



YOU.STAND.OUT

Οι νέοι/νέες ξεχωρίζουν μέσω της προώθησης της τοπικής κληρονομιάς στις αγροτικές περιοχές

ΚΑ220-ΥΟΥ - Συμπράξεις συνεργασίας στον τομέα της νεολαίας

Αριθμός Έργου 2021-2-ΙΕ01-ΚΑ220-000051251

Έρευνα (Ανάλυση Αναγκών) σχετικά με τις
Δεξιότητες Μάρκετινγκ στα Μέσα
Κοινωνικής Δικτύωσης των Ατόμων χωρίς
Εκπαίδευση, Απασχόληση ή Κατάρτιση σε
Αγροτικές Περιοχές

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|--|-----------|
| 1. Εισαγωγή | 1 |
| 2. Ερευνητικός Στόχος | 2 |
| 3. Ερευνητική Μεθοδολογία | 2 |
| 4. Ευρήματα Δευτερογενούς Έρευνας | 3 |
| 4.1 Ποια είναι τα άτομα NEET; | 3 |
| 4.2 Χάσμα Φύλων | 4 |
| 4.3 Αγροτικό Χάσμα | 5 |
| 4.4 Γιατί οι ψηφιακές δεξιότητες είναι σημαντικές για την αγροτική εργασία | 5 |
| 4.5 Εμπόδια στις ψηφιακές ικανότητες των νέων της υπαίθρου | 6 |
| 4.6 NEET και Ψηφιακό Μάρκετινγκ | 6 |
| 4.7 Προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω ψηφιακών πρακτικών | 6 |
| 4.8 Προώθηση της αγροτικής νεολαίας | 7 |
| 5. Ευρήματα Πρωτογενούς Έρευνας | 7 |
| 6. Συμπέρασμα/Επίλογος | 12 |

Κοινοπραξία του έργου You.Stand.Out

| Οργανισμός | Χώρα | Περιγραφή | Ιστοσελίδα |
|---|----------|---|---|
| Meath Community Rural and social Development Partnership Ltd | Ιρλανδία | Ευκαιρίες συμμετοχής σε εκδηλώσεις υπό την ηγεσία των νέων, και δραστηριότητες συμμετοχής των νέων | https://meathpartnership.ie/ |
| Tandem Plus | Γαλλία | Μία ομάδα δημόσιων και ιδιωτικών οργανισμών της ΕΕ, και διεθνών οργανισμών, οι οποίοι αναπτύσσουν στρατηγικές ένταξης & απασχόλησης | http://www.tandemplus.org/ |
| NGO Nest Berlin EV | Γερμανία | Ένας οργανισμός-ομπρέλα για την προώθηση και εκτέλεση διεθνών έργων με σκοπό τη δημιουργία αντίκτυπου για την κοινωνική αλλαγή | https://ngonest.de/de/ |
| REZOS BRANDS Ανώνυμη Εμπορική Εταιρεία Ειδών Διατροφής | Ελλάδα | Αγροδιατροφική μικρομεσαία επιχείρηση με εμπειρογνομοσύνη στον τομέα «από το αγρόκτημα στο πιρούνι» | https://rezosbrands.com/ |
| The Polish Farm Advisory and Training Centre | Πολωνία | Προώθηση της ανάπτυξης και της επιχειρηματικότητας στις αγροτικές περιοχές | https://farm-advisory.eu/pl/ |
| Quality Culture SRLS | Ιταλία | Υποστήριξη της κοινωνικής ένταξης, και προώθηση των αξιών της βιώσιμης ανάπτυξης | https://qualityculture.it/en/home-english/ |
| CSI - Κέντρο Κοινωνικής Καινοτομίας | Κύπρος | Ερευνητικό ινστιτούτο που εστιάζει στην ανάπτυξη και την εισαγωγή ανατρεπτικών λύσεων σε συστημικά κοινωνικά, εκπαιδευτικά, και οικονομικά προβλήματα | https://csicy.com/ |

1. Εισαγωγή

Η εξασφάλιση απασχόλησης αποτελεί πρόκληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση για τους/τις νέους/νέες (18-20 ετών) από αγροτικές περιοχές, καθώς η τυπική και άτυπη εκπαίδευση δεν είναι εύκολα προσβάσιμη, με αποτέλεσμα να αυξάνεται ο αριθμός των ατόμων που δεν έχουν εκπαίδευση, κατάρτιση, ή απασχόληση (NEET). Η κρίση του κόστους διαβίωσης αποτελεί επίσης εμπόδιο για τη φοίτηση στο πανεπιστήμιο, από τις μεταφορές μέχρι το κόστος ενοικίασης. Επιπλέον, δεδομένων των συνεχών τεχνικών εξελίξεων σε κάθε τομέα της αγοράς εργασίας, οι ανάγκες των εργοδοτών έχουν επίσης αυξηθεί, επομένως, οι άνθρωποι πρέπει να έχουν ψηφιακές ικανότητες και κατάρτιση. Αυτός ο συνδυασμός οδηγεί σε κοινωνική απομόνωση στις αγροτικές περιοχές, αφήνοντας τους/τις νέους/νέες με περιορισμένες επιλογές, και ενδεχομένως, θα εγκαταλείψουν την περιοχή.

