



Poslovno udruženje asocijacije lokalnih i nezavisnih medija „Lokal pres”

IZVEŠTAJ O SPROVEDENOJ ANKETI NA TEMU INFORMISANJA MLADIH U SREMSKOJ MITROVICI

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 anketu je odgovorilo 74 mladih iz Sremske Mitrovice.

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", sprovelo 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 tvrdnju i ustanovili da nema dovoljno sadržaja koji bi zavredeli njihovu pažnju.

Zato se ovaj projekat i građani 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 Sremske Mitrovice PU "Lokal pres" je prepoznalo kao lokalnu zajednicu koja svojim građanima pruža šansu da se aktivno uključe u aktivnosti zajednice.

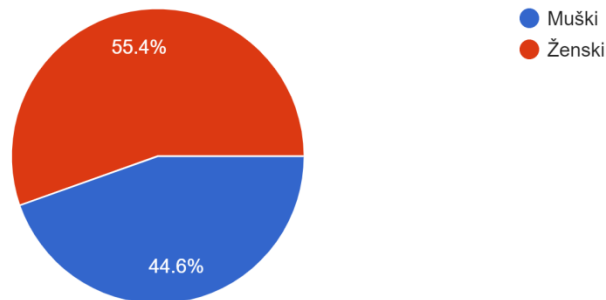
OBUHVAT UZORKA

Učesnici koji su popunjavali upitnik/anketu žive na području Sremske Mitrovice i okolnih naselja koja gravitiraju ovom gradu.

STRUKTURA ISPITANIKA PO POLOVIMA I GODINAMA STAROSTI

Na pitanja u upitniku je odgovorilo 55,4% devojaka i 44,6% mladića.

Naziv grafika: Zastupljenost polova u upitniku



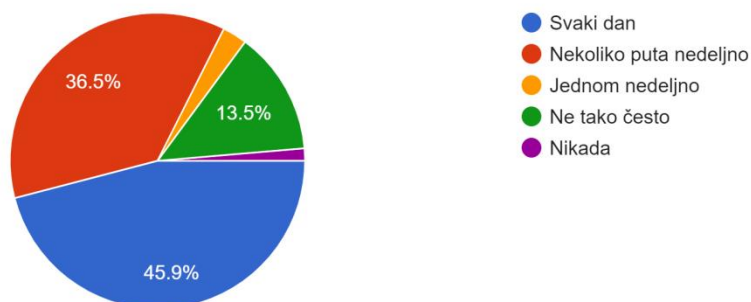
Grafik broj 1: Struktura ispitanika po polovima

Kada su godine starosti u pitanju u odgovorima su bili najviše zastupljeni devetnaestogodišnjaci /18,9%/, potom slede ispitanici sa 18 godina /14,9%/, sa 23 godine /13,5%/, sa 17 godina /10,8%/, i sa 16 godina /9,5%/. Iz priloženog se zaključuje da je 54,1% ispitanika u životnoj dobi od 16 do 19 godina starosti, odnosno srednjoškolci.

UČESTALOST INFORMISANJA PUTEM MEDIJA

Na pitanje koliko često se informišu putem medija ohrabruje činjenica da 45,9% mladih je odabralo odgovor svakog dana. Za informisanje nekoliko puta nedeljno se opredelilo 36,5% mladih.

Naziv grafika: Mladi i mediji



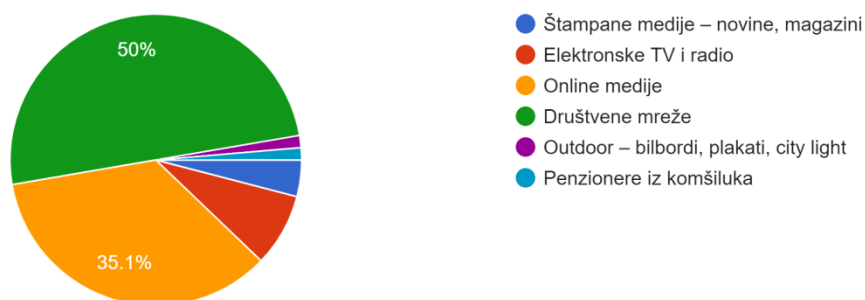
Grafik broj 2: Odgovori ispitanika na pitanje o učestalosti korišćenja medija kao izvora informisanja u Sremskoj Mitrovici

Da informisanje kada su u pitanju postojeći sadržaji medija, nije u fokusu mladih pokazao je značajan procenat odgovora - ne tako često /13,5%/. Odgovor nikada odabrao je samo jedan ispitanik što čini 1,4% uzorka.

