



## YOU.STAND.OUT

Młodzież wyróżniająca się poprzez promocję lokalnego dziedzictwa na obszarach

KA220-YOU – Współpraca organizacji i instytucji w sektorze Młodzież

Nr projektu: 2021-2-IE01-KA220-000051251

Badanie (analiza potrzeb) dotyczące umiejętności  
marketingowych w mediach społecznościowych  
wśród NEETs na obszarach wiejskich

## STRESZCZENIE

## SPIS TREŚCI

<b>1. Wprowadzenie .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Cel badań .....</b>	<b>2</b>
<b>3. Metodyka badań .....</b>	<b>2</b>
<b>4. Wyniki badań wtórnych .....</b>	<b>3</b>
4.1 Kim są NEETs? .....	4
4.2 Rozbieżność płci .....	4
4.3 Podział na obszary wiejskie.....	5
4.4 Dlaczego umiejętności cyfrowe są ważne w pracy na wsi.....	5
4.5 Obecne bariery w zakresie możliwości cyfrowych młodzieży wiejskiej .....	6
4.6 NEETs i marketing cyfrowy .....	6
4.7 Promowanie dziedzictwa kulturowego poprzez praktyki cyfrowe.....	6
4.8 Postępy młodzieży wiejskiej .....	7
<b>5. Wyniki badań wstępnych .....</b>	<b>7</b>
<b>6. Wnioski .....</b>	<b>12</b>

## You.Stand.Out Consortium

Organisation	Country	Description	Website
Meath Community Rural and social Development Partnership Ltd	Irlandia	Oferowanie udziału w imprezach prowadzonych przez młodzież i działaniach związanych z uczestnictwem młodzieży	<a href="https://meathpartnership.ie/">https://meathpartnership.ie/</a>
Tandem Plus	Francja	Grupa publicznych i prywatnych organizacji unijnych i międzynarodowych opracowujących strategie włączenia społecznego i zatrudnienia	<a href="http://www.tandemplus.org/">http://www.tandemplus.org/</a>
NGO Nest Berlin EV	Niemcy	Organizacja parasolowa promująca i realizująca międzynarodowe projekty mające na celu stworzenie wpływu na zmiany społeczne	<a href="https://ngonest.de/de/">https://ngonest.de/de/</a>
Rezos Brands Anonymi Emporiki Eteria Idon Diatofis	Grecja	MŚP z branży rolno-spożywczej z doświadczeniem w zakresie "Od pola do stołu"	<a href="https://rezosbrands.com/">https://rezosbrands.com/</a>
The Polish Farm Advisory and Training Centre	Polska	Promowanie rozwoju i przedsiębiorczości na obszarach wiejskich	<a href="https://farm-advisory.eu/pl/">https://farm-advisory.eu/pl/</a>
Quality Culture SRLS	Włochy	Wspieranie włączenia społecznego i promowanie wartości zrównoważonego rozwoju	<a href="https://qualityculture.it/en/home-english/">https://qualityculture.it/en/home-english/</a>
CSI Centre for Social Innovation Ltd	Cypr	Instytut badawczy skupiający się na opracowywaniu i wprowadzaniu przełomowych rozwiązań systemowych problemów społecznych, edukacyjnych i gospodarczych	<a href="https://csicy.com/">https://csicy.com/</a>

## 1. Wprowadzenie

Zapewnienie zatrudnienia jest w UE wyzwaniem dla młodych ludzi (18-20 lat) z obszarów wiejskich, ponieważ formalna i nieformalna edukacja nie jest łatwo dostępna, co powoduje wzrost liczby osób nieuczących się, nieszkolących i nie zatrudnionych (NEET). Kryzys kosztów utrzymania jest również barierą w uczęszczaniu na studia, począwszy od kosztów transportu po koszty wynajmu. Ponadto, biorąc pod uwagę ciągle zmiany techniczne w każdym sektorze na rynku pracy, potrzeby pracodawców również uległy zmianie, dlatego ludzie muszą posiadać kompetencje i szkolenia cyfrowe. To połączenie powoduje izolację społeczną na obszarach wiejskich, pozostawiając młodych ludzi z ograniczonymi opcjami i potencjalnie opuszczając obszar.

