



INFORMIRANJE MLADIH: RAZISKAVA -MLADI- (Kaja Cunk)

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 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 254 oseb, ki ustrezajo opredeljeni ciljni skupini.

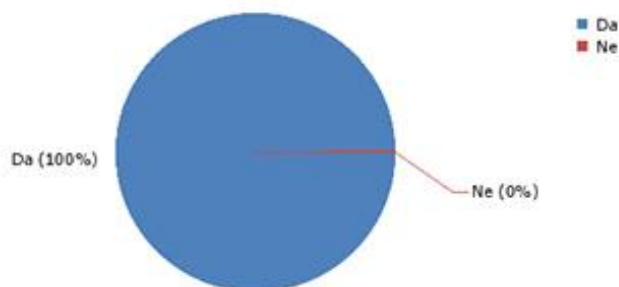
NAPAKE IN VPLIVI

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 večinoma izpolnjevali mladi, ki poznajo nevladni sektor, posamezne organizacije in njihov način dela.

OSNOVNI PODATKI O SODELUJOČIH V ANKETI

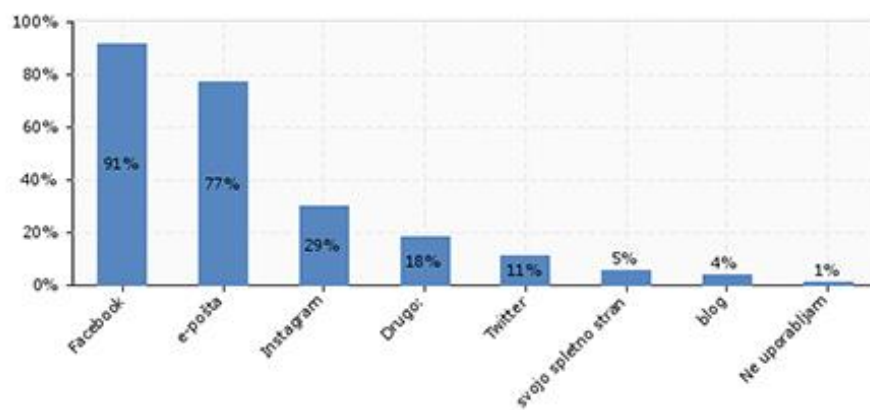
V raziskavi je sodelovalo več kot tretjina moških (37 %) in skoraj dve tretjini žensk (63 %). Največ vprašanih sodi v starostno kategorijo 20 do 24 let (50 %), tretjina v kategorijo 25 do 29 let (32 %), ostali so stari med 15 in 19 let (18 %). Dve tretjini vseh sodelujočih v anketi ima status študenta (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



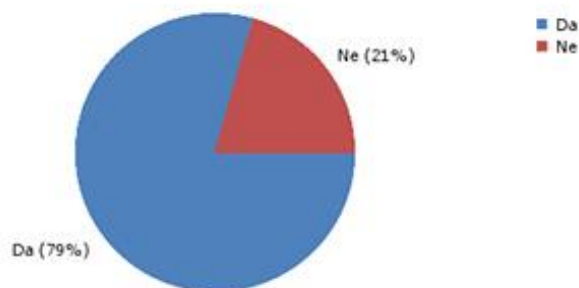
Graf 1: Dostop do interneta

Kot je razvidno z 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 večinoma izpolnjevali mladi, ki poznajo nevladni sektor, posamezne organizacije in njihov način dela. V tabeli 1 so prikazane organizacije, ki so jih poimensko našli vsaj štiri mladi, sodelujoči v raziskavi. Največ, več kot četrtina (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.

Tabela 1: Organizacije, ki jih poznajo mladi

ORGANIZACIJA	ŠTEVILO POJAVLJANI 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 2: Viri informacij o organizacijah, ki delujejo za mlade in z mladimi

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, od ust do ust, župnija)	8
Mediji	7
Različni kanali	2

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 organizacijah in organizacijah za mlade 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 treba 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

