

НАЦИОНАЛЕН ИЗВЕШТАЈ

2022

*Потреби на младите и видливост на
младинските програми во областа на
културата во Северна Македонија*

www.smr.org.mk



Музеј на град Неготино

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Национален извештај

Потреби на младите и видливост на младинските програми во областа на културата во Северна Македонија, 2022, Скопје

АВТОР:

Драгана Митровиќ, со придонес од Драгица Чекоровска и Мартина Јачевска

ДИЗАЈН:

Константин Карадафов

ИЗДАВАЧ:

Сојуз за младинска работа

Изработено во рамки на проектот “The Melting Pot” поддржан од Фондацијата ТЕМПУС.

ОДРЕКУВАЊЕ ОД ОДГОВОРНОСТ:

„Европската Комисија којашто ја обезбеди поддршката за подготовката на оваа публикација не е одговорна за нејзината содржина, туку содржината на оваа публикација ги одразува гледиштата на авторите“

За било каква употреба на содржината или делови од содржината на публикацијата, треба да се побара дозвола и да се означат авторите.

СОДРЖИНА

НАЦИОНАЛЕН ИЗВЕШТАЈ: ПОТРЕБИ НА МЛАДИТЕ И ВИДЛИВОСТ НА МЛАДИНСКИТЕ ПРОГРАМИ ВО ОБЛАСТА НА КУЛТУРАТА ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	5
--	----------

АНАЛИЗА НА ДОКУМЕНТИ (DESK RESEARCH): КУЛТУРНИ ПОЛИТИКИ ЗА МЛАДИ, МОЖНОСТИ ЗА ФИНАНСИРАЊЕ И МЛАДИНСКИ ПРОГРАМИ И МЕТОДИ ВО КУЛТУРАТА ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	30
---	-----------

АНАЛИЗА НА ОН-ЛАЈН АНКЕТА ЗА МЛАДИ: ВИДЛИВОСТ НА КУЛТУРНИТЕ ПРОГРАМИ И ПОТРЕБИ НА МЛАДИТЕ	54
--	-----------

ИЗВЕШТАЈ ОД СПРОВЕДЕНИ ФОКУС ГРУПИ СО МЛАДИ	100
--	------------

ИЗВЕШТАЈ ЗА ПРИБИРАЊЕ ИНФОРМАЦИИ ОД КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ СО АНАЛИЗА: КУЛТУРНИТЕ ИНСТИТУЦИИ/ОРГАНИЗАЦИИ И МЛАДИТЕ	123
--	------------

НАЦИОНАЛЕН ИЗВЕШТАЈ

*Потреби на младите и видливост на
младинските програми во областа на
културата во Северна Македонија*

СОДРЖИНА

1. ВОВЕД	5
2. РЕЗИМЕ	7
3. ПРИСТАП И МЕТОДОЛОГИЈА	9
4. РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО	11
ШТО Е... ТЕКОВНАТА СОСТОЈБА	11
4.1. МЛАДИНСКИ ПРОГРАМИ ВО КУЛТУРАТА	11
4.2. МЛАДИНСКО УЧЕСТВО И ИНФОРМИРАЊЕ	14
И ШТО Е ПОТРЕБНО...?	16
4.3. ПОТРЕБИ НА МЛАДИТЕ	16
4.4. ПОТРЕБИ НА ИНСТИТУЦИИТЕ	20
5. ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ	23
6. ЛИСТА НА ПРИЛОЗИ	26

1. ВОВЕД

Регионалниот проект “The Melting Pot”, е партнерска иницијатива спроведена во 3 држави (Хрватска, Србија и Северна Македонија) со поддршка од Еразмус+ програмата преку Националната агенција „Фондација Темпус“ Србија, со времетраење во периодот од март 2021 – септември 2022 година. Воспроведување на проектот се вклучија по една национална мрежа и по една институција од областа на културата, односно, Националната асоцијација на практичари/ки на младинска работа – НАПОР и Галерија Матице Српске – Нови Сад од Србија, Мрежата на млади и Загрепскиот центар за независна култура и млади „Погон“ од Хрватска, и, Сојузот за младинска работа и Музеј на град Неготино од Северна Македонија, кои се обединија во стратешко партнерство со цел да допринесат кон приближување на младите и културните институции низ младински програми.

При планирањето на проектот, партнерите од културните институции забележаа дека младите се сè помалку заинтересирани за традиционалните културни содржини што се нудат (изложби, перформанси, концерти и проекции на филмови). Имајќи го тоа во предвид и податоците од Еуростат – дека во 2019 година, 94% од младите секојдневно го користат интернетот, и, дека 92% користеле мобилни телефони за таа намена, јасно е дека и културните институции и организации треба да го следат развојот на технологијата и да креираат/употребуваат различни интерактивни методи и пристапи за да им ги претстават културните содржини на младите. Исто така, партнерите ги земаат предвид и препораките од завршниот извештај од ЕАСЕА „Пристап на младите до култура“ каде е нагласено дека пристапот и учеството се клучните елементи за осигурување на културните права на младите, па оттука, препорачано е дека “...треба да се земат предвид некорисниците – преку анкети, контакти со заедниците и граѓанските организации. Да се анализираат причините зошто не доаѓаат и што би било потребно за да се донесат различни публики во институцијата. Употребата на новите технологии, неформалното образование и волонтерски активности може да помогнат за нивно вклучување. Зајакнете го персоналот со експертиза и вештини за управување со културниот диверзитет и интеркултурен дијалог. Ова може да значи дека треба да се планираат обуки и дискусии низ вмрежување и партнерства со други културни и академски институции и граѓански организации...”

Генералната намера на партнерите со овој проект е да допринесат кон приближување на културните институции поблиску до сите млади луѓе преку младинска работа и програми со вклучување на интерактивни и иновативни методи и алатки, како и создавање на предуслови за професионализација на младинските работници и вработените во културните институции. Затоа, си ги поставија специфичните цели:

- Да се зголеми видливоста, и, препознавањето и признавањето на потенцијалот на младинската работа и културните институции да одговори на идентификуваните потреби на различните групи млади на локално, национално, регионално и ЕУ ниво;
- Да се подигне нивото на квалитет во младинската работа во регионот преку воведување на нови иновативни и креативни методи интегрирани во културните и уметнички програми;
- Да се зголеми професионализмот на младинските работници и вработените во културните институции преку креирање на курикулум за нивна едукација; и,
- Да се воспостави меѓусекторска соработка меѓу младинските работници и културните институции на национално и регионално ниво.

За постигнување на проектните цели, партнерите планираа и спроведоа низа различни активности паралелно во сите вклучени држави:

- Спроведување на компаративно истражување за потребите на младите во културата, врз основа на национални истражувања (анкети за млади, фокус групи за млади, анкети за културни институции, анализа на документи) во кои беше планирано да се вклучат 320 млади од трите држави.
- Развивање на курикулум за едукација на младински работници во културните институции.
- Развивање на шест (6) и тестирање на половината, односно, три (3) едукативни младински програми во културните институции, со вклучување на 60 млади луѓе.
- Развивање на буклет „Микс на иновација во младинската работа и културните институции“ со петнаесетина идентификувани примери за иновативни и креативни методи во работата со млади од Хрватска, Србија, Северна Македонија и Европа.
- Организирање на национални и регионални настани за презентација на постигнатите резултати и продукти од проектот, и, за подигање на свеста за потребите на младите, за важноста на вложувањето во развивање на сервиси за младинска работа во културните институции заради позитивниот импакт врз развојот на младите, како: студиска посета за 12 младински и културни работници во Србија; појадок со новинари во секоја држава; интерактивен настан во исто време и со поврзување на учесниците од сите држави преку Интернет; регионална конференција во Хрватска...

Со активностите, планирано е да се допре до барем 150 организации и 150 културни институции од Србија, Хрватска и Северна Македонија, и до околу 200000 граѓани. Особен акцент, проектните партнери, ставија на вклучувањето на млади со помалку можности.

Низ самото спроведување на проектот, партнерите ги зајакнаа меѓусебните врски и соработка, утврдија дел од недостатоците во полето на соработката и комуникацијата меѓу младите и институциите од областа на културата и уметноста, истражија иновативни практики и развија и тестираа нови програми за млади... И, подготвени се да продолжат да работат на надминување на предизвиците и подобрување на условите за работа со младите и програмите за млади во областа на културата и уметноста низ идни соработки.

Ова партнерство и самиот проект се, сами по себе, особено интересни и корисни поради повеќе причини:

- Покажуваат редок пример на стратешка соработка помеѓу младинскиот и културниот сектор, врз кој може да се учи и надградува;
- Обезбедуваат податоци за потребите на младите во областа на културата и за видливоста на културните програми за млади, ги пренесуваат препораките директно од младите како нивно учество, а кои може и треба да се користат во иднина при планирање во областа на културата и младинската работа, кое, реално е нешто што недостигаше во регионот;
- Создаваат производи (курикулум за едукација на младински и културни работници, буклет со позитивни практики, младински програми) кои се актуелни и во согласност со потребите, и, кои имаат високо употреблива вредност и за младинскиот и за културниот сектор во регионот и во Европа.

2. РЕЗИМЕ

Спроведеното истражување покажува дека има многу простор за подобрувања во областа на културата и учеството на младите во културата; неопходно е да се вложува повеќе за јакнење на врските помеѓу културните институции и организации и младите, за да се создаваат услови за еднаков пристап до култура за сите млади како би се допринело кон нивниот развој.

Тековните можности се ограничени и ограничувачки, односно **недостигаат долгорочни програми за млади** кои се спроведуваат во културните институции, а кои се внимателно планирани и спроведувани од страна на младински или културни работници со примена на методи на младинска работа во континуитет; а **недостигаат и истражувања и податоци во областа на културата** како би се поставила солидна основа за реално планирање во иднина.

Во однос на учеството на младите во културата, во рамки на истражувањето, тоа е разгледувано од три аспекти: (1) како учесници во процеси поврзани со областа култура, односно, носење одлуки или учество во процеси, (2) како креатори на културен производ и, (3) како конзументи на културниот производ, односно публика. Во однос на сите аспекти – заклучокот е дека **учеството на младите е слабо**. Младите многу ретко биле прашани за мислење за програмите и културните содржини, или при крирање на политики во област на културата од страна на организации или институции, и тоа најчесто од страна на некое здружение/организација, во рамки на некој проект, а скоро занемарливо – од страна на некоја институција. Во однос на можноста да се вклучат како „креатори на културен производ“, исто така, тие се многу слабо вклучени, со забелешка дека можностите се сепак поголеми во главниот град, а скоро непостојни во останатите градови во државата; а, недостига и охрабрување за ваков вид вклучување на младите.

Младите, иако најчесто се гледаат како конзументи на културниот производ, односно, како публика, сепак и на тој начин не се многу активни или присутни. Овде постои разлика во перцепцијата на културните институции и младите за причините за непосетеноста на културните содржини. Од културните институции (испитаниците од прашалникот за културните институции всушност одговориле дека се до некаде задоволни од интересот и посетеноста од страна на младите) како причини зошто одзивот од страна на младите не е задоволителен, од понудените одговори, највисоко ги рангираат „младите генерално се незаинтересирани за култура и уметност“ и „содржините се неразбирливи за младите“. Младите испитаници на анкетниот прашалник и учесниците во фокус групите, пак, кажуваат дека (пред КОВИД-19¹) посетеноста на културни содржини била релативно слаба (односно, ретко или понекогаш). Тие како причини зошто младите не ги посетуваат културните институции и настани на независната културна сцена како најчести ги наведуваат „нема доволно такви настани во местото на живеење на младите“, „недостапност поради местото на живеење (се случува на друго место)“ и „недостига промоција за настаните“, наспроти „не ги интересира“ и „немаат време“ кои се при дното на листата можни причини за непосетеноста.

Младите, исто така препорачуваат дека „- **Децентрализација на културата е потребна – сите граѓани заслужуваат еднаков пристап до култура.**“

1 Периодот пред Ковид-19 пандемијата е период што истражувачкиот тим сметаше дека треба да се земе предвид со оглед на ограничувањата во работењето на културните институции со превентивните мерки.

За алтернативната/независна културна сцена, младите забележуваат дека дека „практично и не постои освен во главниот град“.

Дополнителна тема од интерес, ако се сака да се постигне зголемена вклученост и учество на младите, е и начинот на информирање на младите за културни настани, содржини и можности, и неопходно е да се земе предвид дека се посебна публика/целна група која треба на специфични начини да се информира и охрабрува. Затоа треба да се има предвид дека **младите се информираат за културните настани најчесто преку социјалните мрежи (Facebook и Instagram) и препорака од пријатели (word of mouth), како и преку училиштата.**

Потребите на младите, како и нивните навика и интереси се значајна појдовна точка со цел да се креира понуда и услови за нивно вклучување во културни програми. Со оглед на тоа дека младинската работа, како и посетата на културни содржини, вообичаено се одвива во слободното време и на доброволна основа, значајно е да се земе предвид и како младите го поминуваат слободното време. Тие најмногу го користат слободното време во: слушање музика, дружење со пријателите, поминување време на социјалните мрежи, поминување време со семејството, по што следуваат активности како ништо/опуштање, читање книги, гледање серији и филмови (од забавен карактер – повеќе, а од едукативен карактер – нешто помалку), како и спортски активности, а дури на средина на листата, се наоѓаат креативните активности и посетата на културни настани на места на независната културна сцена, уште пониско – посетата на културни институции, додека при дното на листата се и волонтирањето и поминување на времето во младински центри. Дел од ова секако е поврзано со достапните можности, особено кога ќе се земе предвид задоволството од квалитетот на живот во нивните места на живеење кое е воопшто под просекот, но сепак, заклучуваме дека најзадоволни се од можностите за излегување, забава, ноќен живот, како и од можностите за неформално образование и спортски активности, по што следуваат можностите за продолжување на образованието, па културната содржина и понуда, јавниот превоз и перспективите за вработување.

Во однос на културните настани и содржини, прашани за преференци, односно, што од (понудена) листа на настани/содржини би сакале да го има повеќе во иднина, младите се заинтересирани за кино/филмски проекции, филмски фестивали, театарски претстави, концерти на странска мејнстрим музика, креативни работилници и едукации, изложби во музеи и простори на независната културна сцена, промоции на книги и литературни читања, и т.н., додека на дното на листата се: опера, балет или концерти на класична музика; изведби на современ циркус и изведби на современ танц.

Најпосле, а во однос, на потребите на институциите, според одговорите на претставниците од културните институции, каде како највисоко рангирана потреба во однос на подобрување нивната работа со младите е соработката со младински организации и младински работници, јасно е дека е увиден недостиг на соодветни вештини и знаења од областа на работата со млади. Понатаму, се забележува и потребата од подобра меѓуинституционална соработа и соработка со граѓанскиот сектор и независната културна сцена. Исто така, со цел да се адресираат недостатоците во тековната работа, препорака е да се земат предвид и причините за непосетеност на културните институции/организации дадени од страна на младите.

3. ПРИСТАП И МЕТОДОЛОГИЈА

Со цел да се утврдат потребите на младите во областа на културата и причините за нивната (не)вклученост во културните институции, спроведено е квантитативно и квалитативно истражување во Република Северна Македонија, како и во партнерските држави, Србија и Хрватска.

Основните прашања на кои се направи обид да се одговори низ истражувањето произлегоа од проектот:

1. Зошто младите луѓе не се вклучуваат во културните институции и кои се главните причини за тоа?
2. Кои се начините да се инволвираат младите во културни програми (идентификација на канали за комуникации, комуникациски пораки, и, различни иновативни методи во младинските програми)?; и
3. Кои се реалните потреби на младите кога станува збор за култура и уметност?

Соодветно, главните поставени прашања на истражувањето се однесуваа на испитување на а) реалните потреби на младите кога се во прашање културата и уметноста, и б) колкава е видливоста на културните програми за младите.

Поставените хипотези на истражувањето се:

- +Не постои разлика во перцепцијата на младите и претставниците на културните институции во однос на причините зошто младите не ги посетуваат програмите на културните институции.
- Младите се незадоволни од достапната понуда на културни програми во нивното место на живеење од страна на културните организации/институции.
- Младите, за разлика од културните институции/организации, сметаат дека културните институции/организации не овозможуваат вклучување на младите при планирање на културните програми.

Истражувачките инструменти за прибирање на квалитативни и квантитативни податоци опфатија: анализа на документи, он-лајн прашалници, телефонски интервјуа и фокус групи.

При деталното планирање на методологијата и развивање на инструментите на истражувањето, и, подготовките за спроведување, истражувачкиот тим и партнерските организации се соочија со различни предизвици, и, беа ограничени со средства и време, работеа во услови на пандемија која се случуваше во периодот на истражувањето, но сепак вложија особени напори за истражувањето да биде што е можно посеопфатно и употребливо согласно барањата на проектот, но исто така, и на потребите и на партнерите, а особено со оглед на тоа дека при планирањето на самиот проект, утврдено е дека навистина недостигаат истражувања во областа.

Исто така, со цел да се усогласи разбирањето за различните услови и терминологија што се користи во вклучените држави, како и да се олесни процесот на истражувањето, партнерите и истражувачкиот тим поставија некои основни „дефиниции“ за одредени термини, фрази, кои се сметаше дека има потреба да се определат во контекст на и за потребите на истражувањето, како:

- „култура“ ги вклучува и уметностите;
- „културни програми“ – се однесува на програми во областа на културата;
- „културни институции“ и „културни организации“ се однесува на институции, односно установи, и организации кои работат во областа на културата;
- „културни работници“ – терминот ќе се користи во проширена смисла и ќе се однесува на лицата кои работат во областа на културата и/или уметноста,

како: уметници, самостојни уметници, уметнички соработници, стручни соработници кои работат во различните дејности од културата;

- „независна културна сцена“ - ја сочинуваат главно организации кои се занимаваат со современа култура и уметност, поттикнуваат интеракција помеѓу уметноста, технологијата, културата и општеството.

Организациите на независна култура воведуваат нови теми, начини на работа и производство во современата култура и уметност, и преку активизам, едукација и вмрежување, работат на подобрување на работата и знаењата за современата култура и уметност.

- „програми за млади“ – се специфично планирани програми за млади лица кои не се еднократни настани/активности, но се спроведуваат низ одреден временски период од страна на младински или културни работници користејќи методи на младинската работа;
- „учество на млади“ – ќе се разгледува од 3 аспекти: младите како учесници во процеси поврзани со областа култура, односно, носење одлуки или учество во процеси; младите како креатори на културен производ; и, младите како конзументи на културниот производ, односно публика.

Во Северна Македонија, беа спроведени квантитативно и квалитативно истражување, и, беа користени предвидените истражувачки инструменти:

- **Анализа на документи**, заради идентификување на постојни програми за млади и методи кои се користат во работата со младите во културните институции (музеи, театри, домови на култура, галерии, итн). Анализата е спроведена во периодот декември 2021/јануари 2022, преку пребарување на достапни документи и информации за постојни програми за млади од областа на културата на интернет.
- **Он-лајн прашалник за институции од областа на културата** за идентификување на примери за програми за млади, и, начините на комуникација со младите (комуникациски и маркетинг канали). Подготвениот прашалник беше испратен до културни институции и организации преку е-маил до официјални е-маил адреси од организации и институции, по што беше испратена и втора е-маил порака за потсетување на неколку дена пред крајот од определениот краен датум, проследена со телефонско јавување. Респонзивноста беше воопшто слаба, односно, само околу една третина, т.е. само 8 од вкупно 21 таргетирани институции/организации доставија одговорени прашалници. Дополнително, со цел да се надмине предизвикот со слабата респонзивност, истражувачкиот тим се обиде да спроведе телефонски интервјуа со селектиран број прашања со уште 20-тина локални и национални институции, од кои околу половината одговорија на поставените прашања.
- **Он-лајн прашалник за млади**, за истражување на потребите и интересите на младите, беше направен на платформата LimeSurvey и достапен за пополнување во периодот од 07. – 21. септември, 2021 година, откако претходно беше спроведено тестирање на истиот во рок од една седмица. Он-лајн анкетата беше објавена на веб страницата на Сојузот за младинска работа и дистрибуирана преку социјалните медиуми, што беше помогнато од страна на организациите – членки на Сојузот за младинска работа и други партнери (мрежи и организации) преку е-мејлинг листи. Случајниот примерок изнесува 127 испитаници, млади на возраст од 15 – 30 години, со просечна возраст од 21,5 години. Најголем дел од нив (66,97%) се жени, помалку (31,19%) – мажи, а 2 учесника (1,83%) се опишуваат себе си на друг начин. Примерокот вклучува значителен дел, односно дури половина (50,82%), припадници на една или повеќе маргинализирани или ранливи категории граѓани, односно, се соочуваат со сиромаштија, живеат во рурална средина, припаѓаат на малцинска етничка заедница, припаѓаат на LGBTQ заедницата и/или се лица

со физичка или интелектуална попреченост.

- **Фокус групи за млади.** Дополнително, со младите се спроведоа и 3 фокус групи, кои – поради реалната состојба со Ковид-19 пандемијата, се одржаа онлајн преку ЗОМ платформата, во текот на октомври, 2021 година. Вкупно 24 млади, на просечна возраст од 24,08 години, учествуваа на фокус групите, од кои, над 70% беа жени, додека 41,67% од сите учесници изјавија дека припаѓаат на една или повеќе маргинализирани или ранливи категории граѓани.

4. РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

I ШТО Е... ТЕКОВНАТА СОСТОЈБА

Во овој дел се осврнуваме на разгледување на тековните состојби, на она коешто Е сега.

4.1. МЛАДИНСКИ ПРОГРАМИ ВО КУЛТУРАТА

Очигледно е дека во Северна Македонија недостигаат долгорочни програми за млади кои се спроведуваат во културните институции, а кои се внимателно планирани и спроведувани во континуитет од страна на младински или културни работници. Овде, забележуваме дека истражувачкиот тим се соочи со ограничувањето од основното пребарување на она кое е достапно на интернет, и препорачува дека – со цел да се утврди реалната состојба во однос на постоењето на младински програми со долгорочен карактер и со примена на методите на младинска работа – потребно е да се спроведе дополнително и специфично истражување преку барање на пристап до информации директно од институциите и интервјуа со лица вклучени во програми за млади.

Она кое се утврди преку прегледување на достапните документи е дека иако средства се издвојуваат за националните и локалните институции преку годишниот конкурс за финансирање на проекти од национален интерес во културата, и нема специфичен преглед на средствата кои се потрошени за млади, особено за развој и спроведување на програми за млади. Во рамки на Стратешкиот план на Министерството за култура 2022-2024² година, каде е даден осврт на постигнатите резултати за 2020 и 2021 година, се спомнува проект за „развивање навика за културна перцепција кај децата“, но преку пребарување на достапни документи на интернет, истражувачите не успеаја да најдат повеќе детали освен она кое е наведено како опис на истиот во самиот Стратешки план, односно, дека „Проектот предвидува реализација на циклуси на програмски содржини од сите уметнички дејности наменети за деца и младинци“ со цел да се влијае врз перцепцијата на младата публика со афинитети за учество во културниот живот. Исто така, во извештаите за работа на Министерството за култура³ се наведени низа проекти за млади, но само како наслови, без подетални описи.

Понатаму, нагласуваме дека дел од институциите во културата (локални и национални), како целна публика ги имаат примарно младите, како на пример

2 Стратешки план на Министерството за култура 2022 – 2024: <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fkultura.gov.mk%2Fwp-content%2Fuploads%2F2022%2F01%2F%25D0%25A1%25D1%2582%25D1%2580%25D0%25B5%25D1%2582%25D0%25B5%25D1%2588%25D0%25BA%25D0%25B8-%25D0%25BF%25D0%25BB%25D0%25B0%25D0%25BD-2022-2024-2.doc&wdOrigin=BROWSELINK>

3 <https://kultura.gov.mk/%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D0%B8/>

Младинскиот културен центар (со основна цел и задача за „промоција на културата, културните и научните вредности на младите“⁴) или Театарот за деца и младинци (којшто е „единствениот национален театар специјализиран за програмата за деца и млади“⁵); се организираат низа настани, фестивали и манифестации за младите од кои голем дел традиционално се одржуваат секоја година, па и со децении наназад; одредени информации има и за различни видови на работилници и предавања за деца и млади, и тн.

Овде мора да се забележи и дека голем дел од содржините, не се бесплатни, како на пример, за редовни отворени предавања во Планетариум на Младинскиот културен центар билетот чини 150 денари, Кинотека на Македонија традиционално во јануари организира проекции исклучиво на анимирани филмови и тинејџерски драми за кои влезницата е главно 100 денари, но за одредени проекции може да биде и 150 денари, и т.н. Секако дека има огромен број на настани кои се бесплатни, или постојат можности и за бесплатен влез за млади (како на пример за посета на постојаната поставка на Археолошкиот музеј, каде студентите можат бесплатно да влезат секој четврток, а средношколците – секоја среда), но со овој осврт сакаме да забележиме дека „културата не е бесплатна“ за младите ниту во државните установи.

Дополнително, и примерите од анкетата за претставници од културни институции, и, телефонските интервјуа, покажуваат дека ретко има долгорочни програми за млади, многу често тоа се еднократни настани или повторливи настани, а исто така, често повеќе се фокусираат на развивање на програми за деца, одошто за возрасната категорија млади, додека голем дел од настаните се често наменети за општата публика.

Преку одговорите на учесниците во фокус групите може да се заклучи дека навистина недостигаат можности за вклучување на младите (со исклучок на понудата во главниот град, и тоа споредено со многу слабата понуда во другите градови), „...а, и тоа е главно како публика, без многу можности за младите да се вклучат во планирање и организирање на настани и програми преку кои би се негувала нивната креативност.“ Потврда може да се најде и во одговорите од младите на анкетниот прашалник, односно, културната содржина и понуда (прашање бр. 13) во нивното место на живеење ја оценуваат со загрижувачки ниска оценка; пред Ковид-19 пандемијата, релативно слабо посетувале креативни работилници и едукации (прашање бр. 14); како најчесто избрана причина за слабата посетеност на културните институции (прашање бр. 16) и независната културна сцена (прашање бр. 17) од страна на младите е дека „Нема доволно такви настани во местото на живеење на младите.“, а и од препораките (прашања бр. 18 и 19) што ги даваат како предлози за решенија како да се зголеми интересот на младите, највисоко рангиран избор е „Да ги зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини (поголема достапност на таквите содржини.“).

Последните забелешки и видувања на младите учесници во фокус групите за ограничените можности ги поддржуваат утврдените недостатоци во Националната стратегија за развој на културата на Република Македонија 2018-2020⁶ кои се предвидува да се таргетираат во рамки на еден од десетте стратешки цели и приоритети за „Децентрализација и деурбанизација во културата“.

Неизбежно е да се спомне и дека многу настани и манифестации се спроведуваат од страна на граѓанскиот или приватниот сектор од областа култура, кои во голем

4 <https://mkc.mk/za-mkc/>

5 <https://www.puppet.com.mk/ZA-TDM>

6 https://drive.google.com/file/d/1gfzA76RBOTS1_A00fNn62n352E3nr8kB/view

дел финансиски зависат од различни донатори, различни од државниот буџет. Исто така, и дел и од националните и локалните установи обезбедуваат дополнителни средства за своите програми од странски донатори.

Во областа на културата, заклучуваме дека е особено значајна поддршката од Европската Унија, особено преку програмата Креативна Европа (2014-2020) потпрограма Култура⁷, преку која македонски културни оператори се вклучени во 68 проекти, а се јавуваат како проектни координатори на 45 од нив.

Во однос на државното финансирање, Министерството за култура располага со буџетот за култура кој во 2021 година изнесува 3.276.430.000 денари (53 милиони евра), и во однос на целиот буџет на Република Северна Македонија изнесува 1,23 %. Со буџетот за култура се финансираат проекти од национален интерес (кој изнесува 970.100.000 денари или околу 15,5 милиони евра) и капитални (инфраструктурни) инвестициски проекти (кој изнесува 217.000.000 денари или околу 3,5 милиони евра)⁸.

Во рамки на Стратешкиот план на Министерството за култура 2022-2024, не е видливо колку од средствата се наменуваат за млади, но забележуваме дека постои програма за „поддршка на млади таленти“ како посебна програма меѓу вкупно осумнаесет програми во рамки на предлог буџетот за реализирање на Годишниот конкурс за финансирање на проекти од национален интерес во културата (каде за поддршка на млади таленти за 2022 година се предлага да се изадвојат 4.000.000 денари, што претставува 0,38% од вкупниот предлог буџет; за 2023 – 5.000.000 милиони денари (0,43%), и за 2024 година – 6.000.000 милиони денари (0,46%))

Во однос на документи/политики, Република Северна Македонија нема посебни документи кои специфично го определуваат и се однесуваат на (било каков вид на) учеството на младите во културата.

Основни документи со кои се регулираат младинските политики и мерки во Република Северна Македонија се Националната стратегија за млади 2016-2022⁹ и Законот за младинско учество и младински политики¹⁰ (донесен во 2020 година). Во Националната стратегија за млади 2016-2022, една од деветте тематски области е областа култура.

Во однос на областа култура, донесена е Национална стратегија за развој на културата во Република Македонија во периодот 2018-2022 година со Акциски план, и Стратешки план на Министерството за култура 2022-2024 година, базирани на Законот за култура и други поврзани закони и подзаконски акти. Овие документи не содржат насоки специфично поврзани со млади, и, самиот термин „млади“ се спомнува многу мал број пати. Сепак, може да се смета дека прашањето на креативноста и културата за младите е хоризонтална тема, особено имајќи го предвид целењето кон „сите граѓани“ и намерата за „овозможување на еднакви

7 Преглед на поддржани проекти од програмата Креативна Европа (2014-2020) потпрограма Култура <https://drive.google.com/file/d/1lj9so1K055CPdZPns0sCdYq-8pLiHa9c/view>

8 Преглед на културната политика на Република Северна Македонија: <https://rm.coe.int/cultural-policy-review-of-the-north-republic-of-macedonia-/1680a1bd28>

9 <https://ams.gov.mk/public-information/nacionalna-strategija-za-mladi-2016-2025>

10 <https://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2020/03/Zakon-za-mladinsko-uchestvo-i-mladinski-politiki-16-01-2020.pdf>

културни права за сите“.

4.2. МЛАДИНСКО УЧЕСТВО И ИНФОРМИРАЊЕ

Учеството на младите во културата е разгледувано од 3 аспекти: учество (1) како учесници во процеси поврзани со областа култура, односно, носење одлуки или учество во процеси, (2) како креатори на културен производ и, (3) како конзументи на културниот производ, односно публика. Во однос на сите аспекти – заклучокот е дека учеството на младите е слабо.

Во однос на тоа дали некогаш биле прашани за мислење за програмите и културните содржини, или при крирање на политики во област на културата од страна на организации или институции, само мал дел биле на некој начин вклучени, односно – само 15,56% од испитаниците на он-лајн анкетата рекле дека биле вклучени (прашање бр. 11), како и 20,83% од учесниците на фокус групите.