TIP MEDIJA

Da je internet svet mladih pokazuju odgovori na pitanje koji tip medija najčešće koriste za svoje informisanje. Čak 85,1% mladih je odgovorilo društvene mreže /50%/ i online medije /35,1%/. Međutim, primetno je da u regionu Sremske Mitrovice mladi su više orjentisani na tradicionalne medije štampu /4,1%/ i elektronske /8,1%/ u odnosu na rezultate iz ostalog dela Srbije.

Naziv grafika: Izvori informisanja koje mladi koriste

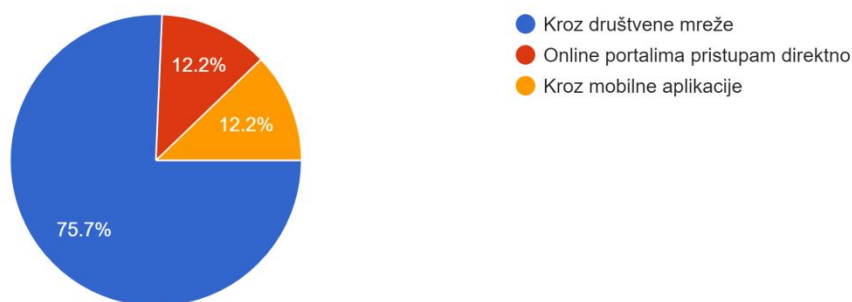


Grafik broj 3: Tipovi medija koji informišu mlade u Sremskoj Mitrovici

PRISTUPANJE ONLINE SADRŽAJIMA

Mladi medijskim sadržajima pristupaju uglavnom putem društvenih mreža. U Sremskoj Mitrovici čak 75,7% mladih pristupa medijskim sadržajima putem društvenih mreža što je znatno veći broj u odnosu na prosek Srbije. Online platformama direktno pristupa tek 12,5% ispitanika koliko i aplikacijama.

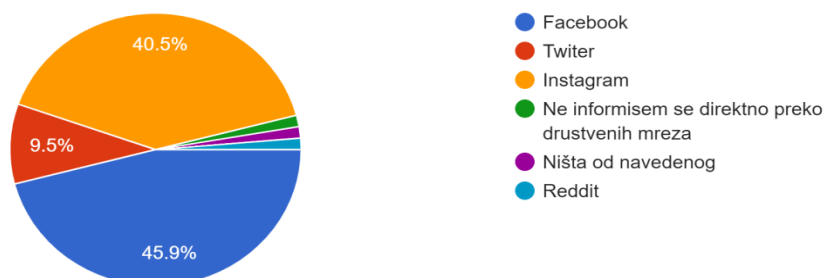
Naziv grafika: Put do medijskih sadržaja za mlade



Grafik broj 4: Načini pristupanja medijskim sadržajima u Sremskoj Mitrovici

Najčešće korišćena mreža za informisanje mladih u 2020. godini kada je Sremska Mitrovica u pitanju je Facebook /45,9%/ i to je specifičnost ove sredine. Sledi Instagram /40,5%/ i Twiter /9,5%/.

Naziv grafika: Naj društvene mreže

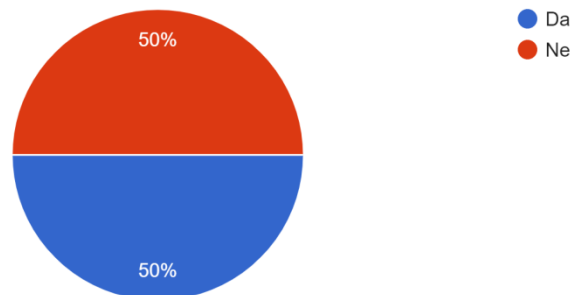


Grafik broj 5: Najčešće korišćena društvena mreža za informisanje mladih u 2020 u Sremskoj Mitrovici

INFORMISANOST MLADIH U LOKALNIM ZAJEDNICAMA

Na pitanje da li u medijima ima dovoljno sadržaja za mlade, zanimljiv je odgovor mladih iz Sremske Mitrovice. Polovina ispitanika smatra da ima dovoljno sadržaja.

