

Info zona
Strateški plan 2013. – 2016.

Uvod

Strateški plan usvojen je na sjednici Upravnog odbora dana 18. siječnja 2013. godine u Splitu, nakon petodnevnog rada operativnog tima i Upravnog odbora u formi radionice. Ovaj strateški plan određuje smjernice djelovanja Info zone za razdoblje od 2013. do 2016. godine.

1. Djelovanje i ustrojstvo Info zone

Info zona je nastala 15. prosinca 2008. kao koalicija dviju nevladinih neprofitnih organizacija iz Splita, Studija razvojnih inicijativa i Udruge za promociju kulture mladih Splitski portal, koje su ostvarivale zajedničko djelovanje na programu Regionalnog informativnog centra za mlade Info zona u Splitu. U travnju 2012. udruga mijenja ustrojstvo i naziv u Info zona sa članovima koji su i do tada aktivno sudjelovali u radu i razvoju udruge. Info zona je članica Zajednice informativnih centara za mlade u Hrvatskoj te putem te nacionalne organizacije i članica Europske agencije za informiranje i savjetovanje mladih (ERYICA). Također, info zona je punopravna članica Mreže mladih Hrvatske. Djelatnosti Info zone od osnivanja do danas prema Statutu se odnose na:

- informiranje mladih o obrazovnim programima, edukacijama, zabavnim sadržajima, pravima mladih te sadržajima za kvalitetno provođenje slobodnog vremena putem izdavanja brošura i publikacija te direktnog kontakta s korisnicima;
- održavanje i razvoj neprofitnih medijskih projekata za mlade;
- pružanje savjetodavnih usluga mladima;
- organiziranje predavanja, seminara, radionica, konferencija, tribina i drugih skupova s ciljem informiranja i educiranja mladih i o mladima;
- promocija mladih;
- organiziranje kulturnih manifestacija mladih i za mlade (koncerti, izložbe, predstave...);
- sudjelovanje u kreiranju politike prema mladima na lokalnoj i nacionalnoj razini;
- razvijanje programa za socijalno uključivanje i aktivno sudjelovanje mladih u društvu;
- razvijanje programa poticanja formalnog i neformalnog obrazovanja mladih;
- razvijanje programa prevencije ovisničkog ponašanja mladih;
- surađivanje s drugim istovrsnim i sličnim udrugama i organizacijama u zemlji i inozemstvu, te sa svim organizacijama koje podupiru rad Info zone;
- obavljanje drugih poslova koji doprinose ostvarivanju ciljeva osnivanja utvrđenih Statutom.

Članstvo je u Info zoni dobrovoljno te može biti redovno i korisničko. Tijela upravljanja Info zone jesu Skupština, Upravni odbor, Izvršni odbor, Predsjednik/ica i Tajnik/ica. Skupština je najviše tijelo upravljanja Info zonom i čine je svi redovni članovi i članice Info

zone. Sastaje se najmanje jednom godišnje a Izborna sjednica Skupštine održava se svake četiri godine. Skupština potvrđuje Program rada i smjernice za razvoj Info zone na prijedlog Upravnog odbora koji predlaže Program i nadzire njegovu provedbu. Skupština usvaja Izvještaje o radu Info zone koje joj podnosi Upravni odbor. Upravni odbor čini najmanje pet članova/članica koje bira Skupština među članovima Skupštine. Upravni odbor upravlja radom Info zone, nadzire izvršenje Programa rada i provedbu odluka te nadzire rad Izvršnog odbora. Izvršni odbor čine svi članovi i članice Info zone s kojima je sklopljen Ugovor o radu. Izvršni odbor izvršava Program rada i provodi odluke Upravnog odbora i Skupštine, donosi financijski i završni račun te za iste odgovara Upravnom odboru i Skupštini, podnosi redovita izvješća o radu Upravnom odboru te na redovitim sastancima utvrđuje tekuće planove za provedbu i izvršenje Programa rada. Predsjednik/ica Info zone ujedno je Predsjednik/ica Upravnog odbora i Predsjednik/ica Skupštine te saziva sjednice Upravnog odbora i Skupštine, a u mandat se bira na četiri godine. Predsjednik/ica ima i izvršnu funkciju te je time i član Izvršnog odbora te osoba ovlaštena za zastupanje Info zone. Tajnik/ica Info zone osoba je ovlaštena za zastupanje Info zone, dužan/a je voditi administraciju Info zone, član/ica je Izvršnog odbora te je dužan/a pratiti sjednice Skupštine i Upravnog odbora (bez prava glasa). Info zona ima dvadeset i osam redovnih članova udruge.

