



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



КОНЦЕПЦІЯ СУЧАСНОГО МОЛОДІЖНОГО ЦЕНТРУ: БАЧЕННЯ МОЛОДІ

БЕРЕЗЕНЬ-КВІТЕНЬ, 2021



ЗМІСТ

РЕЗЮМЕ.....	3
МЕТОДОЛОГІЯ.....	3
Фокус-групове обговорення (10-12 березня 2021 року).....	3
Онлайн-опитування (29 березня-12 квітня 2021 року).....	3
Обмеження дослідження.....	4
ВИСНОВКИ ФОКУС-ГРУП.....	5
РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ.....	7
Досвід відвідування молодіжних центрів.....	7
Причини не відвідувати молодіжний центр.....	8
Бажання відвідувати молодіжний центр.....	9
Концепція молодіжного центру.....	10
Ідеальний молодіжний центр – це.....	11
Потреби в навчанні.....	16
Топ-3 можливостей молодіжного центру.....	21
Бар'єри та мотивація до відвідування молодіжного центру.....	21
Сучасний молодіжний центр з точки зору вікової групи старше 35 років.....	23
Висновки і рекомендації.....	24
Відвідуваність молодіжних центрів.....	24
Концепція сучасного молодіжного центру.....	24

РЕЗЮМЕ

Цей звіт узагальнює результати кількісного та якісного дослідження бачення сучасних молодіжних центрів в Україні, яке було проведено в IREX командою програми «Мріємо та діємо» у березні – квітні 2021 р. Мета цього дослідження – зрозуміти очікування та потреби молоді (10–35 років) для створення сучасних молодіжних центрів. Глибоко досліджується бачення молоддю конкретних складових сучасних молодіжних центрів, включаючи бажаний дизайн фізичного простору, назву, розташування, профілі працівників молодіжних центрів, навички та знання, які там можна отримати. Дослідження також окреслює ключові мотиваційні фактори, що спонукають молодь відвідувати молодіжні центри, та основні бар'єри, що впливають на неможливість відвідування.

З набуттям чинності нового Закону «Про основні засади молодіжної політики»¹ результати цього дослідження будуть використані для спрямування зусиль ключових зацікавлених сторін на модернізацію мережі молодіжних центрів в Україні відповідно до потреб та очікувань самої молоді. Дослідження також є орієнтиром для роботи програми «Мріємо та діємо» над створенням 12 молодіжних центрів у 6 цільових областях програми.

МЕТОДОЛОГІЯ

Дослідження включає якісні (фокус-групові обговорення) та кількісні (онлайн-опитування) методи. Методологія розроблена у тісній координації з керівницею напрямку розвитку молодіжних центрів програми «Мріємо та діємо» для відображення поточних потреб та задач програми. Польова робота проводилася послідовно, фокус-групи було проведено у березні, а збір даних кількісного опитування проводився у березні та квітні 2021 року. Результати дослідження були обговорені під час навчання керівників молодіжних центрів, які беруть участь у програмі «Мріємо та діємо», та порівнювались із місцевими дослідженнями, проведеними ініціативними групами молодіжних центрів, коли вони подавали заявки на участь у програмі. Детальний опис дослідження наводиться нижче.

Фокус-групове обговорення (10-12 березня 2021 року)

Було проведено три онлайн-фокус-групи з членами та членкинями молодіжної ради програми «Мріємо та діємо», які висловили своє бачення роботи молодіжних центрів. Загальне число молодих людей, які взяли участь у фокус-групах, склало 27 осіб. З них сімнадцять – жінки/дівчата і десять-чоловіки/хлопці. Молодь, яка взяла участь в обговореннях, представила різні регіони України та три вікові когорти: 10-14 років (6 осіб), 15-19 років (13 осіб), 20-35 років (8 осіб).

Онлайн-опитування (29 березня-12 квітня 2021 року)

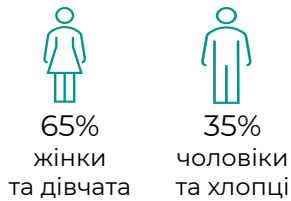
Різноманіття поглядів, висловлених під час фокус-груп, було покладено в основу загальнонаціонального онлайн-опитування для завершення розробки стратегії, а також для включення думок вразливих та/або малопредставлених груп молоді. Для досягнення цієї мети анкету опитування розмістили в мережі Інтернет і поширили серед партнерських організацій, що працюють зі спільнотою ЛГБТК, спільнотою ромських жінок і людьми з інвалідністю.

¹ <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text>

Загальна кількість респондентів по всій країні – 245:

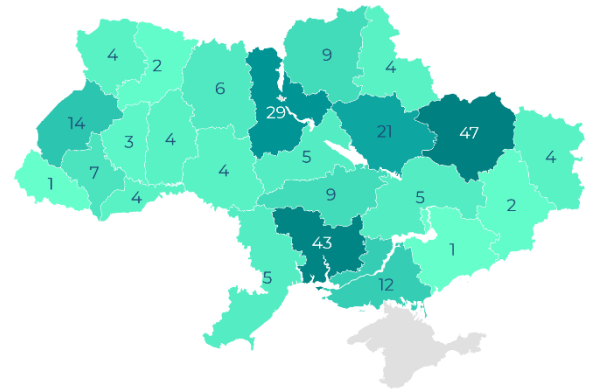
- 80% із них проживають у містах
- 20% проживають у сільській місцевості

Гендер²



Вікові групи

10-14	– 9%
15-19	– 45%
20-24	– 13%
25-29	– 11%
30-35	– 15%
35+	– 7%



Кількість респондентів в області

Тридцять п'ять відсотків опитаних зазначили, що вони мають менше можливостей брати участь у громадському житті або їм важче досягти своїх цілей. Серед них:

36% вказали свій вік як причину обмежених можливостей

31% місце проживання (місто чи село)

21% інвалідність

13% здоров'я

10% сексуальну орієнтацію

7% політичні погляди

3% гендерну ідентичність

1% релігійні погляди

1% етнічне походження

*у % від тих, хто зазначили, що мають менше можливостей (N=67)

Відповіді 15% від загальної кількості респондентів (35 відповідей) були взяті для додаткового аналізу, щоб виділити основні потреби вразливих та/або менш представлених груп. Ця група включає відповіді, отримані від партнерських організацій, і відповіді тих, хто стверджував, що у них обмежені можливості через інвалідність, стан здоров'я, сексуальну орієнтацію, гендерну ідентичність, політичні погляди, релігійні переконання та етнічне походження. У цій підгрупі є представники всіх вікових категорій, згаданих вище, та 60% ідентифікували себе як жінки, 40% – як чоловіки.

Відповіді 7% опитаних (18 відповідей) респондентів у віці старше 35 років були розглянуті та проаналізовані окремо лише для порівняльних цілей. Їхні дані не представлені у висновках щодо молоді нижче.

Обмеження дослідження

Оскільки опитування проводилось онлайн, отже вибірка сформована шляхом самостійного відбору, кількісні результати цього звіту не можна екстраполювати на думку всієї української молоді. У дослідженні дійсно відображені думки молоді з усіх регіонів України, та більш представлені відповіді молоді з Харківської, Херсонської, Київської та Полтавської областей. Демографічний розподіл також нерівномірний: в опитуванні взяли участь більше дівчат, ніж хлопців, а найбільш представленою була група молоді у віці 15–19 років.

² Зазначаючи свій гендер, респонденти мали можливість обрати відкриту опцію «інша відповідь». Ніхто з опитаних не зазначив інший варіант відповіді, 1% опитаних відмовився відповідати на це запитання. Результати представлені у % тих, хто дав відповідь.

ВИСНОВКИ ФОКУС-ГРУП

Обізнаність про молодіжні простори

- Загалом учасники фокус-груп бачать молодіжні центри як місця, де можна відпочити від формальної атмосфери школи, розслабитися, поспілкуватися з однодумцями, зайнятися улюбленим хобі чи знайти для себе щось нове й цікаве.
- Маючи вибір між назвами «молодіжний центр» і «молодіжний простір», абсолютна більшість респондентів погодилася, що «простір» звучить більш вільно й масштабно, тоді як «центр» асоціюється з формальністю й офіціозом.
- Рівень знайомства учасників із просторами різниться: деякі з них стверджують, що не мають молодіжного простору в межах своєї спільноти або він є важкодоступним, деякі відвідували заклади для молоді, але роблять це нерегулярно, а деякі не лише відвідують простори, але й активно долучаються до їхнього функціонування.
- Серед вражень про свої відвідини однією з найперших учасники згадують атмосферу простору; один респондент охарактеризував її як «лампова», тобто позбавлена строгості й формальності.