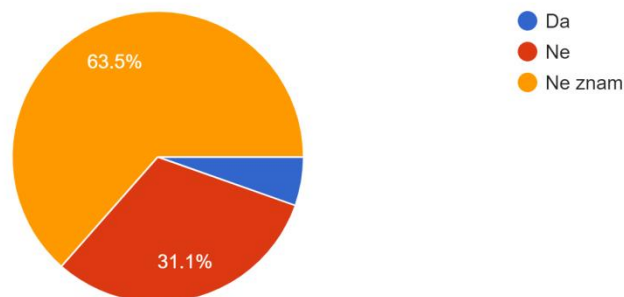
Naziv grafika: Ima li sadržaja za mlade



Grafik broj 6: Stavovi mladih o prisutnosti medijskih sadržaja za mlade u Sremskoj Mitrovici

Ali u dilemi o dobroj informisanosti dovodi nas pitanje da li su mladi upućeni u to da li njihova lokalna samouprava izdvaja dovoljno sredstava za programe namenjene mladima. Čak 63,5% ispitanika je odgovorilo da ne zna što je znatno više od proseka u Srbiji. Da se ne ulaže dovoljno odgovorilo je 31,1, a 5,4,% mladih smatra da je to sasvim dovoljno za potrebe mladih.

Naziv grafika: Informisanost mladih na lokalnu o ulaganju u mlade



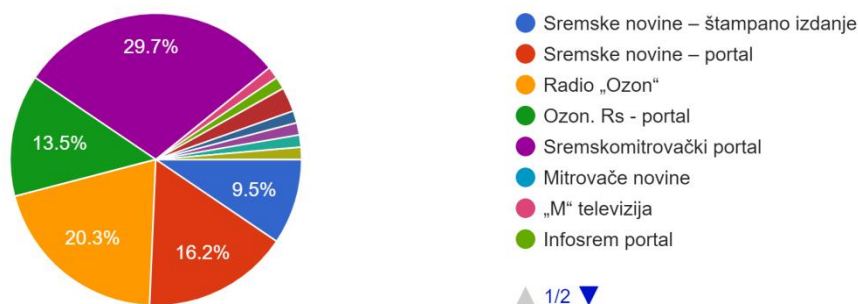
Grafik br 7: Da li tvoj grad/opština izdvaja dovoljno novca za programe namenjene mladima

U Sremskoj Mitrovici nailazimo na viši procenat mladih /5,4%/ koji su zadovoljni postignutim ulaganjima u mlade u odnosu na ostali deo Srbije.

Kada su lokalni mediji u pitanju, mladi u Sremskoj Mitrovici su pokazali visok stepen prepoznavanja. Najznačajniju ulogu na lokalnu kada je u pitanju informisanje mladih imaju online mediji. Tako, 59,4 % ispitanika odgovarajući na pitanje koje lokalne medije prate se opredelilo za online medije. Najznačajniji mediji u Sremskoj Mitrovici kada je u pitanju informisanje mladih su:

Sremskomitrovački portal /29,7%/, Radio Ozon /20,3%/, portal Sremskih novina /16,2%/, portal Ozon.rs/13,5%/ i Sremske novine /9,5%/.

Naziv grafika: Mladi i lokalni mediji



Grafik broj 8: Najčešće praćeni lokalni mediji u Sremskoj Mitrovici

UKLJUČIVANJE MLADIH U MEDIJSKE SADRŽAJE

Čak 37,8% mladih iz Sremske Mitrovice 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.



