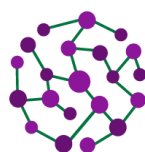




Informiranje mladih:

Raziskava



MREŽANVO
ZA VKLJUČUJOČO
INFORMACIJSKO DRUŽBO

INFORMIRANJE MLADIH: RAZISKAVA - MLADI -

Raziskava Informiranje mladih je potekala v okviru projekta Vsebinska mreža nevladnih organizacij za vključujočo informacijsko družbo. Potekala je z zbiranjem podatkov preko spletne ankete med mladimi v Sloveniji, ki so bili v času izpolnjevanja ankete stari med 15 in 29 let. Anketa zajema 33 vprašanj odprtega, zaprtega in kombiniranega tipa.

IZVEDBA ANKETE

Anketa je bila dostopna 3 mesece (od 14. aprila do 15. julija 2015) na spletnem mestu <http://www.informacijska-druzba.org/sodeluj-raziskava-o-informiranju-mladih/>. O njenem obstoju so informacije širile številne nevladne organizacije po celi Sloveniji in partnerji projekta Vsebinska mreža nevladnih organizacij za vključujočo informacijsko družbo.

ANALIZA SODELOVANJA

Anketni vprašalnik je v celoti izpolnilo 254 oseb, ki ustrezajo opredeljeni ciljni skupini.

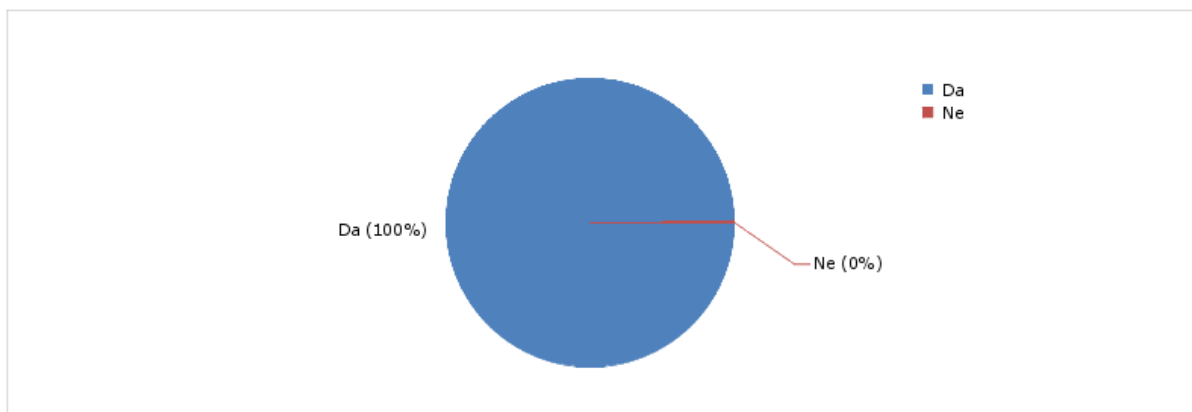
NAPAKE IN VPLIVI

Število mladih, ki so izpolnili anketo predstavlja majhen delež vseh mladih, ki živijo na območju Republike Slovenije. Čeprav gre za naključni vzorec, gre iz informiranja o sami anketi sklepati, da so jo po večini izpolnjevali mladi, ki poznajo nevladni sektor, posamezne organizacije in njihov način dela.

OSNOVNI PODATKI O SODELUJOČIH V ANKETI

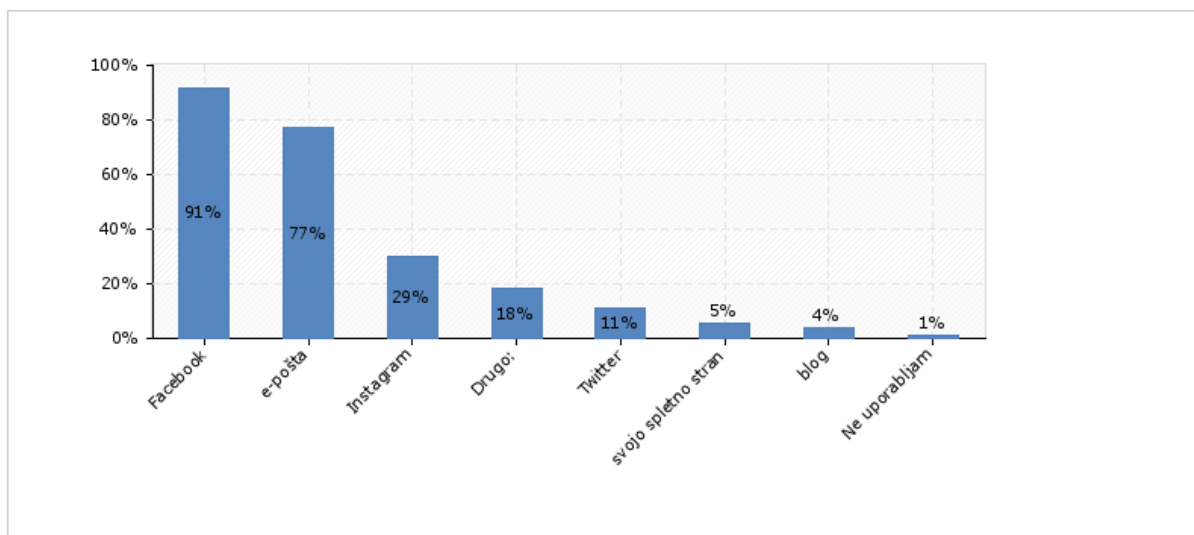
V raziskavi je sodelovalo več kot tretjina moških (37 %) moških in skoraj dve tretjini žensk (63 %). Največ vprašanih sodi v starostno kategorijo 20 do 24 let (50 %), tretjina v kategorijo 25 do 29 let (32 %), ostali so stari med 15 in 19 let (18 %). Dve tretjini vseh sodelujočih v anketi ima status študenta (67 %), več kot desetina status dijaka (12 %), ostali so zaposleni, samozaposleni ali brezposelni. Nekaj manj kot polovica jih prebiva v mestu (46 %), dve petini na vasi (39 %), preostali v predmestju (15 %).

REZULTATI RAZISKAVE



Graf 1: Dostop do interneta

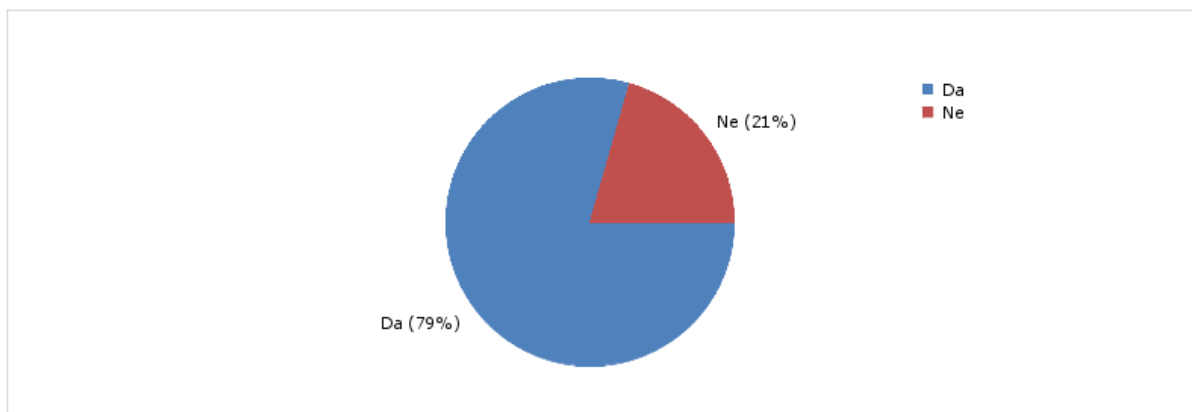
Kot je razvidno iz grafa 1 imajo dostop do interneta zagotovljen vsi vprašani z izjemo enega, ki kot razlog navaja neprepoznavanje potrebe po internetu.



Graf 2: Aktivna uporaba spletnih mest in socialnih omrežij

Največ vprašanih aktivno uporablja socialno omrežje Facebook (91 % vseh, ki so odgovorili na vprašanje) in elektronsko pošto (77 % vseh, ki so odgovorili na vprašanje). Manj kot tretjina (29 %) jih uporablja Instagram, desetina Twitter (11 %), manjše število mladih pa spletno stran (5 %) oziroma blog (4 %). Manj kot petina mladih (18 %), kot odgovor navaja druga mesta in omrežja (tumblr, Snapchat, Pinterest, Reddit, Skype, Youtube). Zgolj odstotek

vseh odgovorov (1 %) predstavljajo tisti mladi, ki ne uporabljajo spletnih mest in socialnih omrežij.



Graf 3: Poznavanje vsaj ene organizacije za mlade, mladinske organizacije ali mladinskega centra

Visok odstotek vprašanih, kar štiri petine (79 %), pozna vsaj eno organizacijo za mlade, mladinsko organizacijo ali mladinski center. Čeprav gre za naključni vzorec, gre iz informiranja o sami anketi sklepati, da so jo po večini izpolnjevali mladi, ki poznajo nevladni sektor, posamezne organizacije in njihov način dela. V tabeli 1 so prikazane organizacije, ki so jih poimensko našteali vsaj štirje mladi, sodelujoči v raziskavi. Največ, več kot četrtnina (25,2 %), jih omenja študentske klube. Sledijo mladinski centri (17,5 %) in študentske organizacije (10,5 %) ter taborniška (8,7 %) oziroma skavtska (4,9 %) društva in organizacije. Na lestvici se visoko pojavi tudi Kulturno izobraževalno društvo PiNA (6,6 %), na kar lahko vpliva dejstvo, da je PiNA izvajalec raziskave.

ORGANIZACIJA	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA
Študentski klubi	72
Mladinski centri	50
Študentske organizacije (ŠOS, ŠOU, ŠOUP, ŠOUM)	30
Taborniška društva, zveze in organizacije	25
PiNA	19
Skavtska društva, zveze in organizacije	14
Mladinski svet Slovenije	13
Študentska društva	12
No excuse - brez izgovora	11
Politični podmladki	7

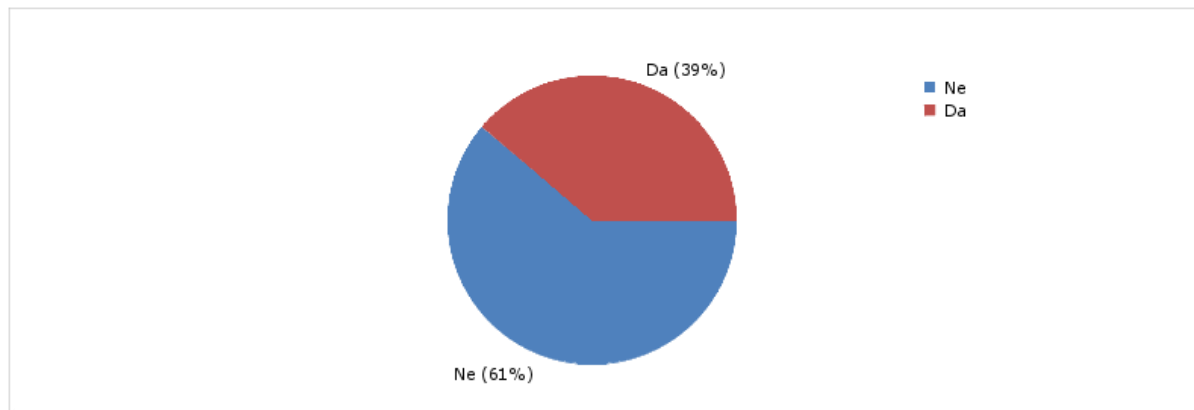
Zveza ŠKIS	6
AIESEC	5
Mladi zmaji	5
Drogart	5
IAESTE	4
L'mit	4
Mladinski sveti lokalnih skupnosti	4

Tabela 1: Organizacije, ki jih poznajo mladi

VIR INFORMACIJ O ORGANIZACIJAH	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA
Prijatelji, vrstniki, znanci	51
Internet (strani, socialna omrežja, lista obveščanja)	42
Aktivno udejstvovanje (delovanja v študentskem organiziranju, mladinski organizaciji, prostovoljno delo)	31
Šola (predstavitve, fakulteta, obvestila, pouk, tutorji)	27
Preko dogodkov organizacij (dogodki, natečaji)	13
Promocija, oglasi (plakati)	10
Lokalno okolje (okolica, ust do ust, župnija)	8
Mediji	7
Različni kanali	2

Tabela 2: Viri informacij o organizacijah, ki delujejo za mlade in z mladimi

Kot je razvidno iz tabele 2 so mladi, ki so sodelovali v raziskavi največkrat kot vir informacij o organizacijah navajali prijatelje (26,7 %). Sledijo internetni viri, kot so spletne strani, socialna omrežja in liste obveščanja (22,0 %). Kar nekaj informacij mladi o mladinskih organizacij, organizacijah za mlade in mladinskih organizacijah pridobivajo neposredno z udejstvovanjem v organizacijah (16,2 %) ali v okviru šolskih dejavnosti oziroma v šolskih prostorih (14,1 %). Mladi, ki so izpolnili vprašalnik so informacije v manjši meri pridobili tudi preko dogodkov organizacij samih (6,8 %). Zelo malo vprašanih je informacije pridobilo preko promocije oziroma oglaševanja (5,2 %), neposredno v lokalnem okolju v katerem prebivajo (4,2 %) oziroma preko medijev (3,7 %). Pri tem je pomembno poudariti, da so mladi v večini primerov navedli več kot en vir, kar pomeni da se informirajo preko različnih kanalov hkrati.



