



ANALIZA INTERVJUJEV

Rezultati ankete so pokazali številna področja v okviru informiranja mladih, ki so v tem trenutku za organizacije pereča. Pozitivne in negativne plati sodobnega informiranja, raba novih tehnologij oz. IKT za namene informiranja mladih in prilagajanje stalnim spremembam, odnos organizacij do mladih in njihovih potreb, kadrovska vprašanja in vprašanja financiranja dejavnosti, odnosov med nevladnimi organizacijami in javnimi zavodi znotraj mladinskega sektorja, potrebni ukrepi za izboljšanje informiranja mladih, standardi informiranja in njegove kakovosti itn. so teme, ki so bile v anketi površinsko razkrite. Zato da bi jih bolje raziskali, smo s predstavnicami in predstavniki (vodje, vodje odnosov z javnostmi, vodje informiranja ipd.) desetih organizacij, ki so privolile k sodelovanju, opravili poglobljene intervjuje. V nadaljevanju sledi njihova razlaga.

Pomen informiranja

Sogovorniki so pri opisovanju svojega dela izpostavili pomen, ki ga ima informiranje v organizacijah, iz katerih prihajajo. Poudarili so praktične vidike informiranja, ki so vezani na umeščanje dejavnosti organizacij v širši program in delovanje v lokalnem ali nacionalnem okolju. Sklicevali so se na informiranje kot dejavnost, ki predstavlja temelj delovanja organizacij in mladinskega dela.

»Z razvijanjem dejavnosti informiranja in svetovanja za mlade smo začeli čisto na začetku na pobudo MISSS-a, ki je vzpostavljala mrežo mladinskih informacijskih centrov. To se nam je zdelo zanimivo, saj smo že takrat bili locirani na vhodu kulturnega centra in smo imeli svojo informacijsko pisarno, kjer se je obrnilo kar nekaj uporabnikov. Prepričali smo tudi vodstvo Občine Maribor, da smo postavili Mariborsko info mrežo za mlade.« (Dolores Šegina, Pekarna Magdalenske mreže)

»Informiranje, kot ga mi razumemo, je usmerjanje udeleženca v to, da išče zase primerne odgovore. ... Torej vključevanje mladih v iskanje odgovorov na zase postavljena vprašanja, na način, ki je njim blizu in v trenutku, ko se oni tudi angažirajo. Do vzvodov moraš priti sam. Na koncu učnih procesov pride refleksija, kaj je posameznik od procesa dobil, kaj še potrebuje in kako bo do tega, kar še potrebuje, prišel. Skratka, informiranje je temelj mladinskega dela ... Informiranje je preko participacije ...« (Matjaž Vodeb, Zavod BOB)

»Informiranje je eden od stebrov našega delovanja in ga kot takega zelo resno jemljemo, kar kaže tudi struktura našega vodstva, kjer je eden od podpredsednikov zadolžen predvsem za področje informiranja. V svojem nazivu ima informiranje, kar kaže na neko pomembnost, ki se je izoblikovala v preteklih letih, ko smo postavili vizijo in strategijo MSS.« (Borut Cink, Mladinski svet Slovenije)

11. V intervjujih so sodelovali: Urška Breznik (Pekarna Magdalenske mreže, Maribor), Borut Cink (Mladinski svet Slovenije), Kaja Cunk (Kulturno izobraževalno društvo PiNA), Aleš Kalan (Javni zavod za kulturo in mladino Medvode), Miha Kosi (Društvo študentov invalidov Slovenije), Matjaž Medvešek (Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije), Dolores Šegina (Pekarna Magdalenske mreže, Maribor), Mojca Švigelj (Zavod za kulturo, šport,

»Komuniciranje in informiranje je sestavni del vsega, kar delamo, predvsem zato, ker večina aktivnosti Pine temelji na končnih uporabnikih. Ali so to nevladne organizacije ali so to posamezniki, vedno je treba priti do njih.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

Ker je informiranje povezano s ciljnimi skupinami, pridobivanjem njihove pozornosti, članstva itn., predstavlja za organizacije v določenih pogledih tudi velik izziv.

»Nam je v izziv. Sploh kar se tiče strokovnih tem, ki niso zanimive širši mladinski in študentski populaciji in ki ne privabijo njihovih odzivov.« (Jelena Štrbac Nemec, Študentska organizacija Slovenije)

Stanje področja informiranja mladih

Splošna ocena stanja področja informiranja mladih v Sloveniji po mnenju sogovornikov ni najboljša. Temu botrujejo sistemska neurejenost področja, razdrobljenost sektorja in nezanimanje medijev za mladinski sektor ter nekvalitetna in preobsežna ponudba informacij oz. vsebin.

»Osnovni problem je ta, da področje ni generalno urejeno. Mogoče bi bilo dobro dobiti kakšne smernice iz URSM-ja, da bi se delo na tem področju poenotilo. Ampak ne, da bi nas to ukalupilo kot javne zavode.« (Blanka Tomšič, Društvo AIA – MC Mengeš)

»Zanimivo pa je, da bi si vsi želeli, da se informiranje razvije. Ja, ni ga. Mi ga delamo kot projekt. Strateško in strukturno pa ga ni ... V zadnjem Nacionalnem programu za mlade je informiranje kot neka kmečka nevesta. Je nekje omenjena sramežljiva kot nebodigatreba. Na evropskem nivoju so strategije, priporočila, resolucije. Vse priporočajo razvoj mladih kot individualistov ali skupine, razvoj mladinskega sektorja in prosperitete države. Ob tem postavljajo informiranje zelo visoko.« (Matjaž Medvešek, Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije)

»To, da je sektor razdrobljen, je prvi faktor, da informiranje ni primerno. Drugo je to, da mediji nas ne iščejo in ne upoštevajo.« (Matjaž Vodeb, Zavod BOB)

»Problem je pri zunanjemu komuniciranju, in sicer poplava informacij, ki so na voljo, in relativna heterogenost tega, kar mi komuniciramo. Naslednja problematika pa je prodornost mladinskega sektorja nasploh v množične medije, kjer velja pravilo, da če ne gre za nek problem, če se z nobenim ne kregamo ali čemu nasprotujemo, zelo zelo težko pridemo v medije.« (Borut Cink, Mladinski svet Slovenije)

*»Ravno na tem področju smo lansko leto pripravili raziskavo, kjer se je pokazalo, da nevladne organizacije se trudijo informirati, ampak informiranost o ponudbi predvsem neformalnih izobraževanj je izrazito slaba ... Mogoče je komunikacijskih kanalov dovolj, ampak do pre-
strezanja teh informacij na nek način ne pride. Končna informiranost o ponudbi izobraževanj in
drugih aktivnosti, ki jih nevladne organizacije ponujajo, ni dobršnja. Del krivde gre pripisati
mladim samim, del pa institucijam, ki ne uspejo umeščati vsebin nevladnih organizacij v svoje
programe in jih promovirati. Tu imam predvsem v mislih kakšne šolske institucije, ki igrajo
pomembno vlogo pri mladih. Vidi pa se tudi neka podhranjenost ali nezmožnost pokrivanja ko-
municiranja nevladnih organizacij samih, ki kot celota nimajo nekega regijskega komunikacijs-
kega kanala in tudi individualno niso tako močne, da bi uspele prenesti svoje dejavnosti na
mlado generacijo.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)*

Organizacije so pri informiranju tesno vpete v svoje lokalno okolje, zato je urejenost po-
dročja na lokalni ravni prav tako izredno pomembna. Med pomembnejšimi temami, ki so se v
pogovorih pojavile, so odnos občin do področja in organizacij, delovanje javnih zavodov na po-
dročju mladine in informiranja v primerjavi z nevladnimi organizacijami (primerjava, ki je ni
mogoče posplošiti in ni vedno nepristranska) in konkurenca informacij o komercialnih vsebinah.
V obziru moramo imeti tudi velikost posameznega mesta ali občine, ki vpliva na značilnosti in-
formiranja mladih.