Το έργο YOU STAND OUT στοχεύει στην αντιμετώπιση αυτού του ζητήματος με την αύξηση των ευκαιριών των NEET ατόμων, ώστε να παρέχεται ισότιμη πρόσβαση των νέων στην αγορά εργασίας, μέσω της παροχής ψηφιακής κατάρτισης για την ενίσχυση βασικών ικανοτήτων. Αυτό θα προσφέρει στους/τις νέους/νέες την επιλογή να παραμείνουν στην κοινότητα τους, αντί να αναγκαστούν να φύγουν, μειώνοντας τα επίπεδα «διαρροής εγκεφάλων» και έλλειψης δεξιοτήτων. Το έργο θα αυξήσει επίσης την ευαισθητοποίηση σχετικά με τα ζητήματα που αντιμετωπίζουν τα NEET άτομα, και θα εμπλέξει τις κοινότητες, π.χ. οικογένειες, τοπικές δημόσιες αρχές, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, εργαζόμενους/ες σε θέματα νεολαίας (σύμβουλοι νέων), και οργανώσεις νεολαίας, στον εντοπισμό βιώσιμων λύσεων.

Η περίληψη των ευρημάτων της έρευνας (PR1), της οποίας ηγήθηκε ο οργανισμός NGO NEST, στο Βερολίνο, και η οποία διεξήχθη από όλους τους εταίρους της κοινοπραξίας, παρουσιάζεται στην παρούσα συνοπτική έκθεση.

Μπορείτε να βρείτε περισσότερες πληροφορίες για όλους τους εταίρους στην πλήρη Διεθνή Έκθεση ή στην ιστοσελίδα του έργου [YOU.STAND.OUT](https://www.youstandout.eu).

2. Ερευνητικός Στόχος

Στόχος της έρευνας είναι να προσδιοριστούν τα επίπεδα δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ των νέων που ζουν σε αγροτικές περιοχές. Τα ευρήματα της έρευνας θα αποτελέσουν τη βάση πάνω στην οποία θα αναπτυχθούν όλες οι υπόλοιπες δραστηριότητες, διαδραματίζοντας έτσι ουσιαστικό ρόλο για την επιτυχή υλοποίηση του έργου.

Η έρευνα παρέχει δεδομένα για την τρέχουσα κατάσταση της απασχόλησης των νέων στις χώρες των εταίρων της κοινοπραξίας (επτά συνολικά), προσφέροντας παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών από όλες, και προσδιορίζοντας τρόπους με τους οποίους το έργο θα αντιμετωπίσει τα κενά στις ψηφιακές δεξιότητες που θα ενισχύσουν το ενδιαφέρον των νέων για την κληρονομιά, τις κοινότητες, και την υπηκοότητα τους, εστιάζοντας παράλληλα σε ευκαιρίες απασχόλησης.

Τέλος, αυτή η ανάλυση παρέχει μία ολοκληρωμένη κατανόηση των αναγκών των ομάδων-στόχων, και αναπτύσσει το κατάλληλο εκπαιδευτικό υλικό για να προσφέρει πραγματική προστιθέμενη αξία που θα υποστηρίξει την ένταξη, την απασχόληση, και την επιχειρηματικότητα στις αγροτικές περιοχές.

3. Ερευνητική Μεθοδολογία

Η **πρωτογενής έρευνα** βασίστηκε στο πεδίο και ξεκίνησε με τη συλλογή πληροφοριών μέσω ανώνυμων διαδικτυακών ερωτηματολογίων που συμπληρώθηκαν από άτομα ηλικίας 18 έως 29 ετών. Κάθε εταίρος πραγματοποίησε ανώνυμη έρευνα με 20 νέους/νέες, με αποτέλεσμα να συμπληρωθούν 140 έρευνες. Το ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε για να διαπιστωθούν οι περιοχές στις οποίες διαμένουν, η εξοικείωση και οι δεξιότητές τους σε σχέση με το μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και εάν θα ήθελαν να διευρύνουν τις γνώσεις τους στο θέμα

αυτό. Σαν συμπληρωματική ερευνητική υποστήριξη, διεξήχθησαν τέσσερις καθοδηγούμενες συνεντεύξεις με συνδυασμένη μορφή, δηλαδή συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο ή με διαδικτυακή σύνδεση. Ολοκληρώθηκαν 28 συνεντεύξεις με σκοπό να αποκτηθεί βαθύτερη κατανόηση των απαντήσεων που δόθηκαν, καθώς κάθε πρόσθετη πληροφορία μπορεί να υποστηρίξει την ανάπτυξη του εκπαιδευτικού υλικού του έργου.

