podieľajú i starší ľudia. V prípade viacerých stránok sa tieto dve kritériá prekrývajú, čo však metodológiu výskumnej úlohy zásadne neovplyvňuje.

Pri výbere výskumnej vzorky sme sa snažili zahrnúť rôzne typy webových stránok – od rozsiahlych portálov, cez stránky menších mládežníckych organizácií až po osobné stránky tínedžerov. Vypracovaná databáza obsahuje väčšinu relevantných slovenských stránok príslušnej kategórie. Napriek tomu je možné, že niektoré stránky sa do databázy nedostali a bude ich možné neskôr doplniť.

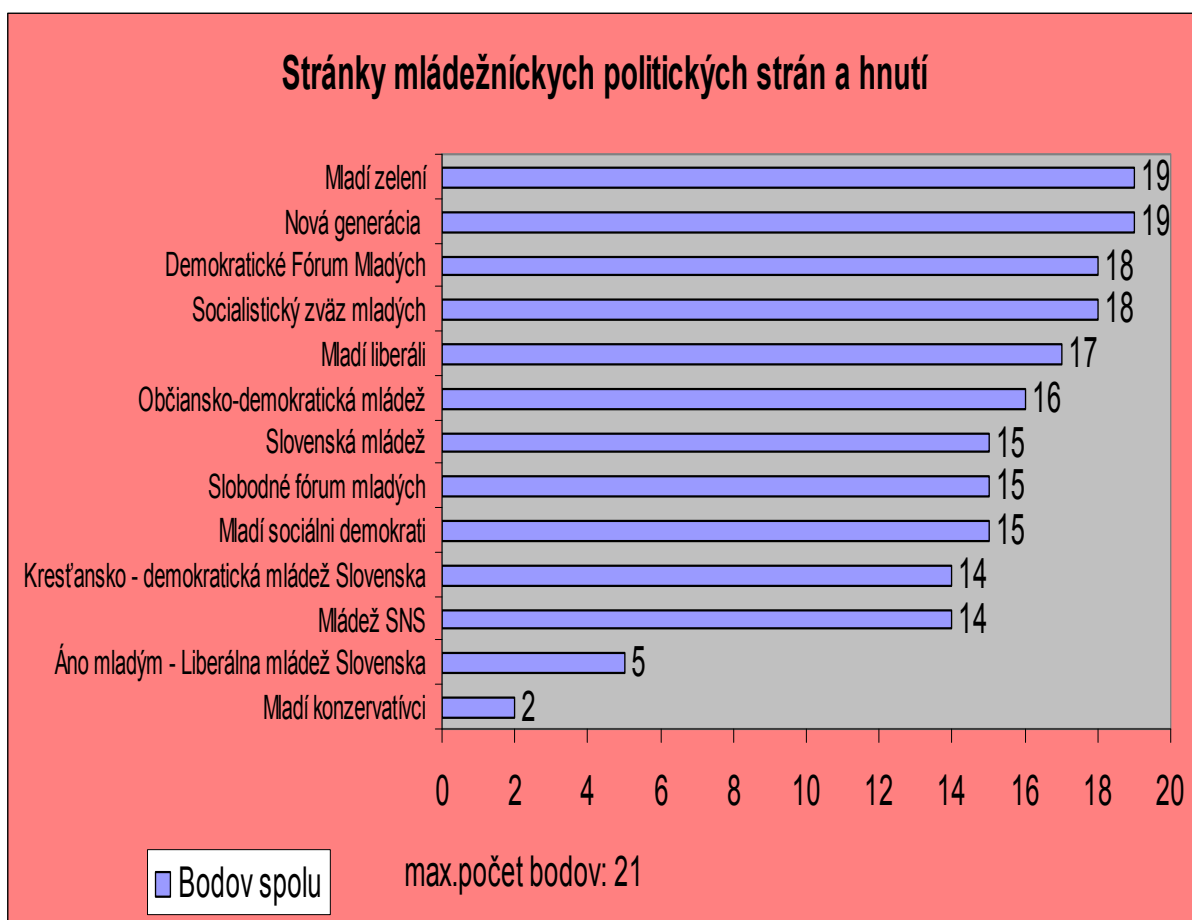
Kategorizácia mládežníckych webov tvorených priamo mladými ľuďmi:

- Stránky mládežníckych politických strán a hnutí
- Stránky zamerané na občiansku participáciu mládeže
- Stránky zamerané na mládežnícke voľnočasové aktivity
- Stránky so zameraním na vieru, duchovný život a spiritualitu mladých ľudí

