



Poslovno udruženje asocijacije lokalnih i nezavisnih medija „Lokal pres”

## IZVEŠTAJ O SPROVEDENOJ ANKETI NA TEMU INFORMISANJA MLADIH U BORU

Oktobar 2020. godine

*Izrada ovog dokumenta omogućena je u okviru programa „Aktivni građani – bolje društvo: zagovaranjem ka saradnji i demokratskom razvoju Srbije”, koji realizuje BOŠ uz podršku američkog naroda putem Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID).*

*Sadržaj dokumenta isključivo je odgovornost organizacije Poslovnog udruženja Asocijacije lokalnih i nezavisnih medija „Lokal pres” i ne predstavlja nužno stavove USAID-a, Vlade SAD ili BOŠ-a.*



## **Cilj projekta ZA sadržaje za mlade**

Unaprediti prakse javnog zagovaranja u civilnom društvu u Srbiji i podići nivo razumevanja zagovaračke uloge organizacija civilnog društva među građanima, medijima i donosiocima odluka, kao i povećati učešće mladih u aktivnostima organizacija civilnog društva.

## **Cilj istraživanja**

Nalazi sprovedene ankete ukazuju na potrebu podizanja svesti mladih i ostalih građana u lokalnim sredinama o potrebi kreiranja sadržaja za mlade.

## **Metodološki pristup**

Podaci su rezultat odgovora dobijenih putem kvantitativnog istraživanja. Podaci su prikupljeni putem online ankete.

**Upitnik:** Anketni upitnik je sastavljen od 14 pitanja /11 pitanja zatvorenog i 3 pitanja otvorenog tipa/. Pitanja se odnose na načine informisanja mladih, učestalost praćenja informacija, način pristupanja medijskim sadržajima, percepcije mladih o postojećim sadržajima za mlade i ulaganju lokalnih samouprava, do medijski atraktivnih formi i tema za mlade.

**Uzorak:** Na online anketu je odgovorilo 59 mladih iz Bora.

**Tip izveštaja:** deskriptivno-statistički.

## **Vreme sprovođenja ankete:**

Od 20. avgusta do 5. oktobra 2020. godine. Vreme trajanja ankete – 45 dana.



## UVODNI DEO

Inicijativa "ZA sadržaje za mlade" nastoji da doprinese boljem okruženju za mlade, podstakne njihovu bolju informisanost i aktivniju ulogu u lokalnoj zajednici. Zalaganje PU "Lokal pres" i projekta ZA sadržaje za mlade odnosi se na obezbeđivanje sredstava za kreiranje medijskih sadržaja za mlade u lokalnim budžetima.

Kroz konkurse za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja od javnog interesa i lokalne samouprave i Ministarstvo kulture i informisanja medijima dodeljuju značajna sredstva za kreiranje sadržaja. Međutim, deca i mladi su vrlo retko u fokusu tih medijskih sadržaja.

Polazna analiza koju je PU "Lokal pres", sprovedo u 10 gradova i opština, pokazala je da su tokom 2018. i 2019. kroz konkurse za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja ove lokalne samouprave izdvojile tek 5,67 % sredstava za sadržaje za mlade.

U isto vreme mladi su na našim početnim anketama koje su obuhvatile manji uzorak, potvrdili polaznu analizu i ustanovili da nema dovoljno sadržaja koji bi zavredeli njihovu pažnju.

Zato se ovaj projekat i ljudi okupljeni oko njega zalažu da lokalne samouprave iz svojih budžeta obezbede deo sredstava za informisanje mladih.

Tokom realizacije projekta analizirani su lokalni akcioni planovi za mlade u 10 lokalnih samouprava. Uloga informisanja mladih u ovim dokumentima ostala je u senci nekih drugih aktivnosti.

Inicijativa „ZA sadržaje za mlade“ sprovodi se u okviru programa „Aktivni građani – bolje društvo: zagovaranjem ka saradnji i demokratskom razvoju Srbije“, koji realizuje BOŠ uz podršku američkog naroda putem Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID).

Kampanju javnog zagovaranja „ZA sadržaje za mlade“, koju sprovodi PU „Lokal pres“ u 10 lokalnih samouprava prepoznala su kao potrebu dva ministarstva Republike Srbije i putem pisama podrške preporučila ih lokalnim samoupravama. To su Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije i Ministarstvo omladine i sporta.

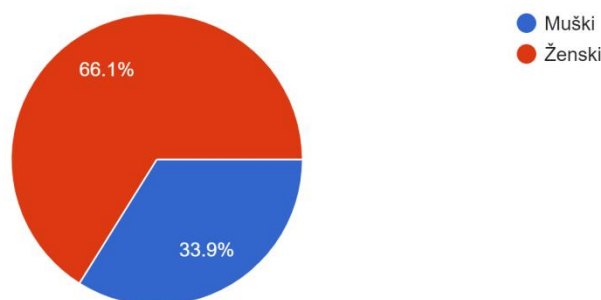
Lokalnu samoupravu Bora, PU "Lokal pres" je prepoznalo kao lokalnu zajednicu koja svojim građanima pruža šansu da se aktivno uključe u aktivnosti zajednice. Posebno je vrednovan podsticaj koji ova lokalna samouprava pruža mladim ljudima kroz projekte za sufinansiranje medijskih sadržaja. Bor je jedna od malobrojnih lokalnih uprava koja je u protekle dve godine podržavala informisanje namenjeno mladima. Namera je da prenesemo dobra iskustva stečena u ovoj lokalnoj samoupravi i da formalno pravno obezbedimo održivost u lokalnom budžetu koja podržava kontinuitet finansiranja sadržaja za mlade. Upravo iz tih razloga, lokalna uprava Bora je prepoznata kao partner u projektu ZA sadržaje za mlade.