Od svojeg osnutka do danas Info zona radi na podizanju razine informiranosti mladih, pružanju podrške mladima u njihovu razvoju, sudjeluje u kreiranju politika za mlade i razvija međusektorsku suradnju s ciljem socijalne inkluzije mladih. Tri su programa koja se u radu Info zone očituju kao temeljni – informiranje i savjetovanje mladih, podrška aktivnom sudjelovanju mladih u zajednici i sudjelovanje u kreiranju politika za mlade te neprofitni mediji za mlade.

2. PEST analiza

Politička slika okruženja

U skladu s programom i ciljevima Europske unije, hrvatska politika prema mladima razvija se u smjeru prepoznavanja mladih kao specifične društvene grupe s ciljem njihova informiranja, socijalne inkluzije i osnaživanja. Potvrđuje to činjenica da je Hrvatska 2012. godine potpisala Europsku povelju o informiranju mladih koju je već 2004. usvojila Skupština Europske agencije za informiranje i savjetovanje mladih. U Republici Hrvatskoj mladima se smatraju osobe u dobi od 15 do 30 godina, a njihovo socijalno osnaživanje i zaštita jedno je od osnovnih ustavnih načela čija se provedba osigurava provedbom različitih propisa, nacionalnih dokumenata, kontinuiranim radom savjetodavnih tijela Vlade Republike Hrvatske, osiguravanjem financijske potpore organizacijama civilnog društva usmjerenima na mlade te međunarodnom suradnjom.

Na državnoj razini strukturu politike prema mladima u Republici Hrvatskoj čini Odbor za obitelj, mladež i sport Hrvatskog sabora kao zakonodavno tijelo, dok izvršno tijelo predstavlja Ministarstvo socijalne politike i mladih RH, čiji Sektor za mlade procjenjuje, prati provedbu programa te evaluira programe i projekte udruga mladih i za mlade, a posebno klubova za mlade i regionalnih info-centara za mlade. Savjetodavno je tijelo Savjet mladih RH, koji je oformljen i koji djeluje na temelju Zakona o Savjetima mladih RH iz 2007. godine. U tijeku je provedba Nacionalnog programa za mlade za razdoblje od 2009. do 2013., a u izradi je i Zakon o mladima RH.

Kad je o županijskoj razini riječ, iz perspektive Info zone Splitsko-dalmatinska županija ne posvećuje dovoljno pažnje mladima niti se pruža podrška radu udrugama mladih i za mlade, što potkrepljuje činjenica da ne postoji Županijski program djelovanja za mlade.

Na lokalnoj se razini provodi Gradski program djelovanja za mlade (za razdoblje od 2013. do 2016.) koji predstavlja stratešku osnovu za razvijanje projekata i programa s ciljem unapređenja kvalitete života mladih ljudi i koji je oblikovan i donesen uz podršku Info zone. Na ovoj razini uspostavljena je kvalitetna suradnja na koju promjena vlasti dosad nije (negativno) utjecala.

Ekonomska slika okruženja

Globalna ekonomska kriza reflektirala se i na hrvatsko gospodarstvo te se njezine posljedice osjećaju i u civilnom sektoru, prije svega u formi smanjenja financijskih sredstava neophodnih za rad udruge, a imala je i iznimno negativan utjecaj na kvalitetu života korisnika udruge.

Kriza je bila uzrokom (i još uvijek jest) sve manjeg broja radnih mjesta i porasta broja nezaposlenih, pri čemu je broj mladih nezaposlenih izrazito velik. Prema podacima HZZ-a za prosinac 2012., mladi u dobi od 15 do 24 godine čine čak 20,2 % ukupnog broja nezaposlenih.

Gospodarska je slika u gradu i u Splitsko-dalmatinskoj županiji općenito loša. Na području Splitsko-dalmatinske županije u siječnju 2010. bilo je 38 663 nezaposlenih, a u prosincu 2012. 48 674 nezaposlenih, što upućuje na to da mjere aktivne politike zapošljavanja ne polučuju željene rezultate.

