



ЦЕННОСТИ И РАЗБИРАНИЯ ПРЕЗ МЛАДЕЖКИЯ ПОГЛЕД

Социологическо изследване на Младежки информационно –
консултантски център „ЗаЕДНО”

Младежки информационно-консултантски център „ЗаЕДНО“ работи в посока развитие на толерантно поведение, гарантиране правата на човека, превенция на езика на омразата и изграждането на младежите в гр. София и околността като активни и отговорни граждани на обществото.

Центърът предлага набор от информационни и консултантски услуги по права на човека, медийна грамотност и отговорно гражданство и организира обучения и работилници, насочени към развитието на ключови знания, умения и компетенции у младите хора чрез методите на неформално образование. Основна цел на МИКЦ „ЗаЕДНО“ е да мотивира младите хора да бъдат активна част от общество като подобряват средата около себе си.

Съдържание:

Увод	2
Методология и цели на изследването	3
Резултати от изследването	4
Интереси на младите хора	5
Информираност	8
Ценности и права на човека	11
Въпроси с отворен отговор	17
Заключение	20



Увод

Местната младежка работа е дейност в полза на общността и обединява в себе си различен тип практики за подкрепа и изграждане на благоприятна среда за развитие на младите хора. Съществуват различни определения и характеристики описващи младежката възраст, но едно от тях представя този период от човешкия живот като определен етап намиращ се между детството и зрелостта.¹ При приемане на това определение се очертава значението на този период като на преход между две различни по естество житейски ситуации или подготовка за преминаване от едната към другата. Младият човек е заобиколен от различни фактори и примери, участва в различни формални или неформални групи, придобива знание и опит, а следователно изгражда своите ценностни представи и индивидуален характер. Младежта се приема за социална позиция и по своему към нея принадлежат определени възможности и рискове, които не са изцяло характерни за други обществени групи. Именно поради специфични фактори с младежите се работи с определени конкретни политики целящи да спомагат за увеличаване на добрите шансовете и минимизиране на несигурността и отрицателните рискове. Основна характеристика за тази група, е че прекарва голяма част от времето си в учебни институции като етап на подготовка за предстоящата професионална реализация. Отношенията между младеж и външна среда е взаимно, а именно средата влияе пряко върху личността и личността изгражда среда извън себе си. Политиките насочени към младите хора са многосекторни и е немислимо да се ограничат в малко на брой сфери. Застъпват се теми като здраве, младежко предприемачество, гражданско участие, култура, изкуство, спорт, права на човека, ключови младежки умения и компетенции, превенция на агресията и наркотичните зависимости, младежка заетост и други. Възможностите и проблемните ситуации могат да бъдат от различен характер и е необходимо емпирично знание за особеностите на младежката общност, на база на което да се изгради адекватен подход и ефективни практики за спомагане на конкретната обществена група. Младежката работа е енергия за социална промяна и цели да подпомага социалното и личностното развитие на младите хора, предлага възможности за развитие на умения и компетенции по актуални и важни за тях теми. Дейностите на Младежко информационно - консултантски център „ЗаЕдно“ ще допринесе младите хора на територията на гр. София да се развиват като активни и отговорни граждани, действащи за подобряване на младежката култура в региона.

¹ "Youth". Macmillan Dictionary. Macmillan Publishers Limited. Retrieved 2013-8-15.

Методология и цели на изследването

Настоящото изследване е мотивирано от нуждата на МИКЦ „ЗаЕдно“ да получи информация за потребностите на целевата група, към която са насочени дейностите на организацията. Реализирани практики на база емпирично придобито знание за нуждите на крайния бенефициент са гарант за качество и ефективност. Допитване до мнението на младите хора по редица въпроси е признак, че взаимодействието между двете страни е целево и отговаря на актуални въпроси, спомага за разрешаване на актуални проблеми и добавя стойност към стремежа за постигане на положително въздействие.

Предварително формирани очаквани резултати от допитването са:

- *Определена отправната точка за работа по темите;*
- *Идентифицирани конкретните нужди и специфики на целевата група;*
- *Интегриране на целевата група в процеса на планиране и осъществяване на информационната и консултантска дейност, обученията и работилниците по интереси по проекта.*

За постигане на поставените цели бе използван количествен метод за регистриране на данни чрез изготвяне на анкетна карта (въпросник). Дейността на МИКЦ „ЗаЕдно“ е насочена към млади хора на възраст (15 – 29) години живеещи в град София. По актуални данни към дата 31.12.2016 на Национален статистически институт, младите хора на посочената възраст по местожителство в София – град са 251, 604 души.² Въз основа на този контекст изборът на количествено изследване очаква да обхване една част от тези граждани и да долови отношението им по поставените въпроси. Количествените методи по характер отговарят основно на въпроси от типа „колко“ и „какво“. За целта да достигне до повече души анкетната карта е разпространена по два начина: онлайн формуляр и хартиен носител. Онлайн формата е разпространена по различни канали посещавани предимно от млади хора (включително през платформата на МИКЦ „ЗаЕдно“ <https://mikczaedno.una.bg/>). Формулярите на хартиен носител са предоставени за попълване в университети и училища на територията на град София. Попълнените въпросници са 971 на брой. Извадката е непредставителна и от резултатите не може да се извеждат заключения за генералната съвкупност. По вид е типологична извадка (целева неслучайна) – включва единици, които отговарят на дадени интересуващи ни критерии

² www.nsi.bg/bg/content/2979/население-по-области-възраст-местоживееене-и-пол

(местоживеене и възраст). Анкетната карта включва общо 18 въпроса – 16 от тях са структурирани и 2 с отворен край. По съдържание най – общо се разделят на:

- *Демографски профил*
- *Нужди, интереси и ценности*
- *Информираност по теми*
- *Позиция по обществени въпроси*
- *Разбиране и познание по теми*

Резултати от изследването

Основните демографски характеристики, които се заложиха в изследването са пол; местоживеене; възраст и обучение.