## OBUHVAT UZORKA

Učesnici koji su popunjavali upitnik/anketu žive na području Grada Bora.

## STRUKTURA ISPITANIKA PO POLOVIMA I GODINAMA STAROSTI

U na pitanja u online upitniku je odgovorilo 66,1% devojaka I 33,9% mladića.



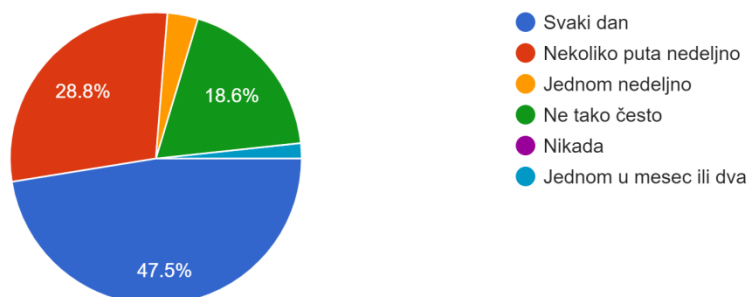
*Grafik broj 1: Struktura ispitanika po polovima*

Kada su godine starosti u pitanju u odgovorima su bili najviše zastupljeni sedamnaestogodišnjaci /44,1%/, potom slede ispitanici sa 18 godina /18,6%/, sa 16 godine /13,6%/, pa tek onda slede mladi sa 24 godine /6,8%/.Ovaj podatak ukazuje na dve činjenice:

- 1) Izuzetnu zainteresovanost za informisanost su pokazali u Boru mladi, mladje uzrastne dobi /od 15 do 18. godina u odnosu na ostale gradove
- 2) Odsustvo mladih u ovoj lokalnoj sredini uzrastne dobi preko 20 godina koji odlaze na školovanje i mali broj onih koji se vraćaju u svoju sredinu.

## UČESTALOST INFORMISANJA PUTEM MEDIJA

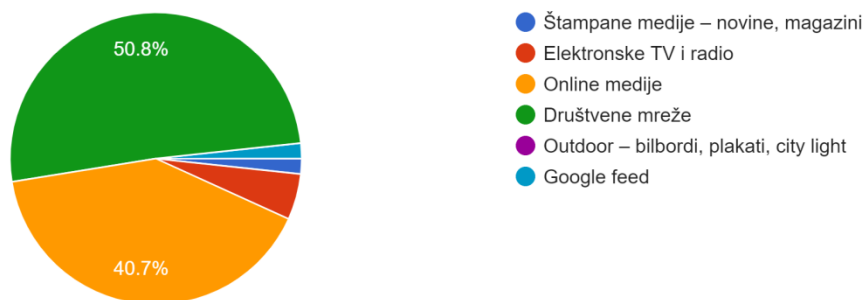
Na pitanje koliko često se informišu putem medija ohrabruje činjenica da 47,5% mladih je odabralo odgovor svakog dana. Za informisanje nekoliko puta nedeljno se opredelilo 28,8% mladih.



*Grafik broj 2: Odgovori ispitanika na pitanje o učestalosti korišćenja medija kao izvora informisanja u Boru*

## TIP MEDIJA

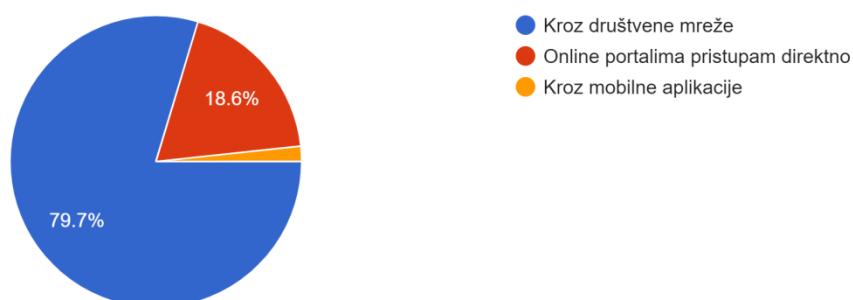
Da je internet svet mladih pokazuju odgovori na pitanje koji tip medija najčešće koriste za svoje informisanje. Čak 91,5% mladih je odgovorilo društvene mreže /50,8%/ i online medije /40,7%/. Elektronske medije prati tek 5,1% mladih, a štampane 1,7%.



*Grafik broj 3: Tipovi medija koji informišu mlade u Boru*

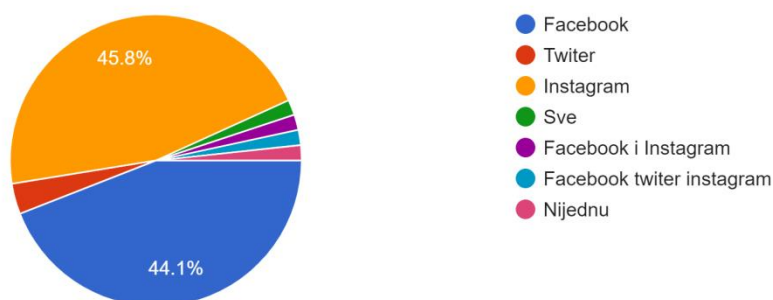
## PRISTUPANJE ONLINE SADRŽAJIMA

Mladi medijskim sadržajima pristupaju uglavnom putem društvenih mreža. U Boru čak 79,7% mladih pristupa medijskim sadržajima putem društvenih mreža što je znatno veći broj u odnosu na prosek Srbije. Online platformama direktno pristupa 18,6% ispitanika a aplikacijama tek 1,7%.