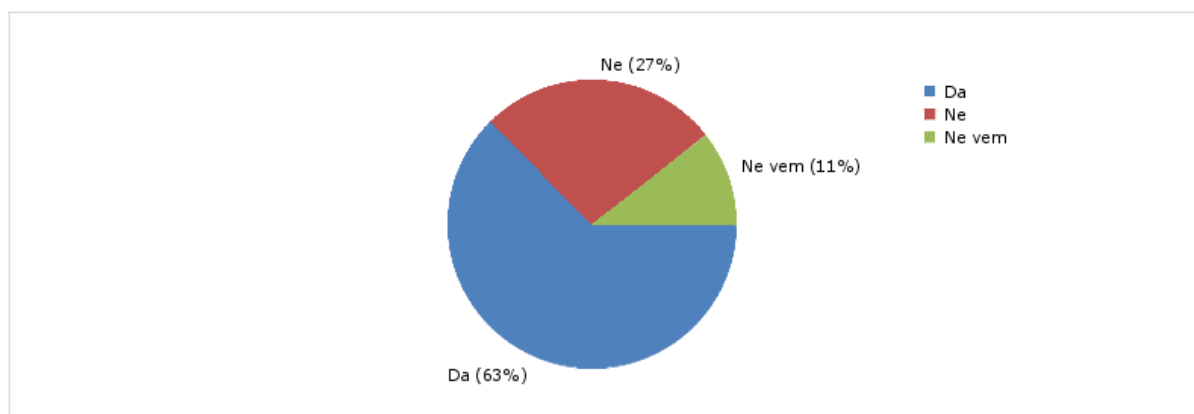
Graf 4: Aktivna vključenost v vsaj eno mladinsko organizacijo oziroma organizacijo za mlade

Dve petini mladih, ki so izpolnili vprašalnik (39 %) je aktivno vključenih v delovanje mladinskih organizacij oziroma organizacij za mlade. Kot je razvidno iz grafa 4 preostali mladi (61 %) v organizacije niso aktivno vključeni. V Tabeli 3 so prikazane organizacije, v katere so sodelujoči mladi vključeni. Največ (22,2 %) jih aktivno deluje v študentskih klubih. Več kot desetina (12,2 %) jih je aktivna v No excuse – brez izgovora, večji meri so aktivni še v študentskih društvih (9,0 %). Več kot desetina sodelujočih mladih je v raziskavi navedla organizacijo, v kateri aktivno ne delujejo drugi sodelujoči mladi – takšne organizacije smo združili v segment »ostalo«(13, 3 %).

ORGANIZACIJA	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA
Študentski klubi	20
No excuse - brez izgovora	11
Študentska društva	8
Študentske organizacije (ŠOS, ŠOUP, ŠOUM, ŠOU)	6
Taborniška društva, zveze in organizacije	6
Mladinski centri	5
Politični podmladki	4
Skavtska društva, zveze in organizacije	3
Drogart	3
Nefiks	2
AIESEC	2
PiNA	2
Mladinski svet Slovenije	2
EPEKA	2

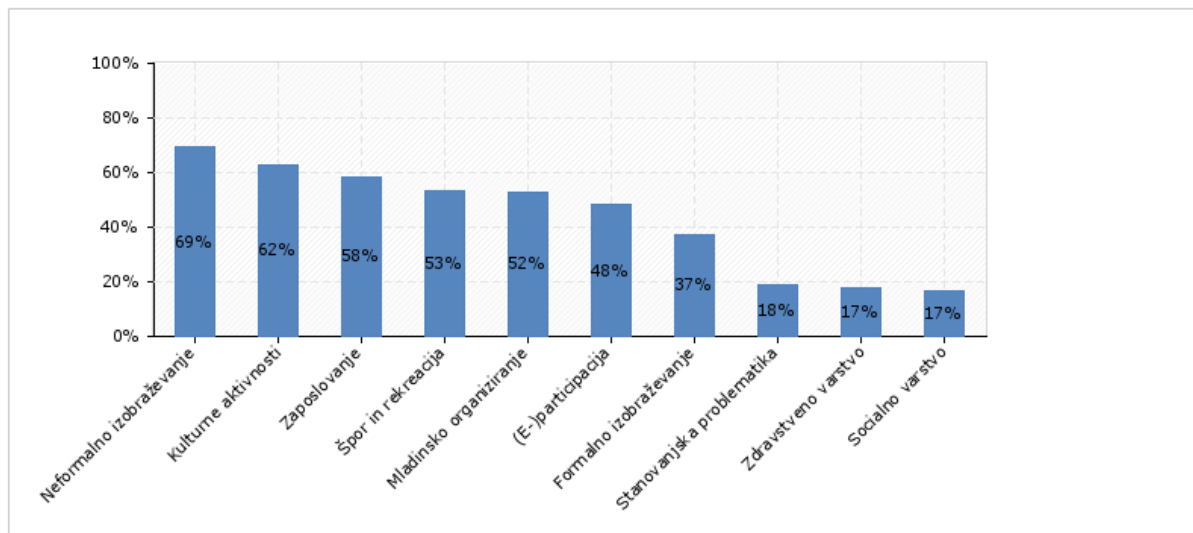
ŠKIS	2
Ostalo	12

Tabela 3: Mladinske organizacije oziroma organizacije za mlade, v katere so aktivno vključeni mladi



Graf 5: Informiranje mladih o temah, ki so za mlade pomembne, pri organizacijah za mlade, mladinskih organizacijah in centrih ter drugih nevladnih organizacijah

Iz grafa 5 je razvidno, da nekaj manj kot dve tretjini mladih (63 %), ki so sodelovali v raziskavi informacije o zanje pomembnih temah išče pri organizacijah za mlade, mladinskih organizacijah in centrih ter drugih nevladnih organizacijah. Kot razlago za tovrstno delovanje mladi navajajo željo po pridobivanju informacij o možnostih, ki jih imajo; zanimanje za teme, ki jih obravnavajo organizacije in zaradi vpetosti v lokalno dogajanje. Več kot četrtnina (27 %) se v tovrstnih primerih ne obrača na dotične organizacije, kot razlog navajajo da nimajo potrebe za tovrstno informiranje, drugi uporabljajo medije za pridobivanje tovrstnih informacij, tretje delovanje tovrstnih struktur ne zanima in vanje ne želijo biti vključeni.



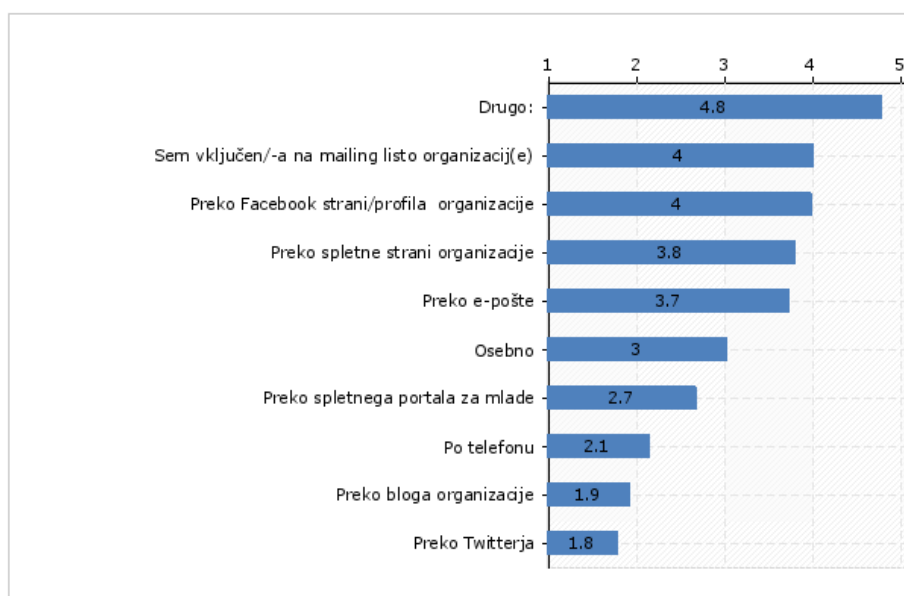
Graf 6: Pogostost informiranja mladih po tematskih področjih

Mladi, ki so sodelovali v raziskavi najpogosteje s strani mladinskih organizacij in centrov, organizacij za mlade in drugih nevladnih organizacij pridobivajo informacije o neformalnem izobraževanju (69 %), kulturnih aktivnostih (62 %) in zaposlovanju, usposabljanju za delo in podpori pri iskanju zaposlitve (58 %). Iz grafa 6 je razvidno, da najmanj informacij pridobivajo s strani tovrstnih organizacij o stanovanjski problematiki (18 %), zdravstvenem varstvu in zdravju (17 %) in socialnem varstvu (17 %). Tabela 4 vsebuje predloge mladih o informacijah, ki jih pogrešajo s strani tovrstnih organizacij. Tretjina vseh, ki so na vprašanje odgovorili (32,8 %) ne pogreša ničesar. Največ informacij, ki jih pogrešajo je vezanih na zaposlovanje (razpisi za delovna mesta, nasveti pri iskanju zaposlitve, samozaposlovanje, zaposlitve v tujini) in usposabljanje (priložnosti, praktična usposabljanja, mobilnosti).

INFORMACIJE, KI JIH MLADI POGREŠAJO	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA
Ne pogrešam ničesar	21
Zaposlovanje - razpisi za delovna mesta, nasveti pri iskanju zaposlitve, samozaposlovanje	10
Usposabljanje - več obveščanja o priložnostih, praktičnih usposabljanjih, mobilnostih	8
Sociala - programi pomoči za mlade, štipendije	5
Zaposlovanje - zaposlitve v tujini	4
Splošno - praktične informacije za življenje (urejanje	3

papirjev, pomoč pri prijavih, ...)	
Zdravje - informiranje o preventivi, zdravem življenjskem slogu	3
(E)participacija - informacije o akcijah	2
Drugo (informacije o kulturi, preglednost dela mladinskih organizacij na enem mestu, informacije o prostovoljstvu, informacije s področja multimedije)	4
Ne vem	4

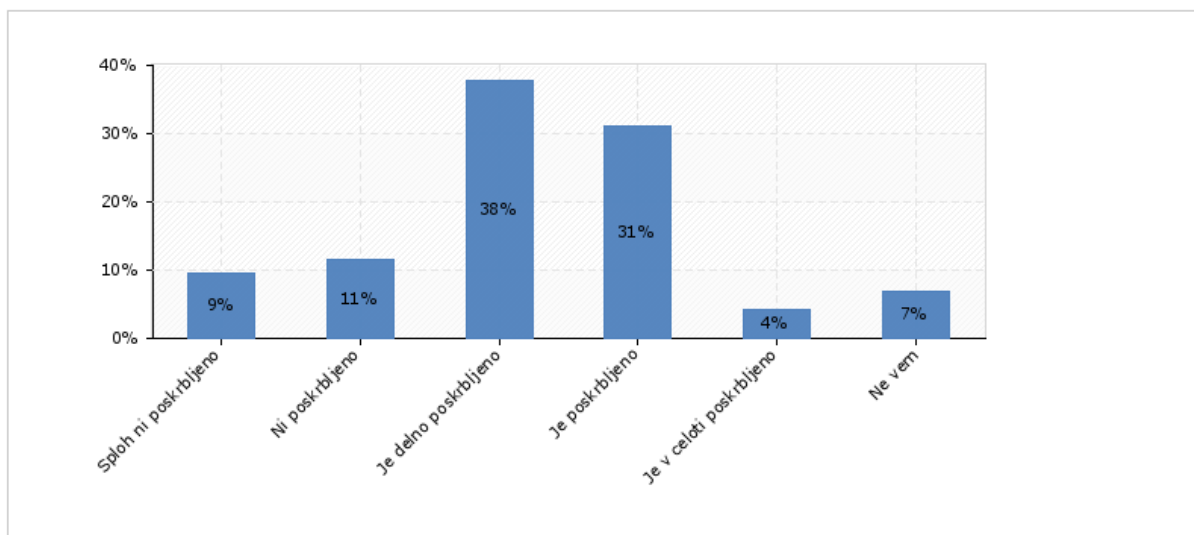
Tabela 4: Informacije, ki jih mladi pogrešajo pri informiranju s strani mladinskih organizacij in organizacij za mlade