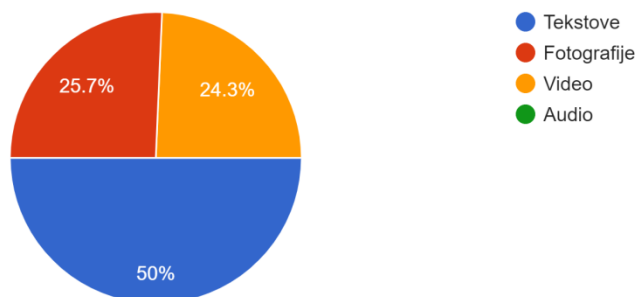
Prenosimo neke od najkonstruktivnijih i primenljivih:

- Ako se misli na recimo televiziju, mislim da bi samo trebalo organizovati više emisija u kojima se prikazuju dobri primeri mladih, recimo dobrih studenata ili mladih koji se bave kulturom
- Anketama, razgovori sa mladima lično.
- Mediji bi mogli da uključe mlade tako što će im pružiti mogućnost da nauče neke stvari o novinarstvu i o samom kreiranju sadržaja. Po meni najbolje kroz predavanja i radionice, koje bi se održale u školama ili da mediji upute poziv đacima preko škola
- Pisanjem tekstova koji su interesantni za mlade, uključivanje mladih u rad redakcija...
- Da mladi imaju svoje kolumne u novinama, objave na portalima
- Da mladi šalju svoje autorske tekstove i tako se uključuju
- Promocijom agažovanja omladinskih organizacija
- Kroz razne radionice
- Više radionica za mlade.
- Putem ankete ili pisma čitalaca, saslušavanja ideja mladih o tome šta pisati, periodični sastanci sa mladima
- Da ih podstaknu sa nekim sadržajem prilagođenim mlađoj populaciji
- Na način da postoje mediji za mlade.

FORME SADRŽAJA I TEME KOJE ZANIMAJU MLADE

Mlade u Sremskoj Mitrovici najviše zanimaju tekstovi /50%/, potom fotografije /25,7%/ i na kraju video sadržaji /24,3%/.

Naziv grafika: Forme i mladi

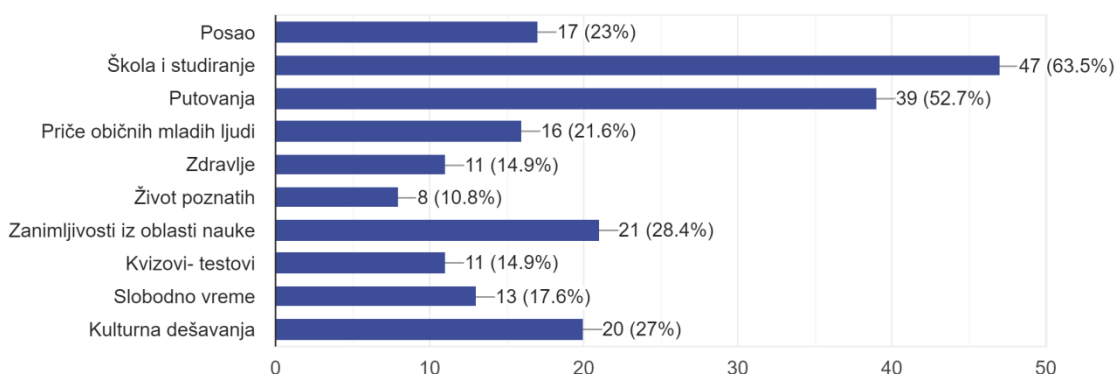


Grafik broj 9: Forme medijskih sadržaja koje mladi najviše vole u Sremskoj Mitrovici

Od tema koje su ponuđene u upitniku, mladi su prepoznali kao najzanimljivije školu i studiranje /63,5%/ potom slede putovanja /52,7%/, zanimljivosti iz oblasti nauke /28,4%/, pa kulturna dešavanja /27%/ i posao /23%/.

Najmanje ih interesuju teme iz života poznatih /8%/ i zdravlje /14,9%/.