*Grafik broj 4: Načini pristupanja medijskim sadržajima u Boru*

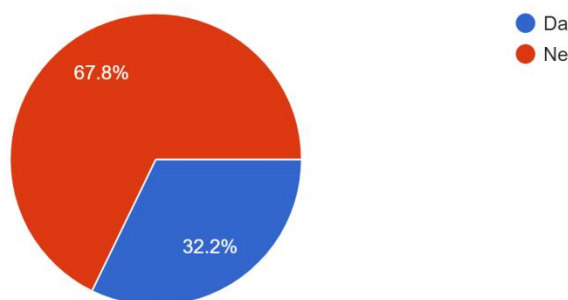
Najčešće korišćena mreža za informisanje mladih u 2020. godini, kada je Bor u pitanju, je Instagram /45,8%/ a potom sledi Facebook /44,1%/ I Twiter /3,4%/.



*Grafik broj 5: Najčešće korišćena društvena mreža za informisanje mladih u 2020 u Boru*

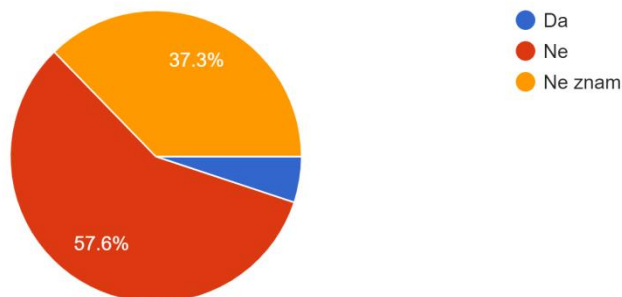
## INFORMISANOST MLADIH U LOKALNIM ZAJEDNICAMA

Na pitanje da li u medijima ima dovoljno sadržaja za mlade, čak 67,8% mladih u Boru je odgovorilo da nema.



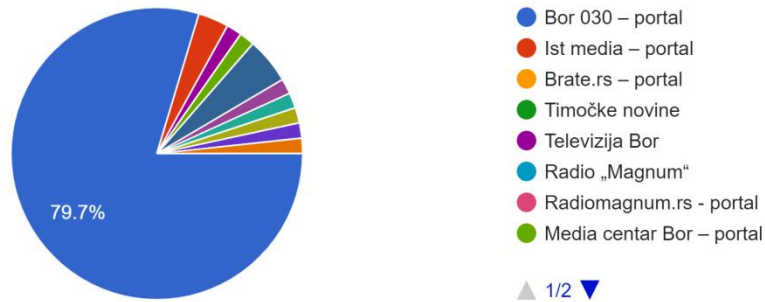
*Grafik broj 6: Stavovi mladih o prisutnosti medijskih sadržaja za mlade u Boru*

Na pitanje šta mladi misle da li njihova lokalna samouprava izdvaja dovoljno sredstava za programe namenjene mladima više od trećine je odgovorilo da ne zna /37,3%, a 57,6 odsto je odgovorilo da ne izdvaja. Tek 5,1% je potvrdno odgovorilo.



*Grafik br 7: Da li tvoj grad/opština dovoljno izdvaja novca za programe namenjene mladima.*

Kada je prepoznavanje lokalnih medija u pitanju, mladi u Boru su pokazali visok stepen informisanosti. Najznačajniju ulogu na lokalnu kada je u pitanju informisanje mladih imaju online mediji i to portal Bor 030 koji mladi najviše prepoznaju i prate. Čak 79,7% ispitanika se opredelilo za ovaj medij. Potom slede Klik radio /5,1%/ Ist media /3,4%/ i ostali lokalni mediji.



Grafik broj 8: Najčešće praćeni lokalni mediji u Boru

## UKLJUČIVANJE MLADIH U MEDIJSKE SADRŽAJE

Čak 50,8% ispitanika iz Bora je na direktno pitanje da li bi želeo/la da se uključiš u kreiranje medijskih sadržaja za mlade izrazilo želju da direktno učestvuje u informisanju.

Na opisno pitanje kako bi mediji mogli da uključe mlade u kreiranje sadržaja stigao je veliki broj odgovora. Prenosimo neke od njih:

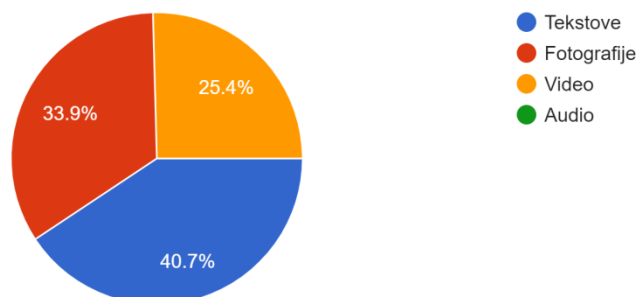
- Mediji bi mogli bi da pišu o nekim temama koje mladi izaberu ili čak sami obrade neku temu.
- Produkcijom emisija koju će voditi mladi, gde će oni birati svoje goste i gde će moci da se priča o bilo kojoj temi o kojoj ONI zele da pričaju , tj o temama o kojima mladi žele da slušaju i saznaju nesto novo .
- Da jednostavno shvate i pišu na teme koje su kod mladih aktuelne
- Recimo da pišu o nekim novim programima.
- Tako što će više pričati o mladima, potrebama mladih, izbacivati sadržaje za mlade različitih tema.
- Kuckanje članaka na drugim platformama koje su mladima pristupačne
- Preko kampanja na društvenim mrežama



