



Youth
speak
POWERED BY AIESEC

RAPORT PRELIMINAR ROMÂNIA

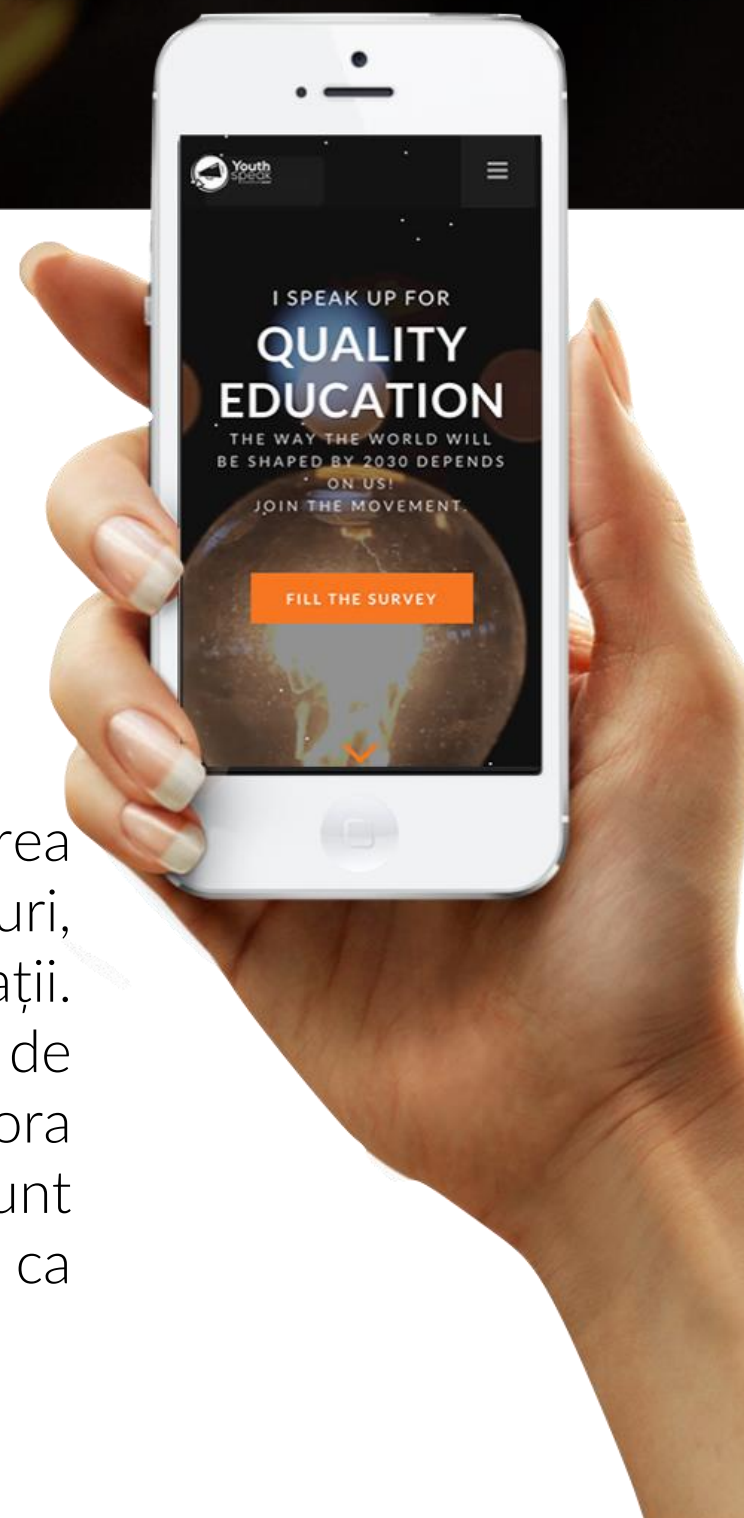
Studiu global derulat în rândul tinerilor de către



UNIM GENERAȚIILE DE LIDERI CARE ÎȘI DORESC SĂ ÎȘI IMPĂRTĂȘEASCĂ PĂRERILE ȘI SĂ IA ACȚIUNE

YouthSpeak este un studiu realizat la nivel global ce își propune să strângă părerile tinerilor asupra celor mai importante subiecte actuale. Ne dorim să înțelegem dorințele și provocările pe care aceștia le întâmpină.

Peste 100 de țări și teritorii au fost implicate în derularea campaniei YouthSpeak 2015 ce a strâns 42 000 de răspunsuri, implicând în acea perioadă guverne, companii și alte organizații. Anul acesta, ne propunem să atingem 100 000 de răspunsuri de la tinerii din întreaga lume, pentru a putea oferi părerea acestora legată de cum societatea ar putea arăta în anul 2030, care sunt provocările asupra cărora sunt dispuși să acționeze pentru ca viitorul să arate mai bine.





Youth
speak
POWERED BY AIESEC

Modul în care lumea va arăta în 2030 depinde de noi

YouthSpeak 2.0 – Tema acestui an



Youth
speak
POWERED BY AIESEC

Cum putem determina generația Y să ia acțiune?

YouthSpeak 2.0 – Întrebarea anului

INTRODUCERE

Prima etapă a campaniei YouthSpeak s-a încheiat la mijlocul lunii decembrie, putând realiza astfel raportul pentru datele obținute în anul 2015.

În acest report veți putea găsi datele preliminare alături de răspunsurile la întrebările principale din cadrul studiului. Menționăm că în acest raport reflectăm doar o imagine de ansamblu în urma primelor 3 luni și nu sunt datele finale ale studiului.

Studiul continuă să se desfășoare până la finalul lunii martie 2016, urmând apoi pregătirea evenimentelor cheie și a rapoartelor finale.