Бачення молодіжного простору

- У визначенні найбільш пріоритетних елементів молодіжного простору була наголошена важливість атмосфери «спокою, поваги, доброзичливості та безпеки». Також пріоритетними респонденти часто називали наявність привітного персоналу, який ставиться до відвідувачів із повагою, присутність професійних тренерів, доступність для людей з інвалідністю та цікаву програму заходів.
- Пріоритетність їжі та напоїв поляризувала респондентів за гендерною ознакою: їхня наявність виявилася значно важливішою для хлопців, ніж для дівчат.

Портрет працівників/працівниць молодіжного простору

- Серед найрелевантніших характеристик для працівника чи працівниці молодіжного центру учасники назвали вмотивованість до роботи з молоддю, щире бажання їй допомогти, товариськість, толерантність, а також вміння бути з молодими людьми «на одній хвилі», тобто розуміти їхні зацікавлення та проблеми.
- Крім того, часто згадувались різні технічні навички: комп'ютерна грамотність, вміння використовувати графічні редактори для створення афіш, досвід використання різних онлайн-інструментів, зокрема соціальних мереж, для підтримки та просування діяльності простору.
- Менеджерські навички також фігурували в багатьох відповідях, серед них вміння організувати події та узгоджувати роботу багатьох людей. В той час, як деякі учасники стверджували, що для них не є важливим вік чи рівень попереднього досвіду працівників, декілька респондентів, особливо в наймолодшій когорті, вважали бажаним те, щоб працівники молодіжного простору самі належали до числа молоді.

Участь в управлінні молодіжним простором

- Учасники висловили бажання долучитися до більшості аспектів життя простору, від розробки концепції простору до її реалізації, вибору форматів та змісту заходів, допомоги в їхньому проведенні тощо. Зокрема, молоді люди були прихильниками донесення своєї думки з приводу функціонування простору через голосування чи онлайн-форми.
- На думку молоді, найкращими платформами для їхньої взаємодії з адміністрацією простору та моніторингу її діяльності могли б стати соціальні мережі та месенджери, такі як Телеграм, Інстаграм, ТікТок.

Умови відвідування молодіжного простору

- В унісоні зі своїми попередніми відповідями, багато учасників виокремили «атмосферу» як ключовий фактор, за яким вони будуть визначати чи варто їм відвідувати простір або повертатися туди надалі. Неодноразово була згадана важливість відгуків інших людей про простір, зокрема друзів та знайомих. Також для опитаних важлива відсутність тематичних обмежень та інклюзивність (доступність для кожного) простору.
- Закономірно, важливими чинниками відвідуваності також були названі розклад роботи простору та його розташування. Бажані години роботи просторів різнилися залежно від життєвих обставин респондентів, таких як потреба відвідувати додаткові заняття чи навчання в другу зміну.
- Думки щодо доцільності організації молодіжного простору на базі школи або університету розділилися. Багато респондентів були проти, посилаючись на те, що тоді центр набуде всіх негативних рис, які властиві шкільному розпорядку життя. Ті, що підтримали ідею, погодилися, що в такому випадку варто спрямувати зусилля на збереження незалежності простору від освітнього формалізму та бюрократії.

Принципи роботи простору

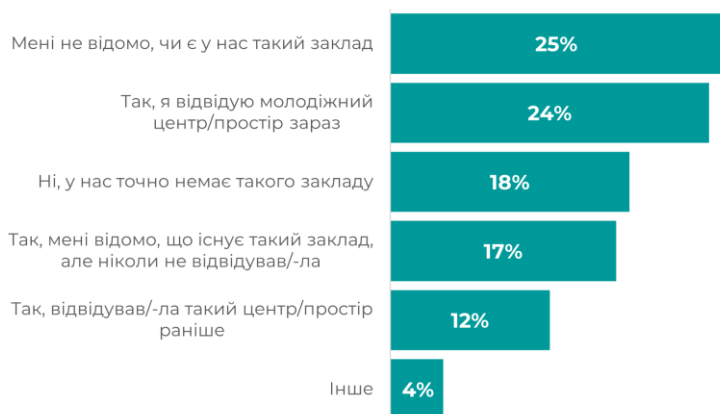
- На думку учасників фокус-груп, молодіжні простори повинні бути якомога більш демократичними, активно декларувати толерантність та відкритість до різних ідей, щоб залучати якомога ширшу аудиторію з розмаїттям походжень та переконань.
- Водночас, політику роботи простору потрібно побудувати таким чином, щоб кожен у ньому почувався комфортно та не відчував небезпеки наразитися на ворожість чи нехтування з боку інших гостей чи працівників.
- Респонденти стверджують, що насамперед молодіжним центрам потрібно спрямовувати свої зусилля на залучення таких категорій молоді, як учні шкіл, адже їм важливо розібратися, що їм подобається робити в житті, а також представники громадських організацій, активісти, та просто люди, які вмотивовані шукати себе та знаходити однодумців.

РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ

Досвід відвідування молодіжних центрів

Серед опитаної молоді віком 10-35 років 60% ніколи не відвідували молодіжний центр, а 36% заявили, що мали досвід відвідування молодіжного центру в своїй громаді. Деякі зазначили, що вони брали участь у створенні таких просторів на добровільній основі. Серед інших відповідей кілька осіб підкреслили, що на території їхньої спільноти були заклади для молоді (скейтпарк, молодіжні центри), але зараз вони закриті або знаходяться в аварійному стані. П'ятдесят відсотків тих, хто не знає, чи є подібні заклади у їхній громаді, - молоді люди з Миколаївської області, та 11% - з Херсонської області.

Чи відомо вам про існування молодіжного центру/простору на території вашого населеного пункту?



*у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)

Найбільша кількість молоді, впевненої, що на території їхніх населених пунктів не функціонують подібні заклади, була з Кіровоградської, Львівської, Чернігівської, Херсонської, Полтавської областей. З них 53% мешкають у містах, 47% – у сільській місцевості. Де-факто це може вказувати не тільки на відсутність молодіжних центрів у громадах, але і на низьку обізнаність про їх існування. Наприклад, двоє респондентів із м. Жмеринка (Вінницька область) сказали, що у їхній громаді «точно немає такого закладу», тоді як двоє інших респондентів з того ж міста сказали, що вони відвідують такий заклад зараз³.

У підгрупі вразливої та/або малопредставленої молоді частка тих, хто знав про існування молодіжного центру, але ніколи його не відвідував, була в два рази більшою, ніж у загальній вибірці (34% порівняно з 17%).

Основною причиною відмови від відвідування була відсутність інформації про такі місця (для половини опитаних); інші причини включали незручне розташування (17%) і відсутність необхідних пристосувань для людей із різним рівнем фізичних можливостей (8%). Один з респондентів сказав, що йому не потрібен молодіжний простір, тому що у нього є «свій власний», а інший зазначив, що у молоді з інвалідністю немає жодних шансів «жити повноцінним життям» у своїй громаді, навіть за умови функціонування такого закладу.

³ Станом на серпень 2021 року український уряд не має точної статистики щодо загальної кількості молодіжних центрів. Отже, достеменно не можна підтвердити, чи дійсно у деяких населених пунктах молодіжні центри відсутні, чи респонденти просто не знали про них. Але Міжнародна організація з міграції збирає дані про кількість молодіжних центрів, дані будуть доступні у жовтні.

Частота відвідування молодіжного центру

75% щотижня

15% раз на два-три тижні

5% один раз на місяць

5% рідше, ніж раз на місяць

*у % від тих, хто на даний час відвідують молодіжний центр у своєму населеному пункті (n=55)

Сімдесят п'ять відсотків тих, хто сказав, що в даний час відвідує молодіжний центр у своїй громаді, зазвичай робили це щотижня.

Серед тих, хто відвідує його щотижня:

62% – відвідують частіше 2 разів на тиждень

26% – раз на тиждень

13% – двічі на тиждень

Причини не відвідувати молодіжний центр

Серед тих, хто відвідував молодіжний центр раніше, але зараз не відвідує, основними причинами не відвідувати його зараз були:

1. Недостатньо актуальних заходів, послуг

Двадцять два відсотка опитаної молоді зазначили, що вони не відвідували молодіжний центр через відсутність актуальних заходів. Деякі зазначили, що вони можуть знайти більш цікаві заходи в інших місцях для молоді (наприклад, в Українській Академії Лідерства).

