

# OMLADINSKI INFO CENTAR

## - istraživanje potreba mladih za informacijama-

Iz Vodiča za otvaranje Omladinskog informativnog centra,  
u izdanju Evropskog saveta i organizacije Erika, 2002

### Informacija je preduslov za učestvovanje

Poslednjih godina, u potrazi za razvojem koherentne i sveobuhvatne politike za mlade, mnoge evropske zemlje pridale su veliki značaj povećavanju učešća mladih ljudi i njihovih organizacija u formulisanju politike za mlade i organizovanju i vođenju programa i usluga namenjenih mladim ljudima.

I u ovoj oblasti je široko poznato da nema efektivnog učešća mladih kada oni nisu informisani o mogućnostima koje su im dostupne, na lokalnom, regionalnom, nacionalnom, evropskom i svetskom nivou. Neko ko je mlada osoba ne može koristiti određenu uslugu ili učestvovati u nekoj aktivnosti, ako ne zna da ona postoji. Ukratko, mlada osoba ne može da koristi svoja prava i odgovornosti kao građanin/ka\* ili korisnik, kao roditelj ili vozač, kao zaposlena ili nezaposlena osoba ako nije adekvatno informisana.

## ONO - Omladinska Nevladina Organizacija i Agencija TIM

[www.ono.org.rs](http://www.ono.org.rs)



[www.agencijatim.co.rs](http://www.agencijatim.co.rs)



---

\* U daljem tekstu, radi lakše čitljivosti, za sve termine koji se odnose na osobe oba pola biće upotrebljeni oblici u muškom rodu ali važe i oblici za ženski rod.

## UVOD

*Zašto ovo istraživanje?*

Koliko su mladi danas informisani o stvarima koje su njima bitne? Da li zaista nema nikakve ponude za mlade ili oni jednostavno ne znaju kako da dođu do nje? Koje su to informacije koje oni žele da dobiju? Šta je to Info centar za mlade – i da li to mladima uopšte treba? Zbog čega kod nas to ne postoji?

Ova, i slične informacije, dobijene su na osnovu istraživanja koje je pokrenuto 2006. godine od strane ONO - Omladinske Nevladine Organizacije iz Novog Sada u saradnji sa agencijom TIM.

Kao i većina mladih ljudi, tragali smo često i teško dolazili do informacija koje su nam bile potrebne. Lako smo uvideli da i drugi mladi ljudi iz našeg okruženja imaju isti problem, ali nismo znali kako da dođemo do rešenja. Baveći se omladinskim radom, imali smo prilike da se upoznamo sa uslovima za mlade u drugim evropskim zemljama, i uvidimo kako druge zemlje prepoznaju značaj informisanosti mladih zarad olakšavanja i podsticanja njihovog aktivnog učestvovanja u društvu.

Angažovali smo se oko ideje da se upoznamo sa konkretnim info centrima u nekim evropskim zemljama, sa namerom da pokušamo tu ideju da pokrenemo i u našoj zemlji. Sa tom namerom, posetili smo Info centar u Parizu CIDJ, Beču wienXtra – jugendinfo i Omladinski info centar u Pragu.

Ostvarili smo saradnju i formalno postali organizacija članica *Erike - Evropske Agencije za informisanje i savetovanje mladih* (ERYICA - European Youth Information and Counselling Agency [www.eryica.org](http://www.eryica.org) ). Erika je nezavisna evropska organizacija, sačinjena od nacionalnih koordinacionih tela za omladinske info centre. Njen cilj je intenziviranje evropske saradnje u oblasti informacija i drugih usluga za mlade.

Da pokretanje ideje otvaranja Info centra u Novom Sadu ne bi bilo zasnovano isključivo na našim pretpostavkama da je to potreba mladih ljudi u našem gradu, pokrenuli smo istraživanje kojim su prepoznate/definisane realne potrebe mladih.

Polazeći od rezultata istraživanja Info centara u Francuskoj, i njihovog rada, stručno je sastavljen anketni list za mlade iz Novog Sada i izvršeno anketiranje 276 mladih osoba.

Anketni list sadrži pitanja na koja su dobijeni odgovori ispitanih pružili neposrednu i realnu sliku o mišljenju mladih ljudi o dostupnosti informacija koje su im potrebne, njihovoj zainteresovanosti za dobijanjem tih informacija, nazivima organizacija kod kojih se informišu, kao i njihovim stavovima o otvaranju informativog centra za mlade u Novom Sadu.

Poseban prostor u anketi je ostavljen za predloge ispitanika za izgled Info centra i praktične predloge.

**Cilj istraživanja** je bio ispitivanje nivoa informisanosti mladih i njihovih potreba za informisanjem.

**Podciljevi istraživanja bili su:**

- da se istraži da li postoji potreba mladih za objedinjenim izvorom informacija u vidu Info centra za mlade
- da se istraži da li je dovoljna dostupnost informacija za mlade
- da se istraži ko su trenutni izvori informacija koje se tiču mladih
- da se istraže predlozi u vezi sa izgledom, uslugama i aktivnostima Info centra i predlog o poboljšanju informisanosti mladih u Novom Sadu uopšte
- da se istraži za kojom vrstom informacija postoji najintenzivnija potreba mladih

**Šta su info centri? Info centri za mlade su centri u kojima se nudi veliki izbor informacija iz različitih oblasti života i rada. Informacije i saveti su dostupni besplatno svim mladim ljudima bez razlike.**

**Šta dalje...**

Zaključci koje smo izveli na osnovu ovog prvog koraka u istraživanju sistema vrednosti mladih, obavezuju nas na konkretne predloge i mere za poboljšanje pružanja informacija mladim ljudima, što je i bio cilj i svrha ovog istraživanja.

