

BUDUĆNOST U
IZGRADNJI

- MLADI I
LOKALNA
ZAJEDNICA

2022

REZULTATI ISPITIVANJA
STAVOVA MLADIH O
TEMAMA ODRŽIVOG
RAZVOJA, FINANCIJSKE I
MEDIJSKE PISMENOSTI



Pripremile: Anamarija Krišto i Tamara Mikulić

Izdavač: Centar za edukaciju i informiranje potrošača i Humanitarna udruga Duga

Izrada naslovnice i grafičkog oblikovanja: Dorotea Husarek

Osijek, **veljača 2022.**

Ovo anketno istraživanje provedeno je kao dio projekta "**Budućnost u izgradnji – mladi i lokalna zajednica**"

Nositelj projekta



Partneri



Grad Vukovar

Projekt financira



REPUBLIKA HRVATSKA
Središnji državni ured za
demografiju i mlade

UVOD

U izvještaju su predstavljeni rezultati anketnog istraživanja provedenog u siječnju 2022. godine u okviru projekta "Budućnost u izgradnji – mladi i lokalna zajednica". Nositelj ovog partnerskog projekta je Centar za edukaciju i informiranje potrošača u partnerstvu s Humanitarnom udrugom Duga Vukovar i gradom Vukovarom.

Istraživanje je provedeno metodom anonimne ankete s ispitanicima u dobi od 15 do 25 godina, na uzorku od 96 ispitanika te je pokazalo rezultate različitih društvenih slojeva, strukturiranih u dobne, rodne i geografske skupine.

Projekt je financira Središnji državni ured za demografiju i mlade.

Uvodne informacije	1
--------------------	---

Održivi razvoj	7
----------------	---

Financijska pismenost	18
-----------------------	----

Medijska pismenost	28
--------------------	----

Zaključak	42
-----------	----

DEFINICIJA ODRŽIVOG RAZVOJA

Mnogo je definicija održivog razvoja koje se mogu tumačiti na različite načine ovisno o perspektivi. Ipak, svakoj je definiciji zajednički termin ravnoteža koji upućuje na “zadovoljavanje potreba sadašnje generacije, bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe”.

Ovim riječima održivi razvoj prvi je put definirala Svjetska komisija za okoliš i razvoj 1987. godine. I dok su se definicije mijenjale kroz povijest, srž je ostala ista. Razlika je što se ponekad fokus više usmjeravao na okoliš ili na socijalna prava.

Danas je održivi razvoj temeljen na razumijevanju povezanosti njegove tri temeljne sastavnice: društvo, okoliš i gospodarstvo. Ravnoteža između sve tri sastavnice i njezina operacionalizacija u praksi osigurava dugoročan razvoj ljudskog društva u očuvanom okolišu.

DRUŠTVO

Društvena komponenta podrazumijeva njegovanje zajednica uz poticanje kulturološke raznolikosti i očuvanje kulturne baštine, osiguravanje jednake dostupnosti na obrazovanje i zdravstvenu skrb, postizanje ravnopravnosti svih članova društva te unaprjeđenje socijalnih prava.

OKOLIŠ

Okolišna komponenta uključuje razvoj strategija i planova upravljanja za očuvanje okoliša, smanjenje i zaustavljanje zagađenja okoliša, brigu za stabilnost klime, razumnu i učinkovitu eksploataciju prirodnih dobara i brigu o njihovim kapacitetima te zaštitu bioraznolikosti i prirode.

GOSPODARSTVO

Gospodarski segment treba omogućiti porast blagostanja ljudi, održavanje stabilnosti cijena i zaposlenja uz zadovoljavajuće prihode, uštedu troškova te ekonomsku efikasnost.



DEFINICIJA FINANCIJSKE PISMENOSTI

Financijsku pismenost možemo definirati kao kombinaciju znanja, vještina, stavova i ponašanja potrebnih za donošenje ispravnih financijskih odluka. Financijska pismenost važna je u razumijevanju financijskih proizvoda i donošenju ispravnih financijskih odluka, jer smanjuje broj individualnih ali i poduzetničkih promašaja te umanjuje rizik od siromaštva i pridonosi ekonomskom rastu i razvoju kako pojedinca tako i društva u cjelini.



DEFINICIJA MEDIJSKE PISMENOSTI

Ne postoji jedna općeprihvaćena definicija medijske pismenosti. “Školske” definicije medijske pismenosti su brojne, a osnovna definicija medijske pismenosti podrazumijeva “sposobnost građana/ki da pristupe, analiziraju i proizvode informacije sa konkretnim učincima”. Medijska pismenost promiče vještine kritičkog razmišljanja koje omogućuju ljudima da nezavisno biraju:

1. koje će medijske sadržaje pratiti,
2. kako da interpretiraju informacije koje primaju putem kanala masovnog komuniciranja

Cijeli niz faktora određuje utjecaj medijskog sadržaja, uključujući i razumijevanje elemenata uključenih u proces medijskog komuniciranja:

1. komunikator, odnosno onaj tko proizvodi medijski sadržaj;
2. funkcija ili svrha s kojom nastaje medijski sadržaj;
3. vrsta medija i pojedinačne karakteristike različitih vrsta medija;
4. ciljna publika

Najznačajnija dimenzija medijske pismenosti je sposobnost kritičkog razmišljanja pri interpretaciji medijskih sadržaja, od informativnih do umjetničkih i zabavnih. Sposobnost “čitanja” medijskih poruka i njihovog značenja – koje nije uvijek samorazumljivo i na prvi pogled očigledno – od ključnog je značaja za razumijevanje svijeta oko sebe, o kojem u suvremenom dobu najviše saznajemo upravo iz medija.



PROFIL MLADIH KOJI SU SUDJELOVALI U ANKETNOM ISTRAŽIVANJU

Anketu je ispunilo ukupno 96 mladih osoba sa područja Vukovarsko-srijemske županije. Anketu su ispunjavale mlade osobe u dobnoj skupini od 15 do 25 godina. U istraživanju je obuhvaćen veći udio ženskog spola - 59,4 %, a muškog spola 40.6%.

OSOBE ŽENSKOG SPOLA- 59,4%



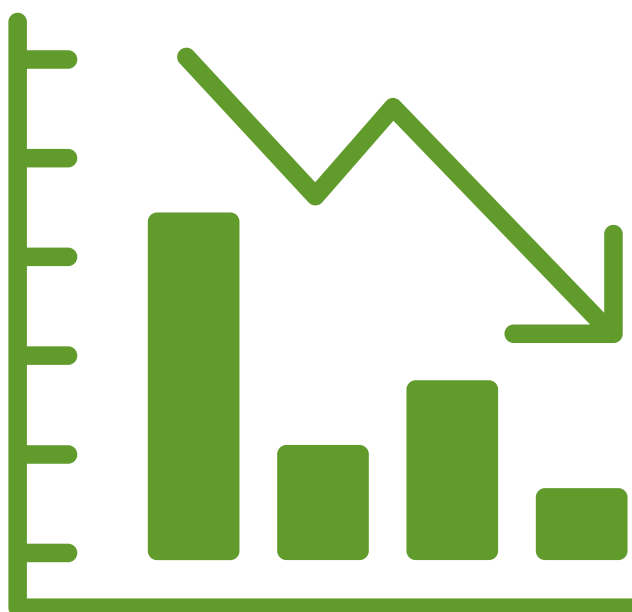
OSOBE MUŠKOG SPOLA- 40,6%



REZULTATI ANKETNOG ISTRAŽIVANJA

U nastavku izvještaja prikazani su rezultati podijeljeni na tri sekcije anketnog istraživanja o stavovima mladih. Prva sekcija su rezultati istraživanja na temu održivog razvoja, druga sekcija se odnosi na financijsku pismenost i treća sekcija su rezultati istraživanja na temu medijske pismenosti.

Istraživanjem smo ispitali informiranost i razumijevanje koncepta održivog razvoja, financijske i medijske pismenosti te stavove i ponašanja mladih u skladu s tim konceptom.





ODRŽIVI RAZVOJ

Definiranje održivog razvoja

Od ispitanika smo tražili da svojim riječima, u slobodnoj formi, napišu definiciju održivog razvoja odnosno opišu osobno shvaćanje i poimanje održivog razvoja. Neki su ispitanici ostavili prazan prostor ili su upisivali "ne znam", što svjedoči o nepoznavanju koncepta.

Kod opisa, najviše su navodili da je održivi razvoj vezan uz zaštitu okoliša. Isto tako, izjednačavali su ga s poboljšanjem kvalitete života, ekonomskim razvojem, gospodarskim razvojem i načinom za bolje i učinkovitije iskorištavanje resursa.

Citiramo neke definicije održivog razvoja koje su naveli mladi u upitnicima:

"Racionalno korištenje resursa sa što manjim utjecajem na okoliš"

"Ekonomski razvoj koji u potpunosti uzima u obzir djelovanje ekonomske aktivnosti na okoliš."

"Gospodarski razvoj koji se osniva na obnovljivim izvorima dobara."

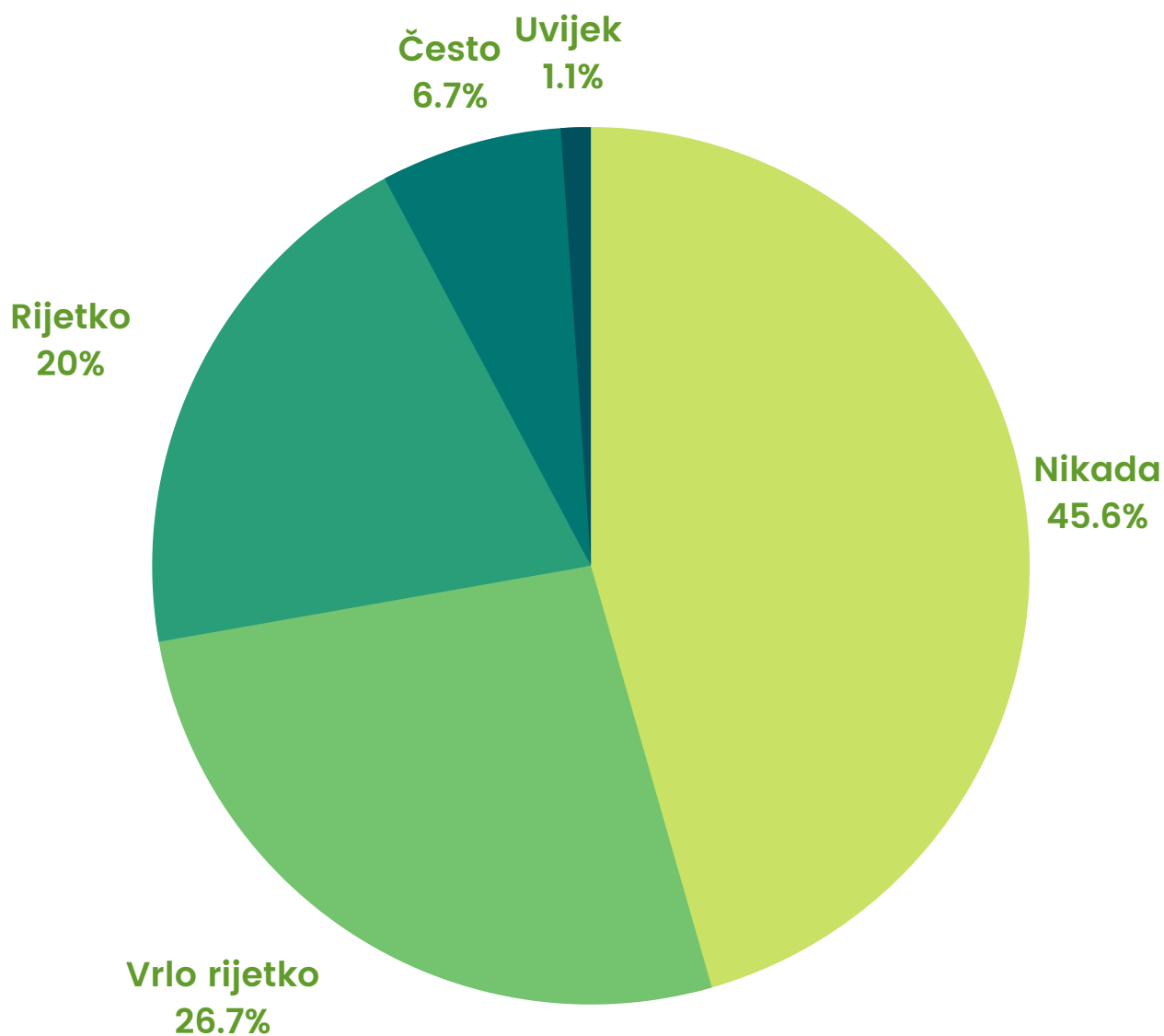
"Razvoj u kojem s raspoloživim resursima zadovoljavamo ljudske potrebe bez ugrožavanja prirode."



Tvrdnja br. 1

"S prijateljima razgovaram o održivom razvoju."