2. Незручний режим роботи закладу

був основною причиною не відвідувати подібні заклади для 19% респондентів, які були відвідувачами молодіжних центрів раніше.

3. Обмеження через COVID-19

були основною причиною відмови від відвідування молодіжного центру для 19% опитаної молоді.

4. Некомфортні відносини

були основною причиною того, що 14% колишніх відвідувачів не повернулися до подібного закладу. Половина з них зазначила, що відносини не склалися з персоналом, а інша половина сказала, що причина була у відносинах з іншими відвідувачами.

5. Незручне розташування

стало основною причиною відмови від відвідування для 11% тих, хто більше не відвідує подібний заклад.

Серед тих, хто ніколи не відвідував молодіжний центр, але знав про функціонування подібного закладу у своїй громаді, основними причинами не відвідувати його були:

1. Брак інформації про такі місця

Сорок чотири відсотка опитаних вказали це як головну причину не відвідувати молодіжний простір.

Серед інформації, якої бракувало молоді, був перелік доступних послуг, розклад подій, як узяти в них участь та інформація про доступність центру (хто може приходити та як знайти це місце).

2. Незручний режим роботи закладу

вказали 15% тих, хто ніколи не відвідував центр.

Половина з них зазначила, що заходи проводяться в незручний час, а інша половина сказала, що в цілому графік роботи закладів для них є незручним.

3. Незручне розташування

молодіжного центру стало основною причиною відмови від відвідування 13% молоді.

4. Брак знайомих у молодіжних центрах:

8% опитаної молоді заявили, що їх друзі не відвідують цей заклад, а самі, без друзів, вони не хочуть туди йти.

Серед інших причин були такі:

- 7% – зазначили, що причина в тому, що ніхто з друзів не відвідує з ними подібний заклад
- 7% вважають, що подібні заклади існують лише для молодших вікових груп:
 - » Для мене це вже не актуально, вони розраховані на школярів, а я вже навчаюсь в університеті.
 - » Я вже виростаю з волонтерства та різних соціальних проєктів.
- 4% вирішили не відвідувати його, тому що вони не поділяють його цілі, цінності та репутацію близькості до певних політичних груп

Серед інших причин були такі:

- 5% не знали про існування, тому що ніколи не намагалися знайти інформацію про подібні заклади
- 5% вказали на брак актуальних заходів та послуг
- 5% сказали, що для них є інші більш цікаві місця (наприклад, Американський дім)
- 3% не відвідували його, тому що вони не поділяють його цілі, цінності та репутацію близькості до певних політичних груп
- 3% не відвідували, бо приміщення не пристосоване або недостатньо пристосоване для людей з різним рівнем можливостей (наприклад, немає пандусів, мобільних меблів тощо)

Бажання відвідувати молодіжний центр

Якби була можливість, 81% тих, хто не має такого місця для молоді або хто не знав про його існування на території своєї громади, хотіли б його відвідувати.

Для 18% тих, хто не бажає або не впевнений, чи хоче відвідувати такий заклад, основною причиною відмови від відвідування була або відсутність вільного часу, або відсутність цінності у відвідуванні подібного закладу:

- » Чому я маю це робити?
- » Мені це не потрібно.
- » Я не бачу причин ходити туди.

Серед 18% тих, хто не був впевнений, чи хоче відвідувати таке місце (відповіли «не знаю», «скоріше ні» та «точно ні»), 85% - молоді у віці 15–19 років, а 90% - молоді, що мешкає у містах. Найменшу готовність відвідувати демонструє молоді з Миколаївської області (55% тих, хто не був впевнений) та Полтавської області (20%). Крім того, 70% тих, хто не був впевнений у своїй готовності відвідувати молодіжні центри – жінки та дівчата.

Щоб визначити та оцінити головну цінність подібного закладу для молоді, респондентам було запропоновано обрати найважливіший аспект, який міг би стати головною перевагою подібного закладу. Варіанти відповідей базувалися на результатах фокус-груп.

Чи хотіли б ви відвідувати такий заклад?



*у % від кількості тих, хто не мають такого місця для молоді або не знають, чи таке місце є на території їхнього населеного пункту (n=97)

У чому ви бачаєте головну цінність існування такого центру/простору?



* у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)

Серед відповідей, позначених як «інше», були висловлені прагнення розширювати світогляд, вивчаючи щось нове в різних сферах і все, чого не вчать в школах, можливість ставити питання на важливі теми або «прийти і знайти щось цікаве для себе і своїх дітей».

У підгрупі вразливої та/або малопредставленої молоді знайомство з новими людьми та спілкування також були однією з найважливіших цінностей (згадану 20% респондентів), але другою була вказана можливість дізнатися щось нове (також для 20%). Покращення якості життя спільноти мало значення для 11% вразливої та малопредставленої молоді порівняно з 20% у загальній групі. Вдвічі більше зазначили цінністю можливість включення до життя громади різних категорій молоді, зокрема, вразливих (14% в порівнянні з 7% в загальній групі).

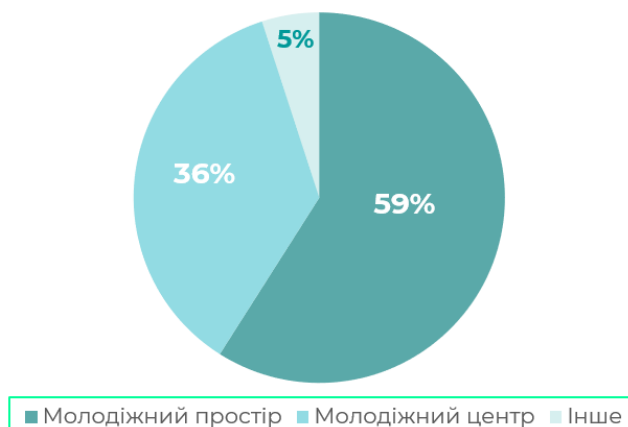
Концепція молодіжного центру

Назва

Більше половини (59%) опитаної молоді воліли б назвати таке місце «молодіжним простором». Учасники фокус-груп також більше схилилися до використання терміну «простір» замість «центр» в назві, тому що він символізує свободу ідей, яка притаманна подібним місцям.

Серед інших варіантів були ідеї назвати його «Молодіжний простір», але англійською (youth space), «громадський (або суспільний) простір», «Молодіжний парламент» або «Творчий інклюзивний центр для молодих людей з особливими потребами 18+ «Мрій та Дій!!!»». Кілька молодих людей зазначили, що хотіли б дати такому закладу якусь креативну й унікальну назву (прикладом такої назви була «Комора»).

Якби у вашій місцевості відкрився заклад для молоді, якій назві для нього ви б надали перевагу?



* у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)

Розміщення

Завершальним етапом розробки стратегії молодіжних центрів стала оцінка респондентами трьох типів установ, на базі яких планували створити майбутні молодіжні центри: бібліотеки, школи або ліцеї, а також університети або інші вищі навчальні заклади. Більшість опитаної молоді (69%) схильна підтримати ідею створення молодіжних центрів на базі бібліотек. Найменш популярною ідеєю став молодіжний центр на базі школи (28% не підтримали її).

Як ви ставитесь до ідеї відкриття молодіжного центру/простору на базі наведених установ?



* у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)

Модель управління

Респондентам було запропоновано кілька моделей залучення до організації та управління діяльністю подібного закладу. Молодь підкреслила важливість взаємодії між співробітниками та відвідувачами таких центрів в управлінні та організації заходів.

Яка має бути роль молоді, що відвідує такий заклад, в організації та управлінні його діяльністю?

- 70%** Молодь пропонує ідеї та разом із працівниками закладу їх організовує
- 16%** Працівники закладу пропонують, а молодь долучається до організації та втілення ідей
- 7%** Молодь пропонує ідеї, а працівники закладу самі їх втілюють
- 3%** Працівники закладу самі пропонують ідеї та самі все організовують
- 4%** Важко сказати

* у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)

Ідеальний молодіжний центр – це...