Milica Paskulov, ONO organizacija

## **REČ AUTORA ISTRAŽIVANJA**

Istraživanje sa kojim se upravo upoznajete započeto je na osnovu usmernosti ONO organizacije da se bavi informisanošću mladih i zbog inicijative da se pokrene Info centar za mlade u Novom Sadu koji bi im omogućio pristup relevantnim informacijama.

Informisanost mladih nas interesuje iz dva aspekta: kao preduslov za poboljšanje kvaliteta njihovog života i kao preduslov za njihovo aktivno učestvovanje u životu zajednice i uticanje na njen razvoj.

Informacije utiču na poboljšanje kvaliteta života jer omogućavaju mladima da vrše izbor, donose odluke, razvijaju svoja interesovanja, grade vrednosti itd. a sve navedeno čini mlade aktivnim učesnicima koji donose pozitivne promene u život svoje zajednice.

Info centri u samoj osnovi ideje zahtevaju pristup usmeren ka korisniku. To znači da su potrebe mladih ljudi/korisnika Centra centralno pitanje.

Prateći ovaj princip uviđamo da je ovo samo prvo u nizu istraživanja koja tek čekaju osobe angažovane na ovom projektu i da će svako od njih uticati na dalji razvoj Centra prateći potrebe mladih korisnika.

Jelena Popović, ONO organizacija

\* \* \*

Mladi su trenutno na marginama u našem društvu. O njima se retko piše, njih retko ko konsultuje. Cilj ovog istraživanja je bio upravo da konsultujući mlade ljude, koji će biti primarni korisnici usluga Info centra, dobijemo jasnu sliku o tome šta je to što je potrebno mladima u našem gradu i na osnovu tih relevantnih informacija, a ne naših tumačenja i pretpostavki, formiramo centar koji će u potpunosti biti njihov i zasnovan na njihovim interesima.

Ovaj projekat bi bio osuđen na neuspeh ukoliko bi njegovi glavni akteri u potpunosti bili isključeni. Naša namera je da radimo ne samo za mlade, već i sa mladima. Nadamo se da će ovakav pristup angažovati one koji donose značajne odluke u našem društvu da preispitaju svoj odnos prema mladima, te učine, za njih mali, ali za mlade veliki, korak u angažovanju, po mom skromnom mišljenju, najprosperitetnije grupacije u društvu.

Sanja Gantar, ONO organizacija

\* \* \*

Istraživanja dobijaju smisao jedino ukoliko služe kao smernica za dalje društveno delovanje, i zato je uvek izazovno raditi istraživačke projekte vezane za društvene teme. Najveći motiv u takvim projektima je praktična primenljivost rezultata – znati da brojke koje se dobiju na kraju istraživanja neće završiti kao mrtvo slovo na papiru.

Sam projekat osnivanja Info centra za mlade se izdvaja svojim studioznim pristupom. Naime, većina projekata namenjenih mladima, koliko god da su zasnovani na dobrim idejama i pozitivnoj energiji, često ne ispune očekivanja upravo zbog preskakanja prve faze – ispitivanja potreba ciljne grupe. Ukoliko se na stručan i validan način prikupe podaci o tome šta su prave potrebe ciljne grupe, u ovom slučaju mladih, i projekat će biti postavljen na stabilne osnove. Na taj način, mladi postaju i kreatori i korisnici projekta koji može da ispuni njihove potrebe.

Predrag Okanović, Agencija TIM

## ŠTA SU INFO CENTRI ZA MLADE

Osnovni cilj Omladinskog info centra jeste da odgovori na pitanja i potrebe mladih ljudi koji u njega svakodnevno dolaze. To je centar otvoren za mlade ljude koji su u potrazi za različitim „opštim“ informacijama a koje su im potrebne za lakše donošenje odluka i snalaženje u životu.

U suštini, Omladinski info centar koristi pristup koji je usmeren ka korisniku. To znači da Informativni centar za mlade usvaja kao svoju početnu tačku pitanja i potrebe mladih ljudi – korisnika centra. Ovo pokriva veliki raspon pitanja i problema, tako da je Centar organizovan tako da ili direktno odgovara na veliki broj tema (otud termin „opšti“ kao suprotnost „specijalizovanim“ servisima za informisanje u vidu profesionalne orijentacije, zdravlja itd.) ili upućuje korisnika na drugi servis koji je kompetentan za željenu oblast.

U svojim kontaktima sa svakim korisnikom pojedinačno, primarna briga Centra ili Servisa jeste da odgovori na pitanje koje je korisnik postavio, bez obzira na interese okoline. Centar teži da ovo učini na način koji će omogućiti korisniku da ima maksimum izbora, i koji će poštovati njegovu autonomiju i anonimnost.