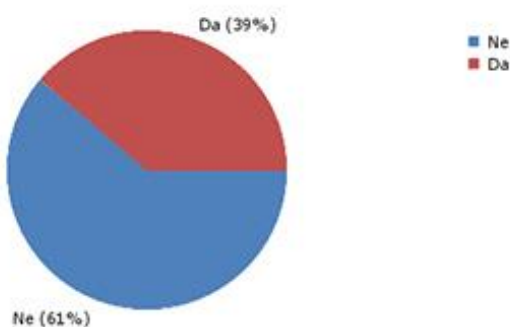
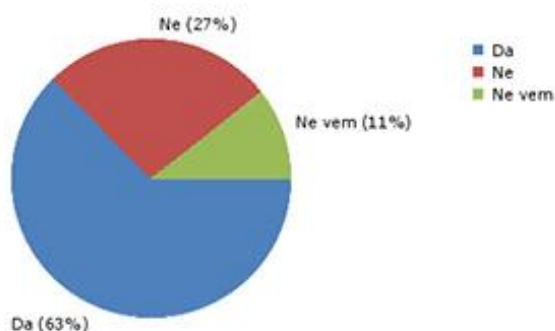


Tabela 3: Mladinske organizacije oziroma organizacije za mlade, v katere so aktivno vključeni mladi

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

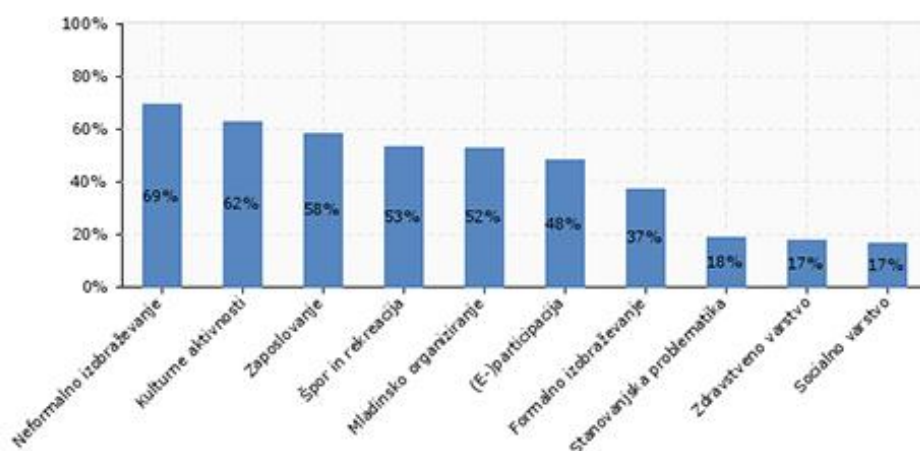
Dve petini mladih, ki so izpolnili vprašalnik (39 %), je aktivno vključenih v delovanje mladinskih organizacij oziroma organizacij za mlade. Kot je razvidno z grafa 4, preostali mladi (61 %) v organizacije niso aktivno vključeni. V tabeli 3 so prikazane organizacije, v katere so sodelujoči mladi vključeni. Največ (22,2 %) jih aktivno deluje v študentskih klubih. Več kot desetina (12,2 %) jih je aktivna v No excuse – brez izgovora, v 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 %).

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



Z 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 obravnava organizacije, in zaradi vpetosti v lokalno dogajanje. Več kot četrtina (27 %) se v tovrstnih primerih ne obrača na dotične organizacije, kot razlog navajajo, da nimajo potrebe po tovrstnem informiranju, drugi uporabljajo medije za pridobivanje tovrstnih informacij, tretjih 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 %). Z grafa 6 je razvidno, da najmanj informacij pridobivajo s strani tovrstnih organizacij o stanovanjski problematiki (18 %), zdravstvenem varstvu in zdravju (17 %) ter 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).

