

## **POROČILO O ANALIZI REZULTATOV ANKETE MED MLADIMI**

Stališča, odnos mladih do programa MIKK-a,  
potrebe med mladimi

### **Organizacija:**

Mladinski informativni in kulturni klub  
Trubarjev drevored 4  
9000 Murska Sobota

### **Interno poročilo pripravili:**

Mateja Černjavič, mladinka delavka  
Larisa Deutch, mladinka delavka

### **Jezikovna ustreznost:**

Vsebina ni lektorirana

### **Datum in kraj izdaje:**

Murska Sobota, december 2018





Mladinski informativni in kulturni klub Murska Sobota  
Trubarjev drevored 4  
9000 Murska Sobota



EVROPSKA UNIJA  
EVROPSKI  
SOCIALNI SKLAD  
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST



REPUBLIKA SLOVENIJA  
**MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,  
ZNANOST IN ŠPORT**  
URAD REPUBLIKE SLOVENIJE ZA MLADINO

## KAZALO VSEBINE

<b>1 UVOD</b> .....	6
1.1 Poslanstvo Mladinsko informativnega in kulturnega kluba .....	6
<b>2 PREDMET RAZISKOVANJA</b> .....	6
<b>3 METODOLOGIJA</b> .....	7
3.1 Raziskovalni vzorec – udeleženci raziskave .....	7
3.2 Pripomočki.....	8
3.3 Postopek pridobivanja udeležencev.....	9
3.4 Obdelava podatkov .....	10
<b>4 REZULTATI RAZISKAVE</b> .....	10
4.1 Rezultati anketnega vprašalnika.....	10
4.2 Rezultati skupinskega dialoga .....	24
<b>5 DISKUSIJA – bistvene ugotovitve</b> .....	29
5. 1 Omejitve vzorca.....	31
5.2 Pogled naprej - uporabna vrednost izsledkov.....	31

## KAZALO GRAFOV

Graf 1: Prikaz vzorca udeležencev glede na spol (%) (N = 399).....	10
Graf 2: Prikaz sestave vzorca udeležencev (%).....	11
Graf 3: Prikaz udeležencev glede na območje bivanja (%).....	11
Graf 4: Prikaz udeležencev glede na trenutni status (%).....	11
Graf 5: Prikaz udeležencev glede na stopnjo izobrazbe (%).....	12
Graf 6: Ocena udeležencev glede dejavnosti, dogajanja za mlade na območju MOMS (%).....	12
Graf 7: Prikaz deleža udeležencev glede na to ali poznajo dejavnosti mladinskega centra MIKK. ....	13
Graf 8: Prikaz deleža udeležencev glede na to ali poznajo lokacijo MIKK-a.....	13
Graf 9: Prikaz deleža udeležencev glede na potencialne ovire za ne udeleževanje na dogodkih v MIKK-u.....	14
Graf 10: Prikaz dogodkov, ki so se jih udeleženci že udeležili v preteklosti. ....	16
Graf 11: Prikaz poznavanja projektov s področja KULTURE. ....	17
Graf 12: Prikaz poznavanja projektov s področja MLADINA. ....	17
Graf 13: Prikaz poznavanja projektov s področja MULTIMEDIJSKEGA CENTRA.....	18
Graf 14: Vir pridobivanja informacij o dogodkih v MIKK-u. ....	18
Graf 15: Prikaz dejavnikov, ki najbolj vplivajo na odločitev, da se oseba udeleži dogodka v MIKK-u..	19
Graf 16: Prikaz deleža udeležencev glede na mnenje o tem ali dobijo dovolj informacij o dogajanju v MIKK-u. ....	20
Graf 17: Prikaz podanih ocen glede dejavnosti, ki se izvajajo v MIKK-u. ....	20
Graf 18: Prikaz aktivnosti s področja USTVARJALNOSTI, ki bi si jih mladi želeli v MIKK-u. ....	21
Graf 19: Prikaz aktivnosti s področja ŠPORTA, ki bi si jih mladi želeli v MIKK-u.....	21
Graf 20: Prikaz aktivnosti s področja GLASBE, ki bi si jih mladi želeli v MIKK-u. ....	22
Graf 21: Prikaz aktivnosti s področja MULTIMEDIJE, ki bi si jih želeli mladi v MIKK-u. ....	23
Graf 22: Prikaz aktivnosti s področja IZOBRAŽEVANJA, ki bi si jih mladi želeli v MIKK-u.....	23
Graf 23: Prikaz deleža udeležencev glede na to ali bi bili pripravljeni pomagati pri izvedbi aktivnosti ali biti prostovoljec v MIKK-u. ....	24
Graf 24: Prikaz rezultatov skupinskega dialoga – področje KULTURE.....	25
Graf 25: Prikaz rezultatov skupinskega dialoga – področje MLADINA.....	27
Graf 26: Prikaz rezultatov skupinskega dialoga - področje MULTIMEDIJE.....	28

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Prikaz zgradbe anketnega vprašalnika.....	8
Tabela 2: Asociacije udeležencev ob besedi MIKK (N = 261). ....	14
Tabela 3: Prikaz odgovorov udeležencev na vprašanje št. 10, pod točko "Drugo" (N =47). ....	15

## KAZALO SLIK

Slika 1: Prikaz terminskega načrta procesa izvedbe raziskave. ....	8
--	---

## **1 UVOD**

### **1.1 Poslanstvo Mladinsko informativnega in kulturnega kluba**

Mladinski informativni in kulturni klub Murska Sobota (v nadaljevanju MIKK) je regijski mladinski center, ki mladim nudi prostor in aktivnosti za kvalitetno preživljanje prostega časa. Naša ciljna skupina so mladi od 15 do 29 let starosti. Kot mladinski center si prizadevamo, da svoj program sooblikujemo skupaj z mladimi in tako izhajamo iz njihovih potreb. Ravno za omenjeno starostno skupino, ki je v obdobju oblikovanja lastne identitete in s tem nenehnim soočanjem z izzivi, ki ga daje obdobje odraščanja ter hiter tempo življenja, ponujamo zanimiva neformalna izobraževanja in prostočasne aktivnosti. Omenjeno pa mladostniku lahko predstavlja mehanizme za lažje premagovanje ovir in možnosti pridobivanja kompetenc za nadaljnji osebni ter strokovni razvoj.

Splošni program mladinskega dela MIKK Murska Sobota obsega neformalna izobraževanja v obliki predavanj, okroglih miz o aktualnih mladinskih problematikah, zaposlovanju, prostovoljstvu, mednarodni mobilnosti mladih, delavnicah DIY (naredi si sam), kreativnih delavnicah, glasbenih delavnic (bobnarska in kitarska delavnica), ki ju izvajajo zunanji mentorji, likovno delavnico, ki je namenjena predvsem pripravi na sprejem na likovno akademijo in zabavno-kulturni program, ki obsega dijaške večere, družabne večere namiznih iger, klubske koncerte alternativne glasbe, razstave mladih umetnikov, izobraževalni program multimedijskega centra, ki si prizadeva vključiti nove tehnologije in vpeljevati nove trende na področju multimedije, ipd. Zraven splošnega programa mladinskega dela, pa MIKK-ov program obsega tudi projektno delo, ki obsega večdnevne aktivnosti (Festival delu čast in oblast, JÓ poletje, Aktivno v poletje, MIKK-ov festival ...). Poleg lastnega programa MIKK Murska Sobota izvaja tudi prireditve, ki jih sooblikuje in izvaja za ustanovitelja, Mestno občino Murska Sobota, in sicer Pustovanje za otroke, Sprehode ob glasbi, kjer se ob sobotnih popoldnevih obiskovalci sprehodijo skozi mestni park ob živi glasbi, Družinski piknik, ki je namenjen druženju družin v mestnem parku in pa projekt Igrivi park, ki poteka v sklopu Festivala Soboški dnevi in obsega dopoldanske in popoldanske kreativne delavnice za otroke in mladino, prav tako v mestnem parku.

## **2 PREDMET RAZISKOVANJA**

Kot ostali mladinski centri po Sloveniji, tudi v našem centru zaznavamo, da je prepoznavnost mladinskega dela v lokalni skupnosti, predvsem pa med mladimi na relativno nizki ravni. Omenjene ugotovitve temeljijo na večletnih analizah raziskav med mladimi, relativno nizkim obiskom dogodkov ter zainteresiranostjo splošne javnosti. Soočamo se s problemom, kjer informacije o aktivnostih in dogodkih, ki jih izvajamo v mladinskem centru ne dosega ciljne skupine (mladih) v tolikšni meri, kot bi si to želeli. Opažamo trend umikanja ciljne populacije v starostnem rangju od 15 do 29 let ob poplavi informacij, katero je prinesla digitalna doba, v vse bolj zaprte kotičke družbe, željne takojšnje zabave brez dodane vrednosti, katera bi prinesla tako prepotrben razvoj kompetenc pri mladih, za lažjo zaposljivost, osebni razvoj in aktivno participacijo mladih.

Potrebno je izpostaviti, da se mladi v obdobju mladostništva soočijo z mnogimi spremembami in vidiki odraščanja, ki pomembno sooblikujejo identiteto posameznika. V tem obdobju se mlad človek pogosteje nagiba k nerazpoloženosti, razpoloženski temačnosti oz. k nekakšni slabi volji. Prihaja tudi do apatije oz. izgube interesa za ljudi, stvari in dejavnosti v okolici. V mladinskem centru se zavedamo,

da je omenjena starostna skupina težje dostopna, vendar pa je ključnega pomena, da mlade informiramo, predstavimo svoje aktivnosti in jim prenesemo namen obstoja mladinskega centra, kjer je v ospredju skupno soustvarjanje mladinskega programa in sodelovanje mladih.

Na podlagi zgoraj izpostavljenih trendov in z namenom, da bi se približali mladim, identificirali njihove potrebe ter posledično oblikovali program mladinskega centra prirejen po meri mladih, smo v delovnem timu sprejeli odločitev, da izvedemo raziskavo ter promocijske aktivnosti po srednjih šolah na območju Mestne občine Murska Sobota.

V raziskavi nas je zanimalo, v kolikšni meri mladi v starostnem rangu od 15 do 29 let poznajo dejavnost in aktivnosti mladinskega centra, kakšen odnos imajo do mladinskega centra ter kakšna so njihova zanimanja in potrebe.

**Cilji izvedene raziskave in promocijskih aktivnosti obsegajo:**

- Pregled trenutnega stanja potreb med mladimi glede programa mladinskega centra;
- Dvig prepoznavnosti organizacije in aktivnosti mladinskega centra (področje mladine, kulture ter multimedijskega centra);
- Dvig prepoznavnosti mladinske kulture ter višjo stopnjo aktivne participacije mladih v mladinskem centru;
- Pridobljeni podatki in analiza bodo osnova za oblikovanje, korigiranje in vpeljavo projektov v programsko shemo mladinskega centra v prihodnje.

### **3 METODOLOGIJA**

Na podlagi zgoraj izpostavljenega raziskovalnega vprašanja smo na srednjih šolah na območju Mestne občine Murska Sobota izvedli 2 vrsti aktivnosti:

- a) Raziskavo o prepoznavnosti MIKK-a med mladimi s pomočjo anketnega vprašalnika;**
- b) Izkuštvne delavnice s skupinskim dialogom z namenom predstavitve mladinskega centra MIKK in aktivnosti ter identifikacije potreb med mladimi.**

Z navedenima pristopoma smo ugotavljali, kakšne interese in potrebe imajo mladi. V nadaljevanju podajamo oris metodologije.

#### **3.1 Raziskovalni vzorec – udeleženci raziskave**

##### **Anketni vprašalnik**

Raziskovalni vzorec je sestavljalo 399 oseb, od tega je bila več kot polovica dijakov Ekonomske šole Murska Sobota ter Gimnazije Murska Sobota, ki predstavljajo priložnostni in naključni vzorec ter so anketni vprašalnik reševali v fizični obliki. Nekaj manj kot polovica udeležencev (46 %) je k raziskavi pristopila z reševanjem spletne ankete. Raziskovalni vzorec je zaradi boljše preglednosti in razumljivosti dobljenih podatkov podrobneje grafično prikazan v poglavju 4 Rezultati (podpoglavje 4.1 Rezultati anketnega vprašalnika).

### Skupinski dialog

V skupinski dialog je bilo skupno vključenih cca. 350 dijakov Gimnazije Murska Sobota, Ekonomske šole Murska Sobota in Srednje zdravstvene šole Murska Sobota v starostnem rangu od 15 do 19 let. Demografskih karakteristik udeležencev skupinskega dialoga nismo posebej preučevali. Skupinski dialog je bil izveden na priložnostnem vzorcu dijakov na prej omenjenih srednjih šolah, na območju Mestne občine Murska Sobota.

### 3.2 Pripomočki

#### Anketni vprašalnik – kvantitativna metoda raziskovanja

Osrednji instrument raziskave je bil anketni vprašalnik (celoten vprašalnik se nahaja v Priloga 1), ki sestoji iz skupno 19 vprašanj odprtega in zaprtega tipa. Vprašanja tvorijo 4 tematske sklope, prikazane v tabeli spodaj.

Tabela 1: Prikaz zgradbe anketnega vprašalnika.

<b>I DEMOGRAFSKI PODATKI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Demografski podatki udeležencev, vprašanja o splošni oceni dejavnosti namenjenim mladim na območju Mestne občine Murska Sobota.</li></ul>
<b>II PREPOZNAVNOST MIKK-a</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vprašanja o prepoznavnosti mladinskega centra med mladimi.</li></ul>
<b>III INTERESI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Postavke glede interesov, potreb med mladimi.</li></ul>
<b>VI INTERES ZA SODLEOVANJE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sklop vprašanj se nanaša na interes mladih za sodelovanje, pomoč pri izvedbi dogodkov v MIKK-u.</li></ul>

Vprašanje št. 7: "Ali veš, kaj je MIKK in s katerimi dejavnostmi se ukvarja?" je vsebovalo navodilo, da v kolikor udeleženci ne poznajo dejavnosti mladinskega centra, nadaljujejo izpolnjevanje vprašalnika pri vprašanju št. 19. Udeleženci so torej preskočili vprašanja, ki so se nanašala na trenutni program, ki se izvaja v mladinskem centru ter so nadaljevali reševanje vprašalnika pri vprašanjih o interesih ter potrebah.