Респондентам було запропоновано записати перше, що спадає на думку, продовживши речення: «Ідеальний молодіжний центр/простір – це...». Вони описували власне бачення ідеального закладу для молоді у термінах особливостей фізичного простору, можливостей для спілкування і командної роботи, почуттів, які воно викликає, у термінах підтримки, інклюзивності, проведення вільного часу з користю, можливостей для саморозвитку, творчості та реалізації творчих ідей. Детальний опис із цитатами представлений нижче.

ПІДТРИМКА

Деякі молоді люди описували ідеальний молодіжний простір як місце, де вони могли б отримати підтримку. Вона може бути психологічна, інформаційна або матеріальна. Молодь прагне аби їх підтримували у побудові відносин з однолітками та батьками, допомогли відчувати емоційний комфорт, зростати особистісного та професійно, підготуватися до майбутнього.

- «» Це означає підтримувати один одного і намагатися знайти правильні орієнтири у визначенні свого життєвого шляху.
- «» Це місце, де молодь може отримати будь-яку підтримку.
- «» Місце, де молодь може відчувати підтримку своїх прагнень та планів.
- «» Місце, де хтось підтримує вас та допомагає вам.
- «» Місце, де ви можете знайти не тільки відповіді на запитання про особистісне зростання, а й шляхи та ресурси для його реалізації.
- «» Підтримка у вигляді консультацій та, можливо, ресурсів (люди, приміщення, обладнання).
- «» Місце, де мені допоможуть налагодити відносини з батьками та допоможуть з домашнім завданням.

КОМУНІКАЦІЯ ТА НЕТВОРКІНГ

Описуючи ідеальний заклад для молоді, респонденти підкреслили важливість спілкування та встановлення контактів завдяки ньому. Цю потребу описали таким чином:

Налагодження дружніх стосунків і нових контактів

- Нові люди і цікаве спілкування.
- Місце, де можна познайомитися з однолітками.
- Місце, де можна знайти багато нових друзів.
- Місце для налагодження нових контактів.

Належність до спільноти однодумців

- Місце, де однодумці можуть вільно спілкуватися.
- Спільнота, зацікавлена в особистісному зростанні.
- Це місце, де я можу знайти однодумців і обговорити деякі важливі теми з однолітками.
- Це дружня спільнота однодумців.

Співпраця та командна робота

- Це місце, де зароджується плідна співпраця.
- Слухати і чути один одного, приймати спільні рішення, діяти разом.
- Місце для невимушеного спілкування, плодом якої є творча співпраця.
- Командна робота без суперництва.

Обмін думками

- Точка перетину людей з різними ідеями, смаками і поглядами.
- Багато цікавих різних людей із різноманітними ідеями!

ВІДЧУТТЯ

Деякі молоді люди описували ідеальний простір для молоді через призму почуттів, які він має викликати. В ідеальному молодіжному просторі вони хотіли б відчувати себе:

Безпечно

- Це безпечне місце.
- Це місце доступне і безпечне.

Вільно

- Місце, де люди почувають себе розкуто та комфортно, саме тому вони мають змогу генерувати безліч ідей для створення чогось нового.
- Коли ви можете з легкістю поділитися своїми думками та ідеями.
- Місце, де все ясно та просто.
- Де мені не потрібно у когось щось просити.
- Простір, де ніхто не обмежує ініціативи та ідей.
- Простір відкритий для різних ідей.

Відчувати себе такими, яких приймають та поважають

- Це місце, де тобі завжди раді.
- Це місце, де можна не боятися осуду.
- Тут немає місця пафосу та булінгу.
- Місце, де люди здатні почути вас, не засуджуючи та прийняти ваші ідеї та думки.
- Це місце взаємної поваги.

Відчувати себе такими, яких цінують

- Відчуття, що ти важливий.
- Коли кожен учасник має значення, а його цінності і переконання підтримують.
- Коли ви відчуваєте, що ви в змозі бути корисним для своєї спільноти.
- Це коли ви є головною цінністю.

Комфортно бути собою

- Середовище, яке об'єднує різних людей, але дозволяє їм залишатися самим собою.
- Почуття, що ти можеш бути тим, хто ти є.
- Місце, де вас сприймають таким, яким ви є.

Затишно

- Місце, де ви відчуваєте себе як вдома.
- Відчути тепло... це місце для душі.

У дружньому оточенні

- Це коли люди навколо усміхнені і позитивні.
- Дружня атмосфера.
- У цьому просторі є життя, можна відчувати постійний рух та гомін.

ІНКЛЮЗИВНІСТЬ

Деякі описували ідеальний простір з точки зору інклюзивності, підкреслюючи, що усі повинні мати рівний доступ до нього та його послуг, а послуги мають бути актуальні для різних вікових груп.

Рівний доступ та можливості

- Місце, де ставлення однакове до кожного учасника і інші люди прислухаються до вашої думки, незалежно від віку, статі, соціального статусу.
- Це вільний простір із навчальними заходами та програмами розвитку для різних вікових груп молоді, незалежно від їх соціального статусу.
- Місце, де всі щасливі та відчувають себе комфортно і безпечно.
- Доступне та відкрите для всіх, хто має бажання прийти
- Простір, що дарує рівні можливості для саморозвитку.
- Вільний для відвідування простір, в якому є все, щоб задовольнити основні потреби кожного, але не потреби певної групи людей.
- Комфортне місце для людей віком від 18 до 24 років та від 30 до 35 років та інших. Кожен знайде заняття за вподобаннями.
- Місце, куди будь-хто може прийти і добре провести час.
- У моєму ідеальному просторі для молоді є місце для всіх.

Інтеграція

- Місце, яке сприяє розвитку молоді, але також, по можливості, залучає інші групи людей.
- Це інтеграція людей різних груп.

ФІЗИЧНИЙ ПРОСТІР

Ідеальне місце також описували як фізичний простір з певними матеріальними об'єктами і персоналом, які роблять такий заклад комфортним. Молодь уявила його як велику простору площу з сучасним дизайном і обладнанням, яка є доступною фізично (легко дістатися) та віртуально (легко знайти інформацію в мережі Інтернет).

Дизайн та обладнання

- Сучасна кімната з креативним дизайном, оснащена безліччю сучасних пристроїв, з цікавими іграми у наявності.
- Комфортний та доступний для всіх молодіжний простір, інформація про функціонування якого широко розповсюджена в мережі Інтернет та в соціальних мережах.
- Велика кімната зі стильним дизайном і м'якими пуфами.
- Сучасний, відкритий, мобільний простір.
- Місце в гармонії з природою.
- Великий, просторий заклад для молоді.
- Він затишний та зручний (включаючи обладнання і місце розташування)

Респондентів запитали про бажане технічне оснащення подібного закладу. Сімдесят дев'ять відсотків вказали, що хотіли б мати доступ до технічного обладнання, 14% сказали, що для них не важливо мати доступ до технічного обладнання, а 7% не змогли відповісти.

Бажана техніка в молодіжних центрах



*у % від тих, хто хотіли б мати доступ до техніки в такому закладі (n=182)

**декілька варіантів відповіді були можливі

У переліку бажаного обладнання найбільш важливими були ноутбуки і проектори. Потребу використання ноутбуків зазначили у двох форматах: час від часу при проведенні певних заходів в молодіжних центрах, а також на постійній основі у робочій зоні молодіжного центру. Серед інших варіантів обладнання, запропонованих молоддю, були:

- багатофункціональні принтери
- відеокамери
- музичне обладнання та мікрофони

Області простору

- Просторий зал з безкоштовним коворкінг-простором, бібліотекою, спортивним майданчиком у дворі.
- Це простір з робочими місцями, де можна спілкуватися з іншими людьми.
- Робочий простір і місце для проведення заходів.
- Саме так ми бачимо наш центр:

- Роздягальні, туалети
- Освітня кухня
- Комп'ютерний клас
- Спортивний зал з тренажерами
- Класні кімнати
- Оранжерея
- Стіна з кімнатних квітів
- Театральна студія (ляльки)
- Майстерні з шиття, виготовлення свічок, мила, кераміки
- Спортивний майданчик зі спеціальним покриттям і парканом
- Актовий зал (комунікаційний простір)
- Відеотека + інтерактивна дошка і проєктор
- Кімната для підготовки молоді 18+ з інвалідністю до самостійного життя.
- Студія арт-терапії для розвитку молоді з інвалідністю 18+ за допомогою інклюзивних програм і методів

Співробітники/співробітниця молодіжного простору

- Доброзичливі куратори, які спілкуються з молодими людьми, що відвідують центр.
- Співробітники цього місяця працюють не заради кількості заходів та звітності, а натомість зосереджені на якості.