- Recimo, neka moja ideja je da bi mediji trebalo da kreiraju neku rubriku namenjenu mladima, gde će mladi moći sami da pišu tekstove i nabavljaju informacije o stvarima koje ih interesuju.
- Možda da im daju više prostora u svojim sadržajima, ali i svojim redakcijama. Neka angažuju mlade da pišu za njih i neka ih pitaju šta oni misle. Neka ih uključe u proces donošenja odluka u samom mediju.
- Putem društvenih mreža.
- Da pravimo omladinske novine
- Putem nekih radionica za obuku mladih
- Među mladima sprovoditi ankete.
- Otvaranjem nekih škola pisanja, stvaranjem redakcije u kojoj će se pisati o životu omladine u gradu, sportska sekcija o mlađim kategorijama
- Po mom mišljenju trebalo bi da dodaju specijalni odeljak gde će mladi pisati i kreirati vesti koje bi bile značajne i interesantne za nas, a u isto vreme informativne.
- Mladi bi mogli da se uključe u kreiranje sadržaja za svoje vršnjake
- Konkursima za volontersko pisanje na sajtovima (+obuka osnova informacija)
- Posebna rubrika za mlade u svim medijima
- Putem radionica na kojima bi mladi učili o osnovama i vrstama medija, gde bi takođe pokazali i podelili svoja znanja i veštine.
- Preko anketa ili uključivanje mladih u rad i rešavanje nekog problema u lokalnoj zajednici.
- Da mediji odaberu prikladne i zanimljive teme za mlade.

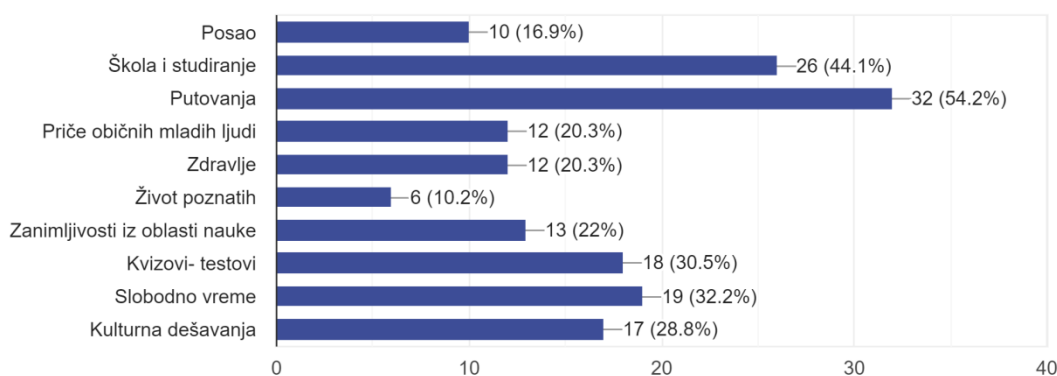
## SADRŽAJI I TEME KOJE ZANIMAJU MLADE

Mlade u Boru najviše zanimaju tekstovi /40,7%/, potom fotografije /33,9%/ i na kraju video sadržaji /25,4%/.



*Grafik broj 9: Forme medijskih sadržaja koje mladi najviše vole u Boru*

Od tema koje su ponuđene u upitniku, mladi su prepoznali kao najzanimljivije putovanja /54,2%%/, potom slede škola i studiranje /44,1%/, pa slobodno vreme /32,5%/, kvizovi i razni testovi /30,5%/. Za razliku od drugih sredina mladi nisu pretereno zainteresovani za zanimljivosti iz oblasti nauke, a posao /16,9%/ uz zdravlje i život poznatih je među najslabije kotiranim odgovorima. zanimljivosti iz oblasti nauke /28,4%/, pa kulturna dešavanja /27%/ i posao /23%/



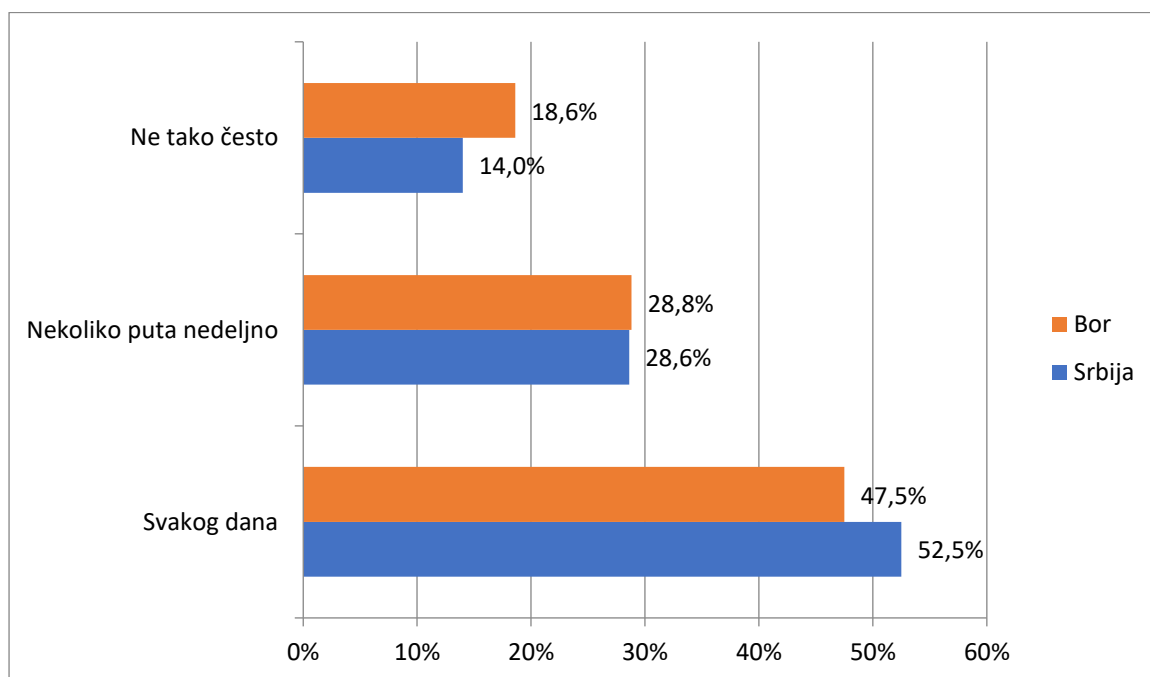
*Grafik broj 10: Teme mlade u medijima najviše interesuju u Boru*