Ključno je izpostaviti, da je na prvi strani anketnega vprašalnika bil pojasnjen namen raziskave, načelo varovanja osebnih podatkov ter navodila za reševanje. Anketni vprašalnik so udeleženci reševali po metodi papir-svinčnik ali preko spleta. Spletno različico anketnega vprašalnika smo pripravili v aplikaciji 1KA (povezava do spletne različice vprašalnika: <https://www.1ka.si/a/164315> ).

#### Skupinski dialog – kvalitativna metoda raziskovanja

Metoda skupinskega dialoga je strukturirana metoda poglobljene komunikacije v skupini, ki ne stremi k hitremu iskanju rešitev in odločitev, temveč odpira prostor za nizanje idej in raziskovanje. Omenjeno metodo sta vodili mladinski delavki, ki sta izvedli celoten proces raziskave. Z dijaki sta govorili in razmišljali o morebitnih idejah glede programa v mladinskem centru ter dogajanju na območju Mestne občine Murska Sobota. Dijaki so dobili priložnost, da izrazijo potrebe in predloge.



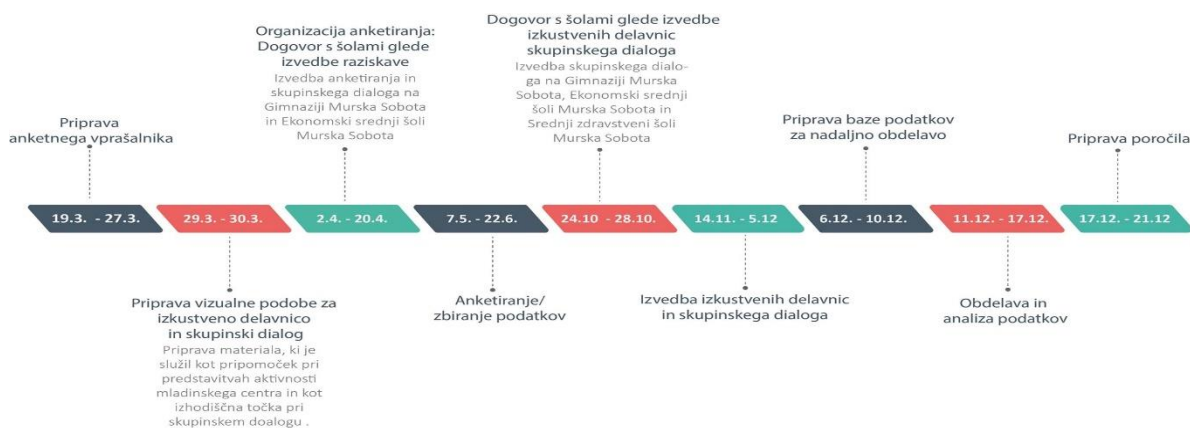
Ključno je izpostaviti, da je skupinski dialog potekal na podlagi vnaprej pripravljenih opornih točk (vprašanj), ki so zaradi lažjega sodelovanja s strani udeležencev bile tudi vizualno predstavljene. Primeri vprašanj: "V kolikšni meri zaznavate oz. imate občutek, da se na območju Mestne občine Murska Sobota odvijajo dogodki namenjeni mladim?", "V kolikšni meri in kje iščete informacije o dogodkih v mestu?". Udeleženci skupinskega dialoga so ideje o dogodkih, potrebah (izobraževanje, infrastruktura itd.) zapisali in oddali izvajalkama skupinskega dialoga.

### 3.3 Postopek pridobivanja udeležencev

Po tem, ko smo pripravili anketni vprašalnik, smo pripravili dopis, s katerim smo osnovne in srednje šole na območju Mestne občine Murska Sobota povabili k sodelovanju pri izvedbi anketiranja in skupinskega dialoga. Preko elektronskega sporočila smo omenjeni dopis poslali vsem ravnateljem osnovnih in srednjih šol na območju Mestne občine Murska Sobota. Ključno je izpostaviti, da se nobena izmed osnovnih šol ni odzvala na naš poziv. Podobno stanje nezainteresiranosti so izkazali ravnatelji nekaterih srednjih šol. Srednja zdravstvena šola Murska Sobota, Gimnazija Murska Sobota in Ekonomska šola Murska Sobota so se odzvale našemu pozivu ter nam omogočile izvedbo raziskave, predstavitev dejavnosti mladinskega centra in skupinski dialog med njihovimi dijaki. Izvajalki raziskave in skupinskega dialoga sta na omenjenih srednjih šolah izvedli srečanje z vodstvom šole in svetovalnimi delavci, kjer sta pojasnili namen, cilje raziskave ter se dogovorili o terminih izvedbe aktivnosti. Ključno je izpostaviti, da je zaradi neodzivnosti s strani vodilnih na šolah, pričujoča raziskava terjala veliko mero napora, vztrajnosti in tudi časa. Na podlagi vnaprej dogovorjenih terminov sta izvajalki izvedli omenjene aktivnosti na srednjih šolah.

Kot smo že izpostavili v predhodnem poglavju, smo pripravili spletno različico anketnega vprašalnika. Omenjeni vprašalnik smo delili na Facebook profilu MIKK klub in na zasebnih Facebook profilih zaposlenih v mladinskem centru. Pri deljenju ankete so nam pomagali tudi v Klubu prekmurskih študentov (anketo so delili na Facebook profilu Kluba prekmurskih študentov).

Celotni proces raziskave je potekal vse od marca 2018 do začetka decembra 2018 in je podrobneje prikazan na Sliki 1. Od maja do vključno junija smo izvedli raziskavo s pomočjo anketnega vprašalnika in skupinskega dialoga. Pri tem smo zajeli dijake Gimnazije Murska Sobota in Ekonomske srednje šole Murska Sobota. Istočasno smo uporabili spletno anketiranje. Novembra in decembra smo izvedli skupinski dialog izključno med dijaki prvih letnikov na Gimnaziji Murska Sobota, Srednji ekonomski šoli Murska Sobota in Srednji zdravstveni šoli Murska Sobota.



Slika 1: Prikaz terminskega načrta procesa izvedbe raziskave.

### 3.4 Obdelava podatkov

#### Anketni vprašalnik

Dobljene kvantitativne podatke anketnih vprašalnikov smo vnesli v vnaprej pripravljeno predlogo baze podatkov v programu Excel, kjer smo za nadaljnjo obdelavo izločili pomanjkljive oz. neustrezne vrednosti. Podatke smo nadalje obdelali, merili frekvenco odgovorov na vprašanja v programu Microsoft Excel. Pri vprašanjih, ki so zahtevala, da udeleženci podajo oceno, smo izračunali povprečne vrednosti ocene. Podatke smo nadalje s pomočjo programa Microsoft Excel ustrezno grafično prikazali.

Potrebno je dodati, da so udeleženci v veliki meri bili nemotivirani za podajanje odgovorov in se niso držali navodil oz. zahtev pri podajanju odgovorov (obkrožili so več izbir, kot pa je zahtevalo vprašanje), ali na vprašanja niso odgovorili. Izpostavljeno je otežilo obdelavo podatkov in se kaže kot osip vzorca pri obdelavi podatkov določenih vprašanj. Ključno je izpostaviti, da je analiza podatkov pri določenih vprašanjih (vprašanja, ki so zahtevala več možnih odgovorov) bila izračunana glede na celoten delež vseh podanih odgovorov in ne na št. udeležencev.

#### Skupinski dialog

Udeleženci skupinskega dialoga so ideje o dogodkih, potrebah (izobraževanje, infrastruktura itd.) zapisali in oddali izvajalkama skupinskega dialoga. Omenjene kvalitativne podatke smo obdelali tako, da smo vse dobljene odgovore smiselno razdelili glede na področja in jih prikazali v hierarhičnih diagramih ter pripravili krajši povzetek bistvenih ugotovitev, ki jih navajamo v poglavju 4.2 Rezultati skupinskega dialoga.

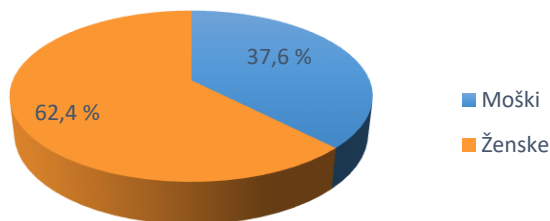
## 4 REZULTATI RAZISKAVE

### 4.1 Rezultati anketnega vprašalnika

#### I Demografski podatki

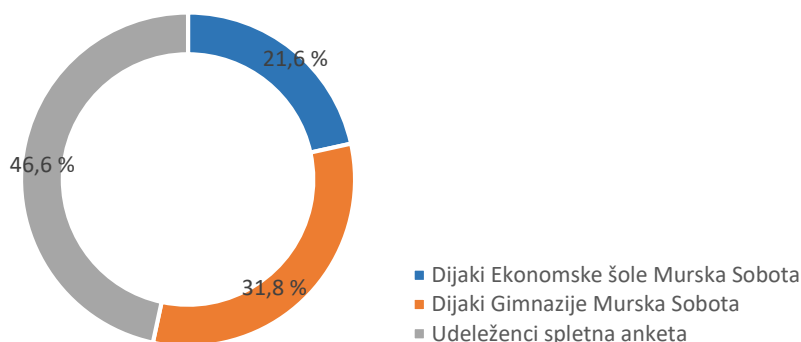
V nadaljevanju podajamo analizo demografskih podatkov preučevanega vzorca udeležencev.

Raziskovalni vzorec je skupno obsegal 399 udeležencev, od tega je bilo 150 moških (37,6 %) in 249 (62,4 %) žensk (Graf 1) v starostnem rangu od 15 do 44 let.



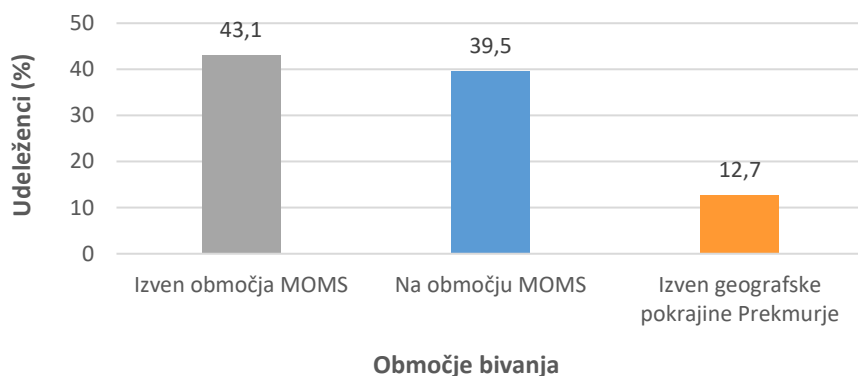
Graf 1: Prikaz vzorca udeležencev glede na spol (%) (N = 399).

Vprašalnik je v fizični obliki rešilo 31,8 % dijakov Gimnazije Murska Sobota in 21,6 % dijakov Ekonomske šole Murska Sobota, manj kot polovica udeležencev (46,6 %) preučevanega vzorca je rešilo spletno različico vprašalnika (Graf 2). Omenjena sestava vzorca je posledica metode zbiranja podatkov oz. izbire priložnostnega vzorca (dijaki na Gimnaziji Murska Sobota in Ekonomski šoli Murska Sobota).



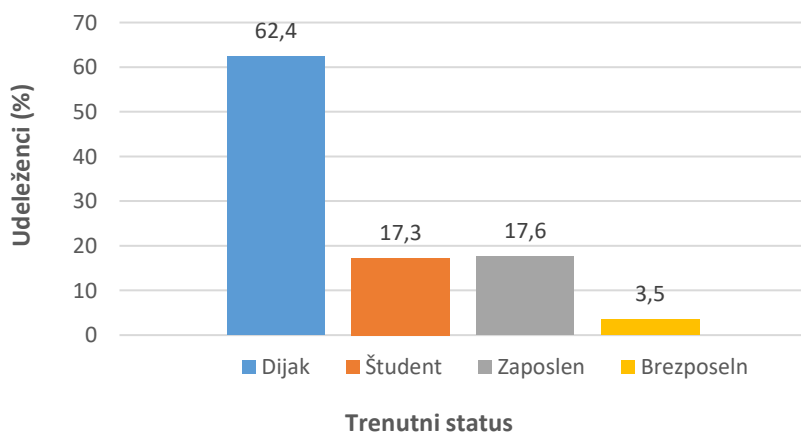
Graf 2: Prikaz sestave vzorca udeležencev (%).

Manj kot polovica (43,1 %) udeležencev vzorca biva izven Mestne občine Murska Sobota (MOMS), na območju mestne občine Murska Sobota (MOMS) biva 39,5 % udeležencev, 12,7 % preostalih trenutno biva izven geografske pokrajine Prekmurje (Graf 3). Delež slednjih v veliki meri sestavljajo študentje, ki med tednom bivajo v izobraževalnih sediščih po Sloveniji ter se med vikendi vračajo v Prekmurje.



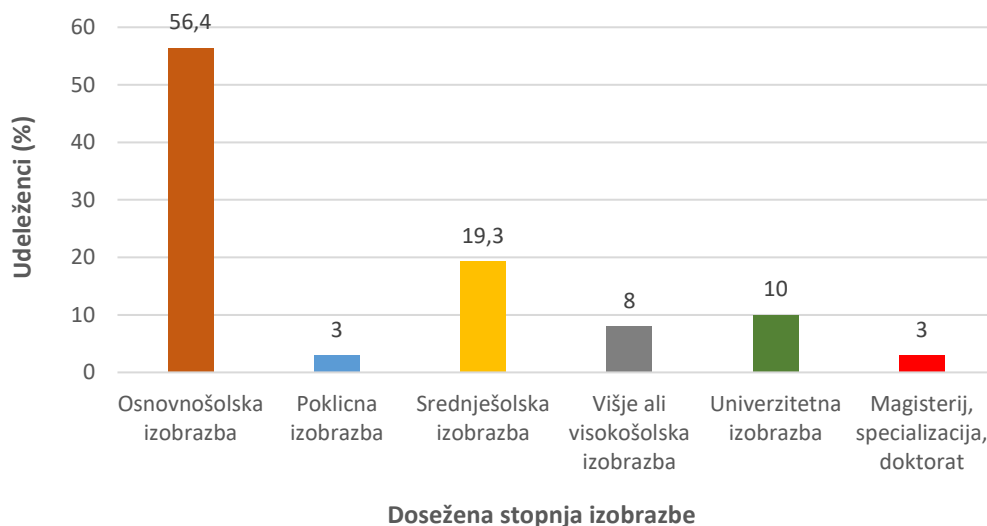
Graf 3: Prikaz udeležencev glede na območje bivanja (%).