*»Na lokalnih nivojih je treba ustvariti atmosfero, ki bo prijazna za tovrstne dejavnosti.
Takrat bo zacvetela ... Že politika Mestne občine Maribor je taka, da ena in edina uradnica, ki se
ukvarja s področjem mladine, ne vidi več nobene potrebe po ničemer, s čimer se ukvarjamo na
področju mladine.« (Dolores Šegina, Pekarna Magdalenske mreže)*

*»V občini Mengeš smo [z analizo »Ali mladi potrebujejo mladinski center?«] orali ledino.
Sploh ni bilo pravilnikov za področje financiranja mladinskega dela, tako da smo si morali že
tukaj zelo prizadevati, da so se zadeve premaknile. Za druge zadeve pa zaenkrat ni bilo še pre-
mikov ... Delovanje javnih zavodov nam ne more biti v zgled, saj so ukalupljeni.« (Blanka Tomšič,
Društvo AIA – MC Mengeš)*

*»Organizacije v lokalnem okolju zagotovo bolje informirajo o dogajanju. Javni zavodi, ko
govorimo o mladinskih centrih ali v Mariboru Zavod za turizem, ki bi morali informirati, so se
izkazali za zelo toge institucije. Na področju mladine se dogaja zanimiv fenomen, saj javni mla-
dinski zavodi požirajo nevladne organizacije. So politično kadrovani ... Zato ne vidim, kako bi
lahko javni zavod vsaj na lokalnem nivoju prevzel funkcijo informiranja mladih.« (Urška Breznik,
Pekarna Magdalenske mreže)*

*»Ustanoviteljica javnega zavoda je občina, ki predpisuje neke prednostne projekte.
Nevladne organizacije imajo tu bolj odprte roke in lahko informirajo o področjih, ki se jim zdijo
pomembna ali pokrivajo alternativna področja ... Smo direkten proračunski uporabnik. Za sam
program pa moramo pridobiti dodatna sredstva na razpisih.« (Aleš Kalan, Javni zavod za kulturo
in mladino Medvode – MC)*

*»Poleg nerazumevanja občine naraščajo v mestu neke vsebine, ki so komercialne narave in
veliko bolj agresivne z oglaševanjem, zato zelo težko prodremo skozi vse te informacije.« (Urška
Breznik, Pekarna Magdalenske mreže)*

Stanje področja informiranja mladih

Kot velika težava se je v mladinskih strukturah pokazala nestanovitnost kadra, zadolženega za informiranje in drugega, in tudi premalo kadra. Še zlasti je kadrovanje problematično pri organizacijah, kjer je menjavanje vodstva in članstva pogosta.

»Problem je, da orodja, ki so brezplačna, obstajajo in so na spletu, je pa treba imeti znanje, usposobljene ljudi in predvsem je treba stalno imeti ljudi. Stalno imeti ljudi v mladinskih strukturah, je velik izziv ... Mislim, da je največji problem v pomanjkanju kadra in podpornih struktur, ki bi olajšale informiranje in komuniciranje na nacionalni ravni.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

»Te osebe se ves čas menjujejo na tem delovnem mestu, so vključene v program javnih del ... [Največja težava v informiranju je] vsakoletno menjavanje kadra. Ne vem pa, kje bi bila možnost dobiti finančna sredstva, da bi koga zaposlili ... To je garaško delo. Mi smo se tega včasih lotevali veliko bolj na široko. Naš informator je vseboval tudi prireditve. Za Evropsko prestolnico kulture smo nehali to početi, kajti en človek preko javnih del tega ni zmožel.« (Dolores Šegina, Pekarna Magdalenske mreže)

»Z uspešnim informiranjem in komuniciranjem se je treba sistematično in kontinuirano ukvarjati in rezultati pridejo praviloma na dolgi rok. Zakaj pa ni kontinuiranega pristopa, je pa povezano s kadrovsko strukturo v mladinskih organizacijah. Velika večina mladinskih organizacij funkcionira brez stalnega osebja, če pa ga že imajo, se ti verjetno veliko bolj ukvarjajo z izvedbo projektov in programov, komuniciranje pa ni pri vrhu prioriteten list. Ker nimajo osebja, zadolženega za informiranje, se zgodi to, da nekatere organizacije sploh ne informirajo, druge pa malo manj kvalitetno ... Gre tudi poudariti, da veliko organizacij nima stalne strukture, čim se vodstvo spremeni, se spremeni delovanje.« (Borut Cink, Mladinski svet Slovenije)

»Pri nas je problem ta, da se jedro organizacije menjava, saj gre za študentske predstavnike, ki so izvoljeni na volitvah, ki so praviloma na dve leti. Težko je držati kontinuiteto. Temeljnih stališč ne spremenimo, ampak načine, kako to komuniciramo, pa ja. Ni neke enotne strategije, ki bi veljala za daljše časovno obdobje.« (Jelena Štrbac Nemeč, Študentska organizacija Slovenije)

Kot temeljni problem primanjkovalja in fluktuacije kadra pa so sogovorniki izpostavili pomanjkanje (primernih) sredstev.

»Predvsem je problem, ker ni kadrov, kadrov pa ni, ker ni finančnih sredstev, da bi se s tem kontinuirano ukvarjali ...« (Borut Cink, Mladinski svet Slovenije)

»Prej smo imeli zaposleno osebo za odnose z javnostmi, ampak pri racionalizaciji smo to funkcijo opustili. Nato smo imeli zunanjo pomoč. Potem je prišlo še do dodatne racionalizacije in sem potem jaz prevzela to nalogo, čeprav sem prvotno tukaj zaposlena kot svetovalka za področje visokega šolstva, ampak z izkušnjami s področja odnosov z javnostmi ... Problem pri organizacijah je verjetno v sredstvih. Če imaš nekoga zaposlenega ali prostovoljca za to področje, je bistveno lažje informirati. Dnevno prihajajo nove aplikacije in trendi, ki jim je treba slediti ...« (Jelena Štrbac Nemeč, Študentska organizacija Slovenije)

»Naš mladinski center ima tu težave, ker smo uokvirjeni z zelo nizkimi finančnimi sredstvi ... Pri nas sploh nimamo zaposlenih. Večina temelji na prostovoljnem delu ... Tudi proračunskih sredstev je premalo. Si pa prizadevamo koga tudi zaposliti, ampak trenutno imamo premalo finančnih sredstev, da bi lahko to naredili. Je dobrodošlo, da je v mladinskem centru vsaj eden ali več zaposlenih, ker s prostovoljci je tako, danes so, jutri pa jih ni.« (Blanka Tomšič, Društvo AIA – MC Mengeš)

Javni zavodi se prav tako spopadajo s podobnimi kadrovskimi in finančnimi težavami, ki jih imajo nevladne organizacije v mladinskem sektorju.

»Smo delno financirani s strani ustanovitelja – občine. Občina nam mora vsakokrat, ko želimo koga zaposliti, dati soglasje. Ker pa primanjkuje sredstev, tudi ne moremo zaposlovati ... Potrebovali bi eno osebo, ki bi bila zadolžena posebej za informiranje. To pomeni tudi višanje sredstev oz. namenitev sredstev v ta namen.« (Mojca Švigelj, Zavod za kulturo, šport, turizem in mladinske dejavnosti Sevnica – MC Sevnica)

»Trenutno sta zaposlena samo dva. Prejšnje leto je bilo zaposlenih šest oseb, ampak trenutno smo v procesu združevanja z Zavodom za šport in turizem. Tudi prejšnji direktor ni bil uspešen pri razpisu za javna dela, zaradi tega so iz tega naslova tri zaposlitve manj. Poleg tega smo dobili okoli 30 % manj denarja s strani občine, ki je krčila proračun. Po združenju zavodov naj bi bila ponovno ekipa desetih zaposlenih ... Imamo veliko oseb, ki delajo preko študentskega servisa, prostovoljce in vsak pokriva vse.« (Javni zavod za kulturo in mladino Medvode – MC Medvode)

Kot rešitev za zgornje težave sogovorniki navajajo večjo finančno podporo področju informiranja, predvsem pa mladinskemu sektorju nasploh.

»Mogoče bi bila dobrodošla večja podpora mladinskemu sektorju kot takemu. Vsaj del sredstev bi se lahko namenilo tudi v informiranje in zaposlovanje kadra. Dober primer so študentske organizacije, ki velik del sredstev uporabijo prav za informiranje. Imajo tudi take promocijske materiale, ki si jih kakšne druge mladinske organizacije ne morejo privoščiti.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

Zaradi narave organizacij in dela v njih ter posebnega načina financiranja nekatere organizacije ne čutijo potrebe po specializiranem kadru za informiranje.