Щоб створити портрет ідеального співробітника/співробітниця молодіжного центру, респондентам поставили запитання про найбільш важливі якості такої людини. Перелік якостей склали на основі результатів обговорення у фокус-групі з членами та членкинями молодіжної ради програми «Мріємо та діємо». Результати опитування узгоджуються з результатами фокус-груп. Для молоді найважливішою якістю молодіжного працівника виявилось бути на одній хвилині з молоддю, що означає розуміти їхні інтереси та потреби, а також здатність знаходити підхід до різних людей, різних ситуацій і вирішувати конфлікти.

Які три якості працівника/працівниці закладу для молоді ви вважаєте найважливішими?

- 63%** Бути «на одній хвилині з молоддю» - розуміти інтереси та потреби молоді
- 50%** Вміння знаходити спільну мову та підхід до різних людей, вирішувати конфлікти
- 40%** Енергійність та лідерство, вміння вести за собою та брати відповідальність
- 37%** Мати сильні організаторські та управлінські навички
- 23%** Широкий світогляд та обізнаність щодо можливостей для різних груп молоді
- 21%** Чуйність, привітність та уважність до людей
- 15%** Дотепність: вміння розвеселити, розважити, цікаво розповідати
- 12%** Знання та навички роботи з молоддю та дітьми
- 10%** Знання та досвід в психології
- 8%** Охайність, організованість та зібраність

* у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)

** три варіанти відповіді були можливі

КОРИСНЕ ДОЗВІЛЛЯ

Деякі молоді респонденти описали ідеальне місце для молоді як «майданчик для відпочинку» або «місце, де молодь проводить вільний час», або «місце, куди можна йти піти після школи», або «коли у молоді є корисне дозвілля». Корисне дозвілля означає:

Особистісний ріст під час відпочинку

- Місце, де можна поєднувати особистісний ріст та відпочинок
- Простір, де ви маєте можливість розширити свій світогляд: подорожувати разом, одночасно розважатися і вчитися.
- Місце, де ви можете обрати між розвагами та навчанням.
- Це поєднання дозвілля та розвитку.
- Місце, де є можливість проявити себе.

Розваги та зняття стресу

- Місце, де можна відпочити від проблем.
- Спорт та психологія для відпочинку.
- Безпечне місце, де можна розважатися
- Місце для розслаблення душі.

Чим би ви хотіли наповнити своє дозвілля?



*у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)

**декілька варіантів відповіді були можливі

Відповідаючи на запитання про бажаний вид дозвілля, респонденти підкреслили важливість спілкування незалежно від виду діяльності.

Інші варіанти відповіді включали книжковий клуб, клуб відкритого діалогу, клуб дебатів, лекції на різні теми (такі як кіно, театр, історія міста). Але важливою частиною кожного з них була можливість обговорити це з іншими.

ТВОРЧІСТЬ ТА ВТІЛЕННЯ ІДЕЙ

Ідеальний молодіжний центр також був описаний як «платформа для творчості», як місце, де молоді люди мають змогу взаємодіяти, генерувати нові творчі ідеї та знаходити спосіб або ресурси для їхньої реалізації.

Творчість та генерація ідей

- Місце, де молоді люди можуть висловлювати свої ідеї та знайти однодумців, щоб втілити їх у життя.
- Місце для початку нового проєкту/заходу/стартапу...
- Місце, де кожен має змогу вільно творити.
- Місце, де можна творити і вчитися створювати щось нове, де у вас народжуються нові ідеї.

Втілення ідей

- Необмежений простір для втілення ідей, творчості та вдосконалення.
- Місце, де з однодумцями можна реалізовувати власні креативні проєкти.
- Простір для втілення в життя думок та ідей молоді.
- Нові можливості для втілення ідей.

Покращення якості життя громади

- Спільнота мотивованих людей, які генерують цікаві та корисні ідеї та втілюють їх в життя на благо суспільства.
- Простір, що об'єднує людей, яким не байдужа доля своєї спільноти та які готові працювати на її благо.
- Місце, де молоді люди з різних громад мають змогу працювати над спільними проєктами та розкривати свої сильні сторони.
- Місце, де люди проявляють свою творчу енергію та ініціативу, щоб змінити життя свого міста на краще.

ОСОБИСТІСНИЙ РІСТ

Респонденти описали ідеальний простір як «місце для самовдосконалення» або як «платформу для саморозвитку», яка є джерелом інформації та навичок, що сприяють особистісному зростанню та реалізації себе в суспільстві. Це передбачає:

Саморозвиток

- Простір, де ви можете розширити свій кругозір, завести нові корисні знайомства, розвинути свої навички та підвищити рівень професіоналізму.
- Простір однодумців, спрямований на розвиток, а не на деградацію від вживання алкоголю.
- Місце для розвитку молоді та нарощування потенціалу.
- Турбота про духовний та естетичний розвиток.
- Група молодих людей, які прагнуть удосконалити свою особистість та розвиватися як майбутні професіонали.
- Де кожна молода людина знайде відповіді на запитання про розвиток та дозвілля. І, можливо, навіть способи реалізації.

Можливість дізнатися щось нове і поділитися власним досвідом

- Місце, де молоді люди отримують нові знання в тих областях, які не вивчаються в школі (психологія, фінанси, бізнес), проводяться інтелектуальні ігри та конкурси, вивчаються мови і так далі.
- Спосіб дізнатися щось нове та важливе для майбутнього життя.
- ...де ви можете відкрити щось нове для себе.
- Відкритий простір для молоді, де кожен може вчитися або втілювати в життя свої ідеї.
- Місце, де є можливість познайомитися з чимось новим та отримати знання у певній галузі
- ...де я можу отримати нову інформацію та поділитися досвідом.

Розвиток навичок

- Можливість оволодіти практичними навичками.
- Місце для розвитку молодіжного лідерства.
- Місце, де у мене є можливість оволодіти навичками, необхідними для просування своїх ідей та активної участі в житті суспільства.
- Відвідування цікавих та пізнавальних заходів, оволодіння новими навичками та вміннями
- Місце, де молоді люди мають змогу розвивати свої навички
- ...де активна молодь може підвищити свої здібності.

Пошук себе і самореалізація

- Комфортний, безпечний і доступний простір для всіх категорій, де кожен має змогу знайти себе та реалізувати свій потенціал.
- Місце, де кожен має змогу знайти себе.
- Місце, де молоді люди мають змогу реалізувати себе, отримуючи підтримку та можливість оволодіти необхідними навичками.
- Місце, де у вас є можливість реалізувати себе.
- Місце для реалізації себе у суспільстві.

Потреби в навчанні

Щоб дізнатися більше про сфери навчання, які здатні задовольнити потребу в особистісному зростанні та реалізації молоді в суспільстві, молоді було запропоновано поділитися навичками, якими вони хотіли б оволодіти, і питаннями, про які вони хотіли б дізнатися більше. Крім того, їм було запропоновано назвати експертів у певних галузях знань, які могли б допомогти їм розібратися в цих питаннях. Підсумовуючи відповіді, ці питання та навички можна віднести до таких сфер (більш детальний опис кожної наведено далі):

- Самовизначення, професійна орієнтація, працевлаштування
- Маркетинг в соціальних мережах
- Покращення якості життя спільноти та підвищення рівня громадської активності
- Екологія та охорона навколишнього середовища
- Написання проєкту на отримання гранту, заявки на фінансування
- Навички міжособистісного спілкування та життєві навички
- Організація та проведення заходів
- Краще знання шкільних предметів
- Підприємництво
- Управління проєктами
- Законодавство і право
- Комп'ютери, технології
- Фізичний розвиток
- Пізнання світу
- Мистецтво
- Мови
- Психологія

Сфери бажаних навичок і знань

Навички міжособистісного спілкування та життєві навички

- Комунікативні навички:
 - Командна робота
 - Сторітелінг
 - Навички ведення дебатів
 - Налагодження зв'язків та дружніх відносин
 - Публічні виступи та харизма
 - Ефективна комунікація
 - Вирішення конфліктів
- Управління часом (тайм-менеджмент)
- Постановка цілей
- Планування майбутнього
- Як бути більш зосередженим і працювати більш ефективно
- Створення персонального бренду
- Творче мислення
- Фінансова грамотність
- Медіаграмотність
- Перша допомога