Video oficial: [urmăriți aici](#)

Site oficial: [aflați mai multe aici](#)



Youth
speak
POWERED BY AIESEC

DATE DEMOGRAPHICE

Top **16 țări** în funcție de **numărul de respondenți**

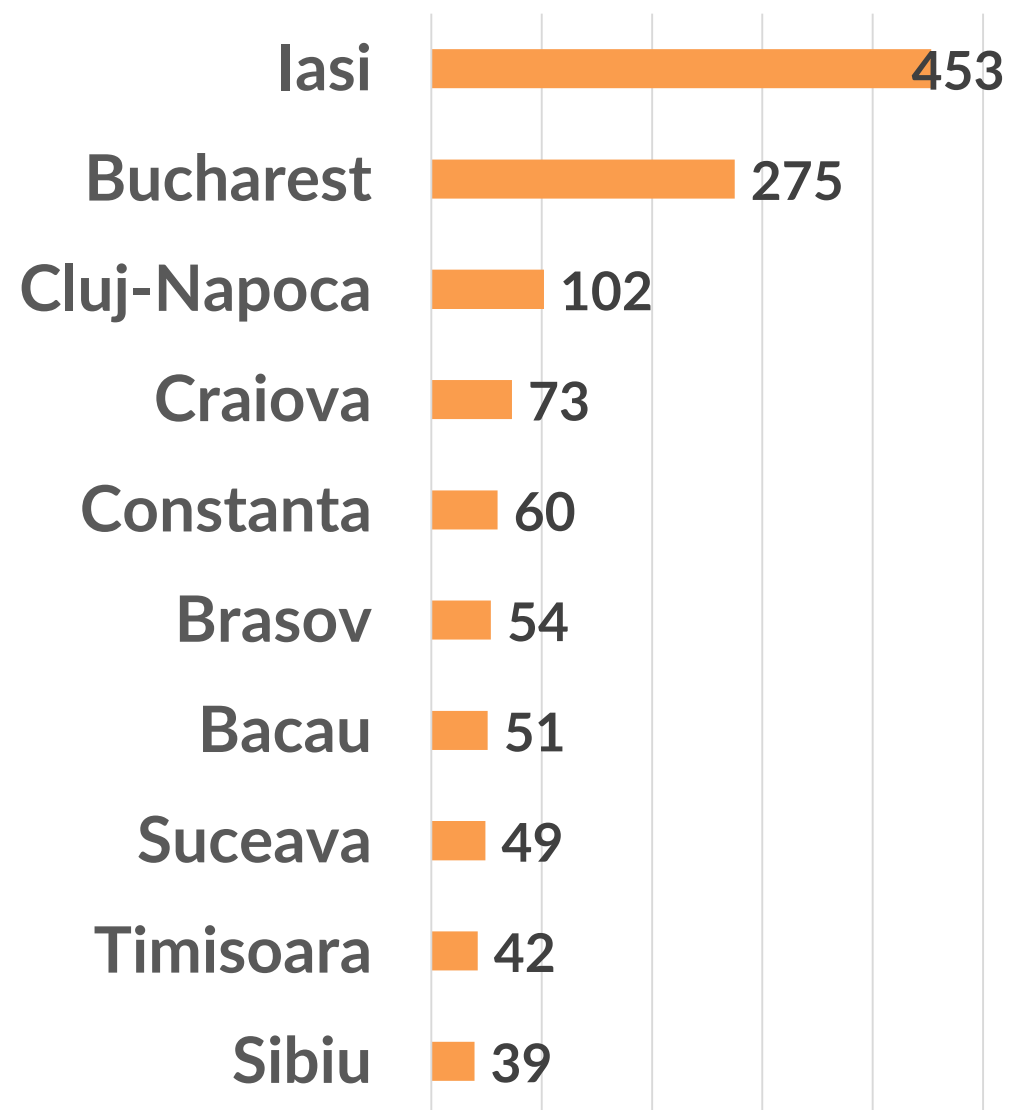


39 000

**răspunsuri la nivel
global în 2 luni**

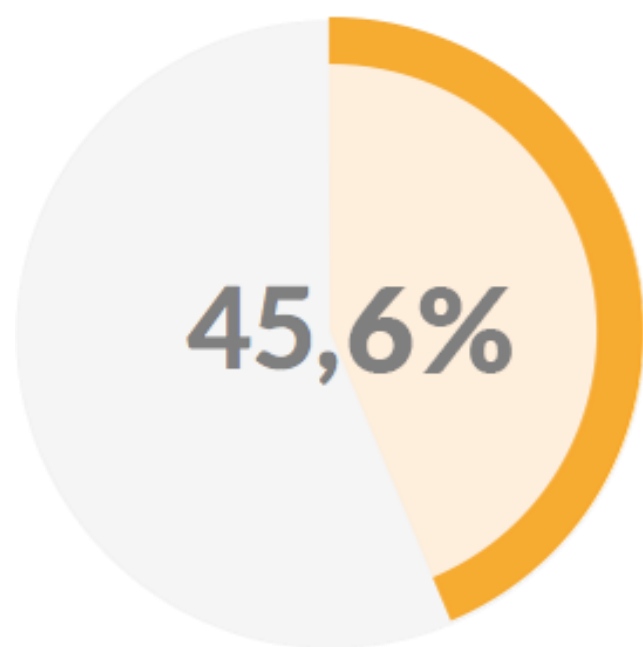
Perioadă: 9.10 - 9.12

Top 10 orașe din România

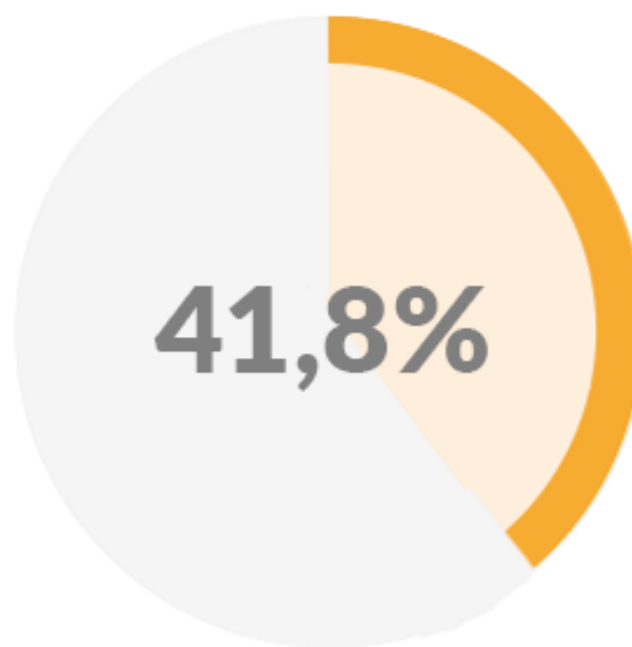


Perioadă: 9.10 - 9.12

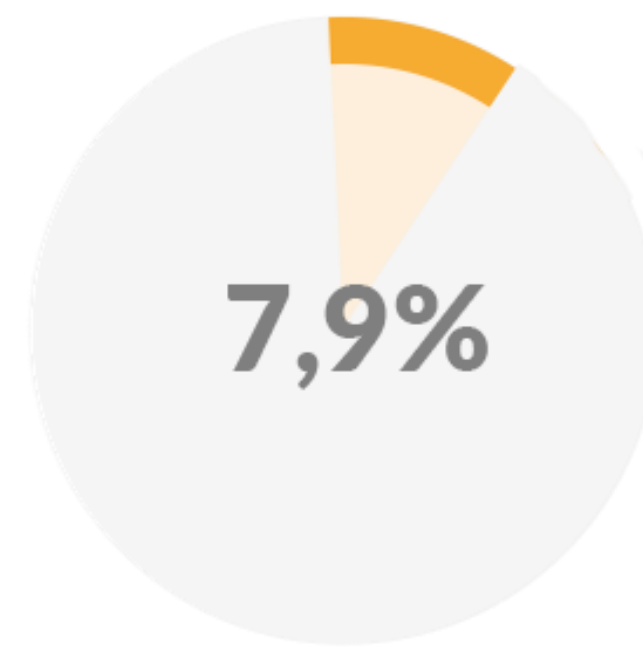
Vârstă



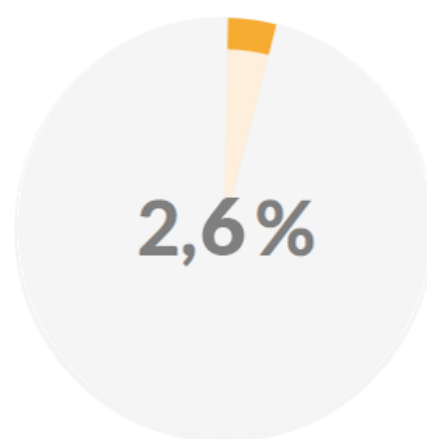
**20 - 22
ani**



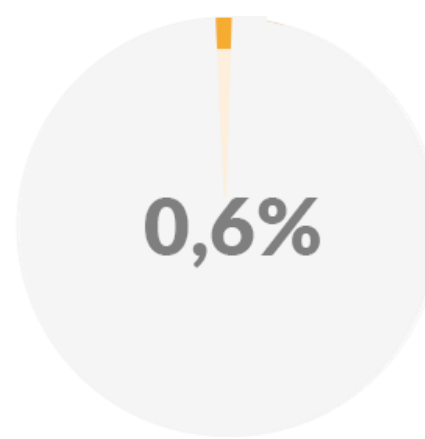
**16 - 19
ani**



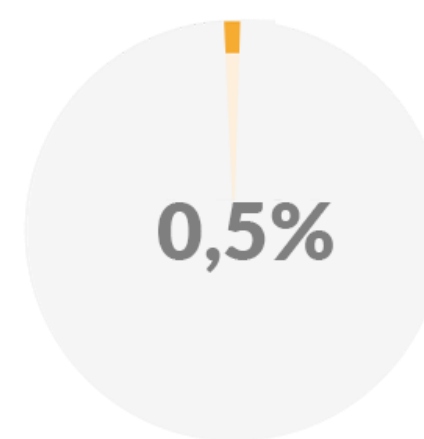
**23 - 24
ani**



**25 - 27
ani**

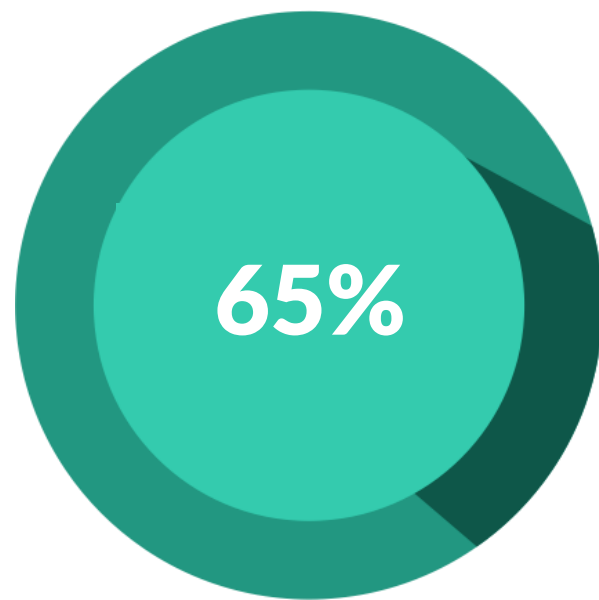