»Od strokovnega tima v Ljubljani nas je pet, v MB sta dve sodelavki ... Smo velika organizacija, nismo tipična mladinska organizacija, smo invalidska in se tudi financiramo iz posebne fundacije, FIHO ... Delamo timsko, tudi kar se tiče informiranja. Vsak zaposlen pokriva svoje področje, o katerem tudi informira. Splošno informiranje tudi širše javnosti, šol ipd. opravljam v Ljubljani jaz, v Mariboru pa sodelavka. Da bi imeli koga prav za informiranje ali pa za PR, tega nimamo zaradi narave našega dela.« (Miha Kosi, Društvo študentov invalidov Slovenije)

Usposabljanja

Pomen, ki ga posamezne organizacije pripisujejo usposabljanju kadra za informiranje, je različen.

»Mislim, da je ključno, če želiš biti vodilen pri rabi nekih novih orodij, res naslavljati učinkovito in uspešno neko bazo ljudi. Komuniciranje je še posebej podvrženo spremembam, poleg tega pa je zelo široko in zahteva od nevladnega sektorja poznavanje zelo raznolikih tem – od čisto strokovnih tem, ki ji moraš poleg vodje projekta poznati, do tem, ki zadevajo nevladni sektor sam in njegovih specifik ter specifik posameznih ciljnih skupin. Mladi so tu še posebej zahtevna cilja skupina, saj gre za ciljno skupino, ki je zelo težko ulovljiva.« (Kaja Cunk, PiNA)

»Ves čas se moraš izobraževati, kako neko rešitev najbolje uporabiti za komuniciranje svoje vsebine in glede na ciljno javnost ...« (Jelena Štrbac Nemec, Študentska organizacija Slovenije)

»Nam se zdi pomembno, da se dela na izobraževanju in na tem, kaj so kakovostne informacije.« (Urška Breznik, Pekarna Magdalenske mreže)

»Usposabljanja se mi ne zdijo bistvenega pomena, saj osnove lahko usvojiš med delom. Poleg tega pa imamo že dovolj učinkovit način informiranja ... Morda bi potrebovali dodatna znanja in izobraževanja, ampak, kot sem že povedala, vse, kar se potrebuje, se najde na spletu, se vpraša druge.« (Mojca Švigelj, Zavod za kulturo, šport, turizem in mladinske dejavnosti Sevnica – MC)

Sogovorniki so izpostavili, da je bilo v preteklosti več izobraževanj na temo informiranja mladih, nekatera pa se izvajajo z daljšimi premori. Povedali so tudi, da so se jih več udeleževali, kot se jih zdaj. Razlog za upad izobraževanj in njihovih obiskov se skriva v pomanjkanju denarnih sredstev.

»Ko je mreža še funkcionirala, so nas usposabljali. V sklopu mreže MAMA smo tudi mi ponudili kakšno izobraževanje. Zadnje čase, razen Eurodeska, nisem zasledila, da bi se izvajala kakšna izobraževanja. Mi smo se zdaj fokusirali v kritično pismenost. To je program, ki ga zdaj razvijamo.« (Dolores Šegina, Pekarna Magdalenske mreže)

»Mi smo čisto vsako leto organizirali petdnevni seminar na področju informiranja, na katerem je bilo običajno od dvajset do trideset ljudi, ki so delali samo na področju informiranja, kjer so šli skozi etiko, dokumentacijo, strategije, teorijo, praktično usposabljanje na področju komunikacije itn. To smo izvajali deset let zapored, potem pa ni bilo več denarja. Če je bilo vsako leto vsaj dvajset ljudi iz petnajstih organizacij, je 150 ljudi zanesljivo dobilo znanje in informacije. Kako na novo vzpostaviti pretok? Glavni atribut je tu Urad za mladino republike Slovenije. Res pa je, da ima Urad trenutno premalo ljudi.« (Matjaž Medvešek, direktor MISSS)

»Na vsaki dve leti izvajamo usposabljanja na področju komuniciranja in odnosov z javnostmi. Pred leti smo v ta namen izdali priročnik za mladinske organizacije.« (Borut Cink, Mladinski svet Slovenije)

»Kar se tiče usposabljanj, teh se udeležujemo, ampak zaradi finančnih ovir v manjši meri, kot smo to počeli pred leti. Ko smo bili finančno močnejši, smo velik del sredstev vlagali v izobraževanje sodelavke, ki je bila zadolžena za področje komuniciranja in informiranja. Zdaj pa so določene informacije, do katerih se da brezplačno dostopati, tako da se teh poslužujemo. Manj pa plačljivih.« (Jelena Štrbac Nemec, Študentska organizacija Slovenije)

Informacijsko-komunikacijske tehnologije

Razvoj IKT je zahteval veliko prilagajanje in spreminjanje delovanja organizacij v mladinskem sektorju, saj so se zaradi teh spremenili načini življenja mladih in s tem načini komuniciranja, informiranja in potrebe po informacijah. Pri tem se organizacije spopadajo z učinkovito in ažurno uporabo komunikacijskih kanalov mladih ter s premostitvijo generacijskih razlik.

»Nekoč so mladi hodili v centre tudi zaradi interneta, takrat smo bili na tem področju informiranja napredni. Danes pa so mladi digital natives, mi pa se moramo stalno učiti. Tu nas mladi prehitujejo. Ampak tu ne gre samo za spremembo informacijskih orodij, ampak tudi za spremenjene odnose, ki jih nekateri vidijo kot problematične in ne vidijo v tem izhodišča za razvoj novih načinov informiranja, kot prednost. Pred leti smo rekli, da moramo imeti sistematično urejena gradiva, brošure, zloženke. Počasi so se začele razvijati baze podatkov, spletne strani, ampak noben informacijski center ni imel systemskega pristopa do spletnega informiranja mladih. Danes je to drugače. Je pa res, da so postala orodja veliko uporabnejša. Prej pa je nekdo prišel v center in povedal, kaj želi izvedeti, kaj ga zanima, in potem si opravil razgovor. Zdaj mladi vedno manj kličejo ... Tipično pa je, da tiste kanale, ki jih starejši usvojimo, jih potem mladi zapustijo. Izredno težko sledimo danes trendom. Mladi so trendsetterji razvijalcem. Ostali capljamo zadaj.« (Matjaž Medvešek, Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije)

»Uporabljamo Facebook, naši prostovoljci so mladi. Edino jaz kot vodja sem starejša. Sicer pa v našem mladinskem centru delajo večinoma mladi. Njih se največ posluša, ker tudi vejo, kako najbolje pristopiti do svojih vrstnikov.« (Blanka Tomšič, Društvo AIA – MC Mengeš)

»Trebalo se je zavedati, kje smo generacije. Jaz pri svojih petdesetih ne razumem, kaj določene zadeve na spletu sploh so. Splet ključne vloge nima, ker nismo prisotni v kanalih in medijih, ki jih mladi uporabljajo, in menim, da vsaj ta prisotnost v medijih in na spletu, ki jo kot organizacija imamo, mora biti, da si vsaj en klik daleč od njihovega virtualnega sveta.« (Matjaž Vodeb, Zavod BOB)

»Danes so drugi časi. Takrat smo imeli računalnike in prostor je bil blazno zaseden, tiskali, zbirali in arhivirali smo info materiale, skrbeli za bazo informacij, kaj se v mestu dogaja. Danes pač vržeš v Google in vse hitro najdeš.« (Dolores Šegina, Pekarna Magdalenske mreže)

»Nove komunikacijske poti so tako prednost kakor tudi ovira. Če sprožimo neko debato na Facebooku, jim je lažje tam pokomentirati, kot pa priti na nek dogodek ... Mislim, da se še vedno nismo povsem prilagodili novi generaciji. Če pogledamo sporočila za javnost, so še vedno narejena po nekih vzorcih, ki so zastareli.« (Jelena Štrbac Nemeč, Študentska organizacija Slovenije)

»Pri nas je prvi izziv preskok iz Facebooka kot oglasne deske do Facebooka kot prostora skupnosti ... Torej kot prvi preklon bi bilo potrebno narediti to, da preidemo iz neke vloge informatorja v skupnost. Drugi izziv, ki smo ga sedaj naslovili, je stalno posodabljanje.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

O mladih

Kako organizacije informirajo mlade in kako se prilagajajo njihovim potrebam in odzivom, v veliki meri vpliva na pogled organizacij, ki ga imajo na mlade. Velja pa tudi obratno: kako organizacije vidijo mlade, vpliva na njihov odziv nanje. Potrebe mladih, njihova domnevna neodzivnosti ali celo apatičnost in prenasičenost z informacijami ter kako se nanje odzvati so bile glavne teme, ki so jih sogovorniki izpostavili.