Ispitanici su imali priliku da u okviru ovog pitanja odaberu po tri odgovora.

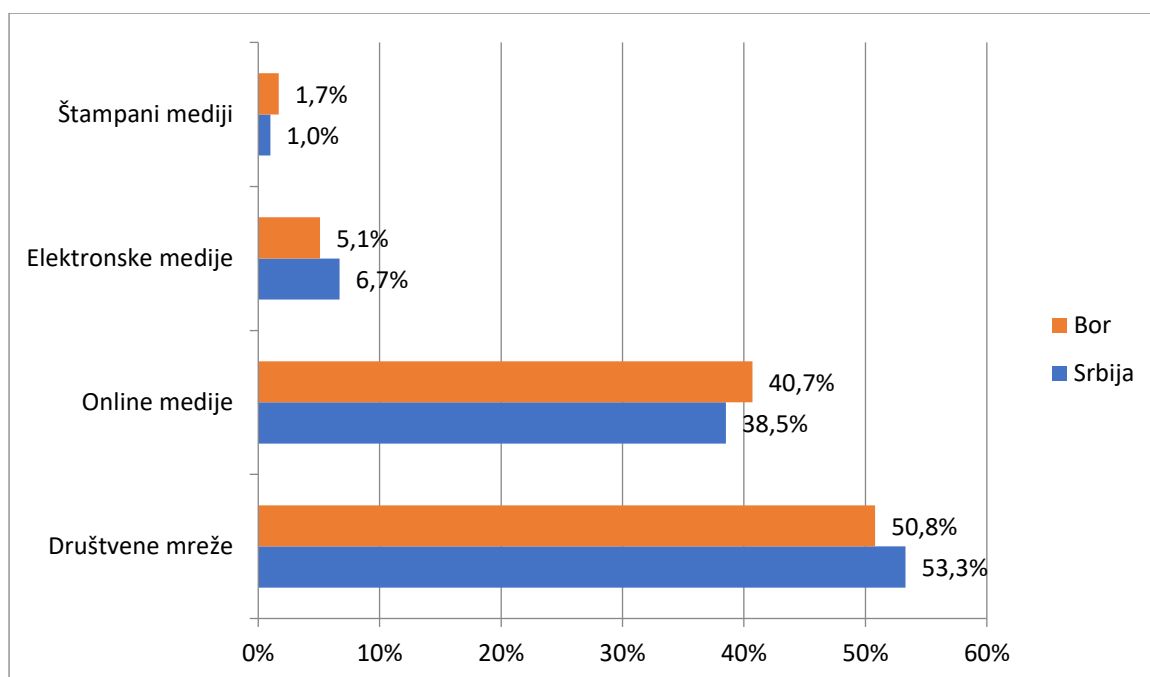
## UPOREDNE ANALIZE REZULTATA

Radi sagledavanja specifičnosti svake sredine i prepoznavanja određenih specifičnosti urađena je uporedna analiza rezultata koji dolaze iz lokalne sredine / Bor /i ostatka Srbije. U analizi možemo sagledati razlike koje postoje, a uzrokovane su kulturološkim i razlikama u mentalitetu mlade populacije.