Оние млади кои во он-лајн анкетата се изјасниле дека биле на некој начин вклучени, а дале и дополнителна информација на кој начин тоа е направено, главно како методи за прибирање на нивните мислења ги навеле: фокус групи, анкета и „слободно изразување (во НВО)“, при што, исто така е интересно да се забележи и дека најчесто биле прашани од некое здружение/организација, во рамки на некој проект, а скоро занемарливо – од страна на некоја институција. Последново е потврдено и низ одговорите од учесниците на фокус групите, од кои – оние кои изјавиле дека се прашани за мислење – истакнале дека тоа било скоро секогаш на некој настан (фокус група или средба) организиран од страна на некое здружение, и скоро никогаш настанот не бил специфично за областа култура, но за „некоја друга поширока тема“ во рамки на која би било „допрено“ прашање од областа на културата.

Институциите од друга страна, кои беа прашани преку анкетен прашалник, главно рекле дека ги прашуваат младите, но низ одговорите на кој начин тоа го прават, само неколку навеле реални алатки/начини кои може да значат вклучување на младите од овој тип (анкети, форуми, јавни расправи, директни разговори во секојдневните контакти), додека најголем дел навеле видови на активности во кои младите се вклучени како публика/корисници (ликовни конкурси, литературни средби, 3D кино, едукативни работилници...).

Младите како креатори на културниот производ, исто така, се многу слабо вклучени. Додека во анкетите недостигаат прашања за овој вид на учество, учесниците во фокус групите повторно ја потенцираат разликата помеѓу главниот град и останатите градови во државата, а исто така и недостигот од можности и охрабрување за ваков вид вклучување на младите.

Младите, иако најчесто се гледаат како конзументи на културниот производ, односно, како публика, сепак и на тој начин не се многу активни или присутни.

Мнозинството од испитаниците на прашалникот за културните институции одговориле дека се до некаде задоволни од интересот и посетеноста на настани

од страна на младите, а во однос на причини зошто одзивот не е задоволителен, од понудените одговори, највисоко ги рангираат „младите генерално се незаинтересирани за култура и уметност“ и „содржините се неразбирливи за младите“.

Според одговорите од младите од анкетниот прашалник (прашање бр. 14), посетеноста на културните содржини пред КОВИД-19 била релативно слаба (односно, ретко или понекогаш). Она коешто е загрижувачко е дека повеќе од $\frac{1}{4}$ од испитаниците никогаш не посетиле ниту еден од понудените како одговор 20 видови настани, а при тоа, точно $\frac{1}{4}$ (25%) од испитаниците кажале дека никогаш не биле на театарска претстава – настан кој е всушност најчесто посетен од испитаниците во анкетата. Повеќе од половината од испитаниците никогаш не посетиле меѓународен музички фестивал (53,41%), изведба на современ танц (55,68%) или изведба на современ циркус (71,59%). Тие најчесто оделе на театарски претстави, во градската библиотека, забави/журки на електронска музика и кино/филмски проекции. Претпоставуваме дека ова се должи на (не)достапноста на содржини, а не на незаинтересираноста на младите за посета. Имено, во однос на квалитетот на живот во нивното место на живеење, испитаниците од анкетата, ниско ја оценуваат културната содржина и понуда (прашање 13). Исто така, како причини зошто младите не ги посетуваат културните институции (прашање 16) и настани на независната културна сцена (прашање 17), како најчести ги наведуваат „нема доволно такви настани во местото на живеење на младите“, „недостапност поради местото на живеење (се случува на друго место)“ и „недостига промоција за настаните“, наспроти „не ги интересира“ и „немаат време“ кои се при дното на листата можни причини за непосетеноста.

Младите – учесници во фокус групите потврдуваат дека понудата на културни содржини е слаба, со исклучок на главниот град, Скопје, каде има побогата понуда и услови, и, забележаа дека „- Децентрализација на културата е потребна – сите граѓани заслужуваат еднаков пристап до култура.“ Во однос на алтернативната културна сцена – забележаа дека „практично и не постои освен во главниот град“. На фокус групите беа спомнати и други градови каде ситуацијата е до некаде подобра во однос на остатокот од државата, како Кавадарци, Струмица, Штип, Охрид, но генералниот заклучок е дека понудата во помалите градови е слаба, и истата е „застарена и неинтересна за младите“. Тие, исто така, истакнаа дека промоцијата на културните настани е слаба, и, особено, дека не е прилагодена соодветно за да допре до младите. При тоа, во одговор на прашањето како се информираат за културните настани, истакнаа дека главен извор за информации за нив се социјалните мрежи (Facebook и Instagram) и препорака од пријатели (word of mouth), додека некои спомнаа и дека понекогаш во училиштата се информирани за некои настани и охрабрени да ги посетат.

Исто така, и, испитаниците од анкетата за млади најчесто се информираат за културната понуда преку социјалните медиуми (Facebook и Instagram), како и преку пријатели и познаници, а потоа и преку профили на уметници артисти кои ги следат, и, преку плакати и флаери.

Од анкетата за културните институции, како методи за комуникација/маркетинг кои тие ги користат за да дистрибуираат информации за своите програми и настани до младите, се гледа дека најчесто користени се социјалните медиуми (Facebook и Instagram), постери/плакати, а исто така и преку образовните институции (преку наставници, професори и директни посети на училиштата). Се чини дека се користат канали на кои младите би требало да „реагираат“, но очигледно потребно е повеќе од едноставно користење на истите канали за да се подобрува комуникацијата, како што е забележано во Националната стратегија за развој на културата: „Институциите од областа на културата не развиваат посебни маркетиншки активности иако некои имаат сектори или одделенија за маркетинг. Последниве површно или воопшто не вршат квантитативни и квалитативни анализи и истражување на публиката, не воспоставуваат врски со неа, не ги истражуваат мотивите, културните потреби и однесувања. Тоа се должи на недостигот од специјализиран кадар, како и ограничените кадровски и технички ресурси за раководење, што подразбира популаризирање на уметничките производи и културни вредности и континуиран развој на публика.“¹¹

II ШТО Е ПОТРЕБНО...?

Во овој дел се осврнуваме на она коешто е потреба и посакувана состојба.

4.3. ПОТРЕБИ НА МЛАДИТЕ

Потребите на младите, како и нивните навики и интереси се значајна појдовна точка со цел да се креира понуда и услови за нивно вклучување во културни програми. Затоа, истражувањето опфати прашања преку кои би се утврдило какво е нивното разбирање на културата и културниот живот и колкаво значење им придаваат, кои се нивните преференци и интереси, како го поминуваат слободното време, и сл.

Учесниците на фокус групите имаат широко разбирање за културата и културниот живот, и нивното влијание врз животите на секој поединец, како и врз развојот на општествата. Тие ја гледаат културата како вредности, норми и обичаи кои го градат однесувањето на членовите на една заедница/група/држава; додека културниот живот е живот богат со настани и активности кои го збогатуваат човечкиот дух и искуство. При тоа, истиот не е поврзан исклучиво само со уметноста, но и со мноштво други секојдневни активности и врски. Акцент е ставен и на важноста на уметничкото изразување како начин да се канализираат емоциите и да се изразат мислења кои поинаку можеби не би се чувствувале слободни да ги изразат.

Испитаниците на анкетата за млади, преку избор од понудени одговори, имаа можност да одговорат што за нив значи културата и културниот живот. За нив, главно тоа значи можност за активно изразување на креативните идеи (31,40%), посета на кина, музеи и изложби (22,73%), како и посета на други културни настани (21,49%). За дел од испитаниците значи и исполнување на слободното време

11 (стр.19) https://drive.google.com/file/d/1gFzA76RBOTS1_A00fNn62n352E3nr8kB/view

(15,29%), а само мал дел не знаат (7,44%).

Во однос на значењето/важноста на културата и уметничкото изразување во нивниот живот, најголем дел од учесниците во фокус групата (75%) изјавија дека се „многу важни“, а помал дел (25%) – дека се „до некаде важни“, додека ниту еден учесник не рекол дека „воопшто не се важни“. Од друга страна, прашани за нивното видување за важноста на културата и уметничкото изразување за нивните врсници, најчестиот одговор (45,83%) е дека се „до некаде важни“ за нивните врсници, нешто поретко (41,66%) „многу важни“, додека има учесници (12,5%) според чие мислење, културата и уметничкото изразување „воопшто не се важни“ за нивните врсници. Дел од учесниците изразија незадоволство од моменталната состојба и дискутираа дека незаинтересирноста и не-придавањето на значење на културата и уметничкото изразување кај младите се должи на промовирање на негативни вредности, промоција на комерцијализам и конsumerизам наспроти квалитет, општа незаинтересираност за културата во општеството, како и недостатокот на можности и понуда од страна на културните институции... („ – Слаба активност на културните институции, слаби креативни капацитети, или простор за младите да го изразат својот потенцијал“.)

Исто така, и најголем дел од испитаниците од анкетата за млади се согласуваат дека културата и/или уметничкото изразување е важен дел од нивниот живот (49,54% потполно се согласуваат, и, 24,77% делумно се согласуваат), додека 8,26% се неодлучни по прашањето, а само 1 испитаник делумно не се согласува.

Сметајќи дека младинската работа, како и посетата на културни содржини, вообичаено се одвива во слободното време на младите и на доброволна основа, како прашање од интерес беше разгледано како всушност младите испитаници на анкетата го користат своето слободно време. При тоа, од широка листа од (22) различни активности, највисоко рангирани според одговорите од испитаниците се: слушање музика ($x = 4.35$), дружење со пријателите ($x = 4.05$) (додека нешто пониско рангирано е - и излегување со пријателите во барови, кафичи, клубови ($x = 3,54$)), поминување време на социјалните мрежи ($x = 4.02$) и поминување време со семејството ($x = 4.02$). По овие, следуваат активности од типот: ништо/опуштање, читање книги, гледање серии и филмови (од забавен карактер – повеќе, а од едукативен карактер – нешто помалку), како и спортски активности, а дури на средина на листата, се наоѓаат креативните активности ($x = 3.11$) и посетата на културни настани на места на независната културна сцена ($x = 3.00$), а уште пониско – посетата на културни институции ($x = 2,71$). При дното на листата се и волонтирањето ($x = 2.91$) и поминување на времето во младински центри $x = 2.29$).

Испитаниците на анкетата за млади, имаа можност да го изразат и своето задоволството од квалитетот на живот во нивните места на живеење преку оценување на неколку аспекти. Очигледно е дека нивното задоволство е воопшто под просекот. Од нивното оценување на различните аспекти на достапна понуда,

заклучуваме дека најзадоволни се од можностите за излегување, забава, ноќен живот ($x = 2,87$), како и можности за неформално образование ($x = 2,82$) и спортски активности ($x = 2,78$), по што следуваат можностите за продолжување на образованието ($x = 2,60$). Помалку од задоволни се од културната содржина и понуда ($x = 2,44$); а најмалку се задоволни од јавниот превоз ($x = 2,16$) и перспективите за вработување ($x = 1,98$).

Во однос на културните настани и содржини, анкетниот прашалник опфати 2 поврзани прашања – едно за посетата на културни настани и содржини пред прогласување на КОВИД-19 пандемијата (како период што може да се смета за „нормална“ ситуација пред воведување на мерките за превенција и заштита, а кои забранија одржување на јавни настани што значајно се одрази во секторот култура), а кое може да даде увид за она што всушност е (било) достапно како понуда, и, другото прашање – за нивните преференци, односно, што од истата листа на настани/содржини би сакале да го има повеќе во иднина. При споредба на овие две прашања, интересно е да се разгледаат разликите во рангирањето.

14. Посета на културни содржини пред КОВИД-19	аритм. средина	ранг	15. Преференци /што би сакале да има повеќе	аритм. средина
Театарски претстави	2.4091	I	Кино/филмски проекции	2.5632
Градската библиотека	2.2841	II	Филмски фестивали	2.5517
Забави/журки на различна електронска музика	2.2386	III	Театарски претстави	2.4713
Кино/филмски проекции	2.2273	IV	Концерти на СТРАНСКА MAINSTREAM музика	2.4713
Концерти на СТРАНСКА MAINSTREAM музика	2.1818	V	Креативни работилници и едукации (работилници за креативно пишување, DJ-ство, ликовно изразување, танц, сл.)	2.4138
Свирки на демо-бендови (неафирмирани бендови)	2.1818	VI	Изложби/уметнички инсталации ВО МУЗЕИ ИЛИ УМЕТНИЧКИ ГАЛЕРИИ	2.4023

14. Посета на културни содржини пред КОВИД-19	аритм. средина	ранг	15. Преференци /што би сакале да има повеќе	аритм. средина
Креативни работилници и едукации (работилници за креативно пишување, DJ-ство, за ликовно изразување, танц и сл.)	2.1705	VII	Изложби/уметнички инсталации ВО ПРОСТОРИ НА НЕЗАВИСНАТА КУЛТУРНА СЦЕНА	2.3678
НАЦИОНАЛНИ музички фестивали	2.1364	VIII	Промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.	2.3678
Изложби/уметнички инсталации ВО МУЗЕИ ИЛИ УМЕТНИЧКИ ГАЛЕРИИ	2.0909	IX	Градската библиотека	2.3563
Концерти на ДОМАШНА MAINSTREAM музика	2.0909	X	Концерти на СТРАНСКА АЛТЕРНАТИВНА музика	2.3448
Промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.	2.0795	XI	НАЦИОНАЛНИ музички фестивали	2.3448
Концерти на СТРАНСКА АЛТЕРНАТИВНА музика	2.0795	XII	Концерти на ДОМАШНА АЛТЕРНАТИВНА музика	2.3218
Концерти на ДОМАШНА АЛТЕРНАТИВНА музика	2.0682	XIII	Забави/журки на различна електронска музика	2.2989
Изложби/уметнички инсталации ВО ПРОСТОРИ НА НЕЗАВИСНАТА КУЛТУРНА СЦЕНА	2.0000	XIV	Уметнички перформанси	2.2907
Опера, балет или концерти на класична музика	1.7841	XV	Свирки на демо-бендови (неафирмирани бендови)	2.2874

14. Посета на културни содржини пред КОВИД-19	аритм. средина	ранг	15. Преференци /што би сакале да има повеќе	аритм. средина
Филмски фестивали	1.7614	XVI	Концерти на ДОМАШНА MAINSTREAM музика	2.1954
Уметнички перформанси	1.7159	XVII	МЕЃУНАРОДНИ музички фестивали	2.1264
МЕЃУНАРОДНИ музички фестивали	1.6818	XVIII	Опера, балет или концерти на класична музика	2.1163
Изведби на современ танц	1.5795	XIX	Изведби на современ циркус	2.1149
Изведби на современ циркус	1.3864	XX	Изведби на современ танц	2.0805

Посетеноста (прашање 14), веројатно зависи од можностите (колку ги имало тие настани, нивната достапност /цена, локација/, па и на преференцата на испитаниците); додека прашањето 15 сметаме дека одговара повеќе на реалните интереси и желбите на испитаниците.

Ако градската библиотека е високо рангирана (2-ро место) во прашање 14, веројатно тоа се должи на нејзината достапност¹², бидејќи во однос на преференци (прашање 15) паѓа дури на 9-то место; слично е и со забавите/журки на различна електронска музика, кои се на 3-то посетено настан (прашање 14), а во однос на преференца – паѓа за дури 10 места, односно се наоѓа на 13-тото место; итн.

4.4. ПОТРЕБИ НА ИНСТИТУЦИИТЕ

Со намера да се утврди кои се потребите и на институциите, и, да се разгледа како да се прилагодат програмите и понудата кон потребите и интересите на младите, анкетните прашалници и фокус групите соодветно вклучија прашања за да се добијат одговори.

Младите испитаници на анкетата беа прашани да ги наведат причините за непосетеност на културните институции и независната културна сцена, сметајќи дека во колку се утврдат недостатоци преку одговорите, тие би можеле во иднина соодветно да се адресираат од страна на институциите.

¹² Скоро во секое место постои библиотека која, без разлика на големината на библиотечниот фонд и просторните капацитети, е отворена за читатели во одреден период секој работен ден.

Ниту еден од понудените 11 одговори на прашањето за непосетеност на културните институции не е потполно отфрлен од испитаниците, но охрабрува несогласувањето со причини од типот немање време ($x = 2,22$), незаинтересираност ($x = 3,25$), или високи цени на влезниците ($x = 3,10$), што значи дека младите се заинтересирани и имаат време да посетуваат културни настани. Но, највисоката зачестеност на одговорите за потполна согласност со причините „нема доволно такви настани во местотото на живеење“ ($x = 3,99$), „се случува во друго место“ ($x = 3,87$) укажува на тоа дека главната причината е тоа што нема задоволителна понуда на културни настани (што го потврдува и заклучокот од прашањето /бр.13/ за квалитетот на понуда од различни области, каде културната понуда и содржина е многу ниско рангирана), а и дека „Само во големите градови ги има“, како што забележал еден од испитаниците во последователното прашање.

Видливоста на културните настани е, исто така, многу високо на листата на причини, односно, испитаниците сметаат дека „воопшто недостига промоција за настаните“ (3-то место на листата причини, $x = 3,72$), дека младите „не се свесни дека постои таква понуда“ (4-то место, $x = 3,62$) и дека промоцијата не е прилагодена на младите (6-то место, $x = 3,33$).

На последователно прашање за самите да наведат дополнителни причини за слабата посетеност на културните институции, 10 испитаници навеле различни причини, со кои очигледно сакаат дополнително да ги акцентираат веќе дадените одговори за слаба и неинтересна (за младите) понуда во местата на нивното живеење, но исто така посочуваат и други причини:

- Само во големите градови ги има.
- Најголема причина за слаба посетеност е тоа што нема воопшто организирање на секакви културни, спортски, музички, филмски, креативни настани во нашето место на живеење, а имаме голема заинтересираност.
- Не е воопшто застапено во моето место на живеење.
- Не се интересни.
- Шаблонско работење на институциите понудувачи, односно една иста програма се провлекува со години и покрај непосетеноста и недоволната заинтересираност на младите за истата.
- Неорганизираноста на општините и незаинтересираноста на младите.
- Недоволни финансиски средства
- Имаат потреба од распознавање на културните вредности, како и вклопување во истите наведени горе, сепак треба да имаат интерес од истото
- Лошиот менаџмент на сите (буквално сите) културни установи! Неадекватен кадар на директорите/ките и целокупниот вработен персонал.
- Пристапност до институциите за лица со попреченост или инвалидност.

Одговорите на испитаниците за причините за непосетеност на настаните на независната културна сцена, скоро воопшто не се разликуваат од оние дадени во претходното прашање – за причините на непосетеноста на културните институции. Имено, и овде е јасно дека младите не се незаинтересирани ($x = 2,85$) или немаат

време ($x = 2,36$), и, не сметаат дека „содржините од современата уметност и култура се потешко разбирливи“ ($x = 2,82$), но дека „нема доволно такви настани во местотото на живеење“ ($x = 3,99$), „се случува во друго место“ ($x = 3,77$).

Интересен е – и во согласност со претходниот заклучок – и одговорот на еден од испитаниците „За оние кои не живеат во главниот град или во некои од поголемите градови во државата, ваквата сцена и не постои.“, што го отвора и прашањето – колку е присутна независната културна сцена во државата, и, ако не е – кои се причините за тоа.

Не изненадува дека младите – учесници во фокус групите, дискутирајќи за причините за незадоволителната ситуација во однос на непосетеноста на културните настани во институциите и на независната културна сцена, ги потврдуваат и дообјаснуваат одговорите од анкетата. Имено, тие истакнаа дека понудата и можностите се многу ограничени, неинтересни за младите; и, иако има некои позитивни примери во некои градови (пр. Кавадарци, Струмица), сепак главните случувања се во главниот град, а во останатите градови: „- Нема многу настани што се организираат од страна на културните институции и организации, и, ретко има програми што се спроведуваат во континуитет за да младите би стекнале навика за редовно да посетуваат културни настани.“, и, „- Нема културен живот во кој младите би учествувале, нема понуда; културниот живот се сведува на одење на кафе со пријателите... Настаните се ретки, нема репертоар на театарот, а уште поретко – креативни работилници... .. Можеби тоа се должи на пандемијата, но новите генерации млади се чини дека се несвесни, особено неактивни...“ При тоа, проблемот на пасивните/незаинтересирани млади резонираат дека се должи на „превртените вредности“ и недостаток од охрабрување и поддршка и во рамки на едукативниот систем.

Дополнително, посочено е и на:

- слабата промоција на културните настани, особено дека не се води сметка да е прилагодена соодветно за да ги таргетира младите, па и дури дека има доволно културни настани во некои градови, но младите за тие не се информирани;
- превисоки цени за некои настани, односно, нескладни со можностите на младите;
- незаинтересираноста на институциите да овозможат соодветно учество на младите;

Исто така, учесници на фокус групите, а кои се активни во некоја граѓанска организација (членови, волонтери) забележаа дека е чест случајот истите неколку млади да се појавуваат и учествуваат во сите настани, и, тоа е неопходно да се менува, односно „- Мораме да размислиме како да ги охрабриме и мотивираме сите млади да учествуваат.“

Најголемиот дел од испитаниците, пак, на анкетата за културни институции навеле дека спроведуваат некакви програми и настани за млади, и, до некаде се задоволни од посетеноста на истите.

Тие, како причини за непосетеноста од страна на младите ги наведуваат:

- Младите се општо незаинтересирани за култура и уметност (7 одговори,

- односно сите кои одговорија на анкетата);
- Содржините се неразбирливи за младите (4 одговори);
- Не можат да си ги дозволат цените на влезниците (4 одговори);
- Содржините што ги нудиме не се интересни за младите (5 одговори); и,
- Не сме се обиделе да допреме до младите со специфични маркетинг методи (5 одговор).

Може да се забележи дека највисоко рангираниот одговор од страна на претставниците од институциите (незаинтересираноста на младите) не соодветствува со рангирањето на младите од анкетата – односно, незаинтересираноста на младите ја ставаат ниско на листата причини, додека повисоко се причини од типот дека нема доволно понудени содржини во нивното место на живеење, немање видливост на културните настани, и, неинформираноста на младите. Младите на фокус групите немаат можност да рангираат по ова прашање, но сепак евидентно е нивното незадоволство од слабата понуда и ограничени можности за учество на младите, но го адресираа и прашањето на незаинтересираноста и пасивноста.

Ова, сепак, очигледно упатува на постоење на одредена незаинтересираност на младите. Следствено, неопходно би било во иднина да се истражи подетално за причините на незаинтересираноста, и соодветно да се адресира.

Најпосле, од одговорите на претставниците од културните институции, каде како највисоко рангирана потреба во однос на подобрување нивната работа со младите (Прашање бр. 9) е соработката со младински организации и младински работници, јасно е дека е увиден недостиг на соодветни вештини и знаења од областа на работата со млади.

5. ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ

Заклучоците и препораките се однесуваат главно на потребата за зголемување на интересот на младите и подобрена комуникација помеѓу нив и културните институции, а се директно изведени од одговорите на учесниците во анкетите и фокус групите.

Со цел да се зголеми интересот на младите за културните настани и содржини, младите испитаници на анкетниот прашалник (Прашања бр. 18 и 19) ги дале следните препораки за културните и институциите/организациите на независната културна сцена:

- да се зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини;
- вложување во промоција која е прилагодена на младите;
- да се прилагодуваат активностите и пропратните програми за младите;
- да се овозможат попусти во цените на влезниците за млади
- бесплатен влез за настаните за млади

Она што е значајно е дека очигледно младите ја ценат културата и уметноста и подготвени се да платат за влез на културни настани – што е видно преку фреквенцијата на избор на понудениот одговор „бесплатен влез за настаните“

што го става на последно (5-то) место на листата, додека „пусти на влезниците за млади“ е на средина на листата (3-то место), и е разбирлив избор со оглед на економската моќ на младите¹³.

Во однос на цените за влезници, испитаниците беа замолени самите да одредат колкава би требало да биде просечната цена на влезници за одредени видови настани/содржини од областа на културата. Просечните цени – според одговорите – се движат од 100-тина до 250-тина денари, при што, највисоките цени се за концерти (пониски за домашна, а повисоки за странска музика), а најниски за посета на изложби, музеи, галерии.

Младите учесници во фокус групите сметаат дека за да се зголеми интересот на младите и тие да се доближат до културните институции/организации, покрај погоре наведените препораки од анкетата, треба да се направи и следното:

- засилена едукација од областа на културата и уметноста, особено преку користење на креативни и неформални методи на работа со младите
- алокација на поголеми буџети за организирање на културни настани на локално ниво
- зголемена соработка и засилени интервенции во образованието со цел да се информираат децата и младите и да се изложат на културата и уметноста, па така да се раѓа и негува љубовта и почитувањето кон културниот и уметничкиот производ и израз од мали нозе и во континуитет
- зголемена соработка и поддршка за граѓанските организации кои организираат неформална едукација за млади со цел да се зголеми нивниот капацитет и опфат
- организирање на локални културни активности и настани на отворено во секое „маало“
- засилена меѓуинституционална соработка
- олеснета процедура или укинување на барањата за обезбедување на дозволи за организирање на културни настани на јавни места
- децентрализација на културните настани (да има поголема и разновидна понуда насекаде, а не само во Скопје)
- зголемена државна поддршка на институциите и организациите кои работат во областа на културата
- зголемена поддршка за млади и талентирани уметници
- зголемено младинско учество во процесите на креирање на културни политики и планирање програми (со цел да се одговори на нивните актуелни интереси и потреби)

Со оглед на тоа дека и различните интереси и преференци на младите треба да се земат предвид при планирање, а со намера да се одговори на нивните реални потреби, во овој дел ги потенцираме и видовите на настани за кои тие истакнале дека имаат интерес.

91% од учесниците на фокус групите изјавија дека би биле заинтересирани да

¹³ Само околу ¼ од испитаниците на некој начин ангажирани и примаат некаков финансиски надомест, додека најголемиот дел (околу 2/3) се средношколци или студенти (прашање бр. 3). Исто така, околу 18% од испитаниците се изјасниле дека се соочуваат со економски тешкотии/сиромаштија (прашање бр. 6).

учествуваат во работилници или програми кои би се одржувале во културни институции на различни теми (човекови права, слобода на изразување, интеркултурно учење и дијалог, ментално здравје, изразно читање, занаетчиски работилници, и т.н.). Исто така, наведоа и низа други и различни видови на настани во кои би сакале да учествуваат:

- проекции на филмови
- уметнички изложби
- концерти на оркестри
- театарски претстави
- клубови на читатели
- поетски читања /поетски вечери
- мотивациски предавања
- фестивали каде би биле интегрирани различни содржини
- настани/конференции од областа на културата на национално ниво
- „настани од неформален карактер“

Во однос на преференците на младите испитаници на анкетниот прашалник за настани и содржини од областа на културата и уметноста, односно, што тие би сакале да има повеќе во нивното место на живеење, добиена е следната ранг листа (од највисоко кон најниско):

- кино/филмски проекции
- филмски фестивали
- театарски претстави
- концерти на странска mainstream музика
- креативни работилници и едукации (работилници за креативно пишување, дј-ство, ликовно изразување, танц, сл.)
- изложби/уметнички инсталации во музеи или уметнички галерии
- изложби/уметнички инсталации во простори на независната културна сцена
- промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.
- градската библиотека
- концерти на странска алтернативна музика
- национални музички фестивали
- концерти на домашна алтернативна музика
- забави/журки на различна електронска музика
- уметнички перформанси
- свирки на демо-бендови (неафирмирани бендови)
- концерти на домашна mainstream музика
- меѓународни музички фестивали
- опера, балет или концерти на класична музика
- изведби на современ циркус
- изведби на современ танц

Секако, и претставниците на институциите, испитаници на соодветниот анкетен прашалник, беа прашани да размислат што би им било потребно за да се подобри

нивната работа со младите. Од изборот на понудени одговори, произлезена е следната листа потреби:


- Соработка со младински организации и младински работници (лица квалификувани за работа со млади)
- Подобра координација со други институции од областа на културата.
- Подобра координација со другите локални/национални институции
- Поголема финансиска поддршка од локалните/националните власти
- Соработка со неинституционални културни организации (здруженија, независни културни простори, артистички колективи...)
- Поголем буџет алоциран за рекламирање/споделување на информации.
- Едукација за младинска работа.
- Само еден испитаник ја дополнил листата на понудени одговори со следната препорака: координација со училиштата посебно со основните.

Дополнителна забелешка од истражувачкиот тим во контекст на препорака, а земајќи ги предвид ограничувањата при спроведувањето на анализата на документи преку интернет, е дека постои потреба за дополнително истражување специфично за постоењето на младински програми со долгорочен карактер и со примена на методите на младинска работа во државата преку барање на пристап до информации директно од институциите и интервјуа со лица вклучени во програми за млади. Тековно не постојат организирани податоци во таа област, а истражувачкиот тим – и во контекст на она што е утврдено како потреби на младите преку другите инструменти – смета дека има потреба во иднина да се истражи подлабоко за да се идентификува постоењето на младински програми и добри практики, и, да се идентификуваат конкретните предизвици со кои се соочуваат културните организации и институции при спроведување на младински програми за да може да се планира соодветно нивно адресирање во иднина, и следствено, отварање нови и разновидни можности за младите.

6. ЛИСТА НА ПРИЛОЗИ

- Во продолжение на оваа публикација се документите (извештаи и анализи) врз основа на кои е подготвен националниот извештај за Северна Македонија:
- Анализа на он-лајн анкета за млади: Видливост на културните програми и потреби на младите
- Извештај од спроведени фокус групи за млади
- Извештај за прибирање информации од културни институции со анализа: Културните институции/организации и младите
- Анализа на документи (Desk Research): Културни политики за млади, можности за финансирање и младински програми и методи во културата во Северна Македонија





Анализа на документи (Desk Research)

*Културни политики за млади, можности
за финансирање и младински
програми и методи
во културата во Северна Македонија*

СОДРЖИНА

1. ВОВЕД	30
2. ОПИС НА ПРОБЛЕМОТ	31
3. ПРЕГЛЕД НА ДОКУМЕНТИ И ПОЛИТИКИ ВО ОБЛАСТА НА МЛАДИ, РАБОТАТА СО МЛАДИТЕ И КУЛТУРАТА	33
→ <i>Национална стратегија за млади на Република Македонија 2016-2025</i>	34
→ <i>Закон за младинско учество и младински политики</i>	36
→ <i>Национална стратегија за развој на културата во Република Македонија 2018 – 2022 година</i>	38
→ <i>Стратешки план на Министерството за култура 2022-2024 година</i>	41
4. ИНСТИТУЦИИ НАДЛЕЖНИ ЗА ОБЛАСТИТЕ ЗА МЛАДИ И КУЛТУРА	43
→ <i>Агенција за млади и спорт</i>	43
→ <i>Министерство за култура</i>	45
5. ФИНАНСИРАЊЕ НА МЛАДИТЕ ВО КУЛТУРАТА	46
6. СПРОВЕДУВАЊЕ НА ПРОГРАМИ ЗА МЛАДИ	47
7. ЗАКЛУЧОК	49

Драгана – Дина Митровиќ,

Сојуз за младинска работа

1. ВОВЕД

Анализата на документи е дел од истражувањето во рамки на регионалниот проект „Melting Pot“ што се спроведува во Србија, Хрватска и Северна Македонија со поддршка од Еразмус+ Програмата. Анализата е направена во текот на декември 2021 – февруари 2022 година.

Целта на анализата на документи е да прибере и анализира информации и документи поврзани со културните политики за младите, начинот на финансирање, и програми за работа со млади во областа култура во Република Северна Македонија.