»Razlika med nekoč in danes je predvsem v spremenjenih odnosih v družbi in s tem verjetno spremenjene potrebe mladih po informacijah.« (Matjaž Medvešek, Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije)

»Načeloma se mi zdi, da so [mladi] informirani in znajo tudi sami poiskati informacije, sploh v tem obdobju, ko informacije kar dežujejo. Če si naročen na e-novice, lahko dobiš še pa še pošte. Da bi danes kdo rekel, da ni dovolj informiran, težko ... Neka apatičnost je prisotna. Ko smo mi študirali, smo bili veliko bolj samoiniciativni in smo sami iskali neke nove možnosti, ideje, projekte. Današnje generacije so bolj pasivne, ampak ni problem v informiranju, ampak v animiranju. Informacije že pridejo, ampak jih preberejo in pozabijo na njih. To tudi mi vidimo, da je pri nekaterih aktivnostih upad.« (Miha Kosi, Društvo študentov invalidov Slovenije)

»Če ne gre za področja, ki so vezana za neko zabavo ali na nekaj, kar da mladim zadovoljstvo, potem mladi niso zainteresirani. Konkretno gledam naš dnevni center, kamor zahajajo mladi. Naredimo okroglo mizo na temo, kot je nadaljnje šolanje, ekonomski, naravoslovni problemi, ni takega zanimanja, kot če gre za splošne dnevne teme, ki jih zanimajo. O slednjih so informirani.« (Aleš Kalan, Javni zavod za kulturo in mladino Medvode – MC Medvode)

»Mladim je vseeno za določene informacije, ki prihajajo do njih. Drugi problem je poplava vseh informacij. Ravno zaradi poplave informacij je treba biti korak pred ostalimi. To, da organizacije ne dosejajo mladih in za to krivijo apatičnost mladih, ni velik argument. Informiranje in komuniciranje je konec koncev podobno nekemu marketingu, prodajaš samega sebe. Če imaš slab marketing samega sebe, seveda te ne bodo opazili. Drži pa, da določene aktivnosti mladih v nekem življenjskem obdobju ne zanimajo in vedno bo obstajal en del mladih, ki jih stvari ne bodo zanimale.« (Borut Cink, Mladinski svet Slovenije)

»Na nek način jih bombardiranje z informacijami vodi v neko apatijo. Včasih je lahko še vsak mejl odprl. Danes pa mu boš poskušal poslati neko obvestilo, ga informirati preko mejla in mogoče ga ne bo niti odprl. Tudi, če je nekaj koristnega za njega ali ga konec koncev zanima. Ampak mlad niti pogleda ne.« (Blanka Tomšič, Društvo AIA – MC Mengeš)

»Apatičnost je povezana z nekim nepoznavanjem in je kot taka najprimernejši simptom ali razlaga nekega stanja. Zanimivo je bilo v naši raziskavi to, kako mladi iščejo informacije ... Drugo pa je, da je velik odstotek mladih vključen v formalno izobraževanje, ki zahteva veliko časa. Zato od mlade generacije ne pričakujemo tistega, kar pričakujemo od zaposlenih: to, da bodo konstantno na voljo. Oni tudi imajo neke delovne obveznosti, ki se jim zaključijo popoldne, s tem da ji sledi še učenje. In v kratkem popoldanskem času mlade napadajo oglaševalci, nevladne organizacije idr.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

»Apatija mladih je nek družbeni fenomen, ki ga delajo drugi in ne mladi. Jaz sem mladinski ulični delavec in vedno, ko vprašam mlade, kaj in koliko delajo, vedno rečejo, da delajo zadosti, toliko kot rabijo. To je enaka informacija, ki bi jo dobil trideset let nazaj. Njihova družbena angažiranost ni nič drugačna kot pred tridesetimi leti ... Mlade je treba vprašati v njihovih medijih, če so dovolj angažirani. V njihovih medijih ti bodo povedali, da so angažirani. Če jih boš povabil na TV Slovenija 1, pa ti bodo na to vprašanje negotovo odgovorili in odrasel bo sklepal, da niso toliko aktivni.« (Matjaž Vodeb, Zavod BOB)

»Mi imamo okoli šestdeset prostovoljcev, ki eno leto delajo. To, da so mladi apatični, nikoli ne moremo trditi. Odvisno je tudi, kje si, v večjem mestu je več ponudbe. Tudi je težko, da kakovostne informacije pridejo do mladih. Če ima organizacija neko usmeritev, zakaj bi se sedaj [vsebinsko] prilagajala.« (Urška Breznik, Pekarna Magdalenske mreže)

»Mladi živijo on-line in to dojamejo, kot da so že aktivni. Skozi zgodovino se je študentsko populacijo pozivalo k zbiranju na debatah, protestih itn. Nekaj tega je še ... Vsekakor je potrebno prilagoditi komunikacijske strategije njihovim željam in potrebam.« (Jelena Štrbac Nemeč, Študentska organizacija Slovenije)

Komunikacijska orodja in načini informiranja

Organizacije so poudarile izreden pomen, ki ga ima prilagajanje na načine informiranja in komunikacijske kanale, ki jih uporabljajo mladi. Spletna orodja so (vsaj pri nekaterih) postala osrednji pripomočki za informiranje. V nekaterih organizacijah so mladi tisti, ki jih oblikujejo in z njimi upravljajo, zato da bi bili mladim blizu in da bi se razlikovali od množice kanalov, ki posredujejo številčne za mlade neuporabne in nezanimive informacije.

»V glavnem informiramo preko elektronske pošte, imamo mailing listo, skupno in posebno še za enoto v MB. Glede na to, da pokrivamo mlade, imajo vsi dostop do interneta, e-pošte in se nam zdi primeren način komuniciranja. Tudi informacije se tako hitro pretakajo. Določene dogodke, ki jih izvajamo, pa objavljamo na naši spletni strani in Facebooku.« (Miha Kosi, Društvo študentov invalidov Slovenije)

»PiNA ima zelo obsežno mrežo komuniciranja, imamo svojo spletno stran, reden tedenski obvestilnik, Facebook in Youtube kanal in preko programa Europe direct točke še Twitter in poseben Facebook profil in še kakšen projekt ima svojega.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

»Uporabljamo spletno stran in gradimo spletni portal. Potem je tudi Facebook, kjer imamo več strani: MISSS-ovo, Mladi mladim ipd. Mladi mladim imamo tudi spletno stran. Gre za skupino, ki se dobiva tu in pripravlja tudi spletno in Facebook stran.« (Matjaž Medvešek, Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije)

»Brez spleta danes ne gre. Pretežno gre za Facebook, razne strani na njem, imamo portal Razstava znanj, kjer mladi objavljajo svoje prispevke. Gre za nek tip blogovskega zapisa, osebne predstavitve. V načrtu imamo pripravo in objavo 2-minutnih prispevkov za objavo na portal, ker ugotavljamo, da je poplava nekkih informacij, ki nimajo pravega scenarija. Zato želimo ustvariti nekaj, kar bi človeka pritegnilo v proces razmišljanja in samorefleksije. Uporabljamo tudi svojo spletno stran.« (Matjaž Vodeb, Zavod BOB)

»Obveščamo preko naše Facebook strani. Ker je medij mladih, preko nje najbolje pridemo do njih.« (Blanka Tomšič, Društvo AIA – MC Mengeš)

Čeprav organizacije dajejo velik pomen IKT pri informiranju mladih, ni nujno, da jim te predstavljajo osrednji način ali komunikacijski kanal informiranja.

»Orodje, ki ga najbolj množično uporabljamo, je delo v skupinah v šolah, saj tako dobivamo neposredni odziv s strani mladih, da vemo, kaj jih zanima. Tu dobijo informacije s strani usposobljenih animatorjev. To pa niso tiste informacije o pristočasnih aktivnostih, koncertih, žurijah, ampak so informacije drugačnega značaja. Podobna metoda je pri varni rabi interneta in tehnologij.« (Matjaž Medvešek, Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije)

»Informiramo pa jih največ preko predavanj, ustno preko naših aktivnosti (svetovanja, delavnice ...). Uporabljamo pa tudi elektronske kanale, sicer bolj za obveščanje o naših dejavnostih in projektih: mailing lista, spletna stran, Facebook. Na slednjem predvsem objavljamo informacije, kot so prosta delovna mesta.« (Mojca Švigelj, Zavod za kulturo, šport, turizem in mladinske dejavnosti Sevnica – MC)

Organizacijam IKT večkrat zaradi narave dela in heterogenih ciljnih skupin lahko predstavljajo izziv ali oviro.