Живеете в:	
София град	94,95%
София област	5,05%
Grand Total	100,00%

Основната целева група е младежи с местоживеене град София и именно поради тази причина резултатът е близо **95 %** . Останалите **5 %** от попълнителите са посочили София област.

Пол:	
Жена	48,30%
Мъж	51,70%
Grand Total	100,00%

В резултатите с характеристиката „пол“ се установява сравнителен баланс, като отговорилите мъже са – около **52 %**, а жени – **48 %**.

В коя възрастова група попадате ?	
15 – 19	65,19%
20 – 24	24,10%
25 – 29	10,71%
Grand Total	100,00%

По възраст респондентите са с преобладаваща възраст от 15 – 19 години с **65 %** от всички отговорили. Втората група по численост е тази на младежите на възраст от 20 – 24 години с **24%**, а близо **11 %** са попадащи във диапазона 25 – 29 години.

Вие сте:	
Необучаващ се към този момент	7,21%
Студент	30,28%
Ученик	62,51%
Grand Total	100,00%

Получените данни сочат, че близо **63 %** от общия брой попълнили са ученици, на следващото място с **30 %** са студенти към този момент, а най – малък дял от **7 %** е този на необучаващите се.

Познаването на нагласите свързани с интересите и ценностните разбирания на младите хора допринасят положително на МИКЦ „ЗаЕдно“ в процесите по изготвяне на методологии за реализиране на инициативи и планиране на дейности от различен характер. Необходимо е организираниите дейности, които са предложени на вниманието на младежите да отговарят до голяма степен на индивидуалните им интереси и представи. По този начин мотивацията на всеки един от участващите би била на високо ниво.



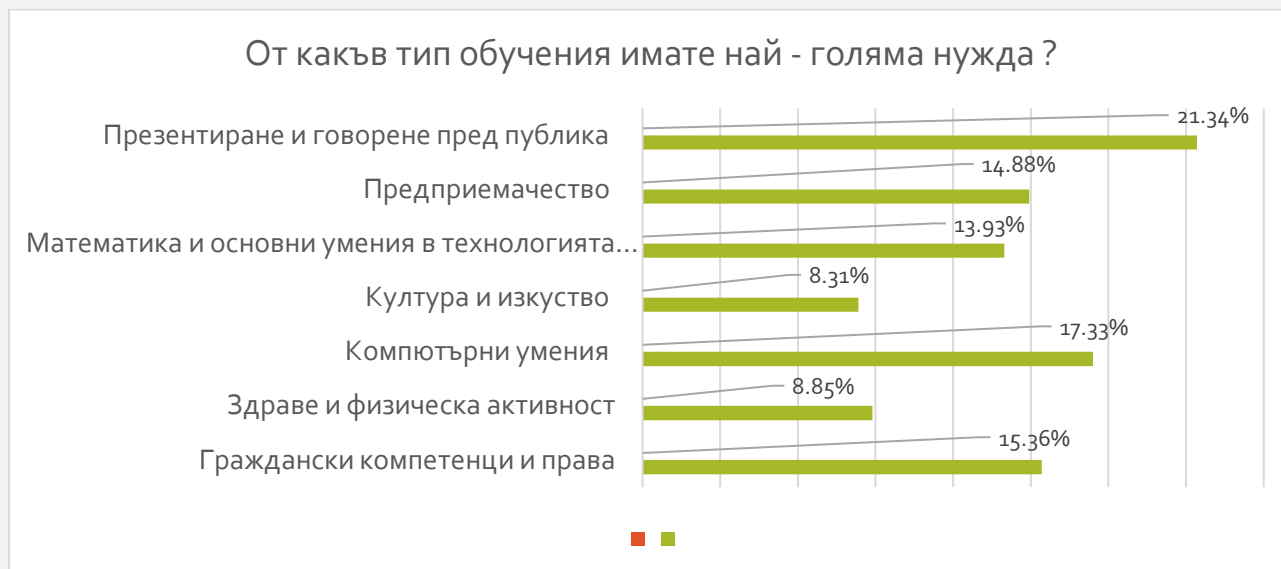
При така направеното запитване се открояват два отговора с близки резултати. Близо **23 %** от отговорилите декларират, че имат най – висок интерес към културни събития. Според дефиницията на United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO култура се определя като „...множеството от отличителни духовни,

материални, интелектуални и емоционални черти на дадено общество или обществена група, тя обхваща освен изкуството и литературата, начина на живот, формите на съжителство, ценностните системи, традициите и вярванията". Този тип събития могат да включват в себе си голям хоризонт от разнообразни теми и следователно младежите припознават своите интереси в някоя от тези области. Вторият по предпочитане е „обучение за развитие на личен капацитет“ с 21%. Основна характеристика на младежката възраст е възможността за придобиване на знания и умения по различни въпроси и чрез различен начин. Различни типове информация и знание заобикалят младите хора всекидневно, но непрестанно възниква нужда от нови умения и познания, които да отговарят на тенденциите в забързания глобален свят. Независимо от наличието на формална образователна система и множество достъпни информационни ресурси се забелязва, че младите отново с висок процент отбелязват желанието си за развитие на капацитет чрез определени обучения. На следващите място с 16 % е определен отговор „конференции и дискусии“. Конференциите по тип могат да бъдат академични. Представят се данни от научни изследвания или се дискутират на високо експертно ниво определени въпроси. Посвоему дискусиите представляват средство за изясняване на спорни въпроси за постигане на съгласие между различни страни в спора. С много близки резултати се нареждат международни младежки обмени (14,12%) и спортни събития (14.17%). Най – малко отговори събират възможностите бизнес семинари и онлайн обучения.