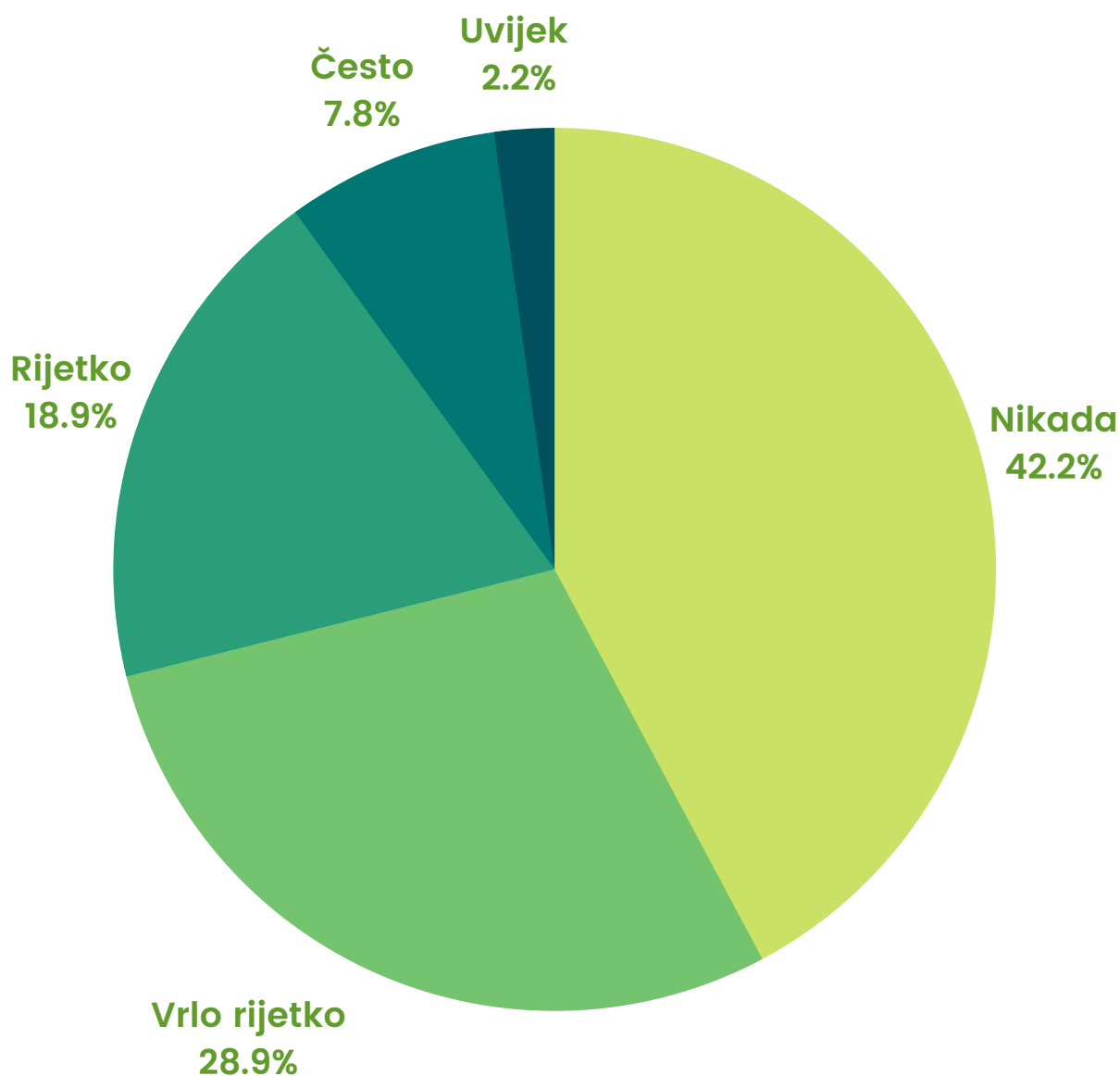
Tvrdnja se odnosi na ispitivanje stava mladih o zainteresiranost o temama održivog razvoja. Dobiveni rezultati pokazali su kako mladi nemaju navike razgovora o temama održivog razvoja.



Tvrdnja br. 2

"Na društvenim mrežama pratim stranice posvećene održivom razvoju."

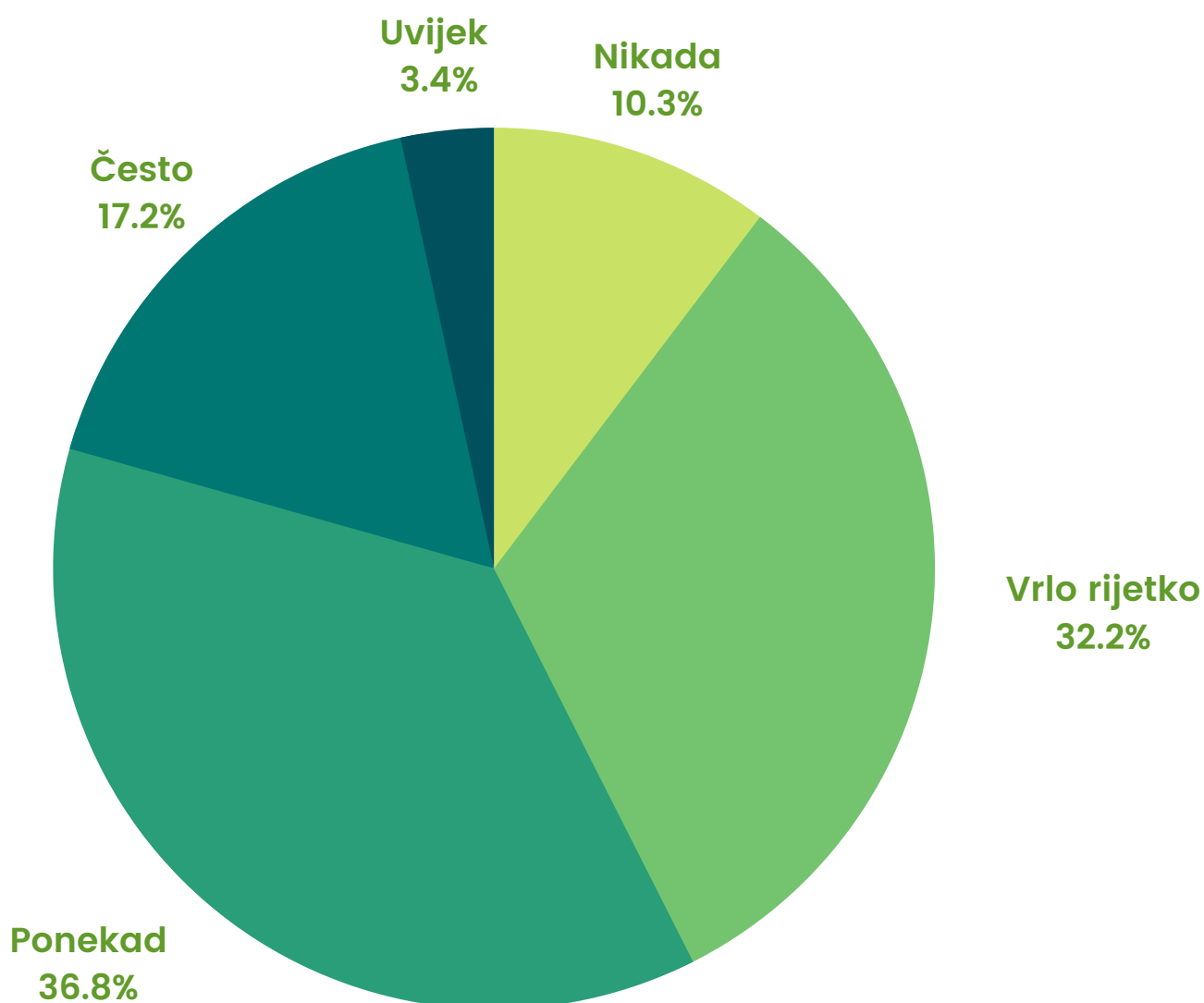
Tvrdnja se odnosi na ispitivanje stava mladih o praćenju održivog razvoja kroz društvene mreže. Dobiveni rezultati pokazali su kako **42,2%** mladih ne prati stranice o održivom razvoju na društvenim mrežama.



Tvrđnja br. 3

"Mediji nam pružaju dovoljno informacija o održivom razvoju."

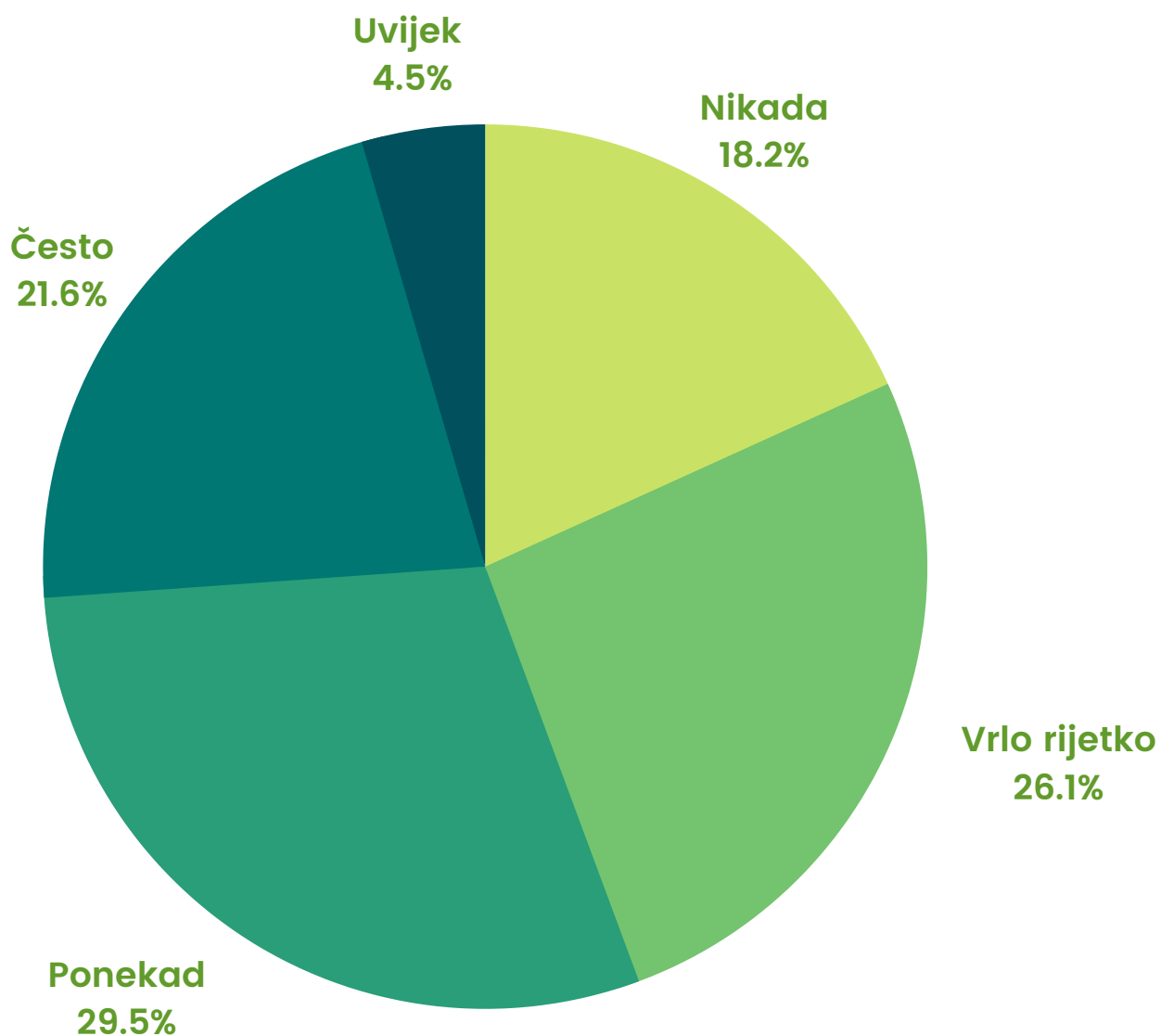
Tvrđnja se odnosi na ispitivanje stava mladih o medijskom pružanju informacija na temu održivog razvoja. Dobiveni rezultati pokazali su kako **36,8%** mladih smatra da se ponekada pružaju informacije o održivom razvoju kroz medije.



Tvrđnja br. 4

"U školi učimo o temama održivog razvoja."

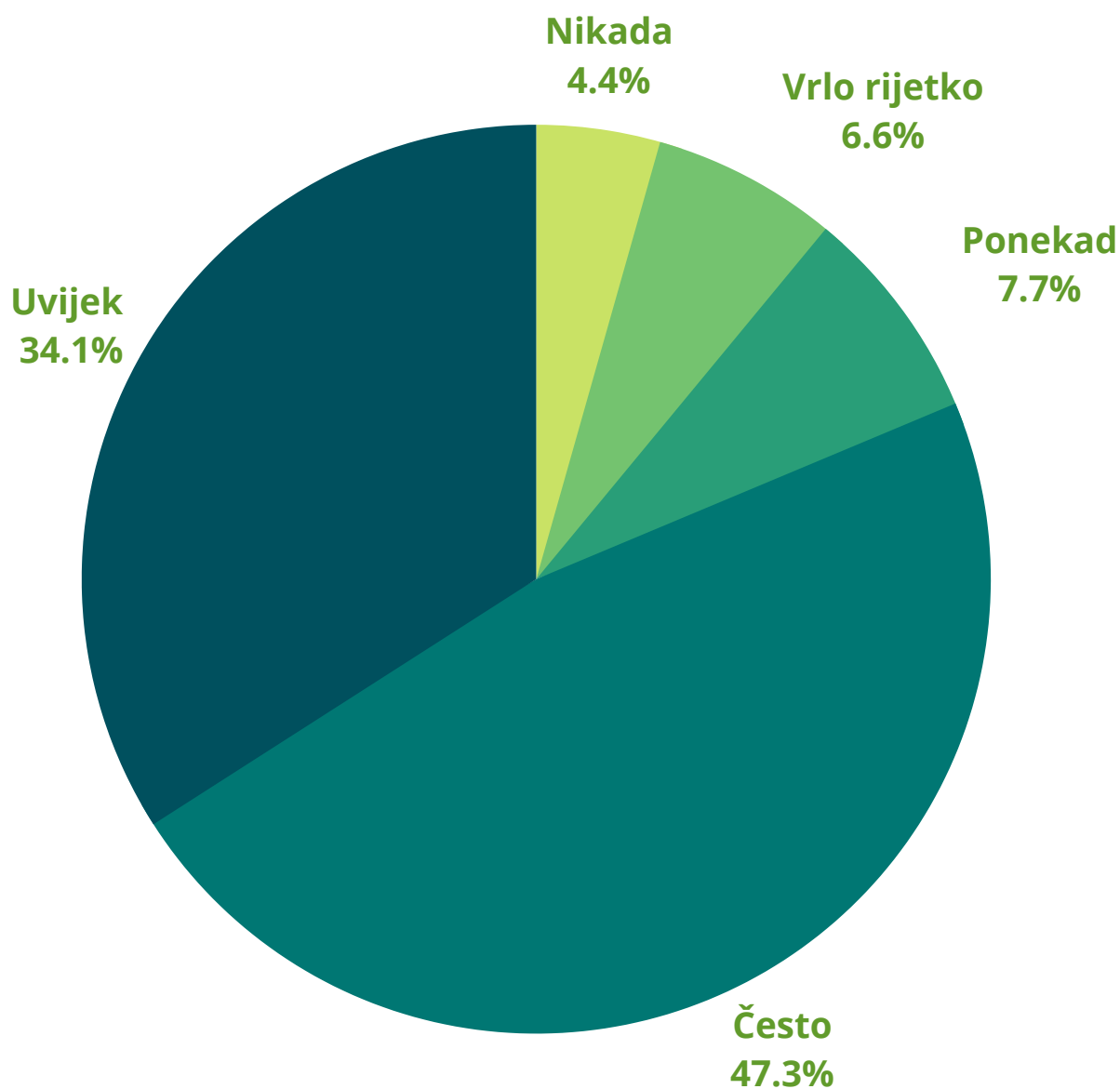
Dobiveni rezultati pokazali su kako **29,5%** mladih tvrdi da ponekad uče u školama na temu održivog razvoja.