Generalno, „opšte“ informacije za mlade, savetovališta i servisi imaju sledeće karakteristike koje su zasnovane na Evropskoj povelji o informacijama za mlade (European Youth Information Charter) ili na nacionalnom setu standarda ili povelji gde one postoje.

- oni su specifično kreirani da odgovore na potrebe mladih
- otvoreni su za sve mlade ljude, i nema potrebe za zakazivanjem
- pružaju informacije o širokom rasponu tema, u raznim oblicima, pripremljene za mlade ljude uopšte i za grupe sa tzv. specijalnim potrebama (gde se ubrajaju mladi sa mentalnim i fizičkim invaliditetom, talentovani i nadareni mladi, mladi rizičnog ponašanja i sl.)
- informacije su praktične, mnogostrane, tačne, i redovno obnavljane
- funkcionišu na način koji personalizuje prijem svakog korisnika, poštuje poverenje, pruža maksimum izbora i promovise njegovu autonomiju
- kada je potrebno, upućuju korisnika na kompetentan servis

**Iz Vodiča za otvaranje informativnog centra za mlade,  
u izdanju Evropskog saveta i organizacije Erika, 2002.**

“Informacije za mlade“ i rad sa njima je široko rasprostranjen deo omladinskog rada u mnogim evropskim zemljama. Godine 1990, Savet Evrope je usvojio preporuku R-(90)-7 koja preporučuje da njene zemlje članice pridaju veću pažnju “informacijama i savetima koje treba pružiti mladim ljudima”. Početkom 2001 godine, registrovano je više od **7.000 omladinskih informativnih centara i tačaka** i više od **12.000 osoba koje su radile kao radnici na informacijama za mlade** u 36 evropskih zemalja. Ovo je jasan pokazatelj rasta kompleksnosti našeg društva i potrebe pružanja informacija koje bi pomogle mladim ljudima da se snađu u životu i da ostvare svoje aspiracije. Činjenica da ove servise (obično postoje u strukturama namenjenim mladim ljudima) vodi osoblje koje je specijalno obučeno za ovaj rad takođe ukazuju na to da postoji ljudska dimenzija ovog rada koja ne može biti zamenjena internetom ili policama sa knjigama, atraktivnim flajerima, ni folderima prepunim korisne dokumentacije.

## **ŠTA OMLADINSKI INFO CENTAR NUDI?**

Omladinski info centar nudi informacije koje traže mladi ljudi. On nudi prijatnu i opuštenu atmosferu. Takođe, Omladinski info centar nudi savetovanje i informisanje putem e-maila i telefona.

**Iz Vodiča za otvaranje informativnog centra za mlade,  
u izdanju Evropskog saveta i organizacije Erika, 2002.**

Najraniji primeri „opštih“ informativnih centara za mlade su stvoreni u kasnim šezdesetim da bi odgovorili na potrebe javnosti, kao jedini servis u kome postoje odgovori na mnoga pitanja da bi se izbeglo, kao što se često dešavalo, da mlada osoba „šeta“ od jednog servisa do drugog, i da ne uspeva da pronađe ono što traži. Kada informativni centar za mlade nije u stanju da adekvatno odgovori na pitanje, može koristiti kontakte organizacija sa kojima je umrežen, i omogućiti da neko drugi ko je kompetentan u određenom polju pruži odgovor. **“Opšti” informativni centri za mlade su specifična forma intervencije, koja, u saradnji sa brojnim profesionalnim principima, smatra da je informisanje mladih ljudi sredstvo koje vodi ka određenom cilju, stavlja naglasak na povećanje njihovih opcija, učešća, odgovornosti i autonomije.** Te usluge čine jedan od mnogih izvora informacija dostupnih mladim ljudima, kao što su formalne i neformalne mreže, sredstva javnog informisanja, državne službe i specijalizovani servisi za informisanje, o temama kao što su zdravlje i seksualnost, socijalna pomoć, mogućnosti koje pruža Evropa itd.

## **KO JE OMLADINSKI INFO RADNIK?**

Omladinski info radnik je osoba koja je obrazovana i ima iskustva u radu sa mladima, a koja je prošla poseban trening za tu vrstu posla. Takođe, poželjno je da je omladinski info radnik mlada osoba i prijemčiva mladima koji posećuju Centar. To je bitno zbog toga što želimo da se korisnici naših usluga osećaju opušteno, shvaćeno i prihvaćeno bez predrasuda, kako bi sa zadovoljstvom dolazili i taj prostor osećali kao svoj.

## VIZUELNI IDENTITET OMLADINSKOG INFO CENTRA

Omladinski info centar je prostor u kojem se nalaze police sa fasciklama organizovanim tako da budu lako dostupne, pregledne, jasno numerisane po oblastima i omogućuju mladima da se među njima lako snalaze. Na ulasku u sam centar nalazi se prijemni desk za kojim sedi mlada osoba koja pomaže i upućuje korisnika na odeljenje na kojem se nalaze njemu potrebne informacije ili direktno prosleđuje informaciju potrebnu korisniku. U toj prostoriji nalaze se i stolovi za kojima mladi mogu da rade istražujući dokumentaciju, ali isto tako i neformalniji deo u kojem mogu da se opuste i da se druže sa drugim mladima koji posećuju info centar.