Naziv grafika: Interesovanje mladih



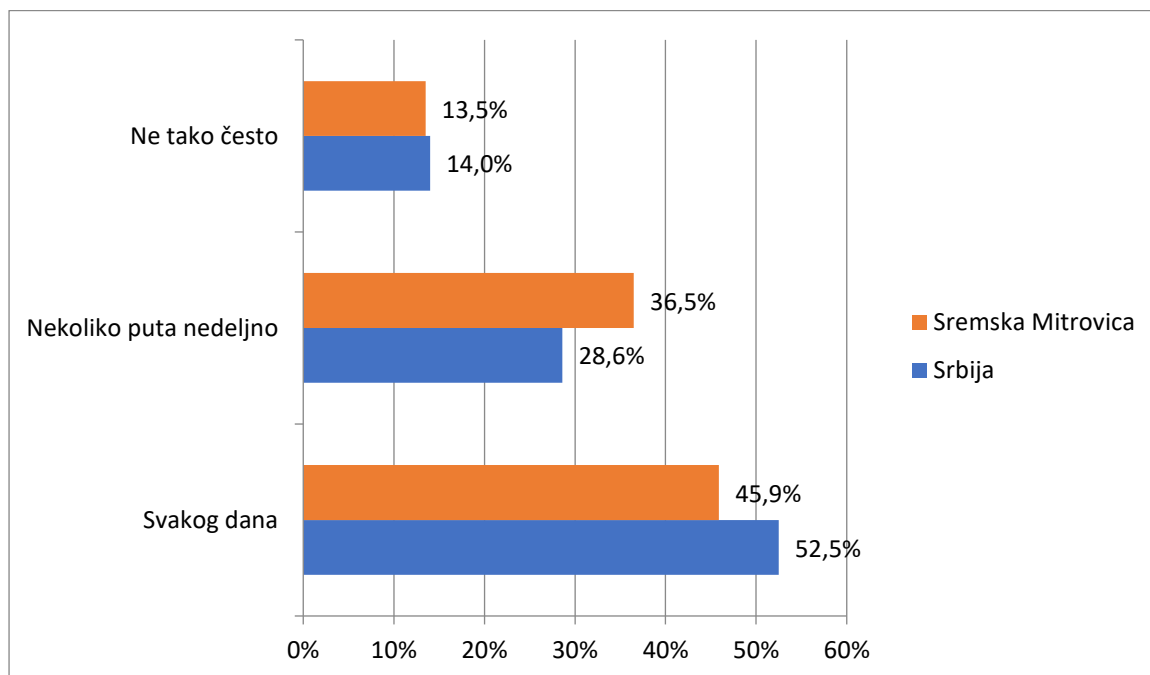
Grafik broj 10: Teme koje mlade u medijima najviše interesuju u Sremskoj Mitrovici.

