

**Житомирська міська рада**  
**Управління у справах сім'ї, молоді та спорту**  
**Державний університет «Житомирська політехніка»**

# **Результати опитування**

## **«Молодь Житомира:**

## **європейський вибір»**

*(підготовлено в рамках договору про співпрацю групою студентів  
Державного університету «Житомирська політехніка»,  
керівник – Олександр Євченко, доцент кафедри філософсько-  
історичних студій та масових комунікацій університету)*

**Житомир – 2023**

## **ЗМІСТ**

<b>Засади проведення дослідження</b>	3
<b>Портрет респондентів</b>	5
<b>Результати дослідження</b>	7
<b>Висновки</b>	23
<b>Додатки</b>	27

# ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

## **Актуальність теми дослідження**

Молодіжна політика – це «напрямок державної політики, спрямований на створення соціально-економічних, політичних, організаційних, правових умов і гарантій для соціалізації та інтеграції дітей та молоді в суспільні процеси, що здійснюються в інтересах дітей та молоді та за їх участю».<sup>1</sup>

Згідно із Законом України «Про основні засади молодіжної політики» молоддю вважають громадян віком від 14 до 35 років. До повномасштабного вторгнення частка молоді в структурі населення Житомирської міської територіальної громади складала 25,4% або 66237 осіб (станом на 01 січня 2022 р. згідно з даними Головного управління статистики в Житомирській області)<sup>2</sup>.

Метою молодіжної політики є створення умов для самореалізації та розвитку потенціалу молоді в Україні, підвищення рівня її самостійності та конкурентоспроможності, забезпечення активної участі молоді в суспільному житті.

Ефективність молодіжної політики в умовах воєнного часу значною мірою залежить від єдності та скоординованості дій виконавчої влади, місцевого самоврядування і молодіжного представництва. Необхідно формувати модель роботи з молоддю на основі принципів партисипації – «молодіжної участі», яка враховує територіальні особливості молодіжної роботи відповідно до конкретних потреб молоді, тому означене дослідження є актуальним та важливим напрямом, оскільки «молодіжна робота орієнтується на потреби молоді, спрямована на набуття молодими особами необхідних компетентностей з урахуванням соціально-економічних умов»<sup>3</sup>.

**Мета дослідження:** вивчення потреб молоді різного віку та напрямів розвитку молодіжної політики у Житомирській міській територіальній громаді в умовах воєнного стану.

## **Завдання дослідження:**

– дослідити актуальні потреби та проблеми молоді Житомирської міської територіальної громади різних статевих, соціальних та вікових груп;

---

<sup>1</sup> Про основні засади молодіжної політики: Закон України від 27 квітня 2021 року № 1414-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text>. (дата звернення: 04.07.2023)

<sup>2</sup> Гендерний профіль Житомира – 2023. URL: <https://zt-rada.gov.ua/?departments=254> (дата звернення: 04.07.2023)

<sup>3</sup> Про основні засади молодіжної політики: Закон України від 27 квітня 2021 року № 1414-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text>. (дата звернення: 04.07.2023)

– визначити стан поінформованості молоді щодо діяльності громади у сфері молодіжної політики та рівень готовності молоді до громадської активності та захисту держави від агресора;

– з’ясувати найбільш прийнятні джерела комунікації з молоддю.

**Цільова група:** молодь від 14 до 35 років, яка мешкає на території Житомирської територіальної громади.

**Вибірка респондентів.** За даними публікації «Гендерний профіль Житомира»<sup>4</sup> на початок 2022 року у Житомирській міській територіальній громаді кількість молоді у віці 14-34 років налічувала 66 237 осіб. Із них 50,1% – жінки, 49,9% – чоловіки. Обсяг вибірки респондентів становив 441 особу. Вид вибірки – нерепрезентативна.

**Метод збору даних** – онлайн анкетування.

**Інструмент дослідження** – анкета для молоді Житомирської міської територіальної громади, яка складалася з 23 запитань.

**Методи аналізу:**

– статистичні методи: вимірювання та математичної обробки даних, системний та якісний аналіз, графічна інтерпретація;

– спеціальні методи: порівняльний, прогнозний.

---

<sup>4</sup> Гендерний профіль Житомира – 2023. URL: <https://zt-rada.gov.ua/?departments=254> (дата звернення: 04.07.2023).

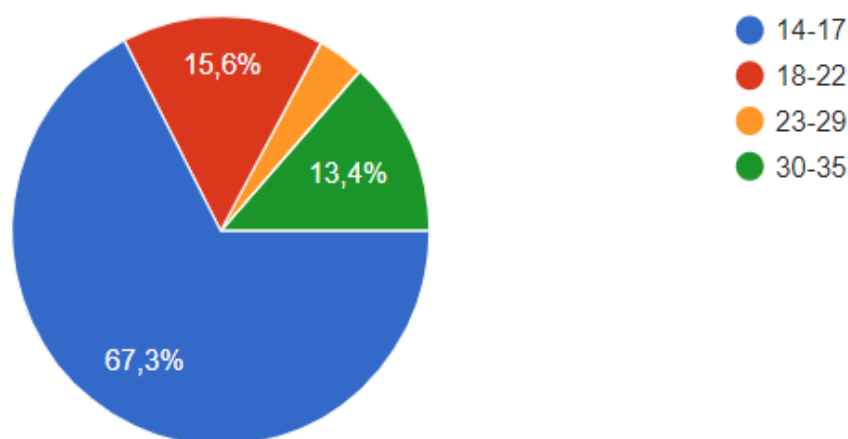
## ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТІВ

Загальна кількість респондентів, які взяли участь в опитуванні – 441 особа. Вік респондентів – від 14 до 35 років.

Респонденти:

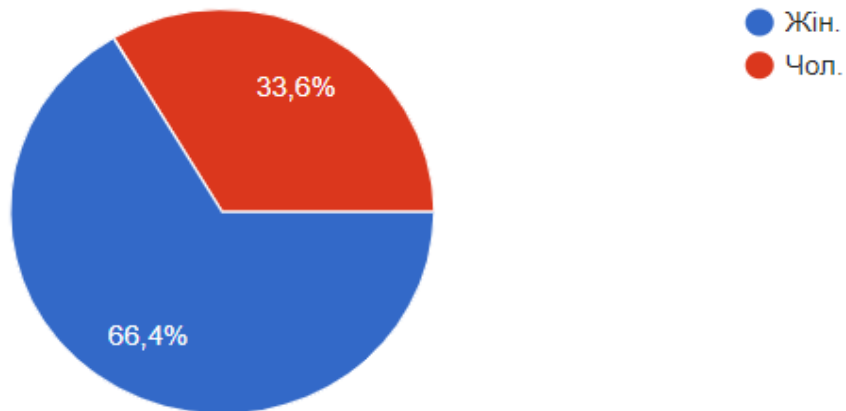
- **віком 14-17 років** становили 297 особи, тобто 67,3 % від загальної кількості опитаних;
- **віком 18-22 роки** становили 69 осіб, тобто 15,6 % від загальної кількості опитаних;
- **віком 23-29 років** становили 16 осіб, тобто 03,7 % від загальної кількості опитаних;
- **віком 30-35 років** становили 59 осіб, тобто 13,4 % від загальної кількості опитаних.

Найбільшу групу становлять респонденти віком 14-17 років. Друге місце займають особи у віковій категорії 18-22 роки, за ними йдуть опитувані віком 30-35 років. Найменше респондентів віком 23-29 років (Рис. 1).



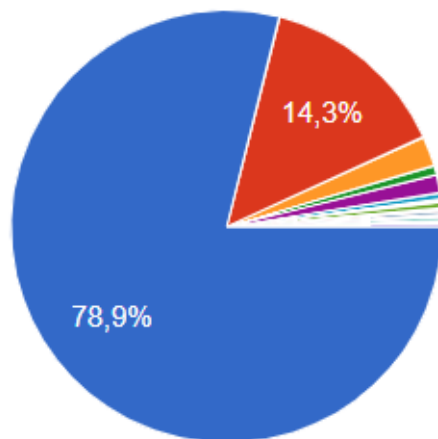
*Рис. 1. Розподіл респондентів за віком*

Розподіл респондентів за статтю: 66,4% (293 особи) респондентів становлять жінки, 33,6% (148 осіб) – чоловіки (Рис. 2). Як можна спостерегти, серед опитуваних значно, майже вдвічі, переважають особи жіночої статі, що може свідчити про їхню більшу активність.



*Рис. 2. Розподіл респондентів за статтю*

Розподіл респондентів за родом занять виглядає так: 78,9% (348 осіб) респондентів – навчаються, 14,3% (63 особи) – працюють, 2,7% (12 осіб) – перебувають у відпустці у зв'язку з вагітністю та пологами, відпустці по догляду за дитиною, 2,3% (10 осіб) – безробітні, 1,8% (8 осіб) – поєднують навчання з роботою (Рис. 3).



*Рис. 3. Розподіл респондентів за родом занять*

## РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ РЕСПОНДЕНТІВ

На запитання «Якою мовою ви спілкуєтеся?» респонденти відповіли наступним чином:

67,7% жінок та 62,3 % чоловіків (198 осіб та 92 особи відповідно) обрали варіант «українською, як і раніше». Загалом 65,3 % (290 осіб) респондентів відповіли, що спілкуються, як і раніше, українською мовою, 17,7% (78 осіб) респондентів перейшли на спілкування з російської на українську, 8,45% респондентів послуговуються «суржиком», 5,45% – використовують у спілкуванні обидві мови, 3,9% – продовжують спілкуватися російською.

Із розподілом за статями відповіді респондентів розподілилися так: 19,1% жінок та 15,5 % чоловіків (56 осіб та 23 особи відповідно) вказали, що з початком повномасштабного вторгнення перейшли у спілкуванні з російської мови на українську, 2,4 % жінок та 6,1% чоловіків продовжують спілкуватися російською мовою, 7,5 % жінок та 9,4% чоловіків спілкуються «суржиком» і 3,4% жінок та 6,7% чоловіків використовують у спілкуванні обидві мови (Рис.4).

