

# Proizvodnja i distribucija sadržaja za mlade

## P R E P O R U K E

### Javni servisi

- Proizvodnja specijalizovanog sadržaja za mlade, koji je teško pronaći u komercijalnim medijima, treba da se nastavi. Ovo se posebno odnosi na TV i radio emisije vezane za kulturu i nauku.
- Javne medijske kuće treba da razmotre uvođenje vesti za mlade i/ili TV vesti koje su namenjene mladima, ali pokrivaju opšte teme vezane za mlade na zanimljiv način i uključuju mlade sagovornice i sagovornike. Nekoliko različitih primera može se naći širom Evrope (npr. CBBC u Velikoj Britaniji ili Jeugdjournaal u Holandiji).
- Javne medijske kuće treba da organizuju fokus grupe sa mladima, sa ciljem prilagođavanja sadržaja, jezika, dizajna i modela emitovanja sadržaja potrebama mladih iz različitih sredina širom zemlje.
- Javne medijske kuće treba da teže komunikaciji sa publikom na druge načine koristeći društvene mreže kako bi dobile povratne informacije (kratke ankete, upitnike).
- Sadržaj za mlade, koji proizvode RTS i RTV, treba ponovo emitovati/objaviti na njihovim YouTube kanalima, ali i na video-na-zahtev sekcijama njihovih veb-sajtova.
- Sadržaj za mlade treba promovisati putem društvenih mreža, u saradnji sa mladim influenserima i influencerskama i na što interaktivniji način.
- Obe javne medijske kuće treba da proizvode više sadržaja za mlade na manjinskim jezicima.
- Javne medijske kuće treba da uključe mlade novinarke, novinare i studente i studentkinje novinarstva u timove za proizvodnju sadržaja za mlade.
- Javne medijske kuće treba da uključe mlade novinarke, novinare i studente i studentkinje novinarstva u bilo koje svoje produkcijske timove u pokušaju da privuku mlađu publiku.
- Javne medijske kuće treba da ponude segmente svojih onlajn platformi, posebno YouTube kanala, mladim novinarkama, novinarima i studentima i studentkinjama novinarstva kako bi vežbali svoje veštine i doneli inovativan, kreativan, privlačan sadržaj mladim publikama.
- Javne medijske kuće treba da istraže sve veće mogućnosti za partnerstvo sa organizacijama za razvoj medija, lokalnim ili međunarodnim, u cilju istraživanja potencijalnog finansiranja za posebno onlajn produkciju od strane mladih i za mlade.