МЕТОДОЛОГИЈА НА ПРИБИРАЊЕ НА ПОДАТОЦИТЕ И ИЗВОРИ НА ИНФОРМАЦИИ

Податоците за анализата се собрани преку пребарување на веб страници и достапни документи (закони и политики) кои се однесуваат на работата со младите во областа култура (главно за последните години), и пребарување на веб страници на културните институции, а преку користење на клучни зборови: културна програма за млади, културна/и содржина/и, младинска програма, култура и млади, вклучително Македонија.

Со оглед на тоа дека не се користени други методи за прибирање на документи и податоци, а истите се прибирани и анализирани во периодот од декември 2021 – февруари 2022, не можеме да ја гарантираме точноста и комплетноста на информациите поврзани со спроведувањето на младинските политики, бидејќи во периодот до објавување на извештајот постои можноста состојбата за определени прашања да се променила.

Исто така, овде забележуваме дека истражувачкиот тим се соочи со ограничувањето од основното пребарување на она кое е достапно на интернет, и препорачува дека – со цел да се утврди реалната состојба во однос на постоењето на младински програми со долгорочен карактер и со примена на методите на младинска работа – потребно е да се спроведе дополнително и специфично истражување преку барање на пристап до информации директно од институциите и интервјуа со лица вклучени во програми за млади.

2.ОПИС НА ПРОБЛЕМОТ

Правото на култура е основно и неприкосновено човеково право.

„Културата претставува збир на различни духовни, материјални, интелектуални и емоционални карактеристики на едно општество или социјална група, а е составен не само од уметност и литература, туку и животни стилови, начини на заедничко живеење, системи на вредности, традиции и верувања.“ (УНЕСКО, 2001) Таа не е изолиран дел од општеството, туку е составен дел на вкупните развојни процеси. Таа е нешто кое се учи низ учество! Истото е истакнато и во рамки на еден од приоритетите на актуелната Национална стратегија за развој на културата која забележува на значењето на „учеството во културниот живот, кое се учи од мали нозе“ и заради подготвување на младите за активен културен живот, неопходно е поврзување на културата со образованието.

Партнерите на овој проект ги земаат предвид препораките од завршниот извештај од ЕАСЕА „Пристап на младите до култура“, каде е нагласено дека пристапот и учеството се клучните елементи за осигурување на културните права на младите, па оттука, препорачано е дека „...треба да се земат предвид не-корисниците – преку анкети, контакти со заедниците и граѓанските организации. Да се анализираат причините зошто не доаѓаат и што би било потребно за да се донесат различни публикации во институцијата. Употребата на новите технологии, неформалното образование и волонтерски активности може да помогнат за нивно вклучување. Зајакнете го персоналот со експертиза и вештини за управување со културниот диверзитет и интеркултурен дијалог. Ова може да значи дека треба да се планираат обуки и дискусии низ вмрежување и партнерства со други културни и академски институции и граѓански организации...“

Затоа, а врз основа на утврдени недостатоци (од страна на партнерите – културни институции) и увиден намален интерес на младите за посета на културни содржини кои се нудат, генералната намера на партнерите со овој проект е да допринесат кон приближување на културните институции поблиску до сите млади луѓе преку младинска работа и програми со вклучување на интерактивни и иновативни методи и алатки, како и создавање на предуслови за професионализација на младинските работници и вработените во културните институции.

Во однос на младинската работа, таа е актуелно и важно прашање во државата во последната деценија, особено земајќи го предвид влијанието на истата врз развојот на младите, можностите на, и интересот на младите за неформално образование. Може да се каже дека се спроведува исклучиво во рамки на и од страна на граѓанскиот сектор (здруженија; младински и организации за млади). Напредокот е видлив во последните 2-3 години со заокружување на дел од процесите поврзани со младинската работа.

Младинската работа во Република Северна Македонија е регулирана со Законот за младинско учество и младински политики донесен во јануари 2020 година, а постои иницијатива и за креирање на посебен закон за младинска работа. Во рамки на чл. 3 (дефиниции) од Законот, младинската работа се дефинира како

„организиран и систематски процес на едукација и поддршка на автентичниот развој на младите со цел остварување на нивниот целокупен личен, социјален и општествен потенцијал и нивно активно вклучување во животот на заедницата“, а младински работници „се квалификувани лица кои поседуваат компетенции за работа со млади луѓе спроведувајќи активности со кои се поддржува нивниот личен и социјален развој преку неформално и информално учење.“

Покрај Законот, донесен како подзаконски акт е и Правилникот за стандарди за квалитет на младински центри (во април 2021 година, од страна на Агенцијата за млади и спорт), а прифатени (иако не и формално усвоени) се и Портфолио на младински работници (подготвено од страна на Сојузот за младинска работа) и Етички кодекс за младински работници (подготвен од Коалицијата на младински организации СЕГА). Покрај тоа, усвоен е и стандардот за занимањето – Работник со млади, кој е првиот степен на квалификуван младински работник, а акредитирани се и две организации (Сојузот за младинска работа, а подоцна и Коалиција на младински организации СЕГА) како установи за образование на возрасни кои имаат верификувани програми за образование на работници со млади; До денес, преку првата четиримесечната обука на Сојузот за младинска работа, сертифицирани се четиринаесет работници со млади кои успешно ја завршија обуката, а периодов е започната и втората обука, додека Коалиција СЕГА сè уште нема започнато со спроведување на обуките.

Значајно е овде да се спомне дека најголем дел, ако не и сите иницијативи во областа на младински политики и прашања во државата се покренувани и се потпираат на напорите и придонесот од страна на граѓанските организации, главно младински и организации за млади, кои имаат практика да се обединуваат во мрежи и сојузи за важните теми од интерес на младите, и во тесна соработка со институциите, во прв ред Агенцијата за млади и спорт, да ги спроведуваат иницијативите.

Значењето на културата за развојот на младите е јасно, и нивното учество е неопходно да се осигури од страна на сите клучни актери. Една од можностите, која воопшто не е соодветно искористена, а може да е од круцијално значење, е преку развивање и спроведување на програми за работа со млади во рамки на културните институции и организации.

3. ПРЕГЛЕД НА ДОКУМЕНТИ И ПОЛИТИКИ ВО ОБЛАСТА НА МЛАДИ, РАБОТАТА СО МЛАДИТЕ И КУЛТУРАТА

Република Северна Македонија нема посебни документи кои специфично го определуваат и се однесуваат на (било каков вид на) учеството на младите во културата.

Основни документи со кои се регулираат младинските политики и мерки во Република Северна Македонија се Националната стратегија за млади 2016-2022 и Законот за младинско учество и младински политики (донесен во 2020 година). За културата, иако не се фокусира на младите и работата со млади во културата, донесена е Национална стратегија за развој на културата во Република Македонија во периодот 2018-2022 година со Акциски план, и, Стратешки план на Министерството за култура 2022-2024 година, базирани на Законот за култура и други поврзани закони и подзаконски акти.

Во Националната стратегија за млади 2016-2022, една од деветте тематски области е областа култура, додека во другите стратешки документи, учеството на младите во културата не е во фокусот, но сепак се значајни бидејќи дефинираат клучни сегменти и цели од интерес за младите.

Дополнително, на локално ниво, младинските политики се определени со Локални младински стратегии, кои главно ги следат приоритетите поставени во Националната стратегија, но не сите општини ги имаат развиено и/или донесено.

Како значаен предуслов за развивањето на реални младински политики кои одговараат на потребите на младите се истражувањата, кои за жал се во прилично скроман обем, а поголемо внимание е свртено на истите во последните 10-тина години. „Државата се посветува на истражување само кога треба да се изготви Националната стратегија за млади, како што беше случајот со првата Национална стратегија за млади 2005-2015 кога беа ангажирани надворешни експерти, и кога се изготвуваше втората Национална стратегија за млади 2016-2025, кога од Институтот за социолошки и политичко правни истражувања (видете Јакимовски, et al. 2014) беше побарано да обезбедат основни наоди со цел да се идентификуваат критични точки за интервенција за прашања поврзани со младите. Во отсуство на истражувања за младите иницирани од државата, ваквата празнина ја пополнуваат истражувањата спроведени од младинските организации, други видови граѓански организации, аналитички центри (think-thanks) и меѓународни тела.“

Во однос, пак на истражувања специфично со предмет за младите во културата, тие се уште поретки и податоци може да се најдат главно инкорпорирани како делови (често кратки, претставени низ анализа на неколку општи прашања) во ретките студии за млади.

И во самата Национална стратегија за развој на културата за периодот од 2018-2022

година, истакнато е дека недостигаат соодветни истражувања и податоци, односно, дека постојат само општи податоци за број на институциите, вработените и за застарени системи на финансирање и отчетност, дека и статистичките податоци од областа на културата се доста несигурни и дека не постојат сериозни истражувања за културниот капитал. Исто така, и дека недоволно е разбрана потребата за учество во културата.

Во продолжение е преглед на содржината на неколку стратешки документи и Законот за младинско учество и младински политики.

НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЈА ЗА МЛАДИ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА 2016-2025

„Националната стратегија за млади на Република Македонија 2016-2025 ги поставува основните принципи и насоки за акција на сите чинители во општеството кои ќе водат кон подобрување на социоекономската положба на младите и кон создавање на средина која ќе им овозможи на младите да ги остваруваат своите права, потреби и интереси.“

Стратегијата се води од визијата дека „Младите се независни, самостојни, активни, рамноправни, информирани и прогресивни во сите области на општеството и во целост го развиваат својот потенцијал како одговорни граѓани кои ги уживаат фундаменталните права и слободи. Младите имаат еднакви можности без оглед на разликите и се значајно вклучени во процесот на донесување на одлуки, при што ги развиваат своите потенцијали и активно придонесуваат кон општиот развој и благосостојбата на Република Македонија.“

Поставува четири стратешки приоритети:

- Овозможување на подобар животен стандард и еднакви можности за квалитетен живот;
- Креирање услови за почитување и заштита на фундаменталните права и слободи, и систематска интеграција и интеракција на различни категории млади;
- Креирање на можности за вклучување на младите во следење и спроведување на политиките и одлуките кои ги засегаат; и
- Еднаков пристап до квалитетно образование и други форми на личен и професионален развој.

Стратешките приоритети се разгледани низ девет (9) тематски области: младинско учество, младинско информирање, локална младинска работа, образование, вработување и поддршка при вработување, култура, спорт, здравје и квалитет на живот, во рамките на секоја од кои се дефинирани долгорочни цели и мерки.

Во областа култура, како клучни предизвици се наведени: недостатокот на редовни културни настани за млади (концерти, мултимедијални настани) во места надвор

од Скопје, незаинтересираност кај младите да посетуваат културни настани и културни институции, но и новата медиумска култура која се наметнува кај младите за сметка на книжевноста, а за која нема доволно медиумска писменост. Младите многу ретко имаат интерес за креативно уметничко творење во организирана форма и тие за жал не го препознаваат влијанието на медиумската култура, како и манипулациите кои креираат негативен контекст за туѓата култура. Овие клучни предизвици понатаму предизвикуваат зголемување на јазот во разбирањето и знаењето за развој на култура помеѓу младите во Скопје и младите кои живеат надвор од Скопје, намалување на креативниот потенцијал кај младите луѓе, посебно за оние кои живеат надвор од Скопје, намалување на бројот на млади кои читаат книги, а за сметка на тоа зголемување на младите кои добиваат информации од медиумите. Дополнително неадекватните содржини на медиумите за културата може негативно да влијаат кај младите при дефинирањето на културниот идентитет и разбирањето на другите култури.

За надминување на утврдените предизвици, поставени се четири (4) долгорочни цели и повеќе мерки во рамки на секоја од дефинираните цели:

- Унапреден и одржлив систем на креативни и културни практики кај младите (со дефинирани 8 специфични мерки);
- Подобрен квалитет на културно-забавниот живот на младите (со 17 мерки);
- Еднаков пристап на младите до квалитетна културна понуда и можности за културна соработка (со 6 мерки);
- Младите се вклучени во креирање и спроведување на културните политики (со 5 мерки).

Во Стратегијата е утврдено дека носители на мерките од областа култура се: Министерство за култура, Министерство за труд и социјална политика, образовни институции, културни институции на локално ниво, единици на локална самоуправа, медиуми, Македонска радио-телевизија, Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Министерство за информатичко општество и администрација и бизнис секторот.

Важно е овде да се забележи дека се очекува донесување на нова Национална стратегија за млади пред истекот на важноста на тековната, согласно одредбите во Законот за младинско учество и младински политики (донесен во јануари 2020 година), и тоа во рок од осумнаесет месеци по неговото донесување. Процесот сè уште не е започнат, но кон крај на минатата година (2021 година) беше објавен повик за спроведување на истражување на младинските трендови, по кое, се очекува да се пристапи кон процес за креирање на новата стратегија.

ЗАКОН ЗА МЛАДИНСКО УЧЕСТВО И МЛАДИНСКИ ПОЛИТИКИ

Со Законот за младинско учество и младински политики, кој е донесен во јануари, 2020 година, се уредуваат младинските форми на организирање, локалните и национални политики, младинското учество на локално и национално ниво, како и локалните сервиси за млади.

Цели на Законот се да обезбеди:

- креирање и спроведување на политика за млади на сите нивоа преку повеќе секторски пристап, а поаѓајќи од потребите и интересите на младите;
- зајакнато учество на младите во процесите на креирање политики за млади, активно информирање, промоција и заштита на интересите на младите, како и зајакнување на свеста за важноста на младите и нивната општествена улога;
- промовирање на меѓугенерациско партнерство за поддршка на учество на младите во процесите на донесување одлуки и политики;
- поддршка и унапредување на младинското организирање;
- поттикнување на структурен дијалог на национално и локално ниво;
- поттикнување на волонтерството, младинскиот активизам и младинската работа; и
- поттикнување на личен, професионален и социјален развој кај младите.

Законот и преку специфични дефиниции определува клучни поими и теми (чл. 3), односно, кои се „млади“ лица (ја определува возрастната граница на 15 до 29 години), што е „младинска политика“, „младинско учество“, „младинска работа“ и „младински работници“.

Понатаму во текстот на Законот се опишани сите форми на младинско организирање и претставување, а предвидено е и воспоставување на регистар на форми на младинско организирање од страна на Агенцијата за млади и спорт; националните и локалните политики; националните и локални тела и локални сервиси кои треба да се воспостават, нивната функција и временски рокови за нивно воспоставување... Исто така, и начинот на финансирање на спроведувањето на Законот е специфично определено (чл. 25), односно, од Буџетот на Република Северна Македонија треба да се издвојуваат средства во висина од најмалку 0,3% на годишно ниво, а најмалку 0,1% од буџетите на општините, општините во градот Скопје и градот Скопје.

Законот е од особено значење и за развојот на младинската работа, со самото тоа што по прв пат се поставува официјална дефиниција за младинска работа, младинските работници се препознаваат како квалификувани лица со компетенции за работа со млади луѓе, и, се определува основањето на младинските центри низ остварување на соработка помеѓу општините и младинските форми на организирање.

Младинската работа и младинските центри даваат можност и простор за

„подготовка и спроведување на програми кои ја подобруваат благосостојбата на младите, развојот на личниот, социјален и професионален живот на младите, информации од важен интерес за младите и други аспекти од животот на младите“ (чл. 22).

Очигледно е дека низ младинската работа и младинските центри ќе може, меѓу другото, да се спроведуваат и програми за работа со млади и од областа на културата, а со оглед на тоа дека се предвидува дека во рок од пет години од донесувањето на Законот секоја општина треба да овозможи функционирање на најмалку еден центар на територијата на општината (чл. 26), очекувано е дека секој млад човек во државата ќе има пристап до разновидни програми за млади во својата општина.

Дополнително, со подзаконскиот акт, Правилник за стандарди за квалитет на младинските центри, подготвен од Сојузот за младинска работа во соработка со други младински и организации за млади и Агенцијата за млади и спорт, а донесен од Агенцијата за млади и спорт во април 2021 година, се дообјаснуваат начинот на основање и финансирање на младинските центри и се поставуваат минимум стандарди за работа на истите (со опишани услови кои треба да бидат исполнети за секој од дефинираните девет стандарди).

Понатаму, а во контекст на претходната констатација за недостиг од истражувања за младински прашања, забележуваме дека со Законот се предвидува воспоставување на истражувачки центар за различни теми поврзани со младите од страна на Агенцијата за млади и спорт во рок од една година по влегување на Законот во сила (чл. 24 и чл. 27). Ваков центар сè уште не е воспоставен.

Очигледно е дека она кое недостига во Законот и во иднина ќе треба да се определи се казнени одредби за неспроведување. Ова е бидејќи и по две години од донесување на Законот, голем дел од обврските не се спроведени (на локално и на национално ниво). Иако веројатно Ковид-19 пандемијата – како и за сè друго во државата – влијаеше кон одолговлекување и на спроведувањето на Законот за младинско учество и младински политики (иако се определени и рокови во рамки на преодните и завршните одредби, чл. 26), сепак, треба да се инсистира на имплементирање на законската регулатива.

Самото имплементирање на Законот, многу веројатно ќе влијае и кон подобро запознавање со младинските политики и вклучување и на целните групи, кое моментално е на незавидно ниво. Односно, според „Почетната студија за младински трендови во Република Северна Македонија“ подготвена од Коалицијата на младински организации СЕГА во 2021 година, податоците од анализата во делот на младинските политики покажуваат дека 70% од младите не се генерално заинтересирани за политика; само 28,8% се запознаени со Законот за младинско учество и младински политики, додека само 23% од нив сметаат дека законот се применува во нивното место на живеење. Дополнително, само

19,4% се запознаени со Националната стратегија за млади 2016-2025 и од тие, само 20% сметаат дека истата се применува во нивното место на живеење. Од друга страна, очигледно и граѓанските организации не се многу запознаени со клучните документи за млади, односно, скоро половината кои биле вклучени во истражувањето (44,3%) рекле дека се запознати со содржината на Националната стратегија за млади 2016-2025.

НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА КУЛТУРАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА 2018 – 2022 ГОДИНА

Националната стратегија за развој на културата во Република Македонија во периодот 2018 – 2022 година е основен стратегиски документ за областа на култура, кој **не содржи насоки специфично поврзани со млади, и, самиот термин „млади“ се спомнува многу мал број пати низ целиот текст на Стратегијата**, а ниту еднаш во изјавите за визија и мисија и дефинираните општи и посебни цели. Сепак, може да се смета дека прашањето на креативноста и културата за младите е хоризонтална тема, особено имајќи го предвид целењето кон „сите граѓани“; првата општа цел за овозможување на еднакви културни права за сите; принципите на еднаквост, пристап, учество и права; како и заложбата да се придонесува во развојот и подобрувањето на образовните политики, човековите права и социјалната застапеност.

Стратегијата се раководи од јасна визија за „демократски, плурален, секуларен, слободен, динамичен, рамномерен и одржлив културен развој заснован на рамноправен пристап и учество, како и на одговорно и ефикасно раководење, поаѓајќи од уверувањето дека правото на култура е основно и неприкосновено човеково право.“ Оттаму, се истакнува дека истата се застапува за „професионализација, институционална и вонинституционална автономија, департизација и децентрализација во дејствувањето на социо-културниот контекст“. Основната мисија е „да го поттикнува и да го координира развојот на ефикасни културни политики за слободно творештво и за заштита на културното наследство воспоставувајќи одржливи законодавни, организациски, кадровски, материјални и финансиски услови, воведувајќи транспарентност и партиципативност во носењето на одлуки и во критичката евалуација на уметничките и на културните практики и афирмирајќи го интерсекторското усогласување со другите носители на државни политики.“

Поставени се и две општи цели: (1) да се овозможат еднакви културни права за сите, со четири посебни цели, и (2) да се создадат услови за негување на слободата и разноликоста на творештвото и на културните идентитети, со шест посебни цели. Стратегијата, исто така, предвидува и реформи кои се однесуваат на самото Министерство за култура и ревитализација на институциите на културата, на измени во законската рамка, на развој на интерсекторската соработка и на воведување на нови модели на финансирање во културата.

На почеток од Стратегијата е дадена и своевидна анализа на состојбите, во рамки на која се забележува дека недостигаат соодветни истражувања и податоци, односно, дека постојат само општи податоци за број на институциите, вработените и за застарени системи на финансирање и отчетност, дека и статистичките податоци од областа на културата се доста несигурни и дека не постојат сериозни истражувања за културниот капитал. Исто така, забележано е дека недоволно е разбрана и потребата за учество во културата.

При тоа, утврдени се и тековните слабости

- во културната политика (како: нејзината реактивност, нетранспарентност при креирањето на културните политики, планирање и приоритизирање непоткрепено со показатели, анализи, истражувања и пресметки, ретка процена на резултатите, стеснет опсег на дејствување заради ставање на фокус на националниот интерес/идентитет),
- во финансиските политики (каде сме соочени со нетранспарентно распределување на финансиските средства, што не се темели на оцена на спроведените програми ниту на поставување јасни цели и критериуми, недоволно развиени спонзорство, донаторство и механизми на јавно-приватно партнерство, нема анализи на потреби), и
- во организациските модели (кои се традиционални хиерархиски организации што тешко се приспособуваат на современите услови и можности, недостиг од кадри /квалификувани менаџери во културата и во сите дејности/, отсуство на иницијативи за суштинска реформа, минимална соработка со граѓанскиот и независниот сектор што се преведува во неискористени можности, нарушена автономија на работата на културните установи и кршење на професионалните норми преку мешањето на централната власт и политичките партии).

Во Стратегијата, поставени се следните десет стратешки насоки и приоритети (за кои подоцна во рамки и на Акцискиот план, којшто е дел од Стратегијата, поспецифично се дефинирани и мерки и индикатори, носители на спроведувањето на мерките, како и потребни средства).

- Департизација и нормализација во културата
- Децентрализација и деметрополизација на културата
- Од мултикултура кон интеркултура
- Грижа за различностите
- Културата и развојот
- Од национален кон јавен интерес и учество
- Институционална култура
- Независен културен сектор
- Уметничко творештво
- Управување со човечки ресурси

Понатаму, а врз основа на прегледи на состојбите по специфичните дејности и

утврдени потреби, дефинирани се и главни приоритети за културните дејности: заштита на недвижното културно наследство; театарска дејност; музичко творештво и музичко-сценска дејност; визуелни уметности, архитектура и дизајн; филмска дејност; издавачка дејност; и културно-уметнички манифестации. Исто така, анализирајќи ги тековните состојби во однос на инструментите за реализација на Стратегијата, утврдени се и приоритети поврзани со:

- законодавството (како носење на закони и измени кои би допринеле кон унапредување на законодавството и негово приближување до она на земјите од Европската Унија),
- финансирањето на јавните потреби во културата од буџетски средства (со намера надминување на нефункционалните, често и коруптивни начини на распределба на средствата во културата, и, одржување на вкупниот буџет за културата на нивото на просекот од последните две децении),
- даночни, царински и други фискални олеснувања (анализа на различни закони со предлог мерки, со цел воведување на даночни и царински бенефиции за културата кои се во насока на поттикнување на развојот на културата),
- одлучување (со акцент на отвореност, јавност и отчетност), и
- трансформација на Министерството за култура (во транспарентен, отворен и отчетен државен орган, што подразбира преиспитување на сите организациски, технички и финансиски аспекти на неговото функционирање и поставување на нови, демократски стандарди во работата).

Како што е погоре забележано, Стратегијата скоро воопшто и да не ги спомнува младите специфично, но ја нагласува намената и насоченоста кон општата публика, „сите граѓани“, од кои секако младите претставуваат дел. Сепак, во дел од приоритетите се наведени мерки или програми со кои се покажува намерата да се истакне важноста и да се обрати посебно внимание на одредени групи, меѓу кои и младите.

Специфично, младите во Стратегијата се спомнуваат во следните делови:

- Во рамки на приоритетот „Грижа за различностите“ се нагласува дека „особено внимание ќе се посвети на лица со посебни физички потреби, лица со тешкотии во развојот, деца и малолетници без родители и самохрани родители“.
- Во рамки на приоритетот „Од национален кон јавен интерес и учество“ истакнато е значењето на учеството во културниот живот, кое се учи од мали нозе, поради што е неопходно поврзување на културата со образованието, особено во основното и средното заради подготвување на младите за активен културен живот. Оттука, две од вкупно петте главни цели во оваа област се однесуваат на:
 - Унапредување на учеството во културата како дел од редовната настава и важен аспект на образовните програми во основните и во средните училишта; и
 - Планирање на посебни мерки и програми за унапредување на културната партиципација на: младите, посебните категории граѓани, лицата со посебни потреби, старите лица и др.

- Во рамки на насоките за иден развој од приоритетот „Институционална култура“ се нагласува очекувањето од институциите да развијат стратегии за создавање нова публика и да прераснат во професионални и општествено одговорни институции, отворени за потребите на сите категории граѓани, особено децата и младите, лицата со посебни потреби и старите лица.
- Во делот за кадровска и образовна политика во културата од приоритетот „Управување со човечки ресурси“ се посочува на намерата за интензивна соработка на Министерството за култура со Министерството за образование со цел постигнување на усогласеност меѓу продукцијата на специјализирани кадри и потребите од нивно ангажирање и утврдување на потреби за воведување на нови студиски програми за професии од културата кои недостигаат. Исто така, една од главните мерки во овој дел е „Воведување на наставни програми и активности во основното и средното образование со теми од областа на културата“, односно, мерката за “Развивање на програми за едукација преку културни уметнички практики“ од Акцискиот план.
- Во рамки на делот за приоритети за културните дејности, во однос на мерките за издавачката дејност, во акцискиот план е предвидена „Поддршка на литературното творештво на млади автори преку востановување на посебни стимулативни мерки; создавање услови за издавање литературни списанија кои би биле наменети за претставување на младите автори.“

СТРАТЕШКИ ПЛАН НА МИНИСТЕРСТВОТО ЗА КУЛТУРА 2022-2024 ГОДИНА

Стратешкиот план на Министерството за култура за периодот 2022 – 2024 , ја следи и е усогласен со Националната стратегија за развој на културата во РСМ за периодот 2018 – 2022 година. И овде, исто така, нема посебни делови кои се однесуваат на младите, односно, многу ретко се спомнати како посебна целна група.

Стратешкиот план зема предвид анализа на состојбите и прави обид да таргетира слабости увидени во последните години, и, секако, се води од визијата на Министерството за „Демократизирана, плурална и автономна култура и уметничка продукција; партиципативна во одлучувањето; остварен динамичен и одржлив културен развој; усвоен систем на рамноправна дистрибуција на средствата во согласност со утврдените приоритети; развиен систем на ефикасна заштита на културното наследство; развиена критичка култура; општествена одговорност во сите културни практики и создадени функционални релации меѓу културата и другите сфери на општественото живеење.“, и мисијата „да се создадат услови за развој на координирана и ефикасна културна политика преку: воспоставување функционални, законодавни, организациски, материјални и финансиски услови за развој на културата; воспоставување експертска и вонпартииска кадровска политика; обезбедување автономија на субјектите во културата; воведување принципи на транспарентност и партиципативност во процесите на носење

одлуки и стратегиско управување, особено евалуација, анализи, истражувања и интерсекторско усогласување со другите ресори на државните политики“.

Стратешкиот план дава осврт и на постигнати резултати, односно, обемот на реализација на зацртаните програми за 2020-та и 2021-ва година преку пет програми, а исто така, и преглед на структурата и специфичностите на Министерството. Ги поставува целите за периодот од 2022 – 2024 година, распоредени низ пет стратешки приоритети:

- Развој на координирана и ефикасна културна политика
- Градење унитарно, мултикултурно и толерантно општество преку суштинска политичка поддршка со која Република Северна Македонија ќе се гради како граѓанска држава на сите што живеат во неа: Македонци, Албанци, Турци, Срби, Власи, Роми, Бошњаци и сите други помали заедници во насока на поголема интеркултурна комуникација и градење дух на меѓусебно почитување
- Заштита на културното наследство
- Унапредување на меѓународната соработка и ефективна промоција на културата на Република Северна Македонија во меѓународни рамки
- Интегрирање во Европската Унија
- Планирањето на спроведувањето на стратешките приоритети и цели е распоредено низ шест програми и седумнаесет потпрограми:
- Уметничко творештво и дејности од областа на културата, која содржи четири потпрограми:
 - Остварување на културата на локално ниво преку создавање услови за рамномерен културен развој во земјата.
 - Збогатување на културната понуда преку проекти насочени кон одредени целни групи.
 - Поддршка на домашното уметничко творештво.
 - Процес за реализација на децентрализација на постојната мрежа на установи од областа на културата.
- Поттикнување на творештвото преку создавање современи инфраструктурни и технолошки услови за остварување на културата, со две потпрограми:
 - Создавање современи инфраструктурни услови за остварување на културата.
 - Создавање современи технолошки услови за остварување на културата.
- Заштита на културното наследство, со пет потпрограми:
 - Заштита на недвижно наследство.
 - Музејска дејност и заштита на движно наследство.
 - Библиотечна дејност и заштита на библиотечно наследство.
 - Заштита на аудиовизуелни добра.
 - Заштита на нематеријално наследство.
- Меѓународна културна соработка, со две потпрограми:
 - Меѓународна соработка на билатерално, мултилатерално ниво и соработка со УНЕСКО и другите меѓународни организации.
 - Мапирање на состојбата, стимулирање и креирање нови форми за меѓународна културна соработка.

- Интегрирање во Европската Унија, со две потпрограми:
 - Подготвување и уредување на културните политики на РСМ во согласност со европските искуства, критериуми и стандарди.
 - Унапредување на заштитата на авторското право и сродните права и усогласување со директивите на ЕУ од оваа област.
- Родово одговорно буџетирање, со две потпрограми:
 - Поттикнување и подобрување на учеството на жената во културниот живот на РСМ.
 - Зголемување на бројот на интердисциплинарни уметнички проекти кои ги обработуваат темите со родова проблематика од аспект на подобрување на еднаквите можности на жената и на мажот во општеството и подобрување на статусот на жената во општеството.

За секоја потпрограма се разработени планови со временски рамки и потребни ресурси за спроведување.

Младите се спомнати во контекст на „поддршка на млади таленти“ како посебна програма меѓу вкупно осумнаесет програми во рамки на предлог буџетот за реализирање на Годишниот конкурс за финансирање на проекти од национален интерес во културата по години. При тоа, за поддршка на млади таленти за 2022 година се предлага да се изадвојат 4.000.000 денари, што претставува 0,38% од вкупниот предлог буџет; за 2023 – 5.000.000 милиони денари (0,43%), и за 2024 година – 6.000.000 милиони денари (0,46%).

4. ИНСТИТУЦИИ НАДЛЕЖНИ ЗА ОБЛАСТИТЕ МЛАДИ И КУЛТУРА

АГЕНЦИЈА ЗА МЛАДИ И СПОРТ

Агенцијата за млади и спорт, формирана како правно лице во 2000 година, е самостоен орган на државната управа кое е единственото владино тело надлежно за сите аспекти на живот на младите луѓе во државата. Според Законот за организација и работа на органите на државната управа (чл. 30), уредени се ингеренциите на Агенцијата за млади и спорт, односно, дека „ги врши работите што се однесуваат на грижата за психофизичкиот развој на младите и нивната заштита од болести на зависности, проституцијата, криминалот и други социопатолошки појави; грижата

за статусот на младите; поттикнувањето и помагањето на различните облици на организирање на младите; преземањето активности за создавање услови за задржување во Република Македонија на способните и талентирани млади, како и создавањето услови за стимулирање на нивното враќање во Република Македонија; следењето на спортските и спортско рекреативните активности од областа на спортот; следењето на развојот на врвниот спорт и врши и други работи утврдени со закон.“

Во склоп на Агенцијата функционираат пет сектори: Сектор за млади, Сектор за спорт, Сектор за капитални инвестиции, Сектор за човекови ресурси и поддршка на Директорот, и, Сектор за финансиски прашања, во рамки на кои, пак, постојат дванаесет одделенија со свои поднадлежности.

