Poslovno udruženje asocijacije lokalnih i nezavisnih medija „Lokal pres”

IZVEŠTAJ O SPROVEDENOJ ANKETI NA TEMU INFORMISANJA MLADIH U SRBIJI

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 sadaržaje 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 640 mladih iz 52 lokalne sredine uzrasta od 15 do 30 godina. Koristeći isti upitnik sagledali smo uporednom analizom specifičnosti iz dve lokalne sredine /Bor i Sremska Mitrovica/ i cele Srbije..

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 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.

OBUHVAT UZORKA

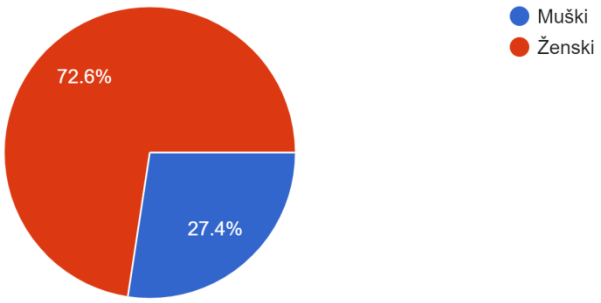
Na upitnik su odgovorili mladi iz sledećih sredina: Kraljevo, Beograd, Niš, Loznica, Šabac, Vranje, Kragujevac, Požarevac, Pančevo, Nova Pazova, Nova Varoš, Novi Pazar, Paraćin, Knjaževac, Ruma, Kovin, Mladenovac, Jagodina, Trestenik, Sremska Mitrovica, Sombor, Bujanovac, Kruševac, Čačak, Novi Sad, Bela Palanka, Leskovac, Užice, Kuršumlija, Inđija, Lazarevac, Vrnjačka Banja, Svilajnac, Bor, Petrovac na Mlavi, Gornji Milanovac, Ćićevac, Smederevska Palanka, Ivanjica, Bečej, Lazarevac, Mali Zvornik, Bogatić, Vladičin Han, Zrenjanin, Lebane, Kosjerić, Ljubovija, Raška, Prijepolje, Despotovac i Donji Milanovac.

Veoma mali, gotovo zanemarljivi broj ispitanika dolazi iz Beograda tako da se ova analiza zasniva na mišljenju i stavovima mladih iz unutrašnjosti Srbije.

STRUKTURA ISPITANIKA PO POLOVIMA I GODINAMA STAROSTI

U na pitanja u upitniku je odgovorilo 72,6% devojaka i 27,4% mladića.

Naziv grafika:Zastupljenost polova u upitniku



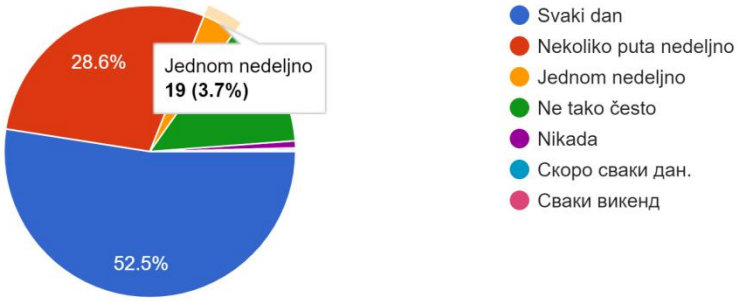
Grafik broj 1: Struktura ispitanika po polovima

Kada su godine starosti u pitanju u odgovorima su bili najviše zastupljeni dvadesetogodišnjaci /20,1%/, potom slede ispitanici sa 19 godina /18,1%/, sa 18 godina /15,2%/, sa 17 godina /10,8%/, sa 16 godina /7,9%/. Iz priloženog se zaključuje da je 72,1% ispitanika u životnoj dobi od 16 do 20 godina starosti.

UČESTALOST INFORMISANJA PUTEM MEDIJA

Na pitanje koliko često se informišu putem medija ohrabruje činjenica da čak 52,5% mladih je odabralo odgovor svakog dana. Za informisanje nekoliko puta nedeljno se opredelilo 28,6% mladih.