**28 - 30
ani**

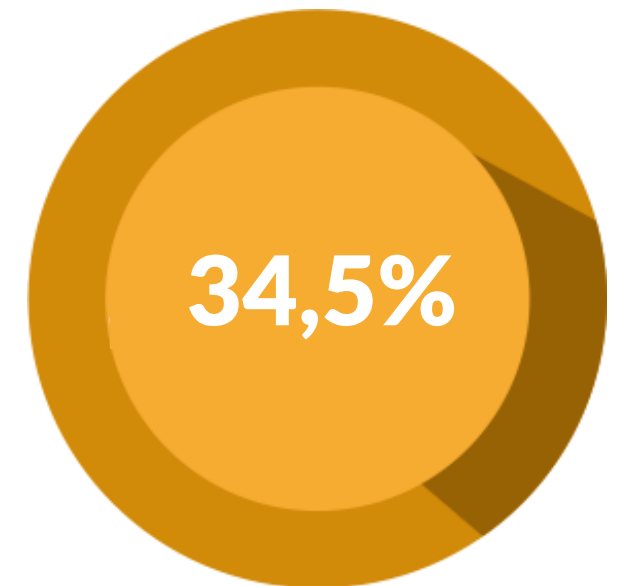


**Peste 30
ani**

Sex



Feminin



Masculin



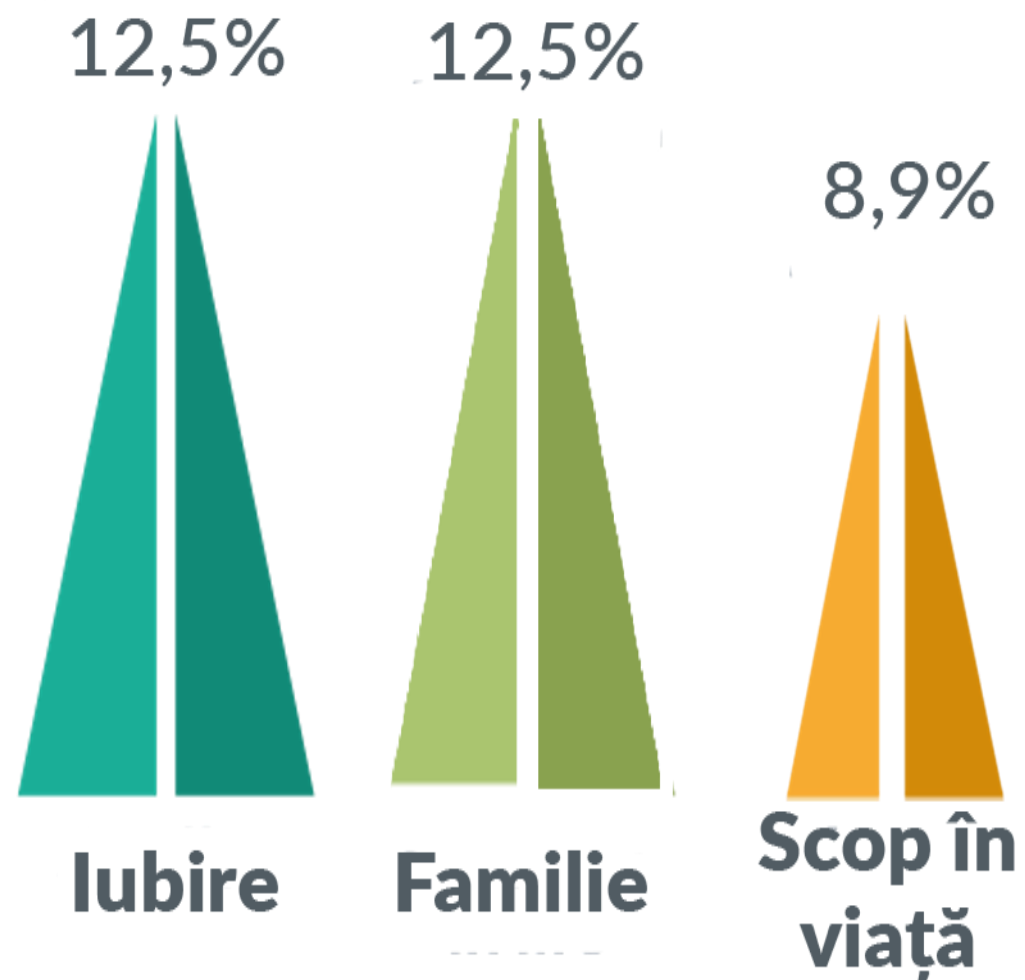
Youth
speak
POWERED BY AIESEC

Challenging
myself constantly,
Having powerful conversations
with others and with my self,
exploring every opportunity to
act on my strengths

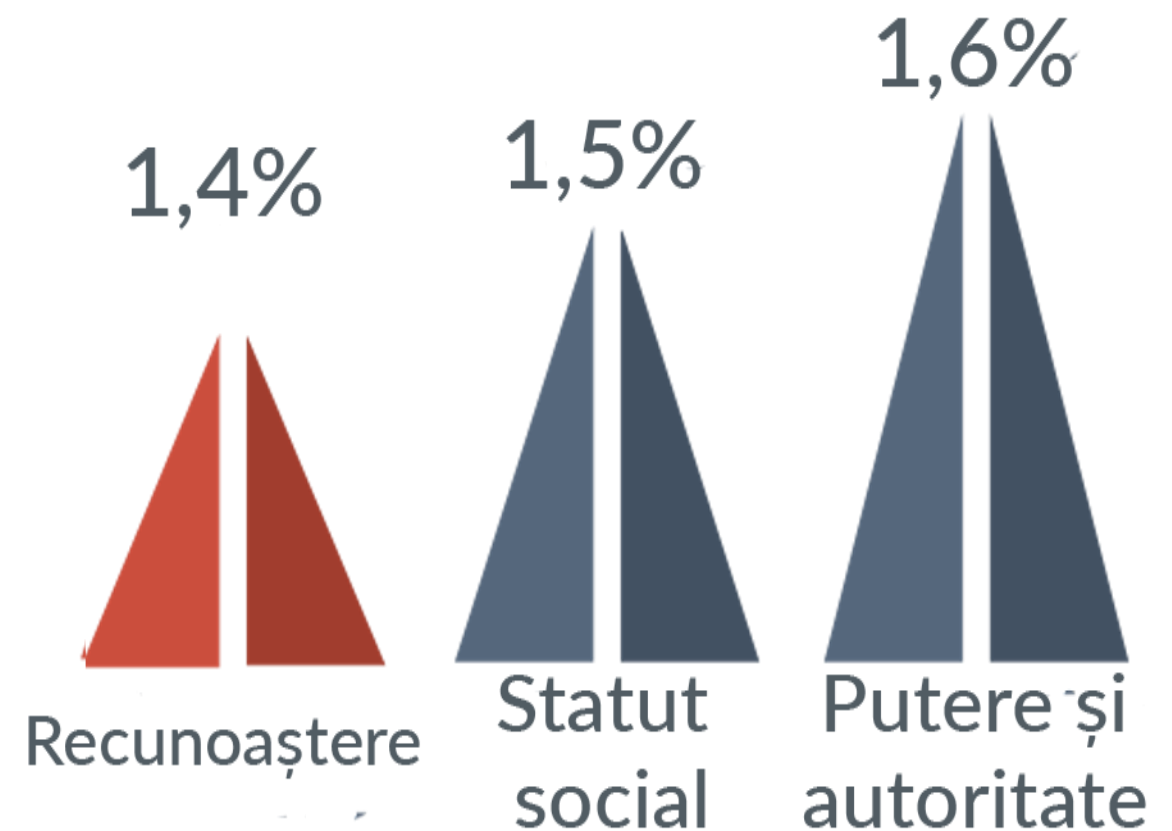
MOTIVAȚIE ÎN VIAȚĂ

Tinerii din generația Y nu se încadrează în standardele impuse de societate și tind către un scop mai mare, trăind fiecare moment din plin. În următoarea secțiune pot fi observate modalitățile prin care aceștia vor să fie atrași pentru a lua acțiune și ce îi motivează în viață.

Principalele 3 motivații ale tinerilor în viață



TOP 3



ULTIMELE 3

Principalele **3 activități** pe care tinerii din **generația Y le-ar alege** dacă ar fi plătiți să facă ceea ce își doresc*



SĂ CĂLĂTOREASCĂ



**SĂ CONTRIBUIE
LA EDUCAȚIE**



**SĂ AJUTE
ALȚI OAMENI**

*bazate pe căutarea cuvintelor cheie din răspunsuri



Youth
speak
POWERED BY AIESEC

MOTIVAȚIE ÎN VIAȚĂ

Pentru tinerii români, principalii factori ce îi determină în viața sunt călătoriile, contribuirea la educație precum și ajutorul oferit celor din jur. Totodată, aceștia înțeleg importanța obținerii realizărilor și nu le confundă cu ideea de recunoaștere. Aceștia nu iau decizii importante cu intenția de a câștiga mai multă putere sau un anumit status social.