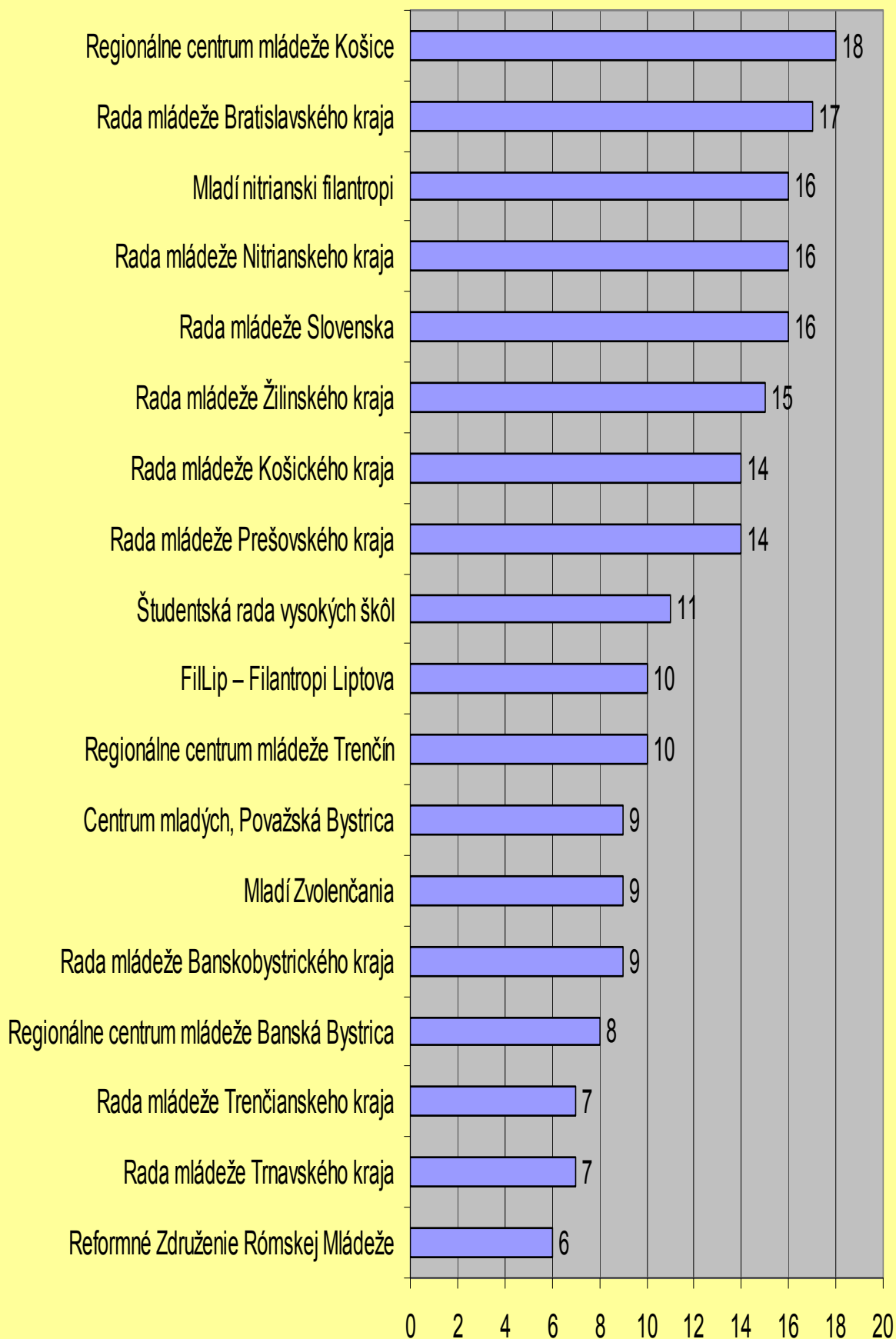
- Stránky so zameraním na mládežnícku kultúru a umenie
- Stránky so zameraním na environmentálne otázky
- Stránky subkultúr mládeže s politickým zameraním
- Stránky subkultúr mládeže so zameraním na šport

Kategorizácia webov, ktorých cieľovým adresátom je mládež:

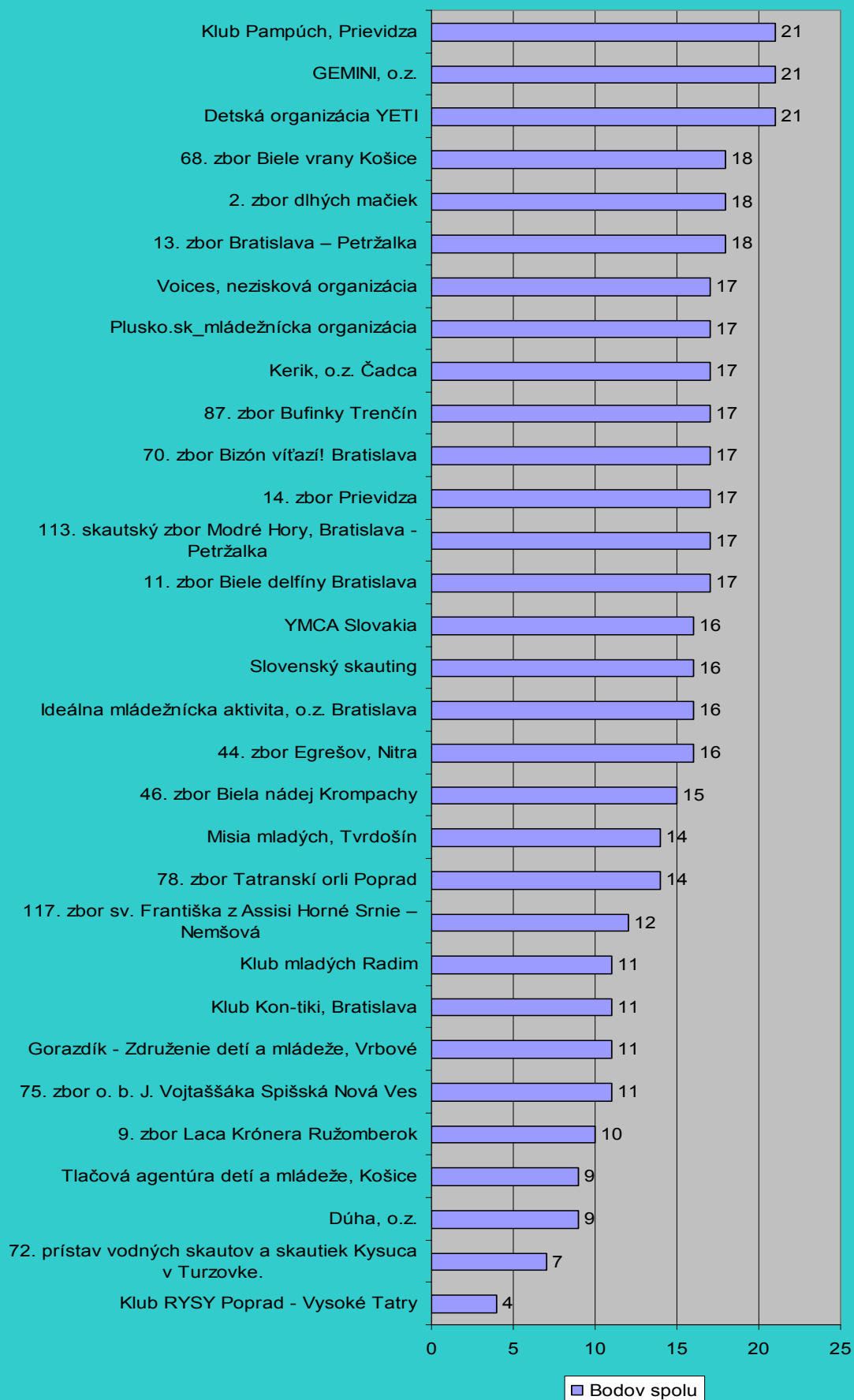
- Komerčné stránky a komunitné weby zamerané na mladých ľudí
- Stránky pre mladých ľudí so vzdelávacím obsahom
- Oficiálne webové stránky určené mladým ľuďom a poskytujúce praktické informácie z rôznych oblastí života
- Oficiálne webové stránky poskytujúce informácie mládeži s nedostatkom príležitostí



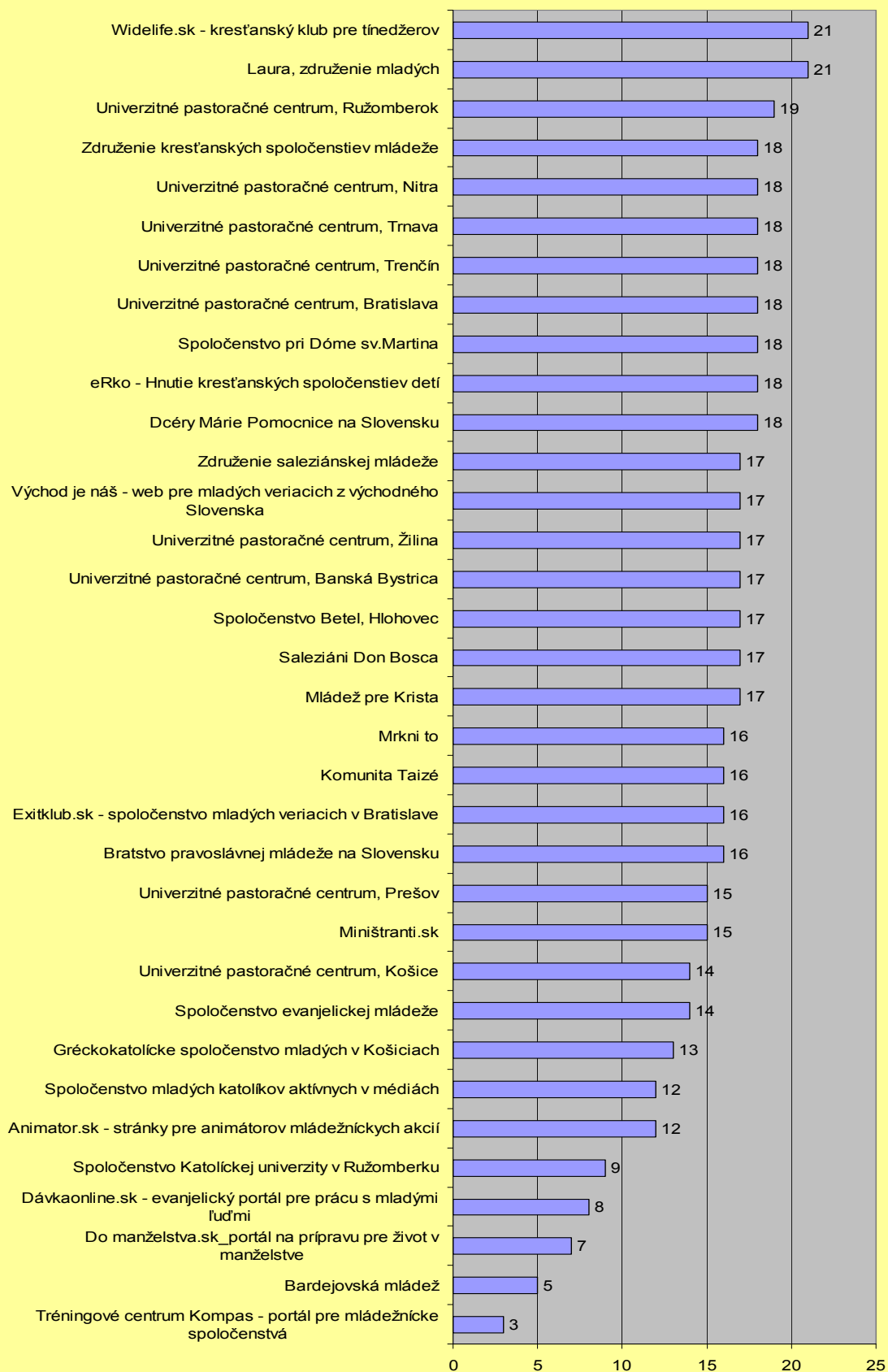
Stránky zamerané na občiansku participáciu mladých ľudí