Секторот млади врши работи кои се однесуваат на сферите на интерес и потребите на младата популација во земјата и признавањето на улогата на младите во развојот на Република Северна Македонија, како позитивна движечка сила и промотор на новите вредности на општеството и државата, придржувајќи се до Националната стратегија за млади. Своите задолженија, обврски и задачи ги извршува во двете одделенија: Одделение за младинска политика и тренинг; и, Одделение за меѓународна соработка.

Функциите на Секторот млади опфаќаат: развивање на активна образовна политика, која ќе содејствува на потребите на младите, општеството и глобалниот социјален и техничко-технолошки развој; промовирање еднакви можности за образование и културно осознавање на младите со цел поттикнување на нивниот личен развој и развој во заедницата; признавање, поддршка и развој на неформалното образование и неговите носители; подигање на нивото на квалитетот на живеење на младите луѓе преку користење на нивното слободно време во корисни и социо-едукативни активности и нивно формирање како одговорни и активни граѓани; и т.н.

Како надворешни тела се воспоставени и Совет за спорт (надворешно тело задолжено за креирање политики во областа на спортот и за реализирање на програмски активности) во 2017 година, и, Совет за млади, составен од девет члена (од кои шест се младински претставници и три се административни државни службеници), формиран во 2021 година со надлежности да дава предлози, иницијативи и мислења до Директорот, да ги следи состојбите, да изготвува анализи и други материјали, да предлага младински политики и мерки за унапредување на позицијата на младите луѓе, и т.н.

Една од критиките за Агенцијата, како што е забележано во Студијата за социо-политичко учество на младите во Северна Македонија на Младинскиот образовен форум од 2019 година, се однесува на распределбата на буџетот од кој, делот од финансиските средства предвиден за млади е „постојано маргинален, иако има некои подобрувања во текот на последните три години“. „Нејзин главен, и често единствен фокус, е подобрувањето на спортската инфраструктура што одзема најголем дел од средствата, а при тоа многу малку внимание се посветува на

секторот млади. Во тој контекст, има голема несразмерност во поделбата на фондовите наменети за спорт, од една страна, и за млади, од друга страна. Тоа е очигледно штом се погледне буџетот на Агенцијата.“ Во Студијата е прикажан (обесхабрувачки) преглед на распределбата на средствата за годините од 2014-та до 2019-та: во 2014 година, средства доделени за спорт се 99,4%, а за млади – 0,6%; во 2015, за спорт се доделени 99,75%, а за млади – 0,25%; во 2016, за спорт се доделени 99,5% од средствата, а за млади – 0,5%; во 2017, за спорт се доделени 96%, а за млади – 4%; во 2018, за спорт се доделени 93,5%, а за млади – 6,5%; во 2019, за спорт се доделени 95,9%, а за млади – 4,1%.

МИНИСТЕРСТВО ЗА КУЛТУРА

Министерството за култура е надлежно за културните политики и унапредување на културата во државата.

Делокругот на работа на Министерството е утврден со член 26 од Законот за организација и работа на органите на државната управа („Службен весник на Република Македонија“ бр. 58/00, 44/02, 82/08, 167/10, 51/11, 96/19 и 190/19). Во согласност со тоа, Министерството за култура врши работи што се однесуваат на: следење, анализирање и предлагање акти и мерки за развој и унапредување на културата;

- организација, финансирање и развој на мрежата на националните установи и финансирање програми и проекти од национален интерес во оваа област;
- заштитата на културното наследство;
- издавачката, музичката, сценско-уметничката, филмската, галериската, библиотечната, архивската, музејската и кинотечната дејност, дејноста на домовите на културата и дејноста за посредување во културата;
- заштитата на авторското право и сродните права;
- споменичното одбележување на настани и истакнати личности од национален интерес;
- инспекцискиот надзор во негова надлежност;
- други работи утврдени со закон.

Министерството има 12 сектори и 33 одделенија.

Во државата постојат шеесетина национални институции и повеќе локални институции од културата кои спроведуваат различни програми во сите дејности. Министерството за култура располага со буџетот за култура кој во 2021 година изнесувал 3.276.430.000 денари, што во однос на целиот буџет на Република Северна Македонија изнесува 1,23 %. Со буџетот за култура се финансираат проекти од национален интерес и капитални (инфраструктурни) инвестициски проекти.

5. ФИНАНСИРАЊЕ НА МЛАДИТЕ ВО КУЛТУРАТА

Нема информации кои се однесуваат на финансирање специфично на младите во областа на култура, особено на младински програми во областа култура.

Постојат малку можности за наградување и поддршка на млади преку конкурси, како на пример: конкурси за „Млади поети“, „Млади уметници“ и „Млади музички уметници“ што Агенција за млади и спорт ги доделила по повод одбележување на 100-годишнината од раѓањето на Блаже Конески во 2021 ; конкурс за поддршка и стручно усовршување на дефицитарни кадри во уметностите и заштитата на културното наследство од областа на културата ; награди и можности за промоција на млади уметници/автори во рамки на различни манифестации како на пример Драмски аматерски фестивал (каде една од категориите е театар за деца и младинци), Рацинови средби (промовира поезија на млади поети) , Танц фест Скопје (една од наградите „Менада“ е за млад уметник) , Струшки вечери на поезијата доделува меѓународна поетска награда за најдобра книга од млад автор, „Караманови средби“ е традиционално поетска манифестација за млади автори, и т.н...

Во однос на државното финансирање, истото се спроведува преку Министерството за култура кое располага со буџетот за култура кој во 2021 година изнесува 3.276.430.000 денари (53 милиони евра), а во однос на целиот буџет на Република Северна Македонија изнесува 1,23 %. Со буџетот за култура се финансираат проекти од национален интерес (кој изнесува 970.100.000 денари или околу 15,5 милиони евра) и капитални (инфраструктурни) инвестициски проекти (кој изнесува 217.000.000 денари или околу 3,5 милиони евра).

Во рамки на Стратешкиот план на Министерството за култура 2022-2024, не е видливо колку од средствата се наменуваат за млади, но забележуваме дека постои програма за „поддршка на млади таленти“ како посебна програма меѓу вкупно осумнаесет програми во рамки на предлог буџетот за реализирање на Годишниот конкурс за финансирање на проекти од национален интерес во културата (каде за поддршка на млади таленти за 2022 година се предлага да се издвојат 4.000.000 денари, што претставува 0,38% од вкупниот предлог буџет; за 2023 – 5.000.000 милиони денари (0,43%), и за 2024 година – 6.000.000 милиони денари (0,46%))

Со оглед на тоа дека „во изминатиот период голем број установи беа „осудени“ на просто одржување и преживување“ како што е наведено во Стратегијата за развој на културата, за поздравување се обидите на дел од локалните и националните институции од областа на културата кои прават напори да обезбедуваат средства и од други извори/донатори.

Во областа на културата, заклучуваме дека е особено значајна и поддршката од Европската Унија и УНЕСКО. Особено искористена е програмата Креативна Европа (2014-2020) потпрограма Култура, преку која македонски културни оператори се

вклучени во 68 проекти, а се јавуваат како проектни координатори на 45 од нив .

6. СПРОВЕДУВАЊЕ НА ПРОГРАМИ ЗА МЛАДИ

Во однос на програмите за млади во областа култура, истражувачите направија обид да најдат информации за програми за млади кои се спроведуваат од страна на или во културни институции, а кои не се краткорочни или еднократни настани, и, кои би можеле да се карактеризираат како практика на младинска работа. За жал, обидот беше неуспешен и истражувачите не успеаја преку пребарувањето на интернет да најдат информации за такви примери кои би можеле да ги презентираат овде. Ова, секако не исклучува дека такви програми постојат, но, едноставно, информации за нив не се достапни на интернет. Затоа, истражувачите препорачуваат дополнително и посеопфатно истражување за идентификување на младински програми во областа на културата, за нивниот капацитет и влијанието врз младите, како и за предизвиците при спроведувањето и можностите за мултиплицирање.

Она кое се утврди преку прегледување на достапните документи е дека иако средства се издвојуваат за националните и локалните институции, како и за здруженија од област на културата преку годишниот конкурс за финансирање на проекти од национален интерес во културата, нема специфичен преглед на средствата кои се потрошени за млади, особено за развој и спроведување на програми за млади. Во рамки на Стратешкиот план на Министерството за култура 2022-2024 година , каде е даден осврт на постигнатите резултати за 2020 и 2021 година, се спомнува проект за „развивање навики за културна перцепција кај децата“, но преку пребарување на достапни документи на интернет, истражувачите не успеаја да најдат повеќе детали освен она кое е наведено како опис на истиот во самиот Стратешки план, односно, дека „Проектот предвидува реализација на циклуси на програмски содржини од сите уметнички дејности наменети за деца и младинци“ со цел да се влијае врз перцепцијата на младата публика со афинитети за учество во културниот живот. Исто така, во извештаите за работа на Министерството за култура се наведени низа проекти за млади (односно, зборот „млади“ се спомнува во насловот), но само како наслови, без подетални описи.

Понатаму, нагласуваме дека видливо е оти дел од институциите во културата како целна публика ги имаат примарно младите, како на пример Младинскиот културен центар (со основна цел и задача за „промоција на културата, културните и научните вредности на младите“) или Театарот за деца и младинци (којшто е „единствениот национален театар специјализиран за програмата за деца и млади“); се организираат низа настани, фестивали и манифестации за младите од кои голем дел традиционално се одржуваат секоја година, па и со децении наназад; одредени информации има и за различни видови на работилници и предавања за деца и млади, и тн.

Овде мора да се забележи и дека голем дел од содржините, не се бесплатни, како на пример, за редовни отворени предавања во Планетариум на Младинскиот културен центар билетот чини 150 денари, Кинотека на Македонија традиционално во јануари организира проекции исклучиво на анимирани филмови и тинејџерски драми за кои влезницата е главно 100 денари, но за одредени проекции може да биде и 150 денари, и т.н. Секако дека има огромен број на настани кои се бесплатни, или постојат можности и за бесплатен влез за млади (како на пример за посета на постојаната поставка на Археолошкиот музеј, каде студентите можат бесплатно да влезат секој четврток, а средношколците – секоја среда), но со овој осврт сакаме да забележиме дека „културата не е бесплатна“ за младите.

Неизбежно е да се спомне и дека многу настани и манифестации се спроведуваат од страна на граѓанскиот или приватниот сектор од областа култура, кои во голем дел финансиски зависат од разни донатори, различни од државниот буџет, што сигурно се одразува на одржливоста, континуитетот и квалитетот.

Овде нема да наведуваме примери на здруженија и фондации кои работат во областа култура со намера да не направиме превид и да не спомнеме некои од нив, но забележуваме дека бројот на такви организации е навистина ограничен, и иако дел од нив делуваат на национално ниво, односно се обидуваат да пренесат дел од активностите низ други градови или целата држава, сепак очигледно е дека концентрацијата и фреквенцијата на активностите е најголема во главниот град. Овде се исклучок можеби локалните културно уметнички друштва кои дејствуваат во различни градови, но нивната активност не е многу видлива на интернет.

Најпосле, и видливоста на достапните можности е очигледно предизвик, и иако најголем дел од институциите имаат некаква видливост на интернет, очигледно потребно е повеќе од едноставно користење на истите канали за сите целни групи/публики за да се подобрува комуникацијата и видливоста, како што е забележано во Националната стратегија за развој на културата: „Институциите од областа на културата не развиваат посебни маркетиншки активности иако некои имаат сектори или одделенија за маркетинг. Последниве површно или воопшто не вршат квантитативни и квалитативни анализи и истражување на публиката, не воспоставуваат врски со неа, не ги истражуваат мотивите, културните потреби и однесувања. Тоа се должи на недостигот од специјализиран кадар, како и ограничените кадровски и технички ресурси за раководење, што подразбира популаризирање на уметничките производи и културни вредности и континуиран развој на публика.“

ВЛИЈАНИЕТО НА КОВИД ПАНДЕМИЈАТА

Значајно е да се забележи дека во изминатиот период (2020 и 2021 година) огромно негативно влијание врз младите имаше пандемијата, во која, како што се нагласува во Студијата за младински трендови на Коалицијата СЕГА „младите беа една од најпогодените групи граѓани“ , и се „закочија младинските политики“ како што е

забележано во истражувачката сторија од Радио МОФ на Младински образовен форум.

Особено погоден сектор со пандемијата беше секторот култура. Ова е нагласено и во Стратегијата за развој на културата: „Пандемијата предизвикана од ширењето на вирусот КОВИД-19 значително влијаеше врз динамиката на културниот живот во Република Северна Македонија, како и врз претставувањата во меѓународни рамки. Националните установи ја остваруваа својата дејност во скратени рамки, што се одрази врз нивната продукција. Исто така, дел од проектите што беа поддржани во рамките на Годишните конкурси не се реализираа, односно беа откажани од страна на нивните носители или од организаторите на настаните во странство.“

7. ЗАКЛУЧОК

Очигледно е дека во Северна Македонија недостигаат долгорочни програми за млади кои се спроведуваат во културните институции, а кои се внимателно планирани и спроведувани во континуитет од страна на младински или културни работници, односно, кои би можеле да се карактеризираат како практика на младинска работа. Овде, забележуваме дека истражувачкиот тим се соочи со ограничувањето од основното пребарување на она кое е достапно на интернет, и препорачува дека – со цел да се утврди реалната состојба во однос на постоењето на младински програми во областа на културата со долгорочен карактер и со примена на методите на младинска работа – потребно е да се спроведе дополнително и специфично истражување преку барање на пристап до информации директно од институциите и интервјуа со лица вклучени во програми за млади.

Потребно е да се работи и на дизајнирање на различни младински програми од областа на културата, и разнообразна понуда која е во согласност со интересите и потребите на младите. Ова е особено значајно и неопходно и за останатите градови, надвор од главниот град, односно децентрализација на понудата за младите во областа на културата.

Ограничен е и бројот и видот на достапни информации, податоци и истражувања во областа на културата, а истото е забележано како недостаток и во самата Стратегија за развој на културата – дека „постојат само општи податоци за број на институциите, вработените и за застарени системи на финансирање и отчетност, дека и статистичките податоци од областа на културата се доста несигурни и дека не постојат сериозни истражувања за културниот капитал“. Неопходно е да се работи на обезбедување и систематизирање на податоци во областа на културата и младите, со цел да се постави основа за соодветно планирање и подобрување на состојбите, односно, за реален развој во иднина.

Во однос на документи/политики, Република Северна Македонија нема посебни документи кои специфично го определуваат и се однесуваат на (било каков вид на) учеството на младите во културата.

Основни документи со кои се регулираат младинските политики и мерки во

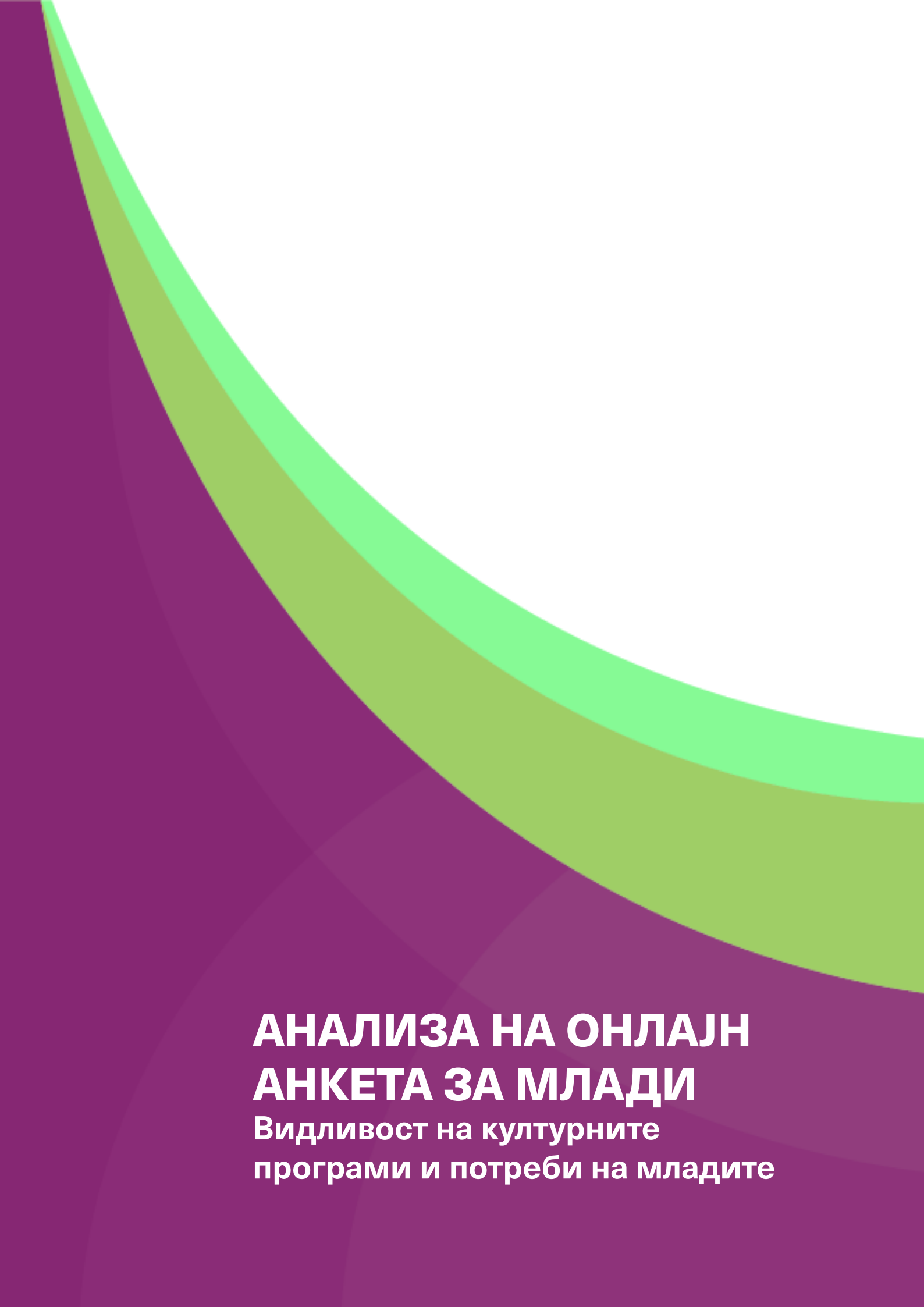
Република Северна Македонија се Националната стратегија за млади 2016-2022 и Законот за младинско учество и младински политики (донесен во 2020 година). Во Националната стратегија за млади 2016-2022, една од деветте тематски области е областа култура.

Во однос на областа култура, донесена е Национална стратегија за развој на културата во Република Македонија во периодот 2018-2022 година со Акциски план, и Стратешки план на Министерството за култура 2022-2024 година, базирани на Законот за култура и други поврзани закони и подзаконски акти. Овие документи не содржат насоки специфично поврзани со млади, и, самиот термин „млади“ се спомнува многу мал број пати. Може да се смета дека прашањето на креативноста и културата за младите е хоризонтална тема, особено имајќи го предвид целењето кон „сите граѓани“ и намерата за „овозможување на еднакви културни права за сите“.

Сепак, неопходно е да се работи на креирање и донесување политики за млади во областа на културата, со оглед на значењето на оваа област во развојот на секој поединец и целото општество. Особено би било значајно да се обрати должно внимание на обезбедување на учеството на младите во културата – од сите аспекти: како учесници во процеси на креирање политики и носење одлуки, како учесници во креирање на културниот производ, и како учесници на настани (целна група; развој на публика).

Во продолжение, и, во тесна врска со обезбедување на учеството на младите, е транспарентноста на институциите и видливоста на достапните можности (за настани, за младински програми), коишто очигледно претставуваат дополнителен предизвик, како што е забележано и во Националната стратегија за развој на културата и наведено погоре. Со цел да се допре до младите и успешно да се вклучат/анимираат, неопходно е да се планираат специфични комуникациски стратегии и канали, земајќи ги предвид интересите, потребите и спецификите на оваа возрасна група.





**АНАЛИЗА НА ОНЛАЈН
АНКЕТА ЗА МЛАДИ**
Видливост на културните
програми и потреби на младите

СОДРЖИНА

1.	РЕЗИМЕ	54
→	ПРЕГЛЕД НА ОДГВОРИТЕ ВО ДЕЛОТ ЗА ДЕМОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ	56
→	ПРЕГЛЕД НА ОДГВОРИТЕ ЗА ОДНОСОТ НА МЛАДИТЕ И КУЛТУРАТА И ПОТРЕБИТЕ И ИНТЕРЕСИТЕ НА МЛАДИТЕ	57
2.	ПРИЛОГ 1: ОН-ЛАЈН ПРАШАЛНИК ЗА МЛАДИ	89

РЕЗИМЕ

Анкетирањето на млади е спроведено во периодот од 07. – 21. септември, 2021 година, кога прашалникот беше поставен на платформата LimeSurvey и достапен за доброволно пополнување од страна на заинтересираните млади од Република Северна Македонија. Анкетата се состоеше од 24 прашања, главно затворени прашања со понудени одговори за избор, поделени во 2 групи (демографски податоци, потреби на младите).

Анкетата беше објавена на веб страницата на Сојузот за младинска работа, а при дистрибуција на истата помогнаа сите организации членки на Сојузот, како и другите мрежи на младински и организации за млади со кои Сојузот соработува, преку нивните веб страници, е-маилинг листи и социјални медиуми.

Вкупно 127 испитаници пристапиле до прашалникот, додека 109 одговориле на најголемиот дел од прашањата до крај.

Испитаниците се млади (15 – 30 год.), со просечна возраст од 21,5 години. Најголем дел од нив (66,97%) се жени, помалку (31,19%) – мажи, а 2 учесника (1,83%) се опишуваат себе си на друг начин.

Нешто повеќе од половината од испитаниците во анкетата (50,82%) се изјасниле дека припаѓаат на една или повеќе маргинализирани или ранливи категории граѓани, односно, се соочуваат со сиромаштија, живеат во рурална средина, припаѓаат на малцинска етничка заедница, припаѓаат на LGBTQ заедницата и/или се лица со физичка или интелектуална попреченост.

Најголем дел од испитаниците доаѓаат од Источниот (35,78%), а најмал (4,59%) – од Полошкиот регион. Останатите 6 региони се со застапеност што варира од 7,34% - 11,93%. При тоа, испитаниците во најголем дел доаѓаат од поголеми места: 31,19% - во места со над 50.000 жители и 30,28% - од 10.000 – 50.000 жители; останатите живеат во помалите места.

Во однос на моменталниот образовен и работен статус, најголем дел од испитаниците (33,94%) се студенти, средношколци (30,28%) или работно ангажирани на некаков начин (25,69%). Многу помал дел се декларирале дека се активни баратели на работа (9,17%), и само 1 учесник (0,92%) не бара работа во моментот.

Во однос на своето видување на сопствената имотна состојба во споредба со своите врсници, најголем дел од испитаниците (60,55%) сметаат дека се во еднаква положба како нивните врсници.

Култура и културен живот за младите испитаници на анкетата најмногу значи можност за активно изразување на креативните идеи, посета на културни настани, и исполнување на слободното време. Тие, во најголем број, се согласуваат дека културата и/или уметничкото изразување е важен дел од нивниот живот.

Сепак, оценката на испитаниците за квалитетот на живот во нивните места на живеење е воопшто под просекот, а културната содржина и понуда е скоро на дното од листата од 7 аспекти кои се замолени да ги оценат (прашање бр. 13). Од одговорите, пак, за посетеноста на културни содржини пред Ковид-19 пандемијата од страна на младите (прашање бр. 14), се гледа дека посетеноста е релативно слаба, односно, во најголем број од случаите, младите кажале дека „ретко“ или „понекогаш“ посетувале културни настани и содржини. Она коешто е загрижувачко е дека повеќе од ¼ од испитаниците никогаш не посетиле ниту еден од излистаните настани! Имено, на листата од 20 различни видови настани – точно ¼ (25%) од испитаниците кои дале одговор на прашањето, кажале дека никогаш не биле на театарска претстава, којшто пак е вид на настан што е всушност најчесто посетен; повеќе од половината од испитаниците никогаш не посетиле меѓународен музички фестивал (53,41%), изведба на современ танц (55,68%) или изведба на современ циркус (71,59%).

Исто така, во однос на учеството на младите во областа култура (прашање 11), значително мнозинство (над 80%) рекле дека никогаш не биле прашани за мислење за програмите и културните содржини или при крирање на политики во област на културата од страна на организации или институции.

Претходново наведува на заклучок дека младите воопшто не се активни учесници во културата во државата (во процеси на носење одлуки, како креатори или како консументи на културниот производ).

Во однос на идеи и препораки за подобрување на состојбата, може да се искористат размислувањата на младите испитаници за причините за непосетеноста на културните настани и нивните преференци за културни содржини, а при тоа да се земе предвид и како тие се информираат, и, како го поминуваат најчесто слободното време.

(Прашања бр. 16 и 17) За причините за непосетеноста, најголем дел од младите испитаници кажале дека нема доволно настани во нивното место на живеење, или се случуваат на/во друго место; исто така и дека недостига промоција на културните настани, а потоа и дека промоцијата не е прилагодена на младите. Тоа се потврдува и во одговорите за тоа како испитаниците сметаат дека културните институции (прашање бр. 18) и културните организации и уметнички колективи (прашање бр. 19) би можеле да го зголемат интересот на младите за културните настани, односно, најчесто избрани одговори се – **(1) да се зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини, и, (2) вложување во промоција која е прилагодена на младите.**

Кога зборуваме за можностите на младите да учествуваат и посетуваат културни содржини, интересно е да се види кои се преференците на младите (прашање бр. 15, каде се излистани 20 различни видови на настани). Особен интерес има за: филм (кино/филмски проекции и филмски фестивали), театарски претстави, концерти на странска музика, креативни работилници, итн; додека најмалку заинтересирани се чини дека се за: опера, балет или концерти на класична музика; изведби на современ циркус; и, изведби на современ танц. Интересно би било да

се разгледа целата листа, а можеби и дополнително да се истражи зошто е така, односно, зошто младите ги преферираат одредени видови на настани, наспроти оние кои сметаат дека би им биле помалку интересни. Дали тоа се должи на тоа дека никогаш порано немале можност да учествуваат на таков настан (прашање бр. 14), па немаат претстава какво искуство би било, и затоа не можат да решат дали сакаат да ги има повеќе или помалку... Или, можеби е поврзано со сосема други причини.

Во врска со каналите кои младите најчесто ги користат за информирање (прашање бр. 10), **очигледна е преференцата да се информираат он-лајн, примарно преку социјалните медиуми, како и значењето на препораката (word-of-mouth) од страна на пријатели и познаници за нив.** При тоа, од социјалните медиуми, најчесто ги користат за информирање Facebook (17,25%), Instagram (15,21%) и профили на уметници артисти кои ги следат (10,99%), додека Tiktok е најмалку користен канал (2,25%); а од потрадиционалните канали на информирање, најнефективни произлегува дека се плакати и флаери (9,86%), па локалните медиуми (ТВ, радио) (6,48%), а најмалку – весниците (0.85%).

Сметајќи дека младинската работа, како и посетата на културни содржини, вообичаено се одвива во слободното време на младите и на доброволна основа, како прашање од интерес беше разгледано како всушност младите го користат своето слободно време (прашање бр. 12). При тоа, од широка листа од (22) различни активности, највисоко рангирани според одговорите од испитаниците се: слушање музика; дружење со пријателите (а нешто пониско рангирано - и излегување со пријателите во барови, кафичи, клубови); поминување време на социјалните мрежи; и поминување време со семејството. По овие, следуваат активности од типот: ништо/опуштање, читање книги, гледање серии и филмови (од забавен карактер – повеќе, а од едукативен карактер – нешто помалку), како и спортски активности, а дури на средина на листата, се наоѓаат креативните активности и посетата на културни настани на места на независната културна сцена, а уште пониско – посетата на културни институции. Волонтирањето е во долната половина на листата на практикувани активности во слободното време, додека поминување на времето во младински центри е скоро на самото дно од листата.

ПРЕГЛЕД НА ОДГВОРИТЕ ВО ДЕЛОТ ЗА ДЕМОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ

1. Возраст на испитаниците

Во анкетата учествуваа млади на возраст од 15 до 30-годишна возраст. **Просечната возраст на испитаниците е 21,5 години.**

2. Род

Најголем дел од испитаниците **(66,97%) се жени**, помал дел **(31,19%) – мажи**, додека 2 учесника (1,83%) се опишуваат себе си на друг начин.

3. Образовен / работен статус

Во однос на моменталниот образовен и работен статус, најголем дел од испитаниците **(33,94%) се студенти, средношколци (30,28%),** или се **работно ангажирани на некаков начин (25,69%).** Помал дел се изјасниле дека се **активни баратели на работа (9,17%),** а, само **1 испитаник (0.92%) рекол дека не припаѓа во ниту една категорија и не бара работа во моментот.**

4. Регион

Најголем дел од испитаниците доаѓаат од **Источниот регион (35,78%),** скоро еднаков процент (по околу 11%) на испитаници се од **Североисточен, Пелагониски и Југоисточен,** па од **Скопски (9,17%), Југозападен (8,26%) и Вардарски (7.34%),** а најмал број на испитаници се од **Полошкиот регион (4,59%)**

5. Големината на местото на живеење (според број на жители)

Најголем дел од испитаниците живеат во поголеми места: **31,19% - во места со над 50.000 жители и 30,28% - од 10.000 – 50.000 жители.** Значително помал дел **(11,93%) од испитаниците живеат во мали места со под 2.000 жители.**

6. Припадност на ранливи/маргинализирани групи

Нешто повеќе од половината од испитаниците во анкетата **(50,82%) се изјасниле дека припаѓаат на една или повеќе маргинализирани или ранливи категории граѓани,** односно, **18,03% се соочуваат со сиромаштија; 13,11% живеат во рурална средина; 10,66% припаѓаат на малцинска етничка заедница; 6,56% припаѓаат на LGBTQ заедницата; и, 2,46% се лица со физичка или интелектуална попреченост.** **49,18% од испитаниците не спаѓаат во ниту една од претходно наведените категории.**

7. Перцепција за сопствената имотна состојба на испитаниците

Во однос на своето видување на сопствената имотна состојба во споредба со своите врсници, најголем дел од испитаниците **(60,55%) сметаат дека се во еднаква положба како нивните врсници; околу една четвртина (25,69%) сметаат дека се во нешто подобра ситуација од врсниците, додека помал дел (5,50%) – во многу подобра од повеќето свои врсници. 8,26% сметаат дека се во нешто полоша состојба од повеќето свои врсници, додека ниту еден не ја перцепира својата состојба како многу полоша од онаа на неговите/нејзините врсници.**

ПРЕГЛЕД НА ОДГВОРИТЕ ЗА ОДНОСОТ НА МЛАДИТЕ И КУЛТУРАТА И ПОТРЕБИТЕ И ИНТЕРЕСИТЕ НА МЛАДИТЕ

8. Значење на културата и/или уметничкото изразување

Најголем дел од испитаниците кои одговориле на прашањето се согласуваат дека културата и/или уметничкото изразување е важен дел од нивниот живот **(49,54% потполно се согласуваат, и, 24,77% делумно се согласуваат), додека 8,26% се неодлучни по прашањето,** а само 1 испитаник делумно не се согласува. Ниту еден испитаник „воопшто не се согласува“.