Naziv grafika: Mladi i mediji



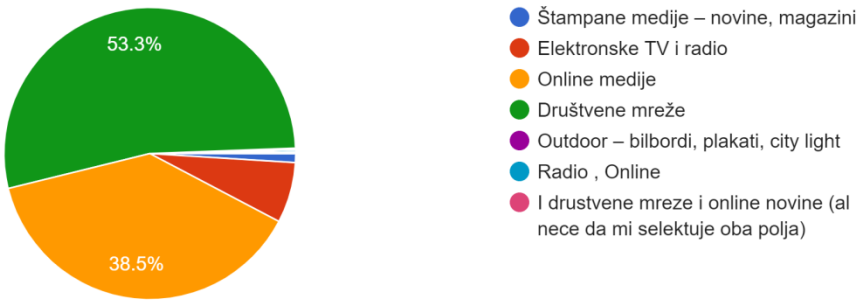
Grafik broj 2: Odgovori ispitanika na pitanje o učestalosti koriščenja medija kao izvora informisanja

Da informisanje kada su u pitanju postojeći sadržaji medija, nije u fokusu mladih pokazao je značajan procenat odgovora - ne tako često /14%/. Odgovor nikada odabrao je samo jedan ispitanik što čini 0,8% uzorka. Za medije je veoma interesantna činjenica da odgovor - samo vikendom – niko nije odabrao.

TIP MEDIJA

Da je internet svet mladih pokazuju odgovori na pitanje koji tip medija najčešće koriste za svoje informisanje. Čak 91,8% mladih je odgovorilo društvene mreže /53,3%/ I online medije /38,5%/.

Naziv grafika: Izvori informisanja koje mladi koriste



Grafik broj 3: Tipovi medija koji su nosilac informisanja mladih

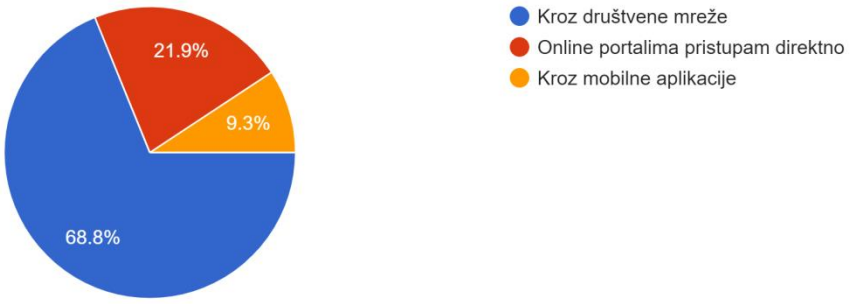
Zanimljivo je da elektronski mediji i veliki ekrani ne plene pažnju mladih. Radio i televizijske programe prati tek 6,7% ispitanika, dok su štampani mediji potpuno zaboravljeni /1%/

Ukoliko posmatramo informisanje putem online medija primećujemo da se procenat svakodnevnog informisanja mladih smanjuje na 47% a raste broj onih koji to rade nekoliko puta nedeljno 31,6%.Iz toga se nameće zaključak da informisanje mladih koji su usmereni na online medije uglavnom čini grupu onih koji informisanju pristupaju nekoliko puta nedeljno.

PRISTUPANJE ONLINE SADRŽAJIMA

Mladi medijskim sadržajima pristupaju uglavnom putem društvenih mreža. Vrsta društvenih mreža se od sredine do sredine razlikuje i to će pokazati uporedna analiza rezultata.

Naziv grafika:Put do medijskih sadržaja za mlade



Grafik broj 4: Načini pristupanja medijskih sadržaja

Mladi online sadržajima pristupaju kroz društvene mreže /68,8%/, online platformama pristupaju direktno /21,9%/ ispitanika a preko mobilnih aplikacija tek 9,3 odsto.

Najčešće korišćena mreža za informisanje mladih u 2020. godini je Instagram. Čak 71,4% ispitanika koristi ovu mrežu za svoje informisanje.Potom sledi Twiter /14%/ I FaceBook /11,4%/ dok ostale društvene mreže /Reddit, Snapchat, TikTok…/ su stale u 3,2 odsto.

Naziv grafika: Naj društvene mreže

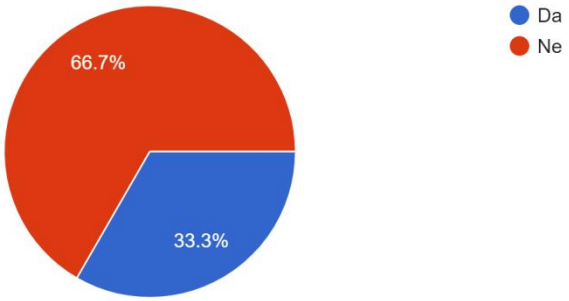
Grafik broj 5: Najčešće korišćena društvena mreža za informisanje mladih u 2020.

Činjenica je da kada je odabir društvenih mreža u pitanju, ovi rezultati se najbrže menjaju te otuda odrednica godina kao pokazatelj rezultata u tom periodu.