Projekt YOU.STAND.OUT ma na celu rozwiązanie tego problemu poprzez zwiększenie możliwości NEETS w celu zapewnienia równego dostępu do rynku pracy dla młodych ludzi, poprzez zapewnienie szkolenia cyfrowego w celu wzmocnienia kluczowych kompetencji. Dzięki temu młodzież będzie miała wybór, by pozostać w swojej społeczności, a nie być zmuszoną do opuszczenia jej, co ostatecznie obniży poziom "drenażu mózgow" i niedoborów umiejętności. Projekt zwiększy również świadomość problemów, z którymi borykają się NEETs i zaangażuje społeczności, np. rodziny, lokalne władze publiczne, MŚP, osoby pracujące z młodzieżą i organizacje młodzieżowe w identyfikację trwałych rozwiązań.

Podsumowanie ustaleń z badań (PR1), które były prowadzone przez NGO NEST, Berlin i realizowane przez każdego z partnerów konsorcjum, zostały przedstawione w niniejszym streszczeniu.

Dalsze informacje na temat każdego z partnerów można znaleźć w pełnym raporcie międzynarodowym lub na stronie internetowej [YOU.STAND.OUT](http://YOU.STAND.OUT).

## 2. Cel badań

Celem badań jest określenie poziomu umiejętności w zakresie marketingu cyfrowego wśród młodzieży zamieszkującej obszary wiejskie. Wyniki tego badania będą podstawą, na której zostaną opracowane wszystkie pozostałe działania, a więc odegrają zasadniczą rolę w pomyślnej realizacji projektu.

Badania dostarczają danych na temat obecnego stanu zatrudnienia młodzieży w każdym z krajów partnerów konsorcjum (łącznie siedem), oferując przykłady najlepszych praktyk z każdego z nich i identyfikując sposoby, w jakie ten projekt zajmie się lukami w odpowiednich umiejętnościach cyfrowych, które zwiększą zainteresowanie młodych ludzi ich dziedzictwem, społecznościami i obywatelstwem oprócz możliwości zatrudnienia.

Wreszcie, analiza ta zapewnia kompleksowe zrozumienie potrzeb grup docelowych i opracowanie odpowiednich materiałów szkoleniowych, aby przynieść prawdziwą wartość dodaną, która będzie wspierać integrację, zatrudnienie i przedsiębiorczość na obszarach wiejskich.

## 3. Metodyka badań

**Badania wstępne** miały charakter terenowy i rozpoczęły się od zbierania informacji za pomocą anonimowych kwestionariuszy internetowych rozsyłanych do osób w wieku od 18 do 29 lat. Każdy partner anonimowo przebadał 20 młodych ludzi, co dało 140 wypełnionych ankiet. Kwestionariusz został wykorzystany, aby dowiedzieć się o obszarach, w których mieszkają, ich znajomości i umiejętnościach w odniesieniu do marketingu w mediach społecznościowych oraz czy chcieliby poszerzyć swoją wiedzę na ten temat. Na poparcie tego, cztery wywiady kierowane zostały przeprowadzone przy użyciu mieszanego formatu, tj. wywiady twarzą w twarz lub on-line. 28 wywiadów zostało zrealizowanych w celu uzyskania głębszego zrozumienia za udzielonymi odpowiedziami oraz wszelkich dodatkowych informacji, które mogą wspomóc rozwój materiałów szkoleniowych w tym projekcie.

W związku z tym, grupa docelowa została podzielona dalej na dwie podkategorie: wiek do 18 do 23 lat i 24 do 29 lat. Uzasadnieniem tego było to, że starsza kohorta mogła być zatrudniona na jakimś etapie lub ukończyła jakąś formę edukacji wyższej, np.

jakąś formę edukacji wyższej, np. szkolenie zawodowe lub trzeci poziom. Natomiast młodsza kohorta niedawno zakończyła naukę w szkole ponadpodstawowej lub jest na wczesnym etapie/blisko ukończenia dalszej edukacji.

Poniższa analiza danych oparta jest na odpowiedziach 168 respondentów ogółem. Dodatkowe informacje pochodzące z raportów krajowych zostały podane w zależności od potrzeb.

**Badania wtórne**, czyli desk research, zostały przeprowadzone przez każdego z partnerów w celu zidentyfikowania bieżących projektów i inicjatyw, które mają podobne cele i rozpoznania przykładów najlepszych praktyk. Wyniki badań wtórnych pogłębiły analizę i krajowy kontekst kwestii, które prowadzą do NEETs w społecznościach wiejskich; związek z poziomem bezrobocia; potrzebę szkoleń z zakresu marketingu cyfrowego.