9. Што е култура/културен живот

Од испитаниците кои одговориле на прашањето, а преку избор на понудени одговори, значењето на културата е главно можност за активно изразување на креативните идеи **(76 пати избран одговор),** посета на кина, музеи и изложби (55

пати), како и посета на други културни настани (**52 пати**). За дел од испитаниците значи и исполнување на слободното време (**37 пати**), а само мал дел не знаат (**4 пати**).

Интересно прашање би било дополнително да се истражи што конкретно значи и како културата (со какви активности) се вклучува во „исполнувањето на слободното време“ на испитаниците; а исто така и за начините како младите ги изразуваат своите креативни идеи.

10. Канали за информирање

Иако немаме информација во анкетава за тоа на кој начин се врши информирањето на јавноста од страна на институциите и организациите кои работат во областа на културата и нудат културни содржини во местата живеење на младите испитаници, очигледна е преференцата на младите **да се информираат он-лајн, примарно преку социјалните медиуми, како и значењето на препораката (word-of-mouth) од страна на пријатели и познаници за нив.**

Испитаниците на анкетата најчесто се информираат за културната понуда во местото каде живеат преку социјалните медиуми, како и - преку пријателите и познаниците (**15,21%**). Од социјалните медиуми, најчесто тоа е Facebook (**17,25%**), Instagram (**15,21%**) и профили на уметници артисти кои ги следат (**10,99%**), додека Tiktok е најмалку користен канал (**2,25%**).

Исто така, дел од испитаниците ги следат и веб страниците на културните места што ги посетуваат (**8,73%**), на здруженија и организации од областа на културата (**7,04%**) и страни што даваат преглед на настани (**5.63%**).

Од потрадиционалните канали на информирање, најефективни се плакати и флаери (**9,86%**), па локалните медиуми (ТВ, радио) (**6,48%**), а најмалку – весниците (**0.85%**).

11. Учество на младите

Од младите кои одговориле на ова прашање, значително мнозинство (**84,44%**) рекле дека никогаш не биле прашани за мислење за програмите и културните содржини или при крирање на политики во област на културата од страна на организации или институции, а само мал дел (**15,56%**) биле на некој начин вклучени.

Дел од оние кои изјавиле дека биле на некој начин вклучени (9 од 14-те испитаници), според одговорите може да се претпостави дека се вклучени во едно или повеќе здруженија. Тие навеле од кого биле прашани, а дел се изјасниле и на кој начин:

- *Главно, како начини за прибирање на мислења испитаниците ги навеле: фокус групи (2 испитаника), анкета (1) и „слободно изразување (во НВО)“ (1), а*
- *во однос на тоа кој ги прашал/вклучил на некој начин да изразат мислење, најчесто се наведени здруженија (без наведување на името, само „НГО“ /1 пат/; здружение Pathfinders Берово /2 пати/, Коалиција на младински организации СЕГА /1/, ЦПЛИП Порака Штип /1/, Национален совет на инвалидски организации /1/) и неодредено „проекти“ (еднаш) и „Еразмус проекти“ (2 пати); институции се спомнати значително помалку, односно – 3: Дом на култура (не е наведено во кој град), НУ Библиотека „Гоце Делчев“ – Штип, и, Општина Велес. Еден од испитаниците ги навел и медиумите ТВ Сител и Канал 77.*

12. Активности во слободното време

На испитаниците им беше понудена широка листа од различни активности, со намера да се утврди колку често (никогаш, ретко, понекогаш, често или многу често/постојано) ги практикуваат во слободното време. Ова прашање е од големо значење со оглед на тоа дека младинската работа вообичаено се одвива во слободното време на младите и на доброволна основа, па треба да се има предвид кои се интересите и преференците на младите во однос на трошењето на нивното слободно време.

Означи колку од своето слободно време го трошиш на следните активности:	N	Min	Max	Аритм. средина
Слушање музика	109	1,00	5,00	4.3516
Дружење со пријателите	109	1,00	5,00	4.0549
Поминување време на социјалните мрежи	109	1,00	5,00	4.0222
Поминување на време со семејството	109	1,00	5,00	3.9341
Излегување со пријателите во барови, кафичи, клубови...	109	1,00	5,00	3.5444
Ништо/опуштање	109	1,00	5,00	3.2857
Читање книги	109	1,00	5,00	3.2111
Гледање различни серии и филмови од забавен карактер на телевизија, кабелска, Netflix	109	1,00	5,00	3.1429
Спортски активности	109	1,00	5,00	3.1222
Креативна работа (пишување, цртање, музицирање, или сл.)	109	1,00	5,00	3.1111
Гледање различни серии и филмови од едукативен карактер на телевизија, кабелска, Netflix	109	1,00	5,00	3.0879
Посета на културни настани на места на независната културна сцена (концерти, забави, изложби, претстави)	109	1,00	5,00	3,0000
Купување /shopping	109	1,00	5,00	2.9341

Волонтирање	109	1,00	5,00	2.9111
Читање за духовноста и личниот развој	109	1,00	5,00	2.9101
Посета на културни институции (театар, опера, изложби, музеј...)	109	1,00	5,00	2.7111
Означи колку од своето слободно време го трошиш на следните активности:	N	Min	Max	Аритм. средина
Патување во странство	109	1,00	5,00	2.6629
Религиозни активности	109	1,00	5,00	2.3222
Играње видео игри	109	1,00	5,00	2.3000
Поминување на времето во младински центри	109	1,00	5,00	2.2921
Медитација, јога или слично	109	1,00	5,00	1.9333
Читање весници	109	1,00	5,00	1.6444

Од резултатите е видно дека младите најчесто во своето слободно време го поминуваат во:

- слушање музика (4.35)
- дружење со пријателите (4.05); а нешто пониско рангирано - и излегување со пријателите во барови, кафичи, клубови (3,54)
- поминување време на социјалните мрежи (4.02)
- поминување време со семејството (4.02)

Овие не се многу изненадувачки наоди, но се интересни од аспект на подобрување на програмите за млади и каналите за комуникација и регрутација.

Слушањето музика како највисоко рангирана активност на младите во слободното време, а споредено со релативно просечната желба за посета на концерти и музички фестивали (прашање бр. 15), а висок интерес за учество во креативни работилници, може да упати на размислување за корисноста на интегрирање на музиката почесто и во поголема мера во програмите и активностите за млади (музика во позадина, за време на паузи, специфични вежби кои ќе користат музика...), па и на тој начин да се влијае кон запознавање на младите со различни музички жанрови и градење на музичкиот вкус...

Овие наоди се потврдени и во прашањето бр. 10, каде рангирањето на преферираните канали за информирање за културната понуда, упатува на социјалните медиуми, и тоа особено Facebook и Instagram. Овие сознанија (кои

не нè изненадуваат) треба да бидат сериозно земени предвид и искористени за планирање на соодветни комуникациски стратегии за да се стигне до младата публика.

Голем дел од слободното време, младите го посветуваат на дружењето со пријателите и излегувањето со нив во барови, кафичи и клубови. Имајќи го предвид влијанието на пријателите/врсниците (потврдено и во прашањето бр.10, каде препорака од пријател е втор најпрефериран начин за информирање), може да се размислува во две насоки – (1) градење на нови генерации млади лидери во заедниците, и, тоа во континуитет земајќи ја предвид смената на генерациите; и, (2) создавање повеќе можности за креативно изразување на младите, ставање на раасполагање на ресурси за креирање на културни производи од страна на талентирани млади, кои подоцна би можеле да привлечат големи групи свои врсници на настани од областа на културата.

Баровите, кафичите и клубовите, би требало да се размислува како да се искористат најдобро, за (1) информирање на младите, но и (2) за организирање на настани на тие локации (каде што младите веќе се наоѓаат). Второто, особено и поради фактот дека „Излегување, забава, ноќен живот“ се чини дека е најдобро организиран во местата на живеење на испитаниците (прашање бр. 13).

По овие следуваат активности од типот: ништо/опуштање, читање книги, гледање серии и филмови (од забавен карактер – повеќе, а од едукативен карактер – нешто помалку), како и спортски активности.

Негде на средина на листата, се наоѓаат креативните активности (3.11) и посетата на културни настани на места на независната културна сцена (3.00), а уште пониско – посетата на културни институции (2,71)

Веројатно ова се должи на (не)постојните можности/понуда, односно, културната содржина и понуда се многу ниско оценети како достапни во прашањето бр. 13 (квалитет на живот), што е потврдено и со одговорите во прашањата 16 и 17, каде највисоко рангирана причина зошто младите не ги посетуваат културните институции, односно, просторите на независната културна сцена е „Нема доволно такви настани во местото на живеење на младите“; а дополнително забележуваат и дека недостига промоција за настаните.

Волонтирањето (2.91) е во долната половина на листата на практикувани активности во слободното време, додека поминување на времето во младински центри е скоро на дното од листата (2.29).

Ова може да значи дека нема доволно простори од типот на младински центри каде младите би го поминувале слободното време (коешто, според сознанијата на истражувачите е точно, а лесно може и да се потврди со едноставно пребројување на постојните младински центри во државата и утврдување на нивниот капацитет), а исто така, и, дека недостигаат можности за волонтирање на младите (што, исто така - врз основа на искуство и познавање на истражувачите за граѓанскиот сектор во државата – може да се смета за реален предизвик: малку организации имаат континуиран прилив на волонтери и осмислен начин за регрутација, едукација и задржување на волонтерите), или недостига мотивација да се волонтира.

Во долниот дел на листата е и „патувања во странство“ (2.66), а нешто погоре е активноста „купување/shopping“ (2,93).

Интересно би било да се истражи дали овие две се помалку практикувани активности поради релативно неповолната економска состојба на испитаниците, или се соодветно преферирани активности без разлика на економската состојба. Во колку првата претпоставка е точна, интересна можност за зголемување на мотивацијата и интересот за волонтирање и ангажирање на младите може да бидат програмите за мобилност (Еразмус и други).

13. Квалитет на живот

Задоволството на испитаниците од квалитетот на живот во нивните места на живеење е **воопшто под просекот**. Од нивното оценување (од 1 - „воопшто не сум задоволен/-а“ – до 5 – „потполно сум задоволен/-а“) на различните аспекти на достапна понуда, заклучуваме дека најзадоволни се од можностите за излегување, забава, ноќен живот, како и можности за неформално образование и спортски активности, по што следуваат можностите за продолжување на образованието. Помалку од задоволни се – од културната содржина и понуда; а најмалку се задоволни од јавниот превоз и перспективите за вработување.

Според сопственото видување и искуство, те молиме означи колку си задоволен/-а со следните аспекти и понудата во местото каде живееш:	N	Min	Max	Аритм. средина
Излегување, забава, ноќен живот	109	1,00	5,00	2.8750
Можности за неформално образование	109	1,00	5,00	2.8182
Спортско-рекреативни содржини	109	1,00	5,00	2.7841
Можности за продолжување на образованието	109	1,00	5,00	2.6023
Културна содржина и понуда	109	1,00	5,00	2.4432
Јавен превоз	109	1,00	5,00	2.1591
Перспективи за вработување	109	1,00	5,00	1.9773

14. Посета на културни содржини пред КОВИД-19

Посетеноста на културните содржини пред Ковид-19 пандемијата очигледно општо разгледувано – била **релативно слаба**, односно, во најголем број од случаите, младите кажале дека „ретко“ или „понекогаш“ посетувале културни настани и содржини.

Можно е дека ова се должи на слабата културна понуда во местата на живеење на испитаниците (што е видливо во одговорите на прашањето 13), а не на нивната

незаинтересираност. Имено, видливо е дека второ рангирана по посетеност (по театарски претстави) е градската библиотека, додека во следното прашање кое се однесува на она што повеќе би сакале да го видат/да го има – градската библиотека се наоѓа негде на средина на листата од 20-тина различни видови на понуди/настани; ист е случајот и со третторангираните – забави/журки на електронска музика, што во следното прашање (за преференци) е дури на 13-то место! – Ова би значело дека младите всушност ги посетувале тие настани кои биле достапни, односно, се организирале во нивното место на живеење, и, за кои имале информација дека се случуваат (прашања 16 и 17).

Во табелата е прегледно на какви видови настани и кои институции младите најчесто ги посетувале. Најчесто оделе на театарски претстави, во градската библиотека, забави/журки на електронска музика, кино/филмски проекции, и т.н., а најмалку на меѓународни музички фестивали, изведби на современ танц и изведби на современ циркус.

Колку често ги посетуваше следните културни содржини пред Ковид-19 пандемијата?:	N	Min	Max	Аритм. средина
Театарски претстави	109	1,00	5,00	2.4091
Градската библиотека	109	1,00	5,00	2.2841
Забави/журки на различна електронска музика	109	1,00	5,00	2.2386
Кино/филмски проекции	109	1,00	5,00	2.2273
Концерти на странска mainstream музика	109	1,00	5,00	2.1818
Сvirки на демо-бендови (неафирмирани бендови)	109	1,00	5,00	2.1818
Креативни работилници и едукации (работилници за креативно пишување, DJ-ство, за ликовно изразување, танц и сл.)	109	1,00	5,00	2.1705
Национални музички фестивали (D-Festival, Skopje calling, Taksirat, Skopje Jazz Festival, Makfest....)	109	1,00	5,00	2.1364
Изложби/уметнички инсталации во музеи или уметнички галерии	109	1,00	5,00	2.0909
Концерти на домашна mainstream музика	109	1,00	5,00	2.0909

Промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.	109	1,00	5,00	2.0795
Концерти на странска алтернативна музика	109	1,00	5,00	2.0795
Колку често ги посетуваше следните културни содржини пред Ковид-19 пандемијата?	N	Min	Max	Аритм. средина
Концерти на домашна алтернативна музика	109	1,00	5,00	2.0682
Изложби/уметнички инсталации во простори на независната културна сцена	109	1,00	5,00	2.0000
Опера, балет или концерти на класична музика	109	1,00	5,00	1.7841
Филмски фестивали	109	1,00	5,00	1.7614
Уметнички перформанси	109	1,00	5,00	1.7159
Меѓународни музички фестивали (ultra, outlook, the garden, inmusiC...)	109	1,00	5,00	1.6818
Изведби на современ танц	109	1,00	5,00	1.5795
Изведби на современ циркус	109	1,00	5,00	1.3864

Она коешто е загрижувачко е дека повеќе од $\frac{1}{4}$ од испитаниците никогаш не посетиле ниту еден од излистаните настани! Имено, на листата од 20 различни видови настани – точно $\frac{1}{4}$ (25%) од испитаниците кои дале одговор на прашањево, кажале дека никогаш не биле на театарска претстава – настан кој се покажува дека е всушност најчесто посетен од испитаниците. Повеќе од половината од испитаниците никогаш не посетиле меѓународен музички фестивал (53,41%), изведба на современ танц (55,68%) или изведба на современ циркус (71,59%).

Претходното може да упатува на заклучок дека навистина малку настани од областа на културата се организираат. За да се потврди овој заклучок, неопходно би било да се провери колку и кои видови на настани се организираат од страна на организации/институции од областа на културата во текот на годината, и број на премиери и репризи, а исто така и посетеноста на истите, односно капацитет за прием на публика.

15. Преференци /што би сакале да има повеќе

Испитаниците беа прашани за нивните преференци во однос на културните настани, со истата листа од 20 видови настани од претходното прашање, односно – во колкава мера би сакале да бидат застапени (1- помалку одошто моментално ги има, 2- исто како и до сега, 3 – повеќе, или 0 – не знам), и врз основа на одговорите, произлезе следното рангирање на преференците:

	Во колкава мера би сакал/-а наведените активности/настани да бидат застапени во културниот живот на твоето место?:	N	1 По- малку	2 Исто	3 По- веќе	0 Не знам	N/O	Аритм. средина
I	Кино/филмски проекции	109	5	16	62	4	22	2.5632
II	Филмски фестивали	109	5	11	65	6	22	2.5517
III	Театарски претстави	109	7	17	58	5	22	2.4713
IV	Концерти на СТРАНСКА MAINSTREAM музика	109	3	16	60	8	22	2.4713
V	Креативни работилници и едукации (работилници за креативно пишување, DJ-ство, за ликовно изразување, танц и сл.)	109	7	10	61	9	22	2.4138
VI	Изложби/уметнички инсталации ВО МУЗЕИ ИЛИ УМЕТНИЧКИ ГАЛЕРИИ	109	8	12	59	8	22	2.4023
VII	Изложби/уметнички инсталации ВО ПРОСТОРИ НА НЕЗАВИСНАТА КУЛТУРНА СЦЕНА	109	9	13	57	8	22	2.3678
VIII	Промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.	109	8	15	56	8	22	2.3678

IX	Градската библиотека	109	6	26	49	6	22	2.3563
X	Концерти на СТРАНСКА АЛТЕРНАТИВНА музика	109	4	16	56	11	22	2.3448
XI	НАЦИОНАЛНИ музички фестивали (D-Festival, Skopje calling, Taksirat, Skopje Jazz Festival, Makfest....tam tam, grafiti na gradele)	109	4	16	56	11	22	2.3448
XII	Концерти на ДОМАШНА АЛТЕРНАТИВНА музика	109	7	15	55	10	22	2.3218
XIII	Забави/журки на различна електронска музика	109	10	20	50	7	22	2.2989
XIV	Уметнички перформанси	109	5	15	54	12	23	2.2907
XV	Свирки на демо-бендови (неафирмирани бендови)	109	6	17	53	11	22	2.2874
XVI	Концерти на ДОМАШНА MAINSTREAM музика	109	5	21	48	13	22	2.1954
XVII	МЕЃУНАРОДНИ музички фестивали (ultra, outlook, the garden, inmusiC...)	109	7	20	46	14	22	2.1264
XVIII	Опера, балет или концерти на класична музика	109	11	18	45	12	23	2.1163
XIX	Изведби на современ циркус	109	7	18	47	15	22	2.1149
XX	Изведби на современ танц	109	7	18	46	16	22	2.0805

Имајќи го предвид ваквото рангирање, особено на горниот дел од табелата, препораки за можни активности во културни институции и младински центри, би биле:

- организирање на филмски проекции и фестивали, односно вложување во квалитетна опрема за проектирање, особено ако се земе предвид дека не во секое место има кино;
- организирање на креативни работилници;
- поддршка на талентирани млади уметници и организирање на изложби на нивни дела и уметнички инсталации;
- организирање на промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.; и, особено имајќи предвид и дека читањето книги е доста високо рангирано (горна 1/3 од табелата) помеѓу активностите со кои младите го поминуваат слободното време (прашање 12), претпоставка е дека вакви активности би привлечеле внимание меѓу дел од младите.

Интересно е дека музичките настани не се многу високо рангирани, и, со исклучок на концерти на странска *mainstream* музика (на 4-то место), сите останати музички настани (концерти, фестивали, свирки, журки) се наоѓаат во долниот дел од табелата (10-то место и пониско). При тоа, очигледна е преференцата на странската музика наспроти домашната.

Имајќи го предвид ваквото рангирање, наспроти резултатите од прашањето (бр. 12) за тоа како го поминуваат слободното време, каде „слушањето музика“ е највисоко на листата, претпоставуваме дека младите уживаат во музиката, иако можеби не подеднакво и во концерти во живо.

Следно што би било интересно да се истражува е зошто младите ги преферираат одредени видови на настани, наспроти оние кои сметаат дека би им биле помалку интересни. Дали тоа се должи на тоа дека никогаш порано немале можност да учествуваат на таков настан, па немаат претстава какво искуство би било, и затоа не можат да решат дали сакаат да ги има повеќе или помалку... Или, можеби е поврзано со претпоставката дека овие настани чинат повеќе (повисоки влезници), или пак станува збор за сосема други причини.

14 VS 15 : Актуелна посетеност на културни содржини (во „нормални“ услови, пред Ковид-19 пандемијата) наспроти преференците/желбите за зголемен број на одредени видови културни настани/содржини

Интересно е да се обрати внимание на значајните разлики помеѓу одговорите кои ги рангираат различните видови на настани во однос на посетеност пред пандемијата (кога – во „нормални“ услови – се спроведуваа културните програми), наспроти преференците, односно, што би сакале повеќе да има...

Посетеноста (прашање 14), веројатно зависи од можностите (колку ги имало тие настани, нивната достапност /цена, локација/, па и на преференцата на испитаниците); додека прашањето 15 сметаме дека одговара повеќе на реалните интереси и желбите на испитаниците.

Ако градската библиотека е високо рангирана (2-ро место) во прашање 14, веројатно тоа се должи на нејзината достапност, бидејќи во однос на преференци (прашање

15) паѓа дури на 9-то место; слично е и со забавите/журки на различна електронска музика, кои се на 3-то место според посетеност (прашање 14), а во однос на преференца – паѓа за дури 10 места, односно се наоѓа на 13-тото место.

#	14. Посета на културни содржини пред КОВИД-19	аритм. средина	15. Преференци /што би сакале да има повеќе	аритм. средина
1	Театарски претстави	2.4091	Кино/филмски проекции	2.5632
2	Градската библиотека	2.2841	Филмски фестивали	2.5517
3	Забави/журки на различна електронска музика	2.2386	Театарски претстави	2.4713
4	Кино/филмски проекции	2.2273	Концерти на СТРАНСКА MAINSTREAM музика	2.4713
5	Концерти на СТРАНСКА MAINSTREAM музика	2.1818	Креативни работилници и едукации (работилници за креативно пишување, DJ-ство, ликовно изразување, танц, сл.)	2.4138
6	Свирки на демо-бендови (неафирмирани бендови)	2.1818	Изложби/уметнички инсталации ВО МУЗЕИ ИЛИ УМЕТНИЧКИ ГАЛЕРИИ	2.4023
7	Креативни работилници и едукации (работилници за креативно пишување, DJ-ство, за ликовно изразување, танц и сл.)	2.1705	Изложби/уметнички инсталации ВО ПРОСТОРИ НА НЕЗАВИСНАТА КУЛТУРНА СЦЕНА	2.3678
8	НАЦИОНАЛНИ музички фестивали	2.1364	Промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.	2.3678
9	Изложби/уметнички инсталации ВО МУЗЕИ ИЛИ УМЕТНИЧКИ ГАЛЕРИИ	2.0909	Градската библиотека	2.3563

10	Концерти на ДОМАШНА MAINSTREAM музика	2.0909	Концерти на СТРАНСКА АЛТЕРНАТИВНА музика	2.3448
11	Промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.	2.0795	НАЦИОНАЛНИ музички фестивали	2.3448
12	Концерти на СТРАНСКА АЛТЕРНАТИВНА музика	2.0795	Концерти на ДОМАШНА АЛТЕРНАТИВНА музика	2.3218
13	Концерти на ДОМАШНА АЛТЕРНАТИВНА музика	2.0682	Забави/журки на различна електронска музика	2.2989
14	Изложби/уметнички инсталации ВО ПРОСТОРИ НА НЕЗАВИСНАТА КУЛТУРНА СЦЕНА	2.0000	Уметнички перформанси	2.2907
15	Опера, балет или концерти на класична музика	1.7841	Свирки на демо-бендови (неафирмирани бендови)	2.2874
16	Филмски фестивали	1.7614	Концерти на ДОМАШНА MAINSTREAM музика	2.1954
17	Уметнички перформанси	1.7159	МЕЃУНАРОДНИ музички фестивали	2.1264
18	МЕЃУНАРОДНИ музички фестивали	1.6818	Опера, балет или концерти на класична музика	2.1163
19	Изведби на современ танц	1.5795	Изведби на современ циркус	2.1149
20	Изведби на современ циркус	1.3864	Изведби на современ танц	2.0805

16. Причини за непосетеноста на културните институции од страна на младите

Младите не ги посетуваат културните институции (музеи, театар, галерии, библиотеки...), затоа што...	N	Min	Max	Аритм. средина
Нема доволно такви настани во местото на живеење на младите	109	1,00	5,00	3.9885
Недостапност поради местото на живеење (се случува на друго место различно од нивното место на живеење)	109	1,00	5,00	3.8736
Воопшто недостига промоција за настаните	109	1,00	5,00	3.7241
Не се свесни дека постои таква понуда	109	1,00	5,00	3.6207
Лоша патна поврзаност	109	1,00	5,00	3.5747
Промоцијата не е прилагодена на младите	109	1,00	5,00	3.3333
Понудените содржини не се атрактивни за младите	109	1,00	5,00	3.2759
Не ги интересира	109	1,00	5,00	3.2529
Цените се високи (не им се пристапни)	109	1,00	5,00	3.1047
Не е пристапно заради физички ограничувања (неприлагодени објекти со пристапни рампи и сл.)	109	1,00	5,00	2.9885
Немаат време	109	1,00	5,00	2.2184

Очигледно е дека ниту еден од понудените одговори не е потполно отфрлен, но охрабрува несогласувањето со причини од типот немање време, незаинтересираност, или високи цени на влезниците, што значи дека **младите се заинтересирани** и имаат време да посетуваат културни настани.

Но, највисоката зачестеност на одговорите за потполна согласност со причините „нема доволно такви настани во местотото на живеење“, „се случува во друго место“ укажува на тоа дека главната причината е дека нема задоволителна понуда на културни настани (што го потврдува и заклучокот од прашањето 13 за квалитетот на понуда од различни области, каде културната понуда и содржина е ниско рангирана), а и дека „- Само во големите градови ги има“, како што забележал еден од испитаниците во последователното прашање.

Видливоста на културните настани е, исто така, многу високо на листата на причини,

односно, испитаниците сметаат дека воопшто недостига промоција за настаните (3-то место на листата причини), дека младите не се свесни дека постои таква понуда (4-то) и дека промоцијата не е прилагодена на младите (6-то).

(16.1) На дадената можност да наведат дополнителни причини за слабата посетеност на културните институции, 10 од испитаниците ги навеле следните:

- Не се интересни
- Недоволни финансиски средства
- Само во големите градови ги има
- Имаат потреба од распознавање на културните вредности, како и вклопување во истите наведени горе, сепак треба да имаат интерес од истото
- Лошиот менаџмент на сите (буквално сите) културни установи! Неадекватен кадар на директорите/ките и целокупниот вработен персонал.
- Најголема причина за слаба посетеност е тоа што нема воопшто организирање на секакви културни, спортски, музички, филмски, креативни настани во нашето место на живеење, а имаме голема заинтересираност.
- Не е воопшто застапено во моето место на живеење
- Неорганизираноста на општините и незаинтересираноста на младите.
- Пристапност до институциите за лица со попреченост или инвалидност.
- Шаблонско работење на институциите понудувачи, односно една иста програма се провлекува со години и покрај непосетеноста и недоволната заинтересираност на младите за истата.

17. Причини за непосетеноста на културните настани на независната културна сцена од страна на младите

Младите не ги посетуваат културните настани на независната културна сцена (underground и алтернативни концерти и забави, перформанси, изложби на современи уметници, современ танц...), затоа што...	N	Min	Max	Аритм. средина
Нема доволно такви настани во местото на живеење на младите	109	1,00	5,00	3.9884
Недостапност поради местото на живеење (се случува на друго место различно од нивното место на живеење)	109	1,00	5,00	3.7674
Воопшто недостига промоција за настаните	109	1,00	5,00	3.7558
Не се свесни дека постои таква понуда	109	1,00	5,00	3.6092

Лоша патна поврзаност	109	1,00	5,00	3.4419
Промоцијата не е прилагодена на младите	109	1,00	5,00	3.3256
Не е пристапно заради физички ограничувања (неприлагодени објекти со пристапни рампи и сл.)	109	1,00	5,00	3.1279
Цените се високи (не им се пристапни)	109	1,00	5,00	3.1034
Не ги интересира	109	1,00	5,00	2.8506
Содржините од современата уметност и култура се потешко разбирливи	109	1,00	5,00	2.8161
Немаат време	109	1,00	5,00	2.3563

Одговорите на испитаниците за причините за непосетеност на настаните на независната културна сцена, скоро воопшто не се разликуваат од оние дадени во претходното прашање – за причините на непосетеноста на културните институции. Имено, и овде е јасно дека младите не се незаинтересирани или немаат време, и, не сметаат дека „содржините од современата уметност и култура се потешко разбирливи“, но дека „нема доволно такви настани во местотото на живеење“, „се случува во друго место“.

Интересен е – и во согласност со претходниот заклучок – и одговорот на еден од испитаниците „- За оние кои не живеат во главниот град или во некои од поголемите градови во државата, ваквата сцена и не постои.“, што го отвора и прашањето – колку е присутна независната културна сцена во државата, и, ако не е – кои се причините за тоа.

(17.1) На дадената можност да наведат дополнителни причини за слабата посетеност на настани на независната културна сцена, 5 од испитаниците дале некаков одговор, од кои, 2 се „не знам“:

- Недоволна информираност
- Се случува само во големите градови, додека во помалите нема никаква понуда...
- За оние кои не живеат во главниот град или во некои од поголемите градови во државата, ваквата сцена и не постои.
- Не знам
- Не знам

16 VS 17 : Причини за непосетеност на настани на културните институции наспроти независната културна сцена

Од следната табела е видливо дека одговорите се скоро идентично рангирани, што може да наведе и на потребата дополнително да се истражи какво е разбирањето

на младите за независната културна сцена, особено ако е непостојна во најголемиот дел од државата.

16. Младите не ги посетуваат културните институции (музеи, театар, галерии, библиотеки...), затоа што:	аритм. средина	17. Младите не ги посетуваат културните настани на независната културна сцена (underground и алтернативни концерти и забави, перформанси, изложби на современи уметници, современ танц...), затоа што..	аритм. средина
Нема доволно такви настани во местото на живеење на младите	3.9885	Нема доволно такви настани во местото на живеење на младите	3.9884
Недостапност поради местото на живеење (се случува на друго место различно од нивното место на живеење)	3.8736	Недостапност поради местото на живеење (се случува на друго место различно од нивното место на живеење)	3.7674
Воопшто недостига промоција за настаните	3.7241	Воопшто недостига промоција за настаните	3.7558
Не се свесни дека постои таква понуда	3.6207	Не се свесни дека постои таква понуда	3.6092
Лоша патна поврзаност	3.5747	Лоша патна поврзаност	3.4419
Промоцијата не е прилагодена на младите	3.3333	Промоцијата не е прилагодена на младите	3.3256
Понудените содржини не се атрактивни за младите	3.2759	Не е пристапно заради физички ограничувања (неприлагодени објекти со пристапни рампи и сл.)	3.1279
Не ги интересира	3.2529	Цените се високи (не им се пристапни)	3.1034

Цените се високи (не им се пристапни)	3.1047	Не ги интересира	2.8506
Не е пристапно заради физички ограничувања (неприлагодени објекти со пристапни рампи и сл.)	2.9885	Содржините од современата уметност и култура се потешко разбирливи	2.8161
Немаат време	2.2184	Немаат време	2.3563

18. Како културните институции да го зголемат интересот на младите за културните настани

Од понудените одговори, како што е видно од табелата подолу, најчесто избрани се – (1) да се зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини, и, (2) вложување во промоција која е прилагодена на младите. Ова е во согласност и со коментарите, односно препораките дадени од двајца од тројцата испитаници кои ја искористиле можноста да ја дополнат листата со препораки за зголемување на интересот на младите, а кои навеле дека е потребна децентрализација на настаните и во помалите градови; поголема и поквалитетна промоција; а, исто така, интересна е и забелешката за потребата од доближување на институциите на младите како тие би се чувствувале прифатено и удобно таму. Последната забелешка може да се поврзе и со 4-то рангираниот (од 5) понудени одговори, односно, дека е потребно и да се прилагодат активностите и пропратните програми за младите.