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

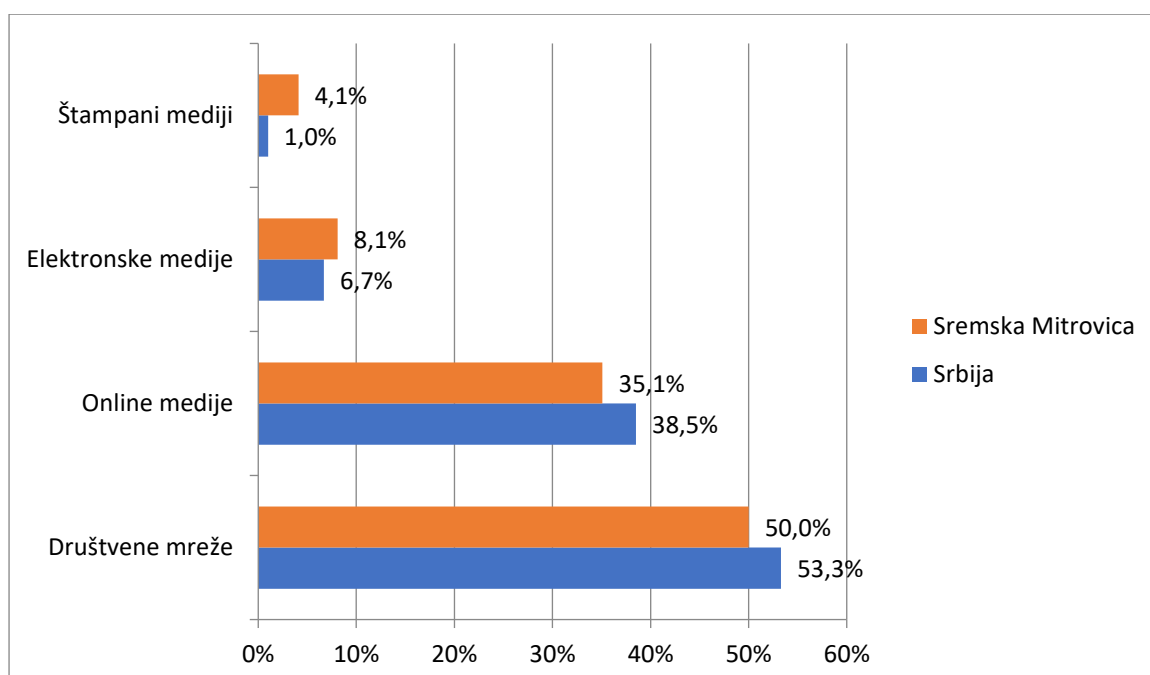
UPOREDNA ANALIZA REZULTATA

Radi sagledavanja specifičnosti svake sredine i prepoznavanja određenih trendova urađena je uporedna analiza lokalne sredine / Sremska Mitrovica / i ostatka Srbije. U analizi možemo sagledati razlike koje postoje a uzrokovane su kulturološkim i razlikama u mentalitetu mlade populacije.

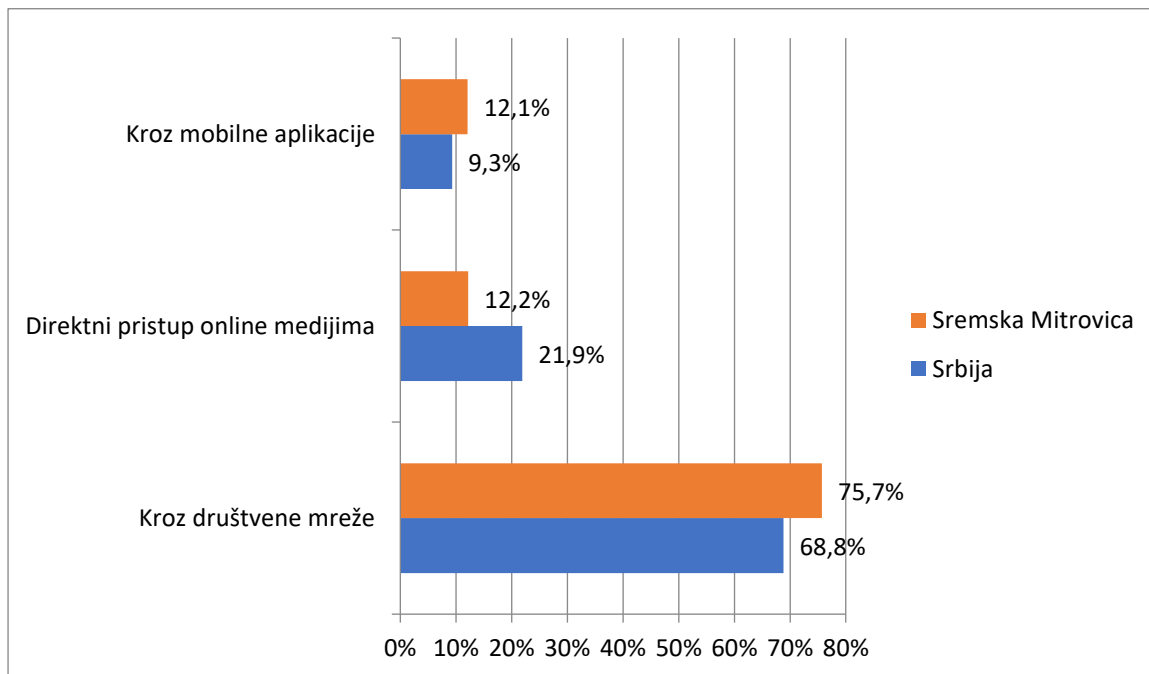
Koliko se često informišeš putem medija?