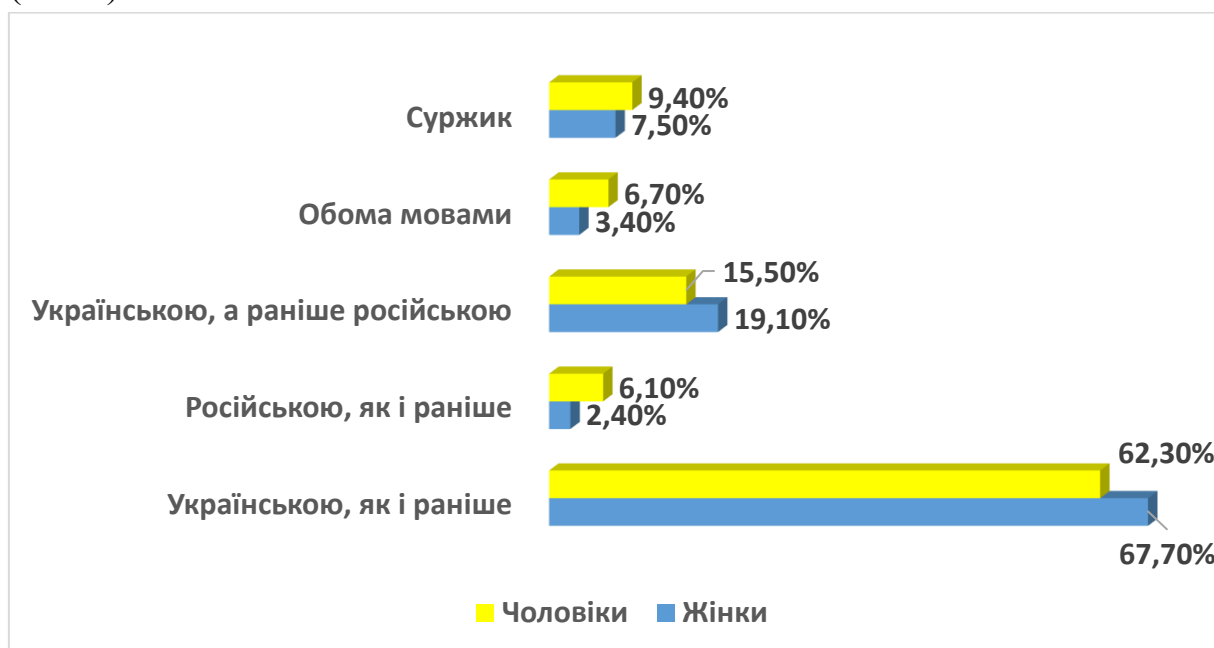


Рис. 4. Розподіл відповідей респондентів щодо мови спілкування

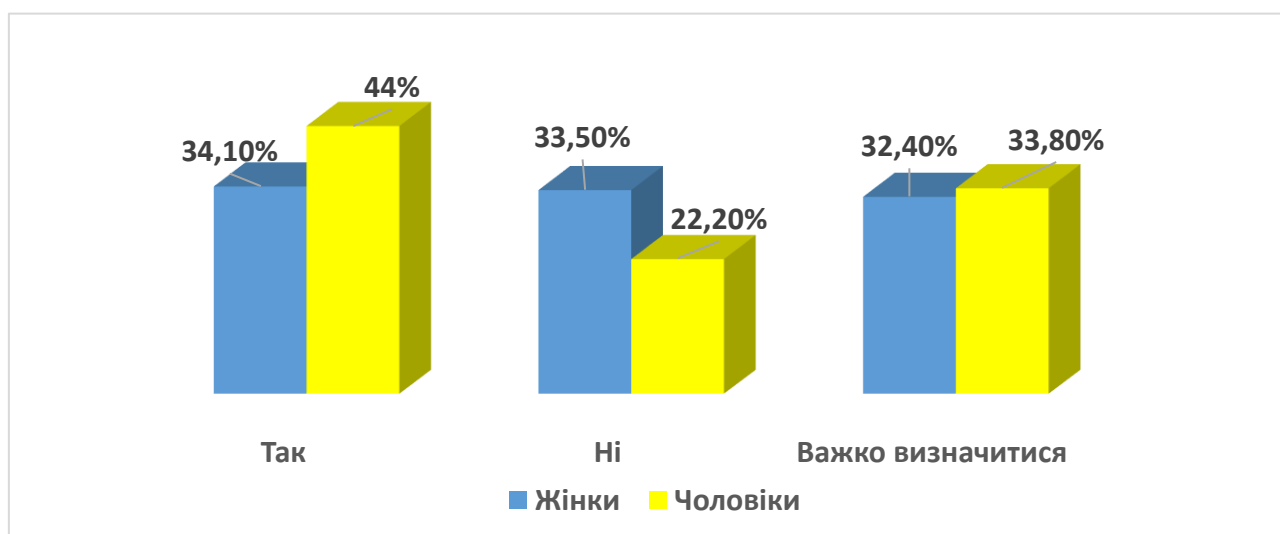
Стосовно підтримки вступу України до НАТО та майбутнього України у складі Європейського Союзу молоді люди переважно одностійні: 81% та 70,3% респондентів відповідно. Однак близько 15% респондентів або не цікавляться означеними питаннями, або не думали про це. Привертає увагу той факт, що 11,3% респондентів вважають, що в Україні свій шлях. Окрім того, респонденти чоловічої статі більшою мірою цікавляться майбутнім вступом України до НАТО, ніж жінки, адже не цікавиться питанням 18% жінок і 9,5% чоловіків (Табл. 1).

**Розподіл відповідей респондентів стосовно підтримки вступу до НАТО та Європейського Союзу**

<b>Чи підтримуєте вступ України до НАТО?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	229	78,2%	129	87,2%
Ні	11	3,8%	5	3,3%
Не цікавлюся	53	18%	14	9,5%
<b>Чи бачите ви майбутнє України у складі Європейського Союзу?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	206	70,4%	105	71%
Ні	8	2,7%	9	6%
Не думав/ла про це	44	15%	19	13%
В Україні свій шлях	35	11,9%	15	10%

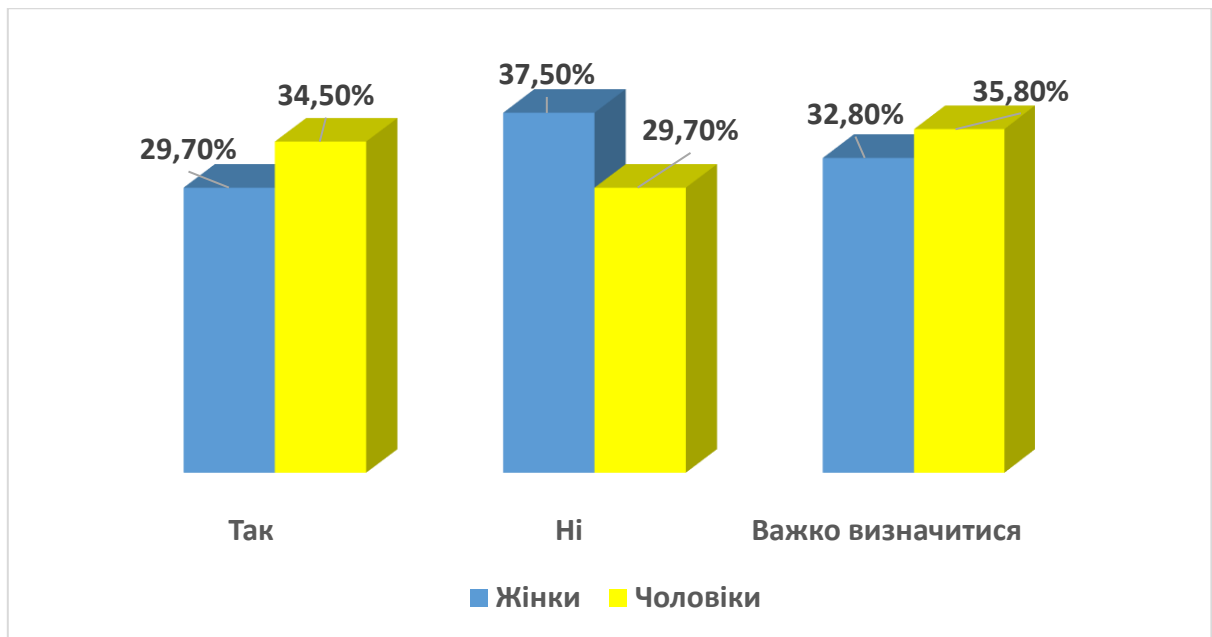
Відповіді на питання «**Чи готові ви піти на службу в ЗСУ?**» показали, що 37,4% респондентів – готові служити та 31,3% – брати участь у бойових діях (частка чоловіків, які дали таку відповідь, дещо вища від частки жінок – 44% та 34,1% відповідно та 34,5% та 29% відповідно).

Слід зазначити, що 29,7% респондентів не виявляють такої готовності і ще 32,9% не можуть визначитися із відповіддю, 34,9% опитаних не готові брати участь у бойових діях і 33,8% респондентів важко визначитися (Рис. 5, б). Такий розподіл відповідей свідчить про потребу додаткової профорієнтаційної та національно-патріотичної роботи, зважаючи на те, що серед респондентів значно переважала молодь віком 14-17 років.



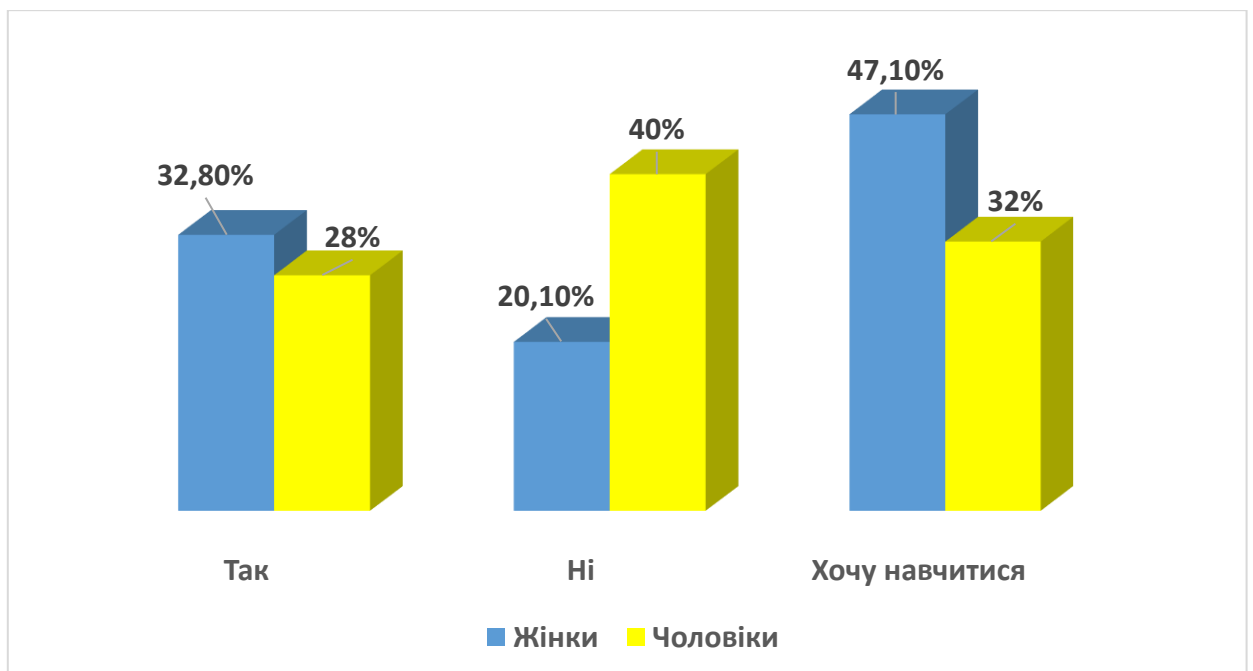
**Рис. 5. Розподіл відповідей респондентів на питання стосовно готовності піти на службу в ЗСУ**





*Рис. 6. Розподіл відповідей респондентів на питання стосовно готовності брати участь у бойових діях*

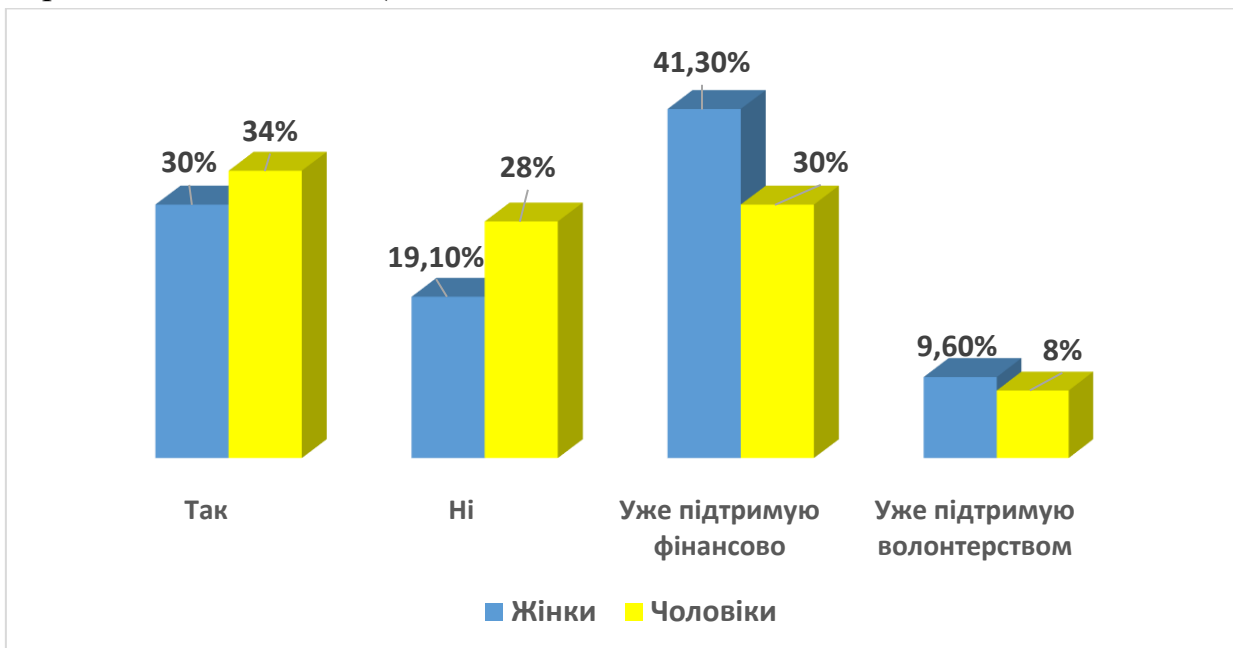
У воєнний час значно зросла потреба у знаннях домедичної допомоги. Результати опитування свідчать, що 31% респондентів володіють такими вміннями, 69% – не володіють, однак 42% опитаних хочуть навчитися. Слід зазначити, що серед тих, хто володіє такими навичками та хоче навчитися, переважають жінки (Рис. 7).