## 4. Wyniki badań wtórnych



#### 4.1 Kim są NEETs?

Zjawisko "NEETs" to wrażliwa grupa społeczna, która jest zagrożona wykluczeniem i różnym poziomem ubóstwa w zależności od systemu opieki społecznej w danym kraju. Liczba osób, które są klasyfikowane jako "NEET", dodatkowo wzrosła w związku z pandemią Covid-19 - tj. bezrobocie wśród osób w wieku 15-29 lat wzrosło o 1,4 punktu procentowego do 13,3% w pierwszym roku pandemii w porównaniu z rokiem 2019, a wskaźnik NEET wzrósł o 1,2 punktu procentowego do 13,6%. W wyniku pandemii Covid-19, w 2020 roku UE rozszerzyła swoją definicję "młodych ludzi" w swojej strategii na rzecz młodzieży, aby objąć nią osoby w wieku 15-29 lat (wcześniej od 15-24 lat). W związku z tym dąży do obniżenia do 2030 r. wskaźnika młodych ludzi będących NEET dla osób w wieku 15-29 lat do 9%.

Nasze badania pokazują, że istnieją różnice charakteryzujące NEETs w każdym z krajów partnerskich, tj. płeć, wiek oraz to, gdzie większość z nich mieszka - w miastach czy na obszarach wiejskich.

W całej Europie młodzi ludzie byli i są wśród najbardziej dotkniętych skutkami pandemii. W 2020 r. jedna piąta z 14 mln osób bezrobotnych w UE miała mniej niż 25 lat. Grupa docelowa projektu You.Stand.Out, określona jest do 29 roku życia włącznie, dlatego według Eurostatu 13,1% osób w wieku 15-29 lat w UE w 2021 roku można przypisać do grupy tzw. NEETs.

#### 4.2 Rozbieżność płci

W UE ryzyko bycia NEET jest generalnie wyższe dla kobiet niż dla mężczyzn. Jednakże w krajach takich jak Irlandia, Hiszpania, Litwa, Portugalia, Słowenia, Słowacja, Cypr, Luksemburg i Francja, odsetek młodych mężczyzn w grupie NEET jest wyższy niż młodych kobiet. W krajach takich jak Austria, Belgia, Bułgaria, Dania, Finlandia, Szwecja i Włochy proporcje są równe.

Dane dotyczące NEETs w Polsce określa wzór: kobiety, nieaktywni zawodowo, niedoświadczeni, wysoko wykwalifikowani, "zniechęceni pracownicy", który jest podobny do krajów partnerskich You.Stand.Out - Grecji i Włoch. Wzorzec ten jest widoczny w krajach o wysokim odsetku NEETs, które napotykać na strukturalne bariery w przechodzeniu młodych ludzi z edukacji na rynek pracy.

W Polsce na przykład w kategorii tej jest znacznie wyższy odsetek kobiet, osób nieaktywnych zawodowo i osób bez doświadczenia zawodowego (lub z doświadczeniem zawodowym poniżej średniej unijnej), choć w wielu przypadkach są to osoby o wysokich kwalifikacjach. Z badań wynika, że nie ma zgodności między osobami o niższym poziomie wykształcenia a tymi, które są NEETs.

### 4.3 Podział na obszary wiejskie

W miastach i na obszarach miejskich jest więcej możliwości zatrudnienia i jest to jeden z głównych czynników, dla których ludzie opuszczają wieś i przenoszą się do miast. Jednak powoduje to również większe zagęszczenie konkurencji, co skutkuje większą liczbą osób, które mają jedynie słabe szanse na pracę, a jeśli już, to tylko na pracę wymagającą niskich kwalifikacji w sektorze niskopłatnym.

W Niemczech i Włoszech wyższa liczba NEETs w miastach jest odnotowana dla 2021 roku (Włochy: 24,5%; Niemcy: 10,2%), a stosunek ten odwraca się w przypadku Polski i Grecji. Tutaj różnica wynosi ponad 4% dla Polski i prawie 10% w przypadku obszarów wiejskich w Grecji (wieś: 22,8%; miasta: 13,9%). Oba kraje znajdują się więc wyraźnie lub znacząco powyżej średniej unijnej, która wskazuje na 13,7% udział NEETs na obszarach wiejskich. W Irlandii, Francji i na Cyprze różnice w porównaniu miasto-wieś są raczej niewielkie, przy czym Irlandia i Francja znajdują się poniżej średniej unijnej.