Tvrdnja br. 5

"Racionalno trošim resurse u svom kućanstvu (gasim laptop i TV kada ih ne koristim, gasim slavinu kada perem zube, ne bacam hranu)."

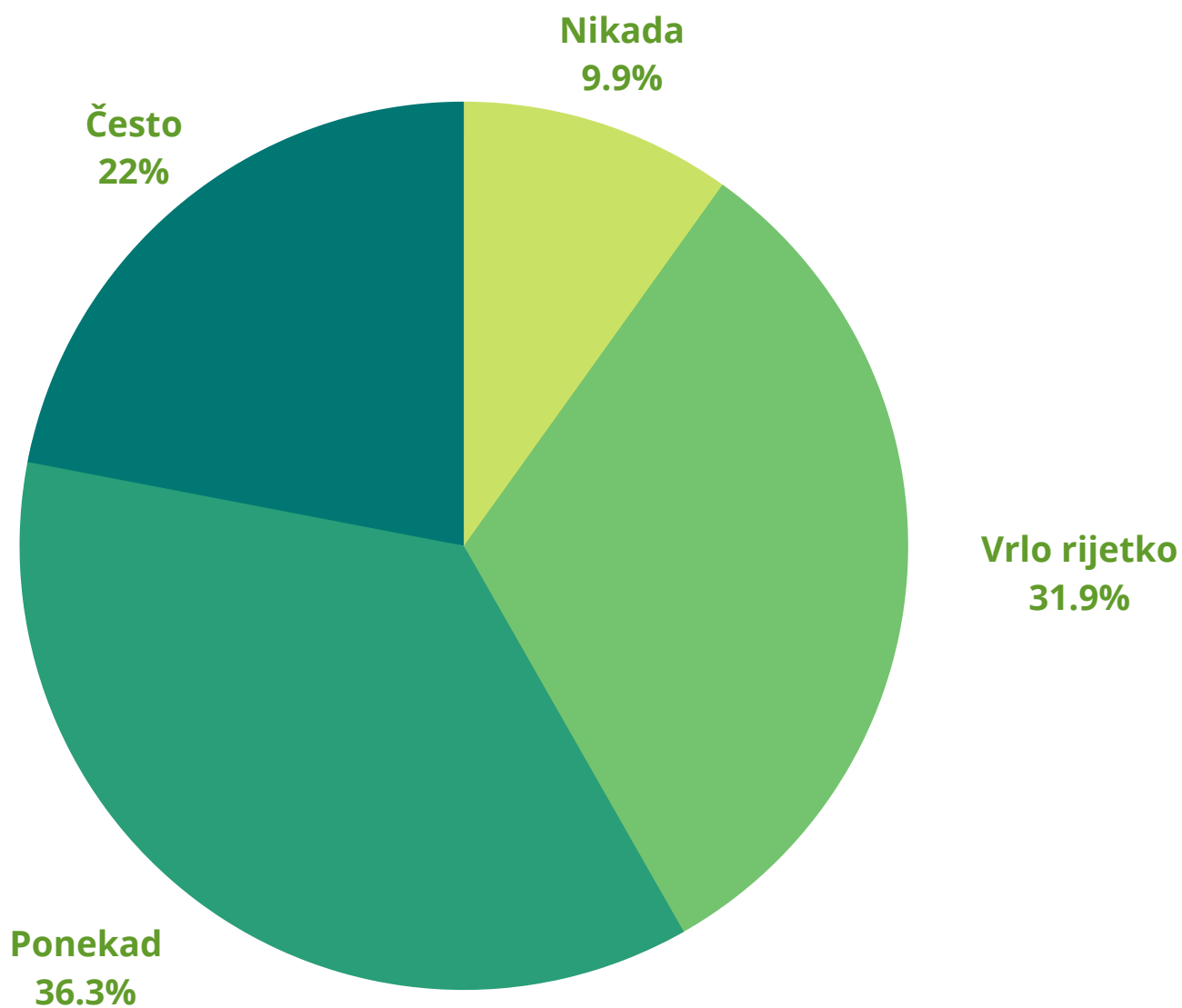
Dobiveni rezultati pokazali su kako **47,3%** mladih tvrdi da često racionalno troše resurse u svom kućanstvu, dok **4,4%** mladih tvrdi da nikada ne obraćaju pažnju na racionalno trošenje resursa u kućanstvu.



Tvrđnja br. 6

"Kupujem proizvode koji na sebi imaju ekološke oznake."

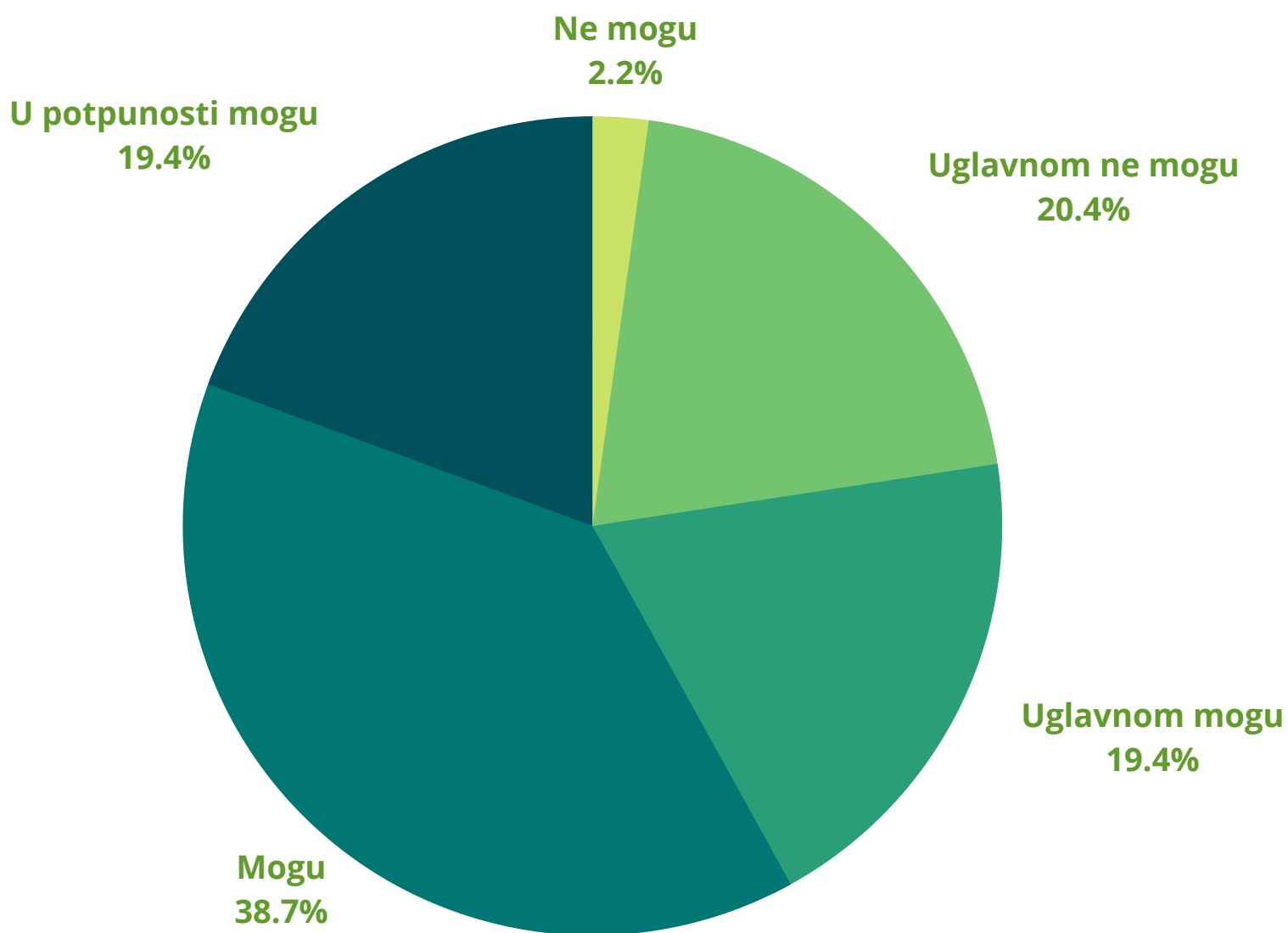
Dobiveni rezultati pokazali su kako **36,3%** mladih tvrdi da ponekad kupuju proizvode koji na sebi imaju ekološke oznake, dok **ni jedna mlada osoba nije označila** da uvijek kupuje proizvode koji imaju ekološke oznake na sebi.



Tvrđnja br. 7

"Mogu li mladi svojim angažmanom utjecati na pitanja održivog razvoja (klimatske promjene, smanjenje otpada od hrane, racionalnije korištenje resursa)?"

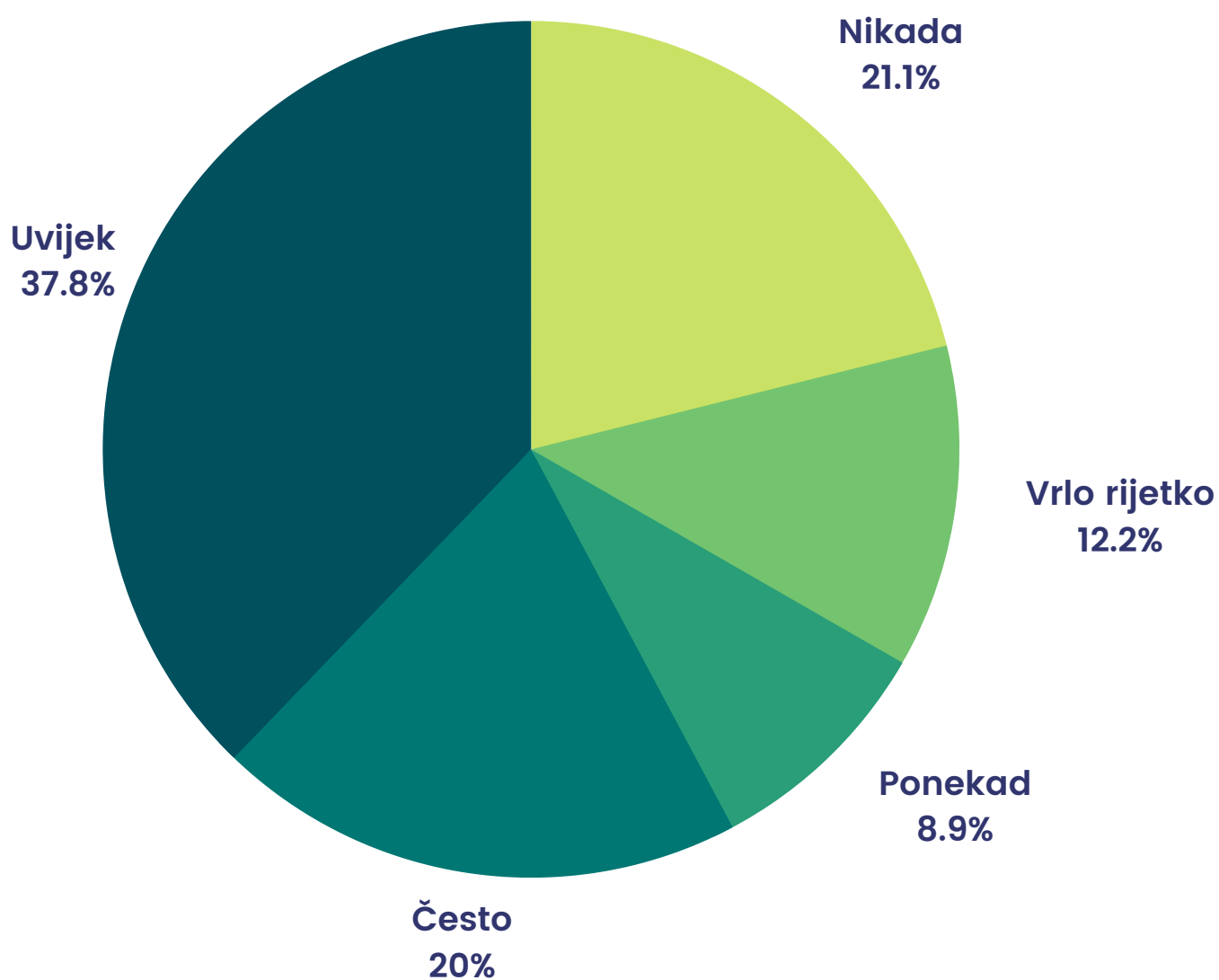
Dobiveni rezultati pokazali su kako **38,7%** mladih tvrdi da mogu svojim angažmanom utjecati na pitanje održivog razvoja.