*Рис. 7. Розподіл відповідей респондентів стосовно володіння навичками домедичної допомоги*

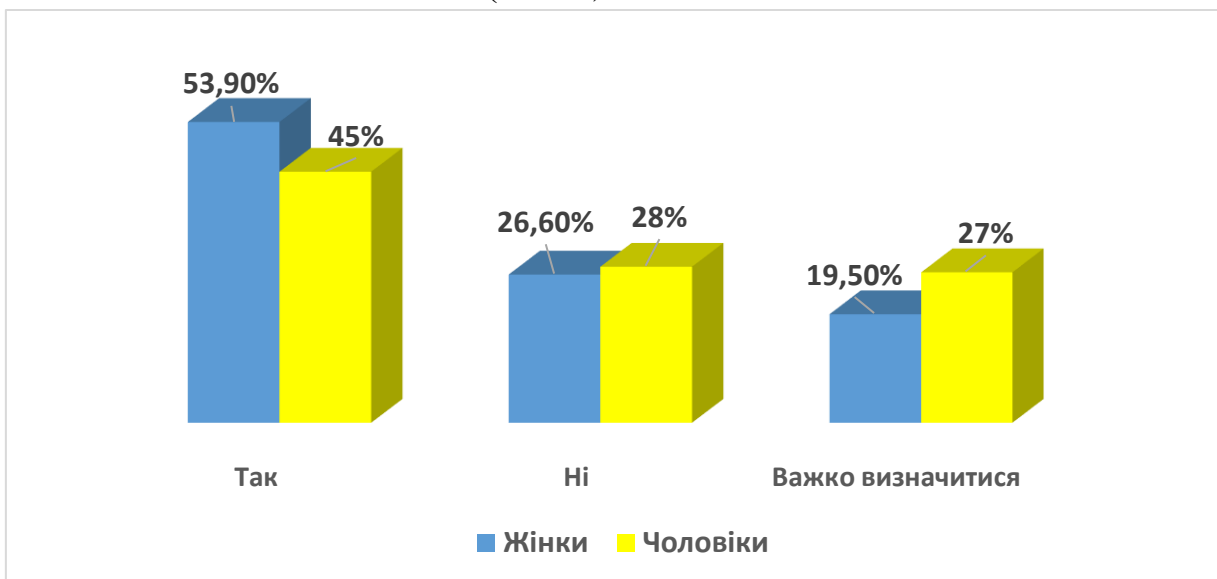
На питання «Чи є у вас можливість підтримувати ЗСУ?» 37,5% респондентів відповіли, що уже підтримують фінансово, 8,8% – волонтерять,

31,3% – мають таку можливість. Серед тих, хто фінансово підтримує, волонтерить, переважають жінки, серед тих, хто не має змоги підтримати, переважають чоловіки (Рис. 8).



*Рис. 8. Розподіл відповідей респондентів стосовно можливості підтримувати ЗСУ*

50,8% респондентів вважають, що в умовах воєнного стану у них змінився підхід до проведення вільного часу, 27,2% не вбачають змін, 22% опитаних важко визначитися з відповіддю. Більшою мірою змінилося проведення вільного часу у жінок і меншій їх частці важко визначитися стосовно означеного питання (Рис. 9).



*Рис. 9. Розподіл відповідей на питання «Чи змінився ваш підхід до проведення вільного часу в умовах війни?»*

На запитання «Як зазвичай ви проводите вільний час?» переважна частина респондентів зазначила – «у соцмережах» – 68,9% (304 особи), 65,8% (290 осіб) відповіли, що проводять вільний час у громадських місцях (на вулиці), 46,5% (205 осіб) обрали варіант «займаюся фізичною культурою та/або спортом», 35,4% (156 осіб) відпочивають на природі та займаються туризмом. У вільний час 37,4% (165 осіб) респондентів додатково навчаються, а 23,4% (103 особи) відвідують культурно-масові заходи. 24,9% (110 осіб) на дозвіллі займаються шопінгом і розвагами. Проводять час у громадських закладах 21,3% (94 особи). 10,9 % (48 осіб) займаються волонтерством.

Слід зазначити, що під час надання відповідей на запитання стосовно проведення вільного часу респонденти мали змогу обрати декілька варіантів відповідей.

Порівняно із 2021 роком частка молодих осіб, які займаються волонтерством, збільшилася на 9,9 в.п., оскільки за результатами попереднього опитування цей показник складав 1%.

Частка хлопців та чоловіків переважає у таких видах проведення вільного часу, як соцмережі, заняття фізичною культурою та спортом. Частка дівчат та жінок переважає серед тих, хто займається волонтерством, шопінгом, проводить час у громадських закладах, відпочиває на природі, додатково навчається (Табл. 2, Рис.10).

*Таблиця 2*

***Розподіл відповідей респондентів стосовно проведення вільного часу***

	Жінки		Чоловіки	
У соцмережах	196	66,9%	103	70%
Додатково навчаюся	120	41%	42	29%
Займаюся фізичною культурою та/або спортом	118	40,3%	82	55,4%
Проводжу час у громадських місцях (на вулиці)	195	66,6%	91	62%
Відвідую культурно-масові заходи	73	24,9%	21	14,2%
Відпочиваю на природі, займаюся туризмом	105	35,8%	40	27%
Проводжу час у громадських закладах	68	23,2%	24	16,2%
Займаюся шопінгом, розвагами	89	30,4%	18	12,2%
Займаюся волонтерством	34	11,6%	10	6,8%
Інше	8	2,7%	8	5,4%

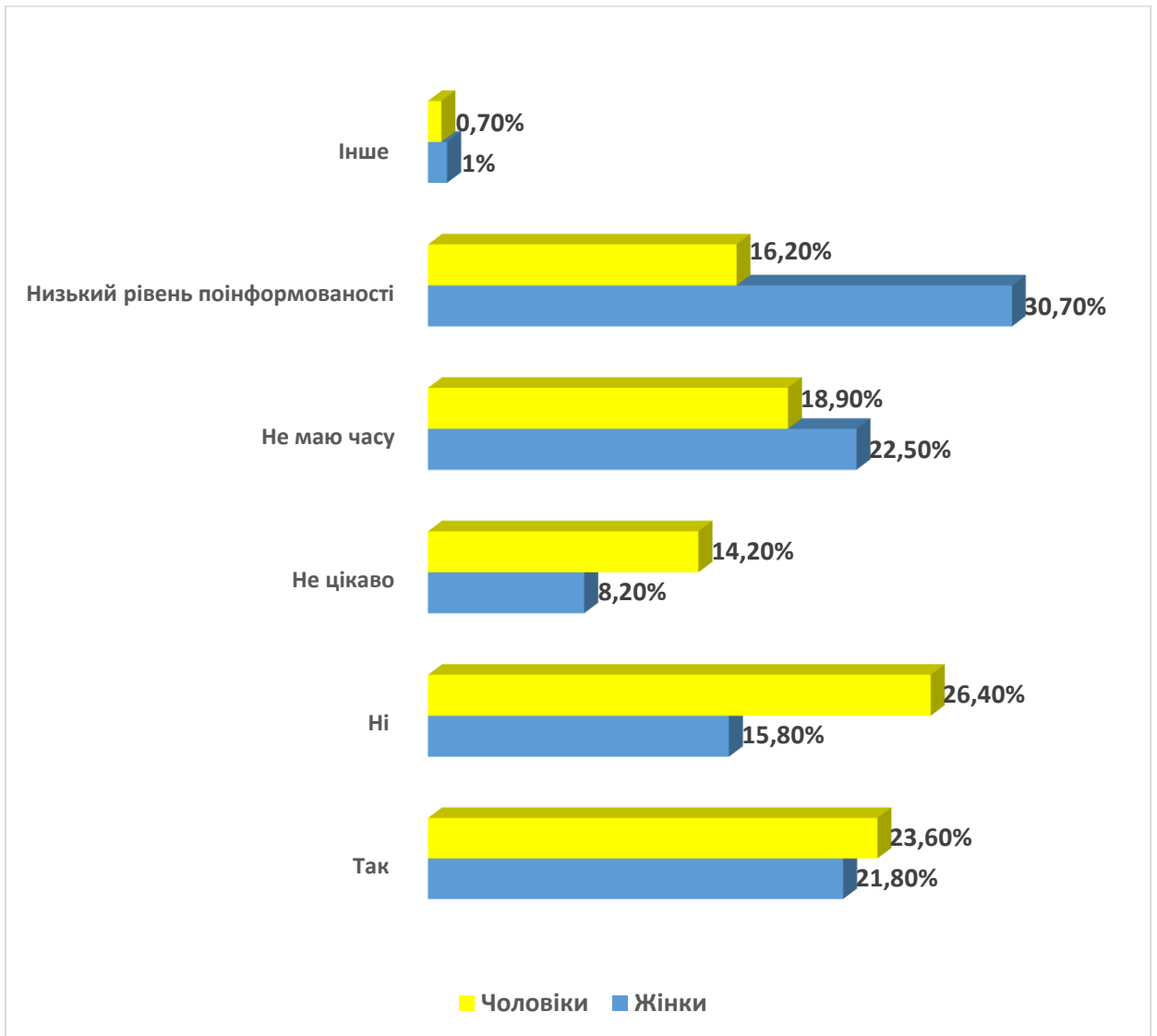


*Рис. 10. Дозвілля молоді Житомирської міської територіальної громади*

На запитання «**Чи берете ви участь у житті громади?**» 114 осіб (25,9 %) відповіли ствердно. Серед усіх опитаних відповідь «так» обрали 21,8% жінок та 23,6% чоловіків. 19% (84 особи) не беруть участь у житті громади взагалі. 92 особи (20,9%) відповіли, що не мають на це часу, ще 45 особам (10,9 %) – це не цікаво. 114 осіб (25,9%) вказують на низький рівень поінформованості з означеного питання, цей варіант відповіді обрало 30,7% жінок та 16,2 % чоловіків (Рис. 11).

Порівняно із чоловіками у жінок більша частка відповідей стосовно причин неучасті «не маю часу» та «низький рівень поінформованості», у чоловіків порівняно з жінками – «не цікаво» та без пояснення.