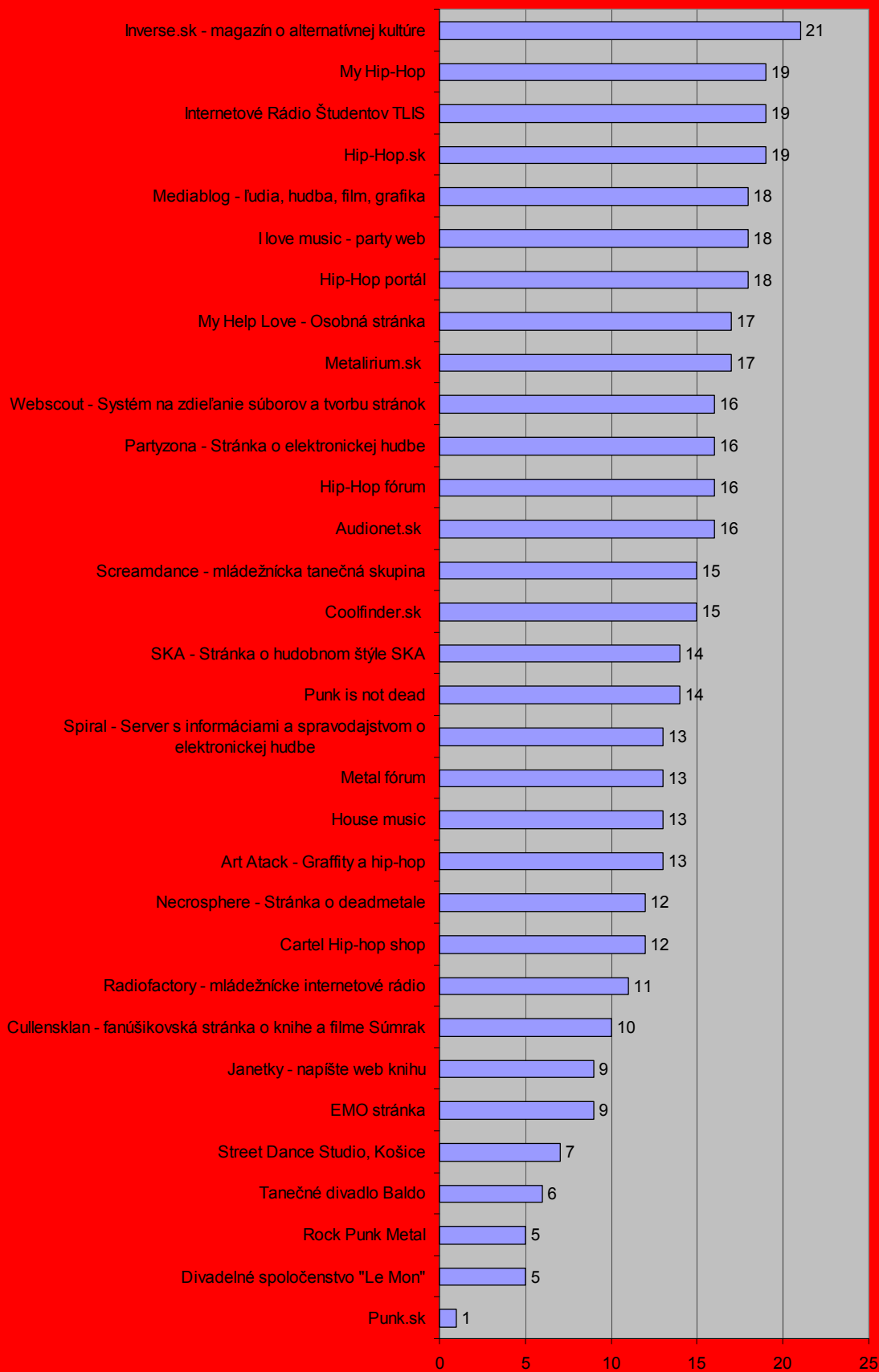
Stránky zamerané na mládežnícke voľnočasové aktivity