Мистецтво

- Журналістика та література
- Майстер класи по створенню виробів своїми руками (хенд-мейд)
- Малювання
- Гра на музичних інструментах (гітара, фортепіано, барабани)
- Сучасне мистецтво (барельєф, нитяна графіка і т. д.)
- Театр і кіно
- Садівництво, ландшафтний дизайн
- Танці (сучасні танці)
- Творче письмо
- Кераміка

Пізнання світу

- Історія (театру, кіно, міста)
- Дізнатися більше про різні культури
- Різноманітність релігій і їх відмінності
- Астрологія, духовна практика

Мови

- Вивчити різні іноземні мови
- Вивчити або покращити рівень володіння англійською мовою
- Відвідувати розмовні клуби
- Покращення рівень володіння українською мовою

Управління проєктами

- Цикл проєкту від ідеї до реалізації
- Управління бюджетом проєкту
- Управління ризиками
- Управління командою віддалено/онлайн

Організація та проведення заходів

- Майстерність фасилітації (для тренерів)
- Як провести цікавий захід
- Як організувати захід

Краще знання шкільних предметів

Комп'ютери та технології

- Комп'ютерна грамотність
- Професійні графічні редактори
- Моделювання, анімація
- Робота в фото-і відеоредакторах
- Програма Photoshop
- Програма Sony Vegas
- Знімання креативних відео
- Основи фотографії (для просування персонального бренду та бізнес-проєктів в мережі Інтернет)
- Проєктування та створення моделей на 3D-принтері
- Мови програмування/ІТ-навички

Фізичний розвиток

- Консультації експертів зі здорового харчування та способу життя
- Вивчення нових видів спорту
- Підтримка прагнення активно проводити час

Самовизначення

Професійна орієнтація

Можливості працевлаштування

- Як обрати напрямок навчання або кар'єрний шлях
- Як знайти професію, яка приносить задоволення та підходить вам або повністю відповідає вашим захопленням
- Як створити резюме та успішно пройти співбесіду
- Як спланувати кар'єру
- Отримати більше інформації про різноманітні професії
- Дізнатися більше про сучасний ринок праці
- Визначити напрямки додаткової підготовки для підвищення кваліфікації
- Побачити приклади та історії успіху в рамках кар'єрного шляху в різних професійних сферах

” Я хотів би зрозуміти, що мене цікавить, я вже на 4-му курсі інституту і досі не знайшов вид діяльності, якому я міг би присвятити своє життя, схоже, я застряг...

” На даному етапі життя я не можу визначитися з роботою мрії, тому я хотів би отримати допомогу фахівця з профорієнтації, який допоміг би мені обрати майбутню професію.

” Я хотів би дізнатися більше про обрану професію від людей, які вже деякий час працюють у цій галузі, щось на зразок майстер-класів із запрошеним фахівцем.

” Було б корисно дізнатися більше про обрану професію та потенційні можливості працевлаштування. Можливо, нам сподобаються інші варіанти і ми виберемо найбільш привабливий.

” Я хотів би знати, чого я насправді хочу і у якому напрямку рухатися далі.

” Планування майбутнього: важко зрозуміти, на чому зосередитися, що робити, над чим працювати.

” Знайти себе і працювати з задоволенням!

” Знайти спосіб перетворити хобі на професію.

” Інформація про сучасний ринок та затребувані професії.

” Отримати знання про професії та обрати галузь освіти.

” Які додаткові знання мені необхідно опанувати, щоб підвищити свій професійний рівень?

” Як подати заяву про прийняття на роботу та успішно пройти співбесіду, щоб отримати бажану роботу.

Підприємництво

- Як обрати напрямок для бізнесу
- Покрокова інструкція з ведення бізнесу
- Як скласти бізнес-план
- Програми фінансування та розвитку для підприємців
- Зустрічі з успішними підприємцями
- Розвиток підприємницьких навичок
- Соціальне підприємництво
- Молодіжне підприємництво
- Жіноче підприємництво

” Проводити зустрічі з підприємцями, щоб переконатися, що у мене є альтернативні можливості для організації власної підприємницької діяльності.

” Я думаю про те, щоб почати свій власний бізнес, і хотів би поспілкуватися з людьми, які пройшли цей шлях і можуть поділитися своїм досвідом.

” Як почати свій власний бізнес і визначити свою власну нішу.

” Започаткувати власний бізнес, використовуючи покрокове керівництво.

” Програми підтримки підприємців.

” Оволодіти навичками, щоб запустити власний стартап.

” Підприємницьке мислення, кроки до успішної реалізації проєктів.

” Реалізація власних бізнес-проєктів та їх фінансування.

” Дізнатися більше про соціальне підприємництво.

” Консультації з питань молодіжного або жіночого підприємництва.

Маркетинг в соціальних мережах

- Як створити успішний онлайн-бізнес
- Як стати SMM-менеджером
- Як просувати проєкти онлайн
- Як створювати цікавий контент
- Як залучити більшу аудиторію на сторінку проєкту

” Дізнатися, як розвивати бізнес в соціальних мережах.

” Просувати власний проєкт в соціальних мережах.

” Просування в соціальних мережах особистого бренду.

” Отримати лайфхаки зі створення якісного контенту.

” Як правильно заповнювати особисті сторінки в соціальних мережах і сторінки проєктів для їх успішного просування.

” Я хотів би дізнатися, як просувати проєкти, метою яких є розвиток спільноти, щоб зробити їх більш успішними..

Громадська активність та покращення якості життя громади

- Як змусити місцеву владу діяти
- залучення молоді з метою покращення якості життя громади
- Як підтримати людей, які знаходяться у важких життєвих ситуаціях
- Покрокова інструкція зі створення проєкту
- Як визначити проблеми громади
- Де знайти команду
- Яким чином координувати проєкт
- Як отримати фінансування
- Як залучити членів громади до вирішення спільних проблем

- ” Як змусити державні органи діяти результативно, а не проявляти показну активність.
- ” Як змусити владу побудувати скейт-парк?
- ” Як підтримати людей, які знаходяться у важких життєвих ситуаціях
- ” Які існують етапи створення проєкту, як визначити найбільш гострі та актуальні проблеми, де знайти команду і як координувати проєкт?
- ” Дізнатися більше про потреби і побажання людей в своїй спільноті та спробувати їм допомогти.
- ” Дізнатися більше про існуючі проблеми в рамках міста/країни/світу та обговорити їх.
- ” Роль молоді у розвитку міста.
- ” Як залучити молодь села до благоустрою нашого села та організації здорового спортивного життя.
- ” Я хотів би отримати консультації з розвитку волонтерства та створення проєктів у спільноті – з сортування сміття, очищення водних об'єктів, облаштування громадських просторів, освіти населення.

Екологія, охорона навколишнього середовища

- Як правильно сортувати сміття
- Як зробити громади екологічними та чистими
- Як залучити інших членів громади до захисту навколишнього середовища

- ” Почути рекомендації експертів і дізнатися, як залучити молодь до захисту навколишнього середовища!
- ” Як позбутися від сміття в місті і в наших парках.
- ” Я хочу жити в екологічно безпечному та чистому місці.
- ” Покращення екологічної ситуації мого міста.
- ” Як правильно утилізувати батарейки?
- ” Я хотів би навчитися сортувати сміття та популяризувати цю звичку серед інших.

Написання проєкту на отримання гранту, подання заявки на фінансування

- Де знайти джерела фінансування
- Як подати заявку на фінансування
- Навички написання проєктних пропозицій для отримання грантової допомоги
- Підтримка в написанні проєктних пропозицій для отримання грантової допомоги

- ” Я хотів би подати заявку на фінансування для реалізації свого проєкту, але у мене немає досвіду.
- ” Я хотів би мати можливість самостійно писати проєктні пропозиції для отримання грантової допомоги, тому що добре, коли хтось допомагає тобі, але ці люди можуть піти, і навички залишаться з тобою.
- ” Я хотів би отримувати інформацію про надання грантів і заручитися допомогою в написанні проєктних пропозицій для отримання грантової допомоги.