Najwyraźniej istnieje potrzeba zbadania większego odsetka NEET na obszarach wiejskich, występującego w krajach europejskich o mało chroniących systemach opieki społecznej, które nie wspierają przejścia od szkoły do pracy wśród najbardziej zagrożonej młodzieży (Schoon & Heckhausen, 2019).

### 4.4 Dlaczego umiejętności cyfrowe są ważne w pracy na wsi

Technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT) pomagają zmniejszyć depopulację obszarów wiejskich, ponieważ umożliwiają młodzieży wiejskiej osiągnięcie osobistych celów dzięki platformom cyfrowym do edukacji online, zatrudnienia, zdrowia, administracji, turystyki i handlu.

Technologie cyfrowe czynią obszary wiejskie miejscami, w których młodzi ludzie mogą się rozwijać (Neagu et al, 2021). Zapewniają one więcej możliwości zatrudnienia młodzieży, edukacji i szkoleń, a także możliwość wykorzystania globalnej społeczności ludzi, którzy mają podobne zainteresowania do swoich poprzez platformy takie jak wirtualne klasy, webinaria i różne inne zasoby cyfrowe (Molefe, 2020).



#### 4.5 Obecne bariery w zakresie możliwości cyfrowych młodzieży wiejskiej

Niektóre z krajów partnerskich mają jedne z najniższych wskaźników bezrobocia wśród młodzieży w UE, jednak młodzi ludzie na obszarach wiejskich nie mają takiego dostępu do edukacji i miejsc pracy jak młodzież z miast przez brak odpowiedniej infrastruktury na obszarach wiejskich, takich jak sprawiedliwe świadczenie usług publicznych, transport publiczny, łączność danych i brak możliwości zatrudnienia.

Nasze badania pokazują, że wiejskie obszary Irlandii są słabiej zaangażowane w technologie cyfrowe, mają niższy poziom edukacji i niższe dochody. Na Cyprze dostępnych jest niewiele programów, które podchodzą do konkretnej grupy docelowej NEETs na obszarach wiejskich.

We Włoszech większość uczestników badania przeprowadzonego przez Salesforce nie czuje się gotowa do funkcjonowania w świecie digital-first. Innymi słowy, młodzi ludzie uważają, że powszechne korzystanie z technologii cyfrowych i narzędzi używanych w życiu prywatnym nie wyposaża automatycznie młodych ludzi w te umiejętności w odniesieniu do świata pracy. W związku z tym dobrze dobrane szkolenie nie tylko zwiększy możliwości cyfrowe wielu młodych ludzi, ale także wzmocni ich pewność siebie.

#### 4.6 NEETs i marketing cyfrowy

Większość współczesnej komunikacji odbywa się za pośrednictwem Internetu, zwłaszcza na portalach społecznościowych, co sprawia, że niezbędna jest wiedza, jak z nich korzystać, zwłaszcza w miejscu pracy. Marketing cyfrowy jest więc potężnym narzędziem do szkolenia nowych pokoleń i zmniejszenia nierównowagi w zatrudnieniu. Projekt You.Stand.Out skupia się na marketingu w mediach społecznościowych w celu promowania lokalnego dziedzictwa kulturowego.

#### 4.7 Promowanie dziedzictwa kulturowego poprzez praktyki cyfrowe

Polityka promocji przemysłu kulturalnego otwiera drzwi nie tylko do nowych sektorów działalności i miejsc pracy ściśle związanych z modelem przedsiębiorstwa 4.0, ale także do ram innowacyjnych umiejętności, tych o charakterze przekrojowym i transformacyjnym związanych z cyfryzacją, internetem i sztuczną inteligencją. Wszystko to w ramach modelu gospodarki cyrkularnej, którego celem jest zachowanie i wzbogacenie dziedzictwa naturalnego i kulturowego w ramach cyrkularnego i zrównoważonego rozwoju.

Zwiększenie dostępu do szkoleń w zakresie umiejętności cyfrowych może potencjalnie wzmocnić pozycję młodych ludzi jako beneficjentów cyfrowego zatrudnienia na obszarach wiejskich i przyczynić się do zrównoważonego rozwoju społeczności wiejskich.