INFORMISANOST MLADIH U LOKALNIM ZAJEDNICAMA

Na pitanje da li u medijima ima dovoljno sadržaja za mlade, 66,7% ispitanika smatra da ih nema.

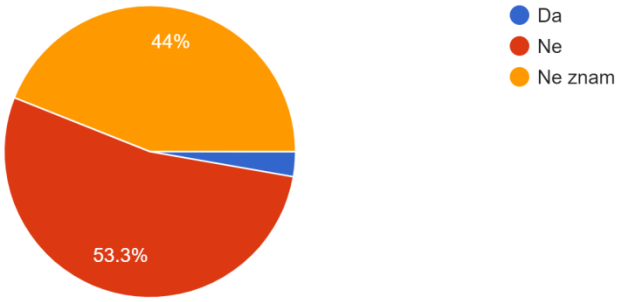
Naziv grafika: Ima li sadržaja za mlade



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

Da je postoji nedovoljna informisanost mladih pokazuje i činjenica da čak 44% ispitanika je odgovorila da ne zna da li njihova lokalna samouprava izdvaja dovoljno novca za programe namenjene mladima.

Naziv grafika: Nedovoljna informisanost mladih na lokalu



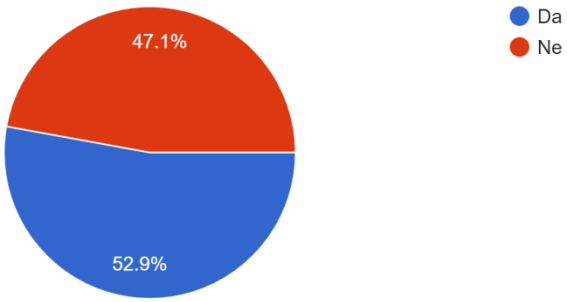
Grafik br 7: Da li tvoj grad/opština dovoljno izdvaja novca za programe namenjene mladima

Na ovo pitanje tek 2,7% ispitanika je odgovorilo potvrdno i ovaj podatak govori o nedovljnom informisanju mladih o zbivanjima u lokalnim zajednicama.

UKLJUČIVANJE MLADIH U MEDIJSKE SADRŽAJE

Čak 52,9% mladih je na direktno pitanje da li bi želeo/la da se uključiš u kreiranje medijskih sadržaja za mlade izrazilo želju da učestvuje u informisanju.

Naziv grafika: Želiš li da kreiraš medijske sadržaje za mlade?



Grafik broj 8: Broj mladih koji bi se uključio u kreiranje sadržaja ua mlade

Na opisno pitanje kako bi mediji mogli da uključe mlade u kreiranje sadržaja stigao je veliki broj odgovora. Svaki treći ispitanik je sugerisao način za uključivanje. Najkonstruktivniji i brzo primenljivi su:

- Kroz česta anketiranja i istraživanja utvrditi potrebe mladih u lokalnim sredinama

- Da u svoju redakciju zaposle mlade ljude koji znaju kakvo je stanje u zemlji i kakav je položaj mladih i da oni budu ti. koji će afirmisati i ostale u kreiranju sadržaja za mlade

- Obrazovanje više platforma koje kontrolišu isključivo mladi

- Promovisanjem različitih kulturnih događaja koji bi bili interesantni za mlade

- Angazovanjem mladih kroz fakultete, organizacije, srednje škole, putem medija, držanjem tribina, edukativnih časova, radionica

- Intervjuima sa mladima ili da više mladih piše za portale

- Mladi su uvek u toku i to treba iskoristiti! Treba obučiti mlade kako da se snađu u trenutnoj situaciji i treba davati mladima zadatke vezane za aktuelna dešavanja

- Da mladi pokrenu svoje redakcije

- Otvoriti konkurse za sadržaje za mlade

- Pisati o mladim uspešnim ljudima

- Mladi mogu biti angažovani da rade istraživanja za potrebe medija

- Otvoriti kutak za mlade na portalima

- Promovisati mlade aktiviste na lokalu

- Mlade prepoznati kao sagovornike u debatama ili medijskin prilozima

- Angažovati ih pri realizaciji medijskih projekata

- Obezbediti im stažiranja u medijima

- Uključiti ih u redakcije kao fotografe i fact checkere

- Uključiti interaktivni sadržaj u medije

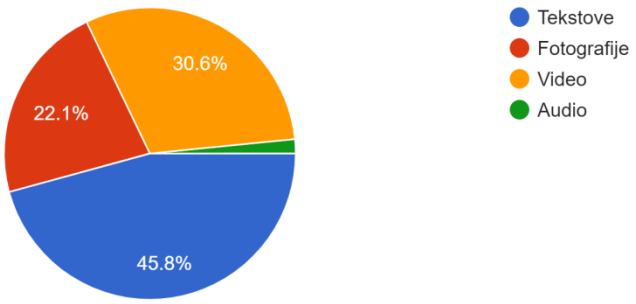
- Reklamirati medijske sadržaje na društvenim mrežama koje mladi koriste…

Sve ove sugestije odlikava sugestija jednog ispitanika koji je napisao ‘’da krenu da ih slušaju malko’’.

