

Аналітична записка по залученню молоді до суспільно-політичного життя через участь в ОГС

Серпень, 2021 р.

Зміст

Аналітична записка по залученню молоді до суспільно-політичного життя через участь в ОГС	1
Залученість молоді у політичне та громадське життя	1
Результати веб-опитування молодіжних ОГС	7
Організаційний розвиток та підвищення спроможності	7
Проблеми молоді, заявлені респондентами	12
Короткі підсумки	16

На жаль, в Україні не проводиться системного збору та аналізу даних щодо політичного та громадського залучення молоді (14-35 рр.) у життя країни. У цьому розділі наводиться резюме наявної інформації щодо вказаних питань, основними джерелами якої є щорічні опитування серед молоді, що проводяться з 2016 р. Окрім політичного та громадського залучення, а також думки щодо молодіжної політики та її аспектів, ці опитування висвітлюють позицію молоді по інших питаннях, які не включені у дане резюме.

Залученість молоді у політичне та громадське життя

В Україні за різними даними існує приблизно 20 тисяч активних різноманітних громадських організацій, що працюють з найрізноманітнішими питаннями. Наразі не існує деагредованих даних стосовно типу їхньої діяльності, розміру, географії діяльності тощо. Окрім цього, є проблематичним визначення критеріїв активності громадської організації, тому зазвичай критерієм є подача щорічних звітів про діяльність ОГС до податкових служб. Відповідно, визначити точну кількість молодіжних організацій або організацій, які працюють з питаннями молодіжної політики, наразі є складним завданням. Проте, існують дані стосовно залучення молоді до політичного та громадянського життя в Україні.

Станом на 1.01.2021 р., в Україні проживає 10,6 млн молоді у віці 14-35 рр¹. Відповідні цифри станом на 1.01.2020 р. — 11,3 млн.², на 1.01.2019 - 10,9 млн.³, на 1.01.2018 — 11,2 млн.⁴, 1.01.2017 — 11,5 млн.⁵, 1.01.2016 р. — 11,83 млн. На рис. XX представлений рівень обізнаності про існування молодіжних та дитячих організацій. Як видно, з 2017 р. обізнаність зростає, проте нерівно (коливання на сегменті “Ні, не знаю”). Такі коливання не мають контекстуального пояснення, проте можна припустити, що респонденти не мають чіткого уявлення про те, чим саме є молодіжна або дитяча організація, який спектр її можливих повноважень і форм роботи тощо.

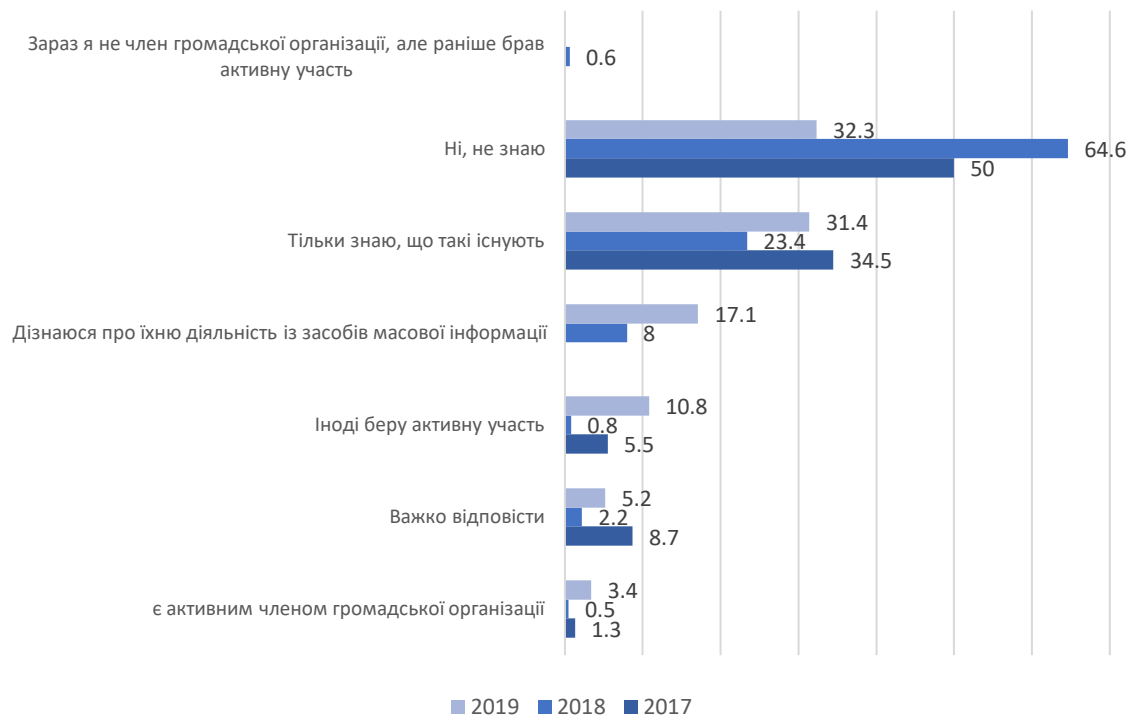


Рис. 1 — Знання про існування молодіжних та дитячих громадських організацій, %

На рис. 1 представлена обізнаність молодих людей про існування МДГО. У порівнянні з 2017 р. (5,5%), у 2019 р. 10,8% час від часу беруть участь у роботі таких організацій, проте

¹ Тут і далі, якщо не вказано інше: дані щорічного опитування молоді «Молодь України» надані Міністерством молоді та спорту України та Державним інститутом сімейної та молодіжної політики

² Державне управління статистики (2019). Населення України. Доступ: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2020/zb_nas_2019.pdf

³ Державний інститут сімейної та молодіжної політики (2018). Молодь на ринку праці: навички 21 ст. та побудова кар'єри. Доступ: https://sport.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna_dijalnist/shorichni_dopovidi/shorichna-dopovid-pro-stanovishe-molodi.pdf

⁴ Державний інститут сімейної та молодіжної політики (2018). Участь молоді у процесах формування держави. Доступ: https://sport.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna_dijalnist/shorichni_dopovidi/dopovid.pdf

⁵ Державний інститут сімейної та молодіжної політики (2016). Ціннісні орієнтації сучасної української молоді. Доступ: https://sport.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna_dijalnist/shorichni_dopovidi/shorichna-dopovid-pro-stanovishe-molodi.pdf

активна участь за цей період зростає в межах статистичної похибки.