#### 4.8 Postępy młodzieży wiejskiej

Projekt You.Stand.Out uwzględnił Europejskie Cele Młodzieżowe, których celem jest szczególne wsparcie młodego pokolenia. 11 Europejskich Celów Młodzieżowych podkreśla problemy dotyczące młodych ludzi w całej Europie i identyfikuje ich priorytety dla zrównoważonej i pomyślnej przyszłości, które obejmują "Wysokiej jakości edukację" i "Wysokiej jakości zatrudnienie dla wszystkich". Projekt jest najbardziej zgodny z celem nr 6 "Rozwój młodzieży wiejskiej", ponieważ ma na celu poprawę warunków życia młodych ludzi na obszarach wiejskich oraz przeciwdziałanie spadkowi demograficznemu i społeczno-ekonomicznemu poprzez uwolnienie potencjału młodzieży wiejskiej.

## 5. Wyniki badań wstępnych

Poniższa analiza danych oparta jest na odpowiedziach 168 respondentów ogółem.

### Pytanie 1 Płeć

Spośród respondentów z siedmiu krajów partnerskich, nieznaczna większość określiła się jako "kobiety" (51,9%). 44,9% respondentów określiło się jako mężczyźni, a kolejne 2,5% jako "nie-binarni". Tylko w Polsce i we Francji liczba respondentów płci męskiej była wyższa niż liczba respondentów płci żeńskiej.

### Pytanie 2 Wiek

Około dwie trzecie respondentów naszego badania jest w wieku 24-29 lat (64,5%), podczas gdy 35,5% zadeklarowało, że ma od 18 do 23 lat. Większość respondentów była obywatelami swoich krajów, jednak w kilku przypadkach odpowiedzi wskazywały na inne narodowości (Hiszpan, Ekwadorczyk, Egipcjanin).

### Pytanie 3      Ludność

Zapytaliśmy respondentów także o wielkość ich miejsca zamieszkania:

- mniej niż 1.000 mieszkańców
- 1.000 do 4.999 mieszkańców
- 5.000 do 9.999 mieszkańców
- 10.000 do 19.999 mieszkańców
- 20.000 do 50.000 mieszkańców
- ponad 50.000 mieszkańców

Około 70% naszych respondentów mieszka w małych miastach i regionach wiejskich, a tylko 29,7% badanych mieszka w miejscowościach powyżej 50.000 mieszkańców. Należy jednak zaznaczyć, że ponadprzeciętna liczba uczestników z Włoch, którzy wzięli udział w badaniu, musiała zostać przypisana do tej kategorii (tj. obszaru metropolitalnego Rzymu), nawet jeśli rzeczywiste przestrzenie i warunki życia na miejscu odpowiadają raczej środowiskom małomiasteczkowym i podmiejskim.

### Pytanie 4      Poziom wykształcenia

Nieco ponad połowa respondentów (51,7%) ukończyła jakąś formę edukacji wyższej, uzyskując tytuł uniwersytecki, tj. licencjat lub magisterium. 37,9% ukończyło szkołę średnią/podstawową. Tylko około 10% naszych respondentów wskazało, że opuściło system edukacji po ukończeniu szkoły średniej lub przed jej ukończeniem. Dane pokazują ponadto, że nie ma zgodności pomiędzy osobami o niższym poziomie wykształcenia a osobami, które są NEETs.

### Pytanie 5      Status zatrudnienia/NEET

Łącznie 19,6% respondentów zidentyfikowało się jako NEET, czyli jeden na pięciu respondentów badania. 30,4% jest obecnie zatrudnionych; 17,4% uczy się; 12,7% pracuje jako freelancer; 11,4% pracuje obecnie w niepełnym wymiarze godzin; 5,1% odbywa staż; a 3,8% bierze udział w jakimś szkoleniu z zakresu umiejętności zawodowych.

## Pytanie 6 Aktywności cyfrowe

87% respondentów korzysta z internetu zarówno z komputera stacjonarnego lub laptopa, jak i z urządzenia mobilnego, takiego jak smartfon lub tablet. Ponad 90% używa internetu do celów prywatnych; dwie trzecie używa go również do celów związanych z pracą, w tym do poszukiwania pracy i szkoleń; a ponad połowa respondentów stwierdziła, że używa go w kontekście szkolenia (studiów) lub w szkole.