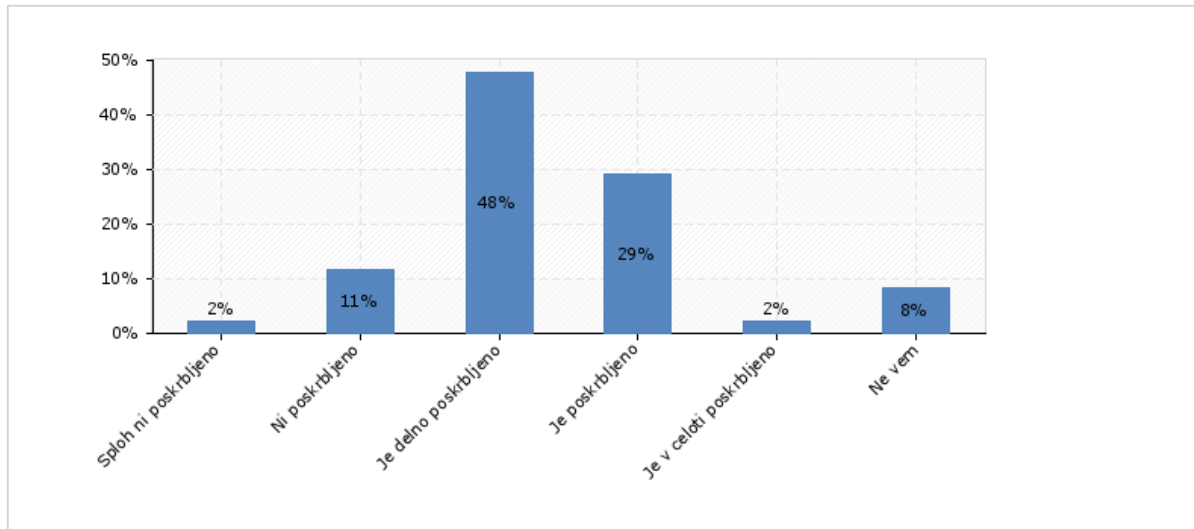
Graf 7: Pogostost načina pridobivanja informacij

Mladi, sodelujoči v raziskavi, glede na graf 7 najpogosteje pridobivajo informacije preko različnih spletnih mest in storitev. Najpogosteje preko liste obveščanja in Facebook strani oziroma profila (ocena pogostosti 4 na lestvici od 1 do 5). Pri Facebooku mladi opozarjajo tudi na informiranje preko Facebook dogodkov in povabil na dogodke. Sledi uradna spletna stran organizacije (ocena pogostosti 3,8 na lestvici od 1 do 5) in e-pošta (ocena pogostosti 3,7 na lestvici od 1 do 5). Najmanj pogost način informiranja za mlade, ki so sodelovali v raziskavi je preko bloga organizacije (ocena pogostosti 1,9 na lestvici od 1 do 5) in preko Twitterja (ocena pogostosti 1,8 na lestvici od 1 do 5). Drugi načini informiranja so zelo

pogosti pri tistih, ki so ga navedli (ocena 4,8 na lestvici od 1 do 5), zajemajo pa organizacijske časopise, seje, instagram in osebno informiranje preko infotočke.



Graf 8: Poskrbljenost za informiranje mladih v lokalnem okolju



Graf 9: Poskrbljenost za informiranje mladih v Sloveniji

Mladi, ki so odgovorili na vprašanje v večini (69 %) menijo, da je za informiranje mladih delno poskrbljeno ali poskrbljeno v njihovem lokalnem okolju. Graf 8 kaže, da petina (20 %) meni, da za informiranje mladih ni oziroma sploh ni poskrbljeno, majhen delež (4 %) pa meni, da je za informiranje poskrbljeno v celoti. Podobno velja tudi za Slovenijo. Mladi so v veliki večini mnenja, kot je razvidno iz grafa 9, da je za informiranje mladih v Sloveniji delno poskrbljeno

ali poskrbljeno (77 %). Nekaj več kot desetina (13 %) je mnenja, da za informiranje mladih ni oziroma sploh ni poskrbljeno, zelo majhen delež (2 %) pa meni, da je za informiranje poskrbljeno v celoti.



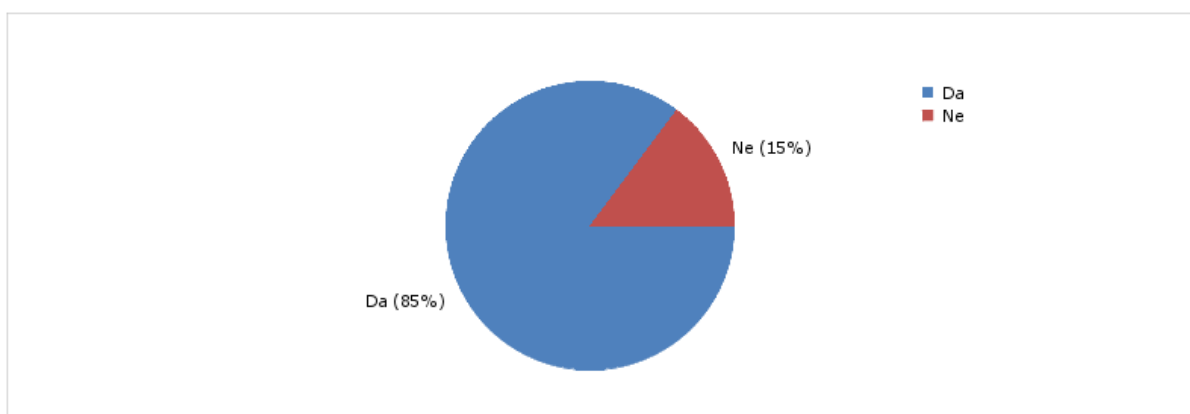
Graf 10: Ocena informiranost po področjih

Izmed devetih navedenih področij so mladi, sodelujoči v raziskavi, glede na graf 10 najbolj informirani o formalnem izobraževanju (ocena pogostosti 3,8 na lestvici od 1 do 5), športu in rekreativnih aktivnosti in kulturnih aktivnosti (ocena pogostosti 3,7 na lestvici od 1 do 5). Sodelujoči mladi v raziskavi se najmanj informirane počutijo na področju stanovanjske problematike (ocena pogostosti 2,7 na lestvici od 1 do 5), zdravstvenega varstva in zdravja (ocena pogostosti 3,0 na lestvici od 1 do 5) in zaposlovanja, usposabljanja za delo in podpora pri iskanju zaposlitve (ocena pogostosti 3,1 na lestvici od 1 do 5). Graf 11 kaže, da je največje spremembe ocene informiranosti v primeru osredotočenosti mladih na informiranje s strani mladinskih organizacij, organizacij za mlade in mladinskih centrov zaznati pri formalnem izobraževanju (ocena 3,6 in nižji položaj glede na ostala področja).



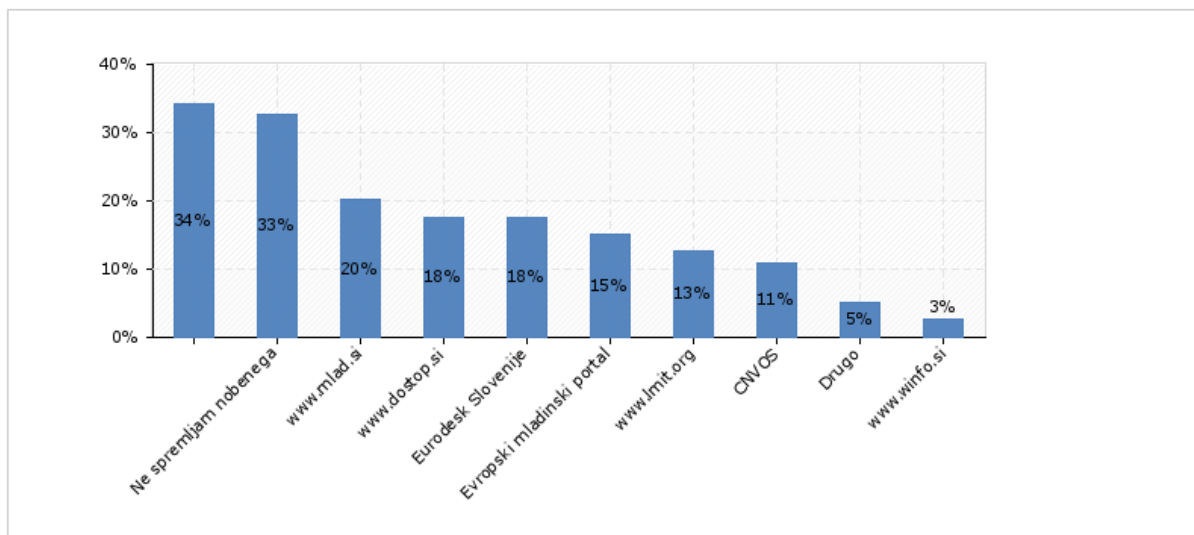
Graf 11: Ocena informiranosti s strani mladinskih organizacij, organizacij za mlade in mladinskih centrov po področjih

Predlogi in dobre prakse, kako izboljšati delovanje nevladnih organizacij za mlade, mladinskih organizacij in mladinskih centrov na področju informiranja mladih in za izboljšanje stanja informiranosti mladih, ki so jih predlagali mladi so naslednji: ažuren in kakovosten e-obvestilnik, fokusne skupine in študijski krožki za mlade, pozitivna sporočila v širjenju informacij, več predstavitev prek multimedijskih kreativnih vsebin, mobilna aplikacija z aktualnimi informacijami za mlade, Krovna slovenska stran z vsemi organizacijami in informacijami, ki jih nudijo mladinske organizacije. Kot primer dobre prakse so navedli portal winfo.si.



Graf 12: Potrebnost portalov in platform, namenjenih informiranju mladih

Mladi, ki so sodelovali v raziskavi, so, kot je razvidno iz grafa 12, po večini (85%) mnenja, da so portali in platforme namenjeni informiranju mladih, kjer lahko mladi pridobijo informacije o vseh področjih, ki jih zanimajo, potrebni.



Graf 13: Portali za informiranje mladih po spremljanju

Največ mladih, ki so sodelovali v raziskavi (34 %), ne pozna nobenega portala za informiranje mladih oziroma nobenega ne spremlja (33 %). Iz grafa 13 je razvidno, da petina mladih (20 %) spremlja Mladinsko komunikacijsko informacijsko središče (www.mlad.si), nekaj manj (18 %) pa Informacijski portal za mlade (www.dostop.si) in Eurodesk Slovenija (www.eurodesk.si). Kot druge portale, ki jih spremljajo (5 %) navajajo spletne strani lokalnega mladinskega centra oziroma posameznih organizacij. Kot predloge za izboljšanje navajajo izboljšano ažurnost portalov, krepitev prepoznavnosti med mladimi, bolj privlačno podobo in komplementarno promocijo preko socialnih omrežij (povezave na članke, objave, ...).

KRATKA ANALIZA RAZISKAVE

Mladi, ki so izpolnili vprašalnik so internetno povezana generacija, ki aktivno uporablja tako socialna omrežja (v največji meri Facebook, pa tudi Instagram, Twitter in druga) kot storitve elektronske pošte (glej graf 2). Kar štiri petine jih pozna vsaj eno mladinsko organizacijo, organizacijo za mlade ali mladinski center, pri čemer so najbolj poznane organizacije študentski klubi, mladinski centri in študentske organizacije (glej tabelo 1). Dve petini mladih, ki so izpolnili vprašalnik (39 %) je aktivno vključenih v delovanje mladinskih organizacij oziroma organizacij za mlade (glej graf 4). Največ jih aktivno deluje v študentskih klubih, več kot desetina jih je aktivna v No excuse – brez izgovora, v večji meri so mladi aktivni še v študentskih društvih (glej tabelo 3).

Mladi, ki so sodelovali v raziskavi, so informacije o navedenih organizacijah pridobili v največji meri preko prijateljev in interneta. Visok je tudi delež mladih, ki so informacije pridobili neposredno preko udejstvovanja v organizacijah samih, kar kaže na to, da je zajet vzorec mladih relativno aktiven v mladinskem nevladnem sektorju (glej tabelo 2). Pomembno je tudi poudariti, da so mladi v večini primerov navedli več kot en vir informiranja, kar pomeni, da se informirajo preko različnih kanalov hkrati.

Mladinske organizacije, organizacije za mlade in mladinske centre nekaj manj kot dve tretjini mladih (63 %), ki so sodelovali v raziskavi, vidi kot organizacije, preko katerih se informirajo o temah kot so formalno in neformalno izobraževanje, zaposlovanje, stanovanjska problematika, sociala in zdravstveno varstvo, kulturne in športno-rekreativne aktivnosti, e-participacija in participacija v javnem življenju, mladinsko organiziranje idr. (glej graf 5). Kot razlago za tovrstno delovanje mladi navajajo željo po pridobivanju informacij o možnostih, ki jih imajo; zanimanje za teme, ki jih obravnavajo organizacije in zaradi vpetosti v lokalno dogajanje. Tematsko so informacije, ki jih pridobivajo najpogosteje vezane na neformalno izobraževanje, kulturne aktivnosti in zaposlovanje, usposabljanje za delo in podporo pri iskanju zaposlitve (glej graf 6). Več kot četrtina mladih (27 %) se ne informira pri tovrstnih organizacijah, kot razlog pa navajajo, da nimajo potrebe po tem, da uporabljajo medije za pridobivanje tovrstnih informacij oziroma, da jih delovanje organizacij ne zanima in vanje ne želijo biti vključeni (glej graf 5).