Tinerii generației Y sunt curioși să afle cât mai multe lucruri despre lume și nu le iau ca atare. Dorința acestora de a vedea lucrurile cu ochii lor este foarte importantă când caracterizăm această generație.



Youth
speak
POWERED BY AIESEC

LUMEA ÎN 2030

În septembrie 2015, Organizația Națiunilor Unite a adoptat noua agendă globală pentru dezvoltare durabilă în New York. Statele membre ONU, Guverne, companii, experți și lideri s-au angajat să lupte pentru cele 17 obiective globale în următorii 15 ani, pentru a crea o lume mai bună. Generațiile tinere joacă un rol important în atingerea acestor obiective, însă e important să știm și cum văd ei următorii 15 ani.

Societatea noastră va fi într-o stare **mai bună** sau **mai rea** în 15 ani (până în 2030)?

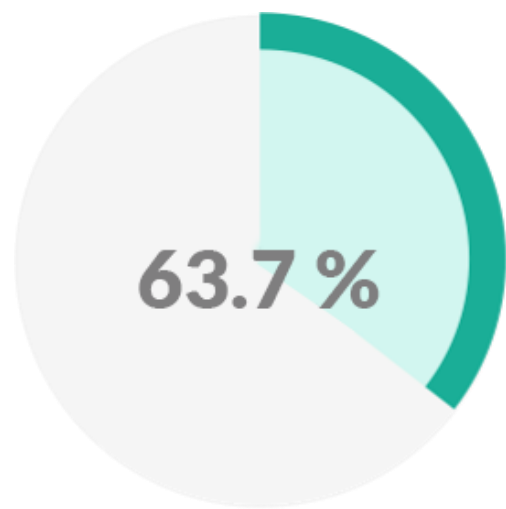
STARE MAI BUNĂ

63,4 %

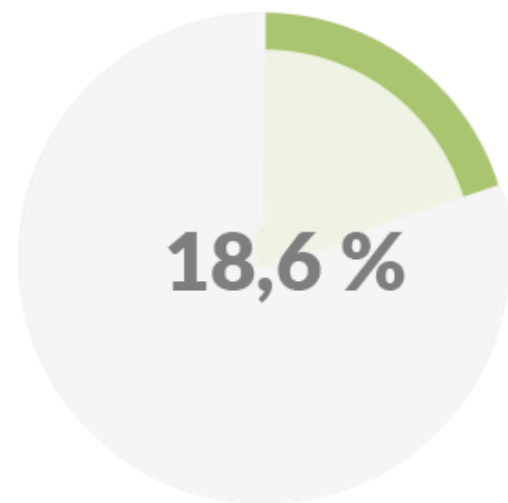
STARE MAI REA

36,6 %

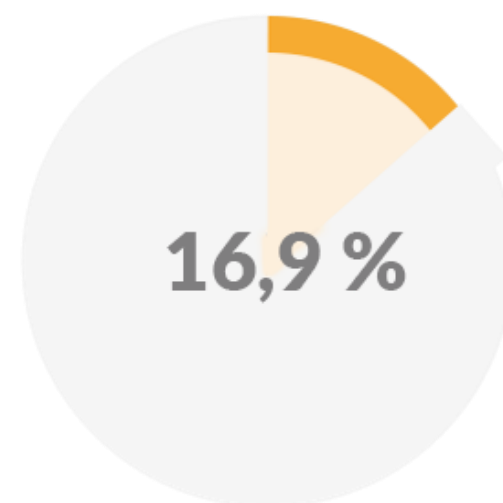
Ce considerați că poate **influența**
cel mai mult societatea de
astăzi?



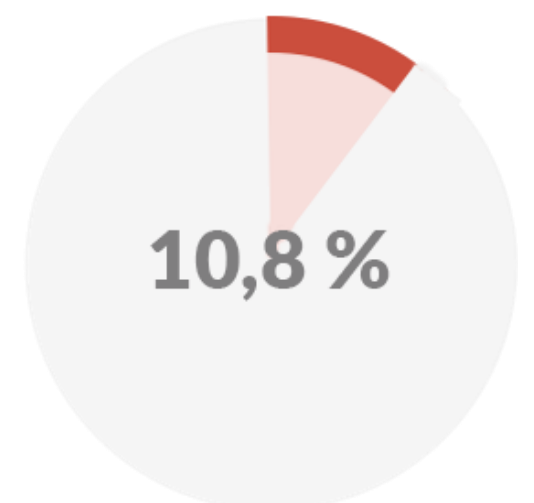
GUVERN



ALTE PERSOANE



ORGANIZAȚII
DE TINERI



SECTOR
PRIVAT



Youth
speak
POWERED BY AIESEC

LUMEA ÎN 2030

Aproximativ 2 treimi dintre respondenții români consideră că societatea va fi într-o stare mai bună în anul 2030.

Pentru aceștia, guvernul are abilitatea cea mai mare de a influența societatea, fiind urmat cu o diferență semnificativă de puterea pe care o au fie alte persoane, fie organizațiile conduse de tineri. Cu toate acestea, influența pe care tinerii o pot avea nu trebuie ignorată, lucrând împreună cu sectorul privat, ar putea crește impactul pe care aceste organizații le pot aduce în societate.