Она што е значајно е дека очигледно младите ја ценат културата и уметноста и подготвени се да платат за влез на културни настани – што е видно преку фреквенцијата на избор на понудениот одговор „бесплатен влез за настаните“ што го става на последно (5-то) место на листата, додека „попусти на влезниците за млади“ е на средина на листата (3-то место), и е разбирлив избор со оглед на економската моќ на младите .

Според твоето мислење, што би требало да направат културните институции за да го зголемат интересот на младите за културните настани?	f	f%
Да ги зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини (поголема достапност на таквите содржини)	71	22.98
Да ги прилагодат активностите и пропратните програми за младите	57	18.45

Бесплатен влез за настаните	37	11.97
Попусти на влезниците за млади	61	19.74
Да вложуваат повеќе во промоција која е прилагодена на младите	62	20.06
Друго (наведи): Pushtajte trap rap i rok	1	0.32
Друго (наведи): Да направат квалитетна програма, дефинитивно поголема и поквалитетна промоција на настаните (не е доволно да се направи еден постер и да се објави на социјалните мрежи). Исто така клучен момент е да им се доближи самата установа на младите т. е да се чувствуваат прифатено и удобно - да се чувствуваат како дома. Кога ќе имаат млади кои ќе се чувствуваат како дел од таа установа покрај посетеноста и промоцијата ќе можат да сметаат и на волонтеризам.	1	0.32
Друго (наведи): децентрализација на настаните во други помали градови	1	0.32
не одговориле	18	16.51

19. Како независните културните организации и уметнички колективи да го зголемат интересот на младите за културните настани

Рангирањето на понудените одговори, е еднакво како и за претходното прашање кое се однесуваше на културните институции, односно, најчесто избрани се – (1) да се зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини, и, (2) вложување во промоција која е прилагодена на младите, по што следуваат и другите, како што е видно во табелата подолу.

Според твоето мислење, што би требало да направат независните културни организации и уметнички колективи за да го зголемат интересот на младите за културните настани на независната културна сцена?	f	f%
Да ги зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини (поголема достапност на таквите содржини)	70	24.48
Да ги прилагодат активностите и пропратните програми за младите	48	16.78
Бесплатен влез за настаните	39	13.64

Попусти на влезниците за млади	54	18.88
Да вложуваат повеќе во промоција која е прилагодена на младите	56	19.58
Друго (наведи): Исто како и останатите.	1	0.35
не одговориле	18	16.51

18 VS 19 : Препораки за зголемување на интересот на младите за културните институции наспроти независната културна сцена

Иако од долната табела е видливо дека рангирањето на понудените одговори е идентично, сепак, фреквенцијата на поединечните избори може да биде мотивација за дополнително истражување. Имено, нијансите може да значат многу, па на пример, дали тоа што 1-рангираниот одговор е со повисока фреквенција во прашањето 19 значи дека навистина има поголема потреба од зголемена понуда од страна на независната културна сцена, следствено – и поголема поддршка за истата. Исто така, дали пониската фреквенција во 2-ро рангираниот одговор на 19-тото прашање (во однос на 18-тото) значи дека независната културна сцена подобро ја прилагодува промоцијата на потребите на младите; и, слично – и 4-то рангираниот избор – дека независната културна сцена подобро ги прилагодува активностите и пропратните програми на младите? И т.н...

f%	18. Според твоето мислење, што би требало да направат културните институции за да го зголемат интересот на младите за културните настани?		19. Според твоето мислење, што би требало да направат независните културни организации и уметнички колективи за да го зголемат интересот на младите за културните настани на независната културна сцена?	f%
22.98	Да ги зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини (поголема достапност на таквите содржини)	I	Да ги зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини (поголема достапност на таквите содржини)	24.48
18.45	Да вложуваат повеќе во промоција која е прилагодена на младите	II	Да вложуваат повеќе во промоција која е прилагодена на младите	16.78

11.97	Попусти на влезниците за млади	III	Попусти на влезниците за млади	13.64
19.74	Да ги прилагодат активностите и пропратните програми за младите	IV	Да ги прилагодат активностите и пропратните програми за младите	18.88
20.06	Бесплатен влез за настаните	V	Бесплатен влез за настаните	19.58
0.32	Друго (наведи): Pushtajte trap rap i rok		Друго (наведи): Исто како и останатите.	0.35
0.32	Друго (наведи): Да направат квалитетна програма, дефинитивно поголема и поквалитетна промоција на настаните (не е доволно да се направи еден постер и да се објави на социјалните мрежи). Исто така клучен момент е да им се доближи самата установа на младите т. е да се чувствуваат прифатено и удобно - да се чувствуваат како дома. Кога ќе имаат млади кои ќе се чувствуваат како дел од таа установа покрај посетеноста и промоцијата ќе можат да сметаат и на волонтеризам..			
0.32	Друго (наведи): децентрализација на настаните во други помали градови			

20. Просечна цена на влезници

Испитаниците беа замолени самите да одредат колкава би требало да биде просечната цена на влезници за одредени видови настани/содржини од областа на културата. Просечните цени – според одговорите – се движат од 100-тина до 250-тина денари, при што, највисоките цени се за концерти (пониски за домашна, а повисоки за странска музика), а најниски за посета на изложби, музеи, галерии:

Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното	Просечна цена
(во МКД)	
Изложба во простори на независната културна сцена	104.9
Музеј	119.3
Галерија	119.9
Перформанс	125.3
Современ танц	135.2
Концерт на домашна mainstream музика	173.8
Концерт на домашна алтернативна музика	174
Концерт на странска mainstream музика	241
Концерт на странска алтернативна музика	246.9

Во продолжение е преглед за предложени просечни цени од страна на испитаниците за секој поединечен вид на настан за кој е поставено прашањето:

20.1 Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното [Галерија]

просечна цена: 119.9 мкд

f	f%	
0 мкд	5	4.59
5 мкд	1	0.92
20 мкд	1	0.92
30 мкд	1	0.92
50 мкд	22	20.18
70 мкд	1	0.92
80 мкд	8	7.34
100 мкд	21	19.27
150 мкд	8	7.34
200 мкд	14	12.84
250 мкд	2	1.83
300 мкд	4	3.67
350 мкд	1	0.92
400 мкд	1	0.92
500 мкд	1	0.92
не одговориле	18	16.51
вкупно:	109	100.00

20.2 Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното [МУЗЕЈ]

просечна цена: 119.3 мкд

	f	f%
0 мкд	4	3.67
5 мкд	1	0.92
30 мкд	2	1.83
50 мкд	19	17.43
80 мкд	2	1.83
100 мкд	29	26.61
150 мкд	11	10.09
200 мкд	6	5.50
250 мкд	2	1.83
300 мкд	7	6.42
500 мкд	1	0.92
не одговориле	25	22.94
вкупно:	109	100.00

20.3 Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното [Изложба во простори на независната културна сцена]

просечна цена: 104.9 мкд

f	f%	
0 мкд	9	8.26
5 мкд	1	0.92
30 мкд	4	3.67
50 мкд	17	15.60
60 мкд	1	0.92
80 мкд	1	0.92
100 мкд	29	26.61
150 мкд	6	5.50
190 мкд	1	0.92
200 мкд	9	8.26
250 мкд	1	0.92
260 мкд	1	0.92
300 мкд	2	1.83
400 мкд	2	1.83
не одговориле	25	22.94
вкупно:	109	100.00

20.4 Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното [Современ танц] **просечна цена: 135,2 мкд**

f	f%	
0 мкд	5	4.59
5 мкд	1	0.92
50 мкд	13	11.93
100 мкд	35	32.11
150 мкд	5	4.59
200 мкд	14	12.84
250 мкд	2	1.83
300 мкд	6	5.50
350 мкд	1	0.92
400 мкд	1	0.92
600 мкд	1	0.92
не одговориле	25	22.94
вкупно:	109	100.00

20.5 Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното [Перформанс] **просечна цена: 125,3 мкд**

f	f%	
0 мкд	7	6.42
5 мкд	1	0.92
10 мкд	1	0.92
50 мкд	14	12.84
100 мкд	29	26.61
150 мкд	6	5.50
180 мкд	1	0.92
200 мкд	17	15.60
250 мкд	1	0.92
280 мкд	1	0.92
300 мкд	5	4.59
400 мкд	1	0.92
не одговориле	25	22.94
вкупно:	109	100.00

20.6 Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното [Концерт на домашна mainstream музика] просечна цена: 173,8 мкд

	f	f%
0 мкд	6	5.50
50 мкд	8	7.34
60 мкд	1	0.92
80 мкд	1	0.92
90 мкд	1	0.92
100 мкд	22	20.18
110 мкд	1	0.92
120 мкд	1	0.92
150 мкд	6	5.50
190 мкд	1	0.92
200 мкд	16	14.68
250 мкд	2	1.83
300 мкд	9	8.26
350 мкд	1	0.92
400 мкд	4	3.67
500 мкд	3	2.75
600 мкд	1	0.92
не одговориле	25	22.94
вкупно:	109	100.00

20.7 Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното [Концерт на домашна алтернативна музика] просечна цена: 174 мкд

	f	f%
0 мкд	6	5.50
30 мкд	1	0.92
50 мкд	9	8.26
60 мкд	1	0.92
90 мкд	1	0.92
100 мкд	15	13.76
109 мкд	1	0.92
110 мкд	1	0.92
120 мкд	1	0.92
150 мкд	8	7.34
200 мкд	22	20.18
250 мкд	1	0.92
300 мкд	9	8.26
400 мкд	5	4.59
500 мкд	2	1.83
600 мкд	1	0.92
не одговориле	25	22.94
вкупно:	109	100.00

20.8 Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното [Концерт на странска mainstream музика] просечна цена: 241 мкд

f	f%	
0 мкд	5	4.59
50 мкд	7	6.42
70 мкд	1	0.92
80 мкд	1	0.92
100 мкд	15	13.76
120 мкд	1	0.92
150 мкд	5	4.59
180 мкд	1	0.92
199 мкд	1	0.92
200 мкд	17	15.60
250 мкд	3	2.75
300 мкд	10	9.17
400 мкд	5	4.59
500 мкд	4	3.67
600 мкд	2	1.83
700 мкд	1	
800 мкд	1	0.92
900 мкд	1	
1000 мкд	2	1.83

не одговориле	26	23.85
вкупно:	109	98.17

20.9 Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното [Концерт на странска алтернативна музика] просечна цена:246,9 МКД

f	f%	
0 МКД	5	4.59
50 МКД	7	6.42
70 МКД	1	0.92
80 МКД	1	0.92
90 МКД	1	0.92
100 МКД	14	12.84
120 МКД	1	0.92
150 МКД	4	3.67
180 МКД	1	0.92
199 МКД	1	0.92
200 МКД	14	12.84
250 МКД	5	4.59
300 МКД	11	10.09
400 МКД	3	2.75
500 МКД	8	7.34
600 МКД	2	

700 мкд	3	2.75
800 мкд	1	
1000 мкд	1	0.92
не одговориле	25	22.94
вкупно:	109	97.25

2. ПРИЛОГ 1:

ОН-ЛАЈН ПРАШАЛНИК ЗА МЛАДИ

Анкета за млади: Потребите на младите во културата и видливост на културните програми

Пред тебе е анкета за млади (на возраст од 15 – 30 години), која е дел од истражување за видливоста на културните програми и потребите на младите во областа на културата. Истражувањето е дел од проектот поддржан од Еразмус плус програмата, “Melting Pot”, а спроведуван од здруженија и културни институции од Северна Македонија, Србија и Хрватска.

Целта на нашиот проект е да допринесеме кон развивање на поквалитетна работа со младите во секторот култура, па со оваа анкета сакаме подетално да ги разбереме потребите на младите, како и причините зошто многу од програмите наменети за младите не го привлекуваат нивното внимание.

Затоа, во колку си младо лице (15 – 30 години), те молиме да издвоиш 15-тина минути и искрено да ја пополниш нашата анкета.

Учеството во анкетата е анонимно, и, во секој момент имаш право да се откажеш од понатамошно пополнување.

Сите добиени резултати ќе се анализираат групно.

Резултатите од анкетата ќе се користат за развивање на нови програми по мерка на младите во Хрватска, Србија и Северна Македонија, а се надеваме и пошироко во иднина. Исто така, резултатите од истражувањето ќе се користат и во застапување за подобри политики за млади во областа на културата.

Забелешка: Те молиме обрати внимание дека на неколку места во рамки на анкетава се спомнува „НЕЗАВИСНА КУЛТУРНА СЦЕНА“. Таа ја сочинуваат главно организации кои се занимаваат со современа култура и уметност, поттикнуваат интеракција помеѓу уметноста, технологијата, културата и општеството.

Организациите на независна култура воведуваат нови теми, начини на работа и производство во современата култура и уметност, и преку активизам, едукација и вмрежување работат на подобрување на работата и знаењата за современата култура и уметност.

ДЕМОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ:

1. Колку години имаш?

(листа за еден избор)

- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20

- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26
- 27
- 28
- 29
- 30
- *Како би се опишале себе си?*

(листа за еден избор)

- женско
- машко
- на друг начин

3. Кој е твојот моментален статус во однос на образование и вработување?

(листа за еден избор)

- ученик/-чка во средно стручно училиште
- ученик/-чка во гимназија
- студент/-ка
- работно ангажиран/-а (било каков работен ангажман за којшто добиваш паричен надомест)
- не сум работно ангажиран/-а, но барам работа
- не сум во процесот на образование, не сум работно ангажиран/-а и моментално не барам работа

4. Во кој регион живееш?

(листа за еден избор)

- Вардарски
- Источен
- Југозападен
- Југоисточен
- Пелагониски
- Полошки
- Североисточен
- Скопски

5. Колку жители има местото каде живееш?

(листа за еден избор)

- до 2.000 жители
- од 2.001 до 5.000 жители
- од 5.001 до 10.000 жители

- од 10.001 до 50.000 жители
- над 50.000 жители

6. Те молиме, означи ги сите изјави кои се вистинити за тебе.

(листа со повеќе дозволени избори)

- Се соочувам со економски тешкотии/сиромаштија.
- Припаѓам на малцинска етничка заедница.
- Припаѓам на LGBTIQ+ заедницата.
- Живеам во рурална средина.
- Имам некоја физичка и/или интелектуална попреченост.
- Ниту една од претходните изјави не се однесува на мене.

7. Те молиме процени ја својата имотна состојба во споредба со своите врстници.

(листа за еден избор)

- Многу полоша од повеќето
- Нешто полоша од повеќето
- Ни подобра ни полоша од повеќето
- Нешто подобра од повеќето
- Многу подобра од повеќето

ПОТРЕБИ НА МЛАДИТЕ

8. Културата и/или уметничкото изразување е важен дел од мојот живот.

(листа за еден избор)

- Воопшто НЕ СЕ согласувам
- До некаде НЕ СЕ согласувам
- Ниту се согласувам, ниту не се согласувам
- До некаде СЕ согласувам
- Потполно СЕ согласувам

9. Што за тебе значи култура и културен живот?

(листа со повеќе дозволени избори)

- Исполнување на слободното време
- Можност за активно изразување на креативните идеи
- Посета на кина, музеи и изложби
- Посета на други културни настани
- Не знам

10. На кои начини се информираш за културната понуда во местото каде живееш?

(листа со повеќе дозволени избори)

- преку Instagram
- преку Facebook

- преку Tiktok
- преку веб страниците на културните места што ги посетувам
- преку веб страници што даваат преглед на настани
- преку веб страници на здруженија и организации од областа на културата
- преку уметници/артисти кои ги следам (на социјалните медиуми)
- преку пријатели и познаници
- преку весници
- преку локалните медиуми (ТВ, радио)
- преку плакати и флаери
- друго (наведи):

11. Дали некогаш некоја културна институција/организација, или општината или други, те прашале за мислење за програмите и културните содржини или при креирање на младински политики во областа на културата?

(листа за еден избор)

- Да
- Не

11.1 Ако да, те молиме да ни кажеш која институција/организација, и на кој начин (анкета, фокус група...) си го дал/-а своето мислење.

(простор за одговор)

12. Означи колку од своето слободно време го трошиш на следните активности (листа на активности; можност за само еден избор на скалата за секоја од активностите: никогаш; ретко; понекогаш; често; многу често/постојано)

- Поминување на време со семејството
- Слушање музика
- Ништо/опуштање
- Гледање различни серии и филмови од забавен карактер на телевизија, кабелска, Netflix
- Гледање различни серии и филмови од едукативен карактер на телевизија, кабелска, Netflix
- Дружење со пријателите
- Излегување со пријателите во барови, кафичи, клубови...
- Купување /shopping
- Играње видео игри
- Поминување време на социјалните мрежи
- Читање весници
- Читање книги
- Читање за духовноста и личниот развој

- Религиозни активности
- Медитација, јога или слично
- Спортски активности
- Волонтирање
- Креативна работа (пишување, цртање, музицирање, или сл.)
- Посета на културни институции (театар, опера, изложби, музеј...)
- Посета на културни настани на места на независната културна сцена (концерти, забави, изложби, претстави)
- Поминување на времето во младински центри
- Патување во странство

13. Според сопственото видување и искуство, те молиме означи колку си задоволен/-а со следните аспекти и понудата во местото каде живееш.

(листа на области; можност за само еден избор на скалата за секоја од нив: воопшто НЕ сум задоволен/-а; до некаде НЕ сум задоволен/-а; ниту сум, ниту не сум задоволен/-а; до некаде СУМ ЗАДОВОЛЕН/-а; потполно СУМ ЗАДОВОЛЕН/-а)

- Културна содржина и понуда
- Излегување, забава, ноќен живот
- Спортско-рекреативни содржини
- Перспективи за вработување
- Можности за продолжување на образованието
- Можности за неформално образование
- Јавен превоз

14. Колку често ги посетуваше следните културни содржини пред Ковид-19 пандемијата?

(листа на содржини; можност за само еден избор на скалата за секоја од нив: никогаш; ретко; понекогаш; често)

- Изложби/уметнички инсталации ВО МУЗЕИ ИЛИ УМЕТНИЧКИ ГАЛЕРИИ
- Изложби/уметнички инсталации ВО ПРОСТОРИ НА НЕЗАВИСНАТА КУЛТУРНА СЦЕНА
- Градската библиотека
- Промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.
- Театарски претстави
- Опера, балет или концерти на класична музика
- Креативни работилници и едукации (работилници за креативно пишување, DJ-ство, за ликовно изразување, танц и сл.)
- Кино/филмски проекции
- Филмски фестивали
- Изведби на современ танц
- Изведби на современ циркус
- Уметнички перформанси
- Концерти на ДОМАШНА MAINSTREAM музика

- Концерти на СТРАНСКА MAINSTREAM музика
- Концерти на ДОМАШНА АЛТЕРНАТИВНА музика
- Концерти на СТРАНСКА АЛТЕРНАТИВНА музика
- МЕЃУНАРОДНИ музички фестивали (ultra, outlook, the garden, inmusiC...)
- НАЦИОНАЛНИ музички фестивали (D-Festival, Skopje calling, Taksirat, Skopje Jazz Festival, Makfest....)
- Забави/журки на различна електронска музика
- Свирки на демо-бендови (неафирмирани бендови)

15. Во колкава мера би сакал/-а наведените активности/настани да бидат застапени во културниот живот на твоето место?

(листа на содржини; можност за само еден избор на скалата за секоја од нив: помалку одошто моментално ги има; исто како и до сега; повеќе; не знам)

- Изложби/уметнички инсталации ВО МУЗЕИ ИЛИ УМЕТНИЧКИ ГАЛЕРИИ
- Изложби/уметнички инсталации ВО ПРОСТОРИ НА НЕЗАВИСНАТА КУЛТУРНА СЦЕНА
- Градската библиотека
- Промоции на книги, разговори со писатели и поети, литературни читања и сл.
- Театарски претстави
- Опера, балет или концерти на класична музика
- Креативни работилници и едукации (работилници за креативно пишување, DJ-ство, за ликовно изразување, танц и сл.)
- Кино/филмски проекции
- Филмски фестивали
- Изведби на современ танц
- Изведби на современ циркус
- Уметнички перформанси
- Концерти на ДОМАШНА MAINSTREAM музика
- Концерти на СТРАНСКА MAINSTREAM музика
- Концерти на ДОМАШНА АЛТЕРНАТИВНА музика
- Концерти на СТРАНСКА АЛТЕРНАТИВНА музика
- МЕЃУНАРОДНИ музички фестивали (ultra, outlook, the garden, inmusiC...)
- НАЦИОНАЛНИ музички фестивали (D-Festival, Skopje calling, Taksirat, Skopje Jazz Festival, Makfest....)
- Забави/журки на различна електронска музика
- Свирки на демо-бендови (неафирмирани бендови)

16. Младите не ги посетуваат културните институции (музеи, театар, галерии, библиотеки...), затоа што:

(листа на причини; можност за само еден избор на скалата за секоја од нив: воопшто НЕ согласувам; делумно НЕ се согласувам; ниту се согласувам, ниту не се согласувам; делумно СЕ согласувам; потполно СЕ согласувам)

- Не ги интересира

- Немаат време
- Цените се високи (не им се пристапни)
- Понудените содржини не се атрактивни за младите
- Не се свесни дека постои таква понуда
- Промоцијата не е прилагодена на младите
- Воопшто недостига промоција за настаните
- Недостапност поради местото на живеење (се случува на друго место различно од нивното место на живеење)
- Лоша патна поврзаност
- Нема доволно такви настани во местото на живеење на младите
- Не е пристапно заради физички ограничувања (неприлагодени објекти со пристапни рампи и сл.)

17. *Те молиме напиши ако сметаш дека нешто друго е причина за слабата посетеност на културните институции.*

(простор за одговор)

18. *Младите не ги посетуваат културните настани на независната културна сцена (underground и алтернативни концерти и забави, перформанси, изложби на современи уметници, современ танц...), затоа што...*

(листа на причини; можност за само еден избор на скалата за секоја од нив: воопшто НЕ согласувам; делумно НЕ се согласувам; ниту се согласувам, ниту не се согласувам; делумно СЕ согласувам; потполно СЕ согласувам)

- Не ги интересира
- Немаат време
- Цените се високи (не им се пристапни)
- Содржините од современата уметност и култура се потешко разбирливи
- Не се свесни дека постои таква понуда
- Промоцијата не е прилагодена на младите
- Воопшто недостига промоција за настаните
- Недостапност поради местото на живеење (се случува на друго место различно од нивното место на живеење)
- Лоша патна поврзаност
- Нема доволно такви настани во местото на живеење на младите
- Не е пристапно заради физички ограничувања (неприлагодени објекти со пристапни рампи и сл.)

19. Те молиме напиши ако сметаш дека нешто друго е причина за слабата посетеност на независната културна сцена.

(простор за одговор)

20. Според твоето мислење, што би требало да направат културните институции за да го зголемат интересот на младите за културните настани?

(листа со повеќе дозволени избори)

- Да ги зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини (поголема достапност на таквите содржини)
- Да ги прилагодат активностите и пропратните програми за младите
- Бесплатен влез за настаните
- Попусти на влезниците за млади
- Да вложуваат повеќе во промоција која е прилагодена на младите
- Друго (наведи):

21. Според твоето мислење, што би требало да направат независните културни организации и уметнички колективи за да го зголемат интересот на младите за културните настани на независната културна сцена?

(листа со повеќе дозволени избори)


- Да ги зголемат можностите за младите да учествуваат и да ги посетуваат културните содржини (поголема достапност на таквите содржини)
- Да ги прилагодат активностите и пропратните програми за младите
- Бесплатен влез за настаните
- Попусти на влезниците за млади
- Да вложуваат повеќе во промоција која е прилагодена на младите
- Друго (наведи):

22. Колкава - според тебе - треба да е просечната цена (во денари) за влезница за следното:

(простор за одговор по секоја од наведените содржини/настани/места)

- Галерија
- Музеј
- Изложба во простори на независната културна сцена
- Современ танц
- Перформанс
- Концерт на домашна mainstream музика
- Концерт на домашна алтернативна музика
- Концерт на странска mainstream музика
- Концерт на странска алтернативна музика





**ИЗВЕШТАЈ ОД СПРОВЕДЕНИ
ФОКУС ГРУПИ СО МЛАДИ**

СОДРЖИНА

1.	<i>ВОВЕД</i>	100
2.	<i>РЕЗИМЕ ОД ГЛАВНИ ЗАКЛУЧОЦИ</i>	102
3.	<i>ПРЕГЛЕД НА ОДГОВОРИТЕ ОД УЧЕСНИЦИТЕ</i>	104
→	<i>КУЛТУРА И КУЛТУРЕН ЖИВОТ</i>	104
→	<i>УЧЕСТВО И ИНФОРМИРАЊЕ НА МЛАДИТЕ</i>	107
→	<i>ПРЕПОРАКИ ОД МЛАДИТЕ ЗА ПОДОБРУВАЊА</i>	113
4.	<i>ДРУГИ ЗАБЕЛЕШКИ ОД ФАСИЛИТАТОРОТ</i>	116
5.	<i>ПРИЛОГ: ПРАШАЊА ЗА ФОКУС ГРУПИ</i>	116

1. ВОВЕД

Три (3) фокус групи беа организирани од страна на Сојузот за младинска работа за Северна Македонија. Иницицијално се предвидени две (2) фокус групи да се одржат, но поради малиот број на учесници на втората, по што не е постигнат предвидениот број на учесници, одржана е уште една, третта фокус група.

Забелешка: Еден од поканетите учесници не беше во можност да учествува во закажаните термини за фокус групите, но изрази особен интерес да придонесе во истражувањето и затоа достави одговори на прашањата во писмена форма; тие одговори се вклучени во резултатите од втората фокус група (како најблизок термин до периодот кога се доставени одговорите).

х	Дата на одржување на фокус групата		Возраст	Регион	Припадност кон ранлива група граѓани
1	13.10.2021	ж	26	Скопски	Економски тешкотии / сиромаштија.
2	13.10.2021	м	30	Југоисточен	/
3	13.10.2021	м	24	Источен	Малцинска етничка група.
4	13.10.2021	ж	21	Вардарски	/
5	13.10.2021	ж	18	Југоисточен	Живее во рурална средина.
6	13.10.2021	м	26	Скопски	/
7	13.10.2021	ж	22	Југоисточен	/
8	13.10.2021	ж	27	Југоисточен	Живее во рурална средина.

9	13.10.2021	ж	18	Југоисточен	/
10	15.10.2021	ж	30	Источен	/
11	15.10.2021	ж	30	Југозападен	/
12	15.10.2021	ж	26	Источен	Живее во рурална средина.
13	15.10.2021	ж	18	Источен	/
14	15.10.2021	ж	30	Југозападен	/
15	15.10.2021	ж	22	Југоисточен	Живее во рурална средина.
16	22.10.2021	ж	27		/
17	22.10.2021	м	24	Источен	/
18	22.10.2021	ж	23	Скопски	Припадник на LGBTQ+ заедницата.
19	22.10.2021	м	30	Скопски	/
20	22.10.2021	м	22	Источен	/
21	22.10.2021	ж	22	Вардарски	Припадник на LGBTQ+ заедницата.
22	22.10.2021	м	26	Југозападен	Припадник на LGBTQ+ заедницата.
23	22.10.2021	ж	18	Источен	Малцинска етничка група.
24	22.10.2021	ж	18	Источен	/

Како што е видливо во погоре дадената табела, вкупно 24 млади учествуваа во 3 фокус групи, 17 од кои се женски (70,83%) и 7 – машки (29,17%). Просечната возраст на учесниците е 24.08 години.

Според местото на живеење, преку учесниците се претставени 7 од 8-те плански региони: 8 учесници (или 33,33%) се од Источниот регион, 5 (20.83%) од Југоисточниот регион, 4 (16.67%) – од Скопски, 3 (12.50%) – од Југозападен, 2 (8.33%) од Вардарски, и по 1 учесник (т.е. по 4.17%) од Североисточен и од Пелагониски регион. (Немаше

учесници од Полошкиот регион.) Според одговорите на некои од прашањата за нивните локални средини, забележано е дека најголем дел од учесниците доаѓаат од следните општини: Струмица, Делчево, Скопје, Злетово, Пробиштип, Гевгелија, Конче, Кавадарци, Штип, Демир Капија, Охрид, Прилеп.

41,67% (или 10) од вкупниот број на учесници на сите 3 фокус групи изјавија дека припаѓаат кон некоја ранлива или група граѓани со помалку можности (1 учесник се соочува со сиромаштија; 2 учесника се претставници од некоја малцинска етничка заедница; 3 – од LGBTQ заедницата; а 4 – живеат во рурална средина).

Фокус групите се одржани он-лајн, преку ЗОМ платформата, и, фацитирани од страна на Драгана Митровиќ, со логистичка поддршка од Мартина Јачевска.

2. РЕЗИМЕ ОД ГЛАВНИ ЗАКЛУЧОЦИ

Учесниците имаат широко разбирање за културата и културниот живот, и, нивното значење во животот на секој поединец, како и за развојот на заедниците. Тие ја разбираат културата како вредности, норми и обичаи, кои се елементите што го обликуваат однесувањето на членовите на една заедница/држава/група; додека културниот живот сметаат дека е живот исполнет/богат со настани и активности кои го збогатуваат човечкиот дух и искуство. Учесниците забележаа дека тие не се поврзани само со уметноста, но со низа секојдневни активности и врски. Тие исто така забележаа на важноста на културата во растот и развојот на поединецот и на заедниците.

Важноста на уметничкото изразување исто така беше истакнато – како начин за канализирање на чувствата и изразување на мислења кои во друг случај не би се чувствувале слободни да ги изразат...

Некои од учесниците не се воздржуваа да го дадат своето мислење за тековната ситуација и да изразат незадоволство поради недостигот од можности (културни и други настани и простори), како и од однесувањата и пасивноста на младите воопшто во однос на културата...

Мнозинството од учесниците (75%) сметаат дека културата и културното/уметничко изразување се многу важен дел од нивните животи. Од друга страна, нивната перцепција за односот на нивните врсници со културата е поинаква, односно, скоро половината од нив (45.83%) сметаат дека културата и културното/уметничко изразување за нивните врсници е само умерено важно, додека дел (12.5%) дури сметаат дека тие не се воопшто важни за нивните врсници.

Учесниците сметаат дека ова е резултат на промоција на изместени/„извртени“ вредности во општеството: „- Ние негуваме погрешни вредности.“, како и на недостигот од можности достапни за младите: „- Нема активни културни институции, нема креативен капацитет, ниту простор за младите да го изразат својот потенцијал“. Во однос на учеството на младите во културата – тоа е незначително: тие не се консултирани за нивните потреби и интереси; понудата на културни програми и

содржини е слаба („- Нема многу настани организирани од културни институции/ организации, и ретко има програми кои се достапни во континуитет за да младите ја стекнат навиката за редовно посетување на културни настани.“).