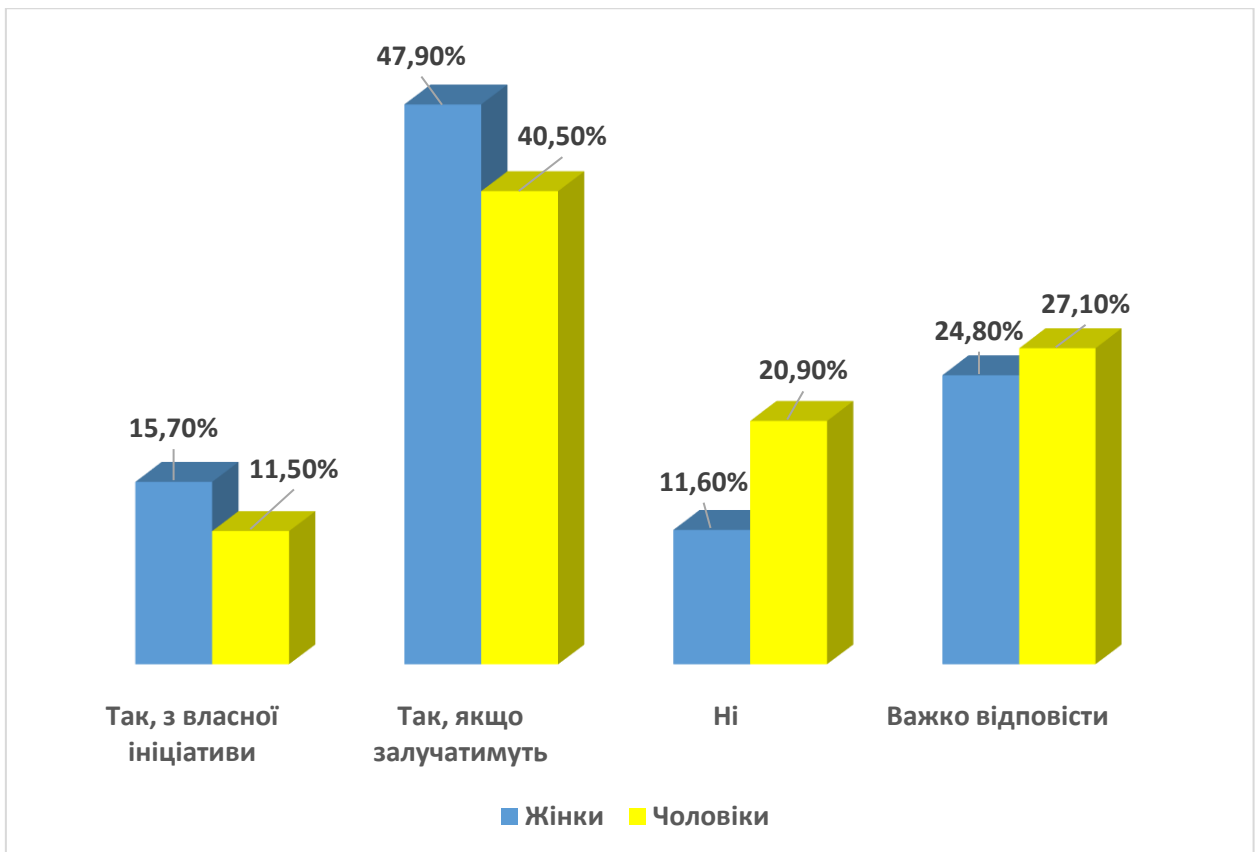
Отже, близько двох третин респондентів не бере участь у житті громади. З них третина незадоволена рівнем поінформованості щодо можливостей взяти участь у громадському житті Житомирської міської територіальної громади.



**Рис. 11. Частки відповідей молодих жінок і чоловіків стосовно їх участі у житті громади**

Серед осіб, які готові з власної ініціативи брати участь у житті громади, – 46 жінок (15,7%) та 17 чоловіків (11,5%). Майже половина опитаних – 44,9% (200 осіб) готові брати активну участь, якщо їх залучатимуть. Серед них 140 жінок (47,9 %) та 60 чоловіків (40,5%). Вагаються з відповіддю 24,8% жінок та 27,1% чоловіків (Рис. 12).

Отже, 15% (66 осіб) опитаних взагалі не готові брати участь у розвитку громади та молодіжній політиці. Цей показник значно зріс порівняно з опитуванням 2021 року, коли він складав близько 5%.



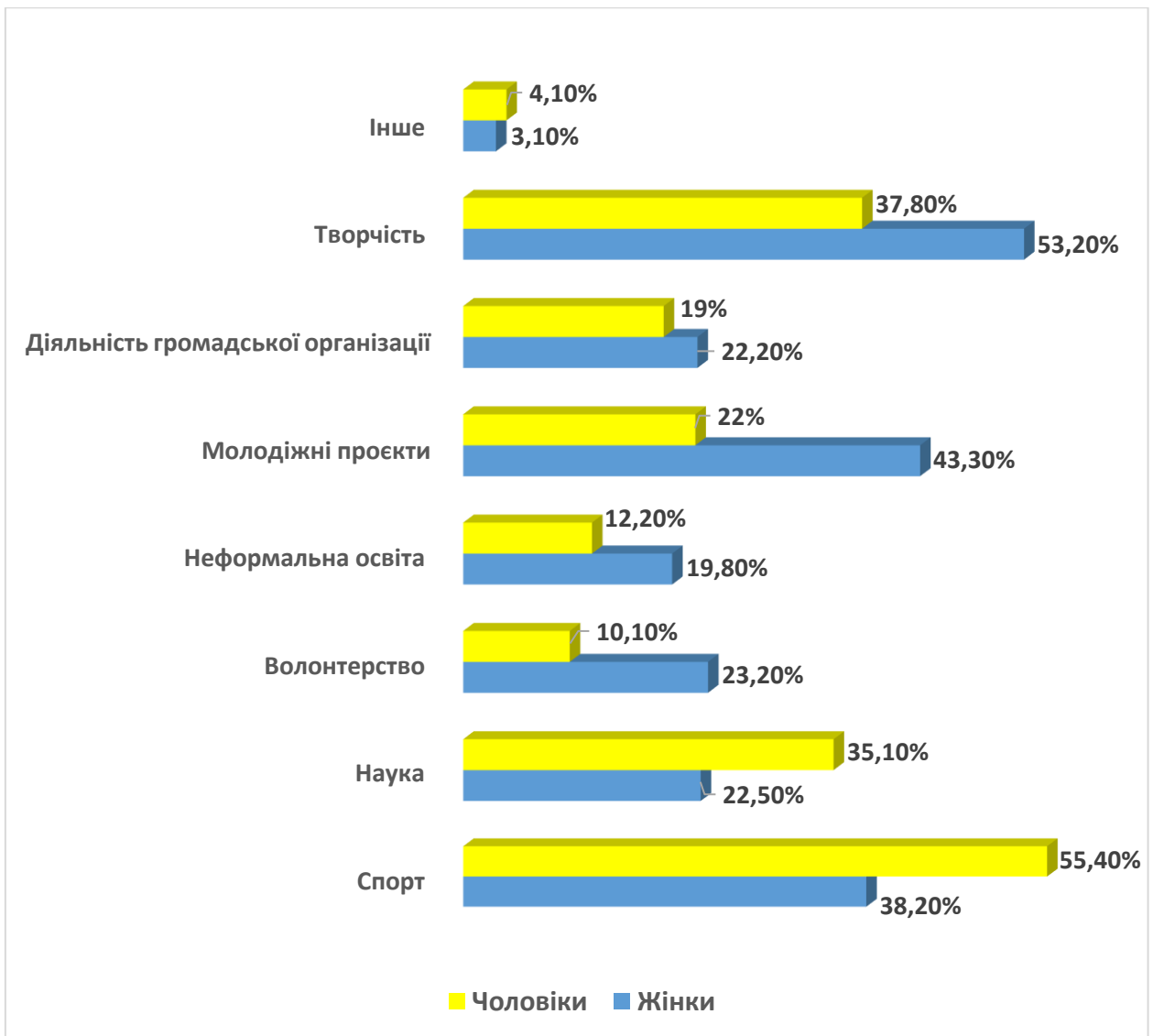
*Рис. 12. Частки відповідей жінок і чоловіків стосовно їх готовності брати активну участь у розвитку громади, молодіжній політиці*

Рейтинг відповідей респондентів на запитання «У якому напрямі ви хотіли б розвиватися/реалізуватися?» виглядає наступним чином: більшість опитаних – 49,7% (219 осіб) бажають займатися творчістю.

Друге місце за популярністю займає напрям «фізична культура та спорт» – 45,4% (200 осіб) хотіли б розвиватися у сфері спорту.

36,7% (162 особи) бажають реалізовувати молодіжні проекти, а також 21,3% (94 особи) бажають брати участь у діяльності громадських організацій. 27,4 % (121 особа) хотіли б розвиватися/реалізуватися у сфері науки, а 18,4% (81 особа) – у сфері неформальної освіти, й 19% (84 особи) – займатися волонтерством.

Слід зазначити, що напрями самореалізації, які переважають у відповідях жінок і чоловіків, відрізняються (Рис. 13). Зазначимо також, що респонденти мали змогу обрати декілька варіантів або надати власний варіант відповіді на запитання.



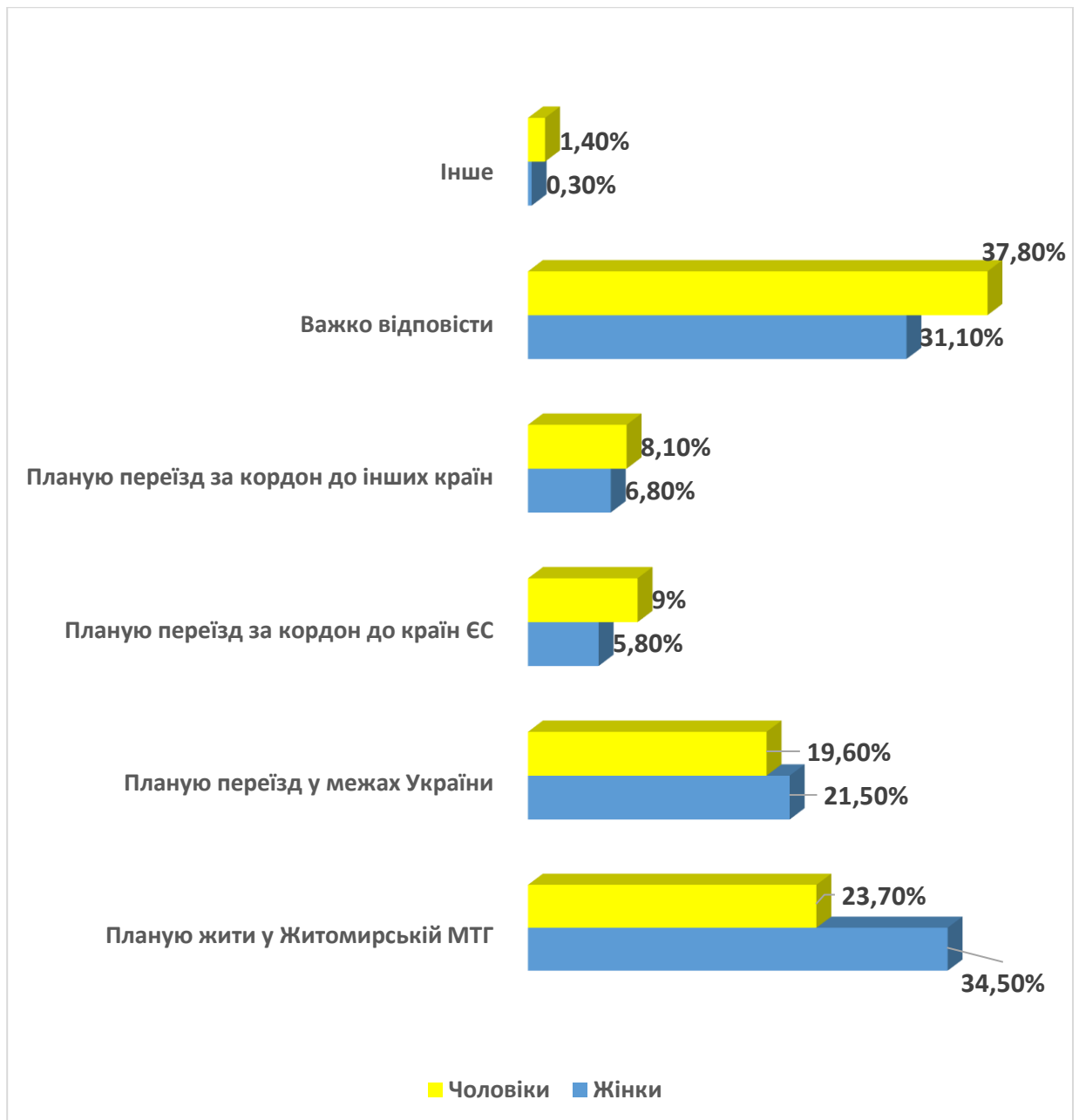
*Рис. 13. Частки відповідей жінок і чоловіків стосовно напрямку, в якому вони хотіли б розвиватися/реалізуватися*

На запитання «Де плануєте навчатися, будувати кар’єру та проживати?» лише близько третини респондентів відповіли, що планують жити у Житомирській міській ТГ – 34,5% жінок та 23,7% чоловіків, хоча до війни цей показник становив близько 60%.