FORME SADRŽAJA I TEME KOJE ZANIMAJU MLADE

Mlade najviše zanimaju tekstovi /45%/, potom video sadržaji /30,6%/ I na kraju fotografije /22,1%/, a najmanje audio sadržaji tek simboličnih 2,3%.

Naziv grafika: Forme i mladi

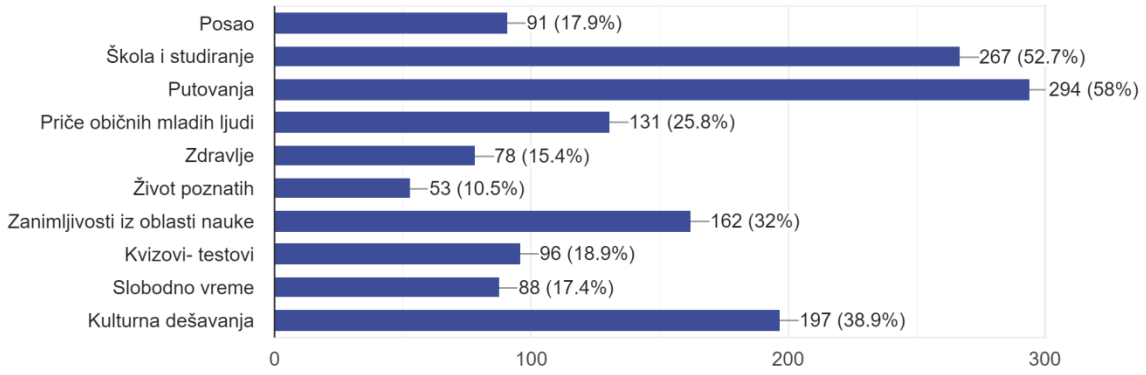


Grafik broj 9: Forme medijskih sadržaja koje mladi najviše vole

Od tema koje su ponuđene u upitniku, mladi su prepounali putovanja /58%/ kao najzanimljiviju. Potom slede škola i studiranje /52,7%/, kulturna dešavanja /38,9%/m zanimljivosti iz oblasti nauke /32%/, priče običnih mladih ljudi /25,8%/

Najmanje ih interesuju teme iz života poznatih /10,5%/ i zdravlje /15,4%/.

Naziv grafika: Interesovanje mladih



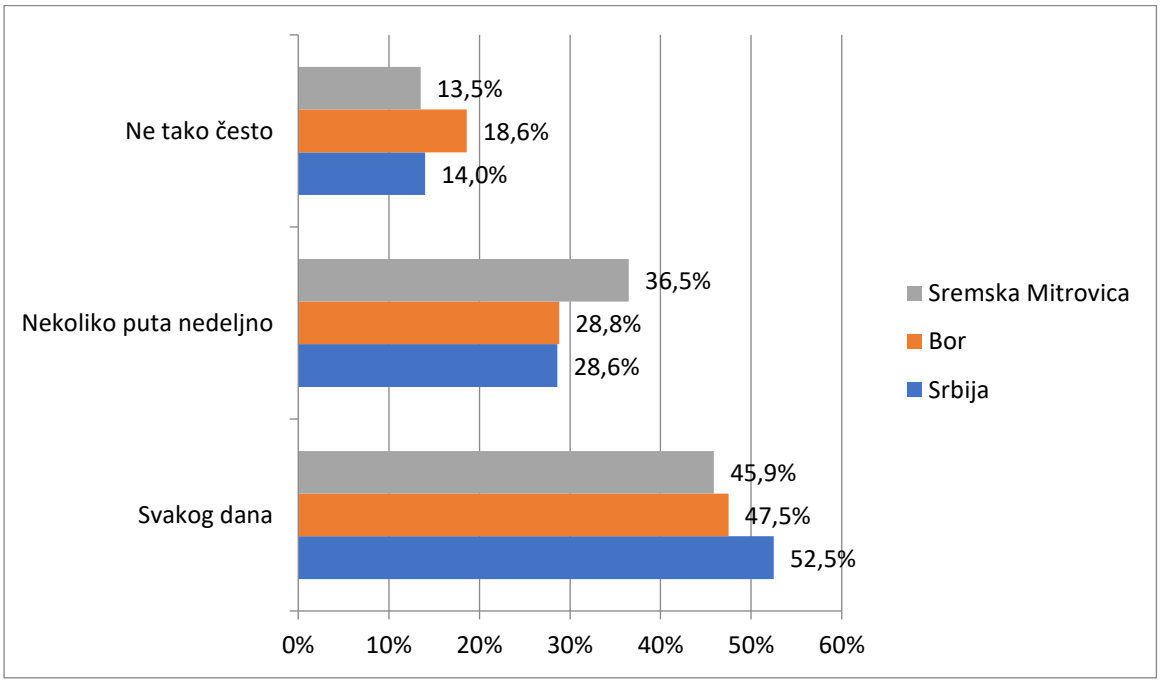
Grafik broj 10: Teme koje mlade u medijima najviše interesuju