Ситуацијата е до некаде различна во главниот град, Скопје: „- Поинаку е во Скопје – таму има поголема понуда одошто во другите градови; општините во град Скопје и самите охрабруваат и создаваат услови за учество на младите... Главно како публика. Недостатокот таму е дека постои понуда, но нема доволно можности за младите да учествуваат во организирање на настани и да се негува нивната креативна експресија...“

Беше забележано и дека: „Децентрализација во културата е неопходна – сите граѓани заслужуваат еднаков пристап до културата.“

Други клучни опсервации во однос на учеството на младите:

- Институциите не се активно заинтересирани да ги прашаат младите за нивното учество или придонес;
- Немало многу обиди за да се истражи мислењето на младите во областа на културата, и, главно ако такви настани/активности се преземени, тие биле организирани од страна на граѓански организации (здруженија), а и тогаш културата ретко била централна тема, но само опфатена како една од низа области кои се истражувани;
- Младите имаат поголеми шанси да се информираат и да бидат вклучени во процеси на носење одлуки и креирање политики ако се поврзани со некоја граѓанска организација (здружение), и во таков случај, учествуваат во функција на претставник на таа организација.

Младите главно ги користат социјалните мрежи како главен извор на информации, како и препорака (word of mouth), при што препораките од пријатели и познаници се најрелевантни за нив.

Младите се заинтересирани за учество во програми/настани на културните институции и нивните интереси се широки (од проекции на филмови и изложби до поетски читања, мотивациски предавања и работилници на различни теми, и т.н.).

НА ЛОКАЛНО, КАКО И НА НАЦИОНАЛНО НИВО, МЛАДИТЕ БИ САКАЛЕ:

- Повеќе и разновидна понуда (програми, настани, работилници);
- Професионалност во управувањето со културните институции и високо ниво на интеринституционална соработка (вклучително и со граѓанскиот сектор);
- Засилена соработка со образовните институции со цел да се фасилитира директното изложување на децата и младите на културните и уметнички производи – бидејќи така може да се развиваат навиките, особено земајќи го предвид значењето на културата и уметноста за развојот на секој поединец;
- Подобрена промоција – што ќе биде насочена кон младите и нивните потреби;
- Зголемено финансирање на културните настани и програми за млади.

3. ПРЕГЛЕД НА ОДГОВОРИТЕ ОД УЧЕСНИЦИТЕ

Од почеток на фокус групите, а по претставувањето на фасилитаторот и асистентот, како и претставувањето на проектот и целта на фокус групите, учесниците беа поканети да се претстават, да кажат од каде доаѓаат, и, на кратко да кажат дали некогаш биле поканети да учествуваат (и на кој начин) од страна на институција/организација од областа на културата. (Одговорите се дадени во рамки на дискусијата по второто прашање кое се однесува на младинското учество.)

КУЛТУРА И КУЛТУРЕН ЖИВОТ

Анкета (poll) 1: Важноста на културата и уметничкото/артистичко изразување во животот на младите.

Фокус групите продолжија со првата анкета со две прашања за важноста на културата и уметничкото/артистичко изразување (1) во животот на учесниците, и (2) во животите на нивните врсници (согласно перцепцијата на учесниците).

Како што може да се види од долната табела, повеќето од нашите учесници (75%) ги сметаат културата и уметничкото/артистичко изразување како многу важен дел од нивниот живот, со помал дел (6 учесници, или 25%) кои сметаат дека истите се умерено важни за нив.

Од друга страна, перцепцијата на нашите учесници за интересот и односот на нивните врсници со културата, е различен, односно, скоро половината од нив (45.83%) сметаат дека нивните врсници ги сметаат културата и уметничкото/артистичко изразување само како умерено важни, додека дел (12.5%) дури мислат дека воопшто не се гледаат како важни од страна на врсниците. Преостанатите учесници (41.66%) сметаат дека културата и уметничкото/артистичко изразување им се многу важни на нивните врсници.

Некои од учесниците почувствуваа потреба да го изразат своето мислење за дадените проценки за ниското ниво на важност на културата за нивните врсници, и наведоа дека тоа се должи на превртените вредности „- Негуваме погрешни вредности.“, „- Тие (младите) дури и не ги читаат информациите што се објавуваат; не се заинтересирани дури ни за она што директно ги засега, па како би очекувале да имаат интерес да се вклучуваат?“.

Исто така го спомнаа и недоволното давање на значење на културата воопшто во општеството, и, затоа логично е и дека младите нема да бидат заинтересирани кога „... – нема активни културни институции, нема креативни капацитети, или простори за младите да го изразат својот потенцијал“.

1. Колку ти е важна културата и уметничкото/артистичко изразување во животот?			2. А, за твоите врсници? Според твоето мислење, колку е важна културата и артистичката експресија за младите во твојата заедница?		
	f	%		f	%
Многу важна	18	75%	Многу важна	10	41.66%
Умерено важна	6	25%	Умерено важна	11	45.83%
Воопшто не е важна	0	0	Воопшто не е важна	3	12.5%

Прашање бр. 1: Што за тебе значи „култура и културен живот“?

Учесниците на фокус групите имаат широко разбирање за културата и културниот живот, и нивното влијание врз животите на секој поединец, како и врз развојот на општествата. Тие ја гледаат културата како вредности, норми и обичаи кои го градат однесувањето на членовите на една заедница/група/држава; додека културниот живот е живот богат со настани и активности кои го збогатуваат човечкиот дух и искуство. При тоа, „културниот живот“ не е поврзан исклучиво само со уметноста, но и со мноштво други секојдневни активности и врски. Акцент е ставен и на важноста на уметничкото изразување – како начин да се каналзираат емоциите и да се изразат мислења кои поинаку можеби не би се чувствуваале слободни да ги изразат.

Повеќето од одговорите на учесниците се следните:

- Лично изразување и учество во заедницата.
- Начинот на живот на луѓето во едно општество, држава или група.
- Човекови активности.
- Уникатен начин на изразување на поединците и групите и начинот на разбирање на изразувањето.
- Култура = етички вредности, инклузија, интеракција, социјализација, интереси, забава, идентитет, само-идентификација.
- Вредности и однесувања на луѓето.
- Слобода на изразување како личност и прифатените однесувања на луѓето во едно општество.
- Култура – поставување на рамка и давање на функција на врските формирани од материјални и духовни елементи, кои се показатели на вредностите, нормите и системите на социјална контрола кои едно општество ги има создадено во

историјата; рационализација; и стекнување на идентитет; создава чувство на припадност.

- Сума, збир на различни активности, како музика, цртање, уметничко изразување... културниот живот се настаните кои ги сочинуваат такви активности, каде уметниците се изразуваат без оглед на избраната форма на изразување.
- Култура на однесувања, комуницирање, образование. Посетување на културни настани. Децата немаат ни основна „домашна култура“, кога станува збор за добро однесување, љубезност, култура на живеење...
- Вредностите се променети (во контекст на однесувањата на децата и младите) и сè она што беше во минатото – кога најстарите од нас беа мали деца, и, кога имаше активни културни центри и простори – е променето во последните неколку декади: боемските улици се заменети со казина и обложувалници, социјалните медиуми одземаат премногу време и простор во животите на луѓето, ретки се настаните како концерти, театарски претстави, спортски активности во сите други градови освен во главниот град...
- Културата за мене значи збир на вредности, норми кои го обликуваат однесувањето на членовите на одредена заедница. Културниот живот е живот богат со настани кои го збогатуваат човечкиот дух, како литературни/книжевни настани и манифестации, традиционална музика и танци, уметностите, и т.н.
- Културата и културниот живот се сите нешта/активности (вредности, основна култура, уметности, спорт...) кои нè интересираат и допринесуваат кон нашиот раст и развој со цел еден ден да имаме активна и конструктивна улога во општеството; има огромно влијание во градењето на нашиот карактер. За жал, нивото на култура на младите е многу ниско.
- Културата има огромно значење за развојот на една личност, посматрано како систем на вредности вградени во личноста, а кои истата може да ги препознае, истражи, побие... Во текот на нашиот живот ние слушаме или „голтаме“ некои нешта, како на пример, театар, музика, кои емотивно и ментално ги процесираме и нашите перцепции и ставови се менуваат низ времето... За мене, културата е најважна од аспект на личниот развој, но исто така и како начин на изразување (особено уметничко изразување, како на пример пишување на текстови, песни... како начин да се анализираат емоциите и да се изразат мислења кои на друг начин не би се чувствувале слободни да ги изразиме)... тоа е стил на живеење... Можеме дури и да процениме некоја личност според нивната култура – во какви настани учествуваат, каква е нивната духовна култура... Културата е многу широк поим...
- Литературата и читањето, како и културните настани, имаат големо значење за културата и културниот живот во градот... и значајни се за развојот на заедницата...

Некои од учесниците не се воздржаа да не го дадат и своето мислење за тековната состојба и да го изразат своето незадоволство од недостатокот од можности (културни и други настани и простори) и однесувањата и пасивноста на младите воопшто...

УЧЕСТВО И ИНФОРМИРАЊЕ НА МЛАДИТЕ

Прашање бр. 2: Дали младите учествуваат во културниот живот на твојата заедница/град? И, зошто мислите дека е така – зошто учествуваат ако ДА, и зошто НЕ, ако мислите дека не учествуваат?

На почетокот на фокус групата, учесниците беа поканети да се претстават себе си и на кратко да одговорат на прашањето дали некогаш биле поканети да учествуваат во некаков настан или активност на културните институции и организации со цел да дадат свое мислење, да кажат кои се нивните интереси или потреби, или да споделат идеи, односно, да учествуваат во процеси на носење одлуки и/или креирање на политики.

Мнозинството учесници забележаа дека оваа (фокус група) е прва можност да учествуваат, односно, дека никогаш не биле поканети да учествуваат од страна на некоја организација или институција.

Само неколку (5) учесници рекоа дека учествувале во некаков настан (фокус група или состанок) каде биле прашани за мислење, но скоро секогаш тоа било од страна на некое здружение кое организирано таков настан, и скоро никогаш настанот не бил поврзан специфично со областа култура, туку со „друга поширока тема, каде само се спомнати прашања од областа култура“. Исто така, поканата била упатена до претставници на здруженија, па нивното учество било како носители на таква функција.

Во однос на **младинското учество** во културниот живот на нивните заедници, од страна на фасилитаторите беше нагласено дека „учеството“ треба да се разгледува од три аспекти – младите како консументи на културниот производ, младите како креатори на културниот производ, и, младите како учесници во процесите на носење одлуки и креирање политики. Учесниците се согласија дека младите воопшто не се активни учесници во културата (со исклучок на главниот град, Скопје, и некои позитивни трендови во некои други градови), дека се пасивни и им недостига мотивација, охрабрување и поддршка од страна на институциите кои треба да овозможат услови за нивното учество.

Во однос на причините за незадоволителната состојба со учеството, учесниците на фокус групите дискутираа за причините и споделија свои идеи:

- Недостигаат можности за учество на младите; Нема понуда и можности за младите; Потребно е охрабрување од страна на возрасните – да се организира и фасилитира младинското учество.

„- Не се организираат многу настани од страна на културните институции/ организации, и ретки се програми кои се достапни во континуитет за младите да можат да развиваат навики за редовна посета на културни настани.“;

„- Нема културен живот за младите да учествуваат во него, нема понуда; културниот живот се сведува на одење на кафе со пријателите... Настани повремено

се организираат, нема репертоар во театарот и уште помалку – креативни работилници... Герила акции може да бидат решението... Можеби пандемијата влијаеше на тоа, но се чини дека новите генерации млади не се свесни, особено се неактивни...”

• Нешто побогата понуда може да се забележи во главниот град, Скопје.

„- Таму има услови за културно учество; децата можат да одат на балет, пливање, часови по танц... но тоа не е достапно за секого. Тажно е што сите ги немаме истите можности.”

„- Има многу млади во Скопје кои се активни учесници во културата (на возраст од 15-16 години и постари), и тие примарно учествуваат со цел да запознаваат нови луѓе, да се дружат...”

„- Поразлично е во Скопје – има побогата понуда во споредба со другите градови; општините од градот Скопје и самите го охрабруваат учеството на младите преку создавање услови... Главно како публика. Има понуда, но проблемот е во тоа дека нема доволно можности за младите да учествуваат во организирање на настани и да го негуваат својот креативен израз...”

„- Потребна е децентрализација во културата – сите граѓани заслужуваат еднаков пристап до културата.”

- Споделени се некои охрабрувачки примери – како во Кавадарци, каде младите покжуваат интерес да учествуваат, одлична публика се, и, во случаи кога се потребни волонтери за организација на настани, се распишуваат огласи и се бираат согласно нивните компетенции и искуство (наведен е пример за општински манифестации).
- Алтернативната/независна културна сцена практично и не постои во државата, со исклучок на Скопје и Струмица. (За Струмица, беше забележано дека алтернативната културна сцена – театар, литература, музика – е дури поактивна одошто она што се прави од страна на институциите, и, постојат иницијативи водени од луѓе од независната културна сцена за вклучување на младите во креирање на политики.)
- Дури и ако постои понуда во помалите градови, таа е главно неинтересна, застарена... Неопходна е промена на концептот, на младите им се потребни модерни пристапи и програми...
- Во некои помали места, постои некој вид на елитизам – само некои млади учествуваат, оние кои ги „туркаат“ да успеат, без разлика на квалитетот, и она кое е битно (како „критериум за успех“) се нивните поддржувачи, тие кои ги „туркаат“ (вообичаено нивните родители, семејства кои работат во соодветната област, или политичките партии кои им даваат можности исклучиво на „партиските војници“) без разлика на компетенциите на младите.
- Се промовира комерцијализам и консумеризам, а не квалитет...
- Слаба е промоцијата на културните настани, а особено мора да се спомне дека истата не е „скроена“ за да допре до младите.

„- Има доволно културни настани во Штип, но младите не се информирани... Јас на пример немам идеја како да најдам информации, или како да дојдам до вас

(вашиите организации) за да бидам информирана или да се вклучам... Начинот на информирање не е соодветен за младите... Може да помогне ако на пример се истакнуваат постери во училиштата...“

- „- Нема место каде сите информации за настаните би биле достапни; на пример, mladi.mk е платформа каде оригиналната идеја беше дека сите организации членки ќе ги споделуваат своите информации, па слично на тоа – може да биде корисно ако некоја таква платформа за култура се организира на општинско или регионално ниво... Ова може да е корисно, исто така, бидејќи главно младите кои се поврзани со некое здружение имаат пристап до информации, додека останатите остануваат неинформирани... а бројот на млади вклучени во граѓанските организации е ограничен/мал...“
- Исто така, учесниците кои се активни во некое здружение (член, волонтер) забележаа дека „сè истите млади учествуваат во сите настани, што треба да се менува – треба да размислиме како да ги охрабруваме и мотивираме сите млади да учествуваат“.
- Учесниците на фокус групите ја гледаат причината за незаинтересираноста и пасивноста на младите во превртените/изместени вредности и недостигот од поддршка и охрабрување во рамки на образовниот систем.
- Некои настани се достапни (скапи) за младите. (Споделен е пример за Охридско лето, каде влезниците чинат и по 500 денари, па и повеќе, што е навистина прескапо... Од друга страна, бесплатен влез би значел деградација на културата и уметниците... сепак, попростапни цени би можеле да охрабрат поголема публика.)
- Институциите се незаинтересирани да дозволат значајно учество на младите. Па, дури и кога младите се заинтересирани, институциите не сакаат да ги слушаат. (Пример е даден од учесник од Прилеп со забелешка дека при организирање на настан со млади од страна на здружение, институциите ја одбиле поканата.)

Прашање бр. 3: Како се информирате за културните настани? На кој начин дознавате за нивно одржување, на пример?

Скоро сите учесници нагласија дека **социјалните мрежи се нивниот главен извор на информации, како и препорака од пријател („word of mouth“)**. Facebook и Instagram се главно наведени од страна на учесниците кога се зборува за социјални медиуми/мрежи, а при тоа е забележано и дека иако „ги наоѓаат информациите на социјалните медиуми, тие не се „сервирани“, туку некогаш има потреба да се посвети време за пребарување“, што може да биде обесхрабрувачко за младите. Неколку учесници спомнаа дека **некогаш се информирани во училиштата и охрабрани се од професорите да посетат некои настани**. Иако учениците не се многу среќни и се обидуваат да ги избегнат таквите настани што мораат да ги посетуваат „по наредба“, сепак тоа допринесува кон изложеноста на младите на култура и со време тие стануваат заинтересирани. (Пример за илустрација е даден од страна на

учесник кој сподели за професор по уметност кој ги „терал“ учениците да посетуваат изложби, и, иако од почеток ним тоа не им се допаѓало, со тек на времето развиле интерес за уметност...)

Многу мал број учесници ги спомнаа **веб страниците на институциите или општината**, и при тоа признаа дека и самите многу ретко посетуваат такви веб страници.

По еднаш беа спомнати **интернет портали, и телевизија**.

Еден учесник забележа дека во помалите места не е толку тешко да се дознае бидејќи културни настани ретко се организираат и „сите знаат“. Но младите треба да се заинтересираат да отидат...

Друг учесник сугерираше дека може да биде корисно ако би се креирал он-лајн простор, како портал, што на општинско или регионално ниво би собирал и пласирал информации за сите настани, па така би биле информациите лесно достапни. Ова може да се направи на пример во соработка со општините, и да се креира посебен таков виртуелен простор во рамки на нивните веб страници...

ИНТЕРЕСИ НА МЛАДИТЕ

Анкета (poll) 2: Теми од интерес за работилници/програми во културни институции?

Втората анкета содржеше две прашања поставени со цел да се дознае за интересот на учесниците за работилници/програми организирани во културните институции и за нивните интереси во однос на области/теми за такви работилници/програми. Како што може да се види подолу, скоро сите учесници (91%) би биле заинтересирани да учествуваат во работилници/програми во културните институции, а само 2 учесника се неодлучни и одговориле со „можеби“. Позитивен показател е тоа што ниту еден од учесниците не рекол дека не би учествувале.

1. Дали би учествувале во работилници/програми на различни теми ако се организирани или се одржуваат во културни институции?

	f	f%
Да	20	90.91%
Можеби	2	9.09%
Не	0	0

Во следната табела е видливо дека учесниците имаат различни интереси (од понудена листа со 9 теми). Според фреквенцијата на избрани одговори,

најголем интерес е изразен за темите човекови права, слобода на изразување и интеркултурно учење и дијалог, додека единствена неизбрана тема е технологијата. Со оглед на ограниченоста на листата, дадена е дополнителна можност за учесниците да предложат други теми по затворањето на анкетата, па нивните одговори се наведени на дното од истата табела.

Листата, исто така, може да се прошири и со одговорите од следното поставено прашање, како последователно на анкетата.

2. Ве молиме изберете 2 теми за кои би биле најмногу заинтересирани:	f	f%
Човекови права	10	20.83%
Слобода на изразување	8	16.67%
Интеркултурно учење и дијалог	7	14.58%
Расизам	6	12.50%
Наука	6	12.50%
Права на припадниците на LGBTQ+ заедниците	4	8.33%
Трендови во општеството	4	8.33%
DJ-ство и видови музика	3	6.25%
Технологија	0	0%
<p>Дополнителни теми предложени од учесниците по анкетата:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ментално здравје и благосостојба • Изразно/уметничко читање (презентирање на стихови и текстови) • Занаетчиски работилници (стари/традиционални занаети) <p>Листата може да се прошири и со одговорите на следното прашање.</p>		

Прашање бр. 4: Ако би имале можност да изберете да учествувате на било какви настани во културните институции, какви (видови на) настани би биле тие?

Јасно е дека учесниците имаат широки интереси за различни видови настани. Тие ги предложија следните активности:

- Проекции на филмови/кино
- Уметнички изложби
- Концерти на оркестри
- Концерти
- Театарски претстави
- Литературни клубови/читање
- Поетски читања; поетски вечери
- „Настани со неформален карактер”
- Промоции на книги
- Мотивациски предавања
- Фестивали кои би вклучиле различни видови на уметности, работилници, концерти, едукација...
- Повеќе настани/конференции/активности за културата на национално ниво за големи групи учесници (бидејќи има, на пример, можности за учество во Еразмус програми/проекти, како и меѓународни настани и конференции, но многу млади не зборуваат англиски јазик, па затоа не можат да учествуваат)
- Работилници на различни теми:
 - За развој на креативните индустрии, архитектура, дизајн, кулинарство
 - Мултикултурни активности – за запознавање, учење за и од туѓите култури
 - Стереотипи, дискриминација, интеркултурни активности
 - Работилници за занаети – за стекнување со вештини поврзани со културата и традицијата, на пример, грнчарство, ткаење на разбој, филигран, везење... (Споделен е пример за учество на работилница во музеј во Словачка, и искуството од Пробиштип со работилници за филц техника и други изработки, за кои младите покажале голем интерес.)
 - Работилници за прва помош

ПРЕПОРАКИ ОД МЛАДИТЕ ЗА ПОДОБРУВАЊА

Прашање бр. 5: Замислете дека ја имате сета моќ што е потребна и сите потребни ресурси на располагање, и можете да направите промена – ШТО БИ НАПРАВИЛЕ ЗА ДА ГИ ЗАИНТЕРЕСИРАТЕ МЛАДИТЕ ЗА КУЛТУРАТА ВО ВАШАТА ЗАЕДНИЦА/ГРАД; И ЗА ДА ГИ ПРИБЛИЖИТЕ ПОВЕЌЕ КОН КУЛТУРНИТЕ ИНСТИТУЦИИ??

Со цел да не ја ограничуваат својата фантазија со тековните состојби и сопствената позиција, на учесниците им беше кажано да замислат дека се некој којшто има моќ да донесува и спроведува одлуки (како на пример, градоначалник) и којшто ги има сите потребни ресурси на располагање за да направи промена. Како резултат, тие претставија повеќе интересни идеи:

- Би основале организација за едукација на младите во областа на културата и би организирале голем број на настани со експерти и уметници при што би користеле и креативни методи (како работилници со забавни игри и креативни активности), и би им овозможиле многу повеќе на младите да се изразуваат креативно (да планираат и организираат настани, да создаваат и да ја претставуваат својата уметност)...
- Би издвоиле поголеми буџети за културни настани на локално ниво.
- Би се осигуриле дека вистинските, посветени и компетентни луѓе раководат со културните институции.
- Би се осигуриле дека луѓето кои работат со деца и млади се одлично подготвени, компетентни и креативни во пристапите што ги користат за работа со нив.
- Би ги укинале (барањата за) дозволите за организирање на културни и уметнички настани на јавни простори.
- Би го искористиле образовниот систем и институции (бидејќи значителен дел од детството и времето младите го поминуваат во училиштата) преку:
 - Користење на одделенските/класни часови за информирање и претставување на културната понуда на локално ниво и за охрабрување на учениците да ги посетуваат настаните;
 - Прибирање на информации за потребите и идеите на децата и младите преку редовни анкети;
 - Дел од часовите по уметности да би ги посветиле на посета на културни настани бидејќи на тој начин се развива почитта и љубовта кон уметноста; или би вовеле други активности за да го олеснат директното изложување на младите на култура и уметност – бидејќи тоа може да влијае на развојот и навиките (споделен е личен пример – уште од седумгодишна возраст, учесникот е редовно носен од страна на родителите да гледа театарски претстави и сега, по две децении, тој едноставно го има усвоено тој начин на живот и посетува театар барем неколку пати месечно, а исто така е активен во една независна театарска група);
 - Би избегнувале часови по уметности само за да ги има и учениците само да се борат за добри оценки, но наместо тоа, би додале значење и суштина на уметностите и би работеле на откривање и негување на младите таленти.

- Би организирале дополнителни активности, како филмски вечери, музички настани...
- Би организирале активности по часовите односно би поддржале основање и функционирање на ученичките тела и организирање на различни видови активности и настани кои учениците ги интересираат.
- Би обезбедиле можности за учениците да организираат и учествуваат во настани често, а не само еднаш годишно кога е патрониот празник на училиштето.
- Би поддржале граѓански организации кои организираат неформално образование со цел да се зголемува нивниот капацитет и опфат.
- Би основале и поддржале младински културен центар опремен со сета неопходна опрема и човечки ресурси за да понуди богата и разновидна програма и можности за локалните млади, како и за поттикнување и развој на независната културна сцена.
- Би креирале програма за меѓуинституционална соработка која би им наметнала на институциите активно да соработуваат и да додадат вредност на работата и напорите што другите ги прават, наместо секој да работи засебно. Ова би требало да го вклучи и граѓанскиот сектор и сите би допринеле со здружени напори (без непотребно трошење на време и ресурси) кон подобрувања.
- Планска промоција на културни настани според потребите на младите (прилагодена) и исто така со земање предвид на користење на социјалните медиуми.
- Организирање на настани (на пример на отворено) во секоја населба/маало.
- Би понудиле платформа/простор за организирање на редовни настани, со цел да се овозможи на секој млад човек простор да ги изрази своите идеи, потреби и мислења, како и можност за воспоставување на дијалог помеѓу младите и институциите.
- Би отвориле канцеларија за млади која би била движечката сила, каде би се собирале и анализирале идеи и мислења, и би се координирал процесот за решавање и надминување на предизвиците.
- Би работеле на свесноста за менталното здравје бидејќи личност која е отворена и свесна за своите внатрешни искуства е повеќе мотивирана.

Прашање бр. 6: А, на национално ниво? Што би предложиле како идеи/решенија за подобрување на состојбата со МЛАДИНСКОТО УЧЕСТВО* во културата на национално ниво, и, нивно приближување кон институциите и организациите кои работат во областа култура на национално ниво?

Учесниците дискутираа неколку идеи во овој дел од фокус групата, како предлози за подобрување на ситуацијата на национално ниво:

- Подобрено функционирање на културните институции во смисол на зголемена фреквенција на различни настани како понуда за публиките, и простори за поддршка на креативното изразување на младите; и, децентрализација на културните настани (со намера да има повеќе настани и можности во секое место, а не само во Скопје и неколку поголеми градови).
- Подобрена соработка помеѓу културните институции и граѓанскиот сектор, како и со образовните институции.
- Зголемен број интервенции во образованието: децата да се информираат и запознаат со сите можности уште од рана возраст; задолжително посетување на настани за учениците (на пример поврзано со програмата по уметностите – да се осигури посета на културни настани заедно со наставниците).
- Владата да обезбеди значително поголема финансиска поддршка:
 - за институциите и организациите кои работат во областа на културата, како и на младинските и организации за млади, со цел да се организираат повеќе настани и дизајнираат програми за млади, и за да се создадат услови за образование на младите во областа на културата, како и нивно оспособување да бидат креатори на културни производи;
 - за талентирани млади – како стипендии или хонорари – за да им се овозможи да создаваат слободно и неоптоварени со грижи за тоа како да ја финансираат својата уметност;
 - за грантови за перформанси и настани на институции и организации со цел да се овозможи бесплатен влез на истите за деца и млади (бидејќи не сите можат да си дозволат, а сакаат да отидат).

Во коментар на последното, беше забележано дека има многу бесплатни настани, но младите не ги посетуваат... од друга страна, се дискутираше и за недостигот од информации и промоција, како и видот на достапни настани...

- Засилена промоција на настани/програми/огласи од интерес за младите, прилагодена на потребите и интересите на младите, на пример, преку социјалните медиуми, како и поголема вклученост на образовните институции во дистрибуцијата на информации и мотивацијата на децата и младите.
- Зголемено учество на младите во процесите на креирање на културните политики, како и во планирањето на програмите (со цел да се вклучат содржини кои се интересни за младите и се во согласност со нивните потреби).
- Раздвојување на културата од партиските политики (бидејќи влијаат врз политиките за вработување, што често значи дека не се поставуваат вистинските и компетентни луѓе на клучни места, туку напротив, па така се влијае врз квалитетот на управување во културата, како и врз културните политики).

4. ДРУГИ ЗАБЕЛЕШКИ ОД ФАСИЛИТАТОРОТ

Иако следната забелешка не е специфично поврзана со содржината на извештајот, би сакале да забележиме дека постои очигледна разлика во начинот на изразување и невоздржувањето за споделување на своите идеи и мислења кај младите кои очигледно биле вклучени во некакви активности во граѓанскиот сектор или други видови младински групи, споредено со оние кои не биле вклучени и не учествувале, а кои се посрамежливи и повоздржани во изразување на своето мислење. Сметаме дека оваа забелешка може да биде од интерес, особено во поглед на напорите да се истакне значењето на и придобивките од активното учество и волонтирањето на младите. Оттука, да се охрабрат институциите и организациите да обезбедуваат поголема поддршка и можности за активирање и вклучување на младите. Фокус групите завршуваа со позитивни чувства и благодарност од страна на учесниците за можноста да ги изразат своите мислења и идеи.

5. ПРИЛОГ ПРАШАЊА ЗА ФОКУС ГРУПИ

Во рамки на претставување/Прашање 0:

Дали до сега сте биле поканети прашани да дадете мислење за вашите потреби и она што ве интересира од областа КУЛТУРА од страна на некоја институција (пр. преку анкета, фокус група, разговор...).

- да
- не

Анкета (poll) 1:

1. Колку ви е важна културата и уметничкото/артистичко изразување во животот?

- Многу важна
- Умерено важна
- Воопшто не е важна

2. А, за твоите врсници? Според твоето мислење, колку е важна културата и артистичката експресија за младите во твојата заедница?

- Многу важно
- Умерено важна
- Воопшто не е важно

Прашање бр. 1:

Што За Тебе Значи „Култура И Културен Живот“?

Прашање бр. 2:

Дали младите учествуваат во културниот живот на твојата заедница/град? И зошто мислите дека е така – зошто учествуваат ако ДА, и зошто НЕ, ако мислите дека не учествуваат?

За појаснување, кога велиме „учествуваат“, мислиме на младите како () ПУБЛИКА на културни настани и други настани организирани од страна на организации и институции од областа на културата
И/ИЛИ (*) КРЕАТОРИ НА КУЛТУРНИ ПРОИЗВОДИ (кога креираат, изведуваат и претставуваат свои уметнички и културни производи/дела)
И/ИЛИ (*) УЧЕСНИЦИ ВО НОСЕЊЕ ОДЛУКИ и учесници во процеси поврзани со областа култура.*

Прашање бр. 3:

Како се информирате за културните настани? На кој начин дознавате за нивно одржување, на пример?

Анкета (poll) 2:

1. **Дали би учествувале во работилници/програми на различни теми ако се организирани или се одржуваат во културни институции?**

- Да
- Не
- Можеби

2. *Ве молиме изберете 2 теми за кои би биле најмногу заинтересирани:*

- Човекови права
- Права на припадниците на LGBTQ+ заедниците
- Расизам
- Технологија
- Слобода на изразување
- Интеркултурно учење и дијалог
- Наука
- DJ-ство и видови музика
- Трендови во општеството

** Follow-up прашање по преглед на резултати од анкетата:*

Дали можеби има некоја друга тема што би била интересна за тебе...?

Прашање бр. 4:

Ако би имале можност да изберете да учествувате на било какви настани во културните институции, какви (видови на) настани би биле тие?


