

K Z O M B U A N D I A K Ń A T

Warszawa, styczeń 2012

www.cbos.pl ● sekretariat@cbos.pl

BS/12/2012

EUROPEJSKI ROK

WOLONTARIATU 2011 -

PODSUMOWANIE



Europejski Rok Wolontariatu 2011



Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku
13 stycznia 2011 roku

Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Żurawia 4a, 00-503 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

W ubiegłym roku w krajach członkowskich UE obchodzony był Europejski Rok Wolontariatu 2011. Także w Polsce podejmowano zintensyfikowane działania na rzecz upowszechnienia idei bezinteresownej pomocy innym, niekoniecznie ludziom dobrze sobie znanym, oraz ulepszania ram organizacyjnych tego typu działalności. Ze względu na doniosłą rolę wolontariatu, jego znaczenia dla procesów kształtowania społeczeństwa obywatelskiego, podjęliśmy się swoistego monitoringu rezultatów zapoczątkowanej w połowie ubiegłego roku kampanii promującej wolontariat w Polsce. W ramach tej bardzo wstępnej oceny przeprowadziliśmy dwa badania. Pierwsze – w kwietniu 2011¹ – sprawdzające wiedzę i poziom społecznego zaangażowania Polaków przed rozpoczęciem intensywniejszych działań promocyjnych, oraz drugie – w grudniu 2011² – po kampanii. Czy i co zmieniło się przez ten czas w społecznej świadomości? Jakie są pierwsze efekty działań wspierających wolontariat