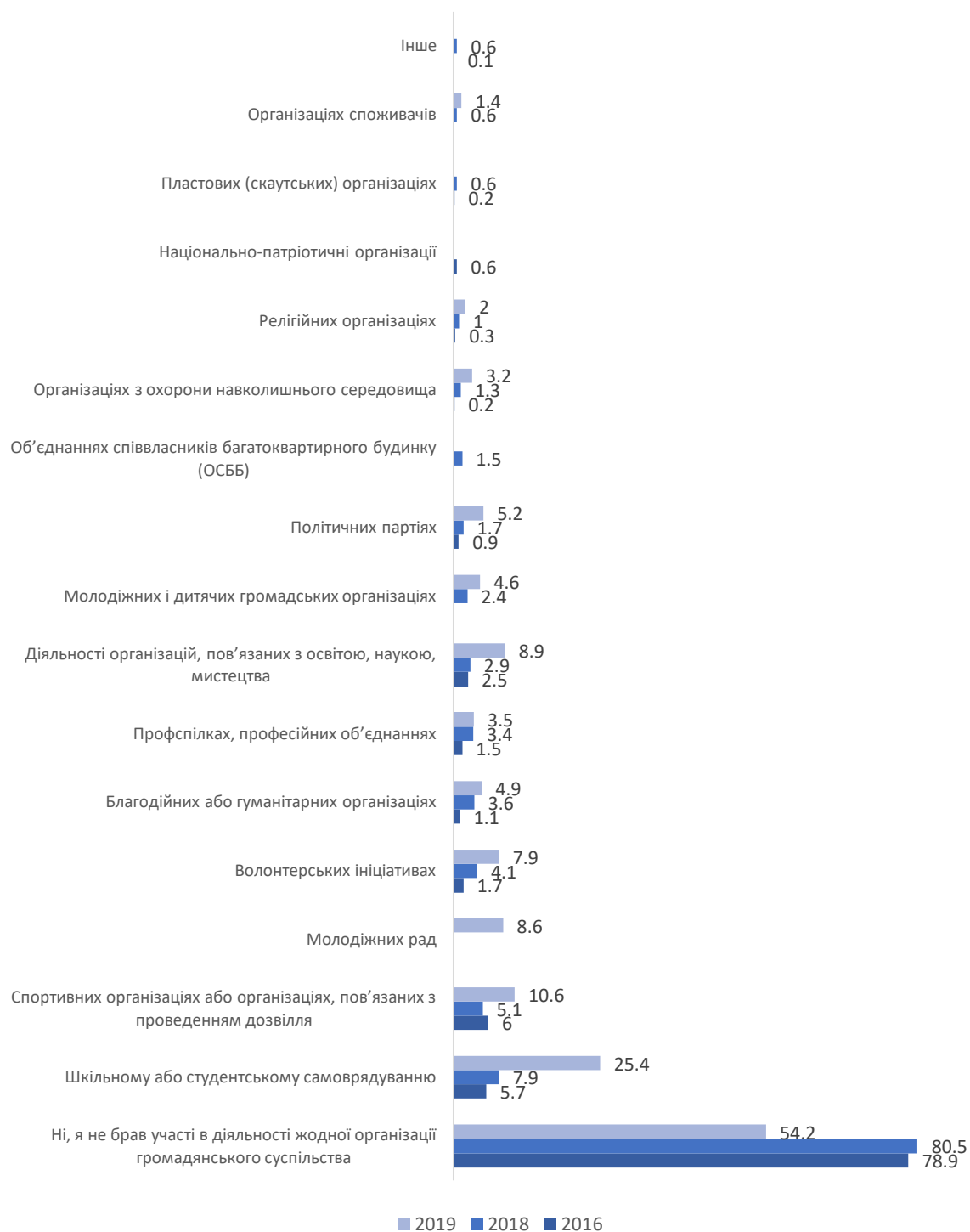


Рис. 2 — Залученість молоді у громадську діяльність*, % (питання з можливістю обрати кілька варіантів відповіді)

Як видно з рис. 2, 54,2% молоді не залучаються до діяльності організацій громадянського суспільства, проте ця цифра є значно нижчою за показники 2016 та 2018 рр. (78,9 та 80,5% відповідно). Потрібні додаткові дані, які би допомогли пояснити такий

сплеск активності. Проте, на рис. XX видно зростання участі в організаціях учнівського або студентського самоврядування—*подібну тенденцію можна використати для збільшення залученості молоді в життя громади через спільні проекти між містом чи містечком та школами чи ВНЗ.*