Переїзд у межах України планують 21,5% жінок та 19,6% чоловіків, а за кордон – 12,6% жінок та 17,1% чоловіків.

Третині респондентів важко відповісти на це питання (31,1% жінок та 37,8% чоловіків вагаються з відповіддю).

Отже, лише третина опитаних планує будувати кар’єру та проживати у Житомирській міській ТГ (Рис. 14).

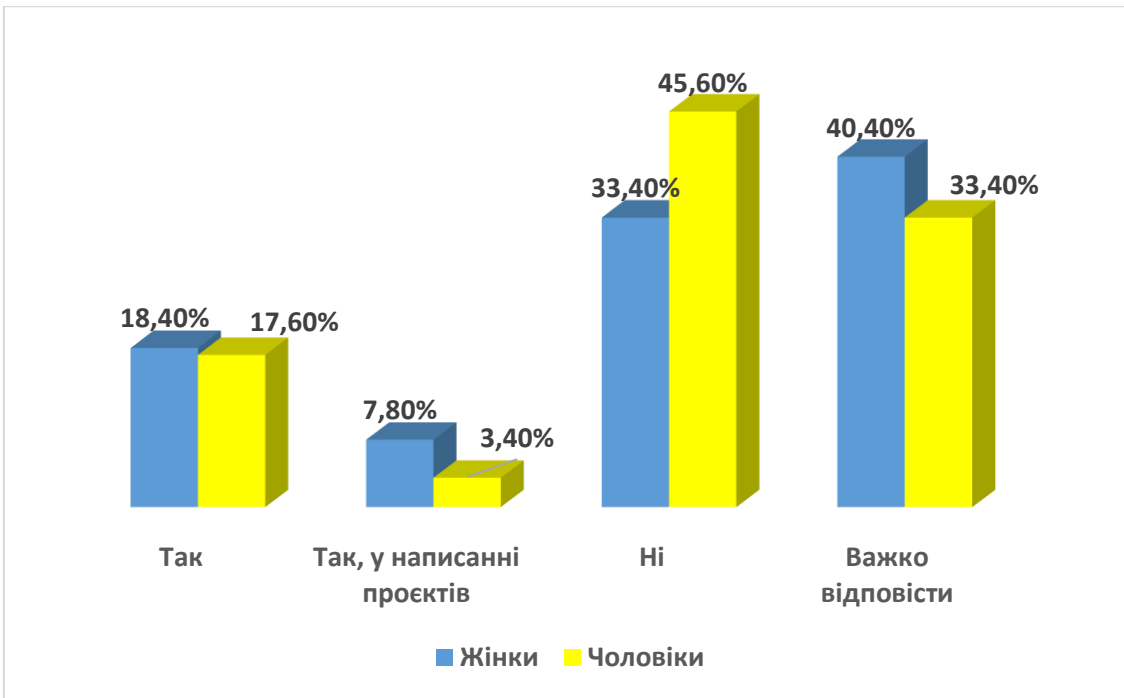


*Рис. 14. Частки відповідей жінок і чоловіків стосовно планів побудови кар'єри та проживання*

На запитання «**Чи потребуєте допомоги у реалізації ваших ініціатив?**» ствердно відповіли лише 18,4% жінок та 17,6% чоловіків. Подібної допомоги у написанні проєктів потребують 7,8% жінок та лише 3,4% чоловіків.

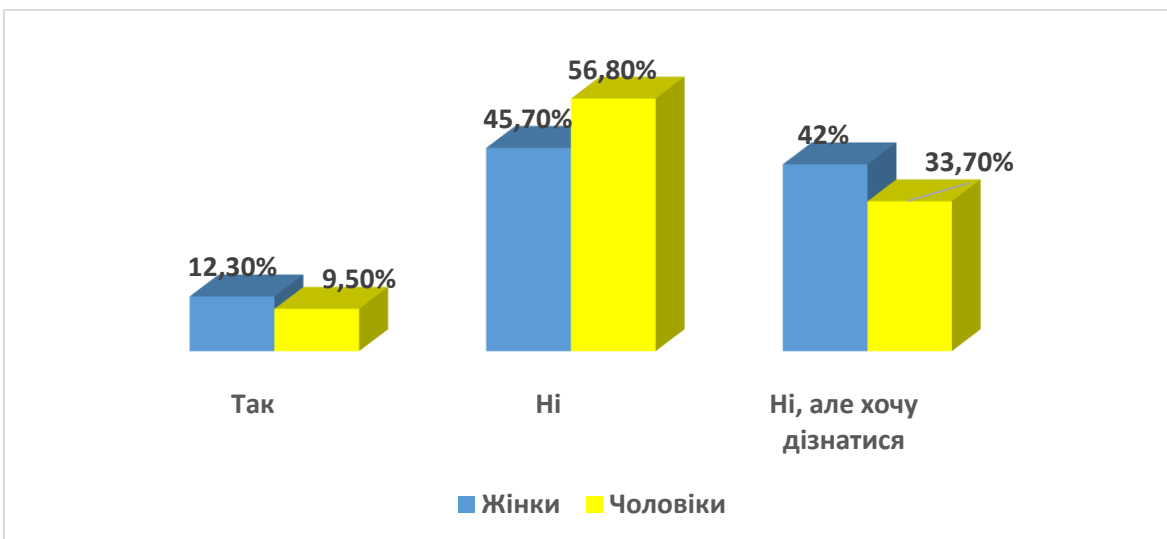
Переважна частина респондентів вагаються з відповіддю – 40,4% жінок та 33,4% чоловіків. Допомоги у реалізації ініціатив не потребують 33,4% жінок та 45,6% чоловіків (Рис. 15).





*Рис. 15. Частки відповідей жінок і чоловіків стосовно питання потреби у допомозі реалізації ініціатив*

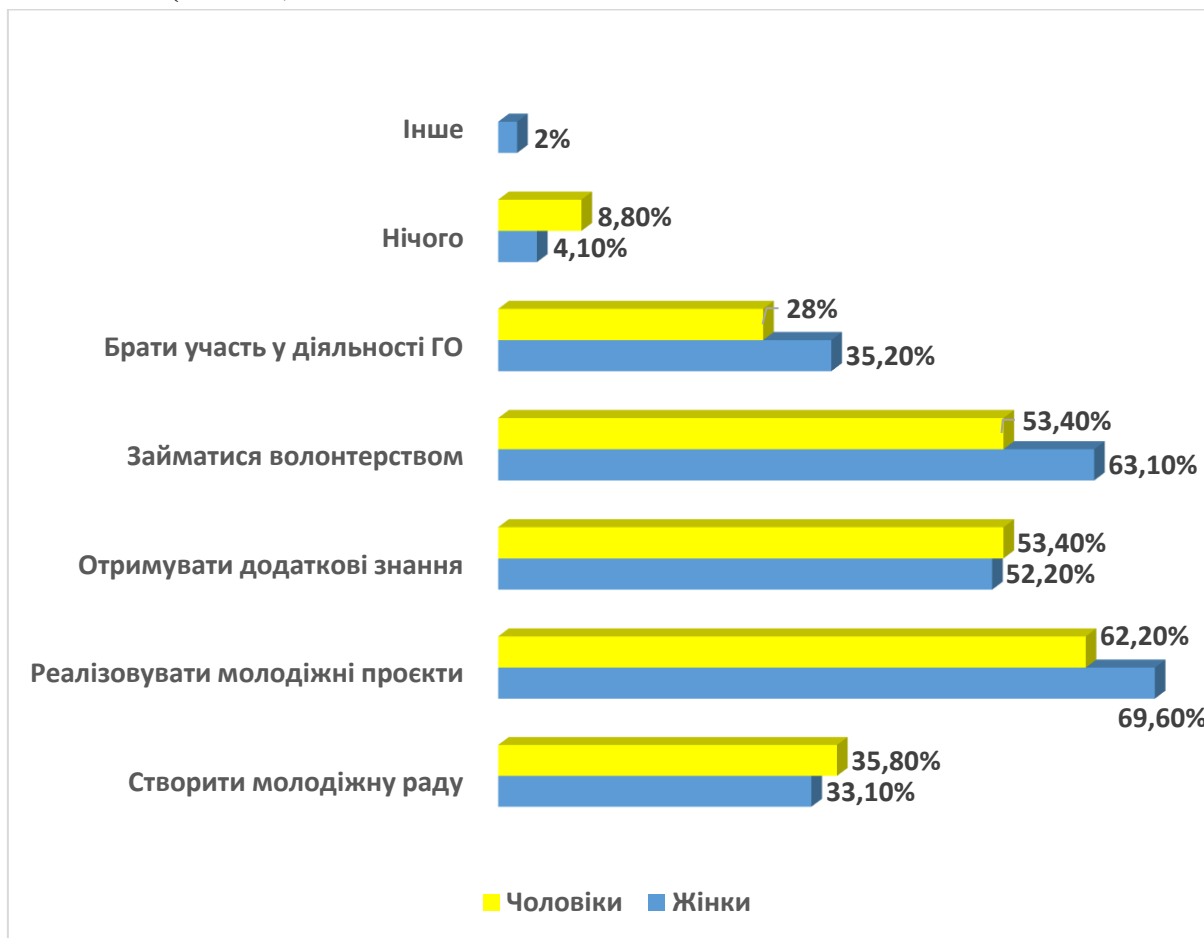
На запитання «**Чи знаєте ви, куди можна подати молодіжний проєкт?**» 49,7% респондентів відповіли, що не знають. Інша частина респондентів дала аналогічну відповідь, проте має бажання дізнатися, як це можна зробити – 39%. Серед них 42% жінок та 33,7% чоловіків (Рис.16). Ствердну відповідь на означене питання дає лише 11,3% опитаних. Отже, переважна частина респондентів не володіє інформацією стосовно того, яким чином підготувати проєкт та до яких структур можна звернутися, аби реалізувати молодіжну ініціативу.



*Рис. 16. Частки відповідей жінок і чоловіків на запитання, чи знають вони, куди можна подати молодіжний проєкт*

На запитання «Що може/повинна робити активна молодь для розвитку громади в умовах воєнного часу?» 67,8% (299 осіб) респондентів відповіли, що можна реалізовувати молодіжні проєкти; 53,3% (235 осіб) вважають, що необхідно здобувати додаткові знання; 31,1% (146 осіб) вважають, що слід брати участь у діяльності ГО; 60,8% (268 осіб) обирають волонтерство, а 34% (150 осіб) вважають, що для розвитку громади молоді потрібно створити молодіжну раду. В той же час 5,9 % молоді (26 осіб) вважають, що молоді нічого не може або не повинна зробити для розвитку громади.

Реалізацію молодіжних проєктів як основну активність обрали 69,6% опитаних жінок та 62,2% чоловіків. Отриманню додаткових знань надають перевагу 52,2% жінок та 53,4% чоловіків. Активну участь у діяльності ГО обрали 35,2% жінок та 28% чоловіків, а волонтерство – 63,1% жінок та 53,4% чоловіків. Створення молодіжної ради необхідним напрямом для розвитку громади вважають 33,1% жінок та 35,8% чоловіків. Серед респондентів, які вважають, що молоді нічого не потрібно робити, – 4,1% жінок та 8,8% чоловіків (Рис.17).