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

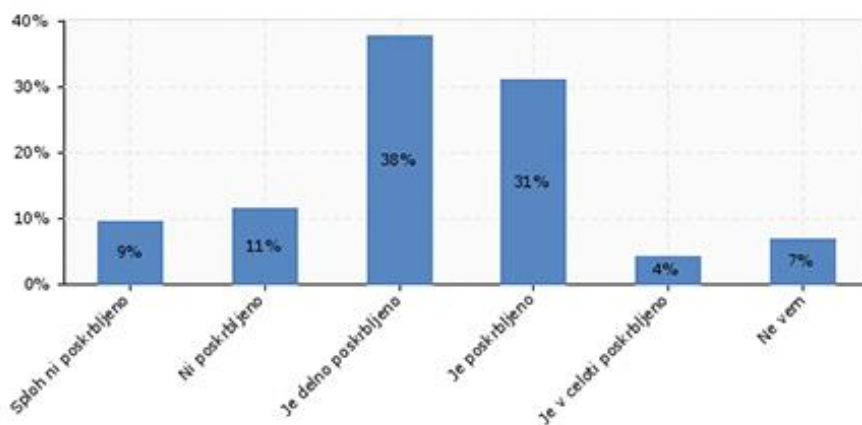
INFORMACIJE, KI JIH MLADI POGREŠAJO	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA
Ne pogrešam ničesar	21
Zaposlovanje – razpisi za delovna mesta, nasveti pri iskanju zaposlitve, samozaposlovanje	10
Usposabljanje – več obveščanja o priložnostih, praktičnih usposabljanjih, mobilnostih	8
Sociala – programi pomoči za mlade,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

Graf 6: Pogostost informiranja mladih po tematskih področjih

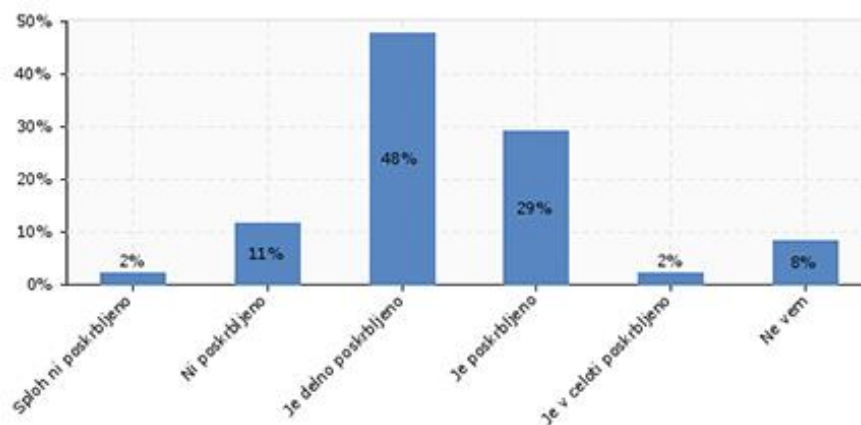


Mladi, sodelujoči v raziskavi, glede na graf 7 najpogosteje pridobivajo informacije preko različnih spletnih mest in storitev. Najpogosteje preko liste obveščanja in Facebook strani oziroma profila (ocena pogostosti 4 na lestvici od 1 do 5). Pri Facebooku mladi opozarjajo tudi na informiranje preko Facebook dogodkov in povabil na dogodke. Sledita 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 z 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 informiranosti po področjih



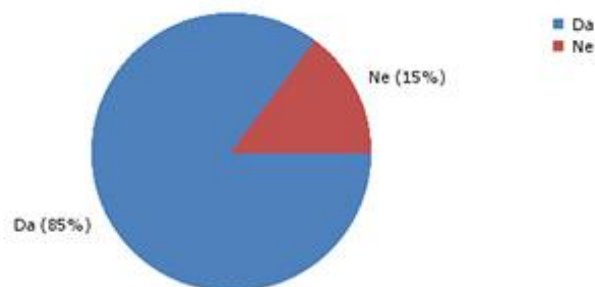
Izmed devetih navedenih področij so mladi, sodelujoči v raziskavi, glede na graf 10 najbolj informirani o formalnem izobraževanju (ocena pogostosti 3,8 na lestvici od 1 do 5), športu ter rekreativnih aktivnostih in kulturnih aktivnostih (ocena pogostosti 3,7 na lestvici od 1 do 5). Sodelujoči mladi v 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) ter zaposlovanja, usposabljanja za delo in podpore 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