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

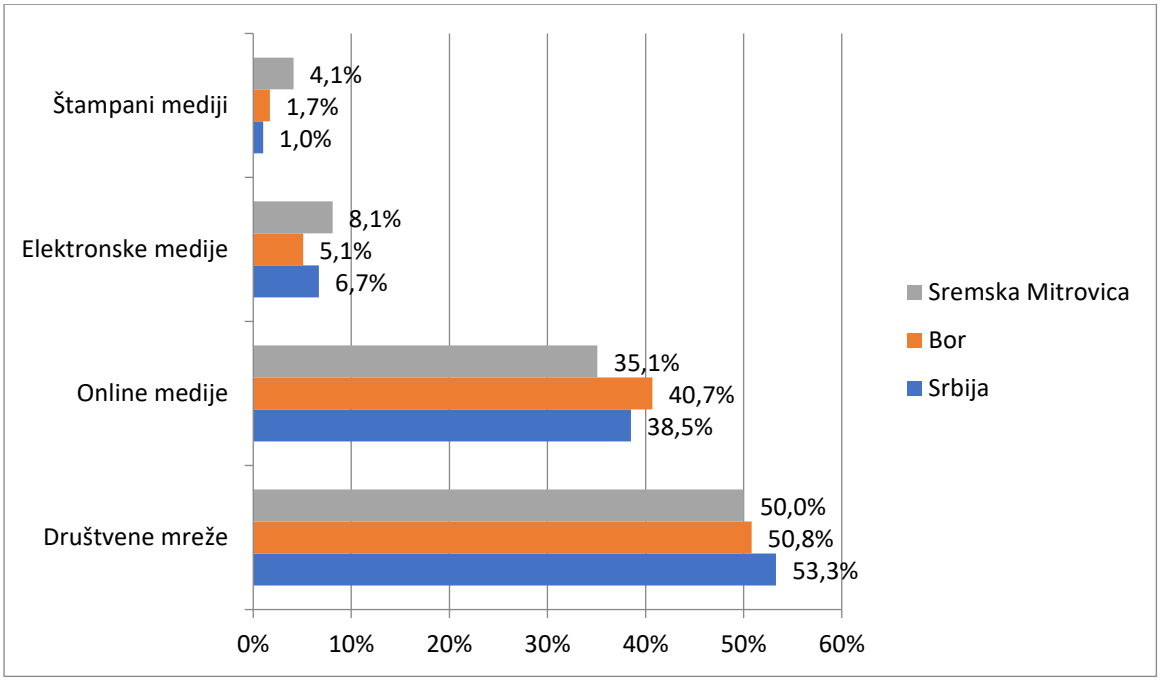
UPOREDNE ANALIZE REZULTATA

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