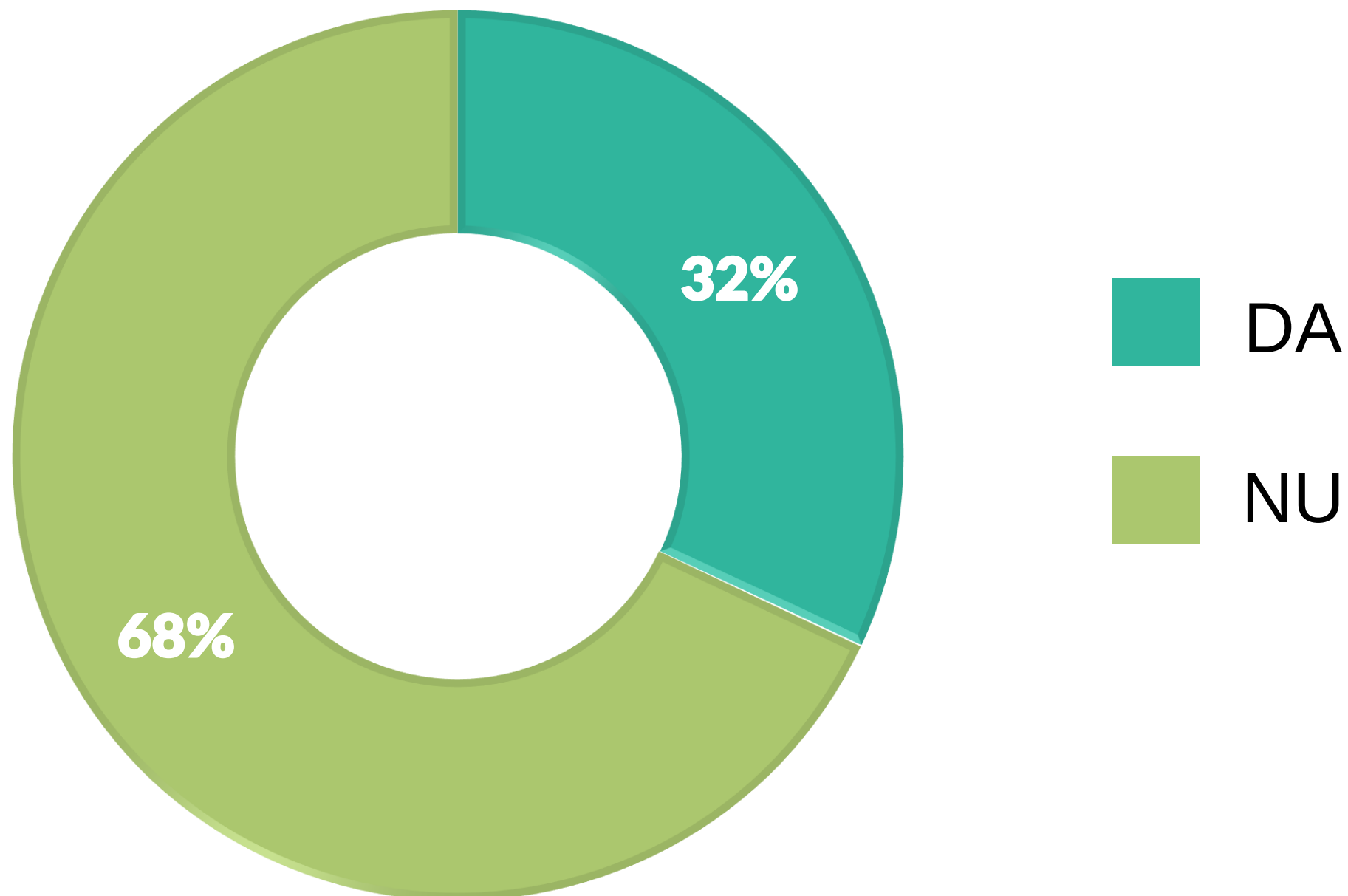


Youth
speak
POWERED BY AIESEC

TINERII SUSȚIN OBIECTIVELE GLOBALE

Această secțiune este dedicată obiectivelor de dezvoltare durabilă pe care tinerii din generația Y le susțin și dacă sunt conștienți de existența acestor obiective ce au fost lansate în septembrie de Organizația Națiunilor Unite.

Știi ce sunt **Obiectivele de Dezvoltare Durabilă** (Sustainable Development Goals)?



Care **Obiectiv Global contează** cel mai mult pentru tine?

1 NO POVERTY

9,81%

2 ZERO HUNGER

7,88%

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

11,53%

4 QUALITY EDUCATION

20,86%

5 GENDER EQUALITY

3,84%

6 CLEAN WATER AND SANITATION

4,12%

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

3,32%

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

7,24%

9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

2,92%

10 REDUCED INEQUALITIES

3,19%

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

3,54%

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

3,06%

13 CLIMATE ACTION

5,35%

14 LIFE BELOW WATER

0,97%

15 LIFE ON LAND

2,43%

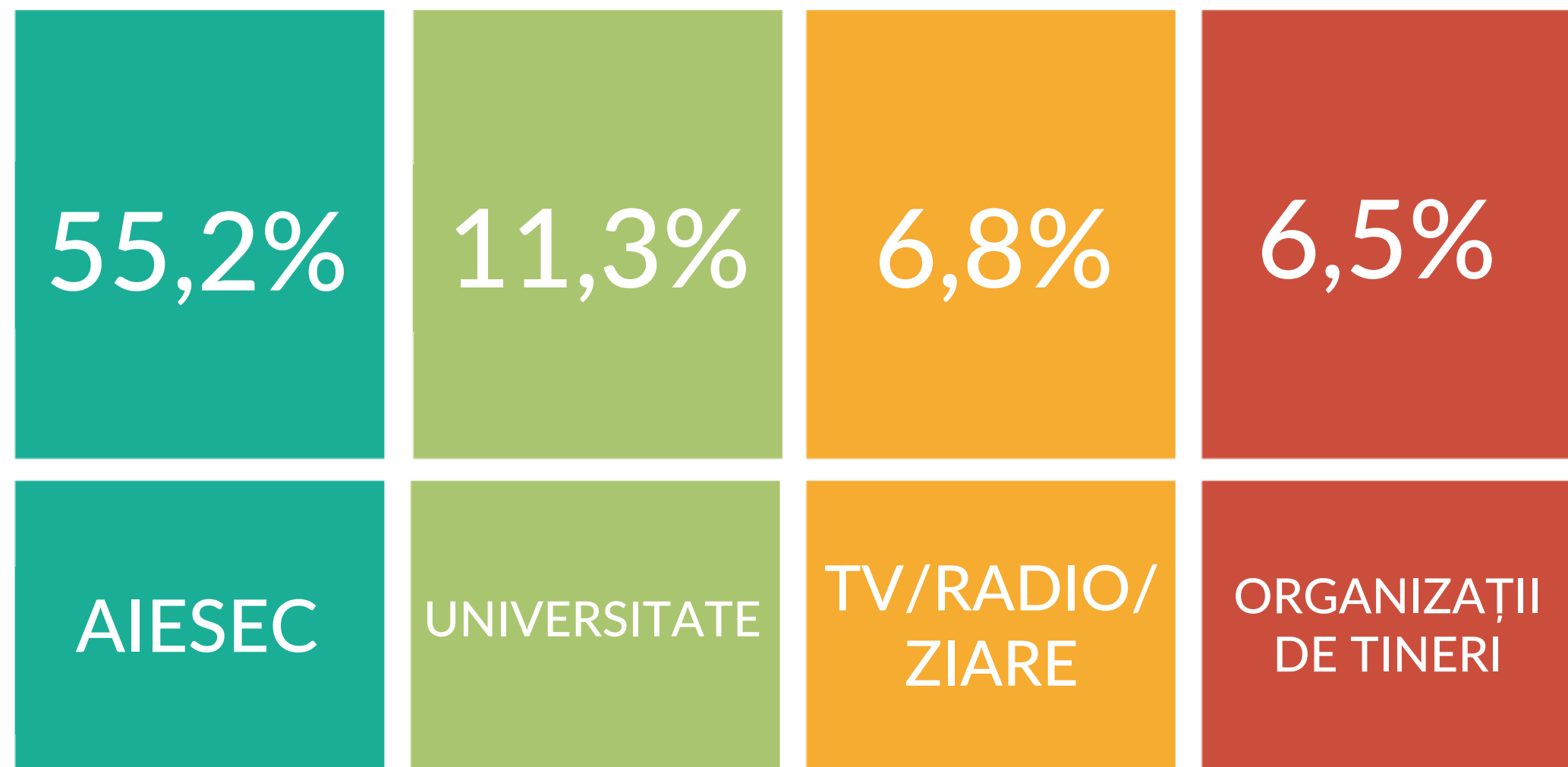
16 PEACE AND JUSTICE STRONG INSTITUTIONS