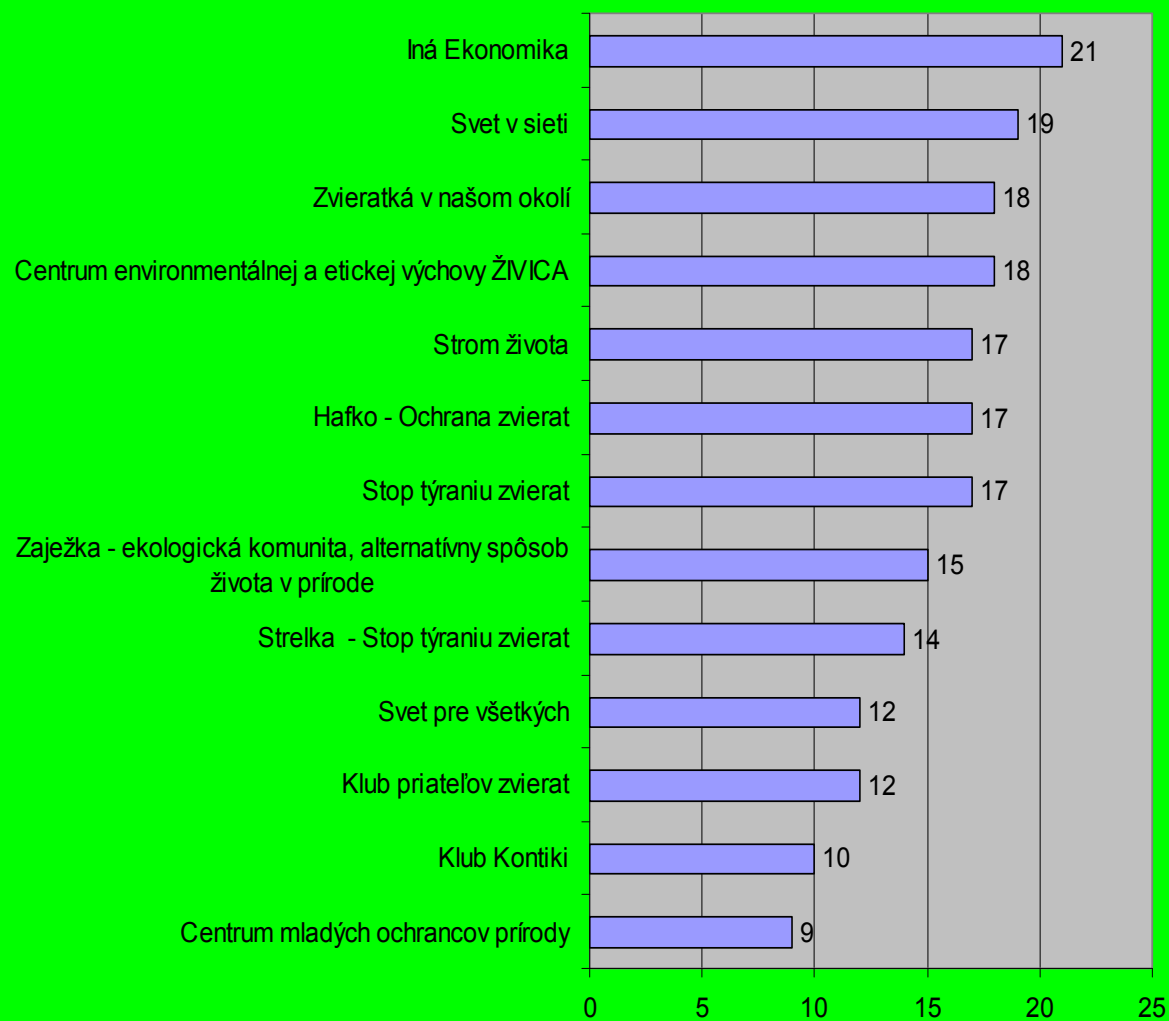
Stránky so zameraním na duchovný život a spiritualitu mladých