Επομένως, η ομάδα-στόχος χωρίστηκε σε δύο υποκατηγορίες: άτομα ηλικίας 18 έως 23 ετών και άτομα ηλικίας 24 έως 29 ετών. Το σκεπτικό ήταν ό,τι η μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα μπορεί να έχει ήδη κάποια εργασιακή εμπειρία ή να έχει ολοκληρώσει κάποια μορφή τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, π.χ. επαγγελματική κατάρτιση. Ενώ η νεότερη ηλικιακή ομάδα έχει τελειώσει πρόσφατα το σχολείο ή βρίσκεται στα αρχικά στάδια/κοντά στην ολοκλήρωση της ανώτερης εκπαίδευσης. Η ανάλυση των δεδομένων που ακολουθεί βασίζεται στις απαντήσεις 168 ερωτηθέντων συνολικά. Πρόσθετες πληροφορίες από εθνικές εκθέσεις παρέχονται κατά περίπτωση.

Κάθε εταίρος πραγματοποίησε **δευτερογενή έρευνα** (έρευνα γραφείου) για να εντοπίσει έργα και πρωτοβουλίες που έχουν παρόμοιους στόχους, και να αναγνωρίσει παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών. Τα ευρήματα της δευτερογενούς έρευνας εμβάθυναν την ανάλυση και το εθνικό πλαίσιο των ζητημάτων που οδηγούν σε NEET περιπτώσεις στις αγροτικές κοινότητες - τη σχέση με τα επίπεδα ανεργίας - την ανάγκη για κατάρτιση στο ψηφιακό μάρκετινγκ.



4.1 Ποια είναι τα άτομα NEET;

Το φαινόμενο NEET αναφέρεται σε μία ευάλωτη κοινωνική ομάδα, η οποία κινδυνεύει από τον αποκλεισμό και από διαφορετικά επίπεδα φτώχειας, ανάλογα με το σύστημα κοινωνικής πρόνοιας της αντίστοιχης χώρας. Ο αριθμός των ατόμων που χαρακτηρίζονται ως NEET έχει αυξηθεί περαιτέρω λόγω της πανδημίας Covid-19, δηλαδή η ανεργία των ατόμων ηλικίας 15-29 ετών αυξήθηκε κατά 1,4 ποσοστιαίες μονάδες στο 13,3% κατά το πρώτο έτος της πανδημίας σε σύγκριση με το 2019, και το ποσοστό NEET αυξήθηκε κατά 1,2 ποσοστιαίες μονάδες στο 13,6%. Ως αποτέλεσμα της πανδημίας Covid-19, η Ευρωπαϊκή Ένωση επέκτεινε το 2020 τον ορισμό των «νέων» στη Στρατηγική της για τη Νεολαία για να περιλαμβάνει άτομα ηλικίας 15-29 ετών (προηγουμένως, 15-24 ετών). Επομένως, επιδιώκει να μειώσει το ποσοστό των νέων που ανήκουν στην κατηγορία NEET, για τα άτομα ηλικίας 15-29 ετών, στο 9% έως το 2030.

Η έρευνα μας δείχνει ό,τι υπάρχουν διαφορές που χαρακτηρίζουν τα άτομα NEET σε κάθε χώρα της κοινοπραξίας, δηλαδή το φύλο, η ηλικία, και ο τόπος όπου ζει η πλειονότητα τους, είτε σε αστικές είτε σε αγροτικές περιοχές.

Σε όλη την Ευρώπη, οι νέοι/νέες ήταν και είναι μεταξύ των πιο σοβαρά πληγέντων/πληγεισών από τις συνέπειες της πανδημίας. Το 2020, το ένα πέμπτο των 14 εκατομμυρίων ανέργων στην ΕΕ ήταν κάτω των 25 ετών. Η ομάδα-στόχος του έργου You.Stand.Out ορίζεται έως και την ηλικία των 29 ετών, επομένως, σύμφωνα με το Eurostat, το 13,1% των ατόμων ηλικίας 15-29 ετών στην ΕΕ το 2021 μπορεί να καταταχθεί στην κατηγορία NEET.

4.2 Χάσμα Φύλων

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ο κίνδυνος να ανήκει ένα άτομο στην κατηγορία NEET είναι γενικά υψηλότερος για τις γυναίκες από ό,τι για τους άνδρες. Ωστόσο, σε χώρες όπως η Ιρλανδία, η Ισπανία, η Λιθουανία, η Πορτογαλία, η Σλοβενία, η Σλοβακία, η Κύπρος, το Λουξεμβούργο, και η Γαλλία, η αναλογία των νέων ανδρών στην ομάδα NEET είναι υψηλότερη από εκείνη των νέων γυναικών. Χώρες όπως η Αυστρία, το Βέλγιο, η Βουλγαρία, η Δανία, η Φινλανδία, η Σουηδία, και η Ιταλία έχουν ίσες αναλογίες.

Τα δεδομένα για τα NEET άτομα στην Πολωνία καθορίζονται από ένα μοτίβο: γυναίκες, ανενεργοί, άπειροι, υψηλής ειδίκευσης, «αποθαρρυσμένοι εργαζόμενοι», το οποίο είναι παρόμοιο με δύο άλλες από τις χώρες εταίρους του έργου You.Stand.Out, την Ελλάδα και την Ιταλία. Αυτό το μοτίβο είναι εμφανές σε χώρες με υψηλά ποσοστά NEET, οι οποίες αντιμετωπίζουν διαρθρωτικά εμπόδια στη μετάβαση των νέων από την εκπαίδευση στην αγορά εργασίας.