Omladinski info centar najčešće nudi informacije u oblastima:

1. obrazovanje i profesionalna orijentacija (odabir škole, fakulteta, profesije...)
2. traženje zaposlenja
3. pogodnosti za studente (stipendije, krediti, smeštaj...)
4. studije i seminari u inostranstvu
5. pogodnosti za mlade (popusti, kartice, besplatne usluge...)
6. mogućnosti za putovanja, volontiranje i boravak u inostranstvu
7. aktivizam (društveno delovanje, stvaralaštvo, inicijative...)
8. neformalno obrazovanje
9. prava mladih ljudi
10. pomoć grupama sa specijalnim potrebama (mladi sa mentalnim i fizičkim invaliditetom)
11. kulturna dešavanja
12. sportska dešavanja
13. psihološko savetovanje
14. kontracepcija, polne bolesti...
15. psihoaktivne supstance
16. administrativne procedure (vađenje lične karte, pasoša...)
17. lokalni objekti i servisi za mlade ljude

## KO SU MLADI?

U terminologiji i praksi UN u upotrebi su sledeći pojmovi:

- Deca su osobe ispod 18 godina starosti.
- Adolescenti su osobe u starosnom dobu od 10 do 19 godina (tu su uključene rana, srednja i kasna adolescencija).
- Mladi ljudi predstavljaju uzrasnu grupu od 10 do 24 godine starosti.
- Omladina su mladi ljudi u starosnom dobu od 15 do 24 godine života.

Preuzeto iz: *Hrabra nova generacija. Mladi u Saveznoj Republici Jugoslaviji, činjenice i preporuke*. Unicef. Beograd.

U Republici Srbiji oko million i po stanovnika su mladi ljudi, ili oko 20 % ukupnog broja stanovnika. Mladi predstavljaju izuzetno značajnu kategoriju stanovništva i buduće nosioce promena. Zato je neophodno posvetiti adekvatnu pažnju njihovim potrebama, stavovima i željama.

Mlada osoba je pojam koji se može veoma različito definisati. U ovom radu se pod mladom osobom (ciljna grupa istraživanja) podrazumeva osoba od 15 do 29 godina.

**Po aktuelnoj Nacionalnoj strategiji za mlade Republike Srbije, mladi su osobe uzrasta od petnaest do trideset godina starosti.**

([http://www.mos.gov.rs/upload/dl/OMLADINA/Strategije/nacionalna\\_strategija\\_za\\_mlade0081\\_cyr.pdf](http://www.mos.gov.rs/upload/dl/OMLADINA/Strategije/nacionalna_strategija_za_mlade0081_cyr.pdf))

Navedena grupa mladih je izražena po pojmovniku Akcionog plana politike za mlade AP Vojvodine, a grupacija u kojoj se mladi računaju do uzrasne granice od 15. do 29. godine, više je izuzetak nego pravilo u ostalim zemljama Evrope (*u Engleskoj 11-19 godina, a u Italiji je 14-25 godina*).

Pri ovoj podeli moramo uzeti u obzir sve okolnosti kroz koje su mladi prolazili devedesetih godina, i shvatiti zbog čega je kod nas granica drugačije postavljena.

## O ISTRAŽIVANJU

### 1.1 Cilj istraživanja

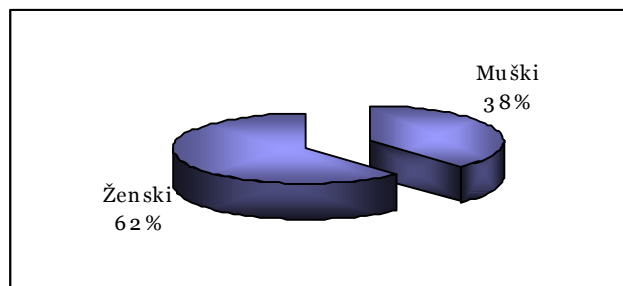
**Cilj istraživanja** je bio ispitivanje nivoa informisanosti mladih i potreba za informisanjem.

### 1.2 Prikupljanje podataka

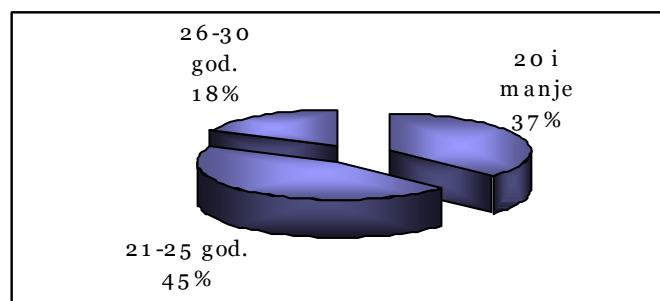
Prikupljanje podataka je izvršeno tokom 2006. godine u Novom Sadu.