Pytania zostały podzielone dalej, aby uwzględnić unijne ramy kompetencji cyfrowych 2.0, tj.:

- Informacje
- Komunikacja
- Tworzenie treści
- Rozwiązywanie problemów

Ogólnie rzecz biorąc, większość respondentów we wszystkich krajach jest dobrze przyzwyczajona do wykonywania takich czynności, jak korzystanie z wyszukiwarek, wysyłanie wiadomości e-mail, uczestniczenie w sieciach społecznościowych i udostępnianie treści medialnych. Są oni zaznajomieni z prostym, codziennym korzystaniem z technologii cyfrowej.

## Pytanie 7 Cyfryzacja w pracy

Prawie dwie trzecie respondentów wskazało, że ma już pewne doświadczenie w korzystaniu z niektórych narzędzi cyfrowych w pracy (63,1%). Wykorzystanie mediów społecznościowych w miejscu pracy utrzymuje dość wysoki odsetek (np. - 38,1% we Włoszech) są one zatem uważane za narzędzia zawodowe. Przechowywanie w Internecie, rozmowy wideo, wyszukiwarki skutkują podstawowymi narzędziami osobiście i w pracy zostały określone jako częste czynności wykonywane przez respondentów. Tworzenie i udostępnianie treści, takich jak obrazy i filmy, jest w większości przypadków związane z prywatnym wykorzystaniem sieci, a nie zawodowym. Można powiedzieć, że większość organizacji polega na profesjonalnych usługach w zakresie tworzenia i udostępniania treści online.

Dla uczestników z Grecji różne narzędzia cyfrowe używane regularnie, takie jak tworzenie kopii zapasowych plików na serwerach w chmurze i wysyłanie wiadomości e-mail, nie były trudne. Wyniki zarówno z Grecji, jak i z Polski stwierdziły, że korzystanie z wyszukiwarek, komunikowanie się za pomocą poczty elektronicznej i mediów społecznościowych oraz edycja obrazów są również częścią niektórych doświadczeń w kontekście pracy i były wykorzystywane do promocji związanej z pracą na portalach społecznościowych. Na Cyprze, jeden z respondentów stwierdził, że wyprodukował własne filmy wideo, aby promować swoje produkty i usługi.

### Pytanie 8 Zainteresowanie szkoleniem

37,9% respondentów wyraziło, że byliby "bardzo" zainteresowani szkoleniem w zakresie umiejętności marketingowych w mediach cyfrowych i społecznościowych. 31,1% respondentów wskazało, że "prawdopodobnie" wzięłyby udział, natomiast 23,5% odpowiedziało "może". Tylko 4,5% respondentów stwierdziło, że ich udział jest mało prawdopodobny lub nie wykazuje zainteresowania tego typu szkoleniami.

### Pytanie 9 Wymogi edukacyjne

Zauważając, że ponad dwie trzecie respondentów są zainteresowane lub nawet bardzo zainteresowane szkoleniami cyfrowymi, respondenci mieli możliwość wyboru swoich preferencji z listy opcji.

Większość wyraziła zainteresowanie szkoleniami opartymi na budowaniu strony internetowej, następnie tworzeniem treści wideo i promocją z wykorzystaniem Instagrama i Youtube oraz wykorzystaniem photoshopa do edycji zdjęć. Najmniejszym zainteresowaniem cieszyły się szkolenia z projektowania graficznego logo, praw autorskich w Internecie oraz obsługi programu Excel. Mimo, że prawa autorskie w Internecie nie były priorytetowym wymogiem edukacyjnym, nadal będą uwzględniane w szkoleniu, ponieważ jest to integralna część marketingu cyfrowego.

Zasadniczo wszyscy respondenci są świadomi, że kompetencje cyfrowe mają fundamentalne znaczenie dla zatrudnienia.

Trzy priorytetowe obszary wskazane przez respondentów to:

**Umiejętności techniczne:** kompetencje w zakresie kodowania i zarządzania stroną internetową były wymagane przez naszych respondentów, ponieważ niewielu z nich posiadało wiedzę w tych obszarach, ale są świadomi, że te kompetencje mogą zwiększyć ich możliwości zatrudnienia. Wiedza na temat algorytmów mediów społecznościowych, przepływów użytkowników i planowania postów również została uznana za przydatną.