Στην Πολωνία, για παράδειγμα, υπάρχει πολύ υψηλότερο ποσοστό γυναικών, οικονομικά ανενεργών ατόμων, και ατόμων χωρίς εργασιακή εμπειρία (ή με εργασιακή εμπειρία κάτω του μέσου όρου της ΕΕ) στην κατηγορία, παρόλο που σε πολλές περιπτώσεις πρόκειται για άτομα με υψηλά προσόντα. Η έρευνα δείχνει ότι δεν υπάρχει αντιστοιχία μεταξύ των ατόμων με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης και εκείνων που είναι NEET.

4.3 Αγροτικό Χάσμα

Υπάρχουν περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης στις πόλεις και τις αστικές περιοχές, και αυτός είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες για τους οποίους οι άνθρωποι εγκαταλείπουν την ύπαιθρο και μετακομίζουν στις πόλεις. Ωστόσο, αυτό δημιουργεί μεγαλύτερα επίπεδα ανταγωνισμού, με αποτέλεσμα να αυξάνεται ο αριθμός εκείνων που έχουν λιγότερες ευκαιρίες απασχόλησης, και μόνο για εργασία χαμηλής ειδίκευσης στον χαμηλόμισθο τομέα.

Η Γερμανία και η Ιταλία έχουν υψηλότερο αριθμό ατόμων NEET στις πόλεις που καταγράφεται για το 2021 (Ιταλία: 24,5% - Γερμανία: 10,2%), ενώ η αναλογία αυτή αντιστρέφεται στην περίπτωση της Πολωνίας και της Ελλάδας. Η διαφορά είναι πάνω από 4% για την Πολωνία, και σχεδόν 10% στην περίπτωση των αγροτικών περιοχών στην Ελλάδα (αγροτικές περιοχές: 22,8% - πόλεις: 13,9%). Αυτές οι δύο χώρες βρίσκονται αισθητά πιο πάνω από τον μέσο όρο της ΕΕ, ο οποίος παρουσιάζει ποσοστό 13,7% για τα άτομα NEET στις αγροτικές περιοχές. Στην Ιρλανδία, τη Γαλλία, και την Κύπρο, οι διαφορές στη σύγκριση μεταξύ πόλεων και υπαίθρου είναι σχετικά μικρές, με την Ιρλανδία και τη Γαλλία να βρίσκονται κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ.

Είναι ξεκάθαρο ό,τι υπάρχει ανάγκη να διερευνηθούν τα μεγαλύτερα ποσοστά αγροτικών NEET που εμφανίζονται σε Ευρωπαϊκές χώρες με καθεστώτα κοινωνικής πρόνοιας που είναι ανεπαρκείς για να παρέχουν την απαραίτητη προστασία, και που δεν επαρκούν για να υποστηρίξουν τη μετάβαση από το σχολείο στην εργασία των πιο ευάλωτων νέων (Schoon & Heckhausen, 2019).

4.4 Γιατί οι ψηφιακές δεξιότητες είναι σημαντικές για την αγροτική εργασία

Η τεχνολογία της πληροφορίας και της επικοινωνίας (ICT) συμβάλλει στην αντιμετώπιση της πληθυσμιακής μείωσης των αγροτικών περιοχών, επειδή επιτρέπει στους/τις νέους/νέες της υπαίθρου να επιτύχουν τους προσωπικούς τους στόχους μέσω ψηφιακών πλατφορμών για διαδικτυακή εκπαίδευση, απασχόληση, υγεία, διοίκηση, τουρισμό, και εμπόριο.

Οι ψηφιακές τεχνολογίες μετατρέπουν τις αγροτικές περιοχές σε τόπους όπου οι νέοι/νέες μπορούν να αναπτυχθούν (Neagu και λοιποί, 2021). Παρέχουν περισσότερες ευκαιρίες για απασχόληση, εκπαίδευση, και κατάρτιση των νέων, καθώς και τη δυνατότητα αξιοποίησης μίας παγκόσμιας κοινότητας ανθρώπων που έχουν παρόμοια ενδιαφέροντα με τα δικά τους, μέσω πλατφορμών όπως εικονικές αίθουσες διδασκαλίας, διαδικτυακά σεμινάρια, και διάφορους άλλους ψηφιακούς πόρους (Molefe, 2020).

4.5 Εμπόδια στις ψηφιακές ικανότητες των νέων της υπαίθρου

Ορισμένες από τις χώρες εταίρους έχουν μερικά από τα χαμηλότερα ποσοστά ανεργίας των νέων στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, οι νέοι/νέες στις αγροτικές περιοχές δεν έχουν την ίδια

πρόσβαση στην εκπαίδευση και την απασχόληση με τους/τις νέους/νέες στις αστικές περιοχές, λόγω της έλλειψης κατάλληλων υποδομών στις αγροτικές περιοχές, όπως η ισότιμη παροχή δημόσιων υπηρεσιών, οι δημόσιες μεταφορές, η συνδεσιμότητα δεδομένων, και η έλλειψη ευκαιριών απασχόλησης.