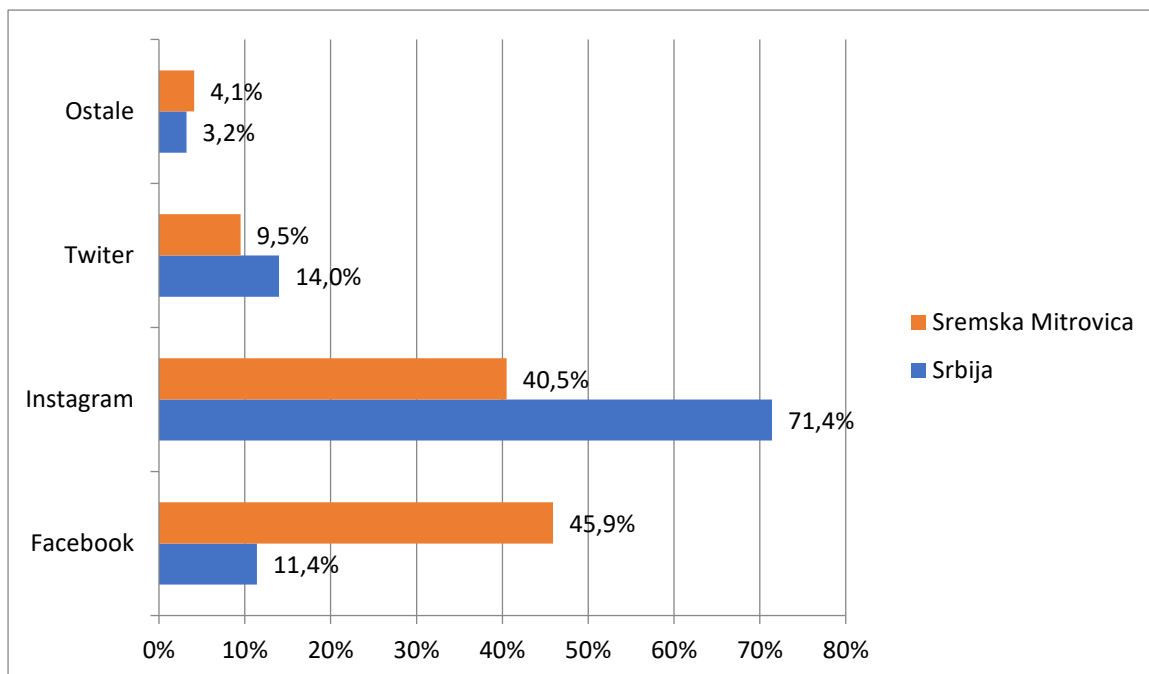
Koji tip medija najčešće koristiš za informisanje?