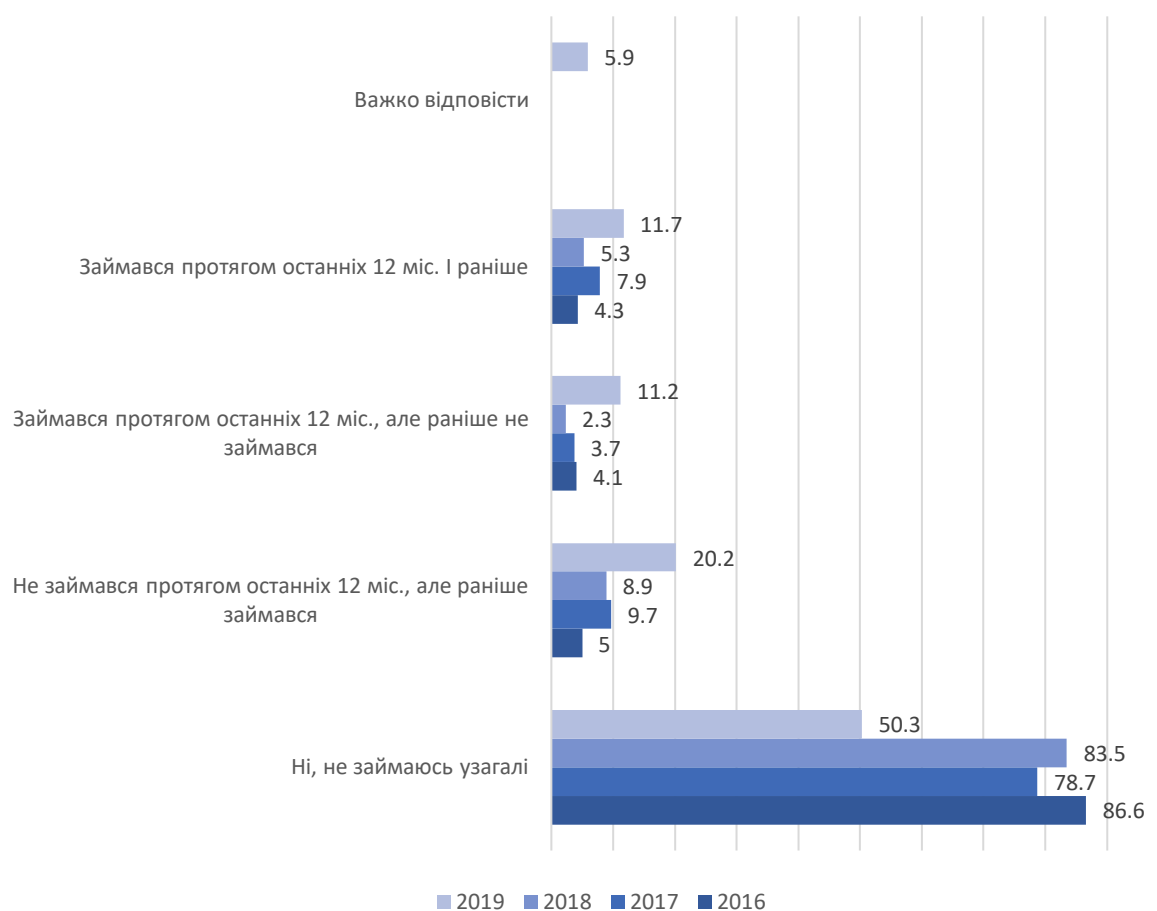


Рис. 3 — Залученість до волонтерської діяльності, %

На рис. 3 зображена динаміка залучення молоді до волонтерства. Як видно, з 2016 р. є нерівномірна, але позитивна динаміка щодо залученості. Проте, з опитувань невідомо, чи молодь бере участь в українських чи міжнародних волонтерських ініціативах.

Ми спробували зрозуміти, чи є кореляційний зв'язок між підтримкою чи невідтримкою молоддю загального курсу розвитку країни на свіжих даних про участь молоді в організаціях громадського суспільства та їхнього залучення до висловлення своєї думки через інструменти демократичного залучення, наданих IRI Україна⁶. Проте, жодних значущих кореляцій (коефіцієнт Пірсона, кореляція вважалася значущою при значенні $r > 0.3$ або $r < -0.3$) виявлено не було⁷. Це означає, **що залученість та вираження думки непов'язані із загальною згодою чи незгодою молоді стосовно напрямку розвитку**

⁶ International Republican Institute Ukraine (2021). Українська молодь сьогодні: національне опитування. Доступ: <https://www.iri.org.ua/novini/ukrainska-molod-sogodni-rezultati-nacionalnogo-opituvannya>. Масив даних було надано для внутрішнього використання

⁷ Коефіцієнти кореляції були розраховані тільки для респондентів віком 16-35 рр.

країни. Гіпотетично, це може бути пов'язано з недовірою до суспільно-політичних інституцій або ж невіру в те, що інструменти та вираження незгоди якимось чином можуть вплинути на стан справ.

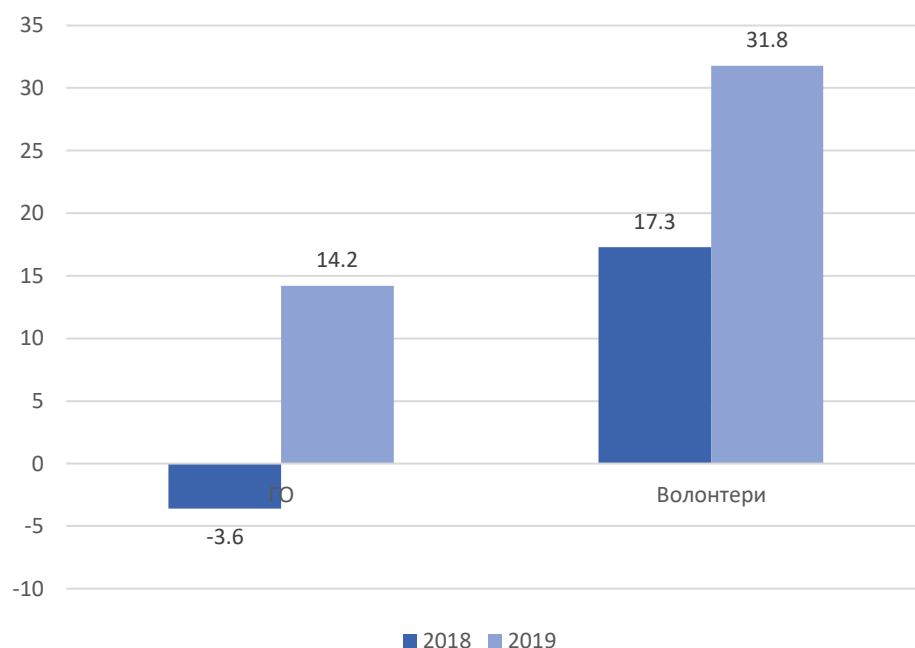


Рис. 4 — Баланс довіри та недовіри до громадських об'єднань та волонтерів, %

У 2019 р. також зафіксовано значне підвищення рівня довіри до громадських об'єднань та волонтерів — на 17,8 та 14,5% відповідно. Потрібне додаткове дослідження, яке допомогло би зрозуміти причини такого зростання. Проте, можна зробити кілька припущень, **які підлягають перевірці** у наступних дослідженнях:

- збільшення довіри пов'язано з підвищенням рівня залученості до діяльності ОГС та волонтерських ініціатив;
- підвищення ефективності зовнішньої комунікації ОГС та волонтерських ініціатив
- збільшення проникнення інформації про різні активності ОГС та волонтерських ініціатив, що необов'язково є наслідком комунікаційної стратегії таких ОГС та волонтерських ініціатив.