Η έρευνα μας δείχνει ότι οι αγροτικές περιοχές της Ιρλανδίας ασχολούνται λιγότερο με την ψηφιακή τεχνολογία, και έχουν χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης και χαμηλότερο εισόδημα. Στην Κύπρο, υπάρχουν λίγα διαθέσιμα προγράμματα που προσεγγίζουν τη συγκεκριμένη ομάδα-στόχο των ατόμων NEET στις αγροτικές περιοχές.

Στην Ιταλία, η πλειονότητα των ατόμων που συμμετείχαν σε έρευνα που διεξήγαγε η εταιρεία Salesforce δεν αισθάνεται έτοιμη να λειτουργήσει σε έναν ψηφιακό κόσμο. Με άλλα λόγια, η αντίληψη των νέων είναι ότι η ευρεία χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας και των εργαλείων που χρησιμοποιούνται στην ιδιωτική ζωή ενός ατόμου δεν εξοπλίζει αυτόματα τους/τις νέους/νέες με τις δεξιότητες που είναι απαραίτητες στον κόσμο της εργασίας. Επομένως, μία καλά προσαρμοσμένη κατάρτιση θα αυξήσει τις ψηφιακές ικανότητες πολλών νέων, και θα αποτελέσει ώθηση στην αυτοπεποίθησή τους.

4.6 ΝΕΕΤ και Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Οι περισσότερες σύγχρονες επικοινωνίες γίνονται μέσω του διαδικτύου, ειδικά στα κοινωνικά δίκτυα, καθιστώντας έτσι απαραίτητη τη γνώση της χρήσης τους, ειδικά στον εργασιακό χώρο. Το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι επομένως ένα ισχυρό εργαλείο για την κατάρτιση των νέων γενεών και τη μείωση της ανισότητας στην απασχόληση. Το έργο You.Stand.Out εστιάζει στο μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την προώθηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς.

4.7 Προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω ψηφιακών πρακτικών

Οι πολιτικές για την προώθηση της πολιτιστικής βιομηχανίας ανοίγουν τις πόρτες σε νέους τομείς δραστηριοτήτων και σε νέες θέσεις εργασίας που συνδέονται στενά με το εταιρικό μοντέλο 4.0, καθώς και σε ένα πλαίσιο καινοτόμων δεξιοτήτων, δεξιοτήτων με εγκάρσιο και μετασχηματιστικό χαρακτήρα που σχετίζονται με την ψηφιοποίηση, το διαδίκτυο των πραγμάτων, και την τεχνητή νοημοσύνη. Όλα αυτά στο πλαίσιο ενός μοντέλου κυκλικής οικονομίας που στοχεύει στη

διατήρηση και την ανάδειξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς σε ένα πλαίσιο κυκλικής και βιώσιμης ανάπτυξης.

Η αύξηση της πρόσβασης στην κατάρτιση για ψηφιακές δεξιότητες έχει τη δυνατότητα να ενδυναμώσει τους/τις νέους/νέες ως δικαιούχους της ψηφιακής αγροτικής απασχόλησης, και να συνεισφέρει στη βιωσιμότητα των αγροτικών κοινοτήτων.

4.8 Προώθηση της αγροτικής νεολαίας

Το έργο You.Stand.Out έχει λάβει υπόψη του τους Ευρωπαϊκούς Στόχους για τη Νεολαία, οι οποίοι αποσκοπούν στην υποστήριξη της νέας γενιάς. Οι 11 Ευρωπαϊκοί Στόχοι για τη Νεολαία αναδεικνύουν τα ζητήματα που απασχολούν τους/τις νέους/νέες σε ολόκληρη την Ευρώπη, και προσδιορίζουν τις προτεραιότητες τους για ένα βιώσιμο και επιτυχημένο μέλλον, οι οποίες περιλαμβάνουν την «Ποιοτική Εκπαίδευση» και την «Ποιοτική Απασχόληση για Όλους τους Ανθρώπους». Το έργο ευθυγραμμίζεται περισσότερο με τον Στόχο #6 της Νεολαίας, «Προώθηση της αγροτικής νεολαίας», επειδή αποσκοπεί στη βελτίωση των συνθηκών των νέων στις αγροτικές περιοχές, καθώς και στην καταπολέμηση της δημογραφικής και κοινωνικοοικονομικής παρακμής, μέσω της ενίσχυσης του δυναμικού της αγροτικής νεολαίας.

5. Ευρήματα Πρωτογενούς Έρευνας

Η ανάλυση των δεδομένων που ακολουθεί βασίζεται στις απαντήσεις 168 ατόμων συνολικά.

Ερώτηση 1 Φύλο

Από τα άτομα που συμμετείχαν από τις επτά χώρες-εταίρους, η πλειοψηφία δήλωσε ότι είναι «γυναίκες» (51,9%). Το 44,9% των ατόμων δήλωσε ότι είναι άνδρες, ενώ το 2,5% δήλωσε ότι είναι «μη δυαδικά» άτομα. Μόνο στην Πολωνία και στη Γαλλία τα ποσοστά των «ανδρών» που συμμετείχαν ήταν υψηλότερα από τα ποσοστά των «γυναικών».