### 1.3 Opis uzorka i uzorak po kategorijama

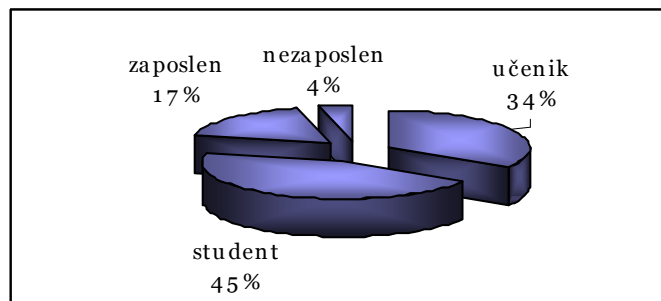
Pol:



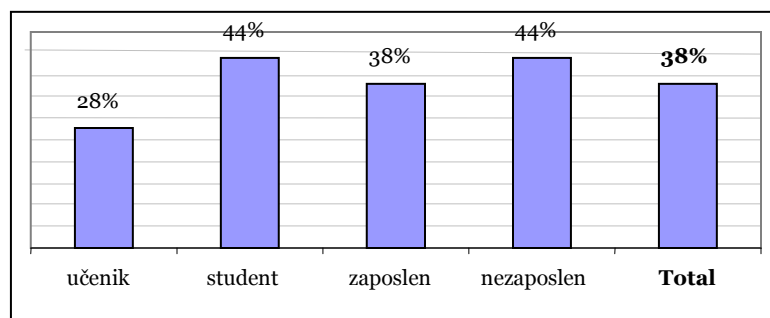
Starost:



Status:



Procenat ispitanika koji su učestvovali u aktivnostima neke omladinske organizacije:



#### 1.4 Metodologija istraživanja

Terensko anketiranje, kombinovano grupno i individualno intervjuisanje ispitanika.



## O ORGANIZACIJAMA KOJE SU SPROVELE ISTRAŽIVANJE

### ONO Organizacija ([www.ono.org.rs](http://www.ono.org.rs))

ONO – Omladinska Nevladina Organizacija je nevladina, nezavisna, neprofitna organizacija, osnovana 2005. godine, sa ciljem da realizuje aktivnosti za mlade i unapredi kvalitet omladinskog rada.

**Misija** ONO organizacije je unapređenje omladinskog rada i realizacija aktivnosti za mlade koje će biti odgovor na njihove potrebe.

**Vizija** ONO organizacije je društvo u kome su mladi aktivni i ravnopravni građani koji mogu da iskažu svoje potencijale, čija ljudska prava se u potpunosti poštuju, i koji samostalno mogu da učestvuju u odlukama o svojim životima i svom obrazovanju.

Naše osnovne **vrednosti** su jednake mogućnosti za mlade ljude, tolerancija, poštovanje ljudskih prava, kao i mogućnost obrazovanja za sve.

#### Aktivnosti ONO organizacije

- Sprovodi istraživanja potreba mladih
- realizuje razne aktivnosti za i sa mladim ljudima kao odgovor na izražene potrebe
- organizuje stručne skupove, savetovanja, seminare, treninge u i druge oblike stručnog obrazovanja nosioca omladinskog rada
- saraduje sa univerzitetima, stručnim udruženjima i drugim organizacijama u zemlji i inostranstvu koje se direktno ili indirektno bave omladinskim radom;
- prikuplja i obrađuje naučnu i stručnu literaturu u oblasti omladinskog rada.

### Agencija TIM ([www.agencijatim.co.rs](http://www.agencijatim.co.rs))

Agencija Tim je prva agencija za primenjenu psihologiju u Novom Sadu. Agencija je najaktivnija u domenu poslovne psihologije, gde svojim klijentima pruža usluge vezane za treninge i edukaciju, istraživanja tržišta i javnog mnjenja, poslovno savetovanje (coaching) i profesionalnu selekciju.

Pored poslovnih klijenata, Agencija TIM ima mnogo toga da ponudi i građanima koji imaju želju da rade na sopstvenom razvoju. Svi zainteresovani građani, bez obzira na godine i obrazovanje, na raspolaganju imaju veliki broj iskustvenih programa iz domena primenjene psihologije. Teme koje su zastupljene na našim treninzima su: konstruktivna komunikacija, upravljanje emocijama, motivacija, stres, relaksacione tehnike i slično.

Naš Tim kroz svoj rad i pristup promoviše vrednosti za koje smatra da će unaprediti poslovno okruženje, kao i da će učiniti život konstruktivnijim, lepšim i ispunjenijim.

- **Posvećenost i profesionalna odgovornost** su osobine koje visoko vrednujemo i kojih se pridržavamo bilo da radimo sa pojedincem ili sa velikim kompanijama.
- Kroz **orijentisanost na ljude** želimo da negujemo individualnost i podstičemo potencijal svakog pojedinca.
- **Kreativnost u pristupu** nam omogućava da iznalazimo nova rešenja, da učinimo rad zanimljivijim i lepšim.
- I na kraju, ako želimo da budemo bolji, napredniji moramo se **permanentno razvijati**.

Naša vizija je Svet koji se permanentno razvija i usavršava ... Kompanija koja, uvažavajući zaposlene i razvijajući njihove talente, znanja i veštine, stalno unapređuje svoje poslovanje ... Tim koji skladno funkcioniše i postiže maksimalnu efikasnost u radu ... Čovek koji neprestanim učenjem i usavršavanjem, ostvaruje u vrhunski učinak u svim oblastima života, uz maksimalno zadovoljstvo sobom i svojim životom.