»Problem so družbena omrežja. Mi zelo težko komuniciramo tako, da zadovoljimo vse, saj so naše ciljne skupine heterogene. To pomeni, da so za nekatere določene vsebine nezanimive.« (Borut Cink, Mladinski svet Slovenije)

Poudariti gre tudi, da raba IKT ne zagotavlja kvalitete podanih informacij in učinkovitosti informiranja, zato je večkrat pomembnejši pristop do informiranja kot pa sama raba IKT.

»Veliko smo se ukvarjali [s tem], kako bi lahko približali to vsebino in vsebino najlažje približaj preko projektov. Zato smo se odločili izvesti vsebinsko bogate in strokovne projekte ...« (Jelena Štrbac Nemeč, Študentska organizacija Slovenije)

»Še vedno je najbolj učinkovit osebni pristop ali od ust do ust. Zaradi poplave informacij.« (Blanka Tomšič, Društvo AIA – MC Mengeš)

»Kar hočem povedati je, da je pomemben pristop do informiranja. Ni nujno neka visoko tehnološka aplikacija.« (Dolores Šegina, Pekarna Magdalenske mreže)

»Saj mladi uporabljajo Facebook in Twitter, ampak pomembna je kakovost informacije, do katere mlad človek pride ... Še vedno opažamo, da je najbolj učinkovito informiranje od ust do ust. Tako se širi kakovostna informacija, ki mlade najbolj pritegne. Največ promoviramo naše programe po šolah in fakultetah s pomočjo naših prostovoljcev. To ima efekt. Torej še vedno je tisto informiranje v živo bolj učinkovito.« (Urška Breznik, Pekarna Magdalenske mreže)

»Veliko sodelujemo s šolami. Mladi so izdelali video o naravovarstvu, ki so ga nato predvajali sošolcem in jih tako informirali. Ta način informiranja se mi zdi najprimernejši, ker sošolci to prej sprejmejo kot neka dolgočasna predavanja.« (Aleš Kalan, Javni zavod za kulturo in mladino Medvode – MC)

Organizacije svoje vsebine informiranja in samo podajanje informacij prilagajajo potrebam mladih. Velikokrat v ta proces vključujejo mlade.

»Mi smo tudi zelo zgodaj začeli razvijati participacijo mladih v informativnih procesih in smo mlade začeli vključevati v informativne procese. Tu smo ugotovili, da mlade lahko dosežemo preko njihovih zbirališč. Poleg tega je zelo pomembno medvrstniško zaupanje. Mlade smo začeli uporabljati za razbijanje mitov in stereotipov.« (Matjaž Medvešek, Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije)

»Dejstvo je, da se mladim ne da veliko brati, ampak objave morajo biti tudi slikovno opremljene, da tudi slike spregovorijo.« (Blanka Tomšič, Društvo AIA – MC Mengeš)

»Mladim prilagajamo informiranje. Tako so informacije jasne; da je čim boljša ponudba itn.«
(Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

»Z našimi mladimi prostovoljci smo ves čas v kontaktu. Veliko je programov, ki jih oni sami vsebinsko pripravljajo. Tako da ves čas imamo informacije, kaj jih zanima in tako prilagodimo informiranje.« (Dolores Šegina, Pekarna Magdalenske mreže)

»Javne ustanove, ministrstva idr. nimajo nobene komunikacije, prilagojene študentom. Na primer njihove spletne strani uporabljamo tisti, ki zaradi narave našega dela to potrebujemo. Dvomim, da gre kakšen študent ali dijak po informacije na spletno stran Ministrstva za izobraževanje ali Ministrstva za socialo ... Veliko gre za to, da informacije niso jasno in sistematično objavljene, zato kontaktirajo nas, ki vemo, kje točno neko informacijo dobiti. Torej uporabnikom prijaznejše komuniciranje je potrebno.« (Jelena Štrbac Nemeč, Študentska organizacija Slovenije)

»Gluhim študentom še kaj posebej pošljemo, pri slepih [slabovidnih] pa je pomembno, da so informacije bolj tekstovne in ne toliko slikovne ... Ja, se trudimo, da naredimo informacijo zanimivo ali preverimo, kaj jim dejansko lahko prinese. Poskrbimo, da jih pritegne in da ni suhoparna. Želimo inovativno tudi na tem področju, ampak vedno nam to ne uspe.« (Miha Kosi, Društvo študentov invalidov Slovenije)

Sogovornica je poudarila tudi pomembno osveščevalno vlogo, ki jo imajo organizacije, ki delujejo na področju mladine, v povezavi s pridobivanjem informacij na področjih, ki jih mladi ne poznajo.

»Njim [mladim] so ključni iskalniki tipa Google, ki omejijo informacije na točno določen iskalni niz. Mlad se tako omeji na znanja, za katera se zaveda, da jih potrebuje. Nevladne organizacije pa uspejo predstaviti neko novo področje ali pa področja, kjer si posameznik niti ne zna predstavljati, da ima pomanjkljiva znanja in bi mu informacije lahko koristile.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

Povezovanje organizacij pri starteških vprašanjih in informiranju

Osnova za povezovanje med organizacijami je krepitev učinkovitosti in kakovosti storitev nekega področja in njega samega ter sektorja nasploh. Toda rezultati ankete so pokazali, da je formalno povezovanje do določene mere težavno.

»Morali bi skupaj nastopati. Reči moramo: 'Mi smo močen sektor, ki daje take rezultate, na družbeni ravni so pomembni učinki, kazalnike presegamo in drugo leto se moramo širiti, zato rabimo 200 % več denarja.' To, da mi čakamo in sledimo, ali bo kdo kaj dal in prišli kam noter, je narobe. Mi se počutimo majhne in uboge. Halo! Mi smo sektor. Mi smo pomemben deležnik. Mislim, da je naš največji problem, da se ne znamo povezati prav ... Govorim kar o formalnih mrežah. Pomembna je transparentnost dela, da tudi javni deležniki, kot so lokalne skupnosti, država idr., vidijo, da skupaj zmoremo več.« (Matjaž Vodeb, Zavod BOB)

»Pri nas je značilna folklor, da se začnejo kregati med sabo. Temu bi se bilo treba izogniti in preiti na delo. ... Seveda, koordinacija in sodelovanje bi bilo izredno pomembno. V Sloveniji pa je sodelovanje problematično.« (Matjaž Medvešek, Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije)

Po mnenju sogovornikov povezovanje (v mreže ali druga partnerstva) kompenzira pomanjkanje določenih znanj in veščin, ki jih neka organizacija nima, in hkrati zagotovi hitrejši pretok informacij.

»Se zavedamo svojih omejitev. Zato smo oblikovali mrežo z drugimi institucijami, kot je CSD, Mladinsko svetovalno središče, Društvo za nenasilno komunikacijo ... Mi vsebine, kot so nasilje v družini, medvrstniško nasilje itn., vpletemo v proces dela z mladimi.« (Matjaž Vodeb, Zavod BOB)

»Informacije se širijo tudi preko sodelovanja s sorodnimi organizacijami. Ja, sodelujemo z različnimi, ker v Mariboru sodelujemo pri različnih projektih ali ko skupaj nastopamo proti občini. So tudi koproducenti, soorganizatorji, partnerji ipd. Sodelujemo tudi z izobraževalnimi ustanovami. Izvajamo programe na šolah. Sodelujemo tudi z Mladinskim domom in drugimi.« (Urška Breznik, Pekarna Magdalenske mreže)

»Smo pa pri informiranju uspešnejši kot pred leti predvsem zaradi projekta, financiranega s strani Norveškega mehanizma. Glavni partner je Zavod zaupanje. Povezal je več organizacij in institucij. Druga zadeva je ta, da sama poznam veliko posameznikov in organizacij, saj sem domačinka. Torej lokalno domače okolje, ki je majhno, nam igra v prid tudi pri informiranju mladih. Sicer pa smo tudi pred projektom bili povezani, ampak ne tako intenzivno kot od takrat dalje. Poleg tega se povezujemo tudi z drugimi mladinskimi centri, društvi in zavodi v širši regiji ...« (Mojca Švigelj, Zavod za kulturo, šport, turizem in mladinske dejavnosti – MC Sevnica)

Povezovanje organizacij v mladinskem sektorju in izobraževalnih ustanov se lahko pokaže kot zelo plodno pri pridobivanju članov, umeščanju informiranja o strokovnih vsebinah, ki jih pokrivajo organizacije, v šole in informiranju mladih ter institucije o mladinskem sektorju samem.