Tretjina mladih je mnenja, da ni potrebe po nobeni dodatni informaciji s strani mladinskih organizacij in organizacij za mlade, le majhen delež pa jih meni, da je v njihovem lokalnem okolju in v Sloveniji za informiranost mladih poskrbljeno v celoti (glej graf 8 in 9). Po večini menijo, da je za informiranje mladih delno poskrbljeno ali poskrbljeno. Mladi so izmed devetih navedenih področij v raziskavi najboljše informirani o formalnem

izobraževanju, najmanj pa o področju stanovanjske problematike (glej graf 10 in 11). Največje spremembe ocene informiranosti je v primeru osredotočenosti mladih na informiranje s strani mladinskih organizacij, organizacij za mlade in mladinskih centrov zaznati pri formalnem izobraževanju.

Mladi, sodelujoči v raziskavi, najpogosteje pridobivajo informacije s strani mladinskih organizacij in organizacij za mlade preko različnih spletnih mest in storitev. Najpogosteje preko liste obveščanja in Facebook strani oziroma profila (pa tudi Facebook ustvarjenih dogodkov). Sledi uradna spletna stran organizacije in e-pošta. Prav tako so po večini mnenja, da so portali in platforme namenjeni informiranju mladih, kjer lahko mladi pridobijo informacije o vseh področjih, ki jih zanimajo, potrebne (glej graf 12). A v praksi zelo slabo poznajo obstoječe portale, ki so jim na voljo. Največ mladih, ki je sodelovalo v raziskavi namreč ne pozna nobenega portala za informiranje mladih oziroma nobenega ne spremlja. Preostali spremljajo Mladinsko komunikacijsko informacijsko središče, nekaj manj pa Informacijski portal za mlade in Eurodesk Slovenija (glej graf 13). Kot predloge za izboljšanje navajajo izboljšano ažurnost portalov, krepitev prepoznavnosti med mladimi, bolj privlačno podobo in komplementarno promocijo preko socialnih omrežij (povezave na članke, objave, itn.).

Iz pridobljenih odgovorov in analize bi lahko sklepali, da mlade torej mladinske organizacije, organizacije za mlade in mladinski centri privabljajo na svoje dogodke, spletne strani in socialna omrežja preko fizičnih dogodkov, bližnjih oseb in ustnih priporočil. Od tu naprej pričakujejo na področju informiranja ažurna, njim prilagojena, jasna in enostavna spletna mesta, podprta s socialnimi omrežji, ki jih opominjajo, vabijo in vključujejo v posamezne, specifične dogodke in aktivnosti. Od organizacij (in lokalnega okolja) tako pričakujejo kakovostno terensko delo, fizično dostopnost in odprtost ter spletno ažurno prisotnost. Slednjo zadovoljujejo po večini preko strani posameznih organizacij, kar predstavlja neverjeten potencial za razvoj sektorja in informiranost mladih, saj omogoča razvoj novih, celostnih in široko zastavljenih spletnih mest, orodij in družbenih omrežij, ki bodo mlade uspele ne zgolj privabiti ampak tudi celostno zadostiti njihovim lokalnim, nacionalnim, osebnim in družbenim potrebam po informiranosti.

INFORMIRANJE MLADIH: RAZISKAVA - ORGANIZACIJE -

Raziskava Informiranje mladih je potekala v okviru projekta Vsebinska mreža za nevladne organizacije za vključujočo informacijsko družbo. Potekala je z zbiranjem podatkov preko spletne ankete med mladinskimi organizacijami, organizacijami za mlade in mladinskimi centri ter drugimi nevladnimi organizacijami, ki delujejo na področju mladih, in mladinskimi reprezentativnimi organizacijami v Sloveniji. Anketa zajema 47 vprašanj odprtega, zaprtega in kombiniranega tipa.

IZVEDBA ANKETE

Anketa je bila dostopna 3 mesece (od 20. aprila do 20. julija 2015) na spletnih mestih <http://www.informacijska-druzba.org/sodeluj-raziskava-o-informiranju-mladih/> in <http://www.pina.si/raziskava-o-informiranju-mladih/>. O njenem obstoju so informacije širile številne nevladne organizacije po celi Sloveniji in partnerji projekta Vsebinska mreža nevladnih organizacij za vključujočo informacijsko družbo.

ANALIZA SODELOVANJA

Anketni vprašalnik je v celoti izpolnilo 110 organizacij.

NAPAKE IN VPLIVI

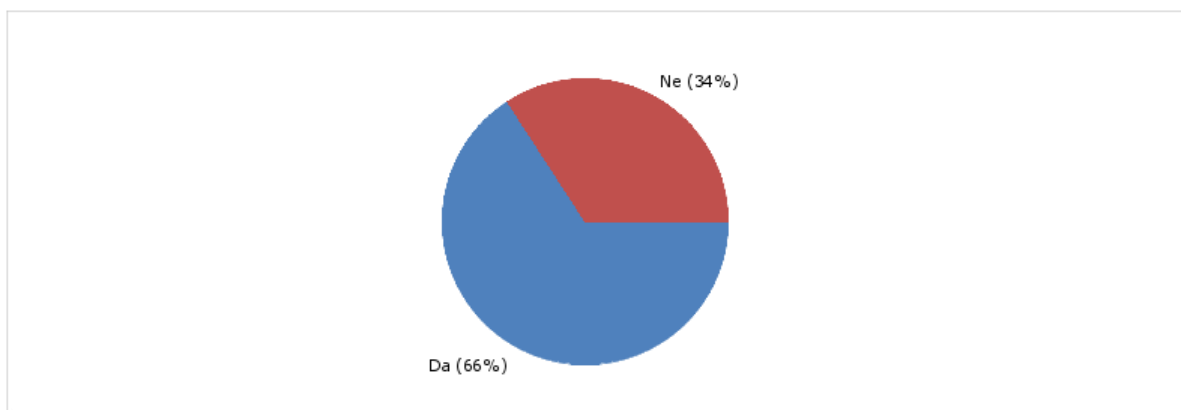
Število organizacij, ki o sodelovale v anketi predstavlja manjši delež vseh organizacij, ki delujejo na področju mladine. V vzorec smo zajeli organizacije, ki izvajajo dejavnosti, projekte in programe ter sekcije za mlade. Glede na pridobljene odgovore gre sklepati, da gre za organizacije, ki so intenzivno vpete v mladinski sektor, le nekaj pa je takšnih, ki jim mladinske dejavnosti predstavljajo manjši del programa.

OSNOVNI PODATKI O SODELUJOČIH V ANKETI

V raziskavi je sodelovalo več kot tretjina društev (36 %), slaba četrtnina zasebnih zavodov (24 %) in manj od desetina mladinskih svetov (7 %). Več kot petina respondentov je bilo študentskih organizacij (6 %), petina zvez društev (5 %) in manj kot petina ustanov (4 %). Na anketo so odgovarjali tudi javni zavodi in predstavljajo petino vseh sodelujočih v raziskavi (5 %). Prav tako petino sodelujočih predstavlja tistih, ki so odgovorili »Drugo« (5 %): dva

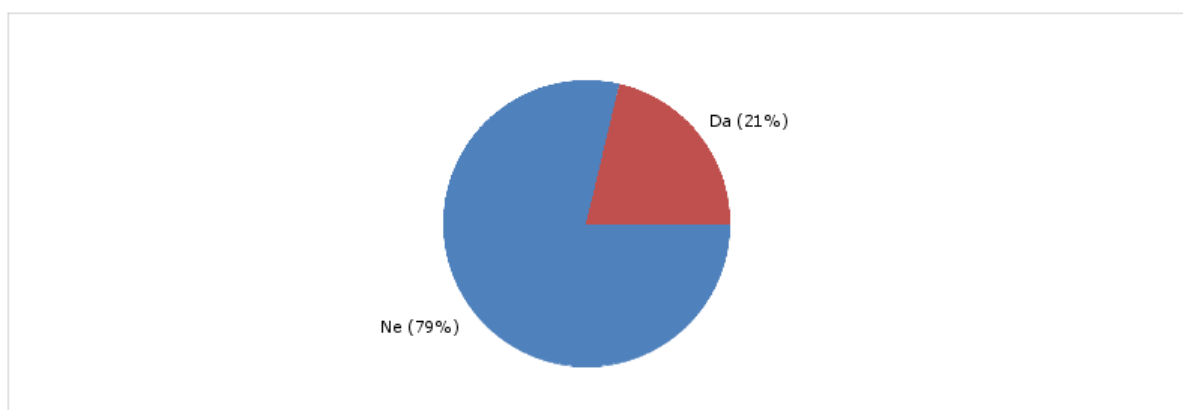
politična podmladka in eno združenje, socialno podjetje in sindikat.

REZULTATI RAZISKAVE



Graf 1: Prisotnost osebe, zadolžene za informiranje v organizaciji

Dve tretjini organizacij (66 %), ki so izpolnile anketo, imajo vsaj eno osebo, ki je zadolžena za informiranje. Kot pa je razvidno iz Grafa 1, kar tretjina organizacij (34 %) nima osebe, ki bi se ukvarjala z informiranjem. Organizacije smo povprašali tudi, ali je oseba, odgovorna za področje informiranja izvajala zgolj delovne naloge s področja informiranja, ali jih dopolnjuje z drugimi nalogami. Rezultati, razvidni v Grafu 2, so pokazali, da samo petina organizacij (21 %) ima osebo, ki se ukvarja samo z informiranjem. Velika večina nima v organizaciji osebe, zadolžene zgolj za izvajanje nalog s področja informiranja (79 %).

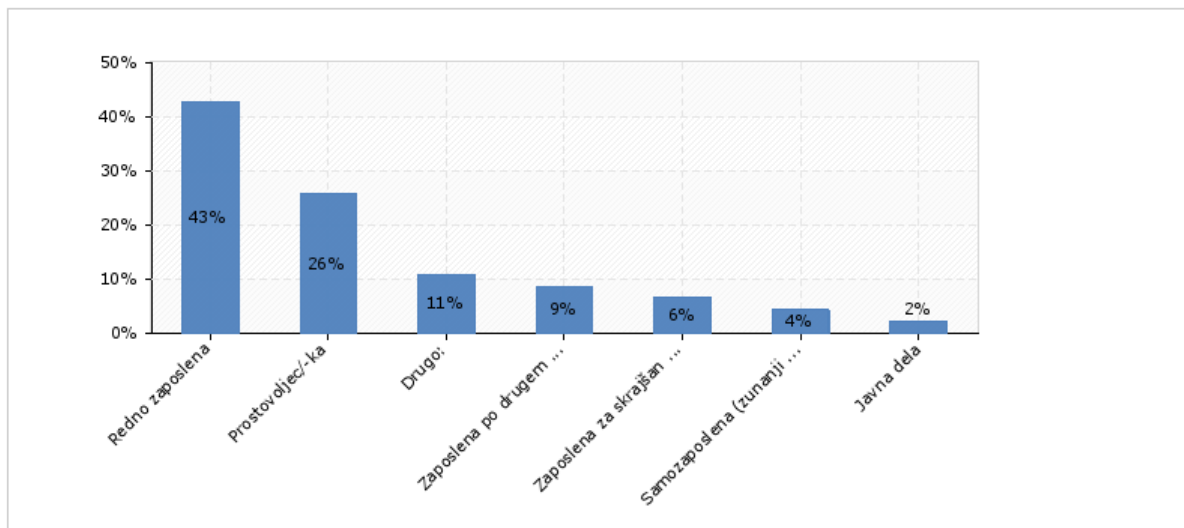


Graf 2: Prisotnost osebe, odgovorne zgolj za izvajanje dejavnosti informiranja, v organizacijah.

Udeleženci v raziskavi so navedli tudi, s katerim področji se osebe, zadolžene za informiranje, še ukvarjajo: »pomoč pri pripravi projektov in administrativno delo«, »pomoč pri izvedbi projektov in programov«, »projektno vodenje«, »koordinacija delovnih skupin«, »prvotno pokriva druga področja« ali »pokriva druga področja«, »oseba pokriva še druga dela na projektih«, »komuniciranje je aktivnost v sklopu drugih, ki jih pokriva«, »posveča se tudi prostovoljnemu delu v organizaciji«, »več ali manj smo vsi deklice za vse«, »v organizaciji imamo več oseb ki so odgovorne za informiranje, vsaka na svojem področju«, »vsak zaposleni je odgovoren za informiranje na svojem področju«, »oseba dela na vseh področjih, ki so povezani z mladino«, »za informiranje o našem programu imamo osebo, ki je zadolžena za razvoj in širitev našega programa«, itn.