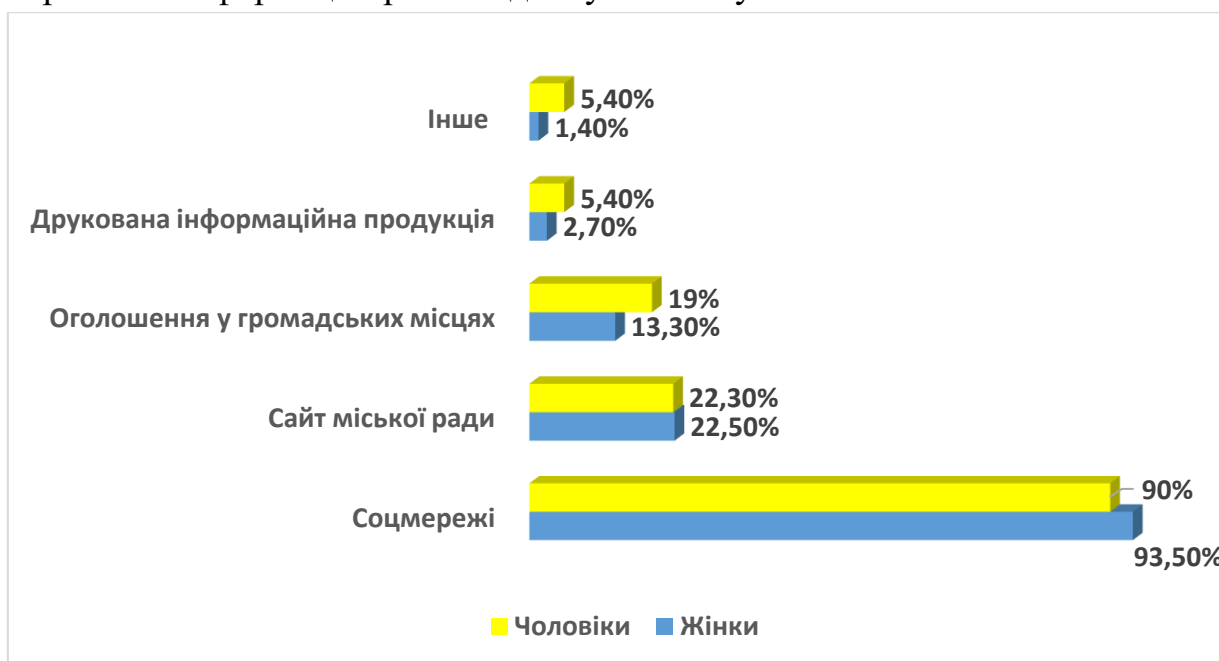
*Рис. 17. Частки відповідей жінок і чоловіків на запитання, що може робити активна молодь для розвитку громади в умовах воєнного часу*

Отже, переважна частина респондентів вважає, що для розвитку громади молодь може реалізувати молодіжні проєкти, займатися волонтерством, отримувати додаткові знання. Третина опитаних також вважає, що важливо брати участь у діяльності ГО та створити молодіжну раду.

На запитання «Як ви дізнаєтеся про події, які відбуваються в громаді?» 91,8% (405 осіб) респондентів відповіли, що для них найбільш релевантним джерелом інформації є соцмережі; 23,8% (105 осіб) дізнаються про інформацію на сайті міської ради; 15,2% (67 осіб) – через оголошення у громадських місцях, 3,9% (17 осіб) обрали друковану інформаційну продукцію.

Спостережено незначні відмінності щодо використання соцмереж та сайту міської ради як джерела інформації у жінок і чоловіків. Чоловіки трохи більше довіряють оголошенням у громадських місцях та друкованій інформаційній продукції, а також альтернативним джерелам інформації, ніж жінки (Рис.18).

Отже, для більшості респондентів найбільш прийнятними каналами отримання інформації є соцмережі, оскільки є можливість отримати інформацію в будь-якій точці та будь-який час за умови наявності телефону поруч. На другому місці за кількістю відповідей – сайт міської ради. Оголошення у громадських місцях та друкована продукція залишаються актуальними формами передачі інформації лише для незначної частини респондентів. Є також незначна частка опитаних, котрі не бачать потреби в отриманні інформації про молодіжну політику.



**Рис. 18. Частки відповідей жінок і чоловіків на запитання щодо релевантних джерел інформування**

На запитання «Яка з перелічених проблем, на вашу думку, є найактуальнішою для молоді Житомирської міської територіальної громади в умовах воєнного часу?» респонденти відповіли таким чином. 55,8% (246 осіб) обрали варіант «зайнятість, працевлаштування». Отже, означена проблема є найактуальнішою для молоді Житомирської міської територіальної громади в умовах воєнного часу, як і в довоєнний період.

42% (185 осіб) стурбовані станом здоров'я та способом життя молоді й обрали варіант «здоровий спосіб життя».

36,5% (161 особа) відповіли, що актуальною проблемою є мала підтримка молоді з боку держави, а 37,4% респондентів (165 осіб) вважають основною проблемою низький рівень активності молоді.

На третьому місці – проблема «психологічна підтримка молоді» – 41,5% (183 особи), що тісно пов'язано із воєнним станом, необхідністю пошуку емоційного ресурсу та підтримки.

38,3% (169 осіб) озвучують проблему доступного житла для молоді.

40,8% (180 осіб) висловлюють невдоволення місцями для відпочинку молоді.

26,5% (117 осіб) вважають проблемою відсутність/недостатність громадських просторів для молоді.

Проблема змістовного дозвілля турбує 20,2% (89 осіб) респондентів. 26,1% (115 осіб) невдоволені рівнем проведення масових заходів, 27,4% опитаних вважають, що не на належному рівні в громаді знаходиться національно-патріотичне виховання.

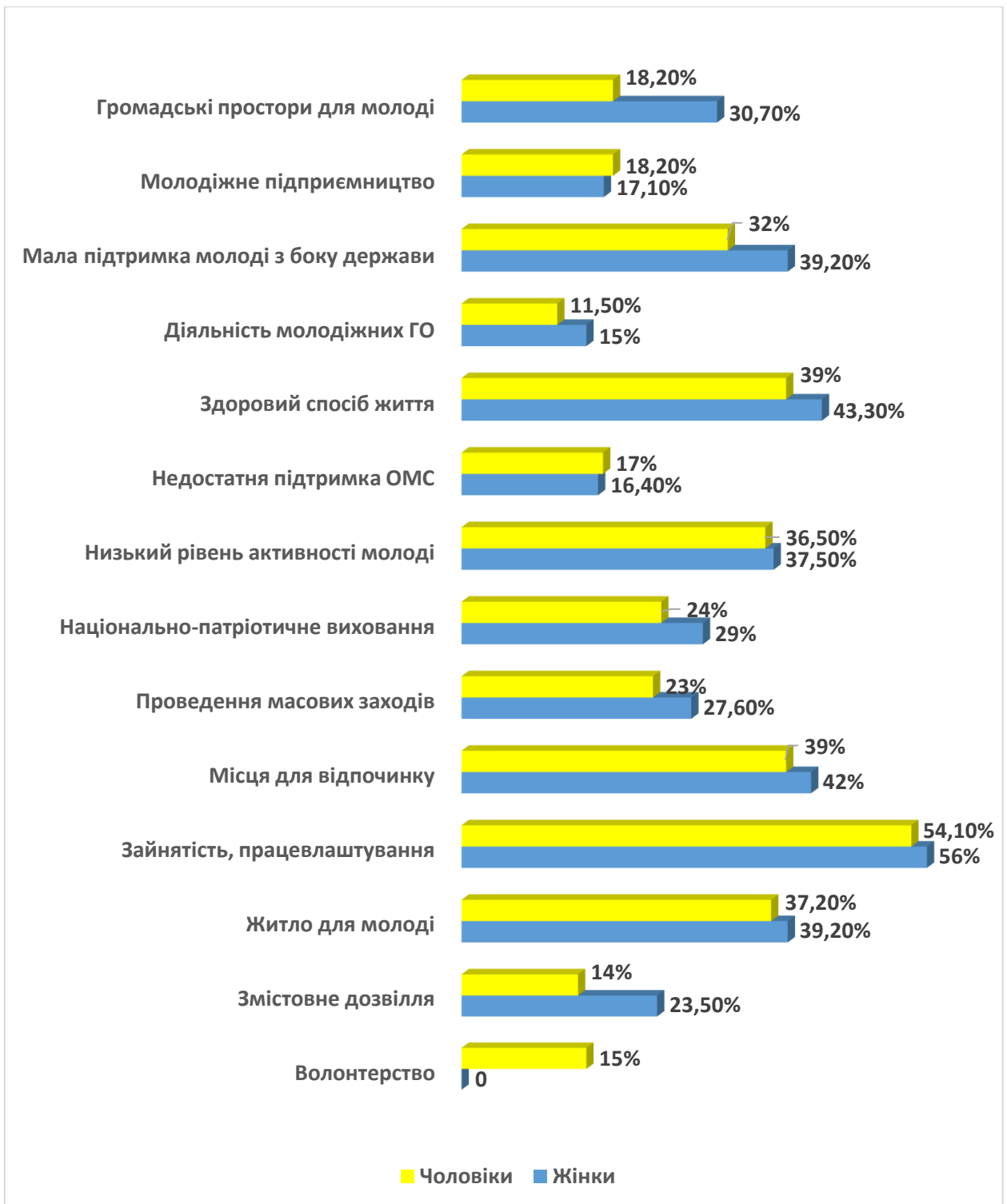
18,1% (80 осіб) зазначають, що незадоволені станом і розвитком молодіжного підприємництва у Житомирській міській територіальній громаді.

Також респонденти вказують на такі проблеми, як діяльність молодіжних громадських організацій – 13,2% (58 осіб); волонтерство – 17,9% (79 осіб); недостатня підтримка органу місцевого самоврядування – 17,2% (76 осіб), в той же час малу підтримку молоді державою відмічають 36,5% (161 особа). Незначна кількість опитуваних виділяє й інші проблеми молоді громади (Рис. 19).

Слід зазначити, що під час надання відповідей на запитання стосовно актуальних проблем молоді Житомирської міської територіальної громади опитувані мали змогу обрати декілька варіантів відповідей.

Частку осіб, які обрали той чи інший варіант відповіді, визначено від загальної кількості респондентів.

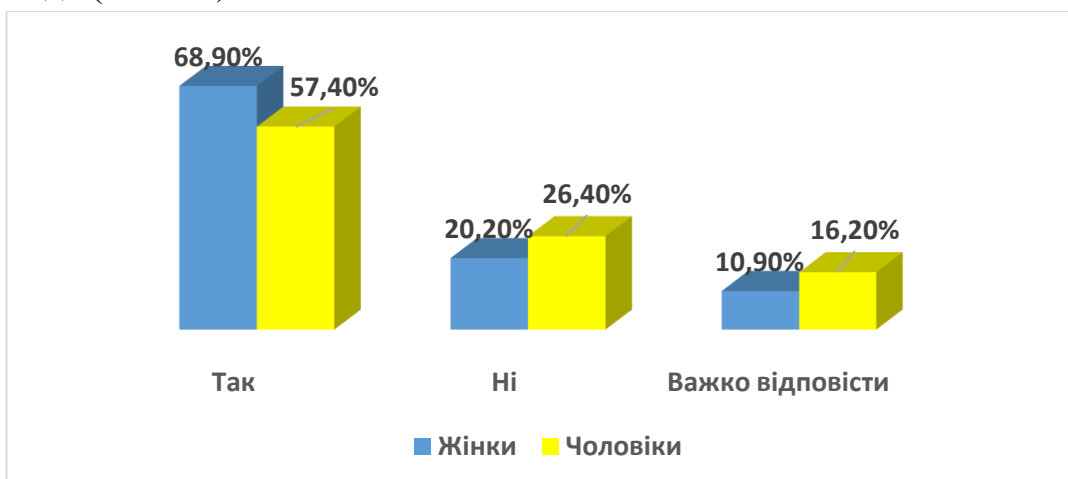
Слід зазначити, що частки відповідей і жінок, і чоловіків суттєво не різняться, окрім проблеми змістовного дозвілля та молодіжних громадських просторів, яку жінки виділяють як проблему більшою мірою, ніж чоловіки.