Graf 4 prikazuje udeležence vzorca glede na trenutni status. Z 62,4 % prevladujejo dijaki, sledijo zaposlene osebe (17,6 %) ter s 17,3 % študentje. 3,5 % udeležencev vzorca sestavljajo brezposelne osebe.



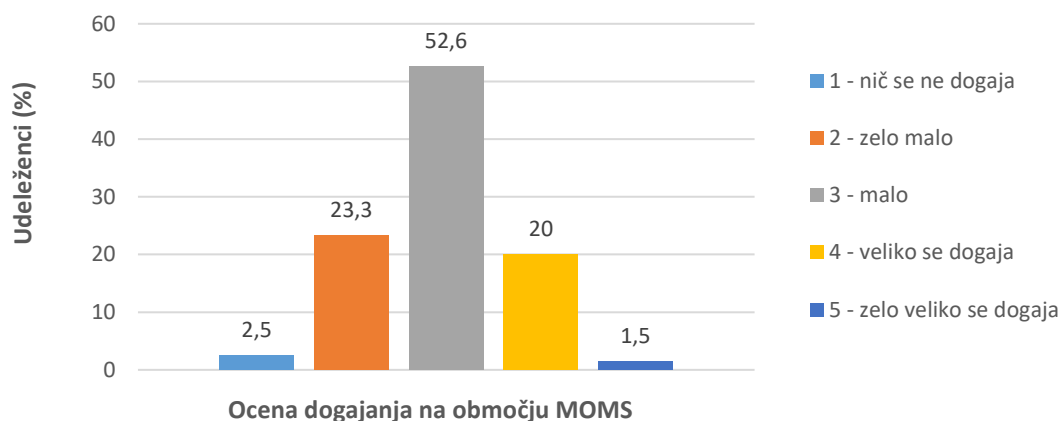
Graf 4: Prikaz udeležencev glede na trenutni status (%).

Glede na stopnjo izobrazbe ima več kot polovica udeležencev dokončano osnovnošolsko izobrazbo (56,4 %), sledi srednješolska izobrazba (19,3 %). Na podatke o izobrazbi znatno vpliva dejstvo, da smo raziskavo izvedli med dijaki, ki imajo dokončano šele osnovnošolsko izobrazbo. 10 % udeležencev ima univerzitetno izobrazbo, nekaj manj jih ima doseženo višjo ali visokošolsko izobrazbo (8 %). 3 % udeležencev ima dokončano poklicno izobrazbo, enak procent pa tudi magisterij, specializacijo ali doktorat. Izobrazbena struktura sovпада s starostno populacijo vzorca in tudi ciljno skupino mladinskega centra.



Graf 5: Prikaz udeležencev glede na stopnjo izobrazbe (%).

**VPRAŠANJE 6:** "Kako bi ocenil dogajanje, dejavnosti namenjene mladim na območju Mestne občine Murska Sobota (Ali imaš občutek, da se kaj dogaja?). Oцени na lestvici od 1-5."



Graf 6: Ocena udeležencev glede dejavnosti, dogajanja za mlade na območju MOMS (%).

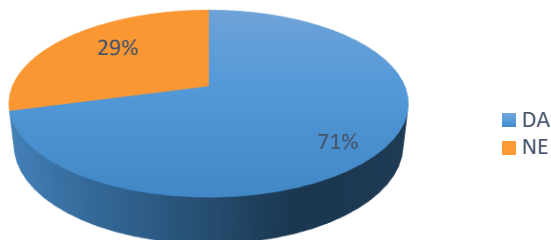
Graf 6 prikazuje, da je večina udeležencev (52,6 %) mnenja, da je na območju Mestne občine Murska Sobota (MOMS) relativno malo dogajanja, dejavnosti namenjene mladim. 20 % udeležencev ocenjuje dogajanje na območju MOMS z oceno 4, kar pomeni, da so mnenja, da je mladim namenjeno veliko dejavnosti, nekoliko višji delež udeležencev (23,3 %) pa meni, da je za mlade zelo malo dejavnosti. Skrajne ocene, t.j. 1 – "nič se ne dogaja" (2,5 %) in 5 – "zelo veliko se dogaja" (1,5 %) so zastopane v

nizkem deležu. Povprečna ocena odgovorov udeležencev raziskave glede dogajanja na območju Mestne občine Murska Sobota znaša 2,94.

## II PREPOZNAVNOST MIKK-a

V nadaljevanju podajamo analizo podatkov, ki se nanašajo na vprašanja o prepoznavnosti mladinskega centra med mladimi.

### VPRAŠANJE 7: "Ali veš, kaj je MIKK in s katerimi dejavnostmi se ukvarja?"

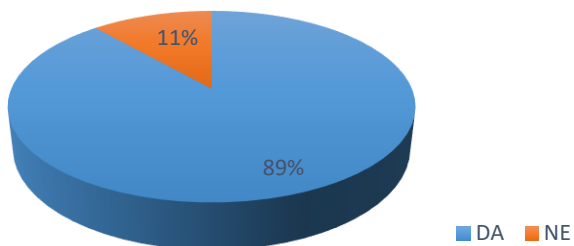


Graf 7: Prikaz deleža udeležencev glede na to ali poznajo dejavnosti mladinskega centra MIKK.

Graf 7 prikazuje, da manj kot tretjina udeležencev (29 %) ne ve, kaj je MIKK, oz. ne pozna dejavnost mladinskega centra. Dobrih 71 % udeležencev je odgovorilo, da vedo kaj je MIKK, oz. da poznajo dejavnosti, s katerimi se ukvarjamo.

### VPRAŠANJE 8: "Če bi te kdo vprašal kje se nahaja MIKK, bi ga znal napotiti na pravo lokacijo?"

Spodnji graf prikazuje, da večina udeležencev pozna lokacijo mladinskega centra (89 %), 11 % udeležencev pa je odgovorilo nasprotno, da ne poznajo kje se nahaja MIKK.



Graf 8: Prikaz deleža udeležencev glede na to ali poznajo lokacijo MIKK-a.

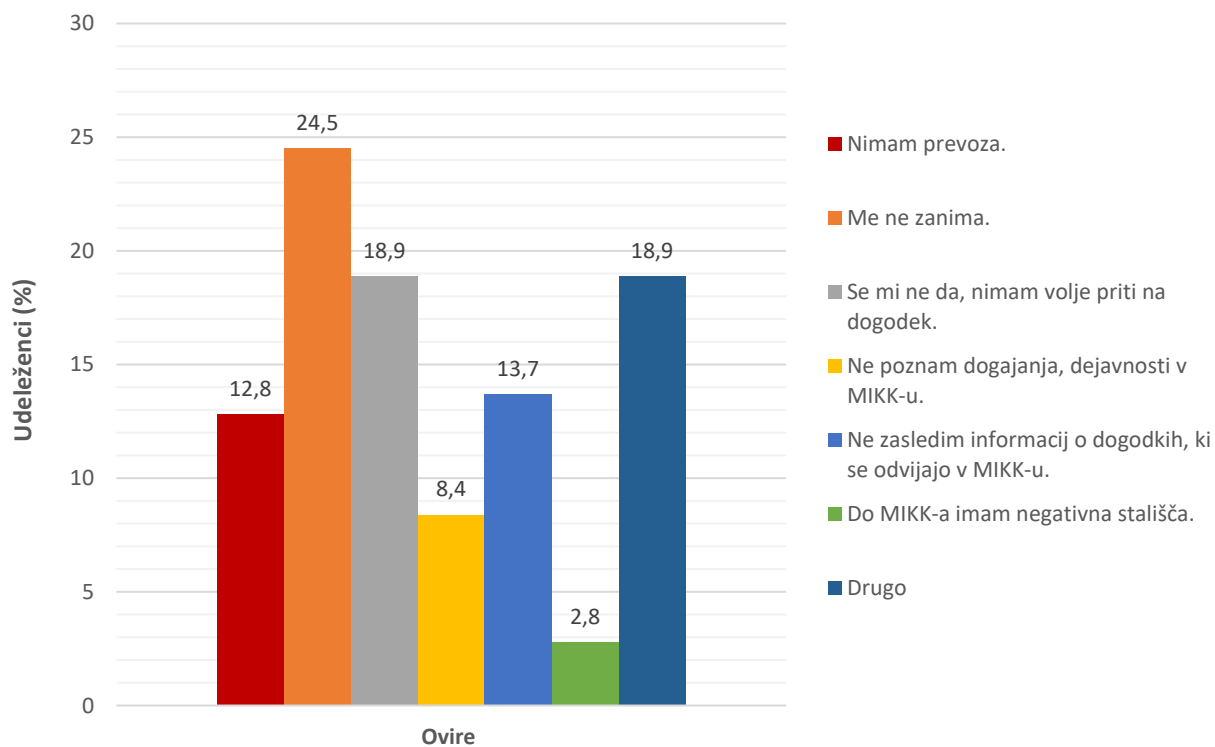
### VPRAŠANJE 9: "Na kaj pomisliš (asociacija) ob besedi MIKK?"

Na zgoraj izpostavljeno vprašanje odprtega tipa je podalo odgovor 261 oseb. Tabela 2 prikazuje odgovore udeležencev, ki smo jih smiselno združili in dobili 4 prevladujoče asociacije. Prva najpogostejša asociacija udeležencev ob besedi MIKK so koncerti in diskoteke (27 %), 21,5 % udeležencev je navedlo, da je MIKK društvo, klub oz. prostor namenjen mladim. 11,5 % udeležencev pa je kot asociacijo navedlo polno in pravilno ime mladinskega centra, torej Mladinsko informativni in kulturni klub. Kot četrti najpogostejši odgovor sledi, da je MIKK center drugačne, alternativne scene (področje glasbe, mladine, kulture) (6,1 %). Na podlagi predstavljenih rezultatov lahko povzamemo, da mladi poznajo MIKK predvsem po koncertnem dogajanju.

Tabela 2: Asociacije udeležencev ob besedi MIKK (N = 261).

Odgovori udeležencev	Udeleženci (%)
Alternativna, drugačna scena (kultura, glasba, mladina)	6,1
Droga	1,9
Gostilna, MIKK-ov čaj	3,4
<b>Društvo, klub, prostor za mlade (kjer se izvajajo različna predavanja, koncerti, dejavnosti za mlade, delavnice)</b>	<b>21,5</b>
Mladinski center	4,6
Kulturni center	1,1
Organizacija za študente	1,5
<b>Mladinski informativni in kulturni klub</b>	<b>11,5</b>
Družabni prostor (druženje s prijatelji, kraj za sprostitev)	5
Grad	2,7
Metal klavnice	2,3
Druženje istomiselnih ljudi	2,7
MIK Celje	1,1
Stripi, Miki Muster	1,5
Zabava	4,2
<b>Koncerti, diskoteka</b>	<b>27</b>
Galerija	0,8
Dijaški večeri	1,1

**VPRAŠANJE 10:** "Kaj vidiš kot oviro, da pogosteje ne prideš v MIKK, oz. se ne udeležiš dogodkov (delavnice, predavanja, koncerti), ki jih prirejamo?"



Graf 9: Prikaz deleža udeležencev glede na potencialne ovire za ne udeleževanje na dogodkih v MIKK-u.

Kot potencialno oviro za ne udeleževanje dogodkov udeleženci v večji meri (24,5 %) navajajo, da jih vsebine, dogodki ne zanimajo. Drugi najpogostejši odgovor je, da se udeležencem raziskave ne da, oz. nimajo volje priti na dogodek (18,9 %). Na podlagi navedenega lahko sklepamo, da je skorajda polovica dijakov oz. udeležencev raziskave nemotivirana za aktivnosti v prostem času, kar pa posledično pomeni, da niti ne iščejo informacij o dogajanju v mestu. Potrebno je dodati, da mladinski center s svojim programom nudi širok spekter raznovrstnih aktivnosti, od kulture, športa, multimedijskih delavnic, predavanj itd. S 13,7 % sledi odgovor, da ne zasledijo informacij o dogodkih, ki se odvijajo v MIKK-u. Nekaj več kot desetina (12,8 %) udeležencev je odgovorila, da nimajo prevoza, kar pa glede na populacijo preučevanega vzorca ne preseneča (naj spomnimo, da so vzorec v večji meri sestavljali dijaki v starostnem rangu od 15. do 18. leta starosti, ki še nimajo voznškega izpita). 8,4 % jih je odgovorilo, da ne prihajajo na dogodke, ker ne poznajo dogajanja v mladinskem centru, 2,8 % pa jih navaja, da imajo do MIKK-a negativna stališča.

Tabela 3: Prikaz odgovorov udeležencev na vprašanje št. 10, pod točko "Drugo" (N =47).