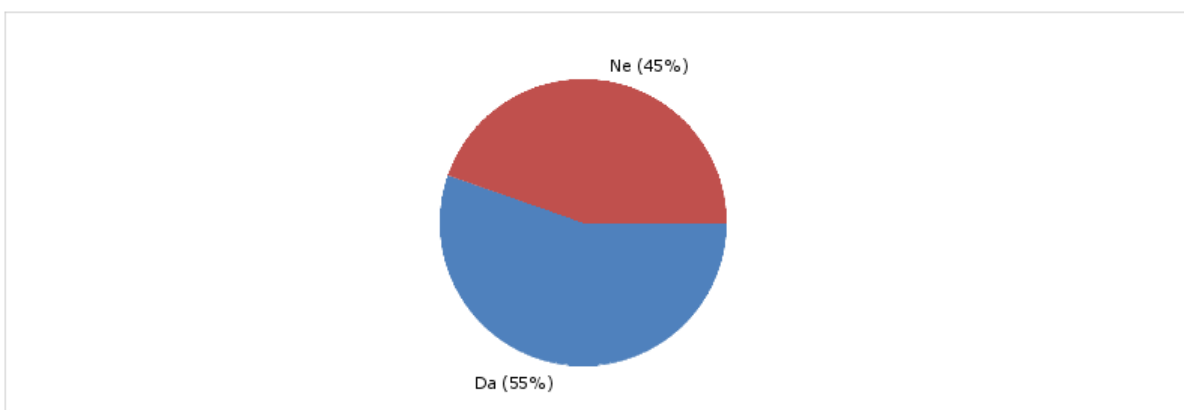
Razlogi, ki so jih organizacije navedle, zakaj osebe, zadolžene za informiranje, opravljajo tudi druge dejavnosti, so finančni in kadrovski (npr. »zaradi pomanjkanja kadrov in finančnih virov ne moremo redno zaposliti ene osebe, ki bi se ukvarjala z informiranjem«), velikost organizacije (npr. »ker smo relativno majhna organizacija, ta oseba pokriva tudi kakšne druge naloge, ki so potrebne za izvedbo programov«), narava in način dela v organizaciji (npr. »prostovoljska organizacija, delo ni plačano, obveznosti se prenašajo med aktivisti«), vsebine projektov in obseg dela (npr. »informiranje je vezano na vsebine oz programe, ki jih izvajamo, zato je odvisno od teme, kdo jo pokriva«).

Organizacije s samo eno osebo, zadolženo za informiranje, ki so odgovorile na vprašanje, pa so kot razlog za odločitev zaposliti samo ene osebe obseg dela, potreba po specializaciji dela in strateška naravnost dela oz. dejavnosti informiranja: »specializacija dela in potreba po tem zaradi obsega dela informiranja«, »brez specializacije ne gre več«, »sistem informiranja je opredeljen v komunikacijski strategiji in posebej po projektih – komunikacijski načrt«.



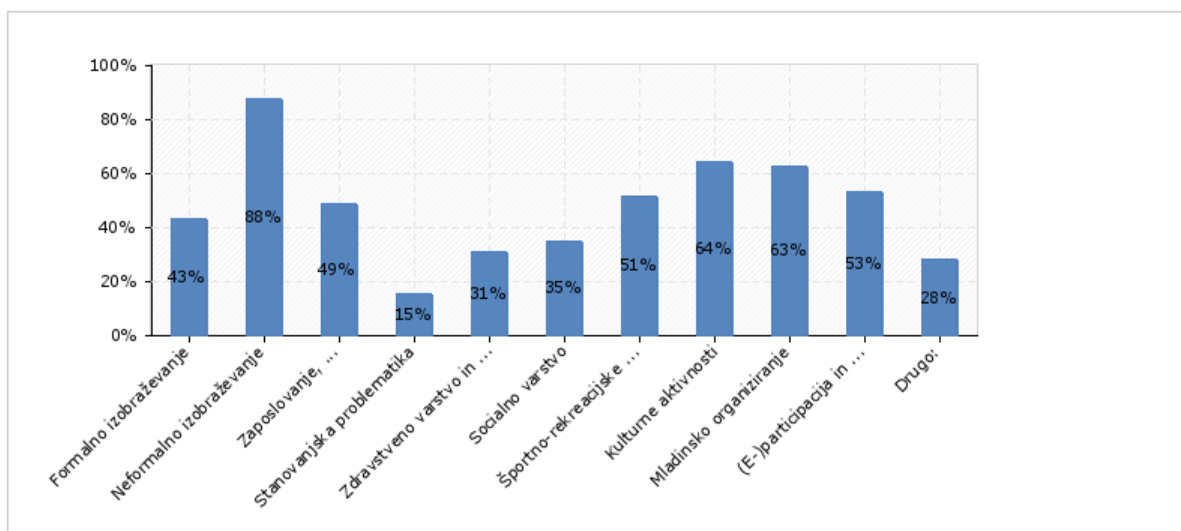
Graf 3: Status oseb, zadolženih za informiranje.

Status oseb, zaposlenih za informiranje je različen. Kot je razvidno iz Grafa 3 je največ takih, ki so redno zaposlene (43 %), presenetljivo velik delež, dobro četrtno, predstavljajo prostovoljci (26 %), približno desetino predstavljata status »Zaposlena po drugem pogodbenem razmerju« (9 %) in druge oblike zaposlitve (»Drugo«) ali kombinacija le-teh (11 %): »študentsko delo«, »mešano (zaposleni, javna dela, prostovoljec)«, »redno zaposlena in študentje«. Najmanj je oseb zaposlenih za skrajšani delovni čas (6 %), samozaposlenih (4 %) in na javnih delih (2 %).



Graf 4: Osebe, ki se izobražujejo na področju informiranja

Organizacije smo povprašali, ali se njihovo osebje, ki dela na področju informiranja, izobražuje s področja informiranja mladih. Po rezultatih, prikazanih v Grafu 4, je nekoliko več tistih, ki se izobražuje z omenjenega področja (55 %), tistih, ki se ne izobražujejo pa je za petino manj (45 %).



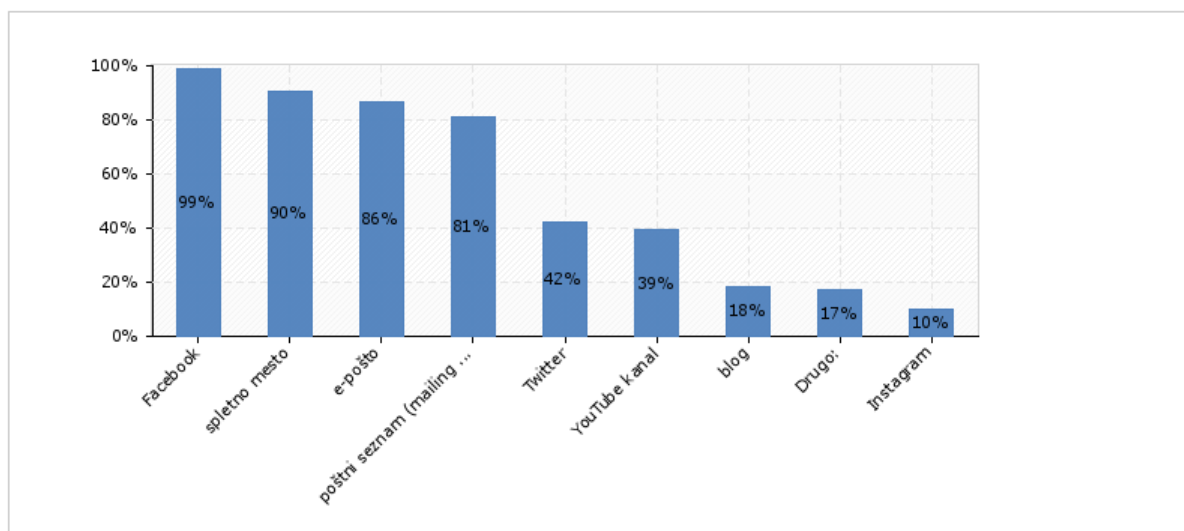
Graf 5: Področja informiranja mladih

Organizacije, ki so odgovorile na to vprašanje, pri katerem je bilo možno označiti več odgovorov, daleč največ informirajo o neformalnem izobraževanju (88 %), sledita informiranje o kulturnih aktivnostih (64 %) in mladinsko organiziranje (63 %). Za njima so se zvrstila področja (e)-participacija in družbeno kulturne dejavnosti (53 %), športno-rekreativne dejavnosti (51 %), zaposlovanje, usposabljanje za delo in podpora pri iskanju zaposlitve (49 %) in formalno izobraževanje (43 %). Najmanj pa informirajo o področjih socialnega varstva (35 %), zdravstvenega varstva in zdravja (31 %) ter stanovanjski problematiki (15 %). Pod »drugo« (28 %), so organizacije zapisale področja, ki smo jih združili v petnajst kategorij in so prikazana v Tabeli 1.

DRUGA PODROČJA INFORMIRANJA	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA (29)
Lastna ponudba in aktivnosti	6
Mobilnost in mednarodna aktivnost mladih	4
Prostovoljstvo	2
Okoljevarstvo	2
Razpisi in natečaji za mlade in mladinske dejavnosti ter projekte	2
Mladinske politike in dialog med mladimi in oblikovalci politik	2
Civilna družba	1

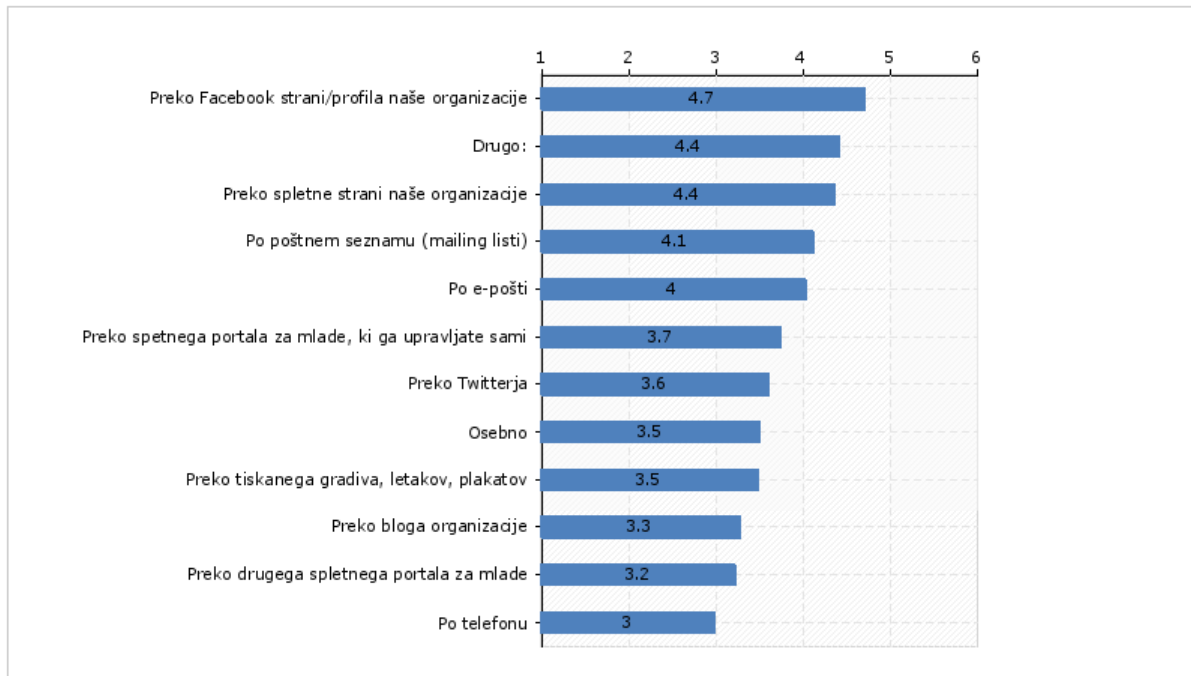
Planinstvo	1
Eurodesk info	1
Aktivnosti mednarodnih mladinskih organizacij	1
Duševno zdravje	1
Študentske pravice in obveznosti	1
Množično financiranje	1
Duhovne aktivnosti	1
Državni in lokalni ukrepi za mlade	1
Mladih ciljno ne informirajo	2

Tabela 1: Druga področja informiranja mladih



Graf 6: Spletna orodja za informiranje mladih

Spletna orodja, ki jih organizacije uporabljajo za informiranje mladih so prikazana v Grafu 6. Respondenti so imeli možnost izbire več odgovorov. Med vsemi orodij prednjači Facebook (99 %), sledijo mu spletno mesto (90 %), e-pošta (86 %) in poštni seznam (81 %). Veliko manj so v uporabi Twitter (42 %), YouTube kanal (39 %), blog (18 %) in Instagram (10 %). Vprašani so pod kategorijo »Drugo« (17 %) navedli: druge spletne portale, lastne spletne informatorje, komuniciranje preko komunikacijskih kanalov drugih organizacij, Google+, Google skupino in Flickr.



Graf 7: Ocena pogostosti načinov informiranja mladih

Organizacije, ki so odgovorile na vprašanje, glede na Graf 7 najpogosteje informirajo mlade preko lastne oz. lastnega Facebook strani/profila (ocena pogostosti 4,7 na lestvici od 1 do 5). Sledi informiranje preko drugih kanalov in z uporabo drugih načinov, kot so množični mediji, Google +, medijski dogodki in prireditve, dogodki, predstavitve, »od ust do ust« in lastne spletne strani (ocena pogostosti obeh kategorij je 4,4 na lestvici od 1 do 5). Visoko po pogostosti se uvrščata tudi uporaba poštnega seznama oz. mailing liste (ocena pogostosti 4,1 na lestvici od 1 do 5) in elektronske pošte (ocena pogostosti 4 na lestvici od 1 do 5). Nekoliko nižjo oceno pogostosti so prejeli spletni portal, ki ga upravljajo organizacije same (ocena pogostosti 3,7 na lestvici od 1 do 5), uporaba Twitterja (ocena pogostosti 3,6 na lestvici od 1 do 5), osebno informiranje (ocena pogostosti 3,5 na lestvici od 1 do 5) in enako preko tiskanega gradiva, letakov, plakatov (ocena pogostosti 3,5 na lestvici od 1 do 5). Sledijo jim informiranje preko bloga organizacije (ocena pogostosti 3,3 na lestvici od 1 do 5), preko drugega spletnega portala za mlade (ocena pogostosti 3,2 na lestvici od 1 do 5) in po telefonu (ocena pogostosti 3 na lestvici od 1 do 5).