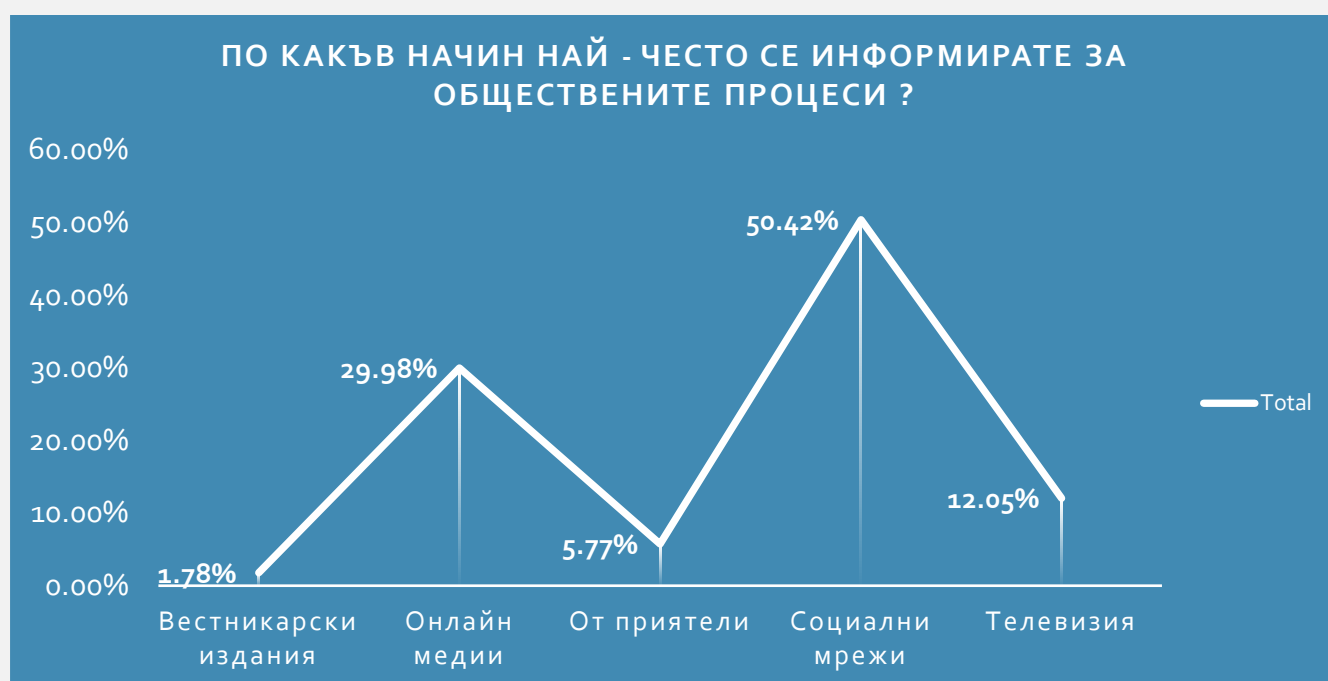
Категоричен е интересът към тема „медийна грамотност и критично мислене“ с 32 % от допитаните млади хора. Информационното общество, в което живеем предполага непрестанен достъп до информационни и комуникационни технологии. През 1980 година в книгата си Третата вълна, Алвин Тофлър пише: животът се превръща в „склад от

образи“, хората в ежедневието си ще са „обсипани с шрапнели от образи и информация.“ Според Оксфордски речник терминът „пост – истина“ (post – truth) е обявен за дума на годината през 2016-та. От една страна информацията е неизменно благо, но от друга при липса на контрол върху качеството води до дезинформация. Дезинформацията се приема за грешни данни, които много често се разпространяват умишлено, което може да доведе до манипулация на четящите. Именно поради този формулиран проблем е необходимо да се акцентира върху медийна грамотност и изграждане на критично мислене в младите хора. Важността и актуалността на темата ясно показва високия интерес към нея. В последователност на брой от отговорилите се нареждат теми „развитие на активно гражданско общество“ и „толерантност и развитие на ценности у младите“ – респективно с 17,67% и 17,01 %. Двете теми са от голямо значение за наличие на силно демократично общество, изградено от независими граждани. Посочените си приличат по това, че и двете са основни характеристики, чрез които се изгражда социалното тяло. Сравнително голям процент е с отговор „не мога да преценя“ – 15.04%. Най – непопулярни сред изброените възможности са „права на човека“ (12.73%) и „борба срещу езика на омразата към другия“ (5,27%). Във възможност /други/ на поставения въпрос се срещат следните отговори: глобално затопляне, държавно устройство, иновации и бизнес, родолюбие, доброволчество, икономика.