Drugi odgovori	Udeleženci (%)
<b>Oddaljenost MIKK-a od kraja bivanja</b>	<b>3,2</b>
<b>Pomanjkanje časa</b>	<b>4,4</b>
<b>Nezanimive, neaktualne vsebine</b>	<b>4,8</b>
Oseba nima s kom iti na dogodek	1,6
Neobveščenost (oseba ne zasledi obvestil o dogodkih)	1,2
Nizke finančne zmožnosti osebe	0,4
Nekvalitetne vsebine	0,4
Starostna omejitev	0,4

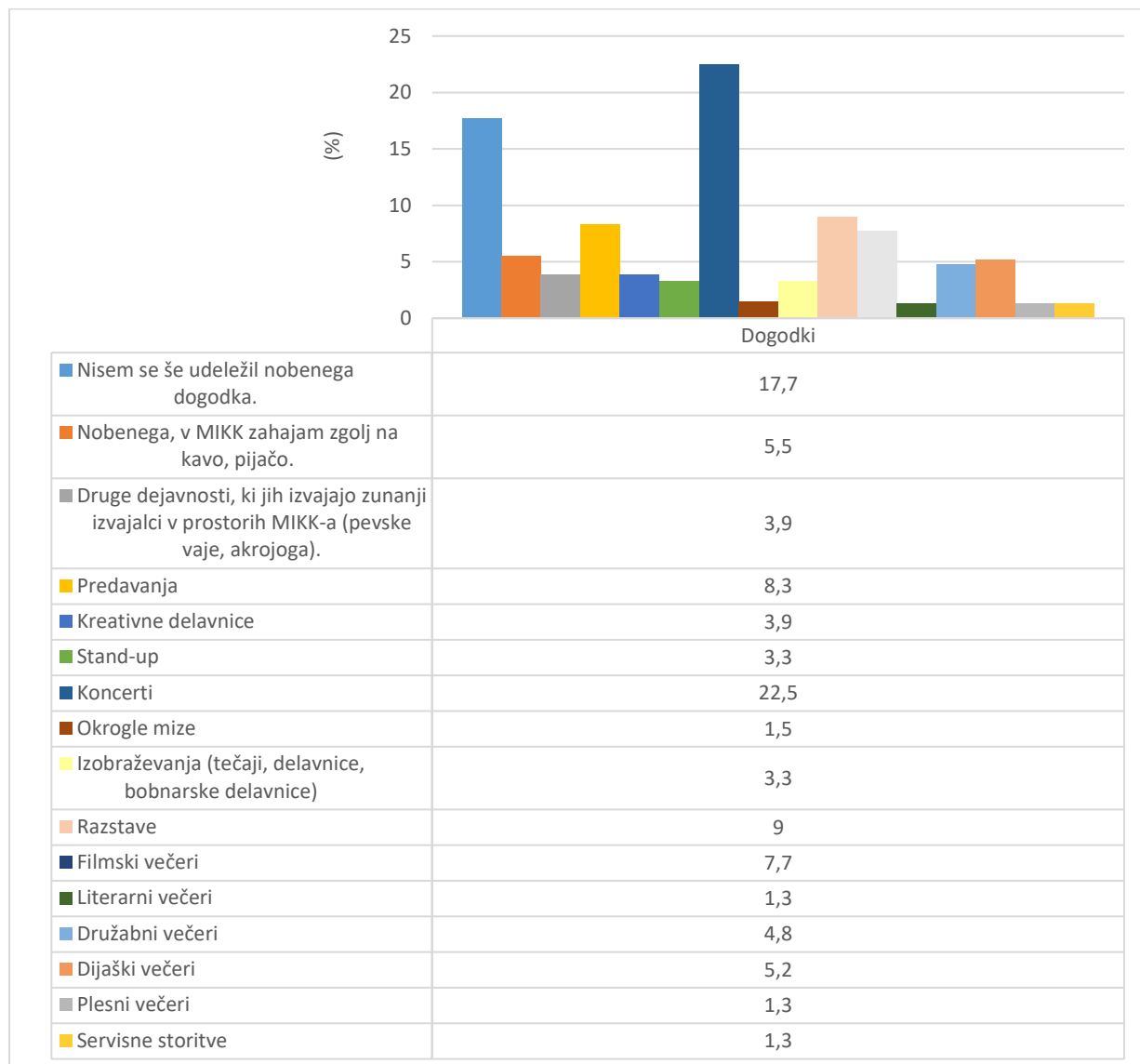
18,9 % udeležencev je na vprašanje št. 10: "Kaj vidiš kot oviro, da pogosteje ne prideš v MIKK, oz. se ne udeležiš dogodkov (delavnice, predavanja, koncerti), ki jih prirejamo?" navedlo lastni odgovor ("Drugo"). Odgovore udeležencev smo zaradi boljše preglednosti smiselno razdelili na področja (Tabela 3).

Udeleženci so pod točko "Drugo" najpogosteje zapisali, da so vsebine in dogodki za njih nezanimive oz. neaktualne (4,8 %) (npr. "Zame ni nič posebno interesantnega.", "Enoličnost vsebin (koncertov) v prejšnjih letih.", "Ponavljajoči se koncerti. Prevlada alternativna glasba.", "Ni dogodkov, ki bi me zanimali.", "Ni zadosti aktualnih dogodkov.", "Premalo zanimivih dogodkov, predavanj. "). Naslednja najpogostejša ovira za ne udeleževanje aktivnosti je pomanjkanje časa oz. preobremenjenost dijakov s sprotnimi šolskimi zadolžitvami (4,4 %). Eden izmed dijakov je kot odgovor predlagal naslednje: "Lepo bi bilo, da bi vstopili v stik s srednjimi šolami in organizirali kakšna predavanja tudi v sklopu šolskih kulturnih dni. Namesto gledališke predstave bi se udeležili predavanja v MIKK-u." Omenjeno bo predmet nadaljnjih obravnav delovne skupine in delovanja v smeri realizacije ideje.

Sledi tretji najpogostejši odgovor, to je oddaljenost MIKK-a od kraja bivanja udeležencev (3,2 %). Udeleženci so navedli še, da nimajo s kom iti na dogodek, oz. da se njihovi prijatelji, sošolci ne želijo udeležiti dogodkov ter, da ne zasledijo informacij o dogodkih v mladinskem centru. Ena oseba je navedla, da so vsebine, ki jih ponujamo nekvalitetne. Prav tako je ena oseba je kot oviro navedla, da

ima omejene finančne zmožnosti. Ključno je izpostaviti, da so dogodki, ki jih izvajamo v večji meri za udeležence brezplačni. Koncertni del dogajanja, ki je plačljiv, je za brezposelne osebe, ki predložijo Potrdilo o brezposelnosti iz evidence ZRSZ brezplačen. Potrebno je izpostaviti še, da v okviru programa Poletni tabor za otroke, v primeru nižjega socialnega standarda družine posameznemu otroku omogočimo brezplačno udeležbo na taboru.

**VPRAŠANJE 11:** "Katerih dogodkov, ki jih organiziramo v MIKK-u, si se že udeležil? (Možnih je več odgovorov.)"



Graf 10: Prikaz dogodkov, ki so se jih udeleženci že udeležili v preteklosti.

Iz Grafa 10 je razvidno, da se je največ udeležencev raziskave v preteklosti že udeležilo koncertov (22,5 %). Presenetljivo je drugi najpogostejši odgovor udeležencev (17,7 %), da se še niso udeležili nobenega dogodka. Kot tretji najpogostejši dogodek, ki so se ga udeleženci že udeležili, so razstave (9 %), sledijo predavanja (8,3 %) in filmski večeri (7,7 %). 5,5 % udeležencev je odgovorilo, da se niso udeležili še nobenega dogodka, saj v MIKK zahajajo zgolj na kavo oz. pijačo, sledijo dijaški (5,2 %) in družabni (4,8 %) večeri ter s 3,9 % kreativne delavnice in druge dejavnosti, ki jih izvajajo zunanji izvajalci v prostorih MIKK-a.



## VPRAŠANJE 12: "Katere dogodke, projekte MIKK-a poznaš, si že slišal zanje?"

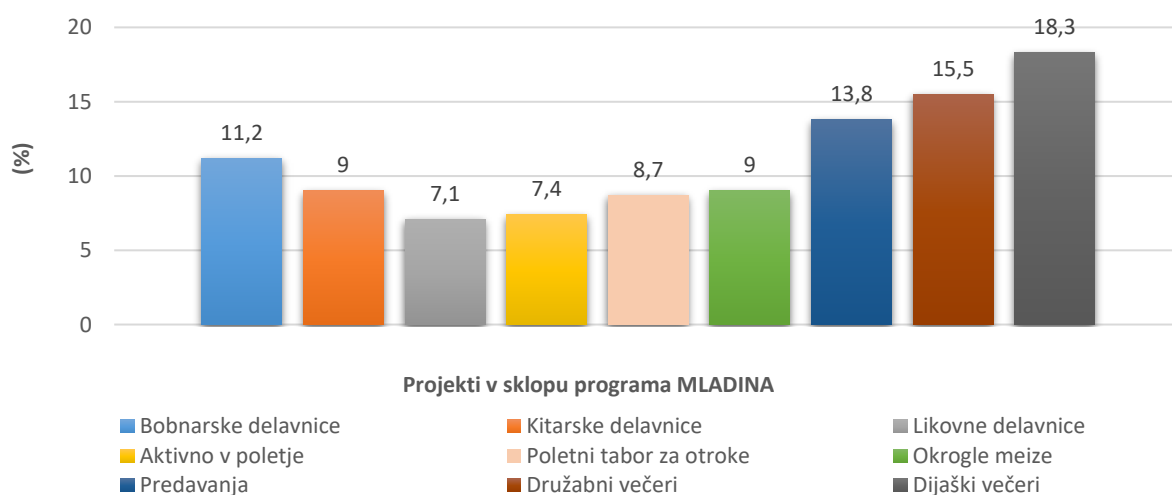
### I KULTURA



Graf 11: Prikaz poznavanja projektov s področja KULTURE.

Najbolj poznan dogodek med udeleženci z vsebinskega sklopa KULTURA (Graf 11) so diskoteke (28 %), sledi MKK-ov festival (23 %), z 12,8 % sledita MIKK-ov kultivator ter Festival delu čast in oblast. 9,5 % udeležencev pozna MIKK-ove poslušalnice. Relativno slabše poznan projekt je projekt Alternativna godba (7,5 %) in Jö poletje (7 %). Ključno je izpostaviti, da se glede na prikaz rezultatov na Grafu 10, mladi udeležujejo koncertov, ki se odvijajo v okviru projekta Alternativna godba, vendar pa lahko predvidevamo, da omenjenega ne poznajo pod tem imenom (Alternativna godba).

### II MLADINA

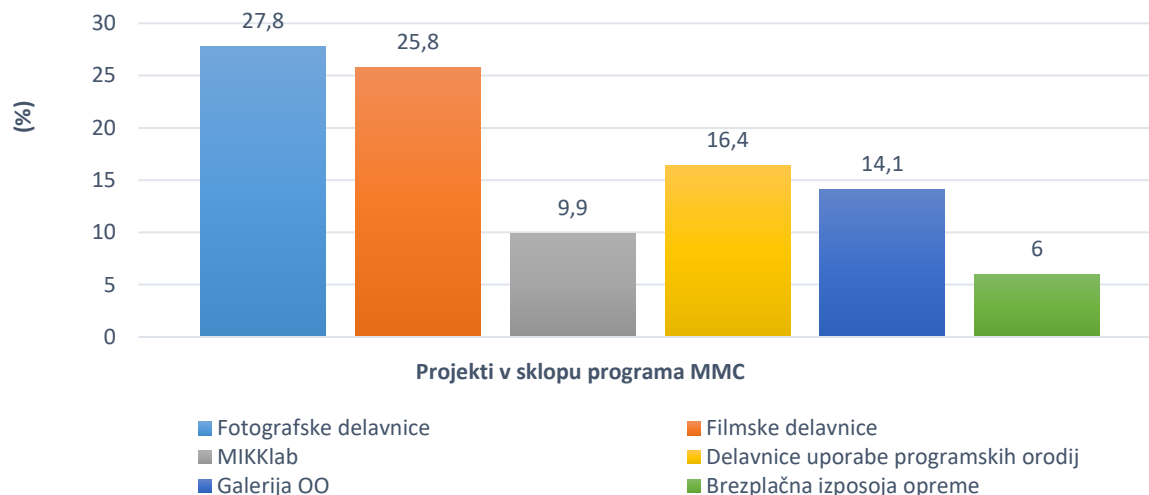


Graf 12: Prikaz poznavanja projektov s področja MLADINA.

Graf 12 prikazuje, da je najbolj poznan projekt s področja MLADINE, projekt Dijaški večeri (18,3 %), sledijo Družabni večeri (15,5 %), predavanja (13,8 %) in bobnarske delavnice (11,2 %), okrogle mize in

kitarske delavnice (9 %). 8,7 % udeležencev pozna Poletni tabor za otroke, sledi projekt Aktivno v poletje (7,4 %) in likovne delavnice (7,1 %).

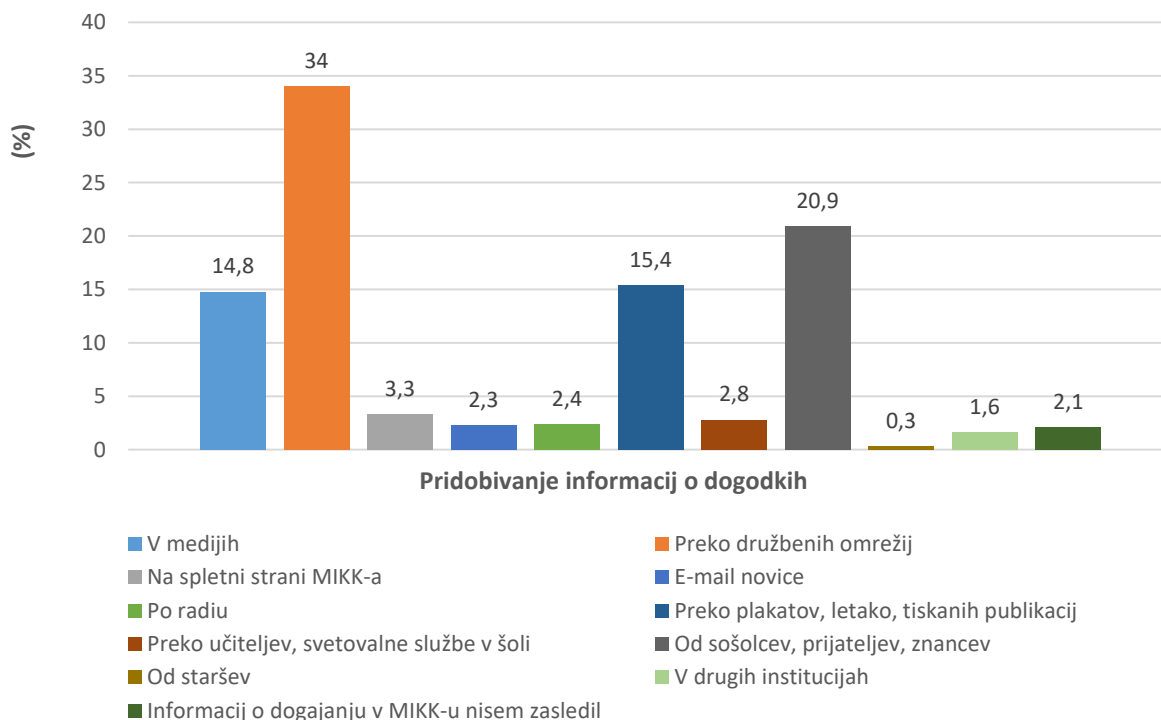
### III MULTIMEDIJSKI CENTER



Graf 13: Prikaz poznavanja projektov s področja MULTIMEDIJSKEGA CENTRA.