Organizacije, ki so odgovorile na zgornje vprašanje smo prosili, naj specificirajo, katere druge portale za mlade, ki jih sami ne upravljajo, še uporabljajo. Organizacije so navajale tudi posamezne spletne strani, ki so v Tabeli 2 uvrščene pod »Drugo« (29,03 %). Iz omenjene tabele je razvidno, da organizacije, ki so portale specificirale, najpogosteje uporabljajo portal mlad.si (35,48 %). Sledijo mu lokalni portali občin (9,68 %) in splošni portali (9,68 %), L'mit-ov

portal (6,45 %) in z najmanj navedbami Eurodesk portal (3,23 %), drugi lokalni portali (3,23 %) in portal prostovoljskih organizacij (3,23 %).

DRUGI SPLETNI PORTALI ZA MLADE	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA (31)
Mlad.si	11
Drugo (CNVOS, stičišča, mreže, www.skis-zveza.si , www.pina.si , www.mss.si , www.pzs.si , preko spletne strani mladinskega centra Ajdovščina, preko portala Turistično informacijskega centra Ajdovščina)	9
Lokalni portali občin	3
Splošni portali (npr. dostop.si , napovednik.com)	3
Portal mreže L'mit	2
Eurodesk	1
Drugi lokalni portali	1
Portal prostovoljskih organizacij (prostovoljstvo.org)	1

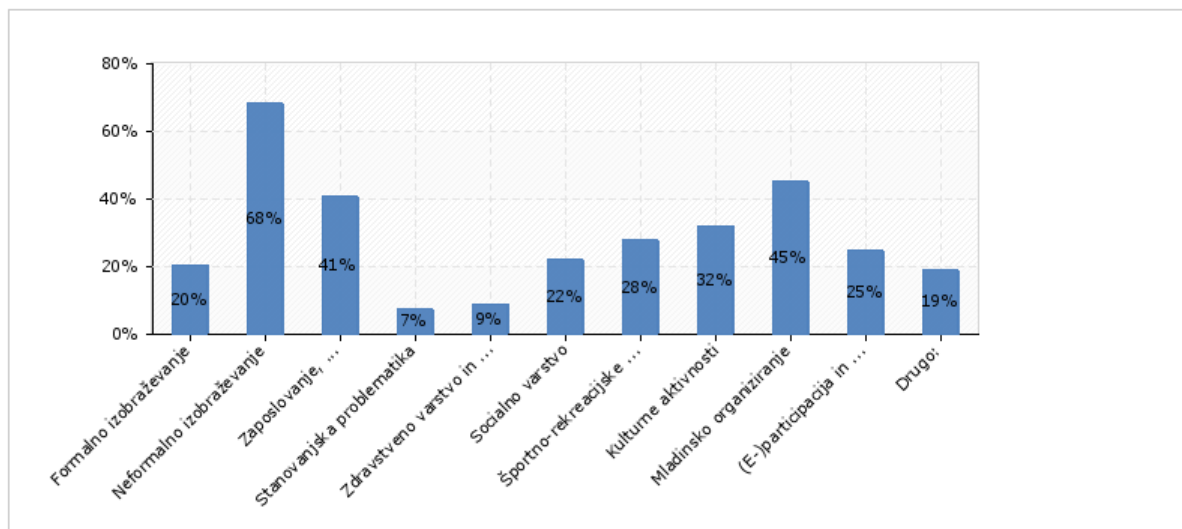
Tabela 2: Drugi spletni portali informiranja mladih, ki jih organizacije same ne upravljajo.

Drugi načini informiranja, ki so jih respondenti navedli, so prikazani v Tabeli 3. Na prvem mestu po pojavljanju so množični mediji (22,22 %), takoj za njimi so sejmi in drugi dogodki ter prireditve (16,67 %) ter informiranje preko lokalnih odborov in organizacijskih oblik (16,67 %). Sledi jim participacija mladih v informativnih procesih (11,11 %). Najmanj navedb imajo naslednji načini: šole, izobraževanja, SMS sporočila, komunikacija »od ust do ust« in posebne promocijske akcije in kampanje (vsak po 5,56 %).

DRUGI NAČINI INFORMIRANJA	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA (18)
Množični mediji (pojavljanje v njih, članki o aktivnostih, projektih in oglasi)	4
Sejmi in drugi dogodki ter prireditve	3
Preko lokalnih odborov in organizacijskih oblik	3
Participacija mladih v participacijskih procesih	2
Spletni informatorji	1
Šole	1
Izobraževanja	1
SMS sporočila	1

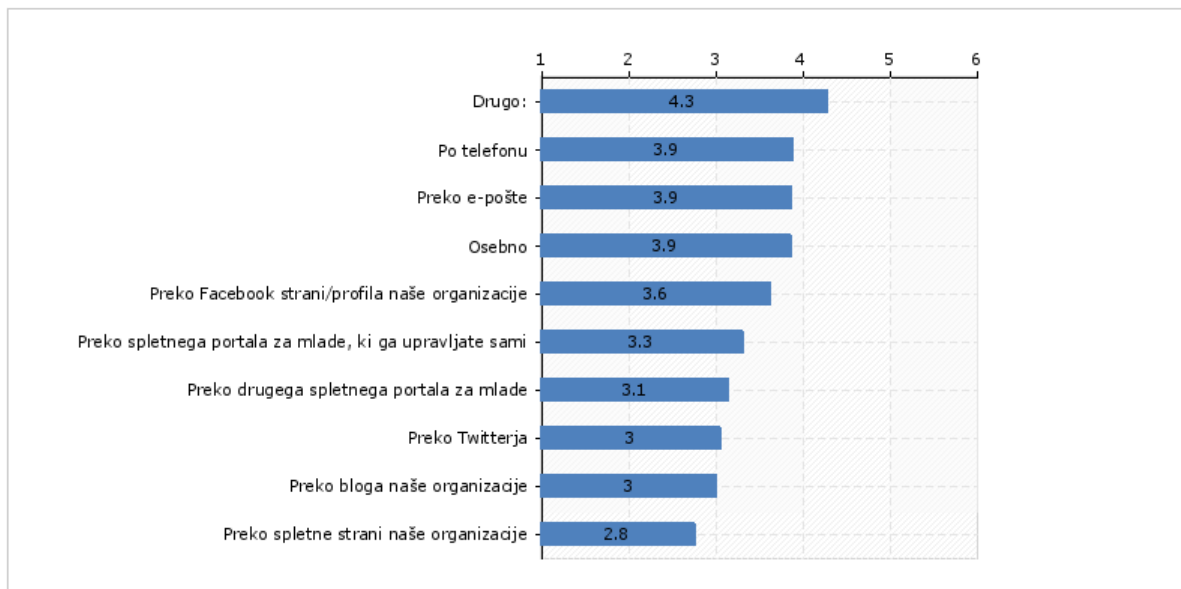
Komunikacija »od ust do ust«	1
Posebne promocijske akcije in kampanje	1

Tabela 3: Drugi načini informiranja, ki jih organizacije uporabljajo.



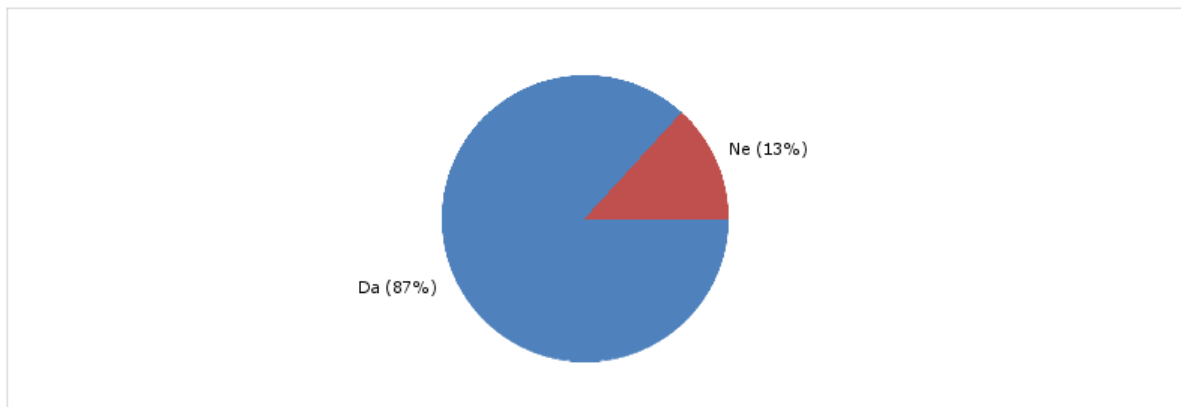
Graf 8: Področja, v zvezi s katerimi se mladi obračajo po informacije na organizacije.

Mladi se na organizacije, udeležene v raziskavi in so lahko označile več odgovorov, največ obračajo po informacije o neformalnem izobraževanju (68 %), sledita pa področja mladinsko organiziranje (45 %) in zaposlovanje, usposabljanje za delo in podpora pri iskanju zaposlitve (41 %). Nekoliko manj informacij mladi pridobivajo s strani organizacij glede kulturni aktivnosti (32 %), športno-rekreativne aktivnosti (28 %) in (e)-participacije in družbeno kulturnih dejavnosti (25 %), socialnem varstvu (22 %) in formalnem izobraževanju (20 %). Najmanj se obračajo na organizacije v zvezi z informacijami o zdravstvenem varstvu in zdravju (9 %) ter stanovanjski problematiki (7 %). Nizko na lestvici se pojavlja tudi kategorija »Drugo« (19 %), ki zajema mobilnost mladih in mednarodne aktivnosti, prostovoljstvo, dodatne informacije o dogodkih in aktivnostih ter programih, množično financiranje, kreativno podjetništvo, turizem mladih, medkulturni dialog, skupnostno delo, razpisi in duhovne aktivnosti, idr.



Graf 9: Ocena pogostosti rabe komunikacijskih kanalov, preko katerih mladi kontaktirajo organizacije.

Organizacije ocenjujejo, da mladi z njimi stik najpogosteje vzpostavljajo preko telefona, e-pošte in osebne komunikacija (ocena pogostosti 3,9 na lestvici od 1 do 5). Facebook je takoj za njimi (ocena pogostosti 3,6 na lestvici od 1 do 5), za njim pa se zvrstijo spletni portal za mlade, ki ga upravljajo organizacije same (ocena pogostosti 3,3 na lestvici od 1 do 5), drugi spletni portali za mlade (ocena pogostosti 3,1 na lestvici od 1 do 5), Twitter (ocena pogostosti 3 na lestvici od 1 do 5) in blog lastne organizacije (ocena pogostosti 3 na lestvici od 1 do 5). Najmanj se mladi na njih obračajo preko spletne strani organizacij (ocena pogostosti 2,8 na lestvici od 1 do 5), iz česar bi lahko sklepali da so te zasnovane na način, ki večinoma omogočajo enosmerno komunikacijo (od organizacije do uporabnika). Respondenti so v rubriki »drugo« imeli možnost dodati komunikacijske kanale. Navedli so jih tri, za katere je značilna zelo visoka raba (ocena pogostosti 4,3 na lestvici od 1 do 5), in ki zajemajo Google +, »preko mentorjev in člana bazena trenerjev« in dogodki organizacij.



Graf 10: Povezovanje organizacij z drugimi organizacijami

DRUGE ORGANIZACIJE	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA (57)
Sorodne organizacije v mladinskem sektorju	15
Šole	8
Druge NVO na lokalni in nacionalni ravni	7
Javni zavodi (CSD, ZRSZ, idr.)	7
Mladinske mreže	7
Študentsko organiziranje (študentski svetovi, študentske organizacije in klubi)	4
Občine	2
Mladinski svet Slovenije	2
Civilne iniciative	1
Regionalna stičišča NVO	1
Mednarodne mladinske organizacije	1
Nacionalna agencija za mlade	1
Matične organizacijske oblike in njihove enote	1

Tabela 4: Druge organizacije, s katerimi sodelujejo respondenti pri informiranju mladih.

RAZLOGI NEPOVEZOVANJA	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA (11)
Specifike programa in informacij	3
Ne poznamo drugih organizacij	2
Nepoznavanje načinov, kako se povezati	1

Ni bilo še priložnosti	1
Takih organizacij ni	1
Obstoj različnih interesov	1
Ni potrebe	1

Tabela 5: Razlogi nepovezovanja organizacij za namene informiranja mladih.