При този въпрос са предложени отговори на обучения от различен тип/категории с цел да се проследи към коя особена сфера има най – висок наличен интерес. От крайните

результати става ясно, че „презентиране и говорене пред публика“ се счита за особено важно качество и процент от 21.34% са посочили именно този отговор. На следващо място с особено висок процент от 17,33 % е „компютърни умения“. Подредбата на тези два типа обучения с най – висок интерес е признак за ясното разбиране относно актуалните специфични компетенции, които трябва да притежава един млад човек в условията на днешната контекстуална ситуация. С 15,36% е отговорът „граждански права и компетенции“. Предприемачеството събира 14,88 %, което е положителен знак за ясна мотивация и готовност при младите хора за развитие в тази сфера.



За целите на настоящото изследване се определи нужда да се посочат най – популярните начини, с които един млад човек си служи при информиране за обществените процеси. Посочените възможности за отговор могат да се разделят на онлайн и такива извън виртуалното пространство. Резултатите показват красноречиво, че онлайн методите за информация доминират на други възможни типове. Това е признак, че всяка неправителствена организация е необходимо да инвестира внимание към интернет пространството за промотиране на собствените си идеи и практики. Потвърждава се приетото мнение, че социалните мрежи генерират най – голямо количество информация и поддържат интереса на най – много млади хора.

За какво най - често използвате интернет ?



Като естествено продължение на предишния въпрос бе предприето питане за най – популярните дейности, за които младежите използват интернет. Резултатите се потвърждават и „социални мрежи и комуникация с приятели“ е с 41,15 % отговорилите. Търсене на информация също доминира с голям процент спрямо другите възможности (32,73%). Интересно е да се отбележи, че „онлайн книги и новини“ са само с 2.56 % от отговорилите независимо, че се забелязва тенденция за все по – голямо количество онлайн литература със свободен достъп. Може да се посочи като изненада крайно ниския процент от (0.74%) отбелязан за онлайн обучения.

Информираност по темите:

До каква степен сте информирани по следните теми в скалата ?	Изцяло информиран	Изцяло неинформиран	По - скоро информиран	По - скоро НЕинформиран
[Индивидуални граждански права]	11,03%	2,16%	54,23%	32,58%
[Гражданско общество и участие в процеси за вземане на решения]	10,00%	6,29%	41,96%	41,75%
[Възможности за развитие предлагани от младежки неправителствен сектор]	9,79%	14,33%	31,75%	44,12%
[Участие в избори и референдуми]	30,82%	8,25%	40,41%	20,52%

[Европейски събития и инициативи]	8,66%	10,82%	43,40%	37,22%
[Изисквания за умения от пазара на труда]	12,89%	14,23%	45,46%	27,42%

Една от основните дейности на МИКЦ „ЗеЕдно“ е предлагането на информационни и консултантски услуги. По този повод в допитването се заложи акцент върху разбирането за нивото на информираност по редица теми. Основните изводи, които могат да се допуснат на база посочените резултати в таблицата са:

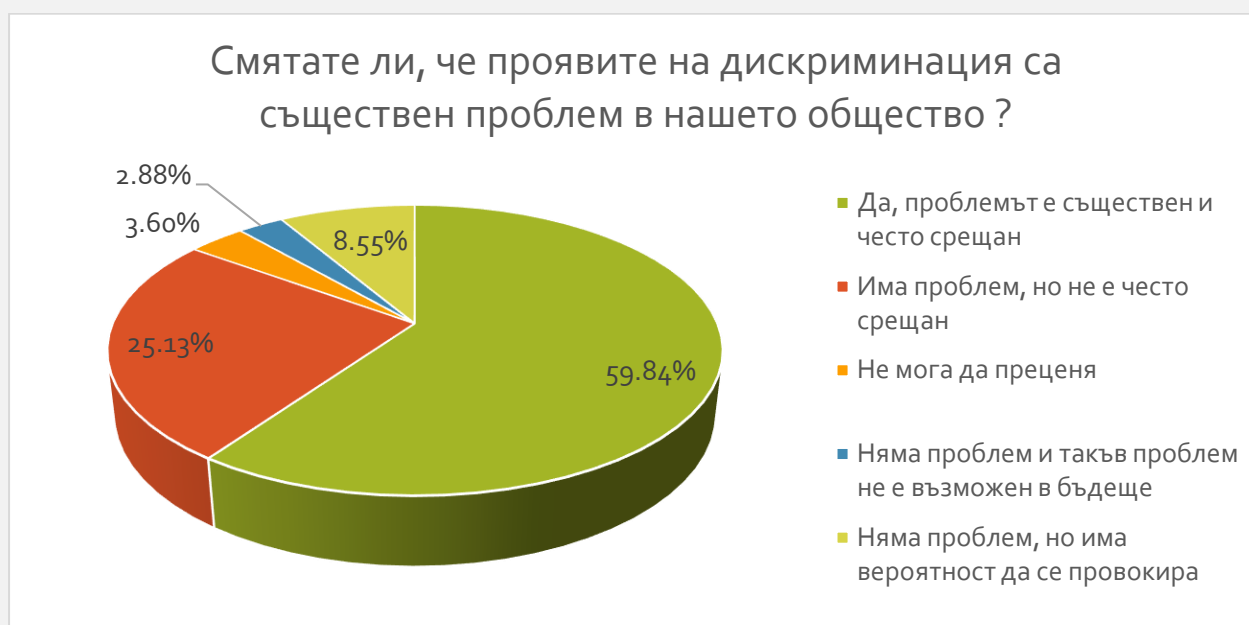
- 1) Най – висока информираност е свързана с „участие в избори и референдуми“.
- 2) Най – висока неинформираност е относно „възможностите за развитие предлагани от младежки неправителствен сектор“.
- 3) Слаба информираност има по темата „европейски събития и инициативи“.