Graf 13 kaže, da so v okviru MULTIMEDIJSKEGA CENTRA pričakovano najbolj poznane fotografske (27,8 %) in filmske delavnice (25,8 %). Sledijo delavnice uporabe programskih orodij (16,4 %), projekt Odprto obrobje (14,1 %) in MIKKlab (9,9 %). Zgolj 6 % udeležencev je seznanjenih, da si v MIKK-u lahko brezplačno izposodi potrebno opremo za snemanje (fotoaparati, kamere, prenosni računalnik ipd.)

**VPRAŠANJE 13:** "Kako, oz. kje izveš za dogodke, ki jih izvajamo v MIKK-u? (Možnih je več odgovorov)."

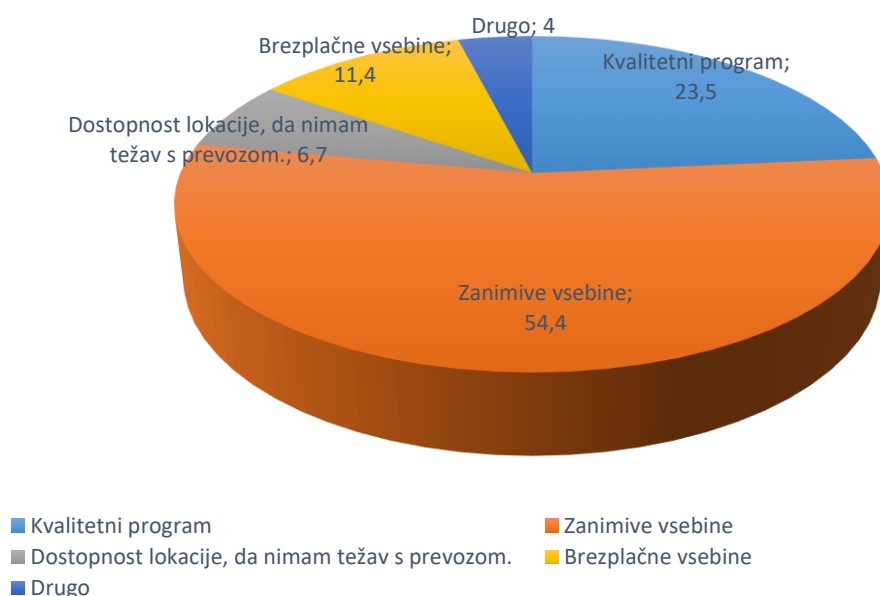


Graf 14: Vir pridobivanja informacij o dogodkih v MIKK-u.

Graf 14 prikazuje, da mladi informacije o dogajanju v mladinskem centru v veliki meri pridobivajo preko spleta, več kot tretjina mladih (34 %) pridobi informacije o dogodkih v MIKK-u preko družbenih omrežij Facebook in Instagram, 20,9 % procentov izve za dogodke od prijateljev, sošolcev in znancev. Pomemben vir obveščanja mladih so tudi plakati, kar 15,4 % udeležencev izve za dogodke preko plakatov, publikacij. 14,8 % udeležencev pridobi informacije v različnih medijih, to so Soboške novice, napovedniki na spletni strani Sobotainfo.com, Pomurec.com. 3,3 % pridobiva informacije preko spletne strani MIKK ([www.mikk.si](http://www.mikk.si)), 2,8 % pa pridobi informacije preko šole, s strani učiteljev ali svetovalne službe. Pridobivanje informacij o dogajanju preko e-novic (2,3 %), radia (2,4 %) in drugih institucij (1,6 %) je pričakovano relativno slabše zastopano.

2,1 % udeležencev je odgovorilo, da informacij o dogajanju v MIKKu niso pridobili, zasledili. Ključno je izpostaviti, da podatki kažejo na relativno nizek delež udeležencev, ki navajajo, da informacij o dogajanju niso zasledili, vendar pa smo med izvajanjem promocijskih aktivnosti na srednjih šolah zapazili, da dijaki v relativno veliki meri ne pridobijo ustreznih informacij o dogajanju v mladinskem centru, mestu, ker nimajo interesa pridobiti tovrstnih informacij (z drugimi besedami, ne iščejo informacij o dogajanju v mestu).

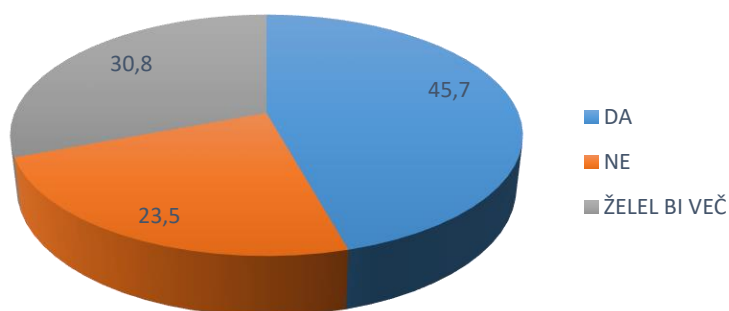
**VPRAŠANJE 14:** "Kateri naštetih dejavnikov se ti zdi najbolj pomemben, oz. najbolj vpliva na tvojo odločitev, da prideš na dogodek, aktivnost v MIKK?"



Graf 15: Prikaz dejavnikov, ki najbolj vplivajo na odločitev, da se oseba udeleži dogodka v MIKK-u.

Dejavnika, ki najbolj vplivata na odločitev mladih, da pridejo na dogodek, aktivnost v MIKK sta zanimive vsebine (54,4 %) in kvalitetni program (23,5 %), sledi odgovor brezplačne vsebine (11,4 %). 4 % udeležencev je pod postavko navedlo druge odgovore, ki pa niso relevantni (Graf 15).

**VPRAŠANJE 15:** "Meniš, da dobiš dovolj informacij o dogajanju v MIKK-u?"



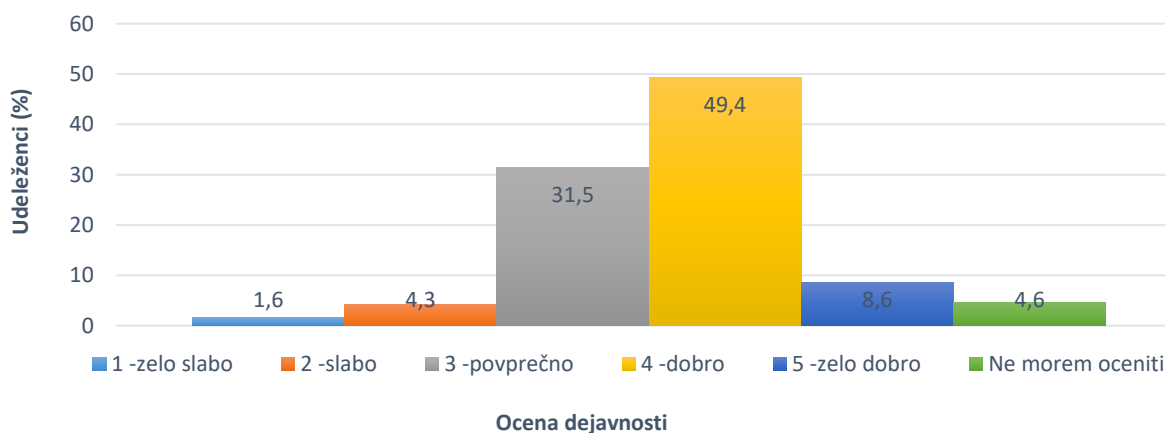
Graf 16: Prikaz deleža udeležencev glede na mnenje o tem ali dobijo dovolj informacij o dogajanju v MIKK-u.

Manj kot polovica udeležencev (45,7 %) je mnenja, da so dovolj informirani glede dogodkov, ki se odvijajo v MIKK-u, slaba tretjina pa jih meni ravno obratno. 23,5 % udeležencev je odgovorilo, da bi si želeli večje informiranosti o dogajanju v MIKK-u (Graf 16).

**VPRAŠANJE 17:** "Kaj bi po tvojem mnenju morali storiti, da bi izboljšali promoviranje aktivnosti in prepoznavnost MIKK-a med mladimi?"

Na vprašanje št. 17 je odgovorilo zgolj 36 oseb, pri tem pa je ključno izpostaviti, da podani odgovori niso bili relevantni. Udeleženci so med odgovori navedli, da bi bilo potrebno izobesiti več plakatov po srednjih šolah, kljub temu, da vsak dogodek oglašujemo na srednjih šolah preko plakatov in letakov. Preostali so odgovorili, da ne vedo, kaj bi bilo potrebno storiti za izboljšanje promoviranja aktivnosti.

**VPRAŠANJE 18:** "Kako bi v splošnem kot uporabnik ocenili dejavnosti, ki jih izvajamo v MIKK-u?"



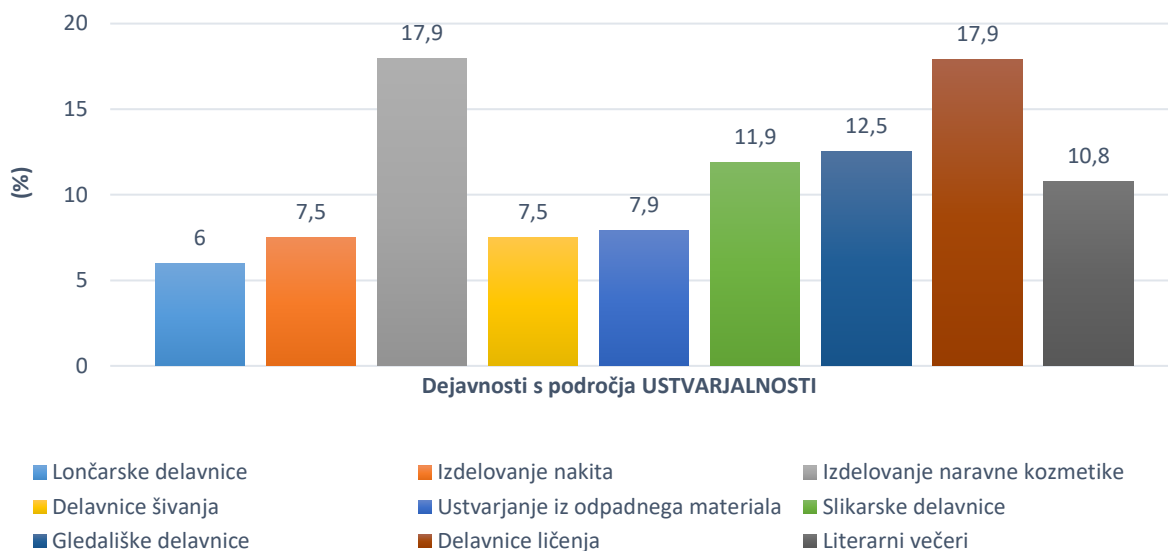
Graf 17: Prikaz podanih ocen glede dejavnosti, ki se izvajajo v MIKK-u.

Polovica (49,4 %) udeležencev meni, da so izvedene dejavnosti dobre oz. jih ocenjujejo z oceno 4, manj kot tretjina (31,5 %) pa z oceno 3 oz. povprečno. Povprečna ocena dejavnosti, ki jih izvajajo v MIKK-u znaša 3,6. 8,6 % ocenjuje dejavnosti kot zelo dobre. 4,6 % udeležencev je odgovorilo, da dejavnosti, ki jih izvajamo, podrobneje ne poznajo, zato ne morejo oceniti. 1,6 % udeležencev je pri podajanju odgovorov zavzelo skrajno vrednost in so dejavnosti ocenili z oceno 1, oz. zelo slabo (Graf 17).

### III INTERESI

**VPRAŠANJE 18:** "Katerih aktivnosti bi si želel v MIKK-u? (Označite 4 izbire.)"

#### USTVARJALNOST

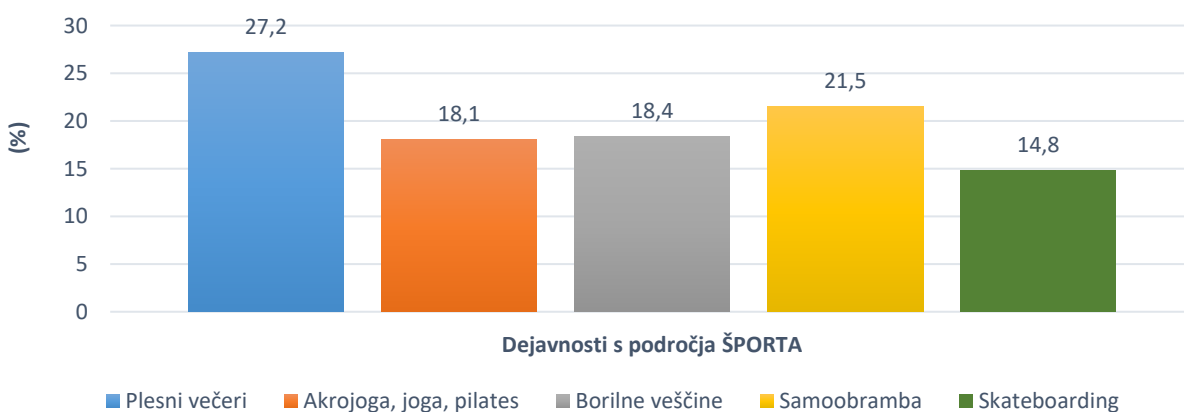


Graf 18: Prikaz aktivnosti s področja USTVARJALNOSTI, ki bi si jih mladi želeli v MIKK-u.

18 vprašanje je od udeležencev zahtevalo, da izbirajo med podanimi aktivnostmi, ki jih zanimajo na petih področjih (ustvarjalnost, šport, glasba, multimedija in izobraževanje). Omenjeno vprašanje je zahtevalo, da udeleženci označijo več možnih odgovorov, zato je smo izračunali delež pri posameznem odgovoru, glede na skupno število odgovorov pri posameznem področju.