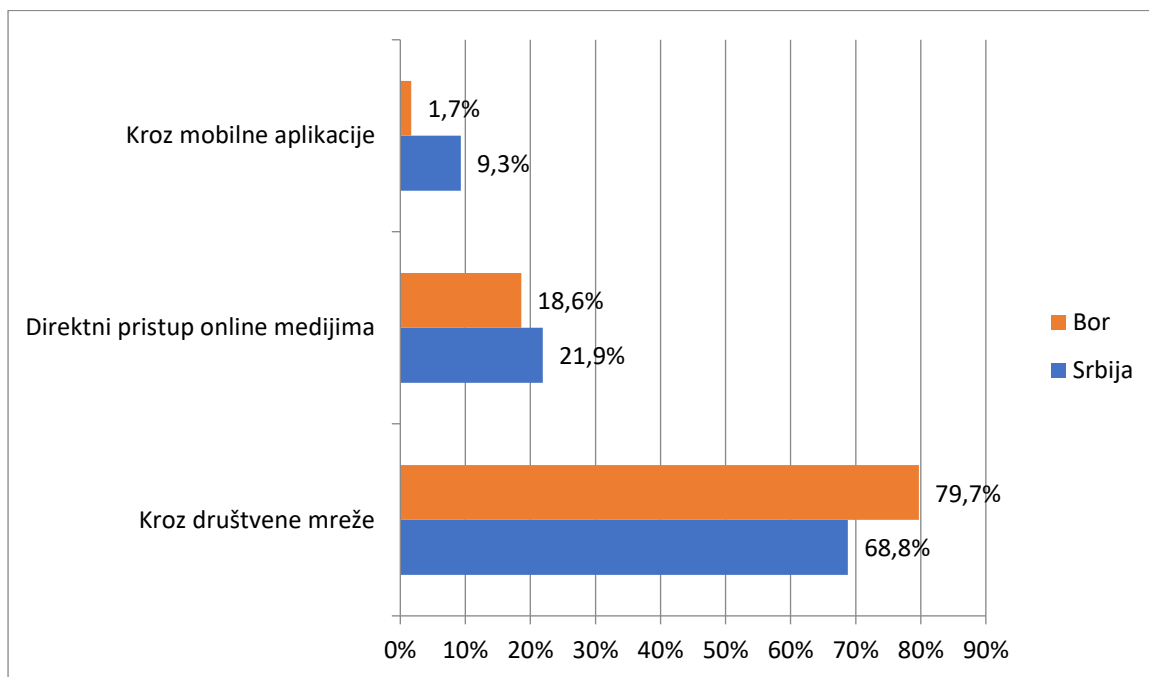
### Koliko se često informišeš putem medija?



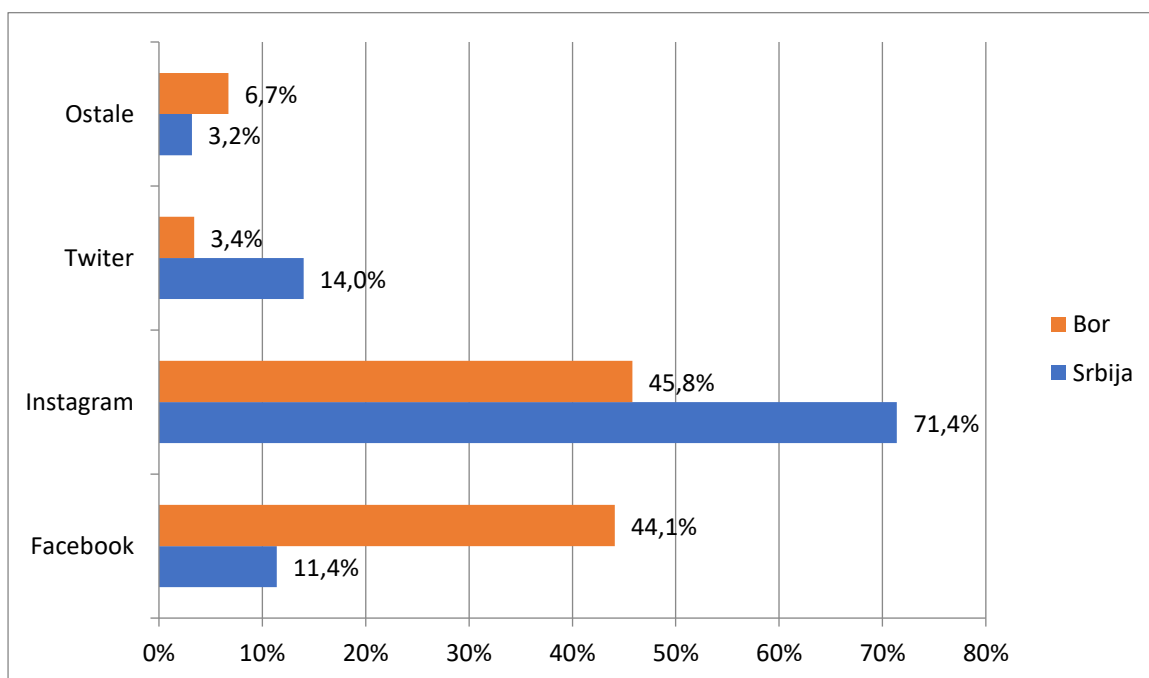
### Koji tip medija najčešće koristiš za informisanje?