8,08%

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

1,93%

De unde **ai aflat** despre Obiectivele Globale?





Youth
speak
POWERED BY AIESEC

TINERII SUSȚIN OBIECTIVELE GLOBALE

Educația și sănătatea, alături de dispariția sărăciei sunt principalele cauze susținute de tinerii români. Acestea sunt ariile în care tinerii au nevoie de oportunități pentru a putea acționa în direcția lor.

Aproximativ o treime dintre respondenți știau deja despre Obiectivele de Dezvoltare Durabilă, majoritatea menționând AIESEC sau universitatea ca sursă principală de informare.



Youth
speak
POWERED BY AIESEC

LEADERSHIP

În AIESEC considerăm că leadership-ul e soluția fundamentală pentru atingerea păcii și împlinirea potențialului uman. Pentru a fi mai aproape de atingerea acestei viziuni până în anul 2030, avem nevoie ca mai mulți tineri să ia inițiativă ca lideri înspre schimbări pozitive în societate.

Așadar, este necesar să înțelegem pe cine consideră tinerii a fi modele ca lideri și care sunt caracteristicile pe care aceștia le valorează.

Exemple de lideri în ochii tinerilor din generația Y



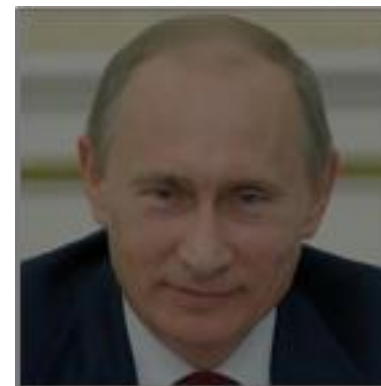
15,2%



7,7%



6,3%



5,9%



5,1%



4,6%



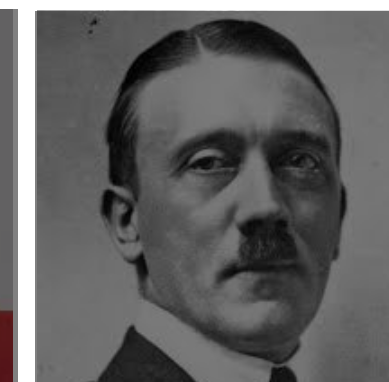
4,1%



2,7%



2,7%



2,5%

Principalele caracteristici ale unui lider

RESPONSABILITATE

AMBIȚIE

DETERMINARE

PASIUNE

CURAJ



Youth
speak
POWERED BY AIESEC

LEADERSHIP

Barack Obama, Nelson Mandela și Angela Merkel sunt numele cele mai regăsite printre răspunsurile tinerilor români. Pe lângă cele mai întâlnite 10 nume din răspunsurile tinerilor români nu se află însă persoane din România, singurul nume ce apare de mai multe ori între răspunsuri este al lui Raed Arafat, în prezent Subsecretar de Stat în Ministerul Sănătății.