Glede na število odgovorov sta najbolj zaželeni aktivnosti izdelovanje naravne kozmetike (17,9 %) in delavnice ličenja (17,9 %). Sledijo gledališke (12,5 %), slikarske (11,9 %) delavnice in literarni večeri (10,8 %), delavnice ustvarjanja iz odpadnega materiala (7,9 %), delavnice šivanja (7,5 %) in izdelovanja nakita (7,5 %). Najmanj interesa je za lončarske delavnice (6 %) (Graf 18).

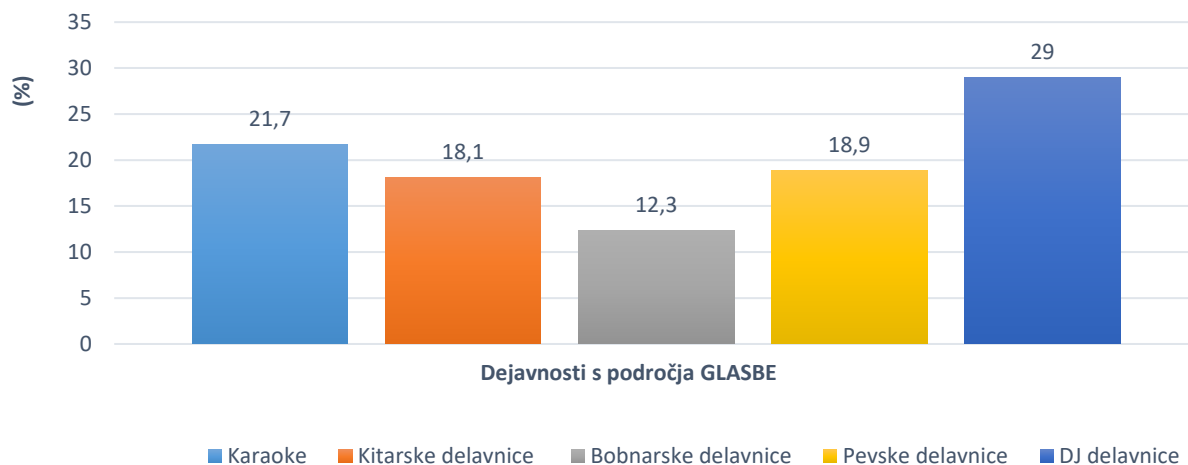
#### ŠPORT



Graf 19: Prikaz aktivnosti s področja ŠPORTA, ki bi si jih mladi želeli v MIKK-u.

Najpogostejši odgovor s področja športa so plesni večeri (27,2 %), sledijo treningi, delavnice samoobrambe (21,5 %), borilne veščine (18,4 %), akrojoga, joga, pilates (18,1 %) in skateboarding (14,8 %) (Graf 19). Potrebno je izpostaviti, da smo v preteklih mesecih že realizirali več plesnih večerov, ki so pritegnili veliko zanimanja in so bili zelo dobro obiskani. Smiselno bi bilo, da se plesni večeri s primerno izbiro zvrsti plesa izvajajo tudi v prihodnje.

## GLASBA



Graf 20: Prikaz aktivnosti s področja GLASBE, ki bi si jih mladi želeli v MIKK-u.

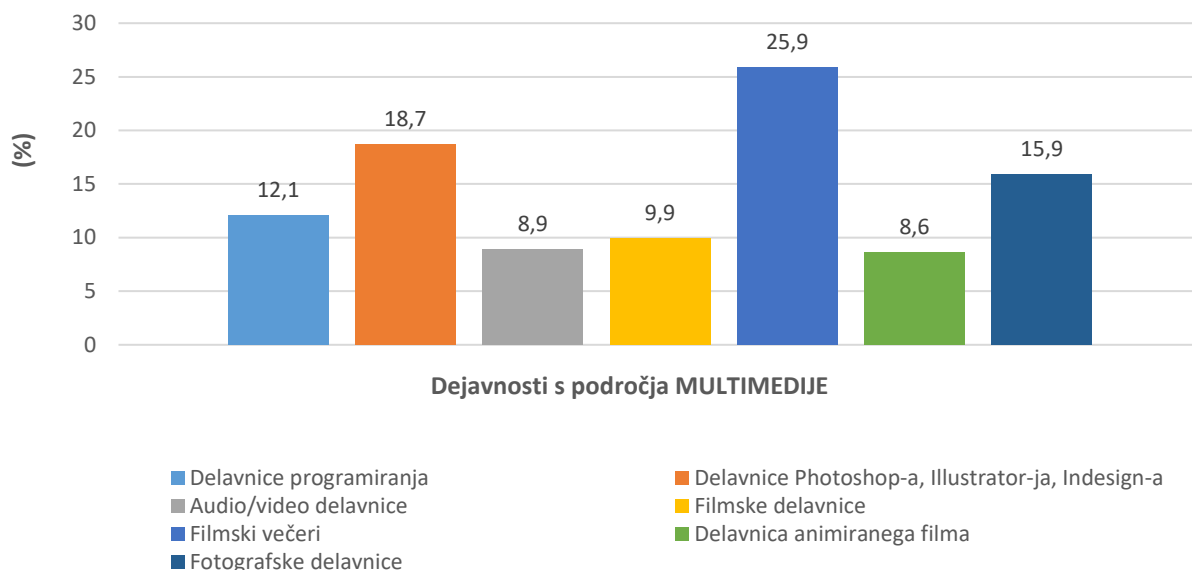
Največ interesa s področja glasbe so udeleženci izkazali za DJ delavnice (29 %), sledijo karaoke (21,7 %), pevske (18,9 %), kitarske (18,1 %) in bobnarske delavnice (12,3 %). Pevske, bobnarske in kitarske delavnice v okviru mladinskega centra že nekaj let izvajajo zunanji izvajalci. Omenjene delavnice so dobro obiskane in jih je smiselno izvajati tudi v prihodne. Potrebno je izpostaviti, da smo glede na izražen interes karaoke že vpeljali v program. Karaoke so priljubljen in dobro obiskan dogodek, ki ga je smiselno izvajati tudi v prihodnje in ga seveda nadgrajevati (npr. tema karaok, povezovalci ipd.) (Graf 20).

## MULTIMEDIJSKI CENTER

Spodnji graf (Graf 21) prikazuje, da je najpogostejši odgovor udeležencev, da si želijo filmskih večerov (25,9 %). Občasno že izvajamo projekcije filmov v sklopu različnih festivalov, vendar pa bi glede na izkazani interes s strani mladih bilo smiselno razmisliti o kontinuirani projekciji filmov (za primer, projekcija filma enkrat na mesec). Sledijo delavnice uporabe programskih orodij (Illustrator, InDesign, Photoshop) (18,7 %), ki jih že uspešno izvajamo in fotografske delavnice (15,9 %), delavnice programiranja (12,1 %), filmske delavnice (9,9 %), avdio-video delavnice (8,9 %) in na zadnjem mestu delavnice animiranega filma (8,6 %).

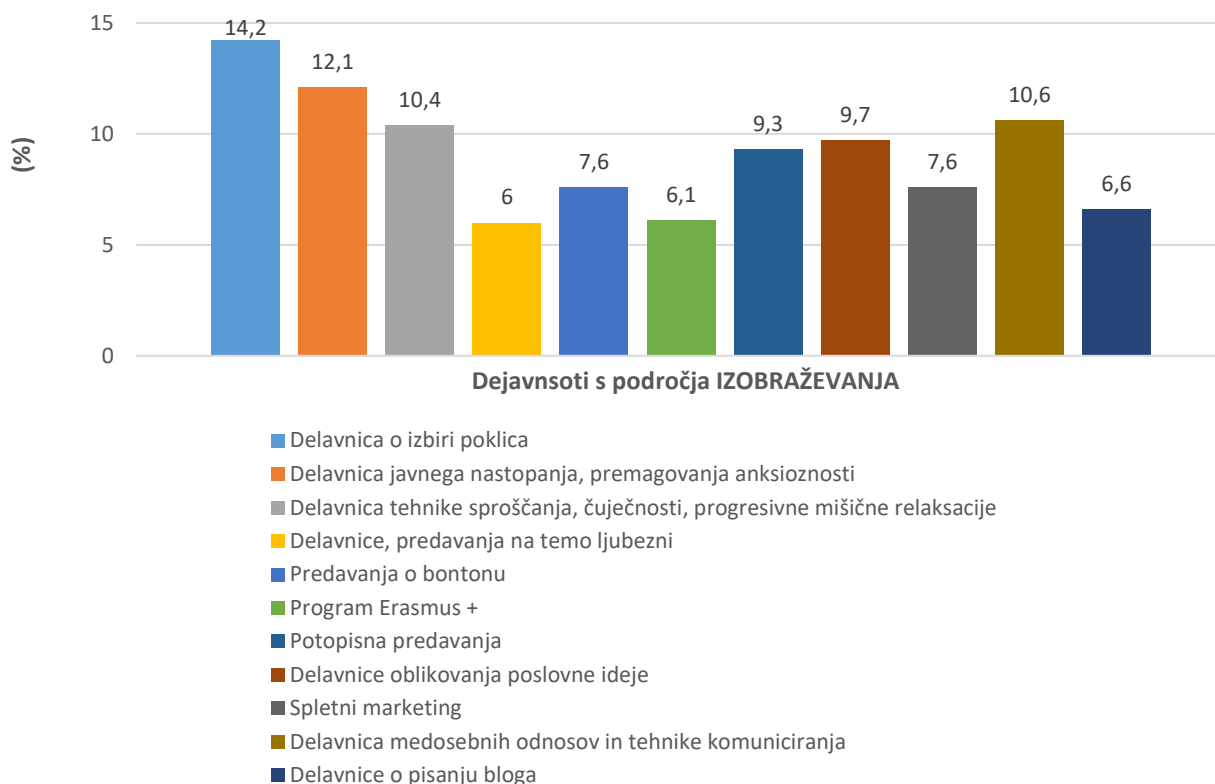
Potrebno je dodati, da vse navedene aktivnosti že izvajamo, vendar pa se jih mladi udeležujejo v relativno nizki meri. Glede na rezultate preučevanega vzorca lahko sklepamo, da je interes mladih za aktivnosti večji od realne udeležbe na dogodkih. Če povežemo pričujoče rezultate in ugotovitve skupinskega dialoga lahko strnemo, da je neudeležba na dogodkih predvidoma posledica vsesplošne nemotiviranosti in neinformiranosti mladih (kljub nenehnemu informiranju o dogodkih preko plakatov, osebnega nagovarjanja, nagovarjanja s strani profesorjev in preko družbenih omrežij). Tekom izvajanja

promocijskih aktivnosti smo zaznali, da mladi poleg tega, da ne iščejo informacij o dogajanju v mestu, niti ne vedo kje iskati omenjene informacije.



Graf 21: Prikaz aktivnosti s področja MULTIMEDIJE, ki bi si jih želeli mladi v MIKK-u.

## IZOBRAŽEVANJE



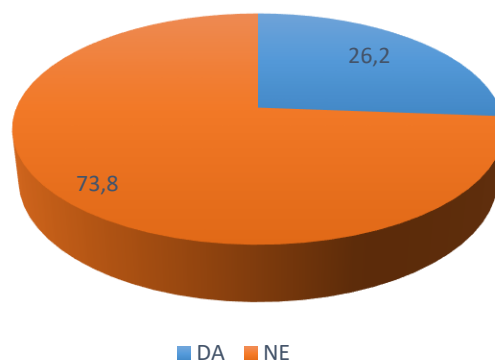
Graf 22: Prikaz aktivnosti s področja IZOBRAŽEVANJA, ki bi si jih mladi želeli v MIKK-u.

Graf 22 prikazuje, da si mladi s področja izobraževanja v največji meri želijo delavnic o izbiri poklica (14,2 %), sledijo delavnice javnega nastopanja, premagovanja anksioznosti (12,1 %), delavnice

medosebnih odnosov in tehnik komuniciranja (10,6 %), spletnega marketinga (10,4 %), delavnice oblikovanja poslovne ideje (9,7 %), potopisna predavanja (9,3 %), predavanja o bontonu in delavnice spletnega marketinga (7,6 %), delavnice o pisanju bloga (6,6 %), program Erasmus +. Najmanj interesa so udeleženci izkazali za delavnice, predavanja na temo ljubezni. Pri navedenem vprašanju so udeleženci na postavki drugo zapisali še, da si želijo delavnic s področja 3D printinga, novinarstva in s področja arhitekture.

Morda bi bilo smiselno, da bi omenjena izobraževanja šolam in dijakom predstavili kot možnosti, s katerimi bi izpolnili obvezne vsebine oz. OIV (Obvezne izbirne vsebine).

**VPRAŠANJE 19:** "Bi želel pomagati pri izvedbi aktivnosti, pod mentorstvom izvajati delavnice, oz. biti prostovoljec v MIKK-u?"



Graf 23: Prikaz deleža udeležencev glede na to ali bi bili pripravljeni pomagati pri izvedbi aktivnosti ali biti prostovoljec v MIKK-u.

Graf 23 prikazuje, da nekaj več kot dve tretjini udeležencev (73,8 %) ne bi želeli sodelovati pri izvedbi aktivnosti, dogodkov ali biti prostovoljec. 26,2 % udeležencev pa je odgovorilo ravno obratno. Ključnega pomena za aktivno vključevanje mladih v izvajanje aktivnosti in oblikovanje vsebine mladinskega centra v prihodnje je tudi informiranje mladih o možnosti postati prostovoljec v mladinskem centru. Potrebno je dodati, da smo v preteklem mesecu v delovni skupini pripravili interni akt o prostovoljstvu.