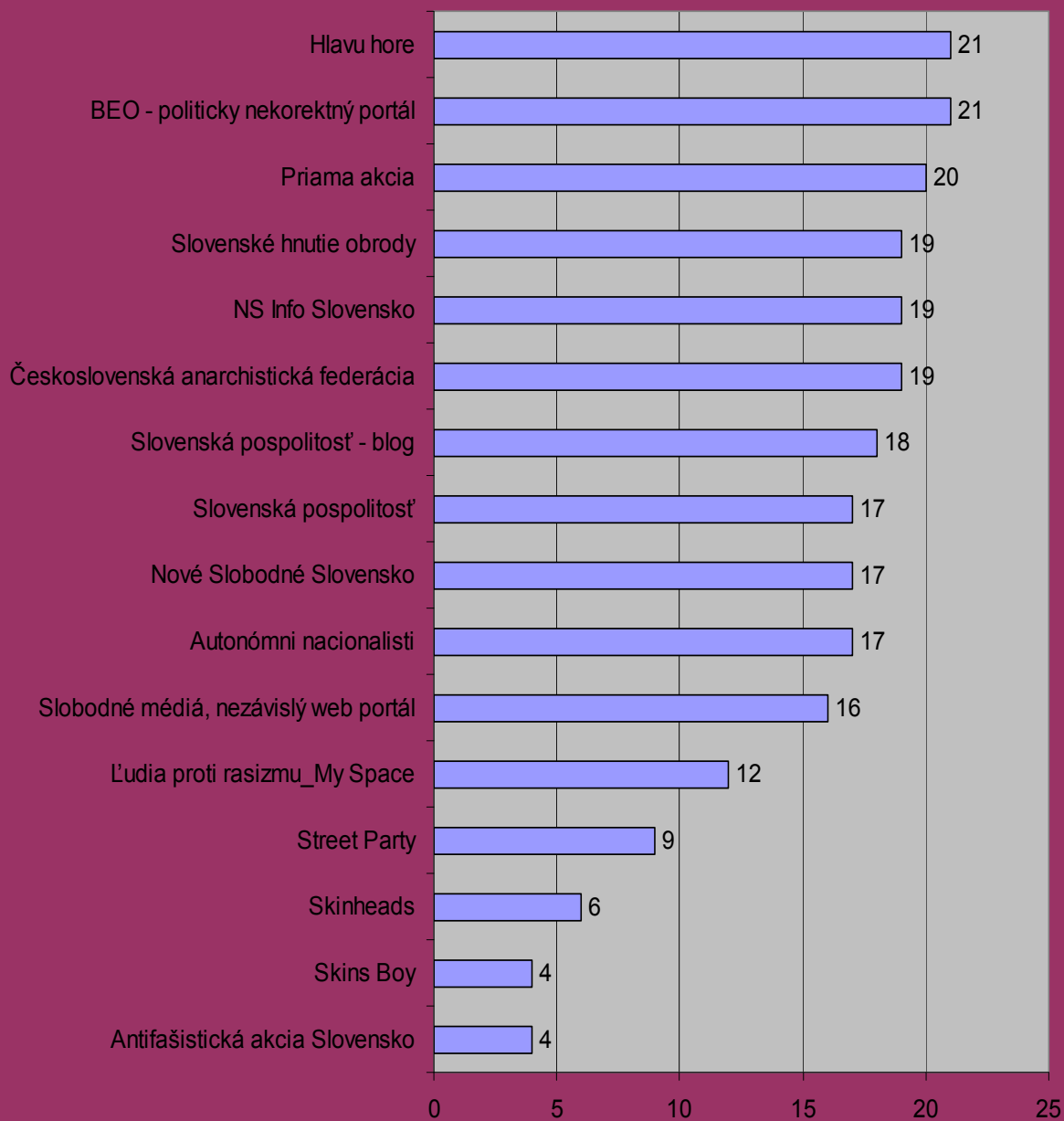
Stránky so zameraním na mládežnícku kultúru a umenie