Velika večina respondentov se pri informiranju mladih povezuje z drugimi organizacijami iz lokalnega in širšega okolja (87 %), kot je tudi razvidno iz Grafa 10. Organizacije, s katerimi sodelujoči v raziskavi sodelujejo, so prikazani v Tabeli 4. Respondenti največ sodelujejo s sorodnimi organizacijami (26,36 %), sledijo pa šole (14,04 %) in z enako pogostostjo druge NVO, javni zavodi in mladinske mreže (po 12,28 %). Sledijo organizacije iz vrst študentskega organiziranja (7,02 %) in občine ter Mladinski svet Slovenije (po 3,51 %). Najmanj se povezujejo s civilnimi iniciativami, regionalnimi stičišči NVO, mednarodnimi mladinskimi organizacijami, nacionalno agencijo in matičnimi organizacijskimi oblikami in enotami (po 1,75 %).

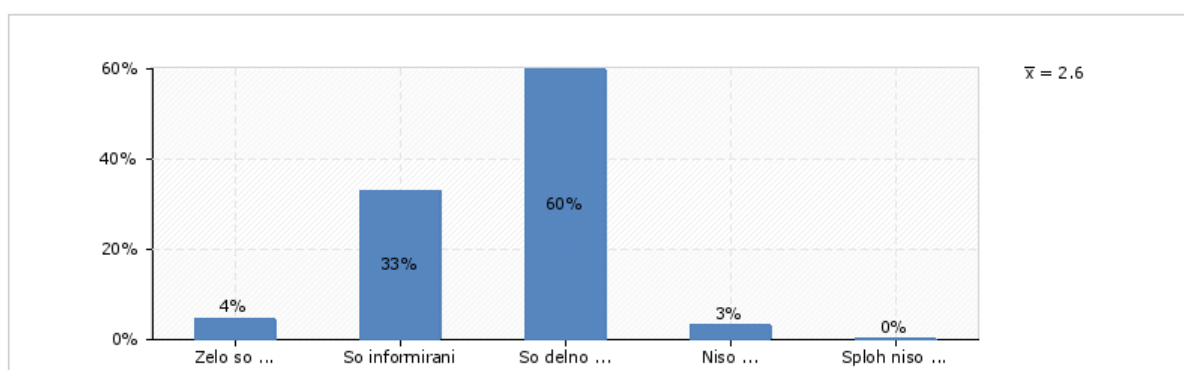
Le dobra desetina pa je tistih, ki se z drugimi organizacijami ne povezuje (13 %). Zakaj se ne povezujejo še z drugimi organizacijami, so sodelujoči v raziskavi, ki so odgovorili na vprašanje, navedli različne razloge. Iz Tabele 5 je razvidno, da je najpogostejši specifika programa in informacij (30 %), sledi mu nepoznavanje drugih organizacij (20 %) in načina, kako se z njimi povezati (10 %). Kot razloge so še navedli »ni bilo še priložnosti« (10 %), takih organizacij ni (10 %), obstoj različnih interesov (10 %), ni potrebe (10 %).

TEŽAVE IN IZZIVI PRI INFORMIRANJU MLADIH	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA (37)
Neodzivnost mladih	8
Nezainteresiranost mladih	5
Načini, kako pritegniti mlade	4
Prenasičenost mladih z informacijami	3
Načini informiranja oz. komunikacijski kanali mladih	3
Pomanjkanje povratnih informacij s strani mladih	2
Pomanjkanje kadra	2
Pomanjkanje finančnih sredstev	2
Razpršenost informativnih centrov	1
Nedoseganje najbolj ranljivih skupin mladih	1

Nezainteresiranost medijev	1
Težav ni	5

Tabela 6: Težave in izzivi, s katerimi se organizacije srečujejo pri informiranju mladih.

Težave, s katerimi se organizacije, ki so sodelovale v raziskavi, spopadajo pri informiranju mladih so različne. Kot je prikazano v Tabeli 6, respondenti, ki so odgovorili na vprašanje, doživljajo kot največjo težavo ali izziv neodzivnost mladih (21,62 %), sledi pa nezainteresiranost mladih (13,51 %), načini kako pritegniti mlade (10,81 %), prenasičenost mladih z informacijami (8,11 %) in načini informiranja mladih oz. komunikacijski kanali mladih (8,11 %). Druge težave so pomanjkanje povratnih informacij s strani mladih, pomanjkanje kadra in denarnih sredstev (po 5,41 %). Najmanj se kot težava pojavlja nezainteresiranost medijev, razpršenost informativnih centrov in nedoseganje najbolj ranljivih skupin mladih (po 2,7 %). Nekatere organizacije nimajo težav z informiranjem (13,51 %).



Graf 11: Ocena informiranosti mladih o dejavnostih organizacij v lokalni skupnosti.

Večina respondentov, kot je prikazano v Grafu 11, ocenjuje, da so mladi delno informirani (60 %) in dobra tretjina jih ocenjuje, da so informirani (33 %). Da so mladi zelo informirani (4 %) in da niso informirani (3 %), meni najmanj organizacij. Nobena organizacija, ki je sodelovala v raziskavi ne meni, da mladi sploh niso informirani.

RAZLOGI ZA STANJE INFORMIRANOSTI MLADIH	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA (33)
Nezainteresiranost mladih	8
Prevelika količina informacij	3
Neprepoznavnost organizacij	3

Specifične dejavnosti organizacij	3
Slaba organiziranost organizacij	3
Mladim neprilagojena in nejasna sporočila	3
Neinformiranost organizacij o potrebah mladih	3
Prevelika razpršenost informacij	2
Pomanjkanje sredstev	1
Zaprta družba	1
Neaktualnost programov	1
Nepoznavanje mladinskih portalov s strani mladih	1
Nesodelovanje lokalnih skupnosti	1

Tabela 7: Razlogi za stanje informiranosti mladih o dejavnosti organizacij v lokalnih okoljih in širše.

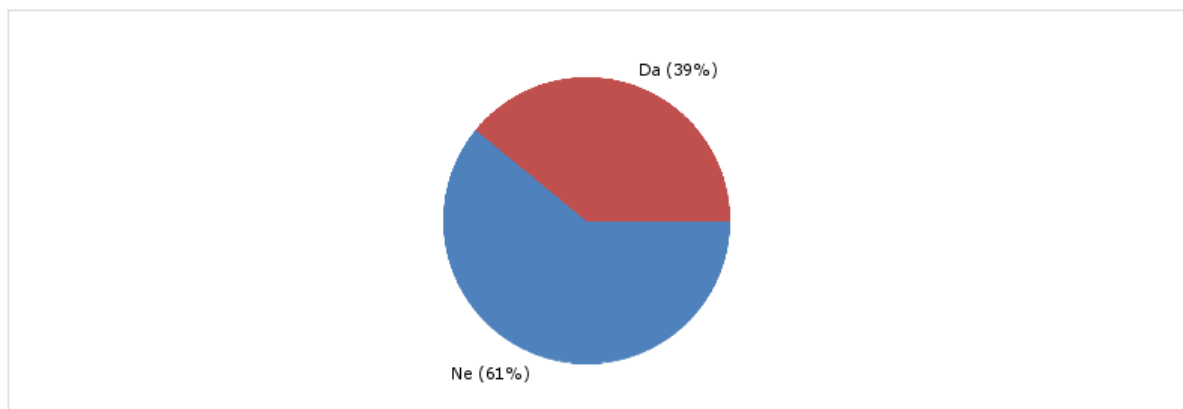
Rezultati v Tabeli 7 prikazujejo pomembne razloge za stanje informiranosti mladih o dejavnostih organizacij v lokalni skupnosti in širše, ki so jih izrazile organizacije, ki so odgovorile na vprašanje. Najpogostejši razlog, ki so ga respondenti podali je nezainteresiranost mladih (25 %). Sledijo prevelika količina informacij, neprepoznavnost organizacij, specifične dejavnosti organizacij, slaba organiziranost organizacij, mladim neprilagojena in nejasna sporočila in neinformiranost organizacij o potrebah mladih (po 9,38 %). Vprašani so navedli tudi preveliko razpršenost informacij (6,25 %). Najmanj so se pojavili naslednji razlogi: pomanjkanje sredstev, zaprta družba, neaktualnost programov, nepoznavanje mladinskih portalov s strani mladih, nesodelovanje lokalnih skupnosti (po 3,14 %).

NAČINI PREVERJANJA USPEŠNOSTI IN KAKOVOSTI INFORMIRANJA	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA (40)
Udeležba mladih na aktivnostih, dogodkih in programih	12
Osebni odzivi mladih	11
Evalvacija (ankete, vprašalniki)	8
Spletna analitika	7
Medijski kliping	1
Povpraševanja po storitvah	1

Tabela 8: Načini preverjanja uspešnosti in kakovosti informiranja.

Vprašani so v anketi specificirali načine preverjanja uspešnosti in kakovosti informiranja.

Organizacije, ki so na vprašanje odgovorile, največ preverjajo uspešnost in kakovost informiranja preko udeležbe mladih na svojih aktivnostih in dogodkih ter programih (30 %) in osebne odziva mladih na aktivnostih in dogodkih (27,5 %), kot je razvidno iz Tabele 8. Metodama sledita evalvacija (20 %) in spremljanje spletne analitike (17,5 %). Vprašani so najmanj navedli medijski kliping in povpraševanje po storitvah (po 2,5 %).

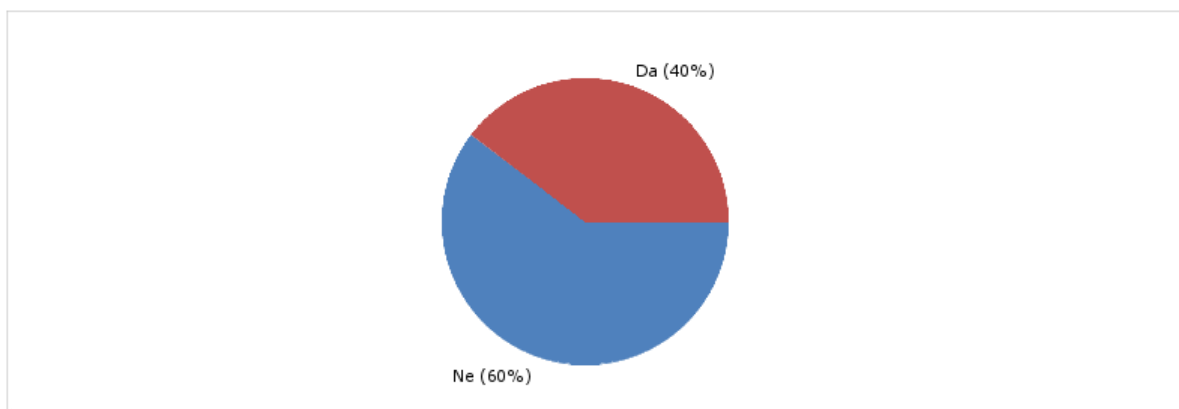


Graf 12: Mnenje vprašanih o vzpostavitvi enotnih standardov informiranja mladih

Večina respondentov meni, da mladinskim organizacije, organizacije za mlade in mladinski centri ne potrebujejo enotnih standardov informiranja mladih (61 %). Odgovor so respondenti, utemeljili z različnimi razlogi, ki jih povzemamo: vsaka organizacija izbere in formiranje, ki ustreza ciljni skupini; organizacije se med seboj razlikujejo, prav zato je prav, da se razlikujejo tudi pristopi informiranja; enotni standardi bi pomenili dodatno birokratsko obremenitev organizacij, ki bi ovirala njen kreativni proces; raznolikost vsebin posameznih organizacij botruje temu, da informiranje ne more biti standardizirani; preveč monotono bi bilo in zelo težko bi zajeli tako široko skupino kot bi jo bilo potrebno; za mlade je značilna hitra sprememba v početju, zato ni nujno, da bo današnji standard koristen še naslednja leta; »položaj in status mladinske organizacije je povezan z velikostjo in organiziranostjo ter povezanostjo v občini v kateri mladinska organizacija je, zato poenotenje na državni ravni ni smiselno«; kvalitetno informiranje mladih oz. komuniciranje z mladimi že ima neke standarde, zato vzpostavljanje novih standardov ni smiselno; smiselno bi bilo uvesti model kakovosti informiranja mladih, ki bi na daljši rok omogočil večji doseg in prepoznavnost; pomanjkanje kadra, ki bi standarde lahko izvajal.

Respondenti, ki so za uvedbo enotnih standardov (39 %), so tudi navedli praktične razloge v prid odgovoru: sistematizacija informacij; zaradi sistematizacije informacij bi mladi lažje našli, kar iščejo; mladi bi vedeli, kam se obrniti po določene informacije; lažji in večji pretok informacij; organizacije bi lažje delovale; odzivi ciljne skupine bi bili hitrejši; zagotovljena bi

bila večja transparentnost organizacij; »jasnost pristopov pomeni jasnost pričakovanj«; zagotovili bi večje povezovanje in skupnega obveščanja ter pojavljanja v javnosti, kar bi sektor povežalo in okrepilo; enotni standard bi omogočal, da bi vse organizacije imele možnost izkoristiti vse možnosti in načine informiranja mladih.



Graf 13: Mnenje vprašanih o vzpostavitvi enotnih standardov preverjanja kakovosti informiranja.