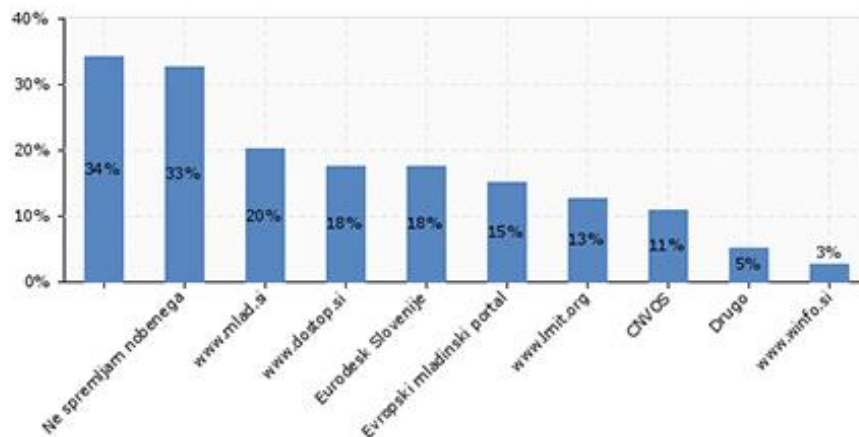
Predlogi in dobre prakse, kako izboljšati delovanje nevladnih organizacij za mlade, mladinskih organizacij in mladinskih centrov na področju informiranja mladih in za izboljšanje stanja informiranosti mladih, ki so jih predlagali mladi, so naslednji: ažuren in kakovosten e-obvestilnik, fokusne skupine in študijski krožki za mlade, pozitivna sporočila v širjenju informacij, več predstavitev prek multimedijjskih 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 z grafa 12, povečini (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 %). Z 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 %), sta aktivno vključeni 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 udeleženstva 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, vidita 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 četrtnina mladih (27 %) se ne informira pri tovrstnih organizacijah, kot razlog pa navajajo, da nimajo potrebe po uporabi medijev 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 grafa 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 grafa 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). Sledita uradna spletna stran organizacije in e-pošta. Prav tako so v večini mnjenja, 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, sodelujočih 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 povečini 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 od 20. aprila do 9. junija 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 so 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

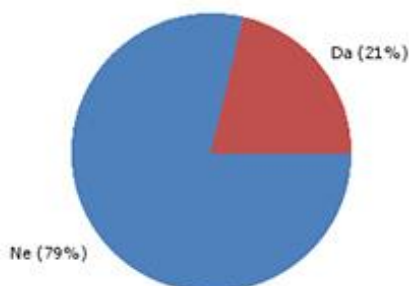
V raziskavi je sodelovala več kot tretjina društev (36 %), slaba četrtnina zasebnih zavodov (24 %) in manj od desetina mladinskih svetov (7 %). Več kot petina respondentov je bilo študentskih organizacij (6 %), petina zvez društev (5 %) in manj kot petina ustanov (4 %). Na anketo so odgovarjali tudi javni zavodi, ki predstavljajo petino vseh sodelujočih v raziskavi (5 %). Prav tako petino sodelujočih predstavljajo tisti, 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, imata vsaj eno osebo, ki je zadolžena za informiranje. Kot pa je razvidno z grafa 1, kar tretjina organizacij (34 %) nima osebe, ki bi se ukvarjala z informiranjem. Organizacije smo povprašali tudi, ali oseba, odgovorna za področje informiranja, izvaja zgolj delovne naloge s področja informiranja ali jih dopolnjuje z drugimi nalogami. Rezultati, razvidni na grafu 2, so pokazali, da ima samo petina organizacij (21 %) osebo, ki se ukvarja samo z informiranjem. Velika večina v organizaciji nima osebe, zadolžene zgolj za izvajanje nalog s področja informiranja (79 %).

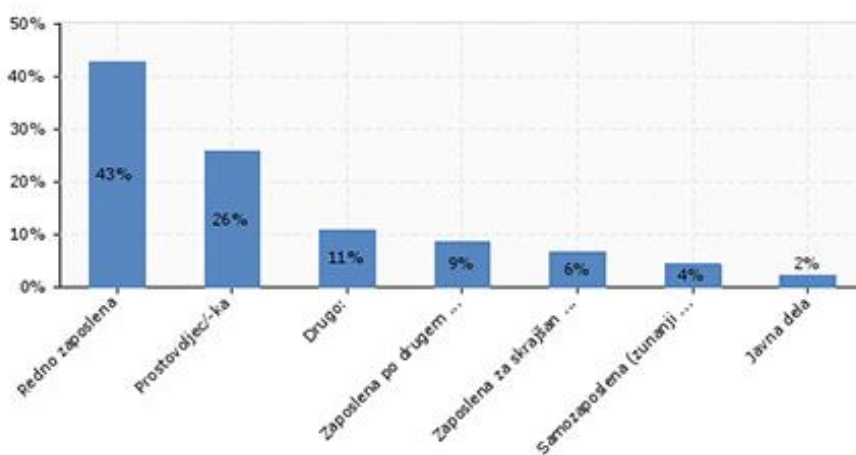


Graf 2: Prisotnost osebe, odgovorne zgolj za izvajanje dejavnosti informiranja v organizacijah.ij