Socijalna slika okruženja

U Gradu Splitu, prema Popisu stanovništva iz 2011. godine, broj je mladih u dobi od 15 do 29 godina 33 468, a u Splitsko-dalmatinskoj županiji broj mladih u dobi od 15 do 29 iznosi 87 195. Mladi su u cjelini u nepovoljnim socioekonomskim uvjetima i degradiranom položaju u odnosu na druge dobne skupine – ne raspolažu imovinom (nekretninama, ušteđevinom, dionicama), teško se zapošljavaju, teško dolaze do stana, financijski su ovisni o roditeljima. Tranzicijski procesi u društvu povećavaju stupanj

neizvjesnosti za mlade – unatoč obrazovanju ne postoji jasna perspektiva o mogućnostima zapošljavanja, profesionalnog razvoja ni vođenja samostalnog i produktivnog života. Visoka stopa nezaposlenosti, koja prema novim statističkim podacima još raste, dovodi mlade na samu marginu društva, a često za posljedicu ima sve veći odlazak mladih u inozemstvo, u potragu za zaposlenjem i osiguravanjem egzistencije.

Iako je Split drugi grad po veličini i broju stanovnika u državi, istraživanja o potrebama mladih grada Splita pokazala su da je većina mladih nezadovoljna ponudom edukativnih, kulturnih i zabavnih sadržaja za mlade. Smatraju ih nezadovoljavajućima i nekvalitetnima. S druge strane, zabrinjava niska razina educiranosti i informiranosti mladih o područjima koja ih se izravno tiču i koja su sastavni dio njihova života (najnoviji izvor: istraživanje Gradskog Savjeta mladih, 2012.).

U još nepovoljnijem položaju nalaze se mladi iz ruralnih sredina i mladi s otokā. Geografska izolacija neizbježno utječe na kvalitetu njihova osobnog, društvenog i kulturnog života. Manjak mogućnosti za mlade s otoka i iz ruralnih sredina odražava se na sve aspekte njihova života te nerijetko uzrokuje nezadovoljstvo, anksioznost i letargiju.

Nedostatak perspektive, neizvjesna slika budućnosti, nesigurnost na svim područjima i ugrožena egzistencija – to je, nažalost, današnja slika mladih na području cijele Hrvatske. Mladi nemaju priliku za progres na individualnoj i društvenoj razini, nemaju dovoljno kvalitetnih mogućnosti za razvoj svojih vještina i sposobnosti a ,kad to ipak postignu, nedostatak društvenog prostora za daljnji napredak, kao i nerazumijevanje za njihove potrebe dovode do osjećaja besmislenosti i uzaludnosti.

Svi spomenuti faktori na društvenoj razini dovode do isključivanja mladih iz društva. Mladi nisu u mogućnosti sudjelovati u kreiranju svoje okoline, u donošenju važnih odluka na lokalnoj i nacionalnoj razini ni u kreiranju lokalnih politika za mlade, čime se ugrožavaju temeljna ljudska prava. Umjesto u aktivne društvene aktere mlade se postupno pretvara u pasivne dionike u društvu čija je socijalna budućnost vrlo neizvjesna.

Tehnološka slika okruženja

Unatoč brzom tehnološkom napretku i eksploziji novih tehnologija u modernom društvu, koje se nerijetko naziva i informacijskim društvom, iznenađuje velika razina neinformiranosti mladih, kao i niska razina educiranosti. Mladi smatraju da su uzroci njihove neinformiranosti u nedostatku servisa koji će na jednom mjestu objediniti sve potrebne informacije, nekvalitetnim informacijama, instant-informacijama koje se jednako brzo zaboravljaju, nepostojanju filtera za informacije. Koliko je postojanje internetskih pretraživača koji informaciju čine dostupnom i veoma brzom prednost suvremenog društva, toliko je, s druge strane, veliki problem što su informacije često pogrešne, nepravodobne, neprovjerene. No, neprestani razvoj novih tehnologija otvara prostor za razvoj novih medija koji imaju potencijale za podizanje razine informiranosti i educiranosti mladih, te ostalih dionika u društvu. Poteškoće u razvoju novih društvenih

medija nalaze se u skupoći, kao i u zahtjevnosti njihove izrade i održavanja.