Tvrdnja br. 8

"Do škole pješačim ili vozim bicikl.."

Dobiveni rezultati pokazali su kako **37,8%** mladih tvrdi da uvijek pješače ili voze bicikl do škole dok njih **21,1%** tvrde da to ne rade nikada.



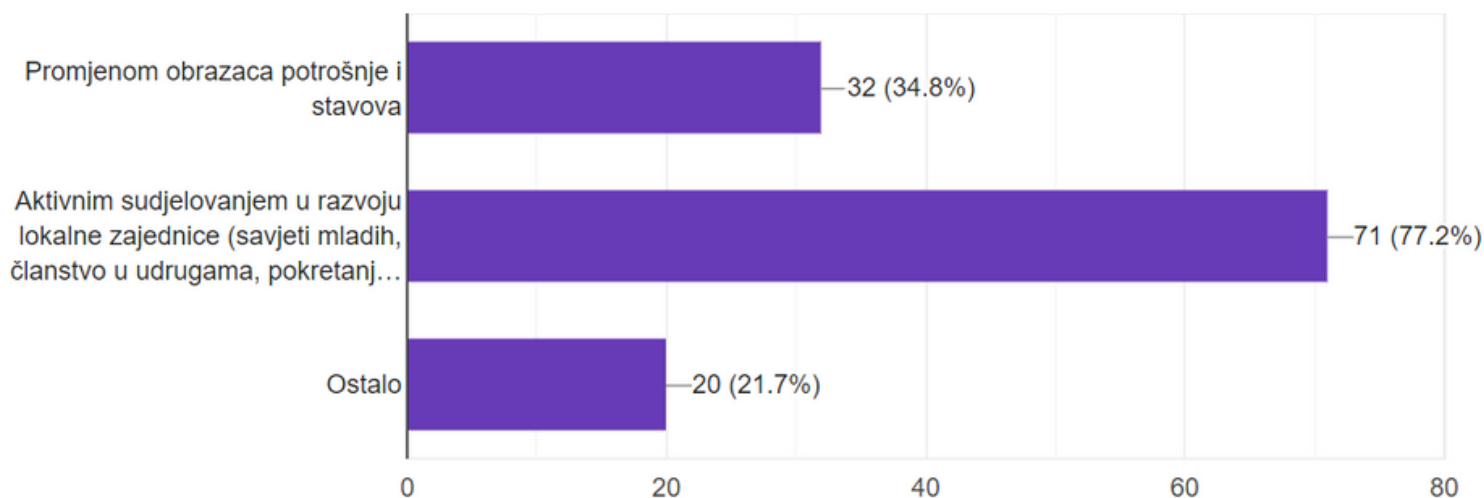
Tvrđnja br. 9

"Kako mladi mogu utjecati na pitanja održivog razvoja (klimatske promjene, smanjenje otpada od hrane, racionalnije korištenje resursa)?"

Ponudili smo tri odgovora :

- 1.Promjenom obrazaca potrošnje i stavova
- 2.Aktivnim sudjelovanjem u razvoju lokalne zajednice(savjeti mladih, članstvo u udrugama, pokreta..)
- 3.Ostalo

Bilo je moguće odabrati više odgovora





FINANCIJSKA PISMENOST

Definiranje financijske pismenosti

Od ispitanika smo tražili da svojim riječima, u slobodnoj formi, napišu definiciju financijske pismenosti odnosno opišu osobno shvaćanje i poimanje financijske pismenosti. Nekolicina ispitanika su upisivali "ne znam", dok je većina napisala definiciju što svjedoči o poznavanju koncepta.

Kod opisa, najviše su navodili da je financijska pismenost vezan uz sposobnost pojedinca da brine o vlastitim financijama, osiguravanje dovoljnih prihoda i racionalno raspoređivanje istih.

Citiramo neke definicije financijske pismenosti koje su naveli mladi u anketi:

"Znanje o financijama."

"Koliko se dobro znamo koristiti financijama."

"Sposobnost određivanja i donošenja pravilnih financijskih odluka."

"To je način na koji netko raspolaže financijama, odnosno koliko se zna s njima odnositi."

"Razumijevanje cijene, pdv-a, poznavanje valuta i njihova omjera, shvaćanje i razlikovanje kredita, svjesno raspolaganje novca."

Tvrdnja br. 1

"Na koje načine smatrate da se može štedjeti?"

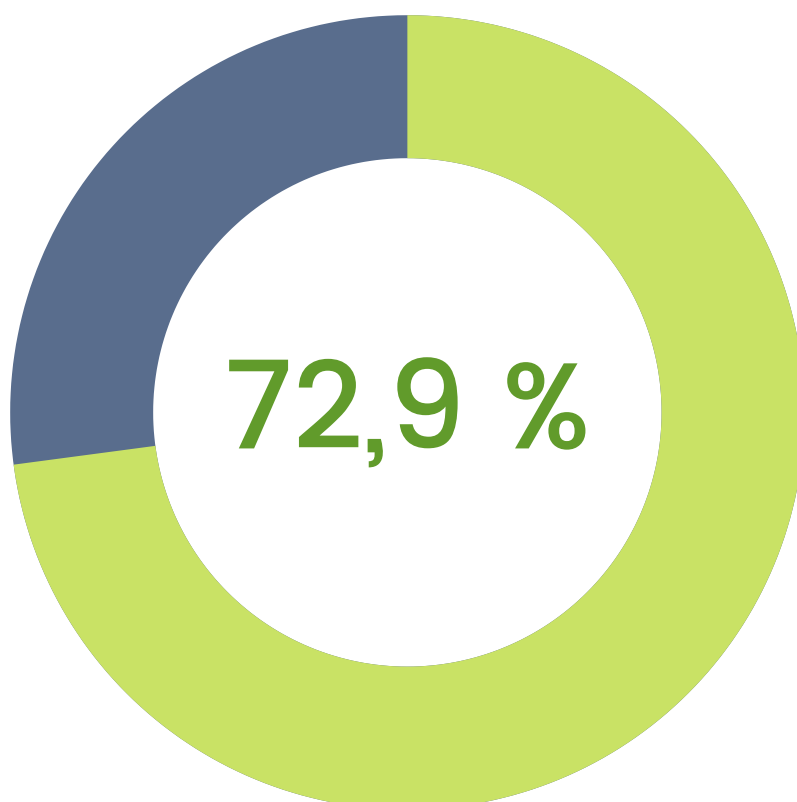
Dobiveni rezultati pokazali su kako većina ispitanika smatra da se najbolje može uštedjeti na način da se ne kupuju stvari koje im nisu krajnje potrebne, dio njih smatra da se uštediti može sa štednim računom u banci, a nekolicina njih smatra da se uštedjeti može uz pravilno planiranje troškova.



Tvrdnja br. 2

"Imate li otvorenu štednu knjižicu u banci?"

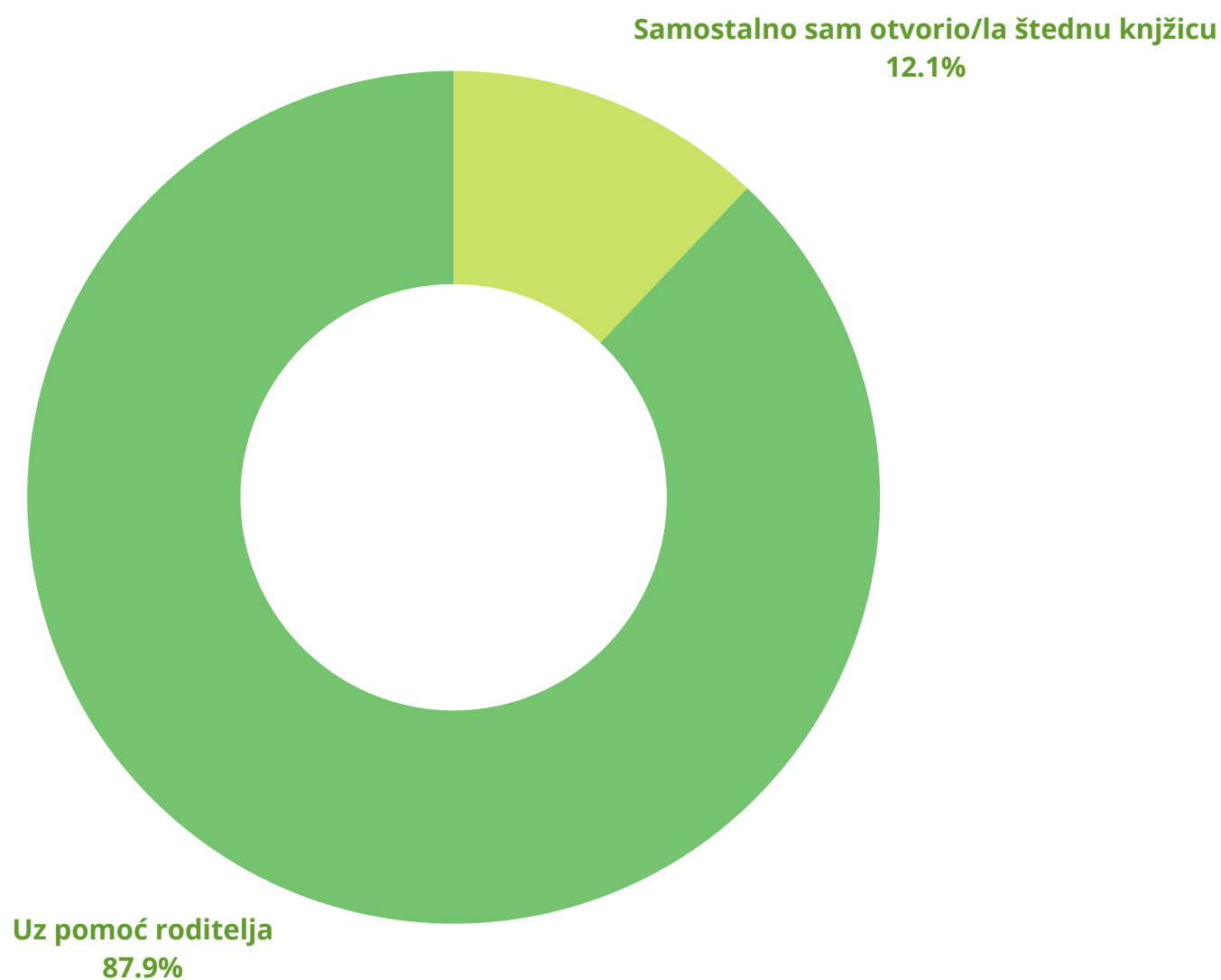
Dobiveni rezultati pokazali su kako **72,9%** ispitanika ima otvorenu štednu knjižicu u banci.



Tvrdnja br. 3

"Da li ste ju otvorili sami ili uz pomoć roditelja?"

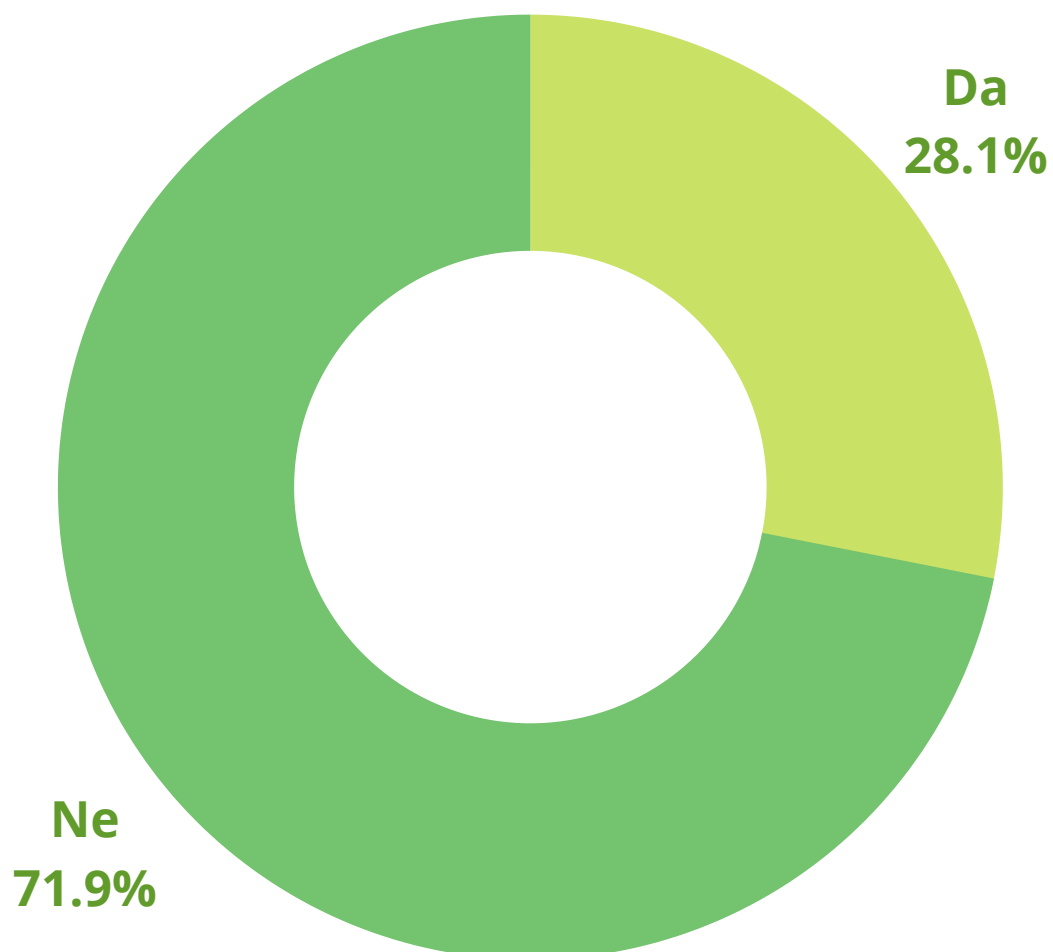
Dobiveni rezultati pokazali su kako **87,9%** ispitanika otvorilo je štednu knjižicu uz pomoć roditelja.