## REZULTATI ISTRAŽIVANJA

1. Koliko su ti dostupne informacije iz navedenih oblasti? (U tabeli je naveden procenat ispitanika koji je odgovorio potvrdno)

	<b>nedovoljno</b>	<b>delimično</b>	<b>dovoljno</b>
1. studije i seminari u inostranstvu	60%	36%	4%
2. mogućnosti za putovanja, volontiranje i boravak u inostranstvu	60%	32%	8%
3. pomoć grupama sa specijalnim potrebama (sa mentalnim i fizičkim invaliditetom)	60%	32%	8%
4. traženje zaposlenja	51%	42%	7%
5. pogodnosti za studente (stipendije, krediti, smeštaj...)	50%	37%	12%
6. pogodnosti za mlade (popusti, kartice, besplatne usluge...)	47%	44%	9%
7. aktivizam (društveno delovanje, stvaralaštvo, inicijative...)	45%	41%	13%
8. prava mladih ljudi	44%	44%	12%
9. neformalno obrazovanje	43%	45%	12%
10. psihološko savetovanje	38%	47%	15%
11. administrativne procedure (vađenje lične karte, pasoša...)	32%	35%	32%
12. profesionalna orijentacija – odabir škole, fakulteta, profesije	23%	59%	18%
13. psihoaktivne supstance	23%	34%	43%
14. kontracepcija, polne bolesti...	19%	35%	45%
15. kulturna dešavanja	15%	55%	29%
16. sportska dešavanja	14%	44%	42%

2. Da li si zainteresovan/a za dobijanje informacija iz sledećih oblasti:

	učenik	student	zaposlen	nezaposlen	UKUPNO
1. mogućnosti za putovanja, volontiranje i boravak u inostranstvu	88%	90%	87%	89%	89%
2. pogodnosti za mlade (popusti, kartice, besplatne usluge...)	94%	88%	81%	80%	88%
3. kulturna dešavanja	71%	93%	96%	90%	86%
4. prava mladih ljudi	79%	81%	87%	90%	82%
5. traženje zaposlenja	64%	90%	78%	100%	80%
6. studije i seminari u inostranstvu	81%	77%	79%	80%	79%
7. profesionalna orijentacija – odabir škole, fakulteta, profesije	88%	73%	57%	50%	75%
8. kontracepcija, polne bolesti...	69%	83%	70%	60%	75%
9. pogodnosti za studente (stipendije, krediti, smeštaj...)	72%	81%	50%	50%	72%
10. neformalno obrazovanje	63%	75%	83%	70%	72%
11. aktivizam (društveno delovanje, stvaralaštvo, inicijative...)	59%	72%	76%	100%	69%
12. sportska dešavanja	67%	71%	64%	40%	67%
13. pomoć grupama sa specijalnim potrebama	51%	67%	77%	50%	62%
14. administrativne procedure (vađenje lične karte, pasoša...)	59%	62%	62%	60%	61%
15. psihološko savetovanje	55%	62%	62%	60%	59%
16. psihoaktivne supstance	59%	63%	48%	30%	58%

3. Iz kojih izvora najčešće dobijaš informacije o oblastima koje te interesuju?

Učenici/ce (broj učenika koji je odgovorio potvrdno, procenat u odnosu na ukupan broj ispitanih učenika)

<b>IZVOR</b>	<b>broj</b>	<b>%</b>
mediji – radio, TV, novine	66	70%
prijatelji i roditelji	55	59%
internet	35	37%
stručni ljudi	1	1%
organizacije	1	1%
plakati	1	1%
posmatranje i iskustvo	1	1%
škola, tribine	1	1%
NVO, CZV, psiholog	1	1%

Studenti/kinje (broj studenata koji je odgovorio potvrdno, procenat u odnosu na ukupan broj ispitanih studenata)

<b>IZVOR</b>	<b>broj</b>	<b>%</b>
internet	78	62%
prijatelji i roditelji	70	56%
mediji – radio, TV, novine	67	54%
knjige	2	2%
kolege	1	1%
seminari	1	1%
iskustva	1	1%
novine	1	1%
NVO	1	1%
nabrojane organizacije	1	1%
TV	1	1%
tribine, pamfleti	1	1%
razni šalteri	1	1%
razne aktivnosti	1	1%

Zaposleni/e i nezaposleni/e (broj zaposlenih/nezaposlenih osoba koji je odgovorio potvrdno, procenat u odnosu na ukupan broj ispitanih zaposlenih/nezaposlenih osoba)

IZVOR	broj	%
prijatelji i roditelji	43	34%
internet	40	32%
mediji – radio, TV, novine	33	26%
svakodnevne aktivnosti	1	1%
na poslu	1	1%
organizacije	1	1%
stručna literatura	1	1%
organizacije	1	1%

4. Da li smatraš da si dovoljno informisan u oblastima koje su bitne za mlade?

	učenik/ca	student/kinja	zaposlen/a	nezaposlen/a	UKUPNO
<b>da</b>	52%	30%	38%	10%	38%
<b>ne</b>	48%	70%	62%	90%	62%

5. Da li smatraš da su informacije namenjene mladima dovoljno dostupne?

	učenik/ca	student/kinja	zaposlen/a	nezaposlen/a	UKUPNO
<b>da</b>	21%	15%	13%	20%	17%
<b>ne</b>	79%	85%	87%	80%	83%

6. Po tvom mišljenju, da li je Novom Sadu potrebno mesto/sluzba na kojoj bi mladi ljudi mogli da dobiju sve informacije koje su im potrebne?