Udeleženci v raziskavi so navedli tudi, s katerimi 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 dekllice 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.

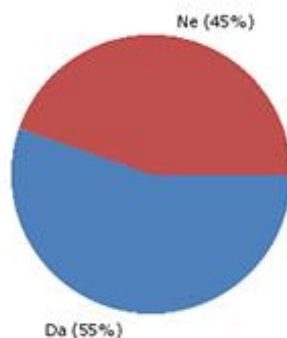
Razlogi, ki so jih organizacije navedle, zakaj osebe, zadolžene za informiranje, opravljajo tudi druge dejavnosti, so finančni in kadrovski (npr. »zaradi pomanjkanja kadrov in finančnih virov ne moremo redno zaposliti ene osebe, ki bi se ukvarjala z informiranjem«), velikost organizacije (npr. »ker smo 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 o zaposlitvi 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«.



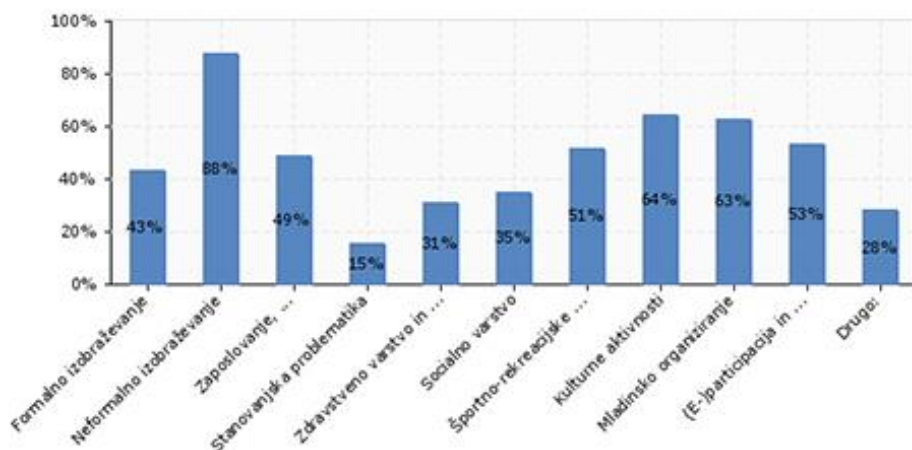
Graf 3: Status oseb, zadolženih za informiranje

Status oseb, zaposlenih za informiranje, je različen. Kot je razvidno z grafa 3, je največ takih, ki so redno zaposlene (43 %), presenetljivo velik delež, dobro četrtino, 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 zaposlenih 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 na grafu 4, je nekoliko več tistih, ki se izobražujejo na omenjenem področju (55 %), tistih, ki se ne izobražujejo, pa je za petino manj (45 %).



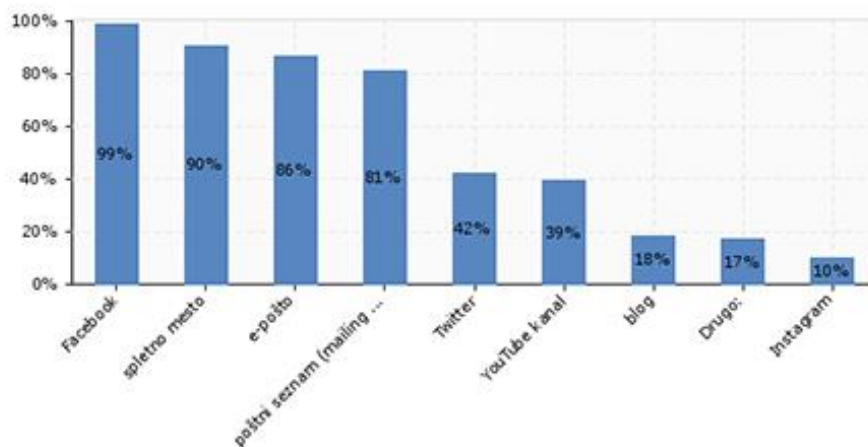
Graf 5: Področja informiranja mladih

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 %) ter 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.