Прашање бр. 5:

Замислете дека ја имате сета моќ што е потребна и сите потребни ресурси на располагање, и можете да направите промена – ШТО БИ НАПРАВИЛЕ ЗА ДА ГИ ЗАИНТЕРЕСИРАТЕ МЛАДИТЕ ЗА КУЛТУРАТА ВО ВАШАТА ЗАЕДНИЦА/ГРАД; И ЗА ДА ГИ ПРИБЛИЖИТЕ ПОВЕЌЕ КОН КУЛТУРНИТЕ ИНСТИТУЦИИ?

Прашање бр. 6:

А, на национално ниво? Што би предложили како идеи/решенија за подобрување на состојбата со МЛАДИНСКОТО УЧЕСТВО* во културата на национално ниво, и, нивно приближување кон институциите и организациите кои работат во областа култура на национално ниво?





**ИЗВЕШТАЈ ЗА ПРИБИРАЊЕ
ИНФОРМАЦИИ ОД КУЛТУРНИ
ИНСТИТУЦИИ СО АНАЛИЗА: КУЛТУРНИТЕ
ИНСТИТУЦИИ/ОРГАНИЗАЦИИ И МЛАДИТЕ**

СОДРЖИНА

1. ВОВЕД	123
→ АНАЛИЗА НА ПРАШАЛНИЦИТЕ ЗА КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ	123
→ РЕЗИМЕ СО ГЛАВНИ ЗАКЛУЧОЦИ	123
→ ДЕТАЛЕН ПРЕГЛЕД НА ПРИБРАНИ ПОДАТОЦИ	124
→ I ИСПИТАНИЦИ	124
→ II МЛАДИТЕ – ПОСЕТИТЕЛИ НА КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ	125
→ III УЧЕСТВО НА МЛАДИТЕ	127
→ IV МЛАДИНСКИ ПРОГРАМИ	129
2. ПРИЛОГ 1: ПРАШАЛНИК ЗА ПРЕТСТАВНИЦИ ОД КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ	134
3. ПРИЛОГ 2: ПРАШАЊА ЗА ТЕЛЕФОНСКО ИНТЕРВЈУ СО КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ	139

Драгана – Дина Митровиќ, Сојуз за младинска работа

Драгица Чекоровска, Музеј на град Неготино

1. ВОВЕД

Делот од истражувањето на проектот „The Melting Pot“ поврзан со прибирање на информации од културни институции и организации во Северна Македонија е спроведено примарно од страна на Музеј на град Неготино, партнер на проектот, во периодот од 14 – 23 септември, 2021 година. При тоа, 28 културни институции и организации кои работат во различни дејности беа контактирани и замолени да пополнат прашалник.

По мапирањето на институциите и организации од областа на културата направена е селекцијата на 28, со внимание да бидат опфатени различни институции/дејности, од различни региони, локални и национални. Селектираните установи беа контактирани преку електронска пошта (е-маил) на 14. септември, и само една организација (Домот на културата „Иван Мазов – Климе“ – Кавадарци) веднаш одговори на прашалникот, додека останатите кои одговорија, тоа го направија по испратениот последователен е-маил со потсетување на барањето за пополнување на прашалникот на 20. септември или по последователни телефонски повици до директори/раководители на установите за потсетување за испратениот е-маил направени на 21. септември. И покрај постојаните потсетувања и потврди дека е-маилот е примен и уверување дека прашалникот ќе биде пополнет, 20 од институциите не одговорија на прашалникот поради други обрски.

Само 8 (осум) од вкупно 28-те контактирани институции го одговорија прашалникот. Неодговарањето на барањето од страна на истражувачкиот тим за пополнување на прашалникот и самото може да се земе како показател или на слабиот интерес на институциите да допринесат кон истражувањето, или на презафатеност, па следствено – немање на време да се пополнува доставениот прашалник.

Затоа, земајќи ја предвид и втората претпоставка за слабата респонзивност, а сепак, со цел да се направи обид да се обезбедат дополнителни информации од повеќе институции, како и малкуте прибрани информации за младински програми во институциите, истражувачкиот тим одлучи да спроведе и кратки телефонски интервјуа со локални и национални установи, и овие беа спроведени од страна на Сојузот за младинска работа во март и април 2022 година.

За да се направи селекција на испитаници за телефонските интервјуа, користени се адресари објавени од Министерството за култура, и тоа Адресар на национални институции и Листа на локални установи. Селекцијата е направена со броење од назад на листите и селекција на секоја 5-та установа од националните, односно,

секоја 4-та – од локалните. На тој начин се селектирани вкупно 20 институции: 13 национални и 7 локални, кои се контактирани на наведените телефонски броеви; во случај ако не би бил достапен наведениот телефонски број, пребарувано е дали има веб страница и други контакти од установата на Интернет. Во колку немало одговор по прв обид за телефонски да се воспостави контакт, правени се уште 2 обиди. Како резултат, од вкупно 20 селектирани установи, интервју е спроведено со половината од нив, односно 10, од кои 9 се национални, а 1 локална институција.

АНАЛИЗА НА ПРАШАЛНИЦИТЕ ЗА КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ

Во продолжение, а по делот со резиме и главни заклучоци, даден е преглед на добиените одговори од прашалниците за институции поделени во 5 дела, односно: испитаници, младите како публика/посетители во институциите, учество на младите, програми за млади и потреби на институциите.

Со оглед на тоа дека телефонското интервју не ги содржи истите прашања како прашалникот, одговорите од нив се дадени на крај од наративниот опис на заклучоци за секој дел.

РЕЗИМЕ СО ГЛАВНИ ЗАКЛУЧОЦИ

Во истражувањето се вклучиле вкупно 18 институции од областа на културата кои работат во различни дејности. При тоа, со прашалникот за културни институции и организации, опфатени се 8 институции (од вкупно таргетираните 28, што претставува 28,57% респонзивност на овој инструмент). Преку телефонски интервјуа, се опфатени уште 10 други (од вкупно 20 таргетирани).

Најголемиот број од институциите се делумно или многу задоволни од посетеноста на нивните настани и активности од страна на младите. Сепак, како мислење за причините за незаинтересираноста на младите, најчесто избран одговор (7 пати) од страна на испитаниците на прашалникот е дека „младите се генерално незаинтересирани за култура и уметност“, по што следуваат причини во врска со понудените содржини, кои сметаат дека не се интересни за младите или се неразбирливи за нив, како и тоа дека не ги таргетираат младите со специфични маркетинг методи, а и дека влезниците се скапи за младите.

Во однос на младинското учество (во процеси на носење одлуки и планирање програми и активности), очигледно е дека повеќето институции не го разбираат значењето на ваквото учество, бидејќи иако 75% од испитаниците на прашалникот изјавиле дека ги вклучуваат младите во одлучување и планирање на програми и активности, сепак, најголем дел од наведените начини за „учество“ се различни видови на настани и активности кои се организираат во институцијата, а се наменети за млади (како публика или целна група). Од оние институции кои дале посоодветни одговори, наведено е користење на следните методи за вклучување на младите и идентификување на нивните потреби:

- Анкети,
- Форуми и јавни расправи за културата (заедно во соработка со HBO)
- Преку „соработка со невладини организации“

- Преку секојдневните контакти и разговори со младите кои се вклучуваат во активности што се реализираат во институцијата „доаѓаме до сознание што сакаат да слушаат, гледаат, во што да учествуваат“.

Во однос на начините за информирање, од одговорите е видно дека младата публика не се таргетира посебно, освен преку училиштата (соопштенија, плакати). Покрај ова, како канали за информирање се користат:

- социјални медиуми (Фејсбук и Инстаграм)
- веб страни на институциите
- флаери за настани
- плакати
- локални медиуми
- веб страница на општината
- лично доставување на покани за настани
- поканување преку здруженија за едукативни работилници

Кога се зборува за младинските програми во институциите, тие имаат различен начин на дефинирање на тие програми, но во најголем дел истакнуваат дека целта на програмите и активностите за млади се да ги поддржуваат и мотивираат младите да бидат поактивни во културата, да ги анимираат, едуцираат и запознаваат со различните области во културата (зависно од дејноста во која работи институцијата), и да поттикнуваат идни уметници...

Она кое може да загрижува е дека не се прави разлика помеѓу програми за млади и програми за деца, односно нема програми специфично за млади и често кога се зборува за нив се мисли и на децата („најмладите“, „од најмала возраст“).

Во однос на потребите на институциите со цел да ја подобрат својата работа со младите, најголем дел од нив ја имаат идентификувано потребата за соработка со младински организации и младински работници, како и подобра меѓуинституционална координација и соработка.

ДЕТАЛЕН ПРЕГЛЕД НА ПРИБРАНИ ПОДАТОЦИ

I) ИСПИТАНИЦИ

Во истражувањето се вклучиле вкупно 18 институции од областа на културата. Со прашалникот за културни институции и организации, опфатени се 8 институции, од вкупно таргетираните 28, што претставува 28,57% респонзивност (како што е дадено во табела 1).

Преку телефонските интервјуа, од 20 таргетирани институции, половината, односно 10 од нив се добиени и одговорите на прашањата на интервјуерот.

ОБЛАСТ/ДЕЈНОСТ:	ВКУПНО	ВКУПНО
	КОНТАКТИРАНИ	ОДГОВОРИЛЕ
Театар	3	0
Музика	3	1
Кино	3	0
Архитектура	2	1
Сликање	2	0
Скулптура	3	1
Изведувачки уметности	3	0
Културни домови	3	2
Независна културна сцена /здруженија	3	3
ВКУПНО	28	8

Табела 1: Опфатени институции со прашалник

II) МЛАДИТЕ – ПОСЕТИТЕЛИ НА КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ

Испитаниците на прашалникот се „многу“ (3 испитаници) или „делумно задоволни“ (5 испитаници) од интересот и посетеноста на настани од страна на младите (табела 2). Исто така и учесниците во телефонските интервјуа имаат сличен впечаток, иако неколку забележаа дека немаат истражено колкав процент од посетителите се млади, а само 2 институции забележаа дека „не е многу задоволителна посетеноста од млади“ и „нема многу интерес од деца и млади за оваа дејност“.

Како мислење за причините за незаинтересираноста на младите (табела 3), најчесто избран одговор (7 пати) од страна на испитаниците на прашалникот е дека „младите се генерално незаинтересирани за култура и уметност“, по што следуваат:

- Содржините кои ги нудиме не се интересни за младите (5 пати избран одговор)
- Не сме се обиделе да ги таргетираме младите со специфични маркетинг методи (5)
- Содржината не е разбирлива за младите (4)
- Младите не можат да си ја дозволат цената на влезниците (скапи влезници за нив) (4 пати)
- Листата е дополнета од страна на 1 испитаник: „Младите се заинтересирани за дел од некои настани, за некои не, но мислиме дека со тек на време полека но сигурно ќе се развие интересот и за изложби, драмски претстави, филмски проекции од различни жанрови.“

Прашање за причините за непосетеноста од страна на младите не е поставено во рамки на телефонското интервју.

Прашање 3: Колку сте задоволни од интересот и посетеноста на настани организирани од вашата институција од страна на младите? (со можност да изберат еден одговор)

многу задоволни	делумно задоволни	не можам да одлучам	делумно незадоволни	многу незадоволни	без одговор	вкупно:
3	5	0	0	0	0	8

Табела 2: Задоволство од посетеност од страна на младите

Прашање 3.1: Ако избравте делумно незадоволни или многу незадоволни, зошто мислите дека младите се незаинтересирани и/или не ги посетуваат настаните на вашата институција? (со можност да ги изберат сите одговори кои се апликативни за нив)

Добиени одговори како причини на непосетеноста на настани од младите:

Понудени изјави за избор	Вкупно	Ранг
Младите се генерално незаинтересирани за култура и уметност	7	1
Содржините кои ги нудиме не се интересни за младите	5	2
Не сме се обиделе да ги таргетираме младите со специфични маркетинг методи	5	2
Содржината не е разбирлива за младите	4	3
Младите не можат да си ја дозволат цената на влезниците (скапи влезници за нив)	4	3
Дополнување на листата од страна на испитаниците со други причини кои не се набројани претходно:		1
<ul style="list-style-type: none"> Младите се заинтересирани за дел од некои настани, за некои не, но мислиме дека со тек на време полека но сигурно ќе се развие интересот иза изложби, драмски претстави, филмски проекции од различни жанрови. 		

Табела 3: Причини за непосетеност од страна на младите

III) УЧЕСТВО И ИНФОРМИРАЊЕ НА МЛАДИТЕ

75% од испитаниците на прашалникот (табела 4) изјавиле дека ги вклучуваат младите во одлучување и планирање на програми и активности. Сепак, видно е дека прашањето не е разбрано соодветно, односно, скоро половината од одговорите се набројување на активности кои се организираат во институцијата, а се наменети за млади. Од дадените одговори, се гледа дека дел од институциите ги користат следните методи за вклучување на младите и идентификување на нивните потреби:

- Анкети,
- Форуми и јавни расправи за културата (заедно во соработка со НВО)
- Преку „соработка со невладини организации“
- Преку секојдневните контакти и разговори со младите кои се вклучуваат во активности што се реализираат во институцијата „доаѓаме до сознание што сакаат да слушаат, гледаат, во што да учествуваат“.

Прашање за учеството на младите не е поставено во рамки на телефонското интервју за институции, иако 2 од нив при набројување на програми и активности за млади навеле дека некои биле иницирани и спроведени од млади.

Во однос на начините за информирање, од одговорите во прашалникот за институции е видно дека младата публика не се таргетира посебно, освен преку училиштата (соопштенија, плакати). Покрај ова, како канали за информирање се користат:

- социјални медиуми (Фејсбук и Инстаграм)
- веб страни на институциите
- флаери за настани
- плакати
- локални медиуми
- веб страница на општината
- лично доставување на покани за настани
- поканување преку здруженија за едукативни работилници

Истите канали за информирање се наведени и од страна на претставниците од институциите при телефонското интервју, со тоа што и овде предничат училиштата и социјалните медиуми, додека, исто така, наведени се и: веб страна на институциите, плакати и флаери, традиционалните медиуми.

Прашање 4: Дали вашата институција ги вклучува младите (со цел да дознае кои се нивните потреби или во што сакаат да учествуваат) при планирање на програми/ активности? (со можност да изберат еден одговор)

ДА	НЕ	Не знам	Не одговориле	Вкупно:
6	2	0	0	8

Табела 4: Учество на младите

Прашање 4.1: Ако одговоривте со ДА, Ве молиме објаснете како вашата институција ги вклучува младите и ги идентификува нивните потреби? (пр. анкета, фокус групи, др.?)

Добиено одговори на прашањето:

1. Преку анкети, форуми и јавни расправи за културата заедно во соработка со НВО
2. Нашата институција претежно преку анкета ги идентификува потребите на посетителите, а младите се вклучени во најразлични активности без разлика дали се слободно организирани или во реализација на проекти одобрени од министерството за култура.
3. Младите ги вклучуваме преку нашите едукативни работилници.
4. Младите ни се вклучени преку КУД „Илинден“, ЛК „Изгрев“, драмското студио. Преку секојдневните контакти и низ разговори доаѓаме до сознание што сакаат да слушаат, гледаат, во што да учествуваат. Секогаш не сме во можност да се излези на сите нивни барања но се трудиме да излезиме во пресрет. Исто така да напомениме дека како единствена културна институција во Општината излегуваме во пресрет и на други корисници кои конкурираат пред министерството со свои проекти а ние им го отстапуваме просторот. Имаме соработка со здруженија од Унгарија, Хрватска.
5. Листа:
 - Во годишната програма од национален интерес имаме две активности и тоа: Детска ликовна работилница“Народната култура – како трајна инспирација во моето творштво, како и изложба на ликовни цртежи со народни мотиви
 - З д кино со најновите светски премиери
 - Европско кино и работилници и прикажување на европски филмови
 - Соработка со невладини организации
 - Детски театри и соработка со независни театри
6. Листа:
 - Преку учество во театарски претстави,
 - Литературни средби,
 - Преку ликовни конкурси и др.

Прашање 5: Какви методи на комуникација/ маркетинг користите за да ги споделите информациите за вашите програми/настани со младите луѓе/публики?

- a) Вкупен број на институции/организации кои одговориле: 8
- b) Вкупен број на институции/организации кои одговориле: 0
- c) Дадени одговори:
1. Нашите информации за настани и програми ги споделуваме на нашата веб страна и на социјалните мрежи.
 2. Фејсбук, Инстаграм, веб страница на општината, ична комуникација со носење на покани за настани
 3. Известувања на веб страната на институцијата , преку флаери за настани и преку официјалната фејсбук страна на институцијата
 4. Преку соопштенија до училиштата и Социјалните мрежи
 5. Ги обавестуваме училиштата, здруженијата за нашите едукативни работилници, преку телефон, mail адреси.
 6. Бидејќи немаме електронски медиуми, ги користиме социјалните мрежи и рекламирањето со лепење на плакати на огласна табла, по институции, кафичи.
 7. Листа:
 - Платена реклама на социјалните мрежи facebook и Instagram;
 - Секојдневно објавување на настаните на социјалните медиуми;
 - Соработка со портали
 8. Листа:
 - Преку интернет страна на институцијата,
 - Преку плакати,
 - Преку локалните телевизиски куќи и др.

IV) МЛАДИНСКИ ПРОГРАМИ

Прашалникот за институции поставува прашање за начинот на дефинирање на младинските или програмите за млади во институциите. Во одговор, најголем дел истакнуваат дека целта на програмите и активностите за млади се да ги поддржуваат и мотивираат да бидат поактивни во културата, да ги анимираат, едуцираат и запознаваат со различните области во културата (зависно од дејноста во која работи институцијата), и да поттикнуваат идни уметници... Две од институциите посочиле и дека со таквите програми сакаат да допринесат кон „одвикнување на некои лоши навики и стекнување на културни навики“, односно „да се избегнат пороците на денешницата“.

Друго што се забележува е и дека некои ги спомнуваат и децата („најмладите“, „од најмала возраст“), а истото се забележува и во примерите за програми за млади кои се наведени.

Истото е забележливо и во комуникацијата со институциите вклучени во телефонските интервјуа, односно, 2 спомнуваат „деца и млади“ или само

„деца“ кога зборуваат за задоволството од посетеноста; а 5 – кога зборуваат за програми за млади на институцијата.

Ова значи дека не се прави разлика помеѓу програми за млади и програми за деца.

Во однос на примери за програми за млади (15 – 29 години) кои се спроведуваат во институцијата, 5 испитаници рекле дека имаат такви програми, додека при прегледот на примерите, воочливо е дека:

- главно тоа се краткорочни или еднократни активности или настани (пр. една дводневна работилница, литературен конкурс);
- само мал дел од примерите може да се земат релевантни за младинската работа (како на пр. работењето на литературен клуб низ одреден период, 2-месечна програма за стоп-анимација за средношколци – матуранти);
- голем дел од активностите се наменети за деца и млади, односно, младите не се примарна целна група („млади од различни етникуми над 9-годишна возраст“; „ученици од основни и средни училишта“; „од 6 години нагоре“).

Слични програми за (деца и) млади имаат и институциите кои се контактирани преку телефонското интервју, односно, организираат еднократни и краткорочни активности и настани (покрај настаните од дејноста) ликовни и литературни конкурси, работилници за деца и млади (на пример за сликање, за изработки), 1 институција наведе пример и со работилница за деца со посебни потреби... Покрај овие, како подолгорочни се секциите/студија (како аматерско драмско студио, школа за цртање и сликање, играорна секција, музичко студио...), но овие најчесто се „ексклузивни“ бидејќи подразбираат плаќање на одредена членарина, што значи дека не се достапни за сите млади, а дел од тие се спроведуваат во соработка со други организации или надворешни соработници.

Прашање 6: Како во вашата институција ги дефинирате младинските програми или програми за млади? Која е нивната цел / што сакате да постигнете со програмите наменети за младите?

a) Вкупен број на институции/организации кои одговориле: 7

b) Вкупен број на институции/организации кои не одговориле: 1

c) Дадени одговори:

1. Нашата институција во консултација со директорот и управниот одбор на установата ги дефинираме проектите со кои ќе аплицираме во ресорното министерство. Целта на проектите кои се наменети за младите е да ги подржуваме и да ги мотивираме нив за да бидат по активни во културата и да ги запознаеме одблиску со филмскиот свет.
2. Поголемо учество во нашата годишна програма, исто така и нивни предлози за реализација на програмата како и нивно поголемо присуство на настаните организирани во музејот
3. Младинските програми претежно би ги дефинирале како едукативни за

најмладите од најрано запознавање преку сликовници , книги, па се до визуелна обработка на теми од секојдневието или лектирно издание или друго. Пред се целта е се едуцираат ,анимираат и воспостават контакти уште од најрана возраст со книгата како наше најголемо богатство.

4. Нашите работилници се прилагодени за различни целни групи.
5. Цели:
 - запознавање со културното наследство,
 - едукација за примарна музејска култура,
 - развивање на свеста за чување на културното наследство.
6. Младите се застапени како што наведовме погоре во неколку активности, и наша цел е преку нивно ангажирање да им ја развиеме свеста за љубов кон народната музика, песна, фолклор, поезија, драмски текстови, се со цел нивно ангажирање и одвикнување на некои лоши навики, и стекнување на културни навики.
7. Листа:
 - запознавање со културните вредности од најмала возраст
 - Инклузија
 - едуцирање на младите коко идна публика и идни поренцијални уметници
8. Целта на младинските програми е да се истакнат афинитетите на младите во оние области за кои се заинтересирани,да го користат своето слободно време на вистински начин а со тоа да ги избегнат пороците на денешницата.

Прашање 7: Дали вашата институција спроведува било какви програми кои специфично ги таргетираат младите (15 – 29 години) моментално или во блиско минато?

* При тоа „таргетирање на младите“ не се однесува само на нивно таргетирање како публика за вашите културни производи, но исто така и за работилници, едукативни програми или слични активности кои целат кон давање допринос во развојот и активното учество на младата личност. (со можност да изберат еден одговор)

ДА	НЕ	Не знам	Не одговориле	Вкупно:
5	3	0	0	8

Табела 5: Програми за млади во установата

Прашање 7.1: Ако одговоривте со ДА, Ве молиме употребете ја табелата подолу за да дадете детални информации за програмите за млади кои ги спроведувате или сте ги спровеле во блиско минато.

- a) Вкупен број на институции/организации кои избрале ДА: 5
- b) Вкупен број на институции/организации кои избрале ДА и обезбедиле пример за младинска програма: 5

с) Вкупен број на институции/организации кои избрале ДА, но не дале пример за младинска програма: 0

Прашање 8: Дали сте запознати за програми за млади кои ги спроведуваат други сродни институции/ организации, а кои сметате се добар пример/успешни, интересни, ефективни..? Ако ДА, и, имате информации, Ве молиме споделете име на програмата и/или контакт информации (институција и контакт лице), како ние би можеле дополнително да истражиме за таа програма.

- Само 2 од институциите обезбедиле контакт од друга (по една) институција/ организација.

V) ПОТРЕБИ

Прашалникот за институциите опфати прашање и за потребите на институциите со цел да ја подобрат својата работа со младите. Најголем дел од нив ја имаат идентификувано потребата за соработка со младински организации и младински работници, како и подобра меѓуинституционална координација и соработка. (Табела 6)

Телефонското интервју не вклучи вакво прашање.

Прашање 9: Што би ви било потребно со цел да ја подобрите вашата работа со младите (на пр. да го зголемите нивниот интерес, да ги едуцирате, да ги мотивирате да посетуваат културни настани... итн)? (со можност да ги изберат сите одговори кои се апликативни за нив)

а) Вкупен број на институции кои одговориле: 8

б) Вкупен број на институции кои не одговориле: 0

с) Добиени одговори:

Понудени изјави за избор	Вкупно	Ранг
Соработка со младински организации и младински работници (лица квалификувани за работа со млади)	7	1
Подобра координација со други институции од областа на културата.	7	1
Подобра координација со другите локални/национални институции	7	1

Поголема финансиска поддршка од локалните/националните власти	6	2
Соработка со неинституционални културни организации (здруженија, независни културни простори, артистички колективи...)	5	3
Поголем буџет алоциран за рекламирање/споделување на информации	5	3
Едукација за младинска работа	5	3
ДРУГО /дополнителна наведена причина од испитаник/: координација со училиштата посебно со основните	1	/

Табела 6: Потреби на институциите

2. ПРИЛОГ 1

ПРАШАЛНИК ЗА ПРЕТСТАВНИЦИ ОД КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ

Прашалник за институции и организации од област на културата “Културните институции/организации и младите”

Ве молиме пополнетиот прашалник вратете го на: muzejnagradnegotino@gmail.com,
најдоцна до 22. Септември, 2021

I) ИНФОРМАЦИИ ЗА ИСПИТАНИКОТ

1. Име на институцијата/ организацијата:	
2. Прашалникот го пополнил/а (име, презиме, позиција):	

II) ПОСЕТЕНОСТ ОД СТРАНА НА МЛАДИ

3. Колку сте задоволни од интересот и посетеноста на настани организирани од вашата институција од страна на младите?

Ве молиме изберете 1 одговор и избришете ги останатите понудени одговори.

- многу задоволни
- делумно задоволни
- не можам да одлучам
- делумно незадоволни
- многу незадоволни

3.1. Ако избравте делумно незадоволни или многу незадоволни, зошто мислите дека младите се незаинтересирани и/или не ги посетуваат настаните на вашата институција?

Ве молиме изберете ги СИТЕ одговори кои се точни за Вас, а избришете ги оние кои не се во согласност со Вашето размислување. Ако има и други причини, Ве молиме ДОПИШЕТЕ ги.

- Младите се генерално незаинтересирани за култура и уметност.
- Содржината не е разбирлива за младите.
- Младите не можат да си ја дозволат цената на влезниците (скапи влезници за

нив).

- Содржините кои ги нудиме не се интересни за младите.
- Не сме се обиделе да ги таргетираме младите со специфични маркетинг методи.
- ДРУГО:
- ДРУГО:
- ДРУГО:

III) УЧЕСТВО

4. Дали вашата институција ги вклучува младите (со цел да дознае кои се нивните потреби или во што сакаат да учествуваат) при планирање на програми/активности?

Ве молиме изберете 1 одговор и избришете ги останатите понудени одговори.

- ДА
- НЕ
- Не знам

4.1. Ако одговоривте со ДА, Ве молиме објаснете како вашата институција ги вклучува младите и ги идентификува нивните потреби? (пр. анкета, фокус групи, др.?)

5. Какви методи на комуникација/маркетинг користите за да ги споделите информациите за вашите програми/настани со младите луѓе/публики?

IV) МЛАДИНСКИ И ЗА МЛАДИ

6. Како во вашата институција ги дефинирате младинските програми или програми за млади? Која е нивната цел / што сакате да постигнете со програмите наменети за младите?

7. Дали вашата институција спроведува било какви програми кои специфично ги таргетираат младите (15 – 29 години) моментално или во блиско минато?

** При тоа „таргетирање на младите“ не се однесува само на нивно таргетирање како публика за вашите културни производи, но исто така и за работилници, едукативни програми или слични активности кои целат кон давање допринос во развојот и активното учество на младата личност.*

Ве молиме изберете 1 одговор и избришете ги останатите понудени одговори

- ДА
- НЕ
- Не знам

7.1. Ако одговоривте со ДА, Ве молиме употребете ја табелата подолу за да дадете детални информации за програмите за млади кои ги спроведувате или сте ги спровеле во блиско минато.

Ве молиме ископирајте ја табелата онолку пати колку што имате програми за млади кои ги сметате за добри примери и практики.

Ве молиме не пополнувајте табела за поединечни настани (пр. за 1 концерт, за проекција на 1 филм и сл.).

ВАЖНА ЗАБЕЛЕШКА: Ако веќе имате постоечки документ каде се содржани бараните информации или истите се објавени на вашата веб страница, може да го прескокнете пополнувањето на тие делови од табелата, а да ни ги испратите соодветните документи или линкови. Сепак, Ве молиме погледнете ги сите прашања и дополнете онаму каде информации недостигаат во документот што ќе го прикачите.

Наслов на програмата:	
Која беше/е целната група на програмата? <i>Ако е познато, вклучете детали како број на опфатени млади, специфична возрастна група, други специфични карактеристики (пр. лица со попреченост, етнички заедници, или сл...)</i>	
Која беше целта на програмата; што сакавте да постигнете преку неа?	

<p>Времетраење на програмата? <i>Колку долго траеше спроведувањето; дали се спроведува континуирано; почетна – завршна дата...?</i> Ако програмата е завршена – зошто не е продолжена?</p>	
<p>Дали програмата е спроведувана само од вашата институција, или беа вклучени и партнери (други организации, институции, донатори...)?</p>	
<p>Кој ја спроведе програмата, т.е. работеше директно со младите? <i>(Пр. вработен(и) во институцијата, младински работник(ци), артист(и), други...?)</i></p>	
<p>Опис на програмата <i>Ве молиме вклучете детали како опис на активности и фреквенција, користени методи, иновативни елементи ако е апликативно за примерот, и сл.</i></p>	
<p>Кои се главните резултати постигнати со програмата?</p>	

<p><i>Ве молиме за Ваша опсервација, ако е возможно:</i></p> <p>Дали оваа програма допринесе кон подобрена комуникација помеѓу институцијата и младите и/или влијаеше кон зголемување на бројот на младите како публика за институцијата? Ве молиме објаснете.</p>	
<p>Ве молиме посочете на лице (име, телефонски број) кое е/било одговорно за програмата, и од кое би можеле да побараме дополнителни информации ако е потребно.</p>	

8. Дали сте запознати за програми за млади кои ги спроведуваат други сродни институции/ организации, а кои сметате се добар пример/ успешни, интересни, ефективни..?

Ако ДА, и, имате информации, Ве молиме споделете име на програмата и/или контакт информации (институција и контакт лице), како ние би можеле дополнително да истражиме за таа програма.

V) ПОТРЕБИ

9. Што би ви било потребно со цел да ја подобрите вашата работа со младите (на пр. да го зголемите нивниот интерес, да ги едуцирате, да ги мотивирате да посетуваат културни настани... итн)?

Ве молиме изберете ги СИТЕ одговори кои се точни за Вас, а избришете ги оние кои не се во согласност со Вашето размислување. Ако имате и други идеи, Ве молиме ДОПИШЕТЕ ги.

- *Соработка со младински организации и младински работници (лица квалификувани за работа со млади).*

- Соработка со неинституционални културни организации (здруженија, независни културни простори, артистички колективи...)
- Подобра координација со други институции од областа на културата.
- Подобра координација со другите локални/национални институции
- Поголем буџет алоциран за рекламирање/споделување на информации.
- Едукација за младинска работа.
- Поголема финансиска поддршка од локалните/националните власти.
- ДРУГО:
- ДРУГО:
- ДРУГО:

3. ПРИЛОГ 2

ПРАШАЊА ЗА ТЕЛЕФОНСКО ИНТЕРВЈУ СО КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ

- 1) Дали вашата институција спроведува посебни програми за млади (а) кои не се еднократни настани и (2) кои имаат едукативен карактер?

1.5) Ако ДА, дали имате користено он-лајн алатки за работа со млади?

- 2) Колку сте задоволни од посетата на вашите настани од страна на младите?

- 3) На кој начин ги информирате младите за вашите програми и настани?