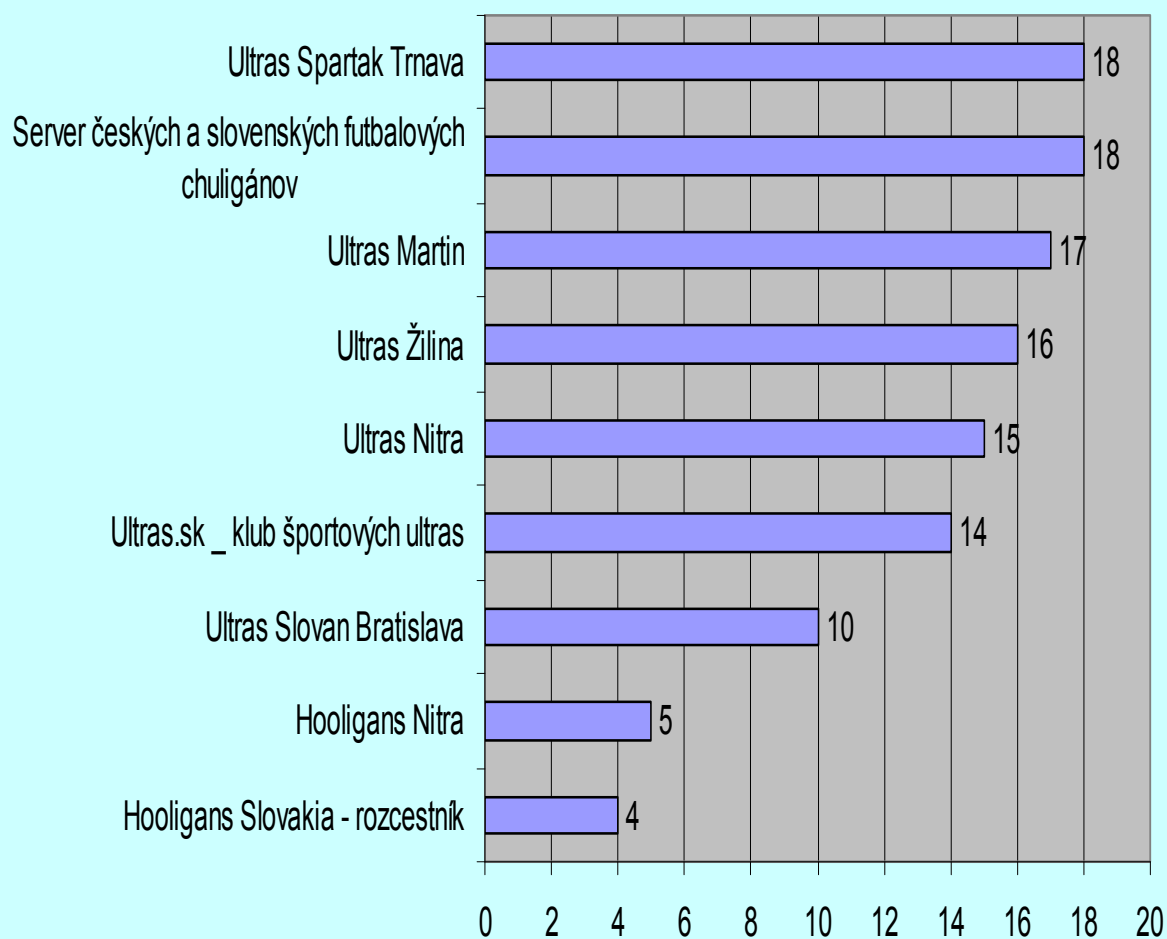
Stránky so zameraním na environmentálne otázky



Stránky subkultúr mládeže s politickým zameraním



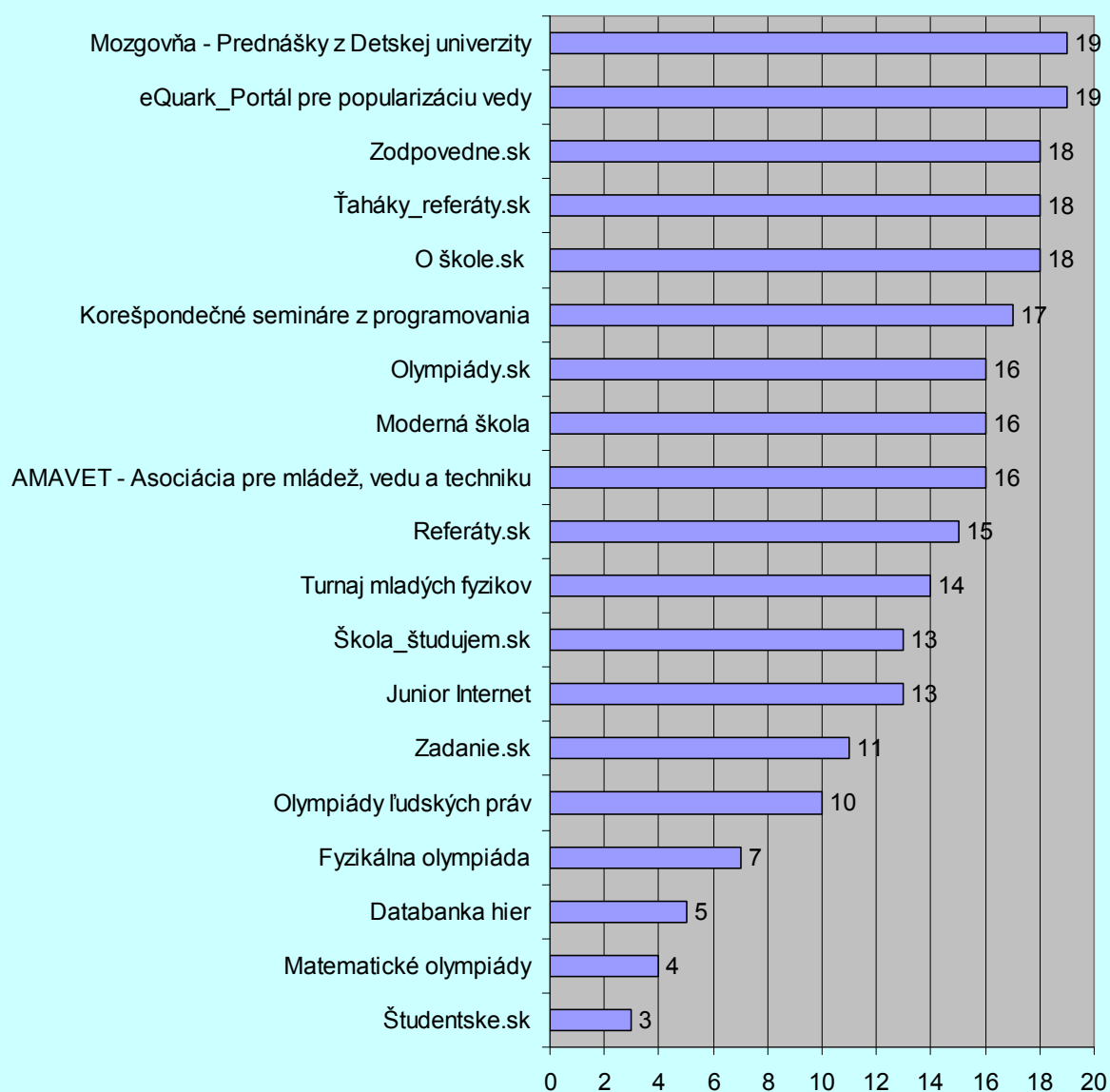
Stránky subkultúr mládeže so zameraním na šport