Законодавство і права людини

- Основи права – знати про основні права людини
- Права споживачів
- Трудове право
- Підтримка бізнес-проєктів або соціальних ініціатив
- Робота над вирішенням певних питань особистого характеру

- ” Юридичний супровід відіграє важливу роль у побудові трудових відносин.
- ” Щоб дізнатися більше про законодавство та свої права.
- ” Кожен свідомий громадянин України на рівні неусвідомленим повинен володіти правовою грамотністю.
- ” Мені довелося відкрити НУО, так як я не юрист-без підтримки було важко.
- ” Замислююся над перспективою соціального підприємництва, якби мені було до кого звернутися з бухгалтерських та юридичних питань, я був би щасливішим.
- ” Поглиблення знань в тих галузях права, яким в системі освіти приділяється мало часу.

Психологія

- Мотивація
- Емоційний інтелект
- Проблеми пандемії
- Статеве виховання
- Соціалізація та адаптація
- Здорові стосунки з іншими
- Особистий простір у відносинах
- Сімейні особисті проблеми
- Взаємини з підлітками
- Підтримка сімей учасників АТО
- Як знайти себе в цьому світі
- Як зробити правильний вибір
- Як знайти спільну мову з людьми
- Як побороти страхи, підвищити самооцінку, подолати невпевненість в собі
- Як протистояти дискримінації, жорсткому поведженню

- » Психологічна підтримка сім'ї після проведення антитерористичної операції.
- » Як зберегти психічне здоров'я під час пандемії.
- » Допомога психологів вкрай важлива в існуючій ситуації ізоляції.
- » Взаєморозуміння батьків та підлітків.
- » Психологічна підтримка потрібна для мотивації!
- » Подолання проблем знуцань, дискримінації, статевого виховання, жорсткого поведження
- » Психолог допоможе вам розібратися в собі.
- » Звернутися до психолога, щоб вирішити проблеми особистого характеру, які мені важко ідентифікувати, щоб не зашкодити психічному здоров'ю.
- » Краще зрозуміти моє ставлення до інших людей.
- » Психологи допоможуть тим, у кого складні відносини з членами сім'ї.
- » Це дуже важко через страх втратити (страх пропустити щось важливе), а також через психологічні травми, які заважають нам рухатися далі.
- » Дізнатися більше про світ і знайти "своє" місце в ньому.
- » Побудувати здорові стосунки з іншими людьми (наприклад, лекції про те, як розпізнати жорстке поведження)

Експертні консультації

Якби в опитаних була можливість отримати безкоштовну консультацію у певній галузі, більше половини з них хотіли б консультацію або майстер-клас від фахівців/фахівчинь у галузі психології. Юридичні консультації були б корисні за багатьма напрямками, включаючи підвищення загальної правової обізнаності, вирішення особистих питань та питань, пов'язаних із зайнятістю, підприємництвом, управлінням соціальними ініціативами.

Серед інших бажаних експертних напрямків молодь вказала консультації чи майстер-класи фахівців/фахівчинь з:

- Бухгалтерії – для консультацій щодо ведення бізнесу
- Моди та стилю – для догляду за собою
- Хенд-мейду – для творчості
- Блогінгу – для мотивації
- Відеовиробництва – «щоб допомогти оцінити ідеї і створити щось нове»
- Журналістики – розповіді про професію, щоб дізнатися про її переваги або недоліки
- Фінансів – для допомоги в управлінні бюджетом та підвищення рівня фінансової грамотності.

Якби ви могли вільно та безкоштовно отримати консультацію осіб, що мають знання та досвід у певній галузі, до фахівців/фахівчинь яких галузей ви б хотіли звернутися?



*у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)

**декілька варіантів відповіді були можливі

Топ-3 можливостей молодіжного центру

Молоді, що взяла участь в опитуванні, було запропоновано обрати три можливості, доступ до яких вони хотіли б мати в молодіжному центрі/просторі:

Якби у вас була можливість мати вільний доступ до вказаних нижче можливостей, які три з них ви б обрали?

- 99%** Мати насичене дозвілля: спілкуватися, дивитися кіно, грати в настільні чи відеоігри, спортивні чи творчі заходи чи майстер-класи тощо
- 85%** Брати участь у вирішенні проблем місцевості, долучатися до громадських ініціатив
- 69%** Знайомитись, встановлювати нові контакти
- 63%** Брати участь у заходах із розвитку навичок
- 52%** Отримувати безкоштовні консультації фахівців певної галузі
- 43%** Відвідувати заходи з розвитку певних знань
- 34%** Мати доступ до сучасної техніки: ноутбуки, 3D-принтери, дрони, телескопи тощо
- 30%** Мати місце, де можна прийти попрацювати (коворкінг) чи провести захід
- 24%** Доступ до інформації: можливості для молоді (гранти, стипендії), книжки, інтернет

*у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)

** три варіанти відповіді були можливі

Для підгрупи вразливої та/або малопредставленої молоді можливість відвідувати заходи з розвитку навичок та отримувати консультації експертів була більш пріоритетною, ніж можливість знайомитися з новими людьми, а розвиток навичок викликав таку ж зацікавленість, що і можливість насичено проводити своє дозвілля.

- 49%** Мати насичене дозвілля: спілкуватися, дивитися кіно, грати в настільні чи відеоігри, спортивні чи творчі заходи чи майстер-класи тощо
- 49%** Брати участь у заходах із розвитку навичок
- 37%** Брати участь у вирішенні проблем місцевості, долучатися до громадських ініціатив
- 37%** Отримувати безкоштовні консультації фахівців певної галузі
- 34%** Знайомитись, встановлювати нові контакти
- 31%** Відвідувати заходи з розвитку певних знань
- 17%** Мати доступ до сучасної техніки: ноутбуки, 3D-принтери, дрони, телескопи тощо
- 17%** Мати місце, де можна прийти попрацювати (коворкінг) чи провести захід
- 6%** Доступ до інформації: можливості для молоді (гранти, стипендії), книжки, інтернет

*у % від кількості опитаних із вразливих та/або малопредставлених груп (n=35)

** три варіанти відповіді були можливі

Бар'єри та мотивація до відвідування молодіжного центру

Респондентів запитали про найбільш ймовірний фактор, який завадив би їм відвідувати подібний заклад. Підгрупа вразливої/малопредставленої молоді надала пріоритет забезпеченню необхідних пристосувань для людей із різними рівнем можливостей (зокрема, зазначалося, що людина не могла відвідувати заклад, якщо там не було сурдоперекладача). Але це був не єдиний фактор. Відносини (зокрема, з персоналом), актуальні, якісні заходи та послуги мали ще більше значення. Некомфортні відносини (як із персоналом, так і з відвідувачами) були б перешкодою для 21% молоді в загальній вибірці та 26% у вибірці вразливих/малопредставлених груп молоді.

Що найбільше могло б завадити вам відвідувати такий заклад?

Загальна вибірка	Вразливі/малопредставлені групи
14% Якщо час роботи буде незручним	17% Некомфортні стосунки з персоналом закладу
14% Недостатньо актуальних заходів і послуг	17% Недостатньо актуальних заходів та послуг
13% Якщо мені далеко/незручно туди добиратися	14% Незадоволення якістю надання заходів/послуг
12% Некомфортні стосунки з персоналом закладу	9% Якщо мені далеко/незручно туди добиратися
9% Некомфортні стосунки з іншими відвідувачами/відвідувачками	9% Некомфортні стосунки з іншими відвідувачами/відвідувачками
9% Незручний розклад занять	9% Якщо він працюватиме лише у будні дні
8% Незадоволення якістю надання заходів/послуг	9% Якщо приміщення не пристосовано або недостатньо пристосовано для людей з різним рівнем можливостей
6% Якщо ніхто зі мною не піде, а там немає моїх знайомих	6% Якщо час роботи буде незручним
5% Якщо він працюватиме лише у будні дні	6% Незручний розклад занять
4% Якщо приміщення не пристосовано або недостатньо пристосовано для людей з різним рівнем можливостей	3% Якщо там застарілий дизайн приміщення
3% Якщо там застарілий дизайн приміщення	3% Якщо мої батьки/опікуни будуть проти того, щоб я відвідував/(-ла) такий заклад
2% Якщо мої батьки/опікуни будуть проти того, щоб я відвідував/(-ла) такий заклад	
1% Інше (Ковід-19, важко відповісти)	

* у % від кількості опитаних віком 10-35 років (n=227)
 ** лише один варіант відповіді

*у % від кількості опитаних із вразливих та/або малопредставлених груп (n=35)
 ** лише один варіант відповіді

Які 3 складові найважливіші для молодіжного центру, в який ви б хотіли повернутися?