»Se povežemo s tajništvi, ravnatelji šol in razredniki in na ta način pridobimo udeležence na naših aktivnostih ali projektih. Veliko je profesorov in profesorjev, ki veliko delajo na prostovoljnem delu izven šole in sodelujejo z nami in z mladimi na različnih projektih.« (Aleš Kalan, Javni zavod za kulturo in mladino Medvode – MC Medvode)

»Primerna za informiranje bi bila umestitev nekaterih vsebin v šolske prostore in reči, to so strokovne vsebine, ki ne smejo posegati v prostočasne dejavnosti. Tam pa jim dopustiti možnost, da ne počnejo ničesar ali da se samo sprehajajo. Še najboljša možnost pa je, da se skuša najti sinergije med programi in dejanskim poukom tako v srednjih šolah kot na fakultetah. To bi lahko bil način, kako lahko spoznajo nevladno organizacijo, njihov način dela in če njim in mladim to ustreza.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

Pokazalo pa se je, da je na eni strani v določenih primerih povezovanje z drugimi organizacijami z namenom informiranja za neko organizacijo lahko problematično zaradi možne izgube dela ciljnih skupin, na drugi strani pa je pomanjkanje ali prenehanje povezovanja privedlo do slabše informiranosti o določenih področjih.

»PiNA ima prav specifičen problem. Dobro je to, da se organizacije, ki smo podobne, med sabo povezujemo, sodelujemo, si izmenjujemo novice, ki bi znale zanimati tudi ostale člane. Problem je to, da je teh kanalov tako malo. Izziv, s katerim se Pina sooča, je, da nam vedno več organizacij pošilja prošnje, da mi preko svojih kanalov razširjamo informacije. Tukaj se pojavi vprašanje. Imamo stalno bazo uporabnikov, ki pričakuje določen tip informacij in s tem tvegamo, da jim res ustrezemo in jim s tem damo neko dodatno ponudbo ali pa jih izgubimo, ker smo šli z zadevo preveč na široko.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

»Ko je še lokalna mreža delovala, je bilo veliko bolj učinkovito in pogosto, zlasti informiranje na določenih področjih, kot je sociala, kam po pomoč v stiski itn. Zdaj je vse skupaj usahnilo. Glede na to ne vem, če imajo mladi dovolj informacij s teh področij ... Pred leti smo veliko lažje vstopali v šole, na fakultete, v študentske domove itd. Tu se je zelo zaostriilo z dovoljenji tajništev ...« (Dolores Šegina, Pekarna Magdalenske mreže)

Standardi informiranja in starteško načrtovanje

Nepoznavanje obstoječih standardov in strategij se je izkazalo kot zelo pogosto med respondenti ankete. Zato smo sogovornike povprašali, ali jih sami poznajo in se jim zavezujejo ter zakaj menijo, da veliko organizacij ne ve zanje. Ponovno je po mnenju sogovornikov razlog v finančnih sredstvih in sistemski neurejenosti področja.

»Mi, ki se informiranju zavezujejo profesionalno, sledimo nekim načelom in standardom, preko katerih želimo spoštovati tako potrebe mladih kot tudi same informativne vire takšnim, kot so. Že leta 1996 smo podpisali Evropsko listino informiranja za mlade. Kasneje smo podpisali tudi Načela spletnega informiranja mladih. Znotraj tega se zavezujejo, da bomo ravnali etično, predvsem pa ne na škodo mladih ljudi, kar pomeni, da informacija ni obremenjena s političnimi, ekonomskimi in ideološkimi vplivi, ažurna, profesionalna itd. Zelo je pomembno, da te zaveze upoštevamo ... Pomembni se mi zdijo standardi, kar pomeni, da se standardizirajo informacije, kvaliteta informacij, kvaliteta dela kot takšnega, pristopa, uporabljenih metod. Tudi to vse imamo. Imamo programe usposabljanja za informatorje, imamo standarde kakovosti informiranja itn.« (Matjaž Medvešek, Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije)

»Vse to [standarde] smo v Sloveniji že imeli. Mi še vedno stremimo k standardom, vsakemu informatorju damo točke ERYCA-e. Urad RS za mladino je v preteklosti to podpiral in skupaj z nami zadevo razvijal, zdaj pa ni namenjenih sredstev za to.« (Dolores Šegina, Pekarna Magdalenske mreže)

»Mislim, da preprosto ne vedo oz. ne vemo za njih. Dokler ti kdo ne pove, niti ne veš, da bi si lahko kaj pogledal ... Evropska priporočila pa je vseeno potrebno potem prilagoditi slovenskim razmeram ... Na nacionalni ravni nek pristop k informiranju mladih obstaja, je pa res, da so velike razlike v tem, kako naj bi to informiranje zgledalo, za koga je namenjeno ipd. Tako da smo tam še precej na začetku.« (Borut Cink, Mladinski svet Slovenije)

Organizacije v mladinskem sektorju pogosto intenzivno sodelujejo na različne načine pri razvoju strateških dokumentov na področju mladine in mladinskega dela na lokalni in nacionalni ravni, kjer pa informiranje ni vedno samostojno zastopano. Nekatere, po besedah sogovornika, pa niso prepričane, da bi na državni ravni lahko kakorkoli vplivale na odločitve, vezane na sektor in njih same, saj menijo, da sami programi in odločevalci niso dovolj inkluzivni.

»Vsekakor sodelujemo pri snovanju strategij. Za informiranje sploh. V preteklosti so naše dokumente, programe podprli. Zato je nastala tudi mariborska mreža, v kateri so bili MARŠ, Zveza prijateljev mladine, knjižnica, Kibla, mi, imeli smo skupne projekte. Drugače že ves čas delamo lokalne programe za mladino. Marsikaj komentiramo. Na vse dajemo pripombe. Smo vključeni v več mladinskih delovnih teles ali sodelujemo na javnih tribunah in jih tudi sami organiziramo. Tudi na državni ravni. Kadar Urad za mladino organizira priprave dokumentov, dajemo pripombe, se udeležujemo delavnic, tako da smo aktivni. Se nam zdi, da je to ena od naših primarnih nalog, saj smo na terenu in opažamo, kaj se dogaja in kaj je potrebno. Velikokrat se to ne sklada z nekimi smernicami, ki prihajajo iz Evropske unije. Gre pa pri tem za neke politične odločitve in velikokrat naša prizadevanja niso uspešna.« (Urška Breznik, Pekarna Magdalenske mreže)

»Imamo razvojnika, ki tesno sodeluje z občino pri sestavi strategij. Konec koncev je naš zavod neposredni izvajalec strategij. Strateška vprašanja na področju mladih dobro rešujemo in uveljavljamo oz. implementiramo na občinski ravni. Sama strategija o mladih pa ne vsebuje veliko o samem področju informiranja mladih.« (Mojca Švigelj, Zavod za kulturo, šport, turizem in mladinske dejavnosti)

»Ko preidemo na nacionalno raven, mi kot Zavod BOB sploh nismo faktor javnih odločanj ... Slovenija je prepisovalec nekih bruseljskih zahtev in niti slučajno ne znamo kakšne svoje dobre prakse nesti v Bruselj. Lahko govorimo o posameznih mejnih, lokalnih strategijah, ki so zrasle na podlagi posameznih potreb udeležencev. Večina dokumentov, vključno z novim operativnim programom, ni dovolj inkluzivnih. Težko si predstavljam, da bomo sodelovali pri strategijah, programih ...« (Matjaž Vodeb, Zavod BOB)

Ena od sogovornic je izrazila pomembno opažanje, ki opozarja na veliko razliko in neusklajenost med nacionalnimi in lokalnimi smernicami na področju informiranja oz. mladine nasploh.

»Opažamo tudi to, kako se Nacionalni programi za mladino in občinske politike razlikujejo. Včasih grejo v povsem nasprotno smer.« (Urška Breznik, Pekarna Magdalenske mreže)

Poseben strateški poudarek, kot meni sogovornica, bi pa bilo treba dati na informiranje mladih z manj priložnostmi, ki so najtežje dosegljivi.

»Kako dosegati še druge skupine mladih. Imamo izraziti problem nekih manjšinskih deležev mladih, kot so osipniki, tisti, ki prihajajo iz odročnejših območij, socialno ogroženi. Do njih težko prideš, da bi se sploh vključili v te programe. Tu je potrebo vpeljati neko celostno strategijo.« (Kaja Cunk, Kulturno izobraževalno društvo PiNA)

Sogovornica je podala pomembno pripombo, vezano na snovanje standardov kakovosti, ki morajo biti konkretni in kazati na poglobljeno sliko nekega področja – v našem primeru informiranja mladih.