Tvrđnja br. 4

"Koristite li kreditnu karticu?"

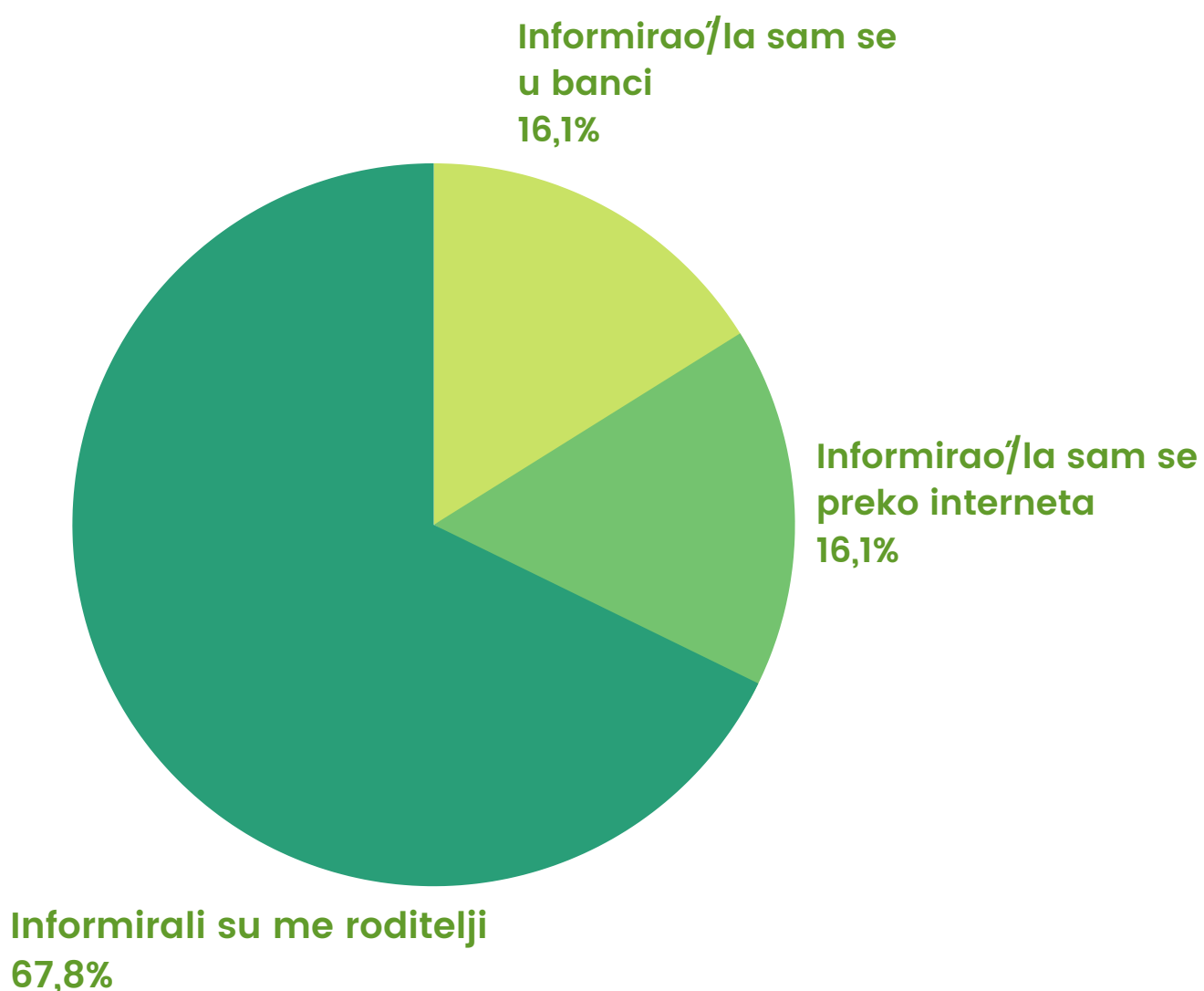
Dobiveni rezultati pokazali su kako **71,9%** ispitanika ne koristi kreditnu karticu, dok **28,1%** koristi kreditnu karticu.



Tvrđnja br. 5

"Prije početka korištenja kreditne kartice da li ste se informirali u banci ili na bilo koji drugi način koje su prednosti/nedostatci kod korištenja kreditne kartice?"

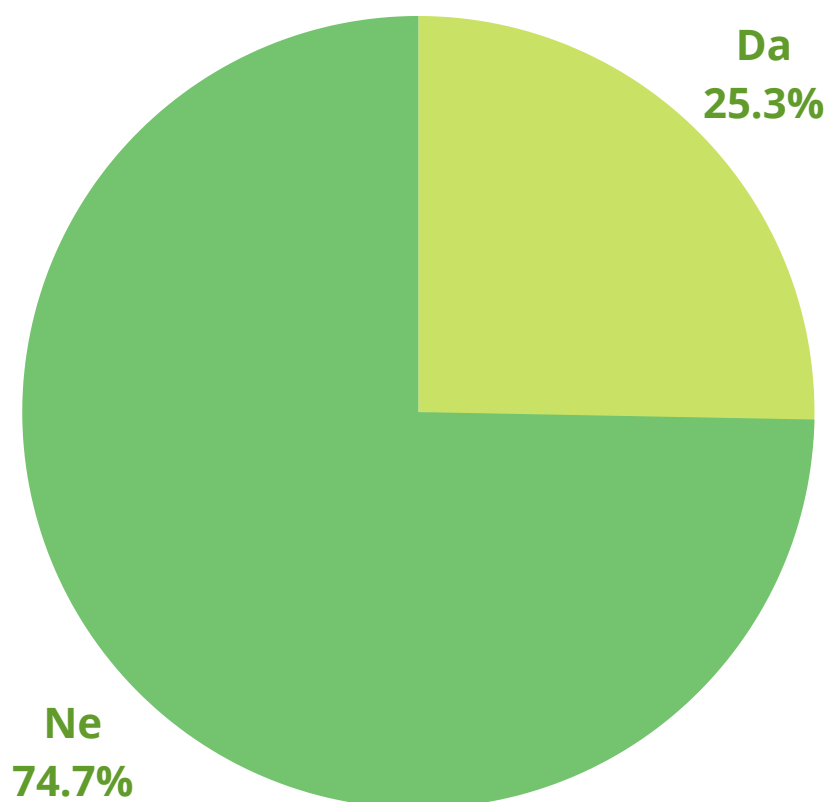
Dobiveni rezultati pokazali su kako je **67,7%** ispitanika su informirano strane roditelja o prednostima i nedostacima kod korištenja kredite kartice.



Tvrdnja br. 6

"Znate li razliku između žiro i tekućeg računa?"

Dobiveni rezultati pokazali su kako **74,7%** ispitanika ne zna razliku između žiro i tekućeg računa.



Tvrdnja br. 7

"Što je žiro račun?"

Velika većina ispitanika je pod ovom tvrdnjom upisala "Ne znam". Neki od odgovora su bili:

"Služi za uplatu primanja."

"Žiro račun je račun gdje je moguća evidencija samostalne uplate novca. Općenito služi za honorarne poslove, stipendije. "

"Račun na koji se dobije novac, jednostavno poslovanje."

"Namijenjen je domaćim i stranim fizičkim osobama čiji se prihodi od samostalnog rada moraju evidentirati preko računa u banci."

Tvrdnja br. 8

"Što je tekući račun?"

Nekolicina ispitanika je pod ovom tvrdnjom upisala "Ne znam". Većina odgovora su bili:

"Račun s kojega koristimo novac za svakodnevnicu."

"Tekućim računom možemo plaćati stvari u svakodnevnosti."

"Račun koji banka otvara na zahtjev potrošača u svrhu primanja uplata."

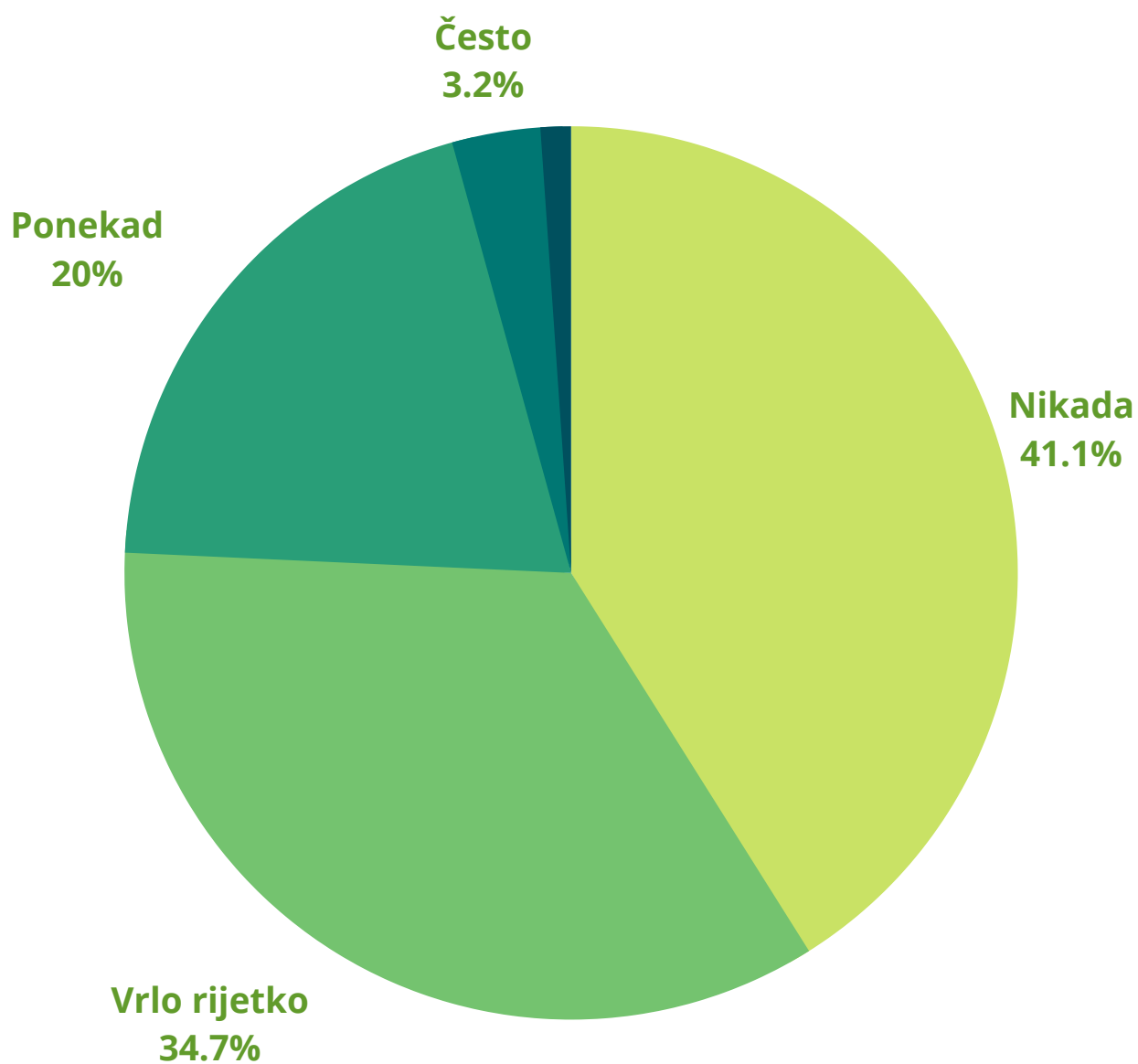
"Koristi se za primanje redovnih uplata ili isplata."

"Transakcijski račun koji banka otvara na zahtjev potrošača u svrhu primanja redovitih ili povremenih uplata."

Tvrdnja br. 9

"U školi učimo o temama financijske pismenosti."

Dobiveni rezultati pokazuju da **41.1%** ispitanika smatra da nikada nisu učili u školi o temama financijske pismenosti.





MEDIJSKA PISMENOST

Definiranje medijske pismenosti

Od ispitanika smo tražili da svojim riječima, u slobodnoj formi, napišu definiciju medijske pismenosti odnosno opišu osobno shvaćanje i poimanje medijske pismenosti. Mala nekolicina ispitanika su upisivali "ne znam", dok je većina napisala definiciju iako je jedan dio definicija bio pogrešan, što znači da mladi ne razumiju izraz medijske pismenosti.

Kod točnih definicija najviše su navodili da je medijska pismenost **vještina, znanje i razumijevanje koje se koriste kod učinkovitog i sigurnog korištenja medijima.**

Citiramo neke definicije medijske pismenosti koje su naveli mladi u anketi:

"Na točan način razumjeti sadržaje na koje nailazimo putem medija i mogućnost korištenja istih."

"Način na kojim se koristimo sredstvima medija."

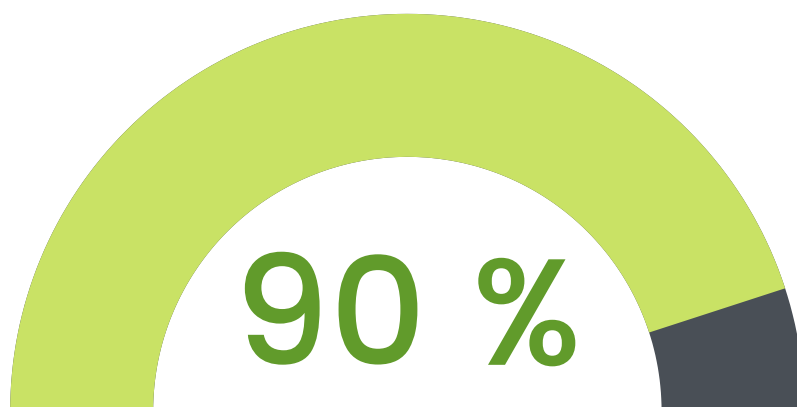
"Medijska pismenost odnosi se na vještine, znanje i razumijevanje koje omogućuju građanima da se učinkovito i sigurno koriste medijima."