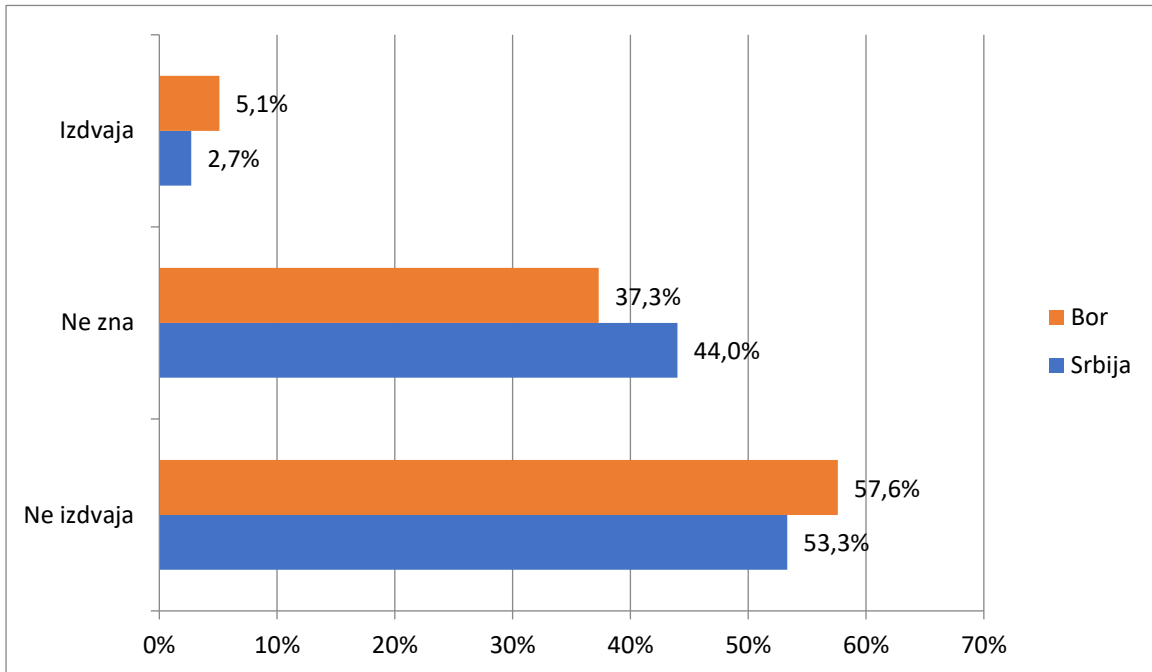
### Na koji način najčešće pristupaš online sadržajima?



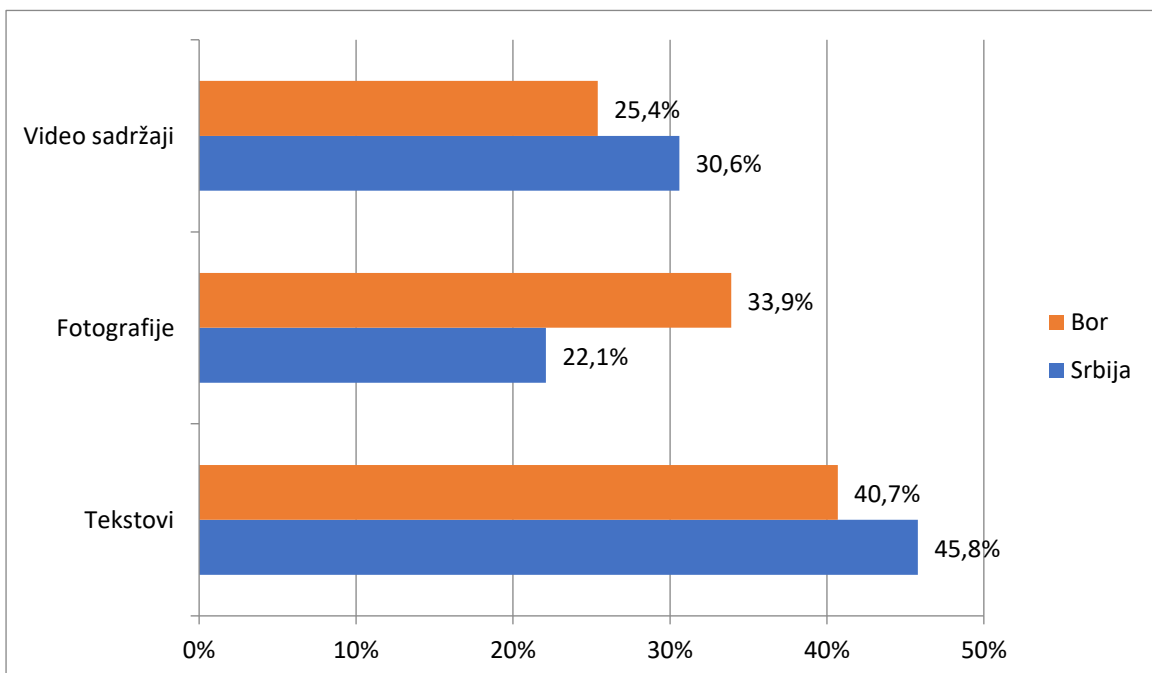
### Koju društvenu mrežu najčešće koristiš za informisanje?