»Ko se govori o nekih standardih kakovosti, gre lahko za neke dikcije in merila, ki ni nujno, da pokažejo dejansko kvaliteto izvedbe nečesa. Povejo, če nekaj imaš ali nimaš. Merimo, koliko študentov smo dosegli, ampak ne, ali so oni to informacijo širili naprej. Metodologija bi torej morala biti poglobljena. Se mi zdi, da vsaka organizacija, ki si želi biti prepoznavna in delovati transparentno, neke osnovne standarde ima.« (Jelena Štrbac Nemeč, Studentska organizacije Slovenije)



ZAKLJUČEK

Informiranje predstavlja za organizacije, ki so sodelovale v raziskavi, pomembno dejavnost, ki povezuje vse dejavnosti in programe, ki jih izvajajo. Poleg tega gre za aktivnost, ki je usmerjena v osveščanje mladih in predstavljanje organizacij samih. Informiranje je ogledalo organizacije. Kljub temu je splošna ocena, ki so jo podali sogovorniki v intervjujih, slaba in izhaja iz splošne nerazvitosti področja, ki se kaže v sistemski neurejenost področja, razdrobljenosti sektorja, nezanimanju medijev za mladinski sektor, nedoseganju najbolj ranljivih skupin mladih, v slabi in zelo obsežni ponudbi informacij oz. vsebin in neuskladenosti nacionalnih ter lokalnih programov ali strategij in nepoznavanju že obstoječih standardov informiranja s strani organizacij.

Veliko težavo v organizacijah v mladinskem sektorju predstavljata nestanovitnost in pomanjkanje (usposobljenega) kadra, ki bi omogočil nemoteno opravljanje informiranja. Temu botrujeta sama struktura predvsem članskih organizacij in pomanjkanje kontinuiranega financiranja. Izobraževanj, ki bi kader lahko usposobila za učinkovito in kvalitetno informiranje mladih, pa je tudi zaradi pomanjkanja sredstev čedalje manj.

Organizacije skušajo manko v kadru in znanjih premostiti s povezovanjem – bodisi formalnim (mreže in projekti) ali neformalnim, ki pripomore k razvoju močnega mladinskega sektorja in njegovi popularizaciji preko umeščanja strokovnih informativnih vsebin nevladnih organizacij v izobraževalne ustanove. Samo povezovanje za informiranje pa postane težavno, ko pomeni za organizacijo zavestno določanje o pridobivanju ali izgubi nekaterih ciljnih skupin.

S tehnološkega vidika se organizacije spopadajo z učinkovito in ažurno uporabo komunikacijskih kanalov mladih ter s premostitvijo generacijskih razlik. Uporabo IKT pri dejavnosti informiranja razumejo v smislu izboljšanja doseganja mladih in prilagajanja potrebam slednjih, vendar jim ne predstavljajo nujno primarnega orodja za informiranje. Organizacije stremijo k inkluzivnemu pristopu k informiranju, kar pomeni vključevanje mladih v proces informiranja vrstnikov, s čimer premostijo generacijske razlike – tudi pri rabi IKT. Ta pa jim včasih lahko zaradi heterogenosti ciljnih skupin predstavlja oviro.

Sodelujoči v raziskavi poskušajo izboljšati stanje področja informiranja in celotnega mladinskega sektorja s sodelovanjem pri oblikovanju programov, smernic in strategij na lokalnem in nacionalnem nivoju ter s sledenjem že obstoječih. Kljub temu pa med organizacijami obstaja nezaupanje v državne institucije in sprejete nacionalne programe, ki jih ocenjujejo kot ne dovolj inkluzivne, da bi lahko bili njihova mnenja in ideje upoštevani. Poudarili so tudi potrebo po poglobljenih standardih kakovosti informiranja, ki se ne bi ustavili zgolj pri doseganju kvantificiranih kazalnikov, ampak bi se dejansko osredotočali na (vsebinsko) kvaliteto informiranja in informacij.

Celotna raziskava je torej pokazala, da je področje informiranja strateško, programsko, finančno in kadrovske podhranjeno. Kljub temu se organizacije po svojih močeh trudijo izvajati kvalitetne dejavnosti informiranja in se uspešno poskušajo čim bolj prilagoditi potrebam ter hitro spreminjajočim se načinom komuniciranja mladih. Mladi pričakujejo od organizacij kakovostno terensko delo, fizično dostopnost, odprtost ter ažurnost spletnih informacij preko uporabe jasnih, zanimivih in sodobnih spletnih orodij, mest in družbenih omrežij. Organizacije so to prepoznale in poudarile, da je nujno v procese informiranja in oblikovanja novih načinov informiranja ter orodij vključevati mlade, zato da jih bodo kot ciljno skupino lažje dosegli. To spoznanje, da mladi morajo biti soustvarjalci na celotnem področju informiranja (od dejavnosti same do načrtovanja lokalnih in nacionalnih politik), pa predstavlja velik potencial za razvoj takega spletnega informiranja, ki bo zadostilo potrebam in željam mladih in obenem omogočilo organizacijam učinkovito, kvalitetno in enostavno opravljanje dela.



PREDLOG UKREPOV IN PRIPOROČILA

Iz rezultatov analize in po pogovoru z nekaterimi nevladnimi organizacijami smo oblikovali seznam ukrepov in priporočil za izboljšanje področja informiranja mladih. Seznam ponuja praktične in izvedljive rešitve na sistemskem nivoju, na nivoju financiranja področja informiranja mladih, izvedbe informiranja na lokalni, regionalni in državni ravni. Njihovo načrtovanje in njihova izvedba morata biti interdisciplinarna in v sodelovanju glavnih akterjev v mladinskem sektorju: organizacije, delujoče v sektorju, organizirana in neorganizirana mladina ter Urad RS za mladino (kot nosilec ukrepov na državni ravni) in lokalne skupnosti (kot nosilci ukrepov na lokalni ravni).

1. Izvesti obsežne slovenske raziskave o stanju področja informiranja po zgledu raziskav serije Mladina, ki bi v različnih časovnih intervalih ugotavljale oz. vsebovale:
 - a. aktualne potrebe mladih (načini in kanali informiranja ter želene informacije);
 - b. stanje področja informiranja (obstoječi in potrebni standardi in ukrepi);
 - c. kateri so trendi informiranja;
 - d. primerjalno analizo z drugimi evropskimi državami;
 - e. kritično in vsebinsko analizo medijskih objav o mladih in mladinskem sektorju;
 - f. Analizo vsebin, ki jih ponujajo organizacije v mladinskem sektorju
2. Študijski krožki in fokusne skupine za mlade
3. Uvedba v obstoječe poročanje Uradu Republike Slovenije za mladino analize opažanj pri informiranju
4. Organizirati letni posvet mladinskih organizacij o informiranju mladih
5. Obvezno in kontinuirano vključevanje mladih – organizirane in neorganizirane mladine – v:
 - a. proces strateškega načrtovanja področja;
 - b. snovanje komunikacijskih kanalov (npr. portala) na državni, regionalni in lokalni ravni;
 - c. urejanje spletnih informativnih vsebin
6. Vzpostaviti delovno skupino, sestavljeno iz mladinskih delavcev, organizirane in neorganizirane mladine ter predstavnika Urada Republike Slovenije za mladino, ki bo:
 - a. postavila prostorske in tehnološke standarde za informiranje mladih na državni ravni;
 - b. pripravljala program in razpise za mlade;
 - c. določila kazalnike uspešnosti programov in projektov informiranja (in projektov za mlade)

7. Zagotoviti kontinuirano financiranje za področje informiranja mladih, ki bi omogočilo zaposlitev specializiranega kadra – informatorjev:
 - a. umestitev področja informiranja v programski del organizacij
8. Uskladiti nacionalno in lokalne strategije, programe in smernice za mlade in njihovo informiranje ter mladinsko delo
9. Policentrični razvoj informiranja:
 - a. podpirati razvoj močnih mrež na lokalni in regionalni ravni;
 - b. obstoj organizacij ali centrov, ki bi bile na lokalni ali regionalni ravni v podporo ostalim pri informiranju mladih in odnosih z javnostmi ter mediji;
 - c. obstoj organizacij ali centrov, ki bi bile na lokalni ali regionalni ravni zadolžene za ažurno informiranje organizacij v mladinskem sektorju o relevantnih programskih, strateških in zakonodajnih novostih in spremembah na področju informiranja oz. mladinskega dela;
 - d. intenzivnejše mednarodno povezovanje organizacij in institucij na področju informiranja mladih
10. Večje povezovanje med mladinskim sektorjem in izobraževalnimi, kulturnimi institucijami in turističnimi informacijskimi centri:
 - a. umeščanje informativnih vsebin NVO v njihove prostore in vsebine;
 - b. vzpostavitev fizičnih informativnih »postaj«
11. Priprava sistematičnih orodij, vzorcev in evalvacijskih vprašalnikov za področje informiranja mladih, ki bi jih posamezne organizacije lahko prilagodile svojim potrebam
12. Nacionalna medijska kampanja za promocijo mladinskega sektorja nasploh
13. Učinkovit informativni portal za mlade:
 - a. ki bi ga izdelali mladi skupaj z razvijalci;
 - b. bi vseboval več kreativnih multimedijskih vsebin;
 - c. bi vseboval vse organizacije v Sloveniji in informacije, ki jih nudijo mladinske organizacije
14. Povečanje uporabe multimedije in kreativnih vsebin za namene informiranja mladih
15. Razvoj mobilne aplikacije za informiranje mladih, ki bi jo lahko svojim potrebam prilagajale različne organizacije po Sloveniji



VIRI IN LITERATURA

Anliza stanja na področju mladine - Občina Ljutomer, 2014.