Окрім цього, не слід виключати, що в даних є помилка. Це стосується і показників різкого зростання довіри, і залученості молоді до діяльності ОГС.

Станом на 2019 р., найбільшим балансом довіри користується Президент України (48,3%) та різні міжнародні та наднаціональні організації (рис. XX нижче). *Громадські організації та волонтерські служби доволі часто мають спільні проекти з міжнародними та наднаціональними організаціями, тому це можна висвітлювати у зовнішніх комунікаціях і таким чином, підвищувати довіру до роботи ОГС.*

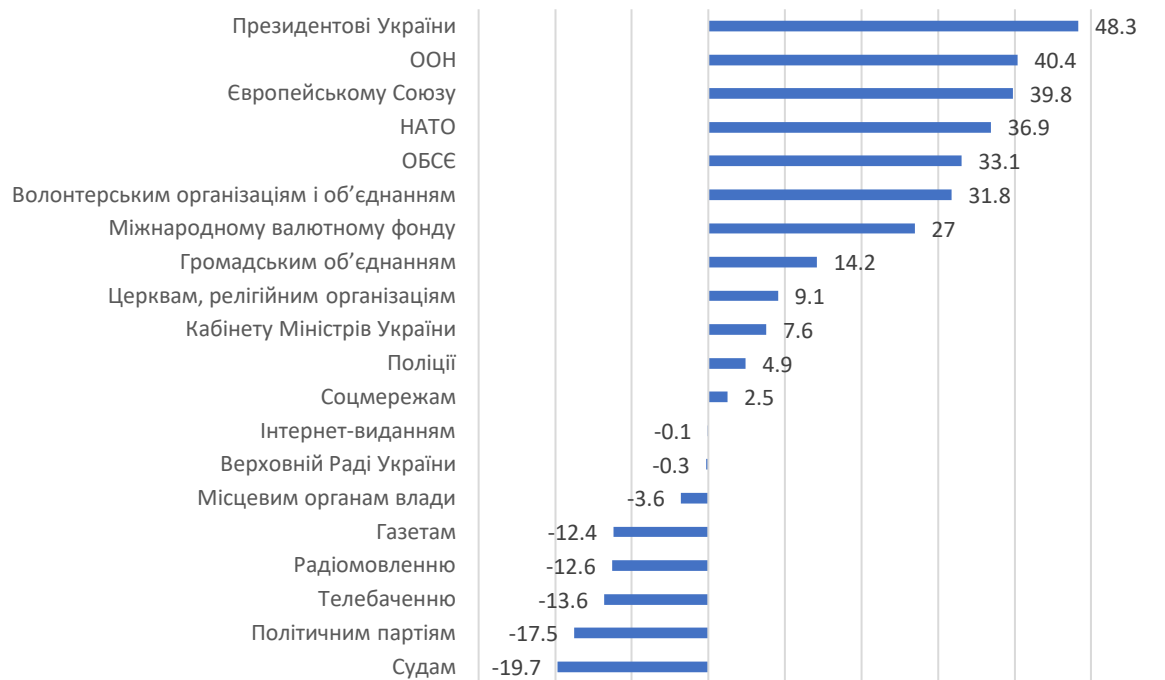


Рис. 5 — Баланс довіри та недовіри до різних інституцій, %

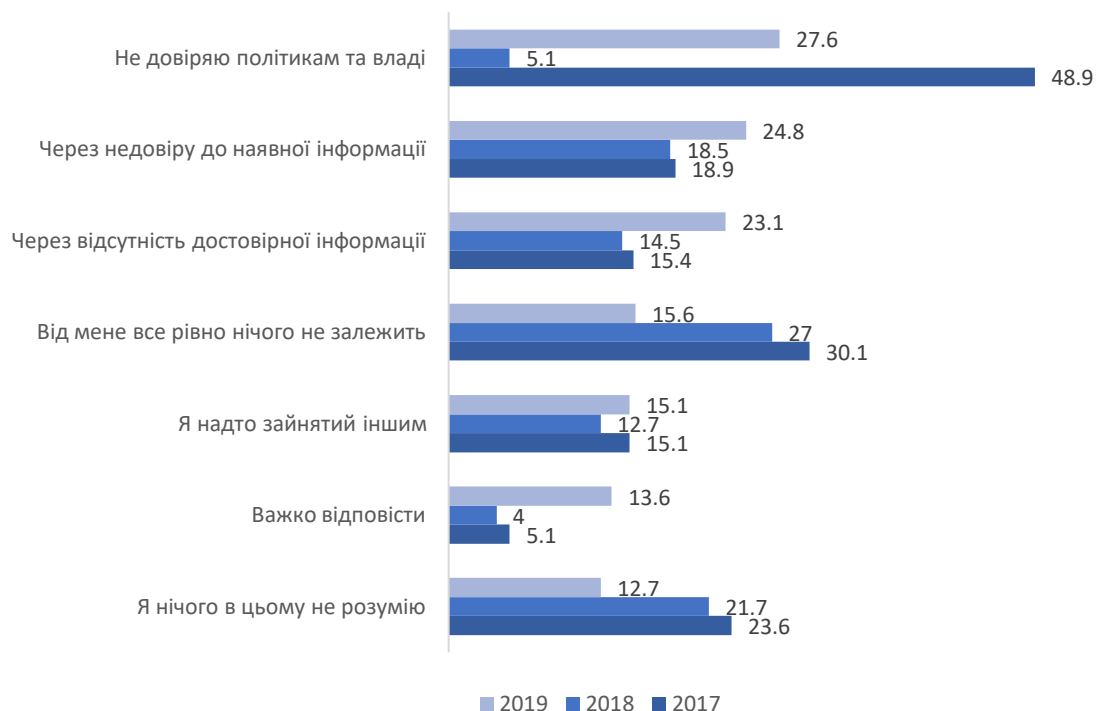


Рис. 6 — Причини незацікавленості політикою серед молоді, % (множинність варіантів відповіді)

На рис. 5 ми також бачимо зниження недовіри до політиків та влади у 2019 р. у порівнянні з 2016 р. Окрім цього, у контексті балансу довіри до різних типів ЗМІ, який є або від'ємним (у випадку традиційних медіа), або низьким (соцмережі — 2,5%) є цікавим

зростання і недовіри до доступної інформації, і сумніви в її достовірності.