Обобщено може да се заключи, че познанието по предложените теми като цяло е колебливо и се откроява силна нужда от информационни кампании, които да са изготвени достъпно за голяма част от младежта.



В логично продължение по темата за информираността на младите е зададен въпрос за приноса на младежките медии и важноста им в процеса на познание по редица теми. Отговорите са степенувани в последователна скала от 1 до 6. В този случай числото 1 означава „с най – малка важност“, а 6 „с най – голяма важност“. Отговорилите с най –

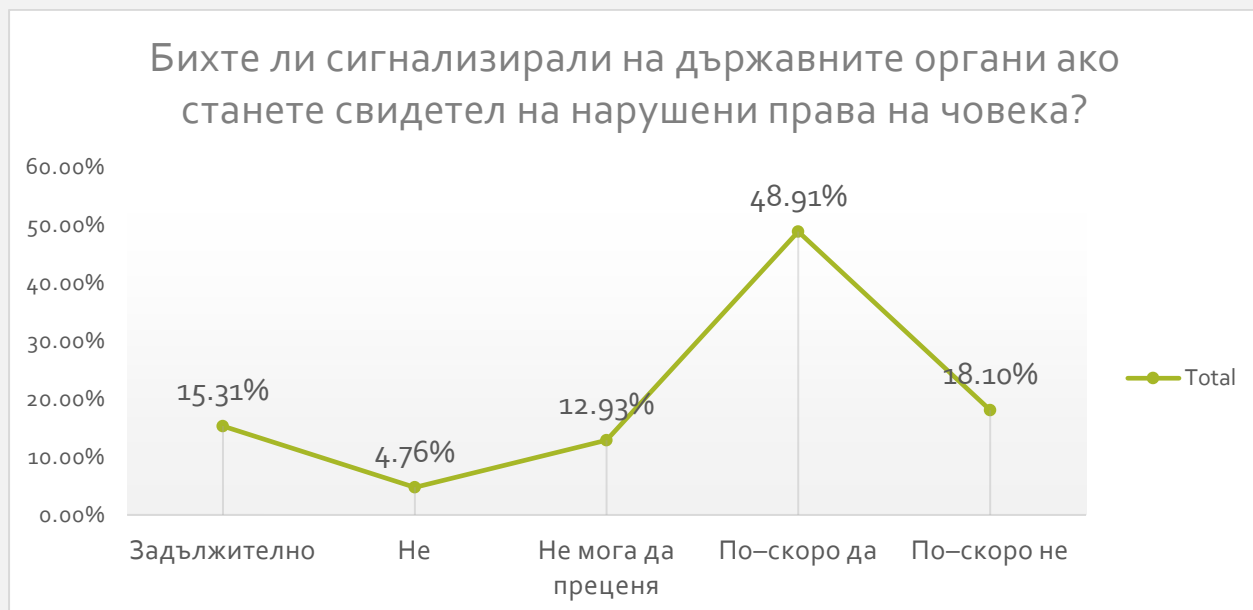
висока степен преобладават при всички възможни отговори. Доминиращият отговор по най – висока важност е „възможности за стаж или работа“ с 57% . На следващо място по този показател се нарежда „права на човека“ с 48%. Балансирани са оценките по темата „толерантност и борба срещу езика на омразата“ – при този отговор най – явно се откроява несигурност дали е важно онлайн младежките медии да информират по темата. Необходимо е да се отбележи, че от изброените възможни теми за отговор има такива, които са наложени в публичното пространство и са разпознаваеми сред младите. Поради тази причина е естествено именно те да привличат най – висок процентен дял от отговорилите. От друга страна темите с по – малък процент е необходимо тепър да се утвърждават в публичното пространство и да привличат вниманието на младите хора.



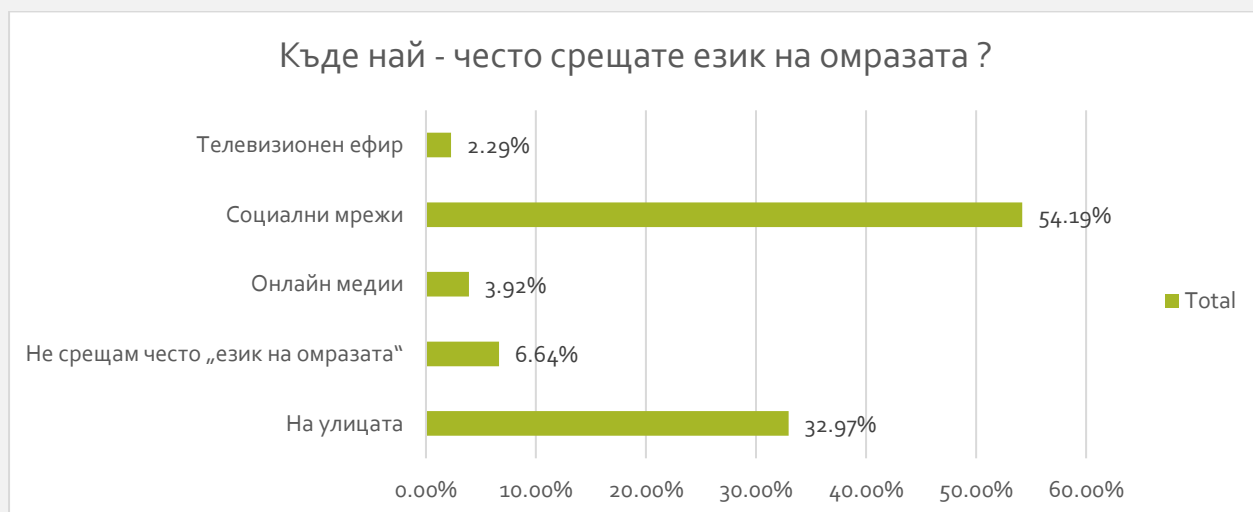
Дискриминацията или в пряк етимологичен превод (правене на разлика) представлява отрицателно отношение към даден човек или група на база класа, раса, етнос, сексуална ориентация и други. Понятието „отвореното общество“ като философска концепция развита от Анри Бергсон и Карл Попър е идейна основа на либералните демокрации. Именно според К. Попър „отворените общества не поддържат един - единствен възглед за истина, а по – скоро се опитват да установят закони и институции, които позволяват на хора с различни възгледи да живеят заедно в мир“³. С тази тема е свързан и следващият въпрос и възприятието на младите по проблема с дискриминацията. Голям процент (59.84%) от респондентите смятат, че това е съществен и често срещат проблем в нашето