"Svjesno i razumno konzumiranje medijskog sadržaja, stvaranje kritičkog mišljenja i mogućnost razlučivanja težine vijesti i fake news-a."

Tvrdnja br. 1

"U kojoj prostoriji se u vašem domu nalazi televizor?"

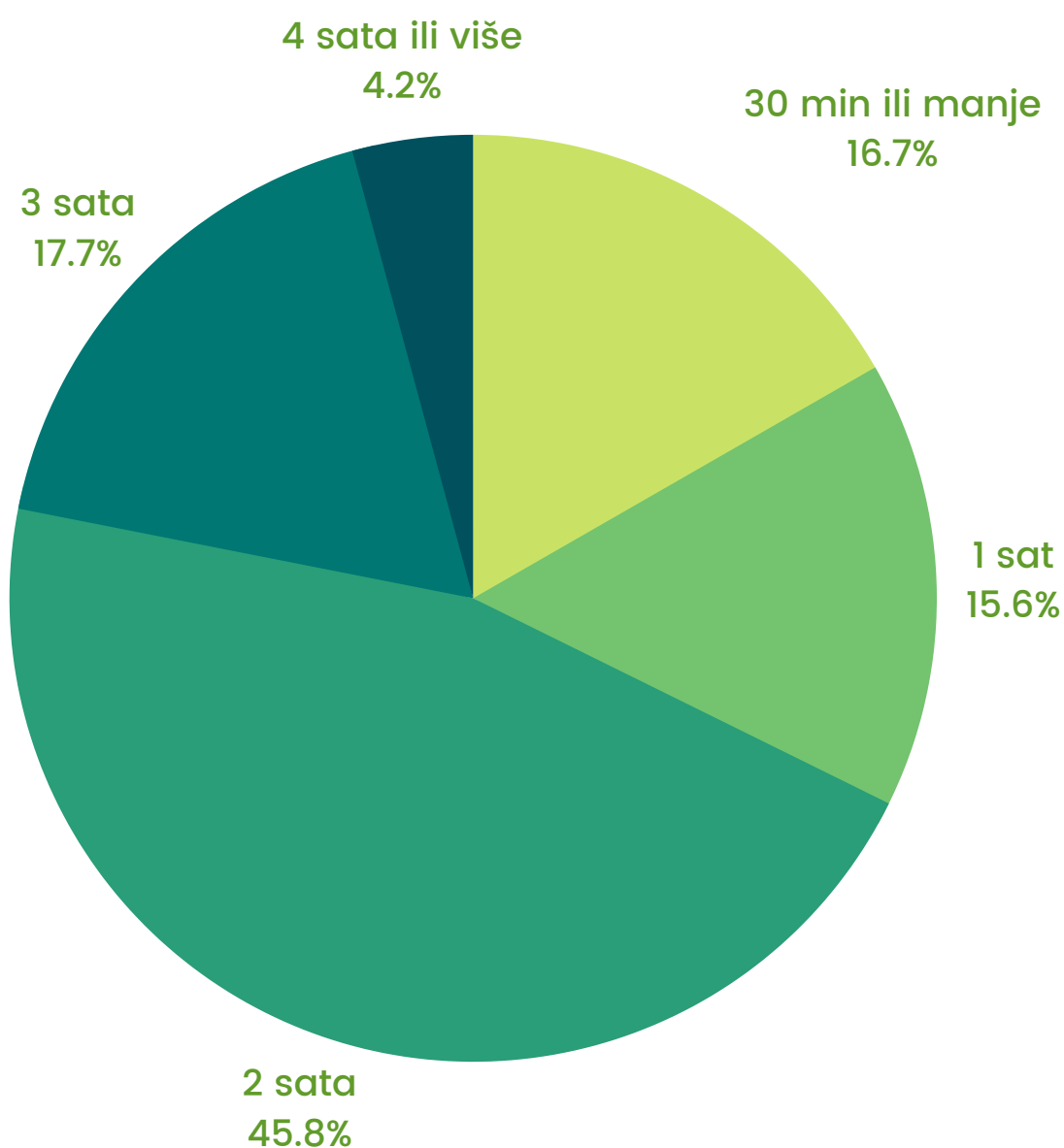
Dobiveni rezultati pokazali su kako **90%** ispitanika ima televizor u dnevnom boravku.



Tvrđnja br. 2

"Koliko vremena koristite za gledanje TV-a i streaming stranica? (Netflix, HBO go, stranice na internetu za gledanje filmova i serija.)"

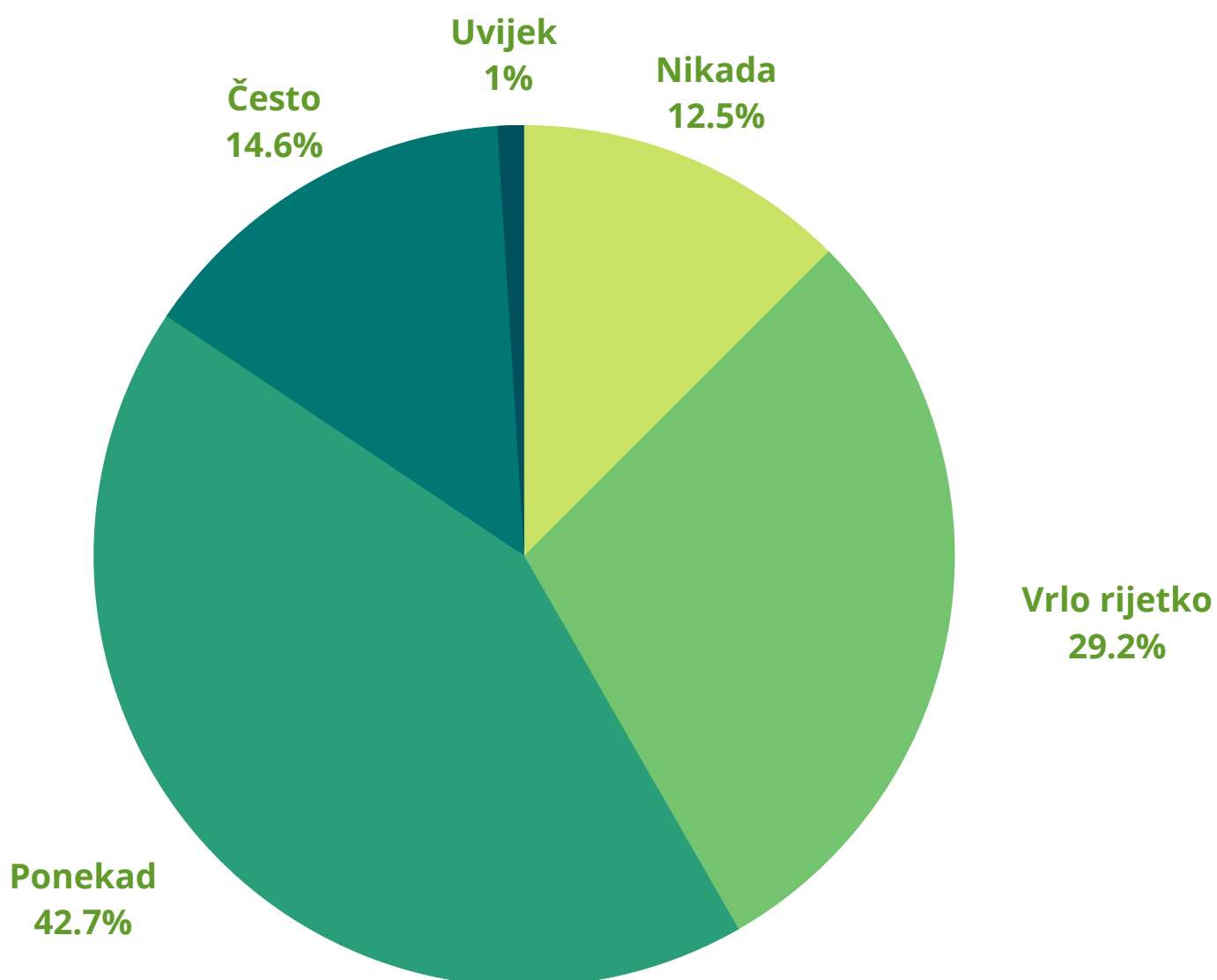
Dobiveni rezultati pokazali su kako **45,8%** ispitanika provodi 2 sata za gledanje TV-a.



Tvrđnja br. 3

"Koliko često čitate novine ili portale sa informacijskom svrhom?"

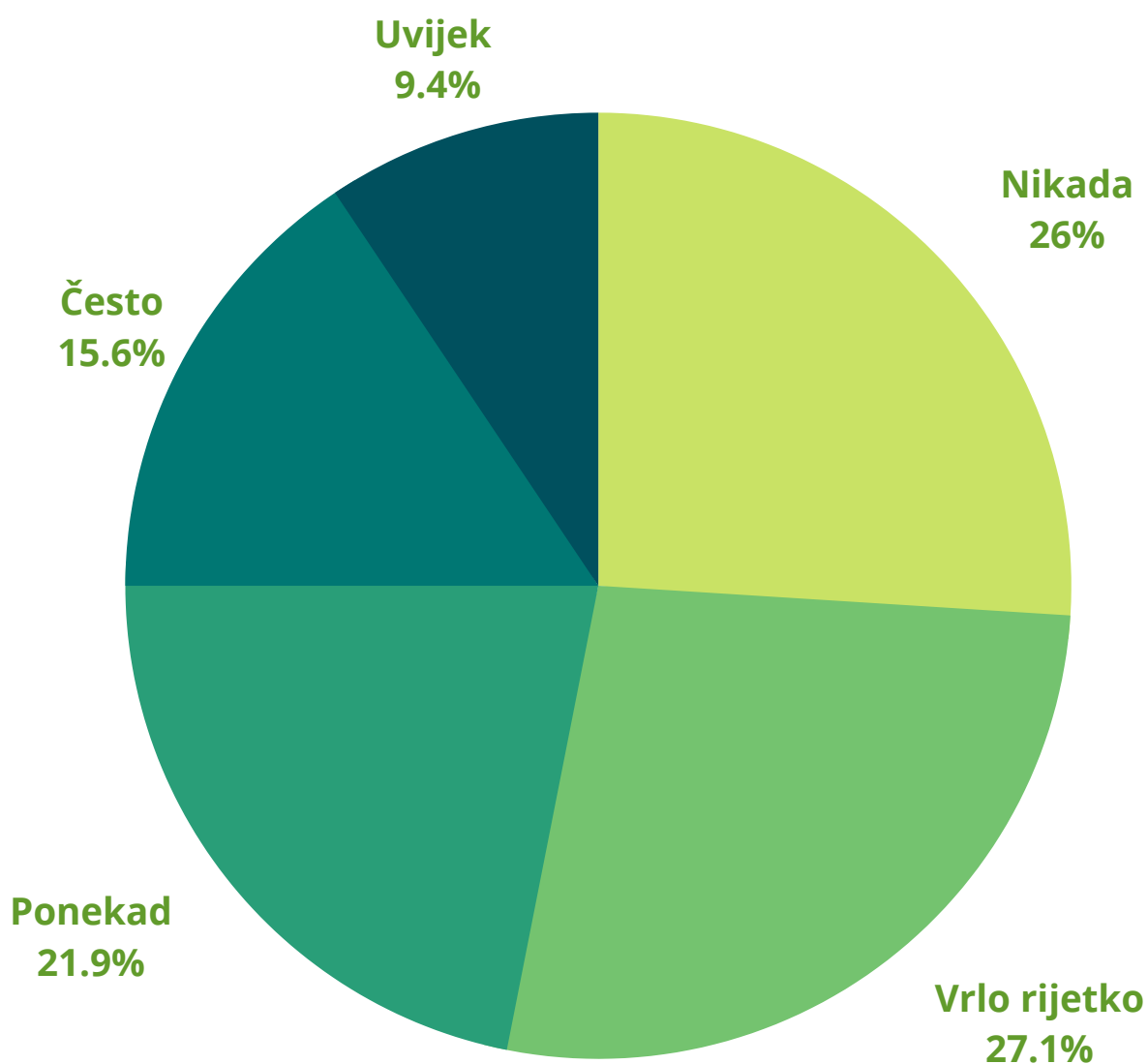
Dobiveni rezultati pokazali su kako **42,7%** ispitanika ponekada čitaju novine ili portale sa informacijskom svrhom dok samo **1%** ih čita uvijek u informacijske svrhe.



Tvrđnja br. 4

"Koliko često provjeravate točnost izvora članka ili vijesti koje pročitate?"

Dobiveni rezultati pokazali su kako **26%** ispitanika nikada ne provjerava točnost izvora vijesti ili članka, a samo njih **9,4%** provjerava uvijek.