Частково практики медіаспоживання висвітлені у спеціальному звіті IREX, присвяченому лідерам думок серед молоді у соцмережах⁸. П'ятірка лідерів: Уляна Супрун, Яніна Соколова, Сергій Притула, Борислав Береза, Валерій Анан'єв. По регіонах розподілення таке: Центр — Яніна Соколова, Південь та Схід — Анатолій Шарій, Захід — Сергій Притула. Основними каналами медіаспоживання молоді є соцмережі — Instagram лідирує серед вікового сегменту 13-15 рр (82%), Facebook — 16-35 рр. (64%), TikTok набирає популярності серед молоді віком 10-15 рр. (32%)⁹.

Результати веб-опитування молодіжних ОГС

У веб-опитуванні, розробленому ІСАР Єднання та Міністерством молоді та спорту України, взяли участь 58 молодіжних організацій. Вибірка є зручною (convenience sample) та нерепрезентативною, тому наведені нижче результати слід розглядати як узагальнення зі структурованих письмових "інтерв'ю", що висвітнюють наявність певних тенденцій.

Організаційний розвиток та підвищення спроможності

На рис. 7 представлені зведені результати по бажаних сферах організаційного розвитку серед респондентів. Описові статистики наведені у табл. 1.

⁸ IREX Ukraine (n.a.). Who Influences Ukrainian Youth on Social Media. Доступ: <https://www.irex.org/sites/default/files/node/resource/Who%20influences%20Ukrainian%20youth%20on%20social%20media%20report.pdf>

⁹ International Republican Institute Ukraine (2021). Українська молодь сьогодні: національне опитування. Доступ: <https://www.iri.org.ua/novini/ukrainska-molod-sogodni-rezultati-nacionalnogo-opituvannya>. Масив даних було надано для внутрішнього використання

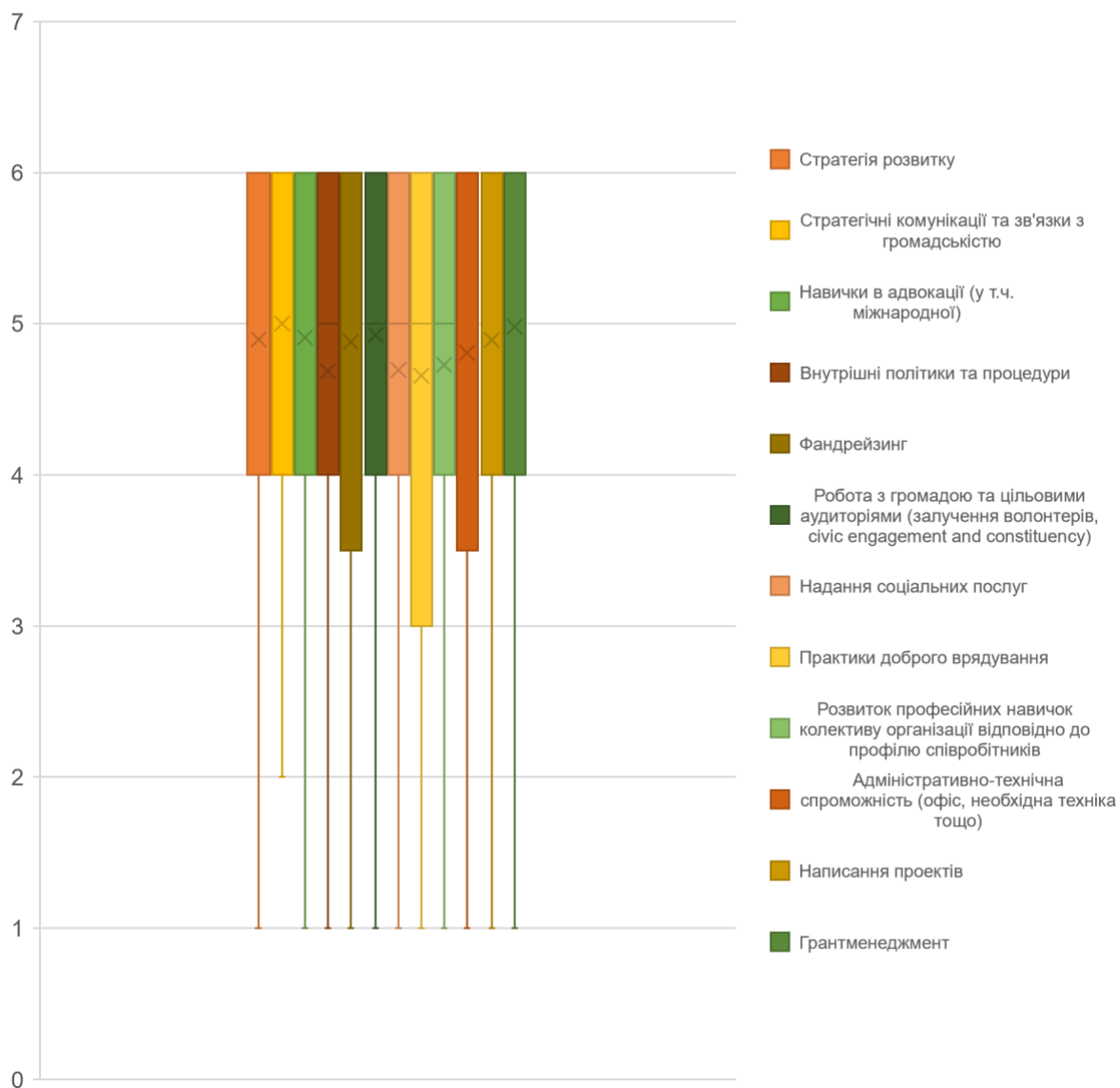


Рис. 7 — Актуальні напрямки підвищення організаційного розвитку та спроможності, бали (1 — абсолютно неважливо, 6 — дуже важливо)