3. SWOT analiza

Snage	Slabosti
<p>1. Ljudski resursi</p> <ul style="list-style-type: none"> - educirani i profesionalni zaposlenici; - motiviranost zaposlenika za rad u organizaciji za mlade i povećanje vidljivosti tema o mladima i za mlade; - zaposlenici motivirani za kontinuirano informalno i neformalno educiranje i prenošenje znanja; - zaposlenici educirani putem specijaliziranih programa za rad s mladima (tzv. <i>youth workers</i>); - timski rad različitih profila zaposlenika i zaposlenica; - iskustvo u zagovaranju za poboljšanje položaja mladih u društvu; - povjerenje i poštivanje različitih mišljenja unutar tima; - kreativnost, komunikativnost, entuzijazam. <p>2. Partnerstva/suradnje</p> <ul style="list-style-type: none"> - uspješno provedeni projekti i ostvarene suradnje s brojnim lokalnim, nacionalnim i međunarodnim organizacijama, te s relevantnim stručnjacima; - prepoznatljivost kod institucija i javnosti; - ostvarene brojne suradnje s drugim organizacijama civilnog društva, s fakultetima, školama, medijima... <p>3. Rad i rezultati</p> <ul style="list-style-type: none"> - prepoznatljivost u području informiranja i savjetovanja mladih; - prepoznatljivost u medijima za 	<p>1. Vidljivost</p> <ul style="list-style-type: none"> - nedovoljna prepoznatljivost kod nekih JLS i pojedinih ključnih donositelja odluka; <p>2. Djelovanje organizacije</p> <ul style="list-style-type: none"> - nedovoljno jasno definirani ciljevi prema javnosti; - slaba efikasnost u zagovaračkim procesima u JLS; <p>3. Ostalo</p> <ul style="list-style-type: none"> - nedostaci u prostoru za rad (prostor nije potpuno prilagođen osobama s poteškoćama u kretanju; prostor je u vlasništvu privatne osobe i Info zona ga unajmljuje; kvadraturom prostor ne zadovoljava potrebe udruge te je zbog toga ograničeno provođenje nekih aktivnosti); - potrebna češća vanjska evaluacija rada.

<p>mlade;</p> <ul style="list-style-type: none"> - prepoznatljivost kod institucija i javnosti; - multidisciplinarni pristup pri radu i korištenje različitih alata; - prepoznatljivost od mladih; - inovativnost u radu. 	
<p>Prilike</p>	<p>Prijetnje</p>
<p>1. Suradnja i vidljivost</p> <ul style="list-style-type: none"> - dobra prepoznatljivost kod lokalne i nacionalne vlasti; - povećani broj partnerstava i suradnja na projektima; - zbog širokog spektra aktivnosti mogućnost prijavljivanja većeg broja projekata; - financijska potpora iz EU fondova; - povećanje vidljivosti na EU razini; - usklađivanje nacionalne politike s EU politikama otvara više mogućnosti; - mladi zainteresirani za sudjelovanje u radu Info zone; - deficit neprofitnih medija za mlade otvara mogućnost za bolje pozicioniranje vlastitih medijskih sadržaja i produkcije (radijska emisija, tiskani magazin i portal). <p>2. Ostalo</p> <ul style="list-style-type: none"> - veliki broj nezaposlenih mladih aktivirati kao volontere i poticati na aktivno uključivanje u rad organizacija civilnoga društva; - senzibilizacija javnosti za sustavnijim i kvalitetnijim rješavanjem potreba mladih u lokalnim zajednicama; - suradnja s organizacijama mladih i za mlade na otocima i u ruralnim područjima zbog dobre prepoznatljivosti i korištenja novih medija; 	<ul style="list-style-type: none"> - Korupcija u vlasti; - ekonomska situacija/kriza; - česta promjena vlasti; - pasivnost dijela mladih; - slaba komunikacija unutar civilnog sektora; - neostvarivanje adekvatnog prostora za rad; - nedostatak financija, nerazumijevanje i neshvaćanje važnosti informiranja i savjetovanja mladih na nacionalnoj razini; - neprilagođenost natječaja potrebnim temama i rokovima; - nestabilno financiranje na nacionalnoj razini/nepoštivanje natječajnih procedura; - institucionalizacija organizacija civilnoga društva; - loše perspektive za civilno društvo u kontekstu dolaska EU/socijalnog fonda; - neizvjesnost budućnosti organizacija civilnog društva; - nepostojanje natječaja za neprofitne medije za mlade.