³://monoskop.org/images/6/6d/Popper_Karl_The_Open_Society_and_its_Enemies_The_High_Tide_of_Prophecy_Vol_2_1st_ed.pdf

общество. С 25 % са отговорилите, че има проблем, но не е често срещан. Останалите отговори, които отхвърлят съществуването на проблем от този характер са в рамките на 13 – 14 % общо.



15,31 % от анкетираните младежи заявяват абсолютна готовност за сигнализиране ако се окажат свидетели на нарушени права на човека. Най – често срещаният отговор е колеблива готовност „ по – скоро да“ с 49 % от попитаните. Общите резултати са положителен признак и декларират проявление за гражданска отговорност и социална ангажираност.



Речта на омразата няма точна дефиниция, но е задължително да се направи препратка към най – високия политически документ, в който е описано разбирането, а именно в /Препоръка № R (97) 20 на Комитета на министрите към Съвета на Европа към държавите членки относно „речта на омразата“ (приета от Комитета на министрите на 30 октомври 1997 г. на 607та среща на представителите) – „всички изразни форми, които подтикват към расова ненавист, ксенофобия, антисемитизъм и всякакви форми на нетърпимост, тъй като те подронват демократичната сигурност, културното единство и плурализма;⁴ Изследването се допита до младите хора с цел да получи информация в кое поле най – често се развива именно този вид реч. В тази връзка само 6,64% са отговорили с опцията, че не срещат често „език на омразата. Това означава, че останалата част до 100% в общия брой я срещат на различни нива, по различни поводи и на различни места. Социалните мрежи и улицата са май – популярните възможности където се развиват тези процеси. Следователно би било полезно реализирането на различен тип кампании против „речта на омразата“, които да са базирани изцяло в социалните мрежи.

До каква степен са ви познати функциите и целите на следните държавни институции ?		
[Комисия за защита от дискриминация]		
Отлично познати	75	7,73%
По-скоро познати	282	29,07%
По – скоро НЕпознати	400	41,24%
Изцяло непознати	185	19,07%
Не мога да преценя	28	2,89%
[Национално бюро за правна помощ]		
Отлично познати	52	5,36%
По-скоро познати	154	15,88%
По – скоро НЕпознати	482	49,69%
Изцяло непознати	241	24,85%
Не мога да преценя	41	4,23%
[Комисия за защита на личните данни]		
Отлично познати	125	12,89%
По-скоро познати	402	41,44%
По – скоро НЕпознати	315	32,47%
Изцяло непознати	95	9,79%
Не мога да преценя	33	3,40%
[Комисия за защита на потребителите]		
Отлично познати	158	16,29%

⁴ <https://www.mtitc.government.bg/archive/page.php?category=760&id=9312>

По–скоро познати	418	43,09%
По – скоро НЕпознати	297	30,62%
Изцяло непознати	77	7,94%
Не мога да преценя	20	2,06%
[Омбудсман на Република България]		
Отлично познати	147	15,15%
По–скоро познати	270	27,84%
По – скоро НЕпознати	270	27,84%
Изцяло непознати	235	24,23%
Не мога да преценя	48	4,95%

Съществуват редица държавни институции и организации, които имат мисия да подкрепят и защитават гражданите по един или друг въпрос. Настоящото питане цели да разбере доколко младежите са запознати с функциите и целите на изброените. Получените резултати предоставят насока къде да се акцентират усилия за информиране ако такова липсва. Обобщените изводи са:

- 1) Най – висок процент на „отлично познати“ е съсредоточен в Комисия за защита на потребителите (16,29%)
- 2) Най – нисък процент на „отлично познати“ е с отговор Национално бюро за правна помощ. (5,36%).
- 3) Преобладаващ отговор на „по – скоро НЕпознати“ спрямо „по – скоро познати“ се среща при Комисия за защита от дискриминация и Национално бюро за правна помощ.
- 4) По - висок процент на „изцяло непознати“ спрямо „отлично познати“ е при Комисия за защита от дискриминация, Национално бюро за правна помощ и Омбудсман на Република България.

От получените данни се формира извод за нужда от информационни кампании по разглежданите теми.