Таблиця 1 — Описові статистики «Потреби в оргрозвитку»

	Стратегія розвитку	Стратегічні комунікації та зв'язки з громадськістю	Навички в адвокації (у т.ч. міжнародної)	Внутрішні політики та процедури	Фандрейзинг	Робота з громадою та цільовими аудиторіями (залучення волонтерів, civic engagement and constituency)	Надання соціальних послуг	Практики доброгосудування	Розвиток професійних навичок колективу організації відповідно до профілю співробітників	Адміністративно-технічна спроможність (офіс, необхідна техніка тощо)	Написання проектів	Грантменеджмент
Середнє	4.90	5.00	4.91	4.68	4.88	4.93	4.70	4.65	4.73	4.81	4.89	4.98
Медіана	6.00	6.00	6.00	5.00	6.00	5.00	5.00	5.00	5.00	6.00	6.00	6.00
Міжквартильний розмах	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.50	2.00	2.00	2.00	2.00
Стандартне відхилення	1.41	1.32	1.53	1.56	1.52	1.27	1.36	1.38	1.48	1.53	1.42	1.44
Розходження	1.99	1.75	2.34	2.43	2.32	1.62	1.85	1.90	2.20	2.34	2.02	2.06

Сферами, які отримали найвищий пріоритет у респондентів, є: стратегія розвитку, стратегічні комунікації, навички в адвокації, фандрейзинг, написання проєктів, грантменеджмент та адміністративно-технічна спроможність. Вони мають схожий малюнок розподілу (окрім стратегічних комунікацій та фандрейзингу) та медіану — 6. **Це означає, що більше 50% респондентів надали цим сферам найвищу пріоритетність.** Якщо розглядати середні значення — усі вони знаходяться в діапазоні 4,65-5.0 балів, зі стандартним відхиленням від середнього в межах 1,27-1,56.

Відносно найменш затребуваними сферами організаційного розвитку є практики доброго врядування та внутрішні процедури та політики. Проте, показники пріоритетності для цих сфер є все рівно високими в абсолютних величинах.

На рис. 8 представлена самооцінка респондентів роботи їхньої організації у певних напрямках. Повні описові статистики представлені в таблиці XX.

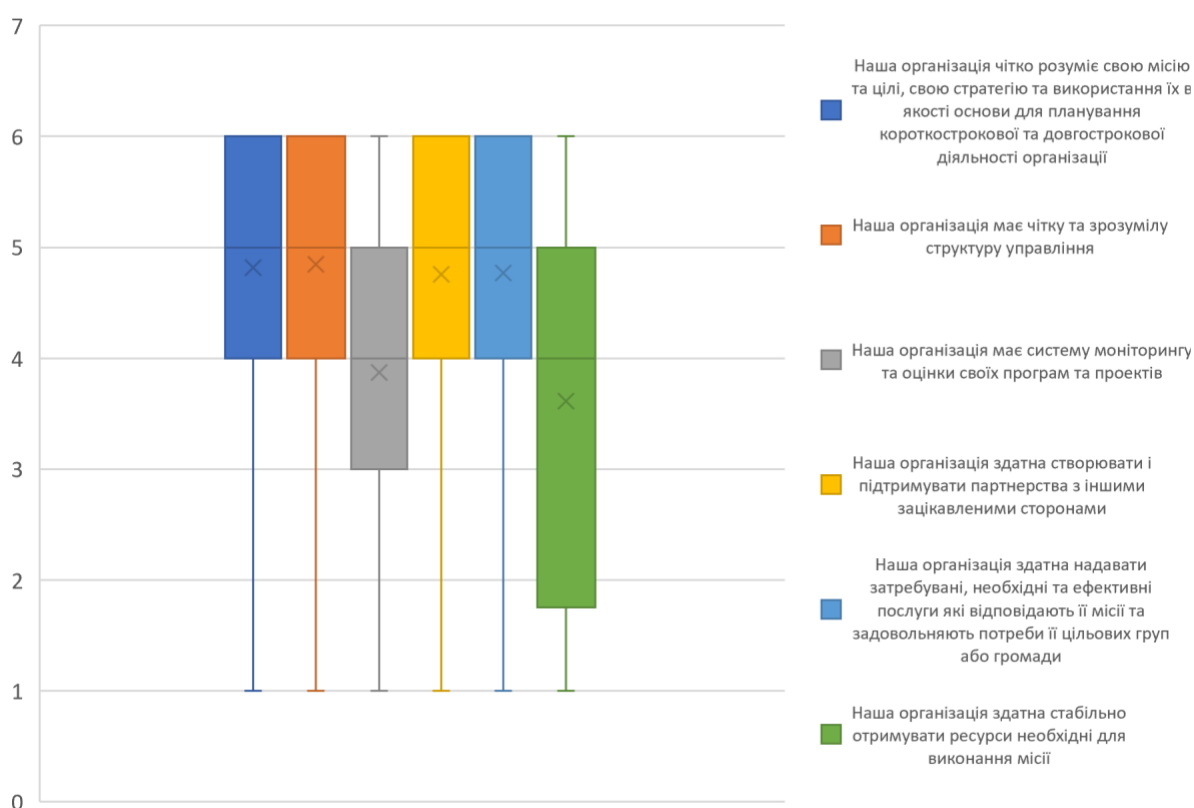


Рис. 8 — Самооцінка респондентів, бали (1 — дуже не погоджуюся, 6 — дуже погоджуюся)

Таблиця 2 — Описові статистики, «Організаційна самооцінка»

	Наша організація чітко розуміє свою місію та цілі, свою стратегію та використання їх в якості основи для планування короткострокової та довгострокової діяльності організації	Наша організація має чітку та зрозумілу структуру управління	Наша організація має систему моніторингу та оцінки своїх програм та проектів	Наша організація здатна створювати і підтримувати партнерства з іншими зацікавленими сторонами	Наша організація здатна надавати затребувані, необхідні та ефективні послуги які відповідають її місії та задовольняють потреби її цільових груп або громади	Наша організація здатна стабільно отримувати ресурси необхідні для виконання місії
Середнє	4.81	4.85	3.87	4.76	4.77	3.61
Медіана	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00
Міжквартильний розмах	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00
Стандартне відхилення	1.33	1.34	1.63	1.52	1.50	1.92
Розходження	1.78	1.78	2.64	2.30	2.25	3.68

Як видно з рис. XX, найслабшими місцями в організаціях респондентів є система моніторингу та оцінки програм і проектів та здатність стабільно залучати ресурси для виконання місії. Останній напрямок має також найбільше розходження — оцінки цієї сфери найбільш розпорошені відносно середнього. Обидві сфери також мають найменшу медіану — 4. Проте, слід зауважити, що для адекватної самооцінки також необхідний певний рівень компетенцій, а на цьому етапі визначити, чи організації мають такий рівень, не є можливим. Тому до цих оцінок слід ставитися з обережністю.