Tabela 1: Druga področja informiranja mladih

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

Graf 6: Spletna orodja za informiranje mladih



Spletna orodja, ki jih organizacije uporabljajo za informiranje mladih, so prikazana na grafu 6. Respondenti so imeli možnost izbire več odgovorov. Med vsemi orodji 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 Eurodeskov portal (3,23 %), drugi lokalni portali (3,23 %) in portal prostovoljskih organizacij (3,23 %).

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

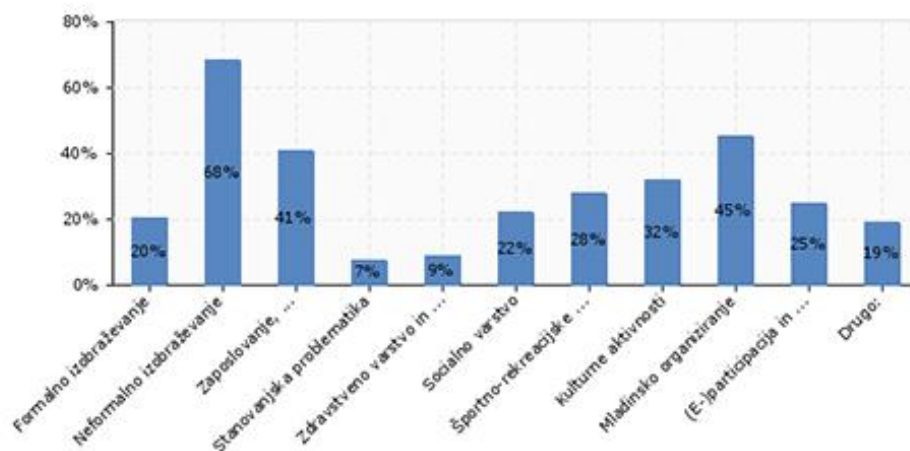
DRUGI SPLETNI PORTALI ZA MLADE	ŠTEVILO POJAVLJANJ ODGOVORA (31)
Mlad.si	11
Drugo (CNVOS, stičišča, mreže, www.skis-zveza.si, www.pina.si, www.mss.si, www.pzs.si, preko spletne strani mladinskega centra Ajdovščina, preko portala Turistično informacijskega centra Ajdovščina)	9
Lokalni portali občin	3
Splošni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

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« ter posebne promocijske akcije in kampanje (vsak po 5,56 %).

Tabela 3: Drugi načini informiranja, ki jih organizacije uporabljajo

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

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



Mladi se na organizacije, udeležene v raziskavi, ki 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 kulturnih aktivnosti (32 %), športno-rekreativne aktivnosti (28 %) ter (e-)participacije in družbeno-kulturnih dejavnosti (25 %), socialnega varstva (22 %) in formalnega izobraževanja (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 komunikacije (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 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

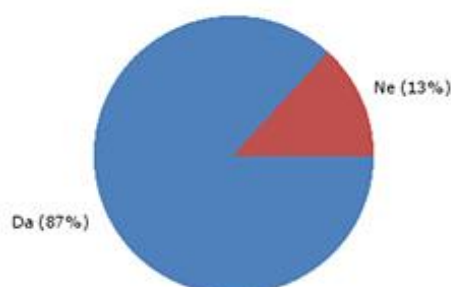


Tabela 4: Druge organizacije, s katerimi sodelujejo respondenti pri informiranju mladih

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 5: Razlogi nepovezovanja organizacij za namene informiranja 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

Velika večina respondentov se pri informiranju mladih povezuje z drugimi organizacijami iz lokalnega in širšega okolja (87 %), kot je tudi razvidno z grafa 10. Organizacije, s katerimi anketirani 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, z regionalnimi stičišči NVO, mednarodnimi mladinskimi organizacijami, nacionalno agencijo in matičnimi organizacijskimi oblikami in enotami (po 1,75 %).