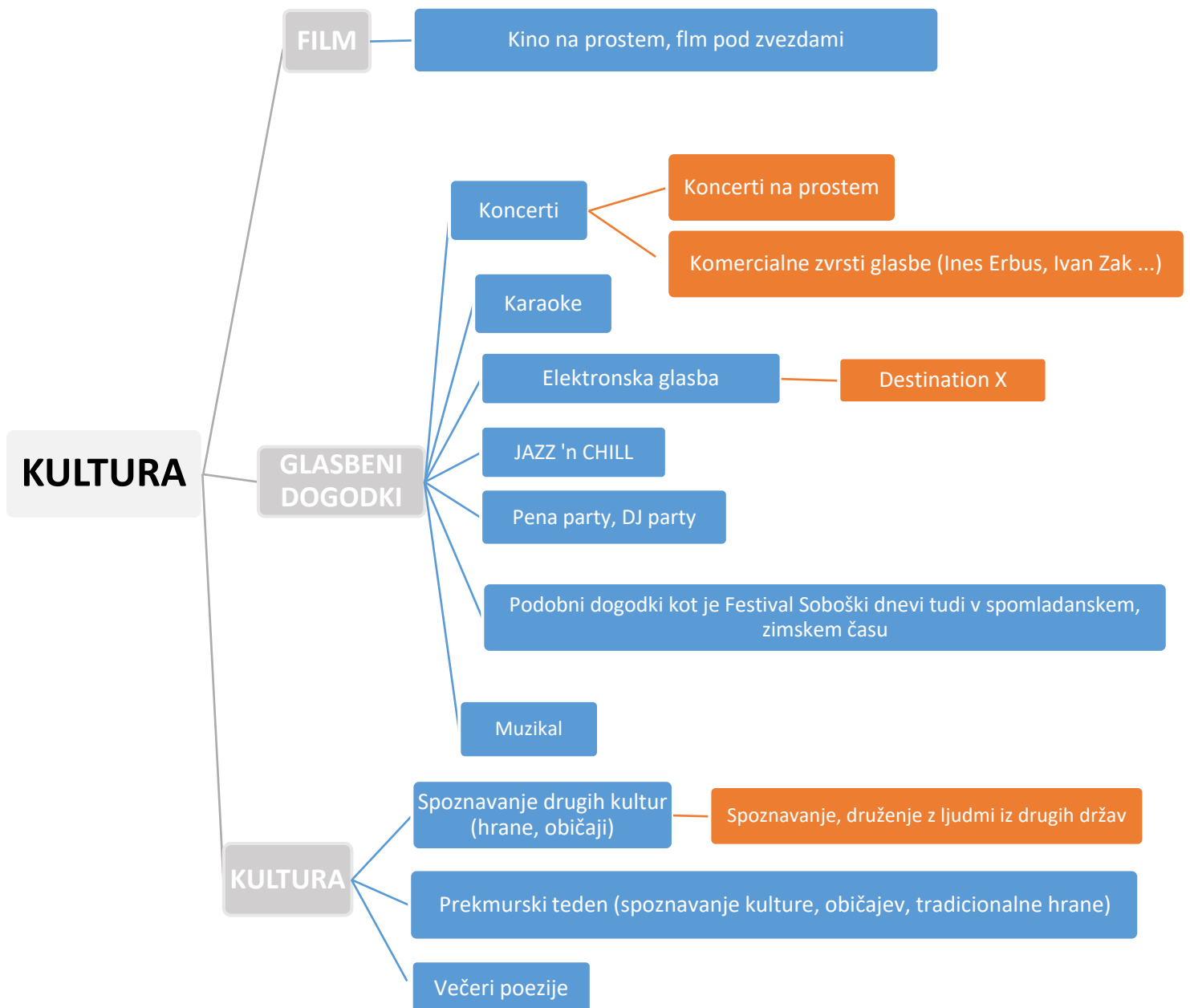
#### 4.2 Rezultati skupinskega dialoga

Z namenom pridobiti podatke o potrebah in interesih med mladimi, smo na srednjih šolah med dijaki (Gimnazija Murska Sobota, Ekonomska šola Murska Sobota, Srednja zdravstvena šola Murska Sobota) na območju Mestne občine Murska Sobota izvedli izkustvene delavnice in skupinski dialog. Pridobljeni podatki in analiza bodo osnova za oblikovanje, korigiranje in vpeljavo projektov v programsko shemo mladinskega centra v prihodnje.

Podatke, dobljene tekom skupinskega dialoga smo smiselno združili v tri ključna področja, to so MLADINA, KULTURA, MULTIMEDIJA. Podroben opis metode skupinskega dialoga (udeleženci in potek izvedbe skupinskega dialoga) se nahaja v poglavju 3 Metodologija.



V nadaljevanju podajamo rezultate skupinskega dialoga, ki smo jih zaradi boljše preglednosti in nazornosti grafično predstavili glede na področje (MLADINA, KULTURA, MUTIMEDIJA).



Graf 24: Prikaz rezultatov skupinskega dialoga – področje KULTURE.

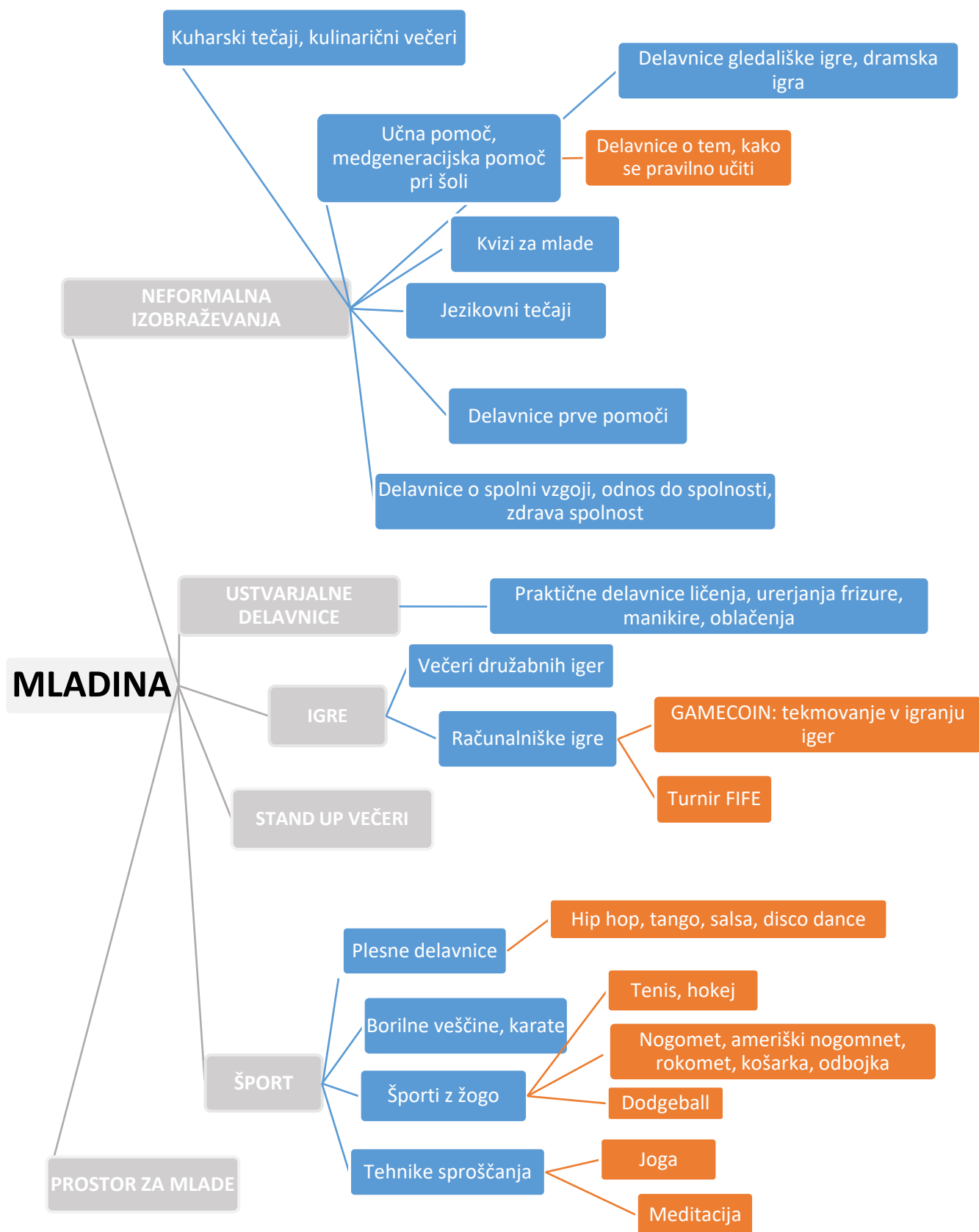
Na podlagi kvalitativnih podatkov skupinskega dialoga, ki so prikazani v zgornjem grafu (Graf 24), lahko povzamemo, da si mladi v okviru kulturnih dejavnosti želijo filmskih večerov, projekcij filmov na prostem (tudi v Mestnem parku Murska Sobota) namenjenim zabavi in sprostitvi ter tudi izobraževanju. Ključnega pomena je izbor oz. tematika projiciranih filmov. Dijaki so navajali širok spekter filmov, od romantičnih komedij, zgodovinskih filmov ipd. Potrebno je dodati, da so tekom celotnega skupinskega dialoga dijaki podali zelo kratke in nedodelane, neopredeljene ideje, potrebe. Tekom postavljanja vprašanj npr. glede konkretnih idej, tem filmov so le redko podali podrobnejše odgovore. Do podobnih ugotovitev, da so mladi zainteresirani za filmske večere, smo prišli tudi tekom analize anketnih vprašalnikov (Graf 21).

Kot pogosto izpostavljeni interes mladih je spoznavanje različnih kultur. Mladi si želijo spoznati ljudi iz različnih držav in s tem tudi njihove običaje. Pri navedenem so izpostavili, da bi želeli večere, kjer bi bila država predstavljena kompleksno, skozi kulinariko, ki bi jo tudi sami izkusili, običaje, ples, jezik, znamenitosti, podnebje ipd. Mladi si želijo celovite predstavo o določeni državi od osebe, ki biva v tej državi.

Prav tako pa so udeleženci skupinskega dialoga izpostavili, da si želijo več aktivnosti, dogajanja, podobnega Festivalu Soboški dnevi tudi v zimskem in pomladanskem času. Ključno je izpostaviti, da Festival Soboški dnevi poteka zunaj v parku, zato je tovrstno festivalsko dogajanje v zimskem času težje izvedljivo. Udeleženci skupinskega dialoga so pogosto navedli tudi, da si želijo zabav z DJ glasbo in zabav v stilu "pena party", prav tako pa koncertov s komercialno zvrstjo glasbe.

Na podlagi skupinskega dialoga (Graf 25) lahko povzamemo, da udeleženci izražajo potrebe po aktivnostih, ki smo jih uvrstili v sklop mladinskega dela: jezikovnih tečajih (v ospredju je bila predvsem španščina), pogosto so navedli sodobne kuharske tečaje, kulinarčne delavnice, delavnice prve pomoči. Dijaki na Srednji zdravstveni šoli Murska Sobota so izpostavili, da bi lahko celo sami izvedli delavnice prve pomoči oz. jo vsaj sooblikovali. Dijakinje pa so v veliki meri navedle, da si želijo delavnic, kjer bi tekom praktičnih aktivnosti pridobile uporabno znanje o tem, kako se glede na dogodek in poteze obraza primerno naličiti, urediti frizuro, nohte in se obleči glede na tip postave. Naj izpostavimo, da smo v okviru projekta Aktivno v poletje že izvedli dvodnevno delavnico ličenja, ki je bila dobro obiskana, udeleženke pa so nad dogodkom izrazile veliko mero zadovoljstva. Ključno je razmisliti o ponovni izvedbi podobnih delavnic.

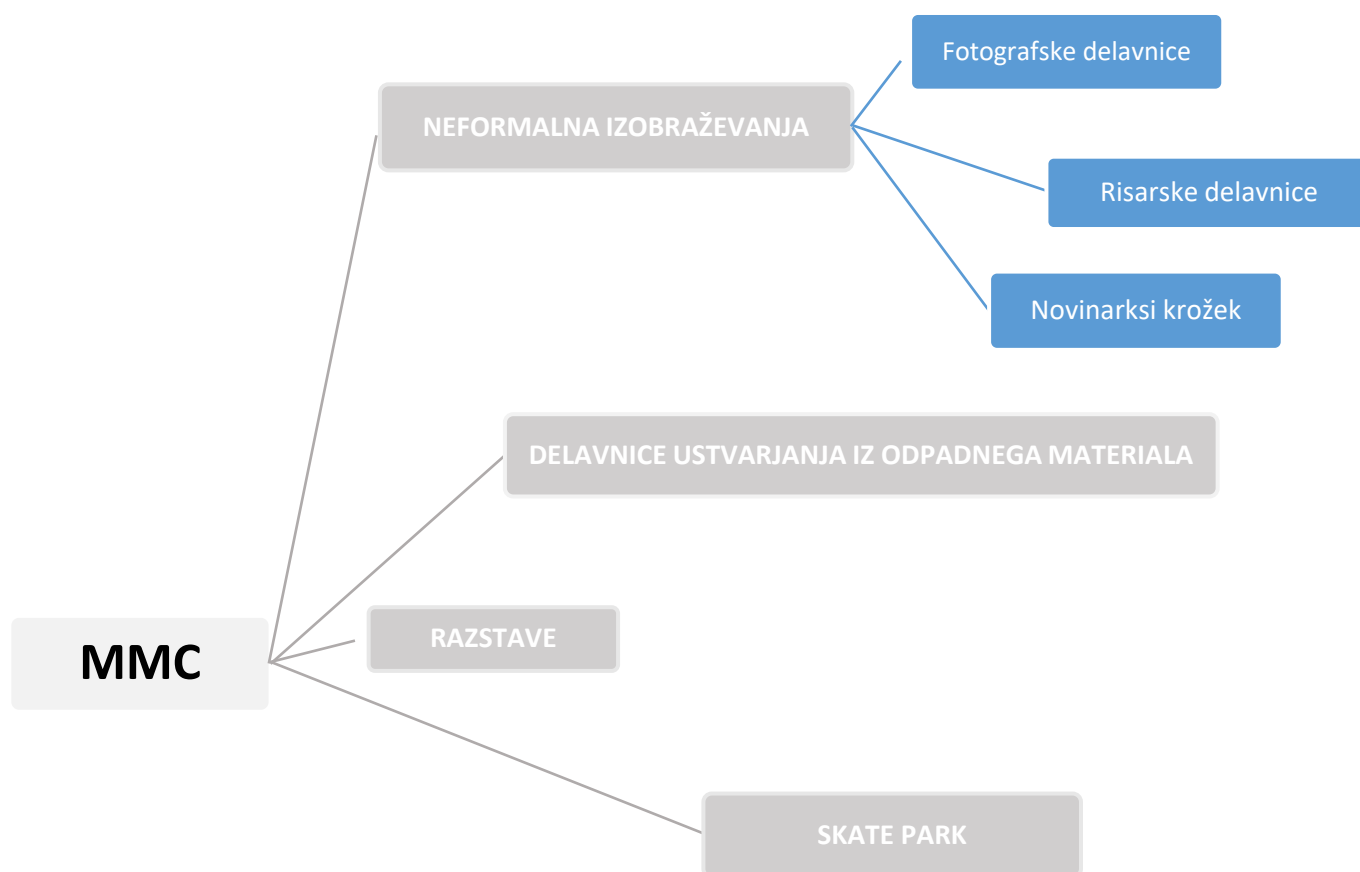
Mladi so v veliki meri izpostavljali interes po športnih aktivnostih, kjer so tudi poudarili, da si želijo biti bolj aktivni in se tako vsaj za nekaj časa umakniti od spleta. V sklopu športnih aktivnosti so navedli 3 vrste športov, to so športi z žogo, borilne veščine in plesne delavnice, ki jih že izvajamo v obliki plesnih večerov. Dijaki izražajo tudi potrebo po znanju s področja tehnik sproščanja (joga, meditacija), prav tako so navedli, da si želijo delavnic oz. predavanj, s pomočjo katerih bi razvili zdrav odnos do spolnosti in odnosov.