**Umiejętności komunikacyjne:** respondenci są świadomi znaczenia umiejętności tworzenia i zarządzania kontaktami online z klientami i współpracownikami. Istnieje duże zainteresowanie zarządzaniem kanałami i platformami takimi jak YouTube czy Instagram. Potrzebne są konkretne narzędzia dla różnych grup docelowych, techniki komunikacji oraz podejścia do tworzenia i zarządzania społecznością.

**Umiejętności w zakresie mediów społecznościowych:** prawie wszyscy uczestnicy są świadomi, że korzystanie i uczestniczenie w mediach społecznościowych jest niemal wszechobecne. Wielu respondentom może brakować wiedzy na temat tego, jak prawidłowo, efektywnie i bezpiecznie prowadzić i zarządzać mediami społecznościowymi. Prawie wszyscy uczestnicy dzielą się treściami za pośrednictwem mediów społecznościowych i sieci, i jest to uważane za jedną z najważniejszych umiejętności do nabycia w środowisku pracy.

### **Pytanie 10      Reprezentacja mediów społecznościowych na terenach wiejskich**

Ogółem, 42,1% respondentów oceniło wizerunek swojego regionu w mediach społecznościowych jako "niedobry", podczas gdy 31,7% twierdzi, że ich obszary są dobrze reprezentowane, przykłady i uzasadnienia zostały podane podczas wywiadów. 26,2% stwierdziło, że "nie wie" czy ich regiony są dobrze reprezentowane, co kontrastuje z respondentami z Cypru, gdzie aż 75% uważa, że ich lokalny obszar nie jest dobrze reprezentowany w mediach społecznościowych.

Ponieważ projekt You.Stand.Out koncentruje się na marketingu w mediach społecznościowych w celu promowania lokalnego dziedzictwa kulturowego, ważne było ustalenie relacji młodych ludzi z ich regionem i tego, jak określają oni reprezentację swoich regionów w mediach społecznościowych.

Brak podstawowych umiejętności i odpowiednich szkoleń w zakresie kompetencji cyfrowych, zwłaszcza wśród młodej populacji i szczególnie na obszarach wiejskich, wyraźnie wskazuje na ogromną potrzebę dalszego szkolenia w zakresie cyfrowej transformacji prawie wszystkich obszarów społeczeństwa i pracy.

## 6. Wnioski

Ponieważ technologia jest obecnie częścią prawie każdej pracy, posiadanie nawet podstawowych umiejętności cyfrowych otworzy znacznie więcej możliwości zatrudnienia, w szczególności dla młodych ludzi zamieszkujących obszary wiejskie.

Projekt You.Stand.Out jest jednym z serii projektów i inicjatyw, których celem jest walka z bezrobociem wśród młodzieży oraz zapewnienie młodym ludziom perspektyw zawodowych i samodzielnego kształtowania godnej przyszłości poprzez różne działania w zakresie kształcenia zawodowego i ustawicznego. Program You.Stand.Out koncentruje się wyraźnie na młodzieży z regionów wiejskich, oferując młodym ludziom w Europie możliwości szkolenia cyfrowego, z naciskiem na umiejętności w zakresie marketingu w mediach społecznościowych.

Włączenie społeczne jest ściśle związane z uczestnictwem społecznym i społeczno-ekonomicznym. O zmniejszonym przywiązaniu do wsi i regionu świadczy "wiejski exodus" spowodowany brakiem perspektyw na przyszłość i brakiem pewności siebie, z których oba można zbudować "lokalnie".

Cyfryzacja, która obejmuje wszystkie obszary społeczeństwa, nie może być niedoceniona dla modernizacji regionów wiejskich i przestrzeni życiowych. Dzięki funkcjonującej infrastrukturze cyfrowej na obszarach wiejskich możliwe jest uczestnictwo w życiu zawodowym, ponieważ możliwości pracy nie ograniczają się już wyłącznie do obecności na miejscu, dzięki czemu młodzi ludzie mają wybór, by mieszkać i pracować na obszarach wiejskich. W związku z tym konieczne jest, aby młodzi ludzie otrzymali odpowiednie szkolenie w zakresie umiejętności cyfrowych, aby zwiększyć dostęp do trwałego zatrudnienia.

W oparciu o preferencje szkoleniowe respondentów, wymagane umiejętności cyfrowe obejmują projektowanie stron internetowych, kodowanie i edycję obrazów, a także rozwój handlu elektronicznego i marketing internetowy. Te umiejętności powinny być podstawą programu e-learningowego You.Stand.Out.