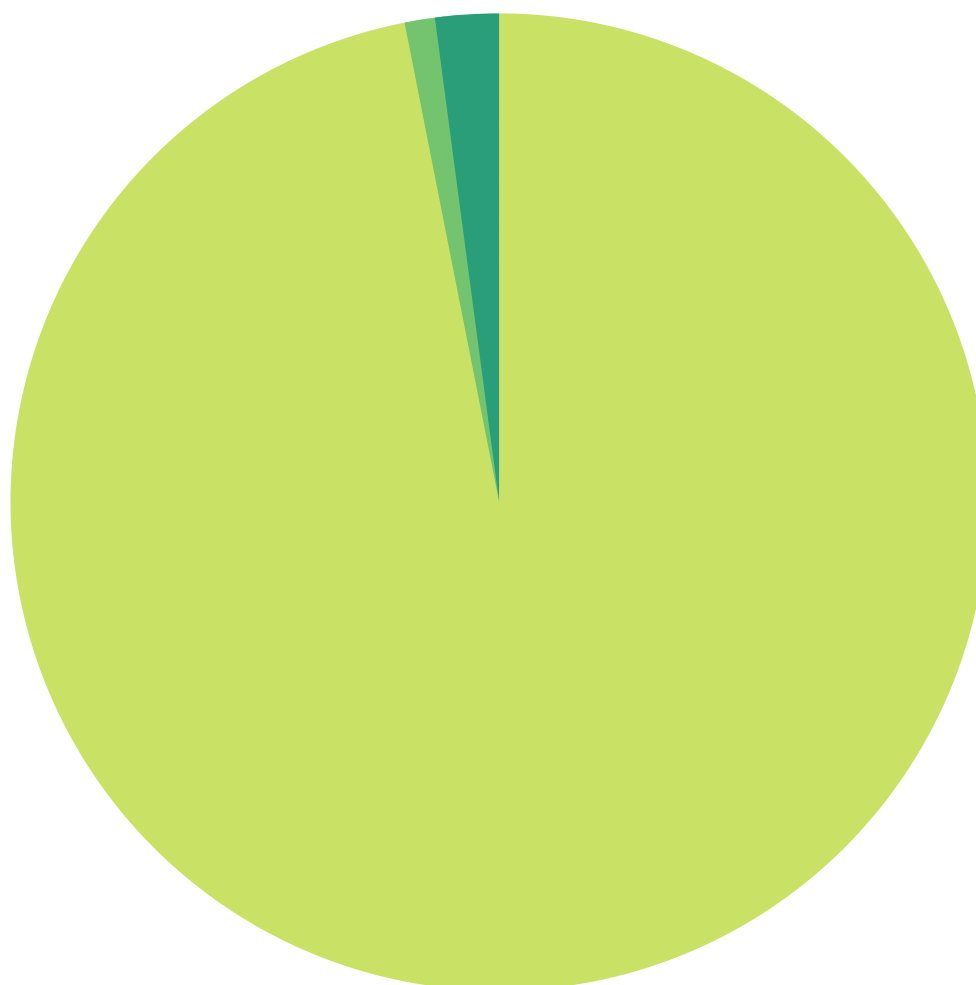
Tvrdnja br. 5

"Znate li što znači izraz "cyberbullying" (elektroničko nasilje) ?"

Dobiveni rezultati pokazali su kako **96,9%** ispitanika tvrdi da zna što znači izraz "cyberbullying".

Čuo/la sam za taj izraz ali ne znam što znači

2.1%

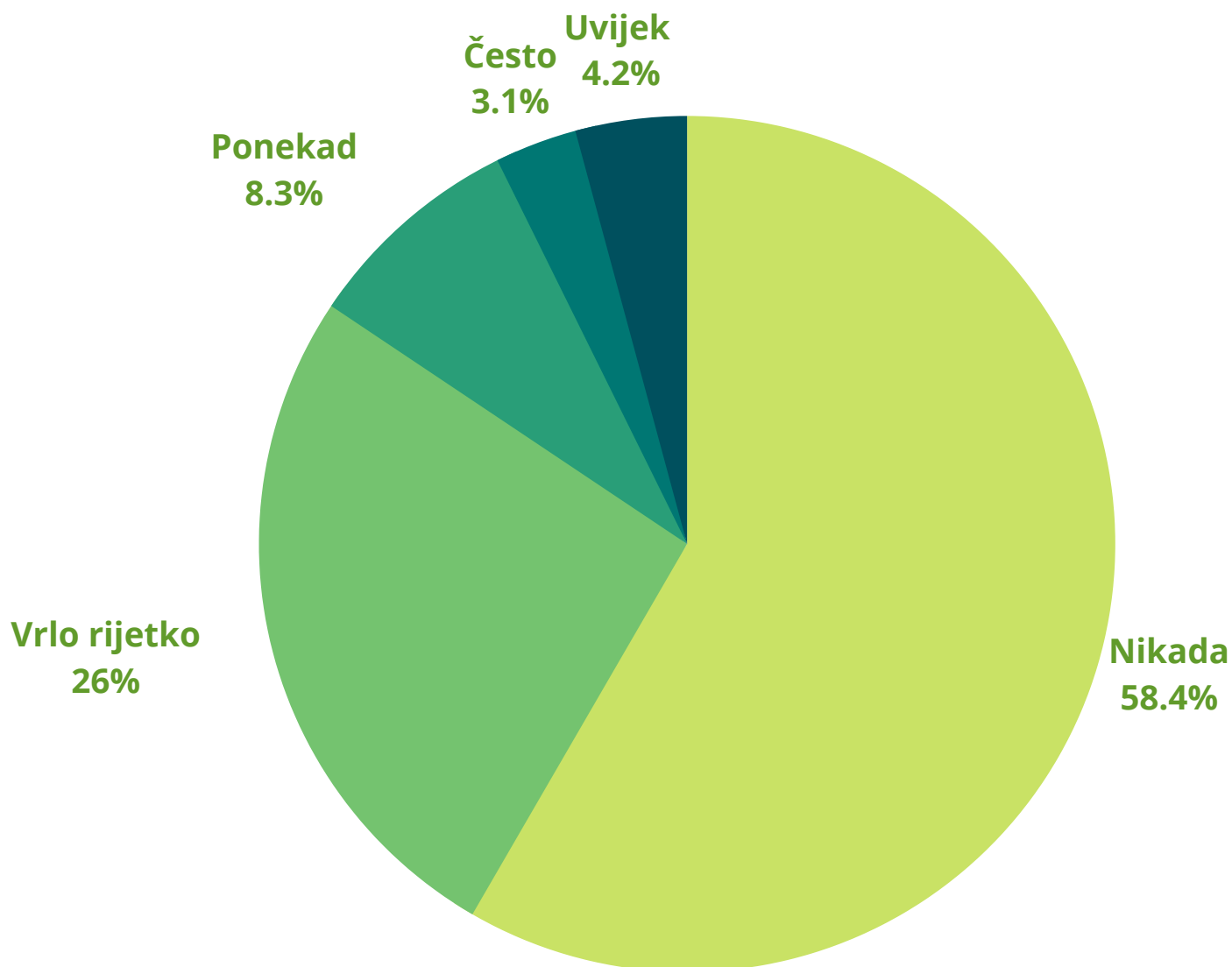


Da
96.9%

Tvrdnja br. 6

"Jeste li ikada doživjeli iskustvo elektroničkog nasilja?"

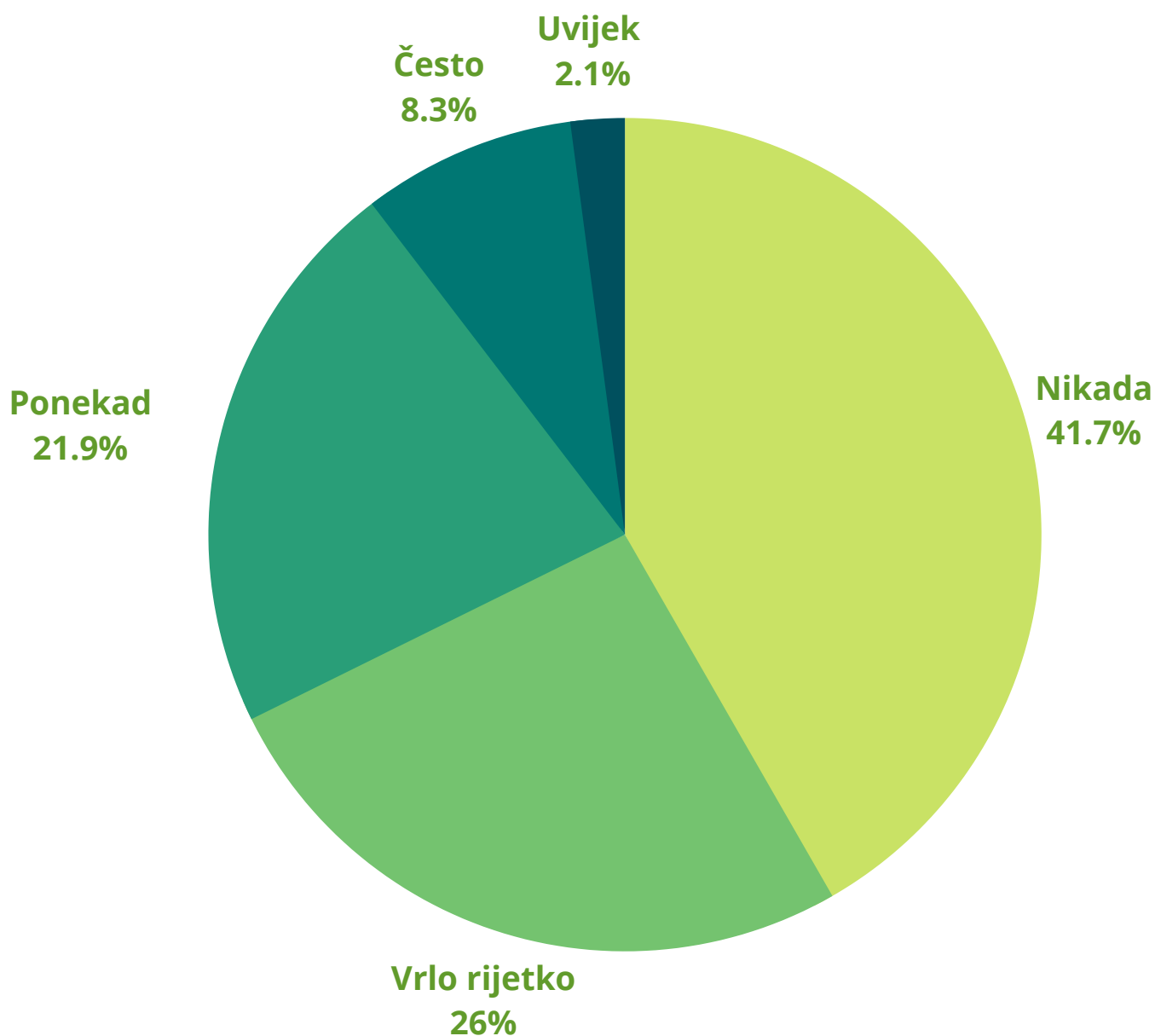
Dobiveni rezultati pokazali su kako **8,3%** ispitanika su **ponekada** doživjeli iskustvo elektroničkog nasilja, **4,2%** da su **uvijek** žrtva elektroničkog nasilja dok **58,3%** da nisu **nikada** doživjeli iskustvo elektroničkog nasilja.



Tvrdnja br. 7

"Razgovarate li sa svojim prijateljima kako spriječiti elektroničko nasilje među svojim vršnjacima?"

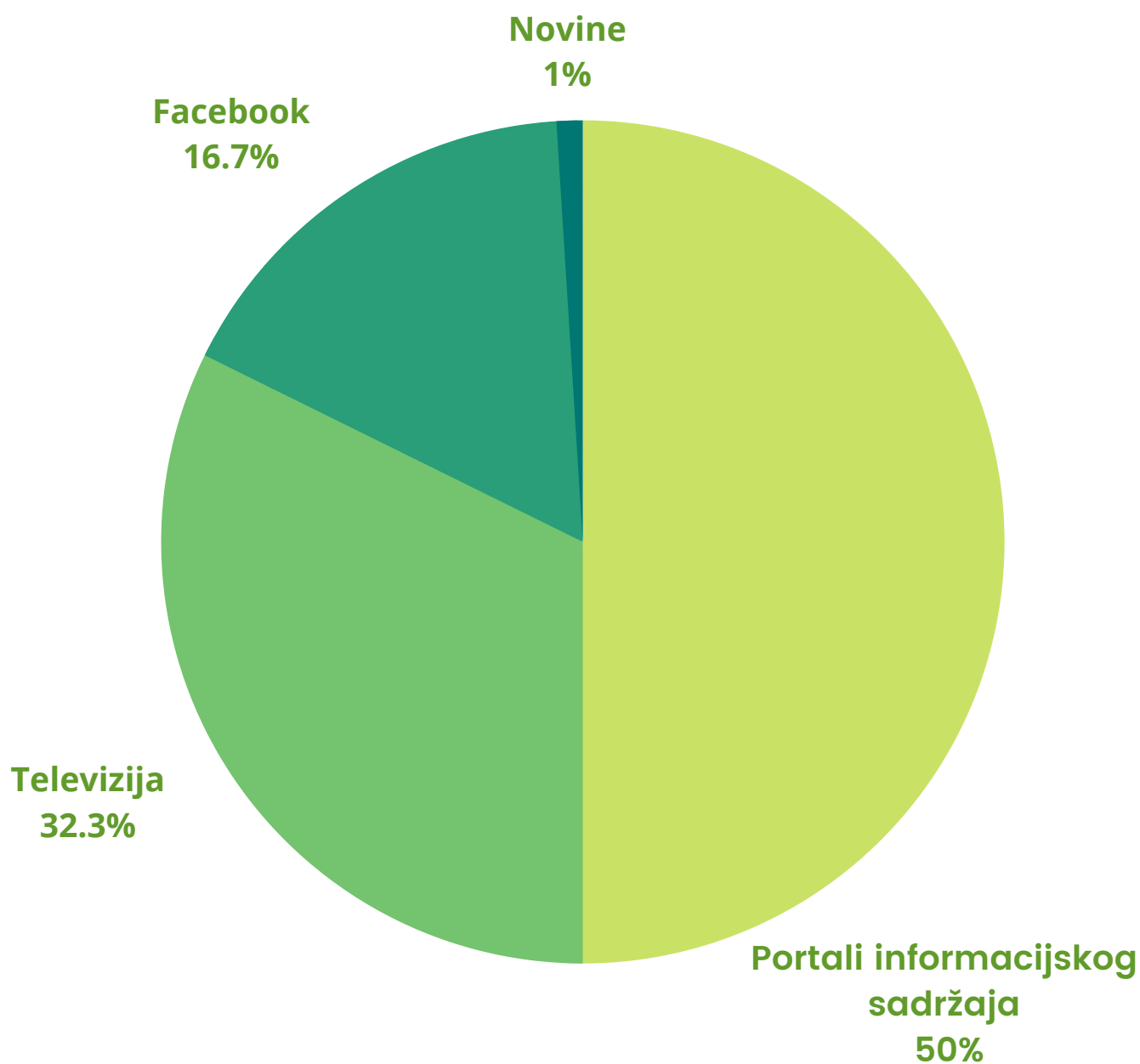
Dobiveni rezultati pokazali su kako **41,7%** ispitanika **nikada** ne priča o sprječavanju elektroničkog nasilja, dok **21,9%** ponekada razgovara sa svojim vršnjacima na tu temu.