<ul style="list-style-type: none"> - mogućnosti za edukacije zaposlenika i volontera Info zone; - kontinuirana interakcija s mladima. 	
---	--

4. Vizija, misija, vrijednosti i principi djelovanja

4.1. Vizija

Informirani, educirani, aktivni i samostalni mladi u društvu jednakih mogućnosti.

4.2. Misija

Info zona je nevladina neprofitna organizacija za mlade koja podiže razinu informiranosti mladih, pruža podršku mladima u njihovu razvoju, sudjeluje u kreiranju politika za mlade i razvija međusektorsku suradnju s ciljem socijalne inkluzije mladih. Info zona djeluje na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.

4.3. Vrijednosti i principi djelovanja

- Odgovornost
- Solidarnost
- Demokratski način odlučivanja
- Poticanje otvorenog dijaloga
- Asertivna komunikacija
- Poštivanje privatnosti
- Nepristranost prema korisnicima
- Poštivanje individualnosti
- Ravnopravnost
- Autonomija
- Vladavina prava
- Nenasilje

5. Strateški ciljevi i njihova provedba

5.1. Opći cilj

Podrškom, informiranjem, savjetovanjem i educiranjem mladih te djelovanjem prema i u suradnji s ostalim dionicima stvoriti preduvjete za poboljšanje kvalitete života mladih i za njihovu uspješnu uključenost u život zajednice.

5.2. Specifični ciljevi

1. Podići razinu informiranosti mladih na lokalnoj i regionalnoj razini.
2. Podići razinu samostalnosti, aktivnosti i educiranosti mladih.
3. Stvoriti bolje preduvjete za zapošljavanje mladih.
4. Smanjiti rizično ponašanje mladih povećanjem mogućnosti kvalitetnog provođenja slobodnog vremena.
5. Afirmirati stvaralaštvo mladih i promovirati primjere dobre prakse djelovanja mladih.
6. Podići razinu osviještenosti mladih i ključnih dionika o specifičnim problemima mladih u zajednici.
7. Poboljšati međusektorsku suradnju dionika važnih za podizanje kvalitete življenja mladih.
8. Poboljšati status i ulogu mladih u društvu sudjelovanjem u kreiranju politika za mlade na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i europskoj razini.
9. Razvijati i jačati neprofitne medije za mlade.
10. Osnažiti kapacitete udruga mladih i za mlade u regiji.
11. Povećati vidljivost rada Info zone.
12. Realizirati Centar za mlade.
13. Promovirati multikulturalnost, toleranciju, razumijevanje i poštivanje različitosti.

5.3. Provedba ciljeva putem aktivnosti

1. Podići razinu informiranosti mladih na lokalnoj i regionalnoj razini

Aktivnosti

- 1.1. Organizacija informativnih događanja u prostoru i izvan njega.
- 1.2. Organizacija Info kopči.
- 1.3. Individualno informiranje (dolaskom u prostor, e-mailom, telefonom, društvenim mrežama).
- 1.4. Svakodnevno prikupljanje informacija relevantnih mladima.
- 1.5. Prikupljanje brošura i promotivnih materijala.
- 1.6. Ažuriranje oglasne ploče u prostoru.
- 1.7. Organizirano informiranje u mjestima u regiji (Info kopče, mobilni info pult).
- 1.8. Intenziviranje regionalnih informativnih aktivnosti putem prekograničnih suradnji.
- 1.9. Regrutacija i edukacija volontera za *Peer to peer* aktivnosti.
- 1.10. *Peer to peer* aktivnosti.

- 1.11. Obilježavanje važnih dana/datuma (Međunarodni dan mladih, EU dan informiranja mladih...).
- 1.12. Diseminacija informacija relevantnih za mlade putem internetskog portala, radija, *Youtube* kanala, televizije, tiskanog magazina i društvenih mreža.
- 1.13. Kreiranje sadržaja i izrada *newslettera* te njihova diseminacija.
- 1.14. Razvoj i implementacija različitih internetskih servisa.
- 1.15. Edukacija zaposlenika (ERYICA i Zajednica ICM u RH).
- 1.16. Aktivnosti *Eurodesk* multiplikatora.