Серед основних викликів, які були зазначені респондентами, можна узагальнити такі: фінансування, відсутність приміщень або матеріально-технічної бази, зовнішні комунікації, оцінка цільової аудиторії як пасивної та відчуття недостатньої підтримки зі сторони місцевої влади. Були також зазначені бюрократичні перепони для громадських та неприбуткових організацій.

Серед основних перемог, які респонденти вирішили висвітлити, — досягнення проектного типу, причому зазначені без конкретики. Цьому, припускаємо, може бути кілька причин:

- респонденти мають низьку спроможність комунікувати свої результати та досягнення;
- респонденти мають низьку спроможність відслідковувати й оцінювати результати та досягнення;
- респонденти мають низьку спроможність відділяти результати роботи від процесу виконання роботи.

Ці припущення потребують додаткової перевірки.

Проблеми молоді, заявлені респондентами

На рис. 9 показаний розподіл та середні значення для відповідей респондентів щодо проблем, з якими стикаються молоді люди у їхніх громадах; у табл. 3 представлені описові статистики.

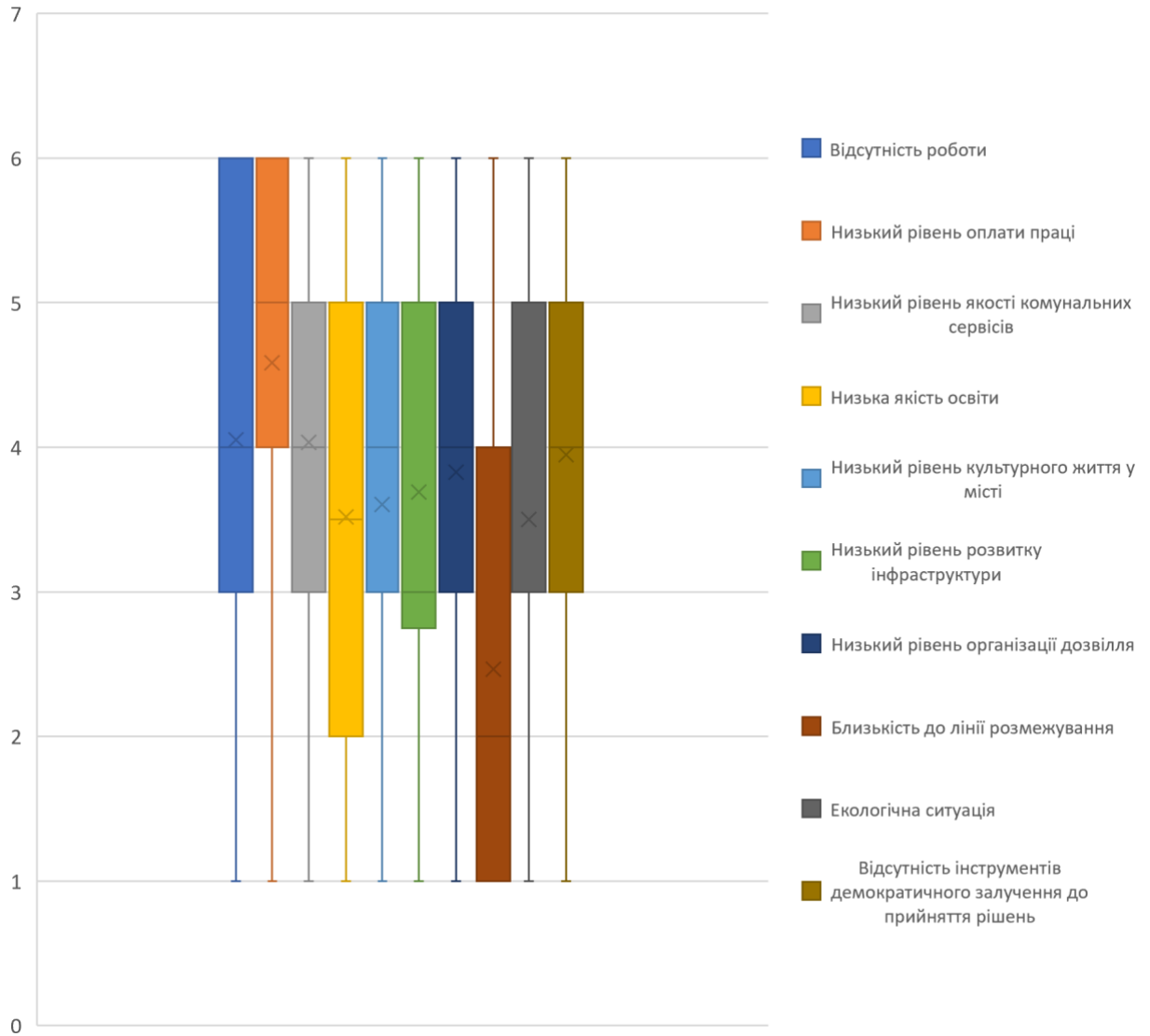


Рис. 9 — Проблеми молоді, бали

Таблиця 3 — Описові статистики, «Проблеми молоді»