Ερώτηση 2 Ηλικία

Περίπου τα δύο τρίτα των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα μας είναι ηλικίας 24-29 ετών (64,5%), ενώ το 35,5% δήλωσε ότι ήταν 18-23 ετών. Η πλειονότητα ήταν πολίτες της

χώρας τους, ωστόσο, σε μερικές περιπτώσεις οι απαντήσεις έδειξαν διαφορετικές εθνικότητες (από την Ισπανία, τον Ισημερινό, την Αίγυπτο).

Ερώτηση 3 Πληθυσμός

Ρωτήσαμε εάν οι συμμετέχοντες/ουσες ζούσαν σε ένα μέρος με:

- λιγότερους από 1.000 κατοίκους
- 1.000 έως 4.999 κατοίκους
- 5.000 έως 9.999 κατοίκους
- 10.000 έως 19.999 κατοίκους
- 20.000 έως 50.000 κατοίκους
- περισσότερους από 50.000 κατοίκους

Περίπου το 70% των ατόμων που συμμετείχαν ζει σε μικρές πόλεις και αγροτικές περιοχές, ενώ μόνο το 29,7% από αυτά τα άτομα ζει σε περιοχές με περισσότερους από 50.000 κατοίκους. Ωστόσο, ένας αρκετά μεγάλος αριθμός ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα από την Ιταλία έπρεπε να καταταγεί σε αυτή την κατηγορία (δηλαδή στη μητροπολιτική περιοχή της Ρώμης), αλλά οι πραγματικοί χώροι διαβίωσης και οι συνθήκες αντιστοιχούν περισσότερο σε περιβάλλοντα μικρών πόλεων και προαστίων.

Ερώτηση 4 Εκπαιδευτικό Επίπεδο

Λίγο περισσότερα από τα μισά άτομα που συμμετείχαν (51,7%) έχουν ολοκληρώσει κάποια μορφή τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, έχοντας αποκτήσει πανεπιστημιακό πτυχίο, δηλαδή πτυχίο Bachelor ή μεταπτυχιακό/Master. Το 37,9% ολοκλήρωσε το λύκειο/σχολείο. Μόνο το 10% περίπου δήλωσε ότι εγκατέλειψε το εκπαιδευτικό σύστημα μετά τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση ή πριν την ολοκλήρωση της. Τα στοιχεία δείχνουν επίσης ότι δεν υπάρχει αντιστοιχία μεταξύ των ατόμων με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης και εκείνων που είναι NEET.

Ερώτηση 5 Απασχόληση/NEET

Συνολικά το 19,6% χαρακτηρίστηκε ως NEET, δηλαδή ένα στα πέντε άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα. Το 30,4% εργάζεται, το 17,4% σπουδάζει, το 12,7% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, το 11,4% εργάζεται με μερική απασχόληση, το 5,1% κάνει πρακτική άσκηση, και το 3,8% ασχολείται με κάποιο είδος κατάρτισης για δεξιότητες που βασίζονται στην εργασία.

Ερώτηση 6 Ψηφιακές Δραστηριότητες

Το 87% των ατόμων που συμμετείχαν χρησιμοποιούν έναν ηλεκτρονικό/φορητό υπολογιστή ή/και μία κινητή συσκευή, όπως smartphone ή tablet, για να έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο. Πάνω από το 90% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για προσωπικούς λόγους - τα δύο τρίτα το χρησιμοποιούν επίσης για επαγγελματικούς σκοπούς, όπως αναζήτηση εργασίας και κατάρτισης - και περισσότερα από τα μισά άτομα δήλωσαν ότι το χρησιμοποιούν στο πλαίσιο της κατάρτισης (σπουδών) ή στο σχολείο.

Οι ερωτήσεις αναλύθηκαν περαιτέρω για να εξεταστεί το Πλαίσιο Ψηφιακών Ικανοτήτων 2.0 της ΕΕ, δηλαδή:

- Πληροφορίες
- Επικοινωνία
- Δημιουργία Περιεχομένου
- Επίλυση Προβλημάτων

Γενικά, η πλειονότητα των ατόμων που συμμετείχαν σε όλες τις χώρες έχει συνηθίσει να εκτελεί δραστηριότητες, όπως χρήση μηχανών αναζήτησης, αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, συμμετοχή σε κοινωνικά δίκτυα, και κοινοποίηση περιεχομένου μέσω ενημέρωσης. Είναι εξοικειωμένα με μία απλή καθημερινή χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας.

Ερώτηση 7 Ψηφιακή Εργασία

Σχεδόν τα δύο τρίτα των ατόμων που συμμετείχαν δήλωσαν ότι έχουν ήδη κάποια εμπειρία στη χρήση ορισμένων ψηφιακών εργαλείων στην εργασία τους (63,1%). Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον εργασιακό χώρο διατηρεί ένα αρκετά υψηλό ποσοστό (π.χ. 38,1% στην Ιταλία), επομένως, θεωρούνται επαγγελματικά εργαλεία. Η ηλεκτρονική αποθήκευση, οι βιντεοκλήσεις, οι μηχανές αναζήτησης, αποτελούν θεμελιώδη εργαλεία τόσο σε προσωπικό όσο και σε επαγγελματικό επίπεδο, και προσδιορίστηκαν ως συχνές δραστηριότητες. Η δημιουργία και η κοινοποίηση περιεχομένου, όπως εικόνες και βίντεο, συνδέεται κυρίως με την ιδιωτική χρήση του διαδικτύου παρά με την επαγγελματική. Οι περισσότεροι οργανισμοί βασίζονται σε επαγγελματικές υπηρεσίες για τη δημιουργία και την κοινοποίηση του υλικού τους στο διαδίκτυο.