2. Podići razinu samostalnosti, aktivnosti i educiranosti mladih

Aktivnosti

- 2.1. Savjetovanje mladih u prostoru koje vrše educirani djelatnici kroz različite teme.
- 2.2. Suradnja s institucijama i stručnjacima za specifična savjetovanja te koordinacija savjetovanja mladih od tih stručnjaka.
- 2.3. Organizacija edukativnih događanja u prostoru i izvan njega.
- 2.4. Medijsko praćenje primjera dobre prakse djelovanja mladih.
- 2.5. Uključivanje volontera u rad Info zone i omogućavanje usvajanja specifičnih znanja i vještina.
- 2.6. Diseminacija informacija o mogućnostima volonterskog angažmana mladih i njihove edukacije.

3. Stvoriti bolje preduvjete za zapošljavanje mladih

Aktivnosti

- 3.1. Organizacija individualnih i grupnih aktivnosti za mlade kako bi se povećala njihova konkurentnost na tržištu rada.
- 3.2. Prikupljanje i diseminacija informacija o zapošljavanju mladih.
- 3.3. Suradnja sa servisima za posredovanje pri zapošljavanju.
- 3.4. Omogućavanje usvajanja specifičnih znanja i vještina pružanjem mogućnosti volontiranja i stručne prakse.
- 3.5. Edukacija zaposlenika za vođenje kluba za nezaposlene (tzv. *job klub*).

4. Smanjiti rizično ponašanje mladih povećanjem mogućnosti kvalitetnog provođenja slobodnog vremena

Aktivnosti

- 4.1. Organiziranje zabavnih događanja u prostoru i izvan njega.
- 4.2. Organiziranje edukativnih događanja u prostoru i izvan njega.
- 4.3. Organiziranje kulturnih događanja u prostoru i izvan njega.

4.4. Organiziranje tematskih druženja u prostoru i izvan njega.

5. Afirmirati stvaralaštvo mladih i promovirati primjere dobre prakse djelovanja mladih

Aktivnosti

- 5.1. Organizacijska podrška mladima u predstavljanju njihovog stvaralaštva.
- 5.2. Praćenje rada organizacija mladih i za mlade i povećanje njihove vidljivosti u javnosti.
- 5.3. Promoviranje volonterskog rada mladih.
- 5.4. Izrada sadržaja za afirmaciju stvaralaštva mladih (tekstovi, prilozi...).

6. Podizanje razine osviještenosti mladih i ključnih dionika o specifičnim problemima mladih u zajednici

Aktivnosti

- 6.1. Organiziranje javnih rasprava, tribina i okruglih stolova.
- 6.2. Razvoj i implementacija različitih internetskih servisa.
- 6.3. Bilježenje potreba provedbom istraživanja.
- 6.4. Organiziranje radnih sastanaka s ključnim dionicima.
- 6.5. Analiza i praćenje postojećih politika, strategija i programa vezanih uz mlade.
- 6.6. Provedba zagovaračkih aktivnosti.
- 6.7. Informiranje i educiranje svih relevantnih dionika o položaju, pravima i potrebama mladih.

7. Poboljšati međusektorsku suradnju dionika važnih za podizanje kvalitete života mladih

Aktivnosti

- 7.1. Komunikacija s organizacijama civilnog društva i praćenje njihova rada na nacionalnoj razini.
- 7.2. Komunikacija s institucijama i praćenje njihova rada na nacionalnoj razini.
- 7.3. Edukacija zaposlenika za medijacijske procese.
- 7.4. Medijacija.
- 7.5. Razvoj i održavanje servisa *Žugaj* i *EUformiraj se!*

8. Poboljšati status i ulogu mladih u društvu sudjelovanjem u kreiranju politika za mlade na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i europskoj razini

Aktivnosti

- 8.1. Sudjelovanje u radu gradskog savjeta mladih.
- 8.2. Sudjelovanje u radu nacionalnih radnih skupina (Zakon o mladima...).
- 8.3. Sudjelovanje u radu i suradnja s ERYICA-om.
- 8.4. Sudjelovanje u radu MMH-a i Zajednice ICM u RH.