Сучасний молодіжний центр з точки зору вікової групи старше 35 років

Щоб доповнити опитування експертною думкою вікової групи респондентів старше 35-ти років, їхні відповіді були проаналізовані окремо.

З більшості питань їхні думки збігаються з думками групи до 35-ти років, але деякі потреби були більш релевантними для цієї вікової когорти:

Покращення якості життя спільноти мало велике значення як для вікової групи 10-35 років, так і для групи старше 35 років. Але різниця полягає в тому, що для старшої вікової когорти вивчення чогось нового мало таке ж значення, як і покращення якості життя спільноти. Крім того, представники старшої вікової групи розглядали подібний заклад як місце де можна поділитися своїми знаннями та досвідом.

Описуючи своє бачення ідеального молодіжного простору, респонденти старшої вікової групи були більш зосереджені на можливостях спілкування і саморозвитку, називаючи таке місце «місцем для самовдосконалення» або місцем для реалізації власного потенціалу на благо суспільства. Крім того, для цієї вікової когорти також важливо усвідомлювати власну цінність: «відчуття того, що ваш досвід унікальний і затребуваний».

Говорячи про потреби в знаннях і пріоритети в отриманні консультацій, група респондентів віком старше 35 років була більше зосереджена на зайнятості, підприємництві та потребах у фінансуванні:

- Заручитися допомогою в написанні проєктних пропозицій для отримання грантової допомоги
- Отримувати консультації з ведення та просування свого бізнесу
- Мати змогу рости професійно, отримуючи консультації з питань кар'єри та можливостей для розвитку навичок

Зокрема, розвивати комунікативні навички, ораторську майстерність, планування, фінансову та комп'ютерну грамотність, навички роботи в програмі Photoshop, роботу з 3D-принтером, іноземні мови.

Крім того, ця вікова група також була відкрита для творчого розвитку (грі на музичних інструментах або малюванні) та громадської активності шляхом розробки особистих проєктів.

Незручний графік роботи та відсутність релевантних послуг були основними причинами того, щоб не відвідувати молодіжний простір для вікових категорій старше та молодше 35 років. Але для респондентів старше 35 років місце розташування не відіграє таку ж важливу роль, як для молодшої групи. Для першої групи набагато важливішими були відносини з персоналом та іншими відвідувачами (17%) і якість послуг (17% респондентів старше 35 років).

Як і в інших вікових групах, найважливішим фактором, що спонукає людей старше 35 років повертатися в молодіжний простір, була атмосфера спокою, безпеки і поваги (це було важливо для 72% респондентів в підвибірці). За аналогією з молодшою групою, цікаві програми та заходи відіграють важливу роль для 67% з них. Але різниця полягає в тому, що для половини респондентів (50%) був цінним доступ до нових технологій та інновацій порівняно з 35% у загальній вибірці.

Висновки і рекомендації

Відвідуваність молодіжних центрів

Результати дослідження окреслили різні виклики на шляху до збільшення відвідуваності молодіжних центрів. З одного боку, існує низька обізнаність щодо молодіжних центрів у громадах – 25% молоді не знають, чи є такі заклади у їхній громаді. З іншого боку, рівень відвідуваності також дуже низький – більше половини (60%) тих респондентів, які знали про молодіжні центри у своєму населеному пункті, ніколи їх не відвідували.

Дані вказують на потребу з боку місцевих органів влади у створенні комунікаційних кампаній для інформування молоді про молодіжні центри у своїх громадах, а також про можливості, які ці центри пропонують. Наприклад, для тих, хто ніколи не відвідував молодіжний центр, але знав про таке місце у своїй громаді, основною причиною відсутності відвідування стала відсутність інформації про такі місця (44%). Враховуючи, що в підгрупі вразливої та/або недостатньо представлені молоді частка тих, хто знав про молодіжний центр, але ніколи його не відвідував, була вдвічі більшою, ніж у загальній вибірці (34% проти 17%), такі комунікаційні кампанії мають бути спрямовані на потреби різноманітних груп молоді. Говорячи про брак інформації про такі центри, респонденти зазначили, що хотіли б знати, які заходи там проводяться і коли, як можна взяти участь, а також мати більше інформації про доступність місця проведення. Останнє особливо важливо для вразливих груп молоді (половина з них сказали, що знають про це місце, але не відвідують його через брак інформації про нього), також 17% вразливої молоді назвали незручне розташування та 8% - те, що приміщення не пристосовано або недостатньо пристосовано для людей з інвалідністю.

Комунікаційні кампанії також мають враховувати фактори, які мотивують молодь відвідувати такі заклади, а саме, спілкування з однолітками (20%) та особистісний розвиток (20%). Також, на думку молоді, більш заохочуючою до відвідування є назва «Молодіжний простір» (59%).

Інша рекомендація для урядових акторів – відкрити величезний потенціал молоді, безпосередньо залучаючи їх до розвитку мережі молодіжних центрів. Наприклад, респонденти опитування були готові брати участь в управлінні молодіжними центрами, приймаючи спільні рішення з працівниками закладу, обговорюючи ідеї та спільно реалізуючи їх на практиці. Дух волонтерства залишається високим серед молоді, що представляє величезні можливості для влади та програми «Мріємо та діємо».

Концепція сучасного молодіжного центру

Результати дослідження окреслили низку бажаних молоддю параметрів та особливостей сучасного молодіжного центру. Так, згідно бачення молоді, такі заклади – це сучасні (доступні онлайн та офлайн), інклюзивні (з рівними можливостями для кожного) фізичні простори, працівники яких перебувають «на тій самій хвилі, що і молодь». Респонденти хотіли б, щоб приміщення молодіжного центру передбачало простір для проведення заходів, класні кімнати, бібліотеку, спортивні майданчики та місця для творчості. Також важливою особливістю молодіжного центру було зазначено можливість отримувати підтримку, зокрема, завдяки побудові комфортних стосунків з батьками та однолітками.

Влада може використати ці результати дослідження для розробки набору стандартизованих параметрів мережі молодіжних центрів. Ці параметри можуть включати «тверді» (дизайн фізичних приміщень) та «м'які» (формування навичок) особливості сучасного молодіжного центру. Наприклад, респонденти назвали декілька пріоритетних напрямків розвитку, які має підтримувати сучасний молодіжний центр:

- М'які навички та життєві навички
- Самовизначення, професійна орієнтація, можливості працевлаштування
- Підприємництво
- Маркетинг в соціальних мережах
- Управління проєктами
- Організація та проведення заходів
- Комп'ютери та технології
- Мови (англійська, українська, розмовні клуби)
- Мистецтво (майстер -класи ручної роботи, танці, малювання, музика, література, дизайн тощо)
- Фізичний розвиток (здорове харчування та здоровий спосіб життя)
- Психологія, психологічне здоров'я
- Пізнання світу(різні культури, релігії, астрологія, історія міст та мистецтв)
- Покращення якості життя спільноти та підвищення рівня громадської активності
- Екологія та охорона навколишнього середовища
- Написання проєкту на отримання гранту та подання заявки на фінансування
- Законодавство і право

Зокрема, респонденти зазначили можливість отримати безкоштовні консультації як важливу складову сучасного молодіжного центру. Молодь прагне експертних консультацій у кількох сферах, зокрема психологічної підтримки (56%), підтримки розвитку бізнесу (35%), юридичні консультації (25%), консультації із професійної орієнтації (24%), консультації експертів/експерток з реалізації соціальних ініціатив (22%). Цікаво, що коли молодих людей запитували про ключові риси молодіжного простору, до яких вони хотіли б повернутися, вразлива та недостатньо представлена молодь згадувала "психосоціальну підтримку" у три рази більше, ніж загальна вибірка (23% проти 7%). Суб'єкти політики повинні брати до уваги консультації в цих областях, адаптовані до потреб різноманітної молоді, як невід'ємну частину стандартів молодіжного центру.

* Дослідження втілено в рамках [програми «Мріємо та діємо»](#). Програма впроваджується за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) та виконується IREX у партнерстві з Будуємо Україну разом (БУР), Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» (CSR Ukraine), Making Cents International (MCI), Міжнародним республіканським інститутом (IRI) та Zinc Network.

** Цей звіт став можливим завдяки щирій підтримці американського народу через Агентство США з міжнародного розвитку(USAID). Зміст цього матеріалу є відповідальністю IREX і не обов'язково відображає погляди USAID чи Уряду Сполучених Штатів.