	učenik/ca	student/kinja	zaposlen/a	nezaposlen/a	UKUPNO
<b>da</b>	86%	93%	96%	90%	91%
<b>ne</b>	14%	7%	4%	10%	9%

**PREDLOZI u vezi sa izgledom, uslugama i aktivnostima Omladinskog info centra (ili sličnog mesta) i predlozi o poboljšanju informisanosti mladih u Novom Sadu uopšte.**

- bez stereotipa, opušteno, kreativno, raznovrsno
- besplatne usluge
- dostupno
- dobra dostupnost informacija i dobro organizovan
- internet kafe, strana literatura, uslužni telefon, edukacije
- info biro za omladinu
- jasna svrha postojanja
- lep izgled, pozitivni, ljubazni i strpljivi ljudi
- mesto koje bi upućivalo na organizacije koje imaju informacije
- nije važan izgled već kvalitet usluga
- pristupačno mesto i pristupačni ljudi
- pristupačno, uočljivo i sveobuhvatno
- prijatno mesto, zaposleni mladi, komunikativni i informisani
- prostor u centru, prijatan i pristupačan, sa mladim ljudima punim znanja i informacija iz svih oblasti i spremni da ih prenesu
- stalno dostupno, prijatno, sportske aktivnost, otvorena biblioteka i čitaonica
- stručni ljudi koji vole to da rade
- sva obaveštenja u svim navedenim oblastima
- sve informacije na jednom mestu
- tematske večeri, radionice, prezentacije, lični razgovori
- u blizini fakulteta, da rade mladi, stručni i ljubazni ljudi
- udobnost, ljubaznost, aktivnosti iz prethodne tabele
- usluge koje ce privući mlade
- velika zgrada, pristup internetu, informacije o sportu, školovanju, putovanjima, stipendijama
- vidno mesto, ne na periferiji, zanimljiv, neobičan, kreativan prostor, prijatno i otvoreno za nove predloge, usluge iz svih oblasti i razne aktivnosti
- visoko stručne osobe za sva pitanja mladih (psiholog, sociolog, pravnik...)

## REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Kao zaključak istraživanja možemo istaći da je očigledna potreba mladih za većom dostupnošću informacija iz oblasti koje su relevantne za njih. Čak **91 % mladih ispitanika smatra da je Novom Sadu potrebno mesto/služba na kojoj bi mladi ljudi mogli da dobiju sve informacije koje su im potrebne.**

Sve stavke istraživanja potvrđuju ovaj zaključak i podstiču na aktivnije bavljenje informisanjem mladih kao značajnim poljem omladinskog rada.

Na pitanje o dostupnosti informacija mladi su u najvećem broju slučajeva izjavili da smatraju da su im **informacije nedovoljno dostupne**, i to pre svega u oblastima: studije i seminari u inostranstvu; mogućnosti za putovanja, volontiranje i boravak u inostranstvu; pomoć grupama sa specijalnim potrebama (sa mentalnim i fizičkim invaliditetom): traženje zaposlenja i pogodnosti za studente (stipendije, krediti, smeštaj...). U ovim oblastima je preko 50% mladih zaključilo da informacije nisu dovoljno dostupne, a između 32% i 42% posto da su delimično dostupne. **Za svaku od navedenih 16 oblasti je manje od 50% posto mladih izjavilo da ima dovoljno informacija.**

Na pitanje **da li si zainteresovan/a za dobijanje informacija iz sledećih oblasti**, za svaku od oblasti **potvrđno je odgovorilo između 50% i 100%** mladih iz svih grupa uključenih u istraživanje (učenik, student, zaposlen, nezaposlen).

Kao najčešće izvore informacija mladi navode medije, prijatelje i roditelje i internet. **Organizacije za mlade, pa čak i škole, se samo kod 1% mladih pojavljuju kao izvor informacija.**

Da **nema dovoljno informacija iz oblasti koje su bitne za mlade** procenjuje **62%** mladih ispitanika, a čak **83 % smatra da informacije namenjene mladima nisu dovoljno dostupne.**

Među predlozima mladih kako bi mesto na kojima bi im bile pružane informacije izgledalo, preovlađuju opisi kao što su **ljubazno, prijatno, pristupačno i opuštено**. Mladi su sami naveli i ostale karakteristike funkcionalnog info centra kao što su **besplatne usluge, dostupnost informacija, stručnost i pokrivenost svih oblasti.**

Smatramo da rezultati istraživanja ne samo što pokazuju **potrebu za otvaranjem Omladinskog informativnog centra u Novom Sadu, već i govore o tome koliko je važno mlade uključiti i svaki aspekt ovog procesa.**

## DONATORI I SARADNICI

**Sekretarijat za sport i omladinu – sektor za omladinu.** Sektor za omladinu obavlja poslove u vezi sa kreativnim korišćenjem slobodnog vremena dece i omladine u Vojvodini; priprema informacije za Izvršno veće APV i sprovodi odluke o unapređivanju vaspitno-obrazovnog rada sa mladima u slobodnom vremenu; prati i unapređuje rad dečjih i omladinskih asocijacija, udruženja i saveza; podržava kvalitetne i kreativne projekte koji su u vezi sa vannastavnim aktivnostima dece i omladine (kampovi, likovne kolonije, takmičenja); podržava unapređivanje rada sa darovitom decom i omladinom Vojvodine; ostvaruje saradnju sa osnovnim i srednjim školama u Pokrajini i sa republičkim organima u cilju nagrađivanja najuspešnijih darovitih učenika koji su postigli vrhunске rezultate na takmičenjima u zemlji i inostranstvu u oblasti nauke, tehnike, umetnosti i sporta; u saradnji sa nadležnim organima u Pokrajini učestvuje u ekološkoj edukaciji mladih i u borbi protiv narkomanije i ostalih oblika delikvencije. ([www.sio.vojvodina.gov.rs](http://www.sio.vojvodina.gov.rs))