Tvrđnja br. 8

"Koji je vaš glavni kanal informiranja?"

Dobiveni rezultati pokazali su kako **50%** ispitanika koristi portale informacijskog sadržaja kao glavni kanal informiranja.



Tvrdnja br. 10

"Koju društvenu mrežu najčešće koristite??"

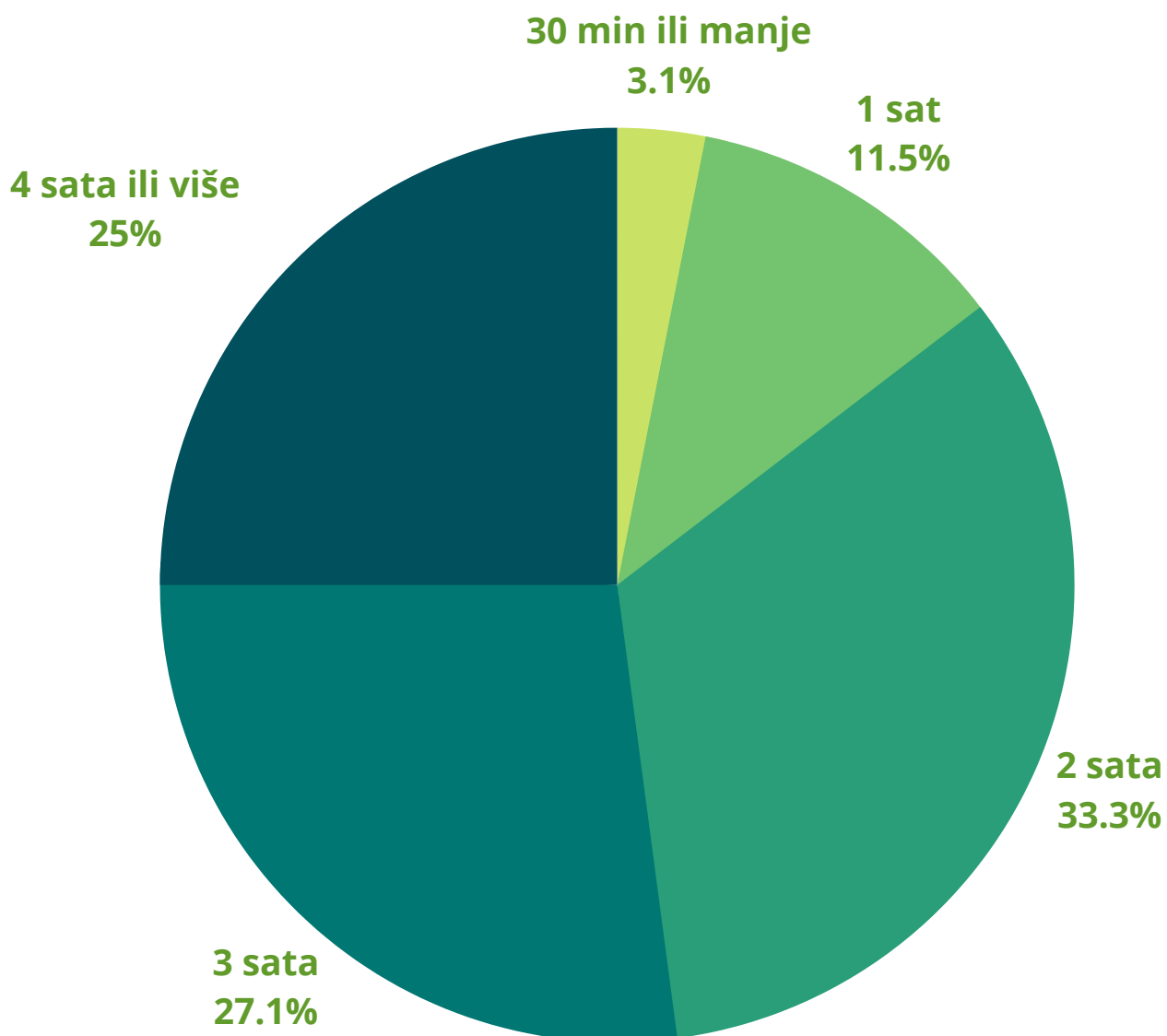
Dobiveni rezultati pokazali su kako **63,5%** ispitanika najčešće koristi **Instagram**, **12,5%** Tik-tok, dok je Facebook kao nekoć vodeća društvena mreža dobila samo **5,2%**.



Tvrdnja br. 11

"Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama?"

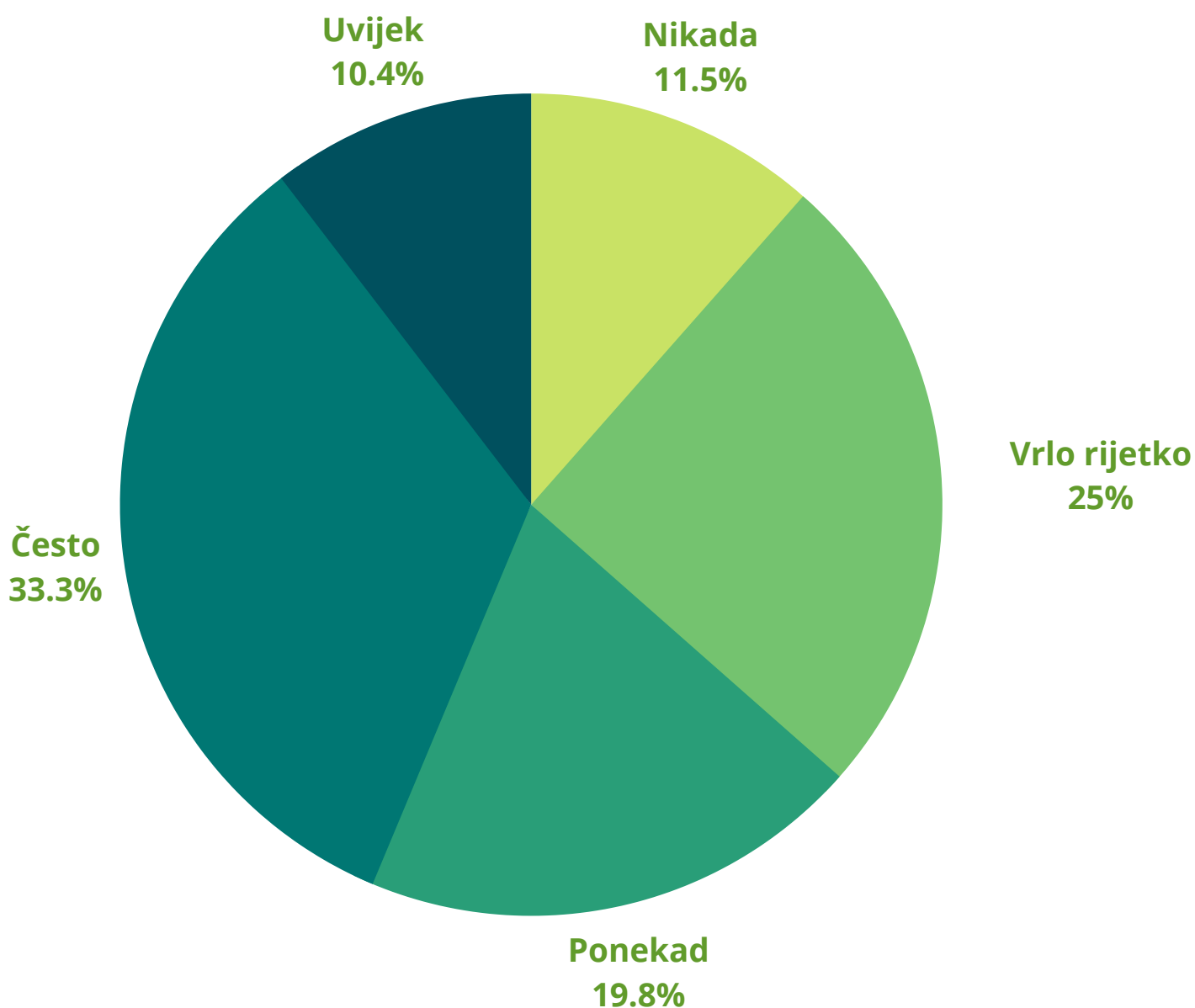
Dobiveni rezultati pokazali su kako **33,3%** ispitanika provodi 2 sata dnevno na društvenim mrežama, dok su njih **25%** odgovorili da dnevno provode 4 sata ili više na društvenim mrežama.



Tvrdnja br. 12

"Koristite li edukativne stranice ili stranice za pomoć u učenje na internetu?"

Dobiveni rezultati pokazali su kako **11,5%** ispitanika tvrdi da ne koriste nikada edukativne stranice za učenje na internetu. **33,3%** ispitanika tvrdi da ih vrlo često koriste.



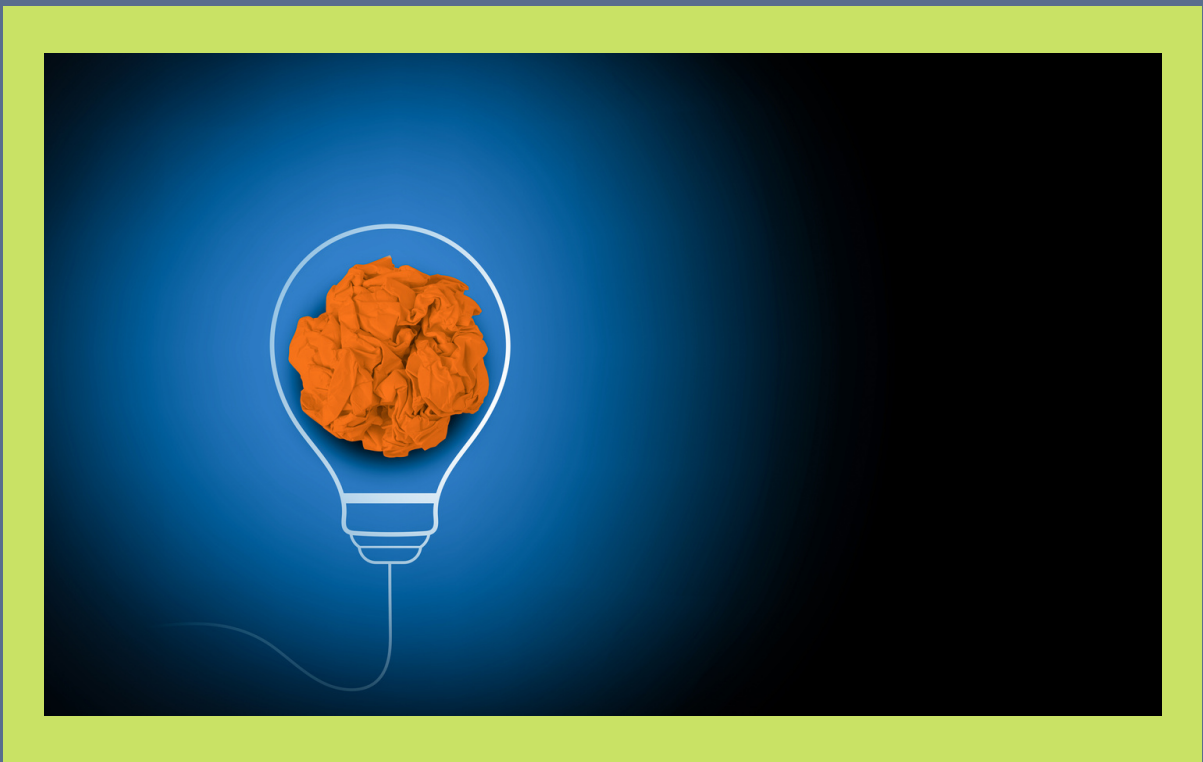
Tvrdnja br. 13

"Koje edukativne stranice i stranice za pomoć u učenju koristite? "

Dobiveni rezultati pokazali su kako ispitanici najviše koriste:

- Edutorij
- Youtube
- Hrčak
- Wikipedia





ZAKLJUČAK

ZAKLJUČAK

Rezultati ovog istraživanja ukazuju kako postoji svijest mladih o važnosti održivog razvoja, ali nažalost nepoznavanje i nedovoljna informiranosti kod tema medijske i financijske pismenosti. Problem na koji je istraživanje također ukazalo je neprisutnost ovih tema u sklopu obrazovnih programa iako interes mladih postoji. Smatramo kako bi se sustavno trebalo raditi na uvođenju ovih tema u škole i davanju višeg značaja važnosti educiranja mladih o održivom razvoju te medijskoj i financijskoj pismenosti. Zašto je važno znanje o navedenim temama?

Zbog osnaživanje mladih kroz ciljano osmišljen program jačanja njihovih znanja, kompetencija i kapaciteta kako bi sami mogli izgraditi vlastitu budućnost i pokrenuti svoju zajednicu.