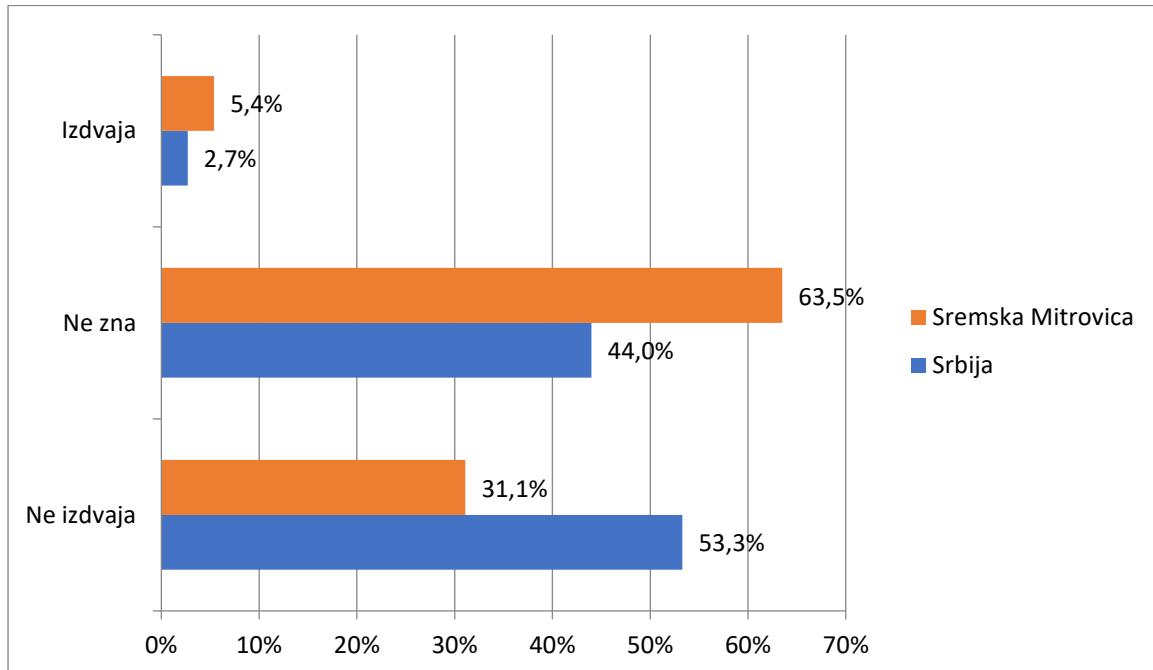
Na koji način najčešće pristupaš online sadržajima?



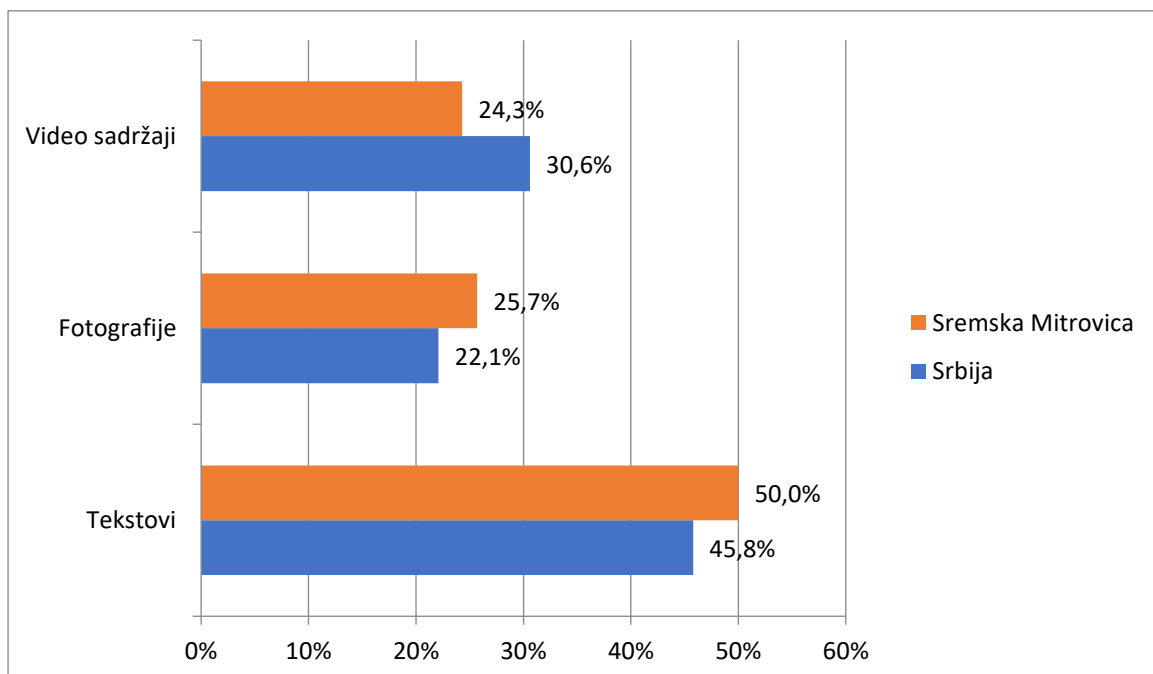
Koju društvenu mrežu najčešće koristiš za informisanje?



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?