	Відсутність роботи	Низький рівень оплати праці	Низький рівень якості комунальних сервісів	Низька якість освіти	Низький рівень культурного життя у місті	Низький рівень розвитку інфраструктури	Низький рівень організації дозвілля	Близькість до лінії розмежування	Екологічна ситуація	Відсутність інструментів демократичного залучення до прийняття рішень
Середнє	4.05	4.59	4.03	3.52	3.60	3.69	3.83	2.46	3.50	3.95
Медіана	4.00	5.00	4.00	3.50	4.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00
Міжквартильний розмах	3.00	2.00	2.00	3.00	1.75	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00
Стандартне відхилення	1.73	1.53	1.57	1.54	1.44	1.59	1.60	1.75	1.41	1.56
Розходження	2.98	2.35	2.45	2.36	2.07	2.53	2.57	3.05	2.00	2.44

Усі показники, окрім близькості до лінії розмежування (не всі респонденти з відповідних регіонів), отримали помірний або високий бал — медіани в районі 3-5 балів. Показники економічного блоку — наявність роботи та рівень заробітної плати мають вищу оцінку за інші показники. У відповідях відкритого типу респонденти також відмічають міграцію молоді в міста з більшими можливостями, загальну пасивність молоді та незадовільний стан інфраструктури — мова не тільки про молодіжні центри чи специфічні для молоді заклади, але й про інфраструктуру в цілому — дозвіллеву, освітню. Припускаємо, що низькі середні бали по якості культурного життя та освіти також частково пов'язані з інфраструктурними питаннями. Усе це може впливати на рішення молоді покинути своє рідне місто в пошуках кращих умов для розвитку.

Тенденції молодіжної міграції у міста з розвинутою інфраструктурою та більшими економічними можливостями є загальносвітовою. У дослідженні CEDOS розкрито, які саме дозвіллеві, просвітні та культурні практики є ключовими для молоді — вони також залежать від вищезгаданої інфраструктури., а опитування щодо потреб молоді, проведене УАЛ разом з КМІС у м. Маріуполь, продемонстрували більшу привабливість великих міст України для молоді — Харків, Одеса, Київ, Дніпро. Щоб глибинно оцінити ситуацію в інших містах, потрібно провести подібні опитування та глибинні інтерв'ю серед їхньої молоді.

Молодіжні центри мають потенціал стати центром «тяжіння» молоді в своїх містах і містечках, якщо вони виконуватимуть сервісну функцію для молоді. На рис. 10 представлені ті функції, які молоді люди вважають доцільними для молодіжних центрів.



Рис. 9 – Бажані функції молодіжного центру, %¹⁰

Як видно, майже будь-який сервіс, покликаний допомогти молоді визначитися з подальшим розвитком або вирішити проблему, -- профорієнтація, консультації юристів або психологів, інформаційна просвітницька робота -- користувався би популярністю. Окрім цього, інша категорія запитів – це перебування в колективі та спільнотворчість – спортивні заходи, гуртки, реалізація проєктів. На разі активно відвідують молодіжні центри всього 6,7% молоді.

Короткі підсумки

- Більшість молодих людей не цікавиться політикою. Одна з основних причин — недовіра до політиків та владі, а також недовіра до інформації, яка циркулює у медіа.
- Навіть якщо молоді люди не схвалюють напрям розвитку, це незадоволення не має тенденції переходити в активне вираження своєї позиції через інструменти демократичного залучення — петиції, мітинги тощо. Лінійний кореляційний зв'язок відсутній. Це може означати, що незгода трансформується в іншу дію – плани емігрувати, ескапізм, соціальну апатію тощо. Проте, ці припущення потребують додаткового дослідження.
- Молодь майже не залучається до діяльності громадянського суспільства через

¹⁰ Запитання з можливістю обрати кілька варіантів відповіді

членство у громадських об'єднаннях. Проте, це неунікальне явище, тому що доросле населення також долучається до діяльності ОГС на рівні 4 % (Gatskov and Gatskova, 2020)¹¹.

- Серед основних проблем молоді, озвучених респондентами, -- проблеми економічного блоку: відсутність роботи та низька заробітна плата. Це відображає загальну тенденцію. За даними Держстату України станом на березень 2021 р., безробіття серед молоді 15-35 рр. складає 37%¹² Проте, інші проблеми – низький рівень освіти, культурного життя, якості комунальних сервісів та інфраструктури – також названі важливими. Молодіжні центри можуть стати сприятливими точками доступу для комунікації з молоддю через надання релевантних для неї послуг.
- **Серед респондентів майже усі сфери організаційного розвитку мають високий пріоритет. Проте найвищі середні бали мають комунікаційні напрямки – стратегічні комунікації та робота з громадою та бенефіціарами. Окрім цього, респонденти високо оцінюють поточний рівень розвитку своїх ОГС – розуміють місію, вміють надавати ефективні послуги тощо. Фандрейзинг є найслабшою точкою респондентів. Проте, до подібної самооцінки потрібно ставитися обережно, особливо якщо організації ніколи її не виконувала, так як належне виконання також потребує певної спроможності.**
- Рекомендується детальніше дослідити причини відвідування молодіжних центрів серед тієї частки молоді, яка це робить активно, а також тієї, яка знає про їхнє існування, але не відвідує їх. Ці дані допоможуть зрозуміти, як саме молодь дізнається про їхнє існування та що саме їх приваблює або стримує у відвіданні. Результати дозволять побудувати ефективнішу стратегію залучення.
- Рекомендується дослідити, яким чином молодь обирає висловлювати свою позицію щодо напрямку розвитку держави. Респонденти зазначали, що на їхню думку, молодь не знає/не вміє користуватися інструментами демократичного залучення. Кореляційного зв'язку між несхваленням напрямку розвитку і демократичним вираженням незгоди не виявлено. Потрібно зрозуміти, чи молоді люди дійсно не знають, яким чином можуть вплинути, чи мають інші причини та способи вираження невдоволення.

¹¹ Gatskova, K., & Gatskov, M. (2020). Civil Society in Ukraine. In Veira-Ramos, A., Liubyva, T. & Golovakha, E. (eds). Ukraine in transformation: from Soviet Republic to European society. Palgrave Macmillan

¹² Держстат (2021). Безробіття населення за методологію МОП за статтю, типом місцевості та віковими групами http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/rp/eans/bn_stmvg_21_ue.xls