*Рис. 19. Найактуальніші проблеми молоді Житомирської міської територіальної громади*

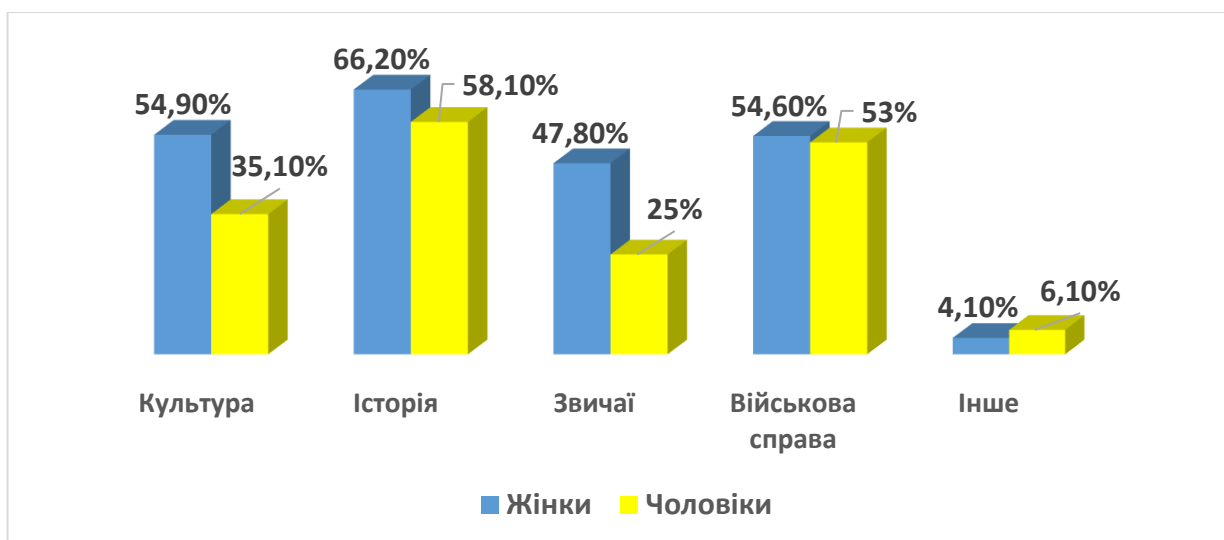
Вплив воєнного стану в Україні на інтереси, вподобання, зацікавлення молоді відмічає 65,1% респондентів, ще 12,7% вагаються з відповіддю, 22,2% – не відчують змін. Частка респондентів чоловіків, яким важко відповісти,

та у яких інтереси не змінилися, вища від частки жінок, які надали подібну відповідь (Рис. 20).



*Рис. 20. Вплив війни на інтереси, вподобання, зацікавлення молоді*

Відповідно актуальними для молодих людей в умовах воєнного часу стала така тематика: 63,9% (282 особи) респондентів цікавляться історією, 54% (238) – військовою справою, 47,4% (209 осіб) – культурою, 39,2% (173 особи) цікавляться народними звичаями. Слід зазначити, що серед жінок частка зацікавлених питаннями культури, історії та звичаїв є значно більшою, ніж серед чоловіків, а військовою тематикою є майже рівною з чоловіками (Рис.21), з урахуванням того, що під час надання відповідей на запитання стосовно актуальних проблем молоді Житомирської міської територіальної громади респонденти могли обрати декілька варіантів відповідей.



*Рис. 21. Тематика, яка стала актуальною для молоді в умовах воєнного часу*

## ВИСНОВКИ

Загальна кількість респондентів, які взяли участь в опитуванні – 441 особа. Означена кількість свідчить про недостатній рівень активності молоді, незважаючи на різні канали поширення анкети та значний часовий проміжок, відведений на опитування.

Молоддю в Україні відповідно до національного законодавства вважаються особи віком від 14 до 35 років. Найбільшу групу учасників дослідження становлять респонденти віком 14-17 років. Друге місце займають особи у віковій категорії 18-22 роки, за ними йдуть опитувані віком 30-35 років. Найменше респондентів віком 23-29 років.

У рейтингу актуальних проблем для молоді Житомирської міської територіальної громади в умовах воєнного стану найважливішими є:

«зайнятість, працевлаштування» – 55,8%, означена проблема є найактуальнішою для молоді Житомирської міської територіальної громади, як і в довоєнний період;

42% стурбовані станом здоров'я та способом життя молоді;

На третьому місці – проблема «психологічна підтримка молоді» – 41,5%, що тісно пов'язано із воєнним станом, необхідністю пошуку емоційного ресурсу та підтримки;

40,8% висловлюють невдоволення місцями для відпочинку молоді;

38,3% озвучують проблему доступного житла для молоді;

37,4% вважають основною проблемою низький рівень активності молоді, а 36,5% вважають актуальною проблемою малу підтримку молоді з боку держави;

26,5% вважають проблемою відсутність/недостатність громадських просторів для молоді;

26,1% невдоволені рівнем проведення масових заходів, 27,4% опитаних вважають, що не на належному рівні в громаді знаходиться національно-патріотичне виховання;

проблема змістовного дозвілля турбує 20,2% респондентів;

Проблеми змістовного дозвілля та молодіжних громадських просторів жінки виділяють більшою мірою, ніж чоловіки.

Загалом 65,3 % в умовах війни з РФ, як і раніше, спілкуються українською мовою, 17,7% респондентів перейшли на спілкування з російської на українську, 8,45% респондентів послуговуються «суржиком», 5,45 % використовують у спілкуванні обидві мови, 3,9% продовжують спілкуватися російською.

Стосовно підтримки вступу України до НАТО та майбутнього України у складі Європейського Союзу молоді люди переважно одностійні: 81% та

70,3% респондентів відповідно, 11,3% респондентів вважають, що в Україні свій шлях. Окрім того, респонденти-чоловіки більшою мірою цікавляться майбутнім вступом України до НАТО, ніж жінки.

Відповіді респондентів показали, що 37,4% – готові служити в ЗСУ та 31,3% – брати участь у бойових діях (частка чоловіків, які дали таку відповідь, дещо вища від частки жінок), майже третина респондентів не виявляють такої готовності і ще близько третини не можуть визначитися із відповіддю. Такий розподіл відповідей свідчить про потребу додаткової профорієнтаційної та національно-патріотичної роботи, зважаючи на те, що серед респондентів значно переважала молодь віком 14-17 років.

У воєнний час значно зросла потреба у знаннях з домедичної допомоги і результати опитування це підтверджують: 31% респондентів володіють такими вміннями, 69% не володіють, однак 42% опитаних хочуть навчитися. Зауважимо, що серед тих, хто володіє такими навичками та хоче навчитися, переважають жінки.

37,5% респондентів фінансово підтримують ЗСУ, 8,8% – волонтерять, серед них переважають жінки.

Половина респондентів вважає, що в умовах воєнного стану у них змінився підхід до проведення вільного часу, третина не вбачає змін.

Зважаючи, що респонденти мали змогу обрати декілька варіантів відповідей, переважна частина, майже 70% респондентів, проводить вільний час «у соцмережах», 65,8% відповіли, що проводять вільний час у громадських місцях (на вулиці), 46,5% – займаються фізичною культурою та/або спортом, 35,4% – відпочивають на природі та займаються туризмом, 37,4% респондентів додатково навчаються, а 23,4% – відвідують культурно-масові заходи, 24,9% – займаються шопінгом і розвагами, 21,3% – проводять час у громадських закладах і 10,9% – займаються волонтерством. Порівняно із 2021 роком частка молодих осіб, які займаються волонтерством збільшилася на 9,9 в.п., оскільки за результатами попереднього опитування цей показник складав 1%. Частка хлопців та чоловіків переважає у таких видах проведення вільного часу, як соцмережі, заняття фізичною культурою та спортом. Частка дівчат та жінок переважає серед тих, хто займається волонтерством, шопінгом, проводить час у громадських закладах, відпочиває на природі, додатково навчається.

Участь молоді у житті громади є недостатньо активною. Близько двох третин респондентів не бере участі у житті громади. З них третина незадоволена рівнем поінформованості щодо можливостей взяти участь у громадському житті Житомирської міської територіальної громади.



Серед осіб, які готові з власної ініціативи брати участь у житті громади дещо переважають жінки. Майже половина опитаних – 44,9% – готові брати активну участь, якщо їх залучатимуть. 15% опитаних взагалі не готові брати участь у розвитку громади та молодіжній політиці. Цей показник значно зріс порівняно з опитуванням 2021 року, коли він складав близько 5%.

Рейтинг відповідей респондентів стосовно напряму, в якому вони хотіли б розвиватися/реалізуватися виглядає так: половина опитаних – 49,7% – бажають займатися творчістю.

Друге місце за популярністю займає напрям «фізична культура та спорт» – 45,4%. 36,7% – бажають реалізовувати молодіжні проекти, а також 21,3% – бажають брати участь у діяльності громадських організацій, 27,4% – хотіли б розвиватися/реалізуватися у сфері науки, а 18,4% – у сфері неформальної освіти, 19% – бажають займатися волонтерством (цей показник значно зріс в умовах воєнного стану).

Слід зазначити, що напрями самореалізації, які переважають у відповідях жінок і чоловіків, відрізняються.

Лише 18,4% жінок та 17,6% чоловіків потребують допомоги у реалізації своїх ініціатив. Переважна частина респондентів вагаються з відповіддю – 40,4% жінок та 33,4% чоловіків.

Переважна частина респондентів не володіє інформацією стосовно того, яким чином підготувати проєкт та до яких структур можна звернутися, аби реалізувати молодіжну ініціативу: половина респондентів відповіли, що не знають, куди можна подати молодіжний проєкт, ще 39% опитаних не знають, проте має бажання дізнатися, як це можна зробити (серед них більша частка жінок). Лише 11,3% опитаних знають як можна втілити молодіжну ініціативу.

Переважна частина респондентів вважає, що для розвитку громади молодь може реалізувати молодіжні проєкти, займатися волонтерством, отримувати додаткові знання. Третина опитаних також вважає, що важливо брати участь у діяльності ГО та створити молодіжну раду. В той же час майже 6% опитаних (частка чоловіків переважає) вважає, що нічого не може або не повинна зробити для розвитку громади.

Для більшості респондентів найбільш прийнятними каналами отримання інформації є соцмережі (майже 92%), оскільки є можливість отримати інформацію в будь-якій точці та будь-який час за умови наявності телефону поруч. На другому місці за кількістю відповідей – сайт міської ради. Оголошення у громадських місцях та друкована продукція залишаються актуальними формами передачі інформації лише для незначної частини

респондентів. Є також незначна частка опитаних, котрі не бачать потреби в отриманні інформації про молодіжну політику.

Лише близько третини респондентів планують жити та будувати кар'єру у Житомирській міській ТГ – 34,5% жінок та 23,7% чоловіків, хоча до війни цей показник становив близько 60%. Третині респондентів важко відповісти на це питання.

Переїзд у межах України планують 21,5% жінок та 19,6% чоловіків, а за кордон – 12,6% жінок та 17,1% чоловіків.

Вплив воєнного стану в Україні на інтереси, вподобання, зацікавлення молоді відмічає понад 65 % респондентів, близько однієї п'ятої опитаних, не відчувають змін, частина вагається з відповіддю.

Так, 63,9% респондентів цікавляться історією, 54% – військовою справою, 47,4% – культурою, 39,2% цікавляться народними звичаями. Слід зазначити, що серед жінок частка зацікавлених питаннями культури, історії та звичаїв є значно більшою, ніж серед чоловіків, а військовою тематикою – є майже рівною з чоловіками.