9. Razvijati i jačati neprofitne medije za mlade

Aktivnosti

- 9.1. Usklađivanje medijskih projekata udruge s tehnološkim trendovima.
- 9.2. Usklađivanje medijskih projekata udruge s pozitivnih društvenim trendovima.
- 9.3. Sudjelovanje u javnim raspravama o položaju neprofitnih medija.
- 9.4. Suradnja s organizacijama koje razvijaju neprofitne medije.
- 9.5. Redovito održavanje redakcijskih kolegija.
- 9.6. Kreiranje sadržaja u skladu s potrebama mladih.
- 9.7. Praćenje aktualnosti vezanih uz život mladih.
- 9.8. Angažiranje novih suradnika na kreiranju medijskih sadržaja.
- 9.9. Distribucija medijskih sadržaja putem javnih internetskih servisa, društvenih mreža, radijskih i TV postaja.
- 9.10. Razvoj modela samofinanciranja kroz medijski prostor.

Internetski portal	Video prilozi	Radijska emisija	Magazin
9.11. Objavljivanje tekstova aktualnih za mlade (min. 1000 godišnje). 9.12. Koordinacija suradnika i volontera. 9.13. Iznalaženje inovativnih rješenja i uvođenje novih servisa.	9.14. Snimanje i montaža video priloga korisnih mladima. 9.15. Koordinacija suradnika u izradi priloga.	9.16. Koordinacija suradnika i volontera. 9.17. Produciranje radijske emisije za mlade na tjednoj bazi. 9.18. Suradnja s medijskim kućama.	9.19. Odabir sadržaja. 9.20. Koordinacija suradnika i volontera. 9.21. Izdavanje minimalno triju brojeva godišnje.

10. Osnažiti kapacitete udruga mladih i za mlade u regiji

Aktivnosti

- 10.1. Edukacija članova udruga.
- 10.2. Umrežavanje.
- 10.3. Mentoriranje.
- 10.4. Tehnička podrška udrugama mladih i za mlade.

11. Povećati vidljivost rada Info zone

Aktivnosti

- 11.1. Izrada komunikacijske strategije.
- 11.2. Redovita priprema i izrada promotivnih materijala.
- 11.3. Redovita distribucija promotivnih materijala.
- 11.4. Organizacija javnih događanja izvan prostora.
- 11.5. Sudjelovanje na nacionalnim i međunarodnim konferencijama, skupovima, seminarima, treninzima.
- 11.6. Održavanje dobrih odnosa s medijima.
- 11.7. Redovito obavljanje medija o aktivnostima.
- 11.8. Suradivanje s drugim neprofitnim medijskim projektima.
- 11.9. Suradivanje s drugim dionicima i ustupati im vlastiti medijski prostor.

12. Realizirati Centar za mlade

Aktivnosti

- 12.1. Zagovaranje pred ključnim dionicima lokalne vlasti.
- 12.2. Izrada elaborata rada Centra za mlade.
- 12.3. *Study visit*/razmjena iskustava sa sličnim centrima u HR/EU.
- 12.4. Okupljanje ključnih dionika za realizaciju/aktivnosti/rad Centra za mlade.
- 12.5. Organizacija javnih rasprava.

13. Promovirati multikulturalnost, toleranciju, razumijevanje i poštivanje različitosti

Aktivnosti

- 13.1. Uključivanje u mrežu USE-IT Europe.
- 13.2. Koordiniranje rada mladih na izradi USE-IT mape Splita.
- 13.3. Izrada USE-IT mape Splita.

- 13.4. Organiziranje projekata razmjena mladih.
- 13.5. Okupljanje različitih dionika (udruge i institucije) i organiziranje edukacije (*empowerment*).
- 13.6. Suradivanje s organizacijama manjinskih grupa.
- 13.7. Organiziranje edukacija o problemima nasilja među mladima.
- 13.8. Uključivanje u program EVS-a.