Analiza stanja mladih v Občini Krško, 2013.

Bela knjiga Evropske komisije: *Nova spodbuda za evropsko mladino*, 2001. Spletni vir: www.ursm.gov.si/fileadmin/ursm.gov.si/pageuploads/.../Bela_knjiga.doc, 2. 2. 2015.

Cunk, Kaja. *Analiza stanja mladih v obalnih občinah*, Koper: Kulturno izobraževalno društvo PiNA, 2014.

Deklaraciji Sveta Evrope o prihodnosti mladinske politike Sveta Evrope – Agenda 2020, 2008. Spletni vir: http://www.ursm.gov.si/si/zakonodaja_in_dokumenti/temeljni_evropski_dokumenti/, 3. 6. 2015.

Drugi Lokalni program mladih v Mestni občini Maribor 2015–2020, 2014.

ERYICA, Načela spletnega informiranja mladih, 2009. Spletni vir: <http://eryica.org/sites/default/files/European%20Youth%20Information%20Charter%20Slovenian%20Version.pdf>, 10. 12. 2014.

ERYICA, Youth Information Starter Kit – New Edition, 2011. Spletni vir: http://eryica.org/sites/default/files/2010_Youth_Information_Starter_Kit_IL_en.pdf, 10. 12. 2014.

Flere, Sergej, Andrej Kirbiš Barbara Zagorc idr. *Mladina 2013: Življenje v času deziluzij, tveganj in pretkanosti*, Maribor: CEYPUS. Spletni vir: http://mfdps.si/Files/Knjiznica/M-LADINA-2013_Strnjeno-porocilo.pdf, 14. 7. 2015.

Kirbiš, Andrej in Sergej Flere. *'Participacija.'* V: *Mladina 2010*. Miran Lavrič idr. Str. 142–174. Spletni vir: <http://www.delo.si/assets/media/other/20110131/Koncno%20porocilo.pdf>, 1. 6. 2015.

Lavrič, Miran, Sergej Flere idr. *Mladina 2010: Končno poročilo o rezultatih raziskave*. Maribor: Univerza v Mariboru, 2010. Spletni vir: <http://www.delo.si/assets/media/other/20110131/Koncno%20porocilo.pdf>, 1. 6. 2015.

Lokalni program mladih v Občini Žalec za obdobje 2014–2020, 2014.

Lokalni program za mladino Občine Krško 2014–2015, 2014.

Medvešek, Matjaž, Marcello Potocco, Raičevič Ljubo in Alenka Žavbi. *Informiranje in svetovanje za mlade: smernice razvijanja dejavnosti*, Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, Urad RS za mladino in Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije, 2003.

Mladinski svet Slovenije, *Informiranje mladih*, 2011.

Mladi Šentjur 2013, raziskava, 2013.

Mladi v Občini Kranjska Gora, analiza, 2013.

Murn, Karmen. *Mladinsko delo in mladinska politika na lokalni ravni*, Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad RS za mladino, 2011.

Osnutek Strategije MOL za mlade 2015–2024, 2015. Spletni vir: <http://www.ljubljana.si/si/zivljenje-v-ljubljani/v-srediscu/96563/detail.html>, 28. 7. 2015.

Priporočila Odbora ministrov Sveta Evrope državam članicam glede informiranja in svetovanja za mlade v Evropi, 1990. Spletni vir: http://eryica.org/files/Council%20of%20Europe%20-%20Recommendation%2090_7_EN.pdf, 15. 6. 2015.

Priporočila Odbora ministrov Sveta Evrope glede informiranja mladih, 2010. Spletni vir: http://eryica.org/files/Recommendation%20CM_Rec%282010%298%20on%20Youth%20Information_EN.pdf, 15. 6. 2015.

Poročilo o uresničevanju evropske mladinske politike za obdobje 2010–2012, 2013.

Program razvoja delovanja mladih Mestne občine Velenje – Mladi korak s časom 2010–2015, 2010.

Raičevič, Ljubo, Alenka Žavbi in Irena Vipavc Brvar. *Potrebe mladih po informacijah in participaciji na območju Ljubljane z okolico*. Ljubljana: MISSS, 2004.

Resolucija o nacionalnem programu za mladino 2013–2022, 2013. Spletni vir: http://www.ursm.gov.si/fileadmin/ursm.gov.si/pageuploads/pdf/-Nacionalni_program_za_mladino/resolucija_o_npm/Resolucija_o_NPM.pdf, 15. 1. 2015.

Resolucija o uresničevanju skupnih ciljev na področju participacije in informiranja mladih s ciljem spodbujanja njihovega dejavnega evropskega državljanstva, 2006. Spletni vir: www.ursm.gov.si/fileadmin/.../Resolucija_INFO_PART_-_nov2006.pdf, 2. 2. 2015.

Resolucija Sveta Evropske unije o strukturiranem dialogu z mladimi o participaciji mladih, 2012. Spletni vir: http://fileadmin/ursm.gov.si/pageuploads/pdf/Knjiznica_PDF/St-Strukturirani_dialog_2012_-resolucija.pdf, 29. 11. 2014.

Strategija EU za mlade – vlaganje v mlade in krepitev njihove vloge in položaja, 2009.

Strategija na področju mladih v Mestni občini Novo mesto do leta 2020. »Novo mesto – mladim prijazno mesto«, 2015.

Strategija razvoja mladinskega dela Občine Šentjur 2014–2020, 2014.

Strategijo razvoja na področju mladih v Občini Kamnik, 2014.

Strategija Urada Republike Slovenije za informiranje, 2010. Spletni vir: www.ursm.gov.si/-fileadmin/ursm.gov.si/.../doc/Strategija_urada.doc, 20. 6. 2015.

Strategija za mlade v Občini Ajdovščina 2013–2018, 2013.

Strategija za mlade v občini Jesenice 2014–2018, 2014.

Strategija za mlade v občini Ravne na Koroškem 2014–2020, 2014

Šegina, Dolores, Pucelj Lukan, Petra Jurančič, Živa. *Informiranje mladih v Sloveniji: publikacija Študijske skupine za informiranje in svetovanje*, Ljubljana: Mladinski svet Slovenije, 2009.

Ule, Mirjana. *Mladina in ideologija*. Ljubljana: Delavska enotnost, 1988.

Ule, Mirjana. *Mladina v devetdesetih: Analiza stanja v Sloveniji*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče, Urad RS za mladino, 1996.

Ule, Mirjana. *Predah za študentsko mladino*. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo, Urad RS za mladino, 1996b.

Ule, Mirjana. 'Oblikovanje življenjskega sveta mladih.' *Socialna pedagogika*, let. 1, št. 1, str. 27–36, 1997.

Ule Mirjana. *Socialna ranljivost mladih*, Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad RS za mladino, 2000.

Ule, Mirjana. *'Mladina: Fenomen dvajsetega stoletja.'* V: Mladina 2000: Slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje. Vlado Mihelj, ur., Ljubljana: Založba Aristej, 2002.

Ule, Mirjana in Vlado Mihelj. *Pri(e)hodnost mladine*, Ljubljana: DZS, 1995.

Ule, Mirjana in Tanja Rener. *Prosti čas mladih v Ljubljani*, Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, 1998.

Zakon o javnem interesu v mladinskem sektorju, Ur. l. RS št. 42/2010.