## ДОДАТКИ

Додаток 1

### Зведені результати опитування «Молодь Житомира: європейський вибір», проведеного у травні 2023 року

Оброблено 441 анкету	Кількість	У %	Кількість	У %
<b>1. Вкажіть, будь ласка, свій вік</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
14-17 років	185	63,1%	112	75,7%
18-22 роки	45	15,4%	24	16,2%
23-29 років	9	3,1%	7	4,7%
30-35 років	54	18,4%	5	3,4%
<b>2. Вкажіть, будь ласка, стать</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
	293	66,4%	148	33,6%
<b>3. Вкажіть, будь ласка, рід занять</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Навчаюся	219	74,7%	130	87,8%
Працюю	50	17,1%	13	8,8%
Навчаюся та працюю	4	1,4%	2	1,4%
Безробітний/ня	8	2,7%	3	2%
Інше	12	4,1%	-	-
<b>4. Якою мовою ви спілкуєтеся?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Українською, як і раніше	198	67,7%	92	62,3%
Російською, як і раніше	7	2,4%	9	6,1%
Українською, а раніше російською	56	19,1%	23	15,5%
Обома мовами	10	3,4%	10	6,7%
Суржик	22	7,5%	14	9,4%
<b>5. Чи підтримуєте вступ України до НАТО?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	229	78,2%	129	87,2%
Ні	11	3,8%	5	3,3%
Не цікавлюся	53	18%	14	9,5%
<b>6. Чи бачите ви майбутнє України у складі Європейського Союзу?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	206	70,4%	105	71%
Ні	8	2,7%	9	6%
Не думав/ла про це	44	15%	19	13%
В Україні свій шлях	35	11,9%	15	10%

<b>7. Чи готові ви піти на службу в ЗСУ?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	100	34,1%	65	44%
Ні	98	33,5%	33	22,2%
Важко визначитися	95	32,4%	50	33,8%
<b>8. Чи готові ви брати участь у бойових діях?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	87	29,7%	51	34,5%
Ні	110	37,5%	44	29,7%
Важко визначитися	96	32,8%	53	35,8%
<b>9. Чи вмієте ви надавати домедичну допомогу?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	96	32,8%	42	28%
Ні	59	20,1%	59	40%
Хочу навчитися	138	47,1%	47	32%
<b>10. Чи є у вас можливість підтримувати ЗСУ?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	88	30%	50	34%
Ні	56	19,1%	42	28%
Уже підтримую фінансово	121	41,3%	44	30%
Уже підтримую волонтерством	28	9,6%	12	8%
<b>11. Чи змінився ваш підхід до проведення вільного часу в умовах війни?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	158	53,9%	67	45%
Ні	78	26,6%	41	28%
Важко визначитися	57	19,5%	40	27%
<b>12. Як зазвичай ви проводите вільний час?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
У соцмережах	196	66,9%	103	70%
Додатково навчаюся	120	41%	42	29%
Займаюся фізичною культурою та/або спортом	118	40,3%	82	55,4%
Проводжу час у громадських місцях (на вулиці)	195	66,6%	91	62%
Відвідую культурно-масові заходи	73	24,9%	21	14,2%
Відпочиваю на природі, займаюся туризмом	105	35,8%	40	27%
Проводжу час у громадських закладах	68	23,2%	24	16,2%
Займаюся шопінгом, розвагами	89	30,4%	18	12,2%
Займаюся волонтерством	34	11,6%	10	6,8%
Інше	8	2,7%	8	5,4%

<b>13. Чи берете ви участь у житті громади?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	64	21,8%	35	23,6%
Ні	46	15,8%	39	26,4%
Не цікаво	24	8,2%	21	14,2%
Не маю часу	66	22,5%	28	18,9%
Низький рівень поінформованості	90	30,7%	24	16,2%
Інше	3	1%	1	0,7%
<b>14. Чи готові ви особисто брати активну участь у розвитку громади, молодіжній політиці?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так, з власної ініціативи	46	15,7%	17	11,5%
Так, якщо залучатимуть	140	47,9%	60	40,5%
Ні	34	11,6%	31	20,9%
Важко відповісти	73	24,8%	40	27,1%
<b>15. У якому напрямі ви хотіли б розвиватися/реалізовуватися?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Спорт	112	38,2%	82	55,4%
Наука	66	22,5%	52	35,1%
Волонтерство	68	23,2%	15	10,1%
Неформальна освіта	58	19,8%	18	12,2%
Молодіжні проекти	127	43,3%	32	22%
Діяльність громадської організації	65	22,2%	28	19%
Творчість	156	53,2%	56	37,8%
Інше	9	3,1%	6	4,1%
<b>16. Де плануєте навчатися, будувати кар'єру та проживати?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Планую жити у Житомирській МТГ	101	34,5%	35	23,7%
Планую переїзд у межах України	63	21,5%	29	19,6%
Планую переїзд за кордон до країн ЄС	17	5,8%	13	9%
Планую переїзд за кордон до інших країн	20	6,8%	12	8,1%
Важко відповісти	91	31,1%	56	37,8%
Інше	1	0,3%	2	1,4%
<b>17. Чи потребуєте допомоги у реалізації ваших ініціатив?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	54	18,4%	26	17,6%
Так, у написанні проєктів	23	7,8%	5	3,4%
Ні	98	33,4%	67	45,6%
Важко відповісти	118	40,4%	50	33,4%
<b>18. Чи знаєте ви, куди можна подати молодіжний проєкт?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	36	12,3%	14	9,5%
Ні	134	45,7%	84	56,8%
Ні, але хочу дізнатися	123	42%	50	33,7%

<b>19. Що може/повинна робити активна молодь для розвитку громади в умовах воєнного часу?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
створити молодіжну раду	97	33,1%	53	35,8%
реалізовувати молодіжні проекти	204	69,6%	92	62,2%
отримувати додаткові знання	153	52,2%	79	53,4%
займатися волонтерством	185	63,1%	79	53,4%
брати участь у діяльності ГО	103	35,2%	41	28%
нічого	12	4,1%	13	8,8%
інше	6	2%		
<b>20. Як ви дізнаєтеся про події, які відбуваються в громаді?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Соцмережі	274	93,5%	133	90%
Сайт міської ради	66	22,5%	33	22,3%
Оголошення у громадських місцях	39	13,3%	28	19%
Друківана інформаційна продукція	8	2,7%	8	5,4%
Інше	4	1,4%	8	5,4%
<b>21. Яка з перелічених проблем, на вашу думку, є найактуальнішою для молоді Житомирської міської територіальної громади в умовах воєнного часу?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Волонтерство	51	17,4%	22	15%
Змістовне дозвілля	69	23,5%	20	14%
Житло для молоді	115	39,2%	55	37,2%
Зайнятість, працевлаштування	164	56%	80	54,1%
Місця для відпочинку	123	42%	57	39%
Проведення масових заходів	81	27,6%	34	23%
Національно-патріотичне виховання	84	29%	35	24%
Низький рівень активності молоді	110	37,5%	54	36,5%
Недостатня підтримка ОМС	48	16,4%	25	17%
Здоровий спосіб життя	127	43,3%	57	39%
Діяльність молодіжних ГО	44	15%	17	11,5%
Мала підтримка молоді з боку держави	115	39,2%	47	32%
Молодіжне підприємництво	50	17,1%	27	18,2%
Громадські простори для молоді	90	30,7%	27	18,2%
<b>22. Чи вплинула війна на ваші інтереси, вподобання, зацікавлення?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Так	202	68,9%	85	57,4%
Ні	59	20,2%	39	26,4%
Важко відповісти	32	10,9%	24	16,2%
<b>23. Які теми стали для вас актуальними в умовах воєнного часу?</b>				
	<b>Жінки</b>		<b>Чоловіки</b>	
Культура	161	54,9%	52	35,1%
Історія	194	66,2%	86	58,1%
Звичаї	140	47,8%	37	25%
Військова справа	160	54,6%	78	53%
Інше	12	4,1%	9	6,1%

## Анкета для опитування «Молодь Житомира: європейський вибір»

1. **Вкажіть ваш вік:**
  - 14-17
  - 18-22
  - 23-35
2. **Вкажіть, будь ласка стать**
  - жін.
  - чол.
3. **Вкажіть, будь ласка, рід занять:**
  - Навчаюся
  - Працюю
  - Безробітний/на
  - Інше \_\_\_\_\_
4. **Якою мовою ви спілкуєтесь?**
  - Українською, як і раніше;
  - Російською, як і раніше;
  - Українською, а раніше російською;
  - Інше \_\_\_\_\_
5. **Чи підтримуєте вступ України до НАТО?**
  - Так
  - Ні
  - Не цікавлюся
6. **Чи бачите ви майбутнє України у складі Європейського Союзу?**
  - Так
  - Ні
  - Не думав/ла про це
  - В Україні свій шлях
7. **Чи готові ви піти на службу в ЗСУ?**
  - Так
  - Ні
  - Важко визначитися
8. **Чи готові ви брати участь у бойових діях?**
  - Так
  - Ні
  - Важко визначитися
9. **Чи вмієте ви надавати домедичну допомогу?**
  - Так
  - Ні
  - Хочу навчитися
10. **Чи є у вас можливість підтримувати ЗСУ?**
  - Так
  - Ні
  - Уже підтримую фінансово
  - Уже підтримую волонтерством

**11. Чи змінився ваш підхід до проведення вільного часу в умовах війни?**

- Так
- Ні
- Важко відповісти

**12. Як зазвичай ви проводите вільний час?**

- У соцмережах
- Займаюся волонтерством
- Відвідую культурно-масові заходи
- Додатково навчаюся
- Займаюся фізичною культурою та/або спортом
- Проводжу час у громадських місцях (на вулиці)
- Проводжу час у громадських закладах
- Відпочиваю на природі, займаюся туризмом
- Займаюся шопінгом, розвагами
- Інше \_\_\_\_\_

**13. Чи берете ви участь у житті громади?**

- Так
- Ні
- Не цікаво
- Не маю часу
- Низький рівень поінформованості
- Інше \_\_\_\_\_

**14. Чи готові ви особисто брати активну участь у розвитку громади, молодіжній політиці?**

- Так, з власної ініціативи
- Так, якщо залучатимуть
- Ні
- Важко відповісти

**15. У якому напрямі ви хотіли б розвиватися/реалізовуватися?**

- Спорт
- Наука
- Волонтерство
- Неформальна освіта
- Молодіжні проекти
- Діяльність громадської організації
- Творчість
- Інше \_\_\_\_\_

**16. Де плануєте навчатися, будувати кар'єру та проживати ?**

- Планую жити у Житомирській міській ТГ
- Планую переїзд у межах України
- Планую переїзд за кордон до Європейського Союзу
- Планую переїзд за кордон до інших країн
- Важко відповісти
- Інше \_\_\_\_\_

**17. Чи потребуєте допомоги у реалізації ваших ініціатив?**

- Так, у написанні проектів
- Так
- Ні
- Важко відповісти



- 18. Чи знаєте ви, куди можна подати молодіжний проєкт?**
- Так
  - Ні, але хочу дізнатися
  - Ні
- 19. Що може/повинна робити активна молодь для розвитку громади в умовах воєнного часу?**
- Створити молодіжну раду
  - Реалізовувати молодіжні проєкти
  - Отримувати додаткові знання
  - Займатися волонтерством
  - Брати участь у діяльності ГО
  - Нічого
  - Інше \_\_\_\_\_
- 20. Як ви дізнаєтеся про події, які відбуваються в громаді?**
- Соцмережі
  - Сайт міської ради
  - Оголошення у громадських місцях
  - Друкована інформаційна продукція
  - Інше \_\_\_\_\_
- 21. Яка з перелічених проблем, на вашу думку, є найактуальнішою для молоді Житомирської міської територіальної громади в умовах воєнного часу?**
- Волонтерство
  - Змістовне дозвілля
  - Житло для молоді
  - Зайнятість, працевлаштування
  - Місця для відпочинку
  - Проведення масових заходів
  - Національно-патріотичне виховання
  - Низький рівень активності молоді
  - Недостатня підтримка органу місцевого самоврядування
  - Здоровий спосіб життя
  - Діяльність молодіжних громадських організацій
  - Мала підтримка молоді з боку держави
  - Молодіжне підприємництво
  - Громадські простори для молоді
  - Інше \_\_\_\_\_
- 22. Чи вплинула війна на ваші інтереси, вподобання, зацікавлення?**
- Так
  - Ні
  - Важко відповісти
- 23. Які теми стали для вас актуальними в умовах воєнного часу?**
- Культура
  - Історія
  - Звичаї
  - Військова справа