6. Planovi za jačanje kapaciteta udruge

Za jačanje kapaciteta udruge predviđene su iduće aktivnosti:

- *team building* radi jačanja homogenosti radnog tima;
- izgradnja kvalitetnijeg sustava upravljanja;
- edukacija djelatnika za usvajanje novih vještina s ciljem povećanja produktivnosti;
- razvijanje strategije direktnog rada s korisnicima;
- kontinuirana izrada projektnih i programskih prijedloga te njihovo prijavljivanje na lokalne, nacionalne u europske natječaje;
- osiguravanje edukacija iz specifičnih područja za mlade;
- osiguravanje sredstava za godišnju vanjsku evaluaciju;
- kontinuiran razvoj i održavanje partnerskih odnosa s drugim organizacijama i institucijama;
- povećanje broja volontera u udruzi;
- iskorištavanje državnih poticaja za zapošljavanje;
- osiguravanje adekvatnog prostora za rad;
- izbjegavanje senzacionalizma.

7. Očekivani rezultati

Ovim strateškim planom definiraju se smjernice za rad i razvoj Info zone za period od 2013. do 2016. godine. Djelovanjem u skladu s planom postići će se sljedeći rezultati:

- povećana razina informiranosti mladih na lokalnoj i regionalnoj razini;
- povećana razina samostalnosti, aktivnosti i educiranosti mladih;
- stvoreni bolji preduvjeti za zapošljavanje mladih;
- smanjeno rizično ponašanje mladih osiguravanjem mogućnosti kvalitetnog provođenja slobodnog vremena;

- afirmirano stvaralaštvo mladih i visoka razina promocije dobre prakse djelovanja mladih;
- povećana razina osviještenosti mladih i ključnih dionika o specifičnim problemima mladih u zajednici;
- poboljšana međusektorska suradnja dionika važnih za povećanje kvalitete života mladih;
- poboljšani status i uloga mladih u društvu kroz sudjelovanje u kreiranju politika za mlade na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i europskoj razini;
- osnaženi kapaciteti udruga mladih i za mlade u regiji;
- povećana vidljivost rada Info zone;
- realiziran Centar za mlade;
- ostvaren doprinos razvoju multikulturalnosti, tolerancije, razumijevanja i poštivanja različitosti.

8. Indikatori provedbe

Pri evaluaciji provedbe ovog Strateškog plana bit će korišteni sljedeći indikatori provedbe kojima će se sustavno pratiti i bilježiti:

- broj individualnih korisnika usluga informiranja i savjetovanja mladih (osobno, *e-mailom*, telefonom)
- broj mladih sudionika Info kopči;
- broj mladih sudionika informativnih događanja u prostoru i izvan njega;
- broj prikupljenih i diseminiranih informacija relevantnih mladima;
- broj organiziranih informativnih, edukativnih, kulturnih i zabavnih događanja za mlade u prostoru i izvan njega;
- broj organiziranih javnih rasprava, tribina i okruglih stolova te njihova posjećenost;
- broj objavljenih tekstova, najava, kolumni, fotogalerija na internetskom portalu infozona.hr;
- broj objavljenih tiskanih magazina *Info zona*;
- broj realiziranih radijskih emisija *Info zona na radiju*;
- broj realiziranih video i audio priloga;
- broj volonterskih sati volontera koji sudjeluju u aktivnostima Info zone;
- broj objavljenih *newslettera* i primatelja;
- stupanj edukacije zaposlenika i volontera;
- broj odobrenih potpora za projekte na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini;
- broj realiziranih partnerstava na aktivnostima i projektima;
- broj medijskih objava o Info zoni;

- broj događanja na kojima su sudjelovali predstavnici Info zone – konferencije, seminari, okrugli stolovi, skupovi, treninzi;
- broj organiziranih razmjena mladih.

9. Godišnji operativni i financijski planovi

Info zona će za svaku godinu ovog trogodišnjeg plana donositi operativni plan. Operativni planovi definirat će skupine aktivnosti, vremenske rokove njihova odvijanja i troškove prema skupinama tih aktivnosti. U okviru godišnjih planiranja donosit će se godišnji financijski planovi.

10. Vrednovanje

Za sve projekte i programe koje će Info zona provoditi pisat će se redoviti izvještaji na razini godine i na kraju njihove provedbe. Za svaku godinu ovog plana izrađivat će se godišnji izvještaji o djelovanju Info zone koji će se podnositi Skupštini Info zone. Na osnovi redovitih godišnjih izvještaja i postignutih rezultata donosit će se odluke o unapređenju budućeg rada te će se iste implementirati u Operativni plan za narednu godinu da bi se unaprijedio rad Info zone i da bi se povećala razina kvalitete rada s mladima.

Split, 18. siječnja 2013.