Για τα άτομα που συμμετείχαν από την Ελλάδα, τα διάφορα ψηφιακά εργαλεία που χρησιμοποιούνται σε τακτική βάση, όπως η δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας των αρχείων σε διακομιστές cloud και η ηλεκτρονική αλληλογραφία, δεν ήταν δύσκολα. Τα αποτελέσματα τόσο από την Ελλάδα όσο και από την Πολωνία δήλωσαν ότι η χρήση μηχανών αναζήτησης, η επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και μέσω κοινωνικής δικτύωσης, και η

επεξεργασία εικόνων αποτελούν επίσης μέρος εμπειρίας στο πλαίσιο της εργασίας, και χρησιμοποιήθηκαν για την προώθηση της εργασίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στην Κύπρο, ένα από τα άτομα δήλωσε ό,τι δημιούργησε τα δικά του βίντεο για να προωθήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του.

Ερώτηση 8 Ενδιαφέρον για Κατάρτιση

Το 37,9% των ατόμων που συμμετείχαν εξέφρασε ό,τι θα ενδιαφερόταν «*πάρα πολύ*» να εμπλακεί σε κατάρτιση σχετικά με τις δεξιότητες μάρκετινγκ σε ψηφιακά και κοινωνικά μέσα. Το 31,1% δήλωσε ό,τι θα συμμετείχε «*μάλλον*», ενώ το 23,5% απάντησε «*ίσως*». Μόνο το 4,5% δήλωσε ό,τι δεν θα συμμετείχε ή δεν έδειξε κανένα ενδιαφέρον για τέτοιου είδους κατάρτιση.

Αυτά τα ευρήματα οδήγησαν στην ερώτηση 9.

Ερώτηση 9 Μαθησιακές Απαιτήσεις

Δεδομένου ό,τι πάνω από τα δύο τρίτα των ατόμων που συμμετείχαν ενδιαφέρονται για την ψηφιακή κατάρτιση, τους δόθηκε η δυνατότητα να επιλέξουν τις προτιμήσεις τους από έναν κατάλογο επιλογών.

Η πλειονότητα εξέφρασε ενδιαφέρον για κατάρτιση σχετικά με τον τρόπο δημιουργίας ενός ιστότοπου, τη δημιουργία περιεχομένου βίντεο και την προώθηση του με τη χρήση του Instagram και του YouTube, καθώς και τη χρήση του Photoshop για την επεξεργασία εικόνων. Τα θέματα που έλαβαν το χαμηλότερο επίπεδο ενδιαφέροντος ήταν η εκμάθηση γραφικών για λογότυπα, τα πνευματικά δικαιώματα στο διαδίκτυο, και την κατανόηση του excel. Παρόλο που τα πνευματικά δικαιώματα στο διαδίκτυο δεν αποτελούσαν πρωταρχική μαθησιακή απαίτηση, θα εξακολουθήσουν να περιλαμβάνονται στην κατάρτιση, καθώς αποτελούν αναπόσπαστο μέρος του ψηφιακού μάρκετινγκ.

Ουσιαστικά, όλα τα άτομα γνωρίζουν ό,τι η ψηφιακή επάρκεια είναι θεμελιώδης για την απασχόληση.

Οι τρεις τομείς προτεραιότητας που προσδιορίστηκαν ήταν οι εξής:

Τεχνικές δεξιότητες: Οι ικανότητες κωδικοποίησης και διαχείρισης ιστοτόπων ζητήθηκαν, αφού λίγα από τα άτομα που συμμετείχαν είχαν γνώσεις σε αυτούς τους τομείς, αλλά γνωρίζουν ό,τι αυτές οι ικανότητες μπορούν να βελτιώσουν τις ευκαιρίες απασχόλησης τους. Η γνώση των

αλγορίθμων των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του προγραμματισμού των σχεδίων ανάρτησης χαρακτηρίστηκαν επίσης ως χρήσιμες.

Επικοινωνιακές δεξιότητες: Οι συμμετέχοντες/ουσες γνωρίζουν τη σημασία της δημιουργίας και διαχείρισης ηλεκτρονικών επαφών με πελάτες και συνεργάτες. Υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για τη διαχείριση καναλιών και πλατφορμών όπως το YouTube ή το Instagram. Απαιτούνται συγκεκριμένα εργαλεία για διαφορετικές ομάδες-στόχους, τεχνικές επικοινωνίας, και προσεγγίσεις για τη δημιουργία και τη διαχείριση μίας κοινότητας.

Δεξιότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Σχεδόν όλα τα άτομα που συμμετείχαν γνωρίζουν ότι η χρήση και η συμμετοχή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ευρέως διαδεδομένη. Αρκετά άτομα ενδέχεται να μην έχουν τις απαραίτητες γνώσεις για το πώς να λειτουργούν και να διαχειρίζονται σωστά, αποτελεσματικά, και με ασφάλεια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σχεδόν όλοι/ες οι συμμετέχοντες/ουσες μοιράζονται περιεχόμενο μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των δικτύων, και αυτό θεωρείται ως μία από τις σημαντικότερες δεξιότητες που πρέπει να αποκτήσει κανείς για το εργασιακό περιβάλλον.

Ερώτηση 10 Αντιπροσώπευση των Τοπικών Αγροτικών Περιοχών στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Συνολικά, το 42,1% των ατόμων που συμμετείχαν αξιολόγησε την εικόνα της περιοχής τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως «όχι καλή», ενώ το 31,7% ισχυρίζεται ότι οι περιοχές τους εκπροσωπούνται καλά, και κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων δόθηκαν παραδείγματα και αιτιολόγηση. Το 26,2% δήλωσε ότι «δεν γνωρίζει» εάν οι περιοχές τους εκπροσωπούνται καλά, γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με τα άτομα από την Κύπρο, όπου ένα συντριπτικό 75% πιστεύει ότι η περιοχή τους δεν εκπροσωπείται καλά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Καθώς το έργο You.Stand.Out επικεντρώνεται στο μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την προώθηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, ήταν σημαντικό να διαπιστωθεί η σχέση των νέων με την περιοχή τους, και πώς καθορίζουν την εκπροσώπηση των περιοχών τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η έλλειψη βασικών δεξιοτήτων και κατάρτισης σε ψηφιακές ικανότητες, ειδικά μεταξύ του νεαρού πληθυσμού, και ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές, παρουσιάζει τη μεγάλη ανάγκη για περαιτέρω κατάρτιση στον ψηφιακό μετασχηματισμό σχεδόν όλων των τομέων της κοινωνίας και της εργασίας.

6. Συμπέρασμα/Επίλογος

Η τεχνολογία αποτελεί πλέον μεγάλο μέρος σχεδόν κάθε εργασίας. Επομένως, η απόκτηση βασικών ψηφιακών δεξιοτήτων θα παρέχει περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης, ειδικά για τους/τις νέους/νέες που κατοικούν σε αγροτικές περιοχές.

Το έργο You.Stand.Out είναι κομμάτι ενός συνόλου έργων και πρωτοβουλιών που αποσκοπούν στην καταπολέμηση της ανεργίας των νέων, καθώς και στην παροχή επαγγελματικών προοπτικών και ενός αυτοκαθοριζόμενου μέλλοντος που αξίζει να ζήσουν, μέσω διαφόρων μέτρων επαγγελματικής κατάρτισης και συνεχιζόμενης εκπαίδευσης. Το επίκεντρο του έργου You.Stand.Out είναι η νεολαία στις αγροτικές περιοχές, προσφέροντας στους/τις νέους/νέες της Ευρώπης ευκαιρίες για ψηφιακή κατάρτιση, με έμφαση στις δεξιότητες μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η κοινωνική ένταξη συνδέεται στενά με την κοινωνική και κοινωνικοοικονομική συμμετοχή. Η μειωμένη σύνδεση με την ύπαιθρο και την περιοχή αποδεικνύεται από την «αγροτική έξοδο» λόγω της έλλειψης μελλοντικών προοπτικών, και της έλλειψης εμπιστοσύνης, τα οποία μπορούν να δημιουργηθούν «τοπικά».

Η ψηφιοποίηση, που καλύπτει όλους τους τομείς της κοινωνίας, πρέπει να χρησιμοποιηθεί για την αναβάθμιση των αγροτικών περιοχών και των χώρων διαβίωσης. Με λειτουργικές ψηφιακές υποδομές στις αγροτικές περιοχές, η συμμετοχή στην επαγγελματική ζωή είναι εφικτή στις αγροτικές περιοχές, καθώς οι ευκαιρίες εργασίας δεν περιορίζονται πλέον αποκλειστικά στην παρουσία στις εγκαταστάσεις, οπότε είναι δυνατόν οι νέοι/νέες να έχουν την επιλογή να ζουν και να εργάζονται στις αγροτικές περιοχές. Επομένως, είναι απαραίτητο οι νέοι/νέες να λαμβάνουν

επαρκή κατάρτιση σε ψηφιακές δεξιότητες, ώστε να έχουν αυξημένη πρόσβαση σε βιώσιμη απασχόληση.

Με βάση τις εκπαιδευτικές προτιμήσεις των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, οι ζητούμενες ψηφιακές δεξιότητες κυμαίνονται από τον σχεδιασμό ιστοτόπων, τον προγραμματισμό, και την επεξεργασία εικόνας, έως την ανάπτυξη ηλεκτρονικού εμπορίου και το διαδικτυακό μάρκετινγκ. Αυτές οι δεξιότητες θα πρέπει να αποτελούν τον πυρήνα του προγράμματος ηλεκτρονικής μάθησης του έργου You.Stand.Out.