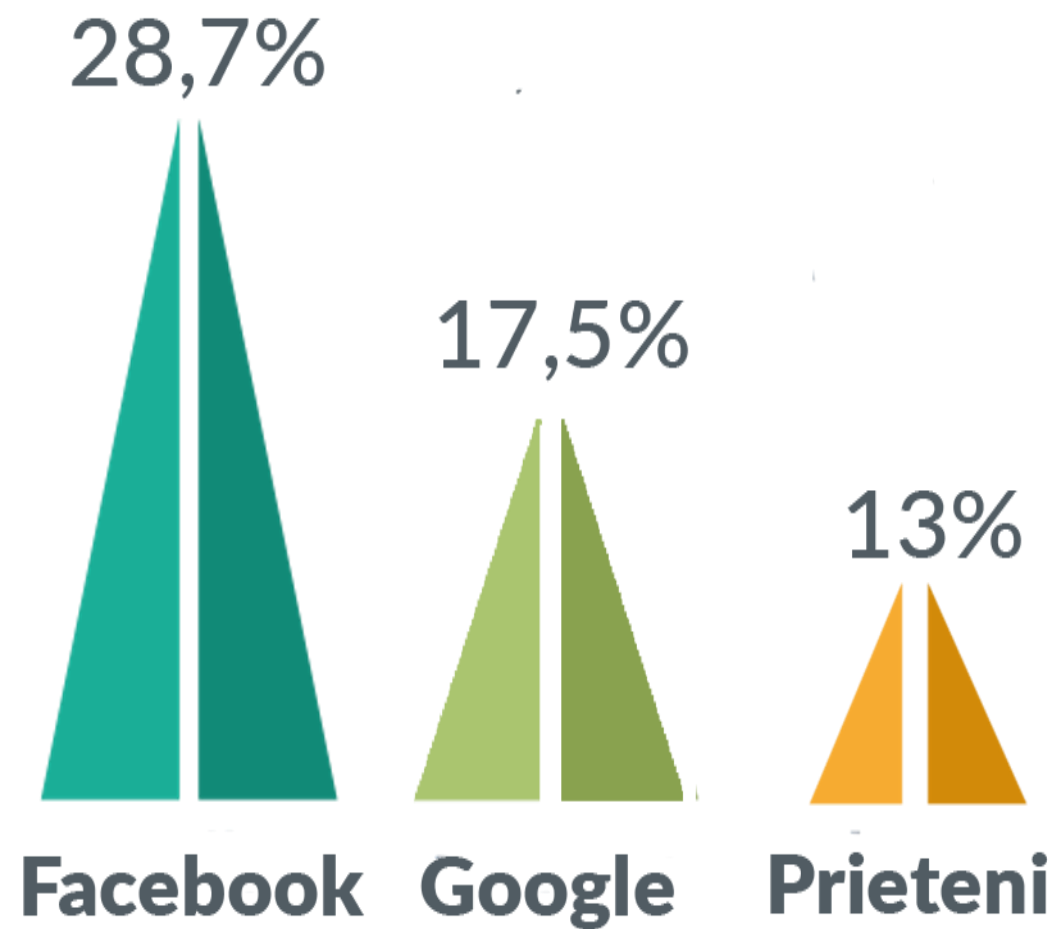


Youth
speak
POWERED BY AIESEC

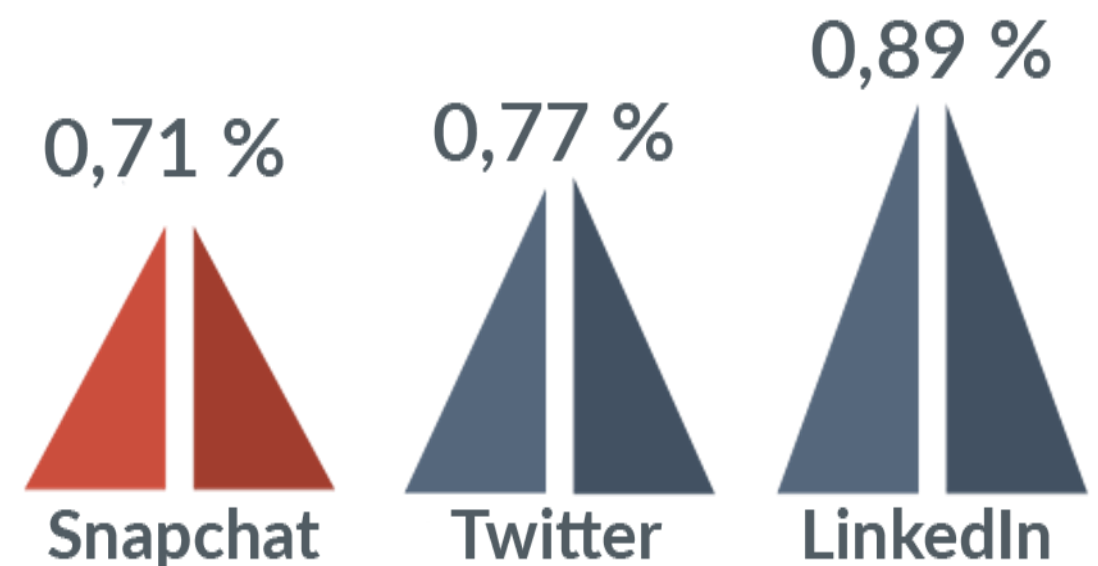
SURSE DE INFORMARE

Tinerii de astăzi au un rol esențial în determinarea unor schimbări pe termen lung. Una din întrebările cheie rămâne cum pot fi aceștia încurajați să ia acțiune, cum ne putem asigura că informațiile ajung la ei. În această secțiune ne propunem să vedem care sunt canalele pe care generația Y le folosește.

Canalele pe care **generația Y** le folosește pentru a fi la curent cu informațiile zilnice.



TOP 3



ULTIMELE 3

Cele mai de încredere surse unde generația Y caută informații

23,8%
Instituții academice



16,9%
Părinți, rude



13,9%
Prieteni



12,3%
Profesori





Youth
speak
POWERED BY AIESEC

SURSE DE INFORMARE

28% dintre respondenți utilizează **Facebook** pentru a fi la curent cu informațiile, în timp ce al doilea canal este **Google** cu un procentaj de 17%. Asta înseamnă că majoritatea informațiilor la care tinerii au acces vin din **postările la care prietenii lor dau share**. A devenit din ce în ce mai important ca informația să fie transmisă în așa fel încât mulți oameni să o considere relevantă și să dea share .

Când vine vorba de **surse de încredere**, pentru 23,8% **instituțiile academice** reprezintă principala sursă de încredere, 16,9% au selectat **părinții/rudele**, 13,9% au menționat **prietenii**, iar 12,3% profesorii.



Youth
speak
POWERED BY AIESEC

EDUCAȚIE

În urma primei ediții a studiului YouthSpeak ne-am dat seama că educația este problemă numărul 1 identificată de tineri. Știm de asemenea că aceștia preferă învățarea practică. Analizăm și în studiul de anul acesta formatul experiențelor de învățare pe care aceștia îl preferă și cum poate influența companiile angajatoare sau instituțiile educaționale.

Experiențele practice pe care tinerii generației Y doresc să le aibă pentru a crește **atât personal cât și profesional.**

34,7 %

Schimburi internaționale



23,9 %

Voluntariat



18,5 %

Workshop-uri





Youth
speak
POWERED BY AIESEC

EDUCAȚIE

În raportul YouthSpeak de anul trecut am observat că tinerii consideră că educația e cea mai mare problemă la nivel global, această situația nu pare însă să se schimbe semnificativ nici în acest raport.

Tinerii din ziua de azi își doresc experiențe cât mai practice, fie că e vorba de experiențe internaționale, fie că e vorba de voluntariat Așadar, târgurile de job-uri sau conferințele nu mai sunt la fel de populare și nu mai sunt de interes pentru tineri.

CONSIDERĂM CĂ PĂRERILE TINERILOR POT SCHIMBA LUMEA



Cu cât mai mulți oameni vor ști despre YouthSpeak, cu atât vocea tinerilor va fi mai puternică. Dacă împreună reușim să facem aceste păreri auzite, factorii de decizie de mâine vor fi deja luați în considerare. Asta înseamnă că #YouthSpeak trebuie să devină viral. În momentul de față lucrăm ca YouthSpeak să ajungă pe cât mai multe site-uri, în presă, pe fiecare canal de social media, în universități și școli.

Dar asta nu va fi de ajuns. Avem nevoie de ajutorul vostru pentru ca informațiile despre YouthSpeak să ajungă în cât mai multe discuții, dezbateri, școli, universități, sau prin orice modalitate pentru ca toată lumea să știe despre YouthSpeak.



Youth
speak
POWERED BY AIESEC
youthspeak.aiesec.org