**Evropska agencija za informacije za mlade i savetovanje – Erika** (European Youth Information and Counselling Agency - ERYICA) je nastala 1986. godine da obezbedi okvir za multilateralnu saradnju na evropskom nivou u polju informacija za mlade i savetovanja. Sastavljena je uglavnom od nacionalnih koordinirajućih tela u ovom polju, i agencija sada ima više od 30 organizacija članica i neformalno saraduje sa još 20 organizacija, ukupno u 35 zemalja. Razvila se u reprezentativnu kišobran organizaciju za „opšte“ info centre za mlade u Evropi. Godine, 1997. Savet Evrope i Erika potpisali su Ugovor o saradnji, sa ciljem da se razviju aktivnosti za obuku u polju informacija za mlade i savetovanja. ([www.eryica.org](http://www.eryica.org))  
ONO organizacija je postala članica Erike 2008. godine.

**“Mladi u akciji” (Youth in Action)** - program Evropske komisije, koji podržava mobilnost i neformalno obrazovanje mladih, uzrasta 13-30 godina, iz cele Evrope, povezujući ih međusobno, kao i sa njihovim vršnjacima iz celog sveta.

### Organizacije sa kojima saradujemo u realizaciji omladinskog informativnog rada

- Centar za omladinski rad ([www.czor.org](http://www.czor.org))
- Infostud ([www.infostud.com](http://www.infostud.com) [www.prijemni.infostud.com](http://www.prijemni.infostud.com) [www.poslovi.infostud.com](http://www.poslovi.infostud.com) [www.mojtim.infostud.com](http://www.mojtim.infostud.com) [www.znanje.infostud.com](http://www.znanje.infostud.com))
- Volonterski Centar Vojvodine ([www.volontiraj.rs](http://www.volontiraj.rs))
- Udruženje Građana RES POLIS ([respolisns@gmail.com](mailto:respolisns@gmail.com))
- Centar za prevenciju narkomanije EMPRONA- Entuzijazam Mladih PROTiv NARkomanije (Centar EMPRONA) ([www.emprona.org.rs](http://www.emprona.org.rs))
- NVO Helsinski Odbor za Ljudska Prava ([www.humanrightsschools.org](http://www.humanrightsschools.org))
- Kancelarija za mlade opštine Bečej ([mladi.becej@gmail.com](mailto:mladi.becej@gmail.com))
- Omladinski klub Bačka Palanka
- PRONI Centar za socijalno podučavanje Vukovar i Osijek ([www.proni.hr](http://www.proni.hr) , [www.icm-vukovar.info](http://www.icm-vukovar.info))
- Omladinski Informativni Centar u Beču ([www.wienextra.at](http://www.wienextra.at))
- Omladinski Informativni Centar u Parizu ([www.cidj.com](http://www.cidj.com))



## POGOVOR

U nekim zemljama info centri za mlade funkcionišu već 30 ili više godina, a od 1980. godine povećan je nivo kontakta, razmena i saradnje među različitim evropskim zemljama. Ova saradnja je često bilateralna, finansirana od strane bilateralnih dogovora između sektora za mlade njihovih vlada i njihov glavni cilj je da promovišu razmenu iskustava i dobru praksu, i sve češće pomaže zemljama koje iniciraju otvaranje i funkcionisanje info centara za mlade.

Nakon istraživanja koje su sproveli ONO organizacija i Agencija TIM, u Srbiji je usledio period pripreme i rada na kreiranju Nacionalne strategije za mlade. Održani su brojni okrugli stolovi, konferencije i javne rasprave, na kojima se kao rešenje za poboljšanje položaja mladih našao predlog za otvaranje info centara za mlade.

Info centar za mlade je element socio-kulturnog okruženja mladih ljudi u lokalnoj zajednici, zajedno sa širokim spektrom ostalih servisa za mlade i tela koja rade za i sa mladim ljudima. To znači da svaki Info centar za mlade mora da razvije i održi važnu mrežu kontakta sa ostalim telima i organizacijama za mlade koje su izvori informacija, da bi uspeo da ispuni svoju osnovnu misiju.

Ljiljana Žižić, ONO organizacija

\* \* \*

## SADRŽAJ

Predgovor	
Uvod	
Uvodna reč autora istraživanja	
Šta su info centri za mlade	
Šta omladinski info centar nudi	
Ko je omladinski info radnik?	
Vizuelni identitet omladinskog info centra	
Ko su mladi?	
O istraživanju	
O organizacijama koje su sprovele istraživanje	
Rezultati istraživanja	
Predlozi u vezi sa izgledom, uslugama i aktivnostima Omladinskog info centra	
Donatori i saradnici	
Pogovor	