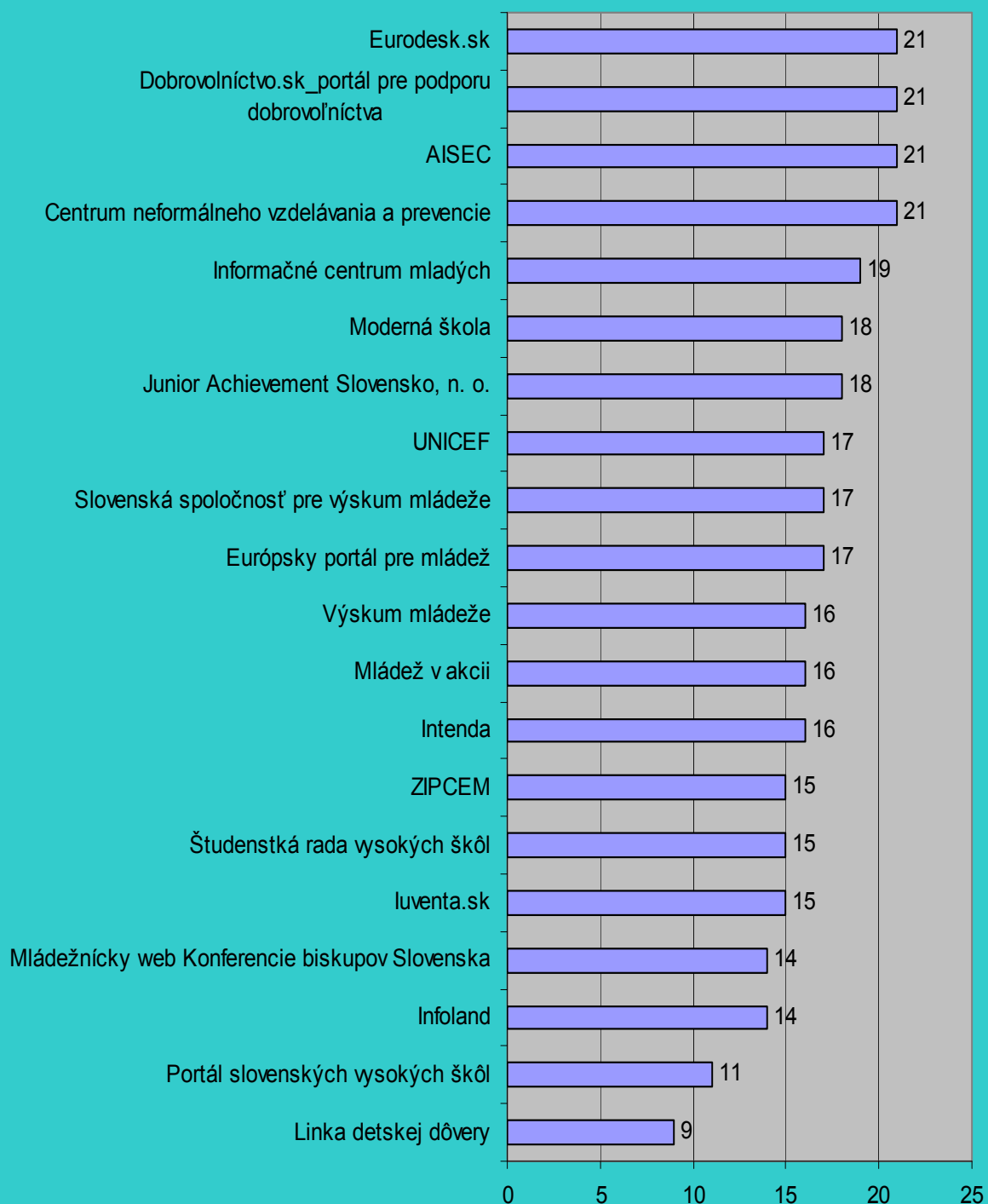
Komerčné stránky a komunitné weby zamerané na mladých ľudí



Stránky pre mladých ľudí so vzdelávacím obsahom



Oficiálne webové stránky určené mladým ľuďom a poskytujúce praktické informácie z rôznych oblastí života



Oficiálne webové stránky poskytujúce informácie mládeži s nedostatkom príležitostí