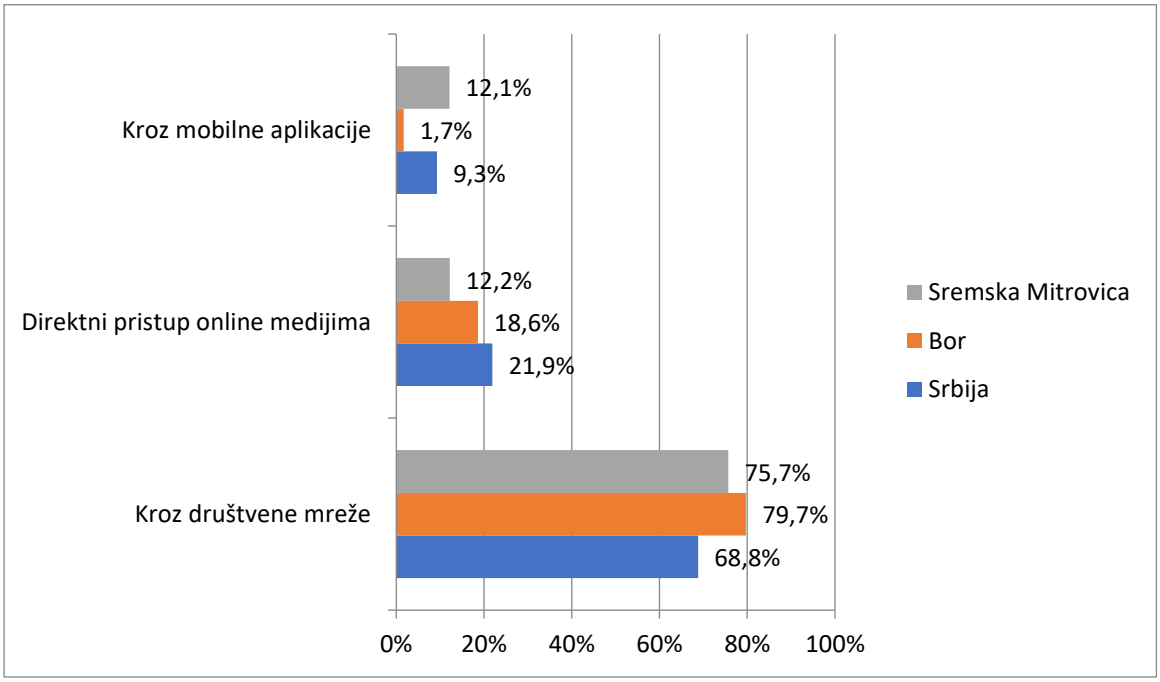
Koliko se često informišeš putem medija?



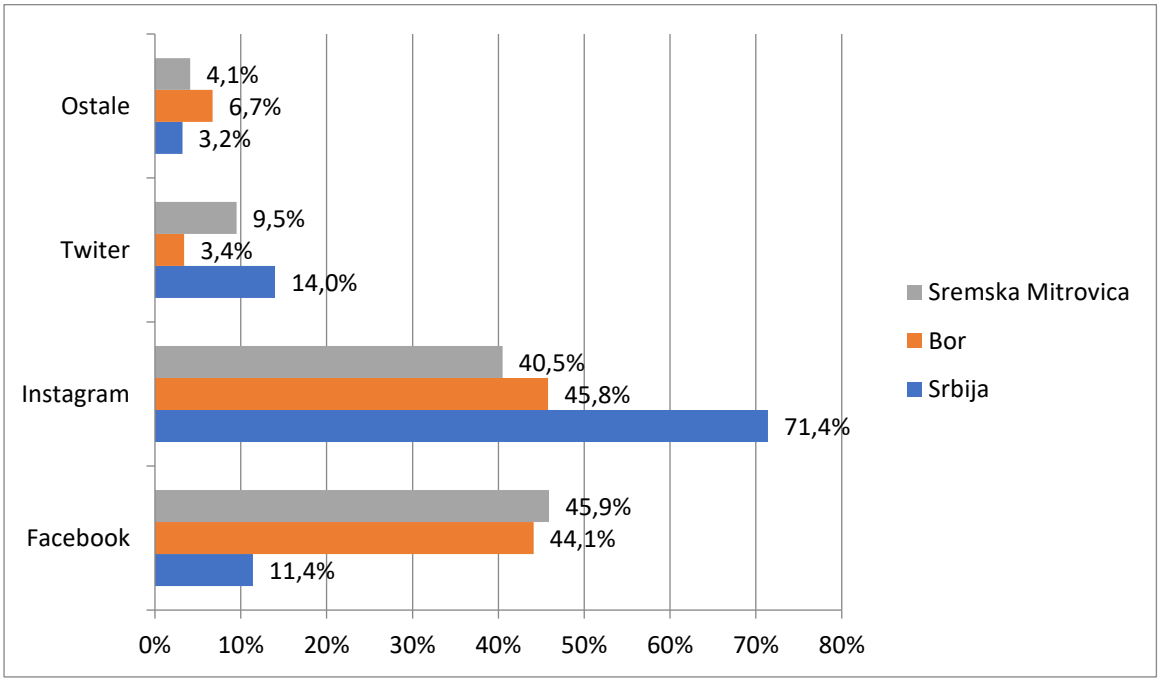
Koji tip medija najčešće koristiš za informisanje?