Graf 25: Prikaz rezultatov skupinskega dialoga – področje MLADINA.

Nekaj dijakov je izpostavilo tudi potrebo po učni pomoči in oblikah medgeneracijske učne pomoči. Omenili so tudi, da si želijo dogodkov, kot so igranje računalniških iger oz. tekmovanje (GAMECON), turnir FIFE in STAND UP večere. Dijaki so navedli tudi, da si želijo kvizov za mlade, omenjeno že izvajamo v sodelovanju s Sindikatom Mladi plus in družabne večere, ki jih v mladinskem centru izvajamo v zimskih mesecih.

Ključno je izpostaviti, da mladi izražajo potrebo po prostoru, ki bi bil namenjen samo njim. Potrebno je poudariti, da je je mladim v sklopu mladinskega centra na voljo kavarna, vendar izražajo, da omenjeno ni primeren prostor, saj je to prostor, kjer se streže pijača, torej ni namenjen zgolj mladim. Mladi si želijo prostora, ki bi bil opremljen njim po meri, z npr. kavči, vreče za sedenje, računalnik, družabne igre ipd. V omenjenem prostoru bi se mladi, npr. družili z vrstniki, čakali na avtobusne prevoze in v delovnih skupinah razvijali ideje, projekte. Izražena potreba je vsekakor predmet debat in iskanja rešitev, vendar pa terja vključenost številnih deležnikov, posluš in tudi podporo s strani mestne občine.



Graf 26: prikaz rezultatov skupinskega dialoga - področje MULTIMEDIJE.

Zgornji graf (Graf 26) prikazuje, da si dijaki želijo večjega števila neformalnih izobraževanj s področja fotografije, risarskih delavnic in novinarskega krožka, ki bi zajemal celoten proces od iskanja ideje, do fotografiranja, obdelave fotografij, priprave prispevka ipd. Poleg navedenega so jasno izrazili potrebo po skate parku, ki bi se zaradi lažje dostopnosti mladim naj nahajal v središču mesta.

Navedli so še, da si želijo razstave in delavnic ustvarjanja iz odpadnega materiala. Potrebno je dodati, da oba tovrstna projekta že izvajamo. Delavnic, ki jih izvajamo v mladinskem centru s področja ustvarjanja iz odpadnega materiala, pa se mladi udeležujejo v relativno nizki meri.

## **5 DISKUSIJA – bistvene ugotovitve**

Zaznavamo, da je prepoznavnost mladinskega dela in aktivnosti mladinskega centra med mladimi na relativno nizki ravni, hkrati pa se soočamo s problemom, da informacije o aktivnostih, ki jih izvajamo v mladinskem centru ne dosegajo cilje skupine mladih v meri, kot bi si to želeli. Na podlagi navedenega in z namenom, da bi se približali mladim, identificirali njihove potrebe ter posledično oblikovali program mladinskega centra prirejen po meri mladim, smo v delovnem timu izvedli raziskavo, ki je obsegala 2 vrsti aktivnosti: a) anketni vprašalnik in b) izkustvene delavnice s skupinskim dialogom.

Anketni vprašalnik je skupno izpolnilo 399 oseb v starostnem rangu od 15 do 44 let, od tega je bilo skupno nekaj več kot polovica dijakov Gimnazije Murska Sobota in Ekonomske šole Murska Sobota, manj kot polovica udeležencev je anketo rešilo preko spleta. V skupinski dialog smo skupno vključili cca. 350 dijakov Gimnazije Murska Sobota, Ekonomske šole Murska Sobota in Srednje zdravstvene šole Murska Sobota v starostnem rangu od 15 do 19 let.

Na podlagi dobljenih podatkov pričujoče raziskave lahko strnemo, da so mladi v preučevanem vzorcu mnenja, da na območju Mestne občine Murska Sobota ni dovolj aktivnosti za mlade. Omenjeno potrjujejo kvantitativni podatki anketnega vprašalnika in kvalitativni podatki skupinskega dialoga. Ključno je izpostaviti, da smo tekom izvajanja raziskave in promocijskih aktivnostih po srednjih šolah na območju Mestne občine Murska Sobota prišli do znatnega zaključka, da udeleženci raziskave v splošnem ne iščejo informacij o dogajanju v mladinskem centru oz. mestu, niti ne vedo, kje najti, oz. iskati informacije o dogajanju, posledično tudi zaznavajo, da ni aktivnosti za mlade. Razloge za relativno nizko udeležbo oz. neaktivnost ciljne populacije na dogodkih gre iskati tudi v nizki stopnji zainteresiranosti za obšolske aktivnosti in pomanjkanju motivacije. Prav tako ugotavljamo, da udeleženci informacije o dogodkih, aktivnostih v mladinskem centru, ki so jim izpostavljeni (plakati, objave na družbenih omrežjih) zaznajo v relativno nizki meri. Zapazili smo tudi, da zgolj relativno majhen delež dijakov ve, kje na šoli se nahaja oglasna deska in kje najdejo informacije o naših dogodkih. Omenjeno problematiko zaznavajo tudi šolske svetovalno službe. Potrebno je dodati, da je nezaznavne informacij lahko tudi posledica prenasičenosti s slednjimi v vsakdanjem življenju in okolju.

Kljub izpostavljeni problematiki, sodeč po dobljenih rezultatih, mladi del informacij le pridobijo, in sicer najpogosteje preko družbenih omrežij, kar pa glede na popularnost in razširjenost slednjih ne preseneča. Presenetljivo pa je drugi najpogostejši odgovor, da izvedo za dogodke od prijateljev, sošolcev ali znancev.

Nadalje ugotavljamo, da relativno veliko udeležencev anketnega vprašalnika pozna dejavnost mladinskega centra MIKK (71 %) in vedo kje se nahajamo. Do nasprotnih zaključkov pa smo prišli tekom

skupinskega dialoga, zaznavamo, da dijaki na Srednji zdravstveni šoli Murska Sobota in Ekonomski šoli Murska Sobota v primerjavi z dijaki na Gimnaziji Murska Sobota v relativno manjši meri poznajo mladinski center, oz. sploh ne vedo, da obstajamo. Vzroke za omenjeno lahko iščemo tudi v večji fizični oddaljenosti šole od centra mesta, prav tako pa so se na omenjenih šolah v preteklosti v manjši meri izvajale promocijske aktivnosti.

Polovica udeležencev raziskave je mnenja, da so dejavnosti, ki jih izvajamo dobre, poleg tega pa navajajo, da odločilni dejavnik za udeležbo na dogodku predstavljajo zanimive, brezplačne ter kvalitetne vsebine. Na podlagi analize anketnega vprašalnika smo prišli do zaključka, da mladi v okviru našega programa poznajo predvsem koncertno dogajanje in diskoteke, MIKK enačijo oz. zaznavajo kot prizorišče, kjer se odvijajo koncerti. Na podlagi rezultatov anketnega vprašalnika lahko trdimo, da udeleženci, pričakovano najpogosteje obiščejo koncerte in diskoteke. S precejšnjim zaostankom sledijo razstave in predavanja. Na podlagi navedenega je moč opaziti, da se mladi ostalih aktivnosti s področja multimedijskega centra, kulture in mladine udeležujejo v relativno manjši meri in jih tudi relativno slabše poznajo. S področja mladine so najbolj poznani Dijaški in družabni večeri ter predavanja. V okviru multimedijskega centra pa fotografske in filmske delavnice ter delavnice uporabe programskih orodij.

Če povzamemo bistvene ugotovitve anketnega vprašalnika in skupinskega dialoga ugotovimo, da so na obeh merskih pripomočkih udeleženci navajali podobne odgovore oz. interese, potrebe. Kot najpogosteje navedena aktivnosti se pojavljajo aktivnosti s področja ustvarjanja iz odpadnega materiala, naravne kozmetike, fotografskih in gledaliških delavnic. Interes izražajo tudi za filmske večere oz. projekcije filmov na prostem. Tekom skupinskega dialoga so mladi izražali željo po koncertih komercialne glasbe, karaokah in delavnicah, kjer bi pridobili kompetence s področja produkcije DJ glasbe. Dekleta izražajo potrebo po delavnicah ličenja, oblikovanja frizure in oblačenja, pogosto pa navajajo tudi kulinarčne delavnice. Mladi so v veliki meri izpostavljali interes za športne aktivnosti, v okviru katerih prevladujejo plesne delavnice, treningi, delavnice samoobrambe. Prav tako pa izražajo interes za tehnike sproščanja, jogo in meditacijo. Dijaki so tekom skupinskega dialoga izrazili tudi potrebo po delavnicah oz. predavanjih, s pomočjo katerih bi lahko razvijali in nadgrajevali kompetence odnosov, komuniciranja in zdravega odnosa do spolnosti, prav tako pa tudi delavnice učenja tujih jezikov, javnega nastopanja, marketinga in oblikovanja poslovne ideje.

Udeleženci so izrazili tudi potrebo po prostoru, ki bi bil namenjen zgolj mladim in opremljen po njihovi meri. Omenjeni prostor vidijo kot prostor za aktivno preživljanje prostega časa, oblikovanje projektov in tudi kot prostor, v katerem bi čakali na avtobusni prevoz. Poleg navedenega so jasno izrazili tudi potrebo po skate parku, ki bi se zaradi lažje dostopnosti naj nahajal v središču mesta.

Na podlagi podanih odgovorov, ki smo jih predstavili v poglavju 4 Rezultati, je razvidno, da velik del aktivnosti, ki so jih mladi navedli v sklopu skupinskega dialoga, v mladinskem centru že izvajamo. Posledično ugotavljamo, da mladi relativno slabo poznajo program, ki jim ga ponuja MIKK. Potrebno je dodati, da so dijaki tekom celotnega skupinskega dialoga podali zelo kratke in nedodelane, nejasno definirane ideje. Prav tako na podlagi navedenih odgovorov zaznavamo, da dijaki relativno slabo poznajo mesto, v katerem se izobražujejo oz. možnosti, dejavnosti (športno infrastrukturo, kulturne dogodke ipd.).

## 5. 1 Omejitve vzorca

Pri interpretaciji rezultatov je potrebno vzeti v obzir dejstvo, da je raziskovalni vzorec glede na populacijo mladih v starostnem rangu od 15 do 29 let obsegal premalo število udeležencev in je bil priložnostno zbran (v veliki meri je sestel iz dijakov Gimnazije Murska Sobota, Srednje zdravstvene šole Murska Sobota, Srednje Ekonomske šole Murska Sobota), zato rezultati niso reprezentativni predstavnik populacije. Potrebno je poudariti, da smo tekom izvajanja anketnega vprašalnika in skupinskega dialoga bili nenehno časovno omejeni s strani šol, kar se vsekakor pozna pri podajanju idej in odgovorov s strani dijakov. Potrebno je upoštevati še zaznano nizko stopnjo motiviranosti za reševanje ankete, kar se je kazalo kot prepisovanje odgovorov od sošolcev, preskakovanje in ne odgovarjanje na vprašanja, neupoštevanje navodil pri podajanju odgovorov ali kot podajanje šaljivih odgovorov.

## 5.2 Pogled naprej - uporabna vrednost izsledkov

Za doseganje dolgoročnih ciljev, med katerimi je dvig prepoznavnosti mladinskega centra, mladinske politike in participacije mladih v lokalnem okolju je ključnega pomena kontinuirano izvajanje promocijskih aktivnosti po srednjih šolah, prisotnost mladinskega centra na dogodkih, ki jih organizirajo šole, vzdrževanje sistema obveščanja in dobrega vzajemnega sodelovanja s šolami na območju Mestne občine Murska Sobota. Opažamo, da so šole v tem letu izkazale zanimanje za naše vsebine in naš mladinski center prepoznale kot potencial, vendar pa je ključno nadaljnje izvajanje obiskov ter promocijskih aktivnosti na šolah.

Na srednjih šolah smo tekom pogovorov z učitelji zaznali, da si želijo z mladinskim centrom sodelovati pri izvedbi tehniških, kulturnih in drugih aktivnosti. Učitelji navajajo potrebo po delavnicah s področja učenja, torej kako se učiti, prav tako izkazujejo zanimanje za preventivne delavnice s področja prekomerne rabe interneta in informacijsko-komunikacijske tehnologije.

Povzamemo lahko, da ima regijski mladinski center izjemen potencial, ki pa ga mladi ne znajo povsem izkoristiti. Ključno pa je izpostaviti, da je za izvajanje vseh zgoraj naštetih aktivnosti nujna dolgoročna kadrovska okrepitev mladinskega centra.

Z izvedeno raziskavo smo dobili vpogled v to, kaj si mladi želijo, kaj potrebujejo in katere so tiste aktivnosti, ki jih lahko v okviru svojega programa tudi v prihodnje realiziramo. S promocijskimi aktivnostmi smo dosegli relativno višjo prepoznavnost organizacije in aktivnosti, ki jih izvajamo. Ugotovitve pričujoče raziskave bodo osnova za oblikovanje, korigiranje in vpeljavo novih projektov v programsko shemo mladinskega centra v prihodnje.

**PRILOGA 1**