Slabi dve tretjini vprašanih meni, da mladinskim organizacije, organizacije za mlade in mladinski centri ne potrebujejo enotnih standardov preverjanja kakovosti informiranja mladih (60 %). Odgovor so utemeljili podobno kot prejšnjega, s tem, da so dodali naslednje utemeljitve: metode in cilji organizacij so preveč različni; vsaka ciljna skupina potrebuje svoje standarde; vsaka organizacija lahko za sebe sama ve kaj je najboljši način preverjanja kakovosti informiranja mladih; ipd.

Respondenti, ki se strinjajo z uvedbo enotnih standardov preverjanja kakovosti informiranja mladih (40 %), so kot razloge za uvedbo zapisali: »slaba kakovost pomeni slab odziv in nesmiselnost početja«; praktičnost;le tako bi organizacije delovale veliko bolj usklajeno; lažja evidenca in boljša preverljivost; morda v smislu delanja in spremljanja klipinga; zaradi boljšega pretoka informacij o možnostih za mlade; izboljšanje komunikacije z mladimi in uspešnejše zadovoljevanje njihovih pričakovanj in potreb; »za merjenje kvalitete informiranja potrebujemo enotne standarde, drugače rezultati niso primerljivi. pri tem pa se mora upoštevati/ponderirati rezultate s specifikami posameznih okolij ali tipov organizacij«; standardi omogočajo kvalitetno delo; izboljšanje nivoja informiranja s strani organizacij.

Organizacije, ki so odgovorile na vprašanje, so podale predloge za izboljšanje storitev informiranja mladih in zmogljivosti organizacij za informiranje mladih: skupni spletni portal, ki je napovednik prireditve za mlade; aktivni in ažurni portali na lokalni ravni, informacije na

vseh mestih, kjer se zbirajo in gibajo mladi; spletna platforma, kjer bi bili združeni datumi vseh dogodkov oz vsebin, organizacije bi pa same vnašale podatke; financiranje zaposlovanja kadra za informiranje mladih; kvaliteten projekt oz. vsebine ponujene publiki; intenzivnejše povezovanje mladinskih centrov in boljši pretok informacij na tem področju; upoštevanje načel informiranja in spletnih načel informiranja, kot jih je izdelala ERYICA; priročnik za informiranje mladih z dobrimi praksami in kakšno usposabljanje; internetni radijski kanal (ali UKW frekvenca) vrstniške pomoči (aktualne tematike, svetovanja, predavanja, reševanje nalog, prosti čas in podobno); fizična informacijska mesta (npr. terminali v izobraževalnih in kulturnih ustanovah, kjer bi lahko kdorkoli dostopal do zelene vsebine).

Respondente smo tudi prosili, da odgovorijo na vprašanje: »Ali menite, da bi lahko določene storitve informiranja mladih ali storitve, namenjene mladim, prenesle iz javnega sektorja na mladinski nevladni sektor in mladinske centre, ki so organizirani kot javni zavodi?« Veliko respondentov na to ni znalo odgovoriti. Ostali pa niso odgovarjali enoznačno in so primerjali prednosti in slabosti ter značilnosti javnega in nevladnega sektorja, ki zadevajo predvsem financiranje, fleksibilnost oz. togost dela in nadzora: urediti bi bilo potrebno pogoje izvajanja dejavnosti informiranja za mlade (redno financiranje), nevladne organizacije so učinkovitejše od javnega sektorja; »če bi imeli sredstva kot javni sektor bi se marsikaj dalo«; mislim, da je informiranje o storitvah nevladnega sektorja boljše kot v javnem sektorju; »vsaka od možnosti ima svoje prednosti in slabosti: NVO odlikuje večja fleksibilnost in odprtost do mladih (vsebinska, metodološka), vendar imajo slabšo stabilnost pri financiranju; javni zavodi imajo boljše pogoje za delovanje, vendar so preveč vpeti v strukture, kar zmanjšuje svobodo pri odločanju; javni zavodi so ukalupljeni, prednost NVO pa je fleksibilnost, odprtost, dostopnost.

Podan je bil tudi nevtralniji odgovor: »Menimo, da mladi lažje vstopajo v mladinske centre in organizacije ne glede na njihov status.« En respondent pa je poudaril tudi potrebo po prenosu znanja iz nevladnega sektorja na javni sektor, drugi pa je podal tudi primer možnega prenosa storitev iz javnega na mladinski nevladni sektor: portal za mlade na lokalni ravni ter zbiranje in ažuriranje informacij.

KRATKA ANALIZA RAZISKAVE

V raziskavi so sodelovale organizacije, ki so aktivne v mladinskem sektorju oz. izvajajo programe, dejavnosti in projekte za mlade. Le nekatere so tiste, katerim dejavnosti za mlade predstavlja manjši del programa. Organizacije, ki so sodelovale v anketi so večinoma nevladne organizacije, petina sodelujočih pa je tudi javnih zavodov (mladinskih centrov).

Večina sodelujočih v raziskavi ima vsaj eno osebo, ki je zadolžena za informiranje, prav tako pri večini organizacij osebe, zadolžene za informiranje, ne pokrivajo samo tega področja (glej Graf 1 in Graf 2). Razlogi, ki so jih organizacije navedle, zakaj osebe, zadolžene za informiranje, opravljajo tudi druge dejavnosti, so pomanjkanje finančnih virov in posledično kadra, majhnost organizacije, narava in način dela v organizaciji ter vsebine projektov, ki zahtevajo sodelovanje strokovnih sodelavcev tudi pri informiranju, in obseg dela, ki je prevelik, da bi se z njim ukvarjala samo ena oseba. Organizacije s samo eno osebo, zadolženo za informiranje, so se zato odločile zaradi potrebe po specializaciji zaradi velikega obsega dela z informiranjem in upoštevanje ter realizacije internih strategij za informiranje. Sklepamo, da gre za organizacije, ki imajo sredstva, namenjena za zaposlitev (v katerikoli obliki) specializiranega kadra.

Oblike zaposlitve, ki jih ima osebje, ki opravlja informiranje, je različno (glej Graf 3). Največ je redno zaposlenih, zanimivo pa je, da se takoj za njimi uvrščajo prostovoljci, ki največkrat ne predstavljajo profesionalen in reden kader. Najmanj je oseb, ki so zaposlene preko javnih del. Sodeč po Grafu 4 se večina kadra izobražuje iz področja informiranja, nekoliko manj pa je tistih, ki se ne izobražujejo.

Organizacije daleč največ informirajo o neformalnem izobraževanju, sledita informiranje o kulturnih aktivnostih in mladinsko organiziranje. Najmanj pa informirajo o področjih socialnega varstva, zdravstvenega varstva in zdravja, stanovanjski problematiki in drugih področjih, ki so specializirana (glej Graf 4 in Tabela 1). Mladi se nanje obračajo po informacije iz navedenih področij, pogostost pa se je izkazala za podobno (glej Graf 8). Razlike je opaziti na področju kulturnih aktivnostih in (e)-participacije in družbeno-kulturnih dejavnosti, ki se s perspektive mladih pojavlja v manjši meri; med tem ko je bilo mladinsko organiziranje pogosteje izbrano.

Sodelujoči v raziskavi pri svojem informiranju največ uporabljajo spletna orodja Facebook, spletno stran organizacije, e-pošto in poštni seznam ali mailing listo (glej Graf 6), kar sovpada z oceno pogostosti rabe komunikacijskih orodij za informiranje mladih (glej Graf 7). Še vedno so v rabi tudi klasične oblike informiranja in nezanemarljiva je pogostost

različnega fizičnega in osebnega informiranja (glej Tabelo 3) ter informiranja preko posrednikov (učiteljev, prijateljev, idr.), ki se s perspektive mladih in njihovih načinov kontaktiranja organizacij, uvršča celo na četrto mesto oz. prvo po pogostosti uporabe (glej Graf 9). Organizacije uporabljajo, a ne pogosto, tudi portale za mlade, med katerimi prednjačijo mlad.si in lokalni portali ter spletne strani drugih organizacij (glej Tabelo 2).

Organizacije se v veliki večini pri informiranju povezujejo z drugimi organizacijami (glej Graf 10), med katerimi so najpogostejše sorodne organizacije, šole, druge NVO, javni zavodi, kot so Center za socialno delo, Zavod RS za zaposlovanje in drugi uradi, in mladinske mreže (glej Tabelo 4). Nepovezovanju organizacij botrujejo različni razlogi, ki se gibajo od specifik organizacij in informacij ter nepoznavanja drugih organizacij do pomanjkanja potrebe po povezovanju (glej Tabelo 5).

Težave, s katerimi se organizacije srečujejo pri informiranju mladih so različne. Kot je prikazano v Tabeli 6, doživljajo kot največjo težavo neodzivnost mladih, sledi pa nezainteresiranost mladih in načini kako pritegniti mlade, prenasičenost mladih z informacijami in spremenljivi načini informiranja mladih oz. komunikacijski kanali mladih. Najmanj se kot težava pojavlja nezainteresiranost medijev, razpršenost informativnih centrov in nedoseganje najbolj ranljivih skupin mladih. Mlade največ ocenjujejo kot delno informirane (glej Graf 11), razloge za tako stanje pa iščejo v mladih samih (nezainteresiranost, neodzivnost, itn.), v sebi (neprepoznavnost, neprilagojenost sporočil, slaba organiziranost, itn.) in v sodobni (IKT) družbi (prenasičenost z informaciji, nezainteresiranost medijev, pomanjkanje financiranja, itn.) (glej Tabelo 7).

Vprašani so v anketi specificirali načine preverjanja uspešnosti in kakovosti informiranja, ki jo največ preverjajo preko udeležbe mladih na svojih aktivnostih in dogodkih ter programih in osebnega odziva mladih na aktivnostih in dogodkih, kot je razvidno iz Tabele 8. Sledita evalvacija in spremljanje spletne analitike. Vprašani so najmanj navedli medijski kliping in povpraševanje po storitvah.

Kar zadeva sprejemanja in uvedbe enotnih standardov informiranja, so organizacije večinoma proti temu, kot kaže Graf 12. Razlogi proti tičijo večinoma v raznolikosti organizacij in njihovih programov ter aktivnosti, ohranitvi heterogenosti sektorja, stalnemu spreminjanju komunikacijskih kanalov mladih, smiselnosti dela na kakovosti informiranja, vpetosti organizacij v različna lokalna okolja, obstoju (evropskih) standardov, pomanjkanju kadra, itn. V prid uvedbi pa pričajo večja sistematizacija informiranja in hitrejši pritok informacij, večja transparentnost organizacij, njihova večja povezanost, ki bi okrepila informiranje in sektor, itn.

Anketiranci so podali tudi predloge za izboljšanje področja informiranja mladih, ki jih lahko strnemo na naslednji način: uvedba platform za informiranje mladih, ki so po možnosti odprtega uredniškega tipa; več izobraževanj in priročnikov z dobrimi praksami; namensko financiranje kadra za informiranje; kvalitetni projekti s področja informiranja; upoštevanje načel informiranja in spletnih načel informiranja, kot jih je izdelala ERYICA; uvedba internetnega radijskega kanala za mlade; fizična informacijska mesta v vseh kulturnih in izobraževalnih institucijah.

Sodelujoče smo povprašali, ali je možen prenos storitev informiranja (in drugih) iz javnega sektorja na nevladni. Večinoma so primerjali prednosti in slabosti ter značilnosti javnega in nevladnega sektorja na področjih financiranja, fleksibilnosti oz. togosti dela in nadzora ter učinkovitosti dela. Opozorili so predvsem na potrebo po kontinuiranem financiranju nevladnega sektorja v primeru prenosa, ohranitev fleksibilnosti in kreativnosti metod in delovanja z izogibanjem prevelike strukturne omejenosti in birokratizacije.

Iz pridobljenih odgovorov in analize bi lahko sklepali, da se mladinske organizacije, organizacije za mlade, mladinski centri in druge nevladne organizacije, ki delajo z mladimi, poskušajo čim bolj prilagoditi potrebam in hitro se spreminjajočim načinom komuniciranja mladih. Skupne težave, ki jih imajo, so vezane predvsem na pomanjkanje ustreznega kadra ali njegove preobremenjenosti, ki je odvisna tudi od pomanjkanja finančnih sredstev, ki bi omogočala specializacijo zaposlenih na področju informiranja in komuniciranja. Posledično se spopadajo z izzivom nedoseganja ciljnih skupin oz. mladih zaradi neustreznega komuniciranja samega in poplave informacij, s katerimi tekmujejo za pozornost mladih. Iz odgovorov gre razbrati, da vsaj nekatere organizacije, ki so sodelovale v raziskavi, ne poznajo dobro področja informiranja mladih. To je razvidno predvsem iz odgovorov na vprašanja o potrebnih ukrepih na obravnavanem področju, saj velika večina respondentov ni omenila že obstoječih ukrepov ali so omenili take, ki so že v izvedbi ali so se izkazali za neučinkovite. Deloma je to tudi razbrati v okviru potreb po izobraževanju kadra, saj je delež tistih, ki ne izobražujejo zaposlene, velik. Čeprav je tako s perspektive organizacij kot mladih opaziti relativno visoko učinkovitost osebne komunikacije in klasičnega informiranja, menimo, da zelo pogosta raba spletnih orodij predstavlja velik potencial za razvoj področja, če so ta ustrezno načrtovana, implementirana in predstavljena.