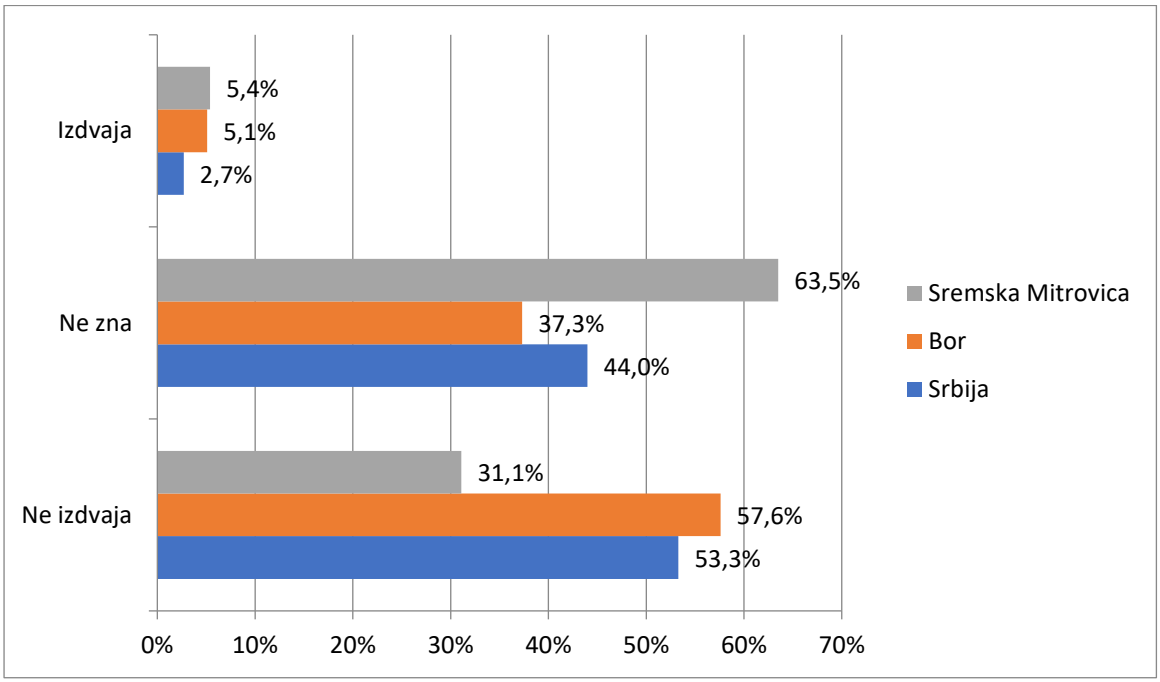
Na koji način najčešće pristupaš online sadržajima?