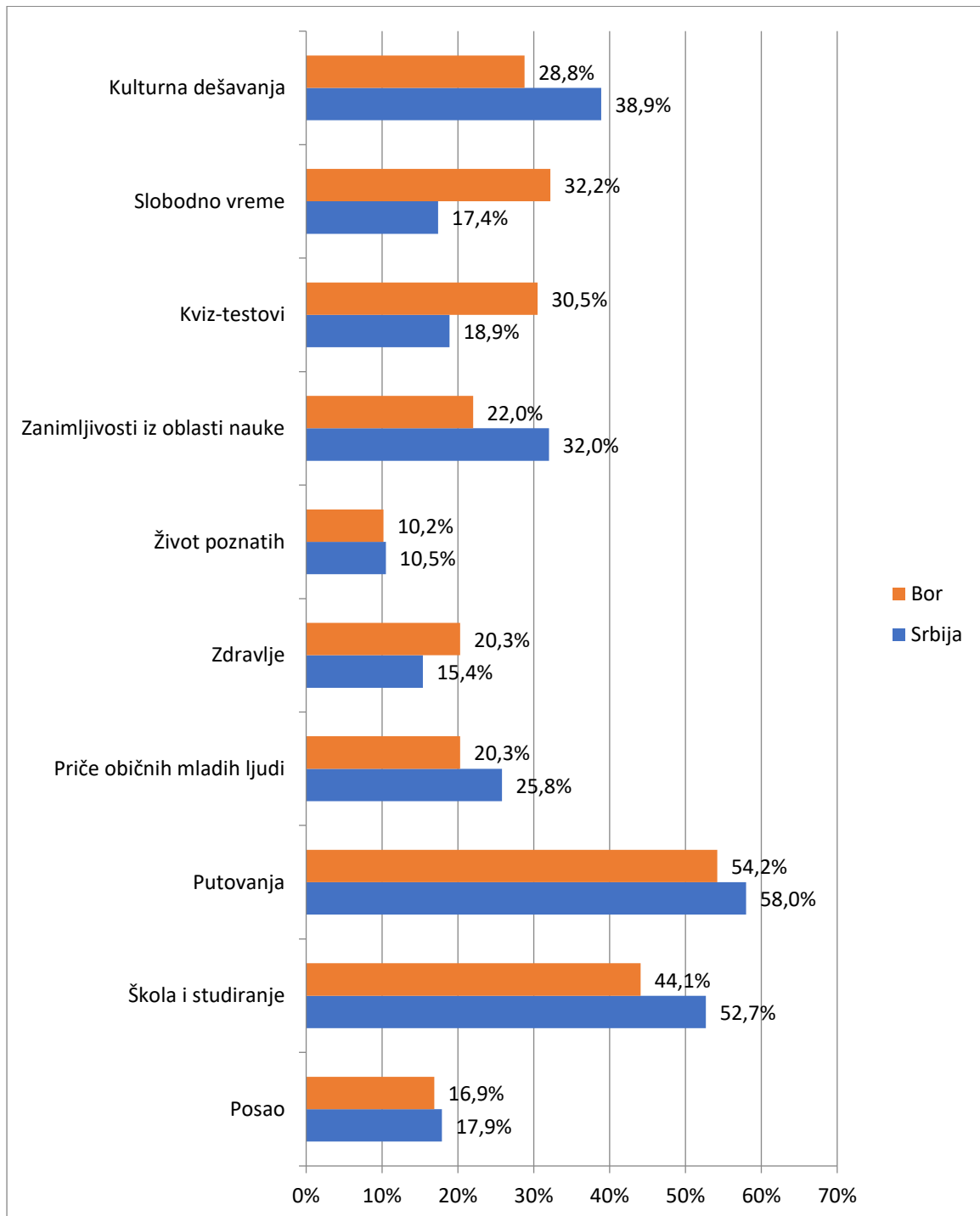
## Da li tvoj grad/opština izdvaja dovoljno novca za programe namenjene mladima?



## Koju formu medijskih sadržaja najviše voliš?



## Koje teme u medijima te najviše interesuju?



## PREPORUKE

1. Definirati kreiranje sadržaja za mlade kao javni interes Grada Bora prilikom raspisivanja konkursa za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja.
2. Primeniti poslovni model kreiranja zasebne budžetske stavke u okviru lokalnih budžeta za sufinansiranje sadržaja za mlade ili posebnom Odlukom o visini procenta izdvajanja u okviru sredstava namenjenih za informisanje građana Bora propisati visinu i obaveznost izdvajanja radi obezbeđivanja održivosti inicijative.
3. Među mladima u Boru sprovoditi kontinuirano ankete o potrebama za informisanjem i aktuelnim temama u cilju praćenja njihovih interesovanja. Ankete mogu sprovoditi lokalni mediji ili Kancelarija za mlade.
4. Kancelarija za mlade može na svom FB profilu da postavi kontinuiranu anketu na temu društvenih mreža koje mladi sugrađani koriste u svom informisanju radi praćenja mlade publike u Boru i kanala distribucije informacija. Ovu informaciju o kanalima distribucije KZM može koristiti prilikom određivanja svojih ciljnih grupa sa kojima komunicira.
5. KZM može otvoriti Instagram profil na kojem će za početak pozvati svoje volontere da postavljaju fotografije sa svojih putovanja. Razvoj ovog profila kao i aktuelne teme mogu biti uslovljene nekim novim interesovanjima mladih u Boru.
6. Kroz mini medijske kampanje na lokalnom nivou na društvenim mrežama bliskim mladima u Boru formirati mrežu mladih koja će prenositi informacije o tekućim aktivnostima.
7. Formirati eksperimentalne vajber ili watc up grupe u zavisnosti od interesovanja za posebne grupe mladih /putovanja, novosti iz zabave, edukacije.../ i prosleđivati im samo takve vrste informacija prijavljenim mladim građanima. Nosilac aktivnosti može biti KZM ili neka od lokalnih OCD organizacija za mlade ili koje se bave mladima. Takođe, ovaj kanal mogu koristiti i lokalni mediji ukoliko budu imali sadržaje za mlade.
8. KZM Bor može kontinuirano svake godine da organizuje edukacije za mlade na temu medija i medijske pismenosti i otuda regrutuje najbolje polaznike za informisanje mladih i za pisanje medijskih sadržaja koje će plasirati na svojim profilima.
9. Organizovati FB grupe za informisanje mladih i na taj način proširiti mrežu svih onih koji žele da učestvuju u aktivnostima KZM i informisanju, a i osigurati podršku ostalih građana.
10. Osnažiti i podstaći lokalne novinarske kadrove da učestvuju u edukaciji i mentorisanju mladih u delatnosti informisanja radi obezbeđivanja održivosti aktivnosti.



11. Doprineti jačanju kapaciteta mladih i stvarati tim vršnjačkih edukatora koji će nastaviti aktivnosti na jačanju medijske pismenosti mladih u Boru.