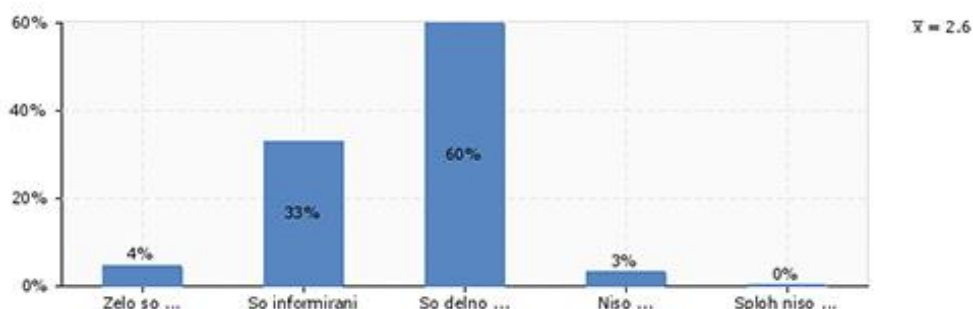
Le dobra desetina pa je tistih, ki se z drugimi organizacijami ne povezujejo (13 %). Zakaj se ne povezujejo še z drugimi organizacijami, so sodelujoči v raziskavi, ki so odgovorili na vprašanje, navedli različne razloge. Iz tabele 5 je razvidno, da je najpogostejši razlog specifika programa in informacij (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 %).

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

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

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 %), sledijo 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 na 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.

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

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

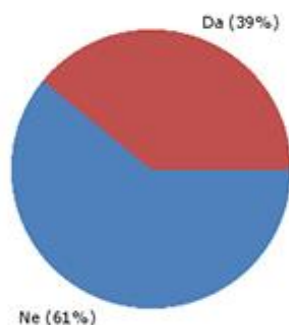
Rezultati v tabeli 7 prikazuje pomembne razloge za stanje informiranosti mladih o dejavnostih organizacij v lokalni skupnosti in širše, ki so jih izrazile organizacije, ki so odgovorile na vprašanje. Najpogostejši razlog, ki so ga respondenti podali, je nezainteresiranost mladih (25 %). Sledijo prevelika 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 %).

Tabela 8: Načini preverjanja uspešnosti in kakovosti informiranja

NAČINI PREVERJANJA USPEŠNOSTI IN KAKOVOSTI INFORMIRANJA	ŠTEVILO POJAVLJANI 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

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 osebnega 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 v najmanjšem številu navedli medijski kliping in povpraševanje po storitvah (po 2,5 %).

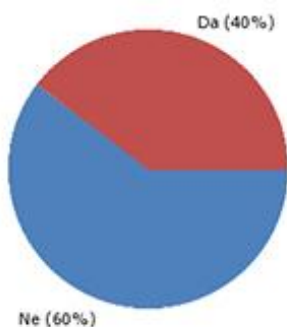
Graf 12: Mnenje vprašanih o vzpostavitvi enotnih standardov informiranja mladih



Večina respondentov meni, da mladinske 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 formira, kot ustreza ciljni skupini; organizacije se med seboj razlikujejo, 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 standardizirano; preveč monotono bi bilo in zelo težko bi zajeli tako široko skupino, kot bi jo bilo treba; 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 skupno obveščanje ter pojavljanje 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 menita, da mladinske 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 zase 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 boljše 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 prireditev 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 pa bi 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; priručnik 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 treba 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 je poudaril tudi potrebo po prenosu znanja iz nevladnega sektorja v javni sektor, drugi pa je podal tudi primer možnega prenosa storitev iz javnega v 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 nekaj je takih, katerih dejavnosti zajemajo 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 upoštevanja 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 osebe, 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 profesionalnega in rednega kadra. Najmanj je oseb, ki so zaposlene preko javnih del. Sodeč po grafu 4 se večina kadra izobražuje na področju 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 tabelo 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 ter (e)-participacije in družbeno-kulturnih dejavnostih, ki se s perspektive mladih pojavlja v manjši meri, medtem 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 sovпада 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 ter 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 informacijami, 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 v najmanjšem številu 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 pritek 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, ohranitvi 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 spreminjajočim se 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 zaposlenih, 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.