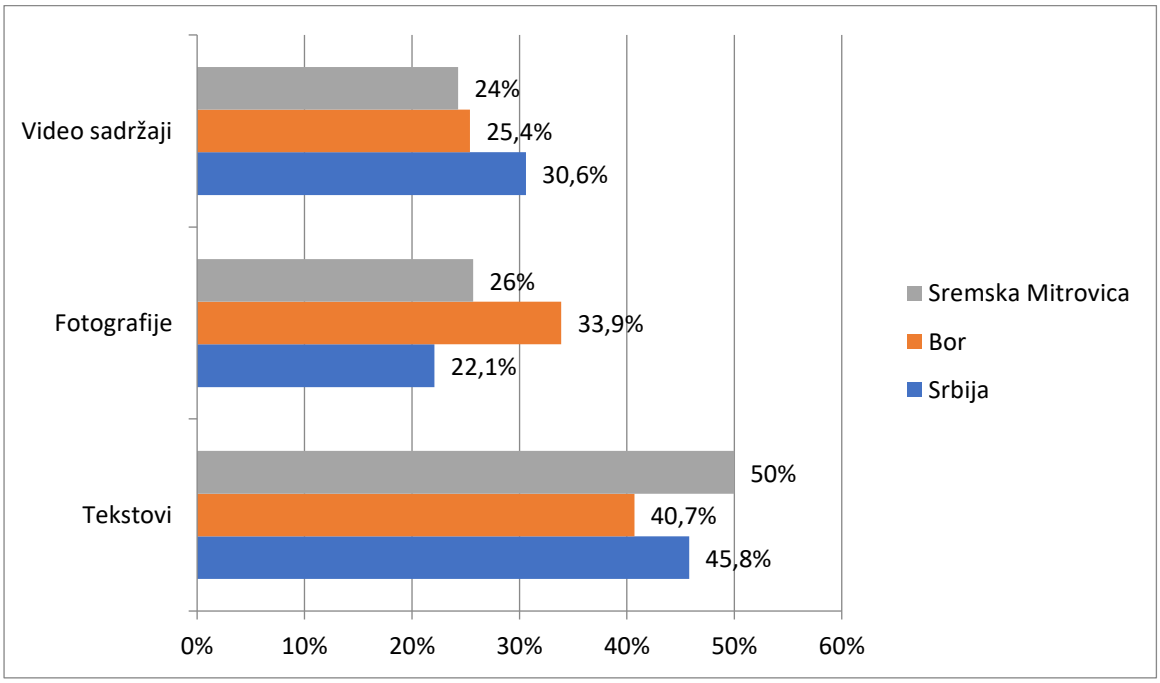
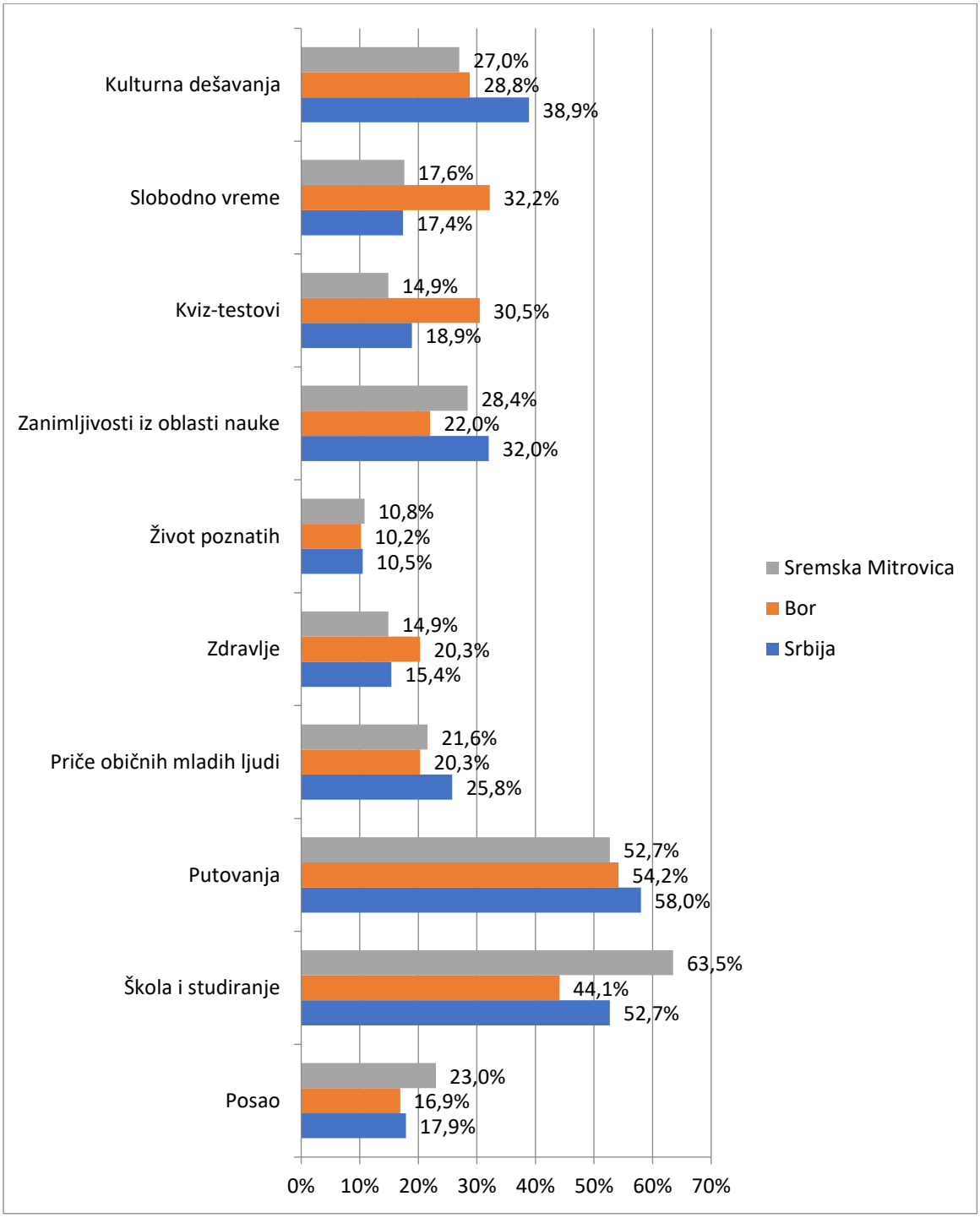
Koju društvenu mrežu najčešće koristiš za informisanje?



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



Koju formu medijskih sadržaja najviše voliš?



Koje teme u medijima te najviše interesuju?