Съгласни ли сте със следните твърдения ?		
[Обективни медии са гарант за развито гражданско общество]		
Изцяло съгласен	282	29,07%
По – скоро съгласен	407	41,96%
По – скоро Несъгласен	179	18,45%

Напълно несъгласен	37	3,81%
Не мога да преценя	65	6,70%
[Младите хора имат сила и капацитет да изградят една по - добра България]		
Изцяло съгласен	452	46,60%
По – скоро съгласен	323	33,30%
По – скоро Несъгласен	110	11,34%
Напълно несъгласен	45	4,64%
Не мога да преценя	40	4,12%
[Младите хора са активни]		
Изцяло съгласен	131	13,51%
По – скоро съгласен	285	29,38%
По – скоро Несъгласен	419	43,20%
Напълно несъгласен	83	8,56%
Не мога да преценя	52	5,36%
[Образованието е важен фактор за обществено развитие]		
Изцяло съгласен	746	76,91%
По – скоро съгласен	145	14,95%
По – скоро Несъгласен	48	4,95%
Напълно несъгласен	11	1,13%
Не мога да преценя	20	2,06%
[Няма нужда от реформа в образованието]		
Изцяло съгласен	40	4,12%
По – скоро съгласен	57	5,88%
По – скоро Несъгласен	207	21,34%
Напълно несъгласен	578	59,59%
Не мога да преценя	88	9,07%
[Младите хора имат нужда да бъдат подкрепяни]		
Изцяло съгласен	558	57,53%
По – скоро съгласен	291	30,00%
По – скоро Несъгласен	60	6,19%
Напълно несъгласен	14	1,44%
Не мога да преценя	47	4,85%
[Младите хора са солидарни и толерантни помежду си]		

Изцяло съгласен	41	4,23%
По – скоро съгласен	260	26,80%
По – скоро Несъгласен	466	48,04%
Напълно несъгласен	126	12,99%
Не мога да преценя	77	7,94%

Настоящият въпрос цели да проучи позицията на младите хора по обществено значими теми. От получените данни се определя, че по – голяма част от допитаните смятат обективните медии за гарант на развито гражданско общество. Изцяло убедително е мнението, че младите хора имат сили и капацитет да изградят една по – добра България. Песимистите по този въпрос са малък процент от общия брой. В опозиция на този въпрос отговорилите смятат абсолютно обратното при твърдение „младите хора са активни“. 43 % от респондентите са по – скоро несъгласни с това твърдение. Без противоречие е вярата, че „образованието е важен фактор за обществено развитие“. Посочва се предимно несъгласие по твърдението, че „няма нужда от реформа в образованието“. Формира се консенсус върху позицията, че „младите хора имат нужда да бъдат подкрепяни“. Интересни са данните около мнението, че 48 % от отговорилите са по – скоро несъгласни с мнението „младите хора са толерантни и солидарни помежду си.

Въпроси с отворени отговори:

Настоящото изследване е изработено от предимно структуриран количествен въпросник със затворени отговори. Въпреки това последните два въпроса от анкетната карта са с отворени отговори и целят да се изследва представата за понятието „отговорен гражданин“ и да се определят нуждите на младите хора от най – общ характер като единна социална група. В следващите редове се представя обобщена картина включваща подбрани цитирани отговори:

Какво означава да бъдеш отговорен гражданин според Вас ?

Адекватен спрямо случващото се в държавата и действащ на локално ниво.
Интересуващ се и запознат с правата си. Готов да ги защитава, познавайки инструментите за това и готов да защити тези на останалите, в случай, че е свидетел, че чужди права биват нарушавани.
Да спазва законите, да бъде толерантен към другите, да спазва задълженията си.
Който се информира и участва в обществените процеси.
Който е активен в собствената си общност.
Да предприемаш действия и да направиш обществото по-добро.

Да знаеш за силата, която могат да имат споделените идеи и да можеш да я използваш наравно с други за постигане на общо благо.
Да се интересуваш от култура и изкуство, да вдъхновяваш хората около себе си да са активни.
Да бъдеш осъзнат и образован и да правиш поне малко във всеки твой ден, за държавата или за своите съграждани.
Да си активен в организации (университетски, правителствени, неправителствени), които отговарят на твоите лични интереси и членовете са близки до твоята възраст.
Да се интересуваш от политическото положение и да вземаш решения, които да имат положително влияние над обществото.
Да се информираш за обществено важни процеси, да информираш другите и да се ангажираш активно.
Да бъдеш мъдър човек, заставащ зад думите и действията си.
Да притежаваш социално отговорно поведение, не заради правните норми, а произтичащо от културни фактори (възпитание).
Дисциплиниран и себеуважаващ се човек.
Да носиш отговорност за думите и постъпките си, да осъзнаваш как те рефлектират върху хората край теб и средата, в която се намиращ, да си наясно, че от твоя личен избор зависи обществото ни така както капките правят океана.
Да изпълняваш гражданския си дълг като част от Социалния договор - не е достатъчно просто да отидеш да гласуваш на всеки няколко години за хора или партии, които не познаваш. Нужно е всекидневно да се информираш и интересуваш от политиката на местно и национално равнище, за да може да бъдеш коректив на властта.
Да знаеш правата си и да следиш за тяхното спазване, но да изпълняваш и задълженията си, но не просто насила, а с активност, амбиция, ентузиазъм. Да носиш съзнание, че чрез ежедневните си малки действия като това да се информираш, да взимаш участие в различни инициативи и тн, допринасяш за едно постоянно движение напред към положително развитие на българското общество.
Да упражняваш и да си наясно с гражданските си права. Да подкрепяш държавата и да се занимаваш с всяко едно нещо по законен и институционализиран начин.
Отговорният гражданин се интересува от процесите и събитията на национално и световно ниво, информира се редовно по тези въпроси и знае от къде, гледа критично на информацията, която получава и има мнение и позиция по ключови въпроси и е готов да сезира нужните институции и да упражни натиск над вземането на политическите решения.
Да имаш основни правни и политико-икономически познания относно функционирането на едно общество, да се съобразяваш със задълженията произхождащи от гражданството си и да реагираш активно и адекватно срещу държавните институции и техните представители когато те извършат действие контрастиращо с обществените интереси.
Да правиш всичко по силите си, за да се развиваш като личност, професионалист, да възпитаващ децата си да бъдат съвестни граждани, да имаш обосновани мнения по политическите въпроси и да ги изказваш показваш, когато е необходимо.

От каква подкрепа се нуждаят младите хора в България според Вас ?

Финансова
Морална
Икономическа
Работни места
Стаж, качествено образование и работа
Информация за възможности за бъдещо развитие
Да подкрепят креативното им мислене
Работа и жилище
Адекватна медицинска помощ и превенция за здраве
Финансова подкрепа за предприемачество и иновации
Обучения, тренинги за придобиване на нови практически умения, необходими за реализиране на пазара на труда и най-вече менторство.
за промяна на нагласите им и за изграждане на увереност, че са значими и могат да бъдат част от позитивната промяна
Вяра в общество
Подкрепа от институциите
Промотиране на силни позитивни личности, които да бъдат примери за подражание на младите и те да искат да бъдат добри, толерантни и активни.
От повече информация - обучения, конференции, дискусии - за това какво е да си активен гражданин, какво трябва да знаеш, за да станеш такъв, и т.н.
Младите се нуждаят от възможността да работят това което учат в училище или университета. Нуждаят се от повече културни средища, които да посещават. Нуждаят се от хора които да ги вдъхновяват и мотивират.
Младите хора се нуждаят от социална подкрепа.
Възможности за усвояване на практически умения и експериментиране в различни професионални области.
По-скоро не от подкрепа, а от разбиване на стереотипа "млад = неопитен, незнаещ и имащ нужда от напътствие". Младите днес знаят и могат много, но поради предрасъдаци, често не получават шанс за изява.
Може би създаване на повече младежки центрове, с цел да се повиши младежката мотивация
По-добро образование. Възможности за намаляване на младежката безработица и кариерно развитие. Възможности за стажове, обучения, включително онлайн, обмени. Възможности за обучения в професии, в които има недостиг на кадри и които са базирани в по-слабо развитите и развиващите се региони.
Трябва да започнат да се подкрепят един - друг. Да бъдат насърчавани да създават неща.

Алтернативи на държавното образование, ранно кариерно консултиране, възможности за стаж и международен обмен, форуми, стипендии.

Информационна, предприемаческа, менторска, финансова, логистична.

Заклучителна оценка и препоръки на изследователя

На база резултатите от всеки един въпрос може да се изведат твърдения, които да спомагат като отправна точка планирането на последващи дейности от страна на МИКЦ „ЗаЕдно“. Младите хора са социална група, която много бързо разбира актуалния контекст и новостите, които ще предложи утрешния ден. Младежките организации е необходимо да регистрират новите тенденции и да работят спрямо тях, тъй като те имат свойството да се променят в много кратък период от време. Би било положително да се акцентира върху онлайн методите за комуникация, информиране, консултиране и други връзки с младите хора, които се случват във виртуалното пространство. Най – общо може да се заключи, че съществуват два типа млади хора – активни и неактивни.

Характеристиките, проблемите и желанията на двете групи се различават и към всяка една от тях трябва да се подходи различно. Неактивните млади хора са множество. След представително проучване за младежта⁵ е установено, че едва 15 % от младежите членуват или някога са членували в организация, а 24 % са участвали в доброволна дейност през последната година. Неактивните млади хора са предимно недоверчиви към определени форми, които биха ги сподпомогнали в развитието си по редица въпроси. Именно поради тази причина е необходимо да се работи за изграждане на доверие към определени групи от младежи, които към момента не са се възползвали от услугите на младежката работа. Използването на подхода „предай нататък“ от вече участвали в различен тип събития е ключов за разпространението на идеите и ценностите на младежките дейности. От данните се откриха нужди за информационни кампании по различни теми – препоръчително е те да бъдат и онлайн с цел за достигане до повече хора. Младежите разбират напълно, че средата изисква от тях рационално мислене, целесъобразност и добавена стойност във всяка една дейност, към която се ангажират. Именно поради това младежките организации е необходимо да си служат с логиката на целерационалното действие. То се характеризира с установяване на целите от една страна и от друга с придобиването на средства за осъществяване на тези цели. Младежката работа може да има принос и в двата етапа – да сподпомага младежите да формулират своите краткосрочни, средносрочни и дългосрочни цели и да им предостави

⁵ <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sofia/12568.pdf>

знание за нужните средства необходими за постигането им. Надграждането на младите хора може да се развива в различни аспекти: ценности, гражданска активност, права и задължения и други. Съществува обаче последователна логика на случване при реализиране на индивида в изброените аспекти. В тази връзка като аргумент е нужно да се направи препратка към необходимите условия за съществуване на гражданско общество в една държава, а именно икономически независим индивид. В тази последователност е изключително важно младежите да имат възможност да придобият своята финансова независимост, което ще отключи условия за възможност при изграждане на редица други ценности.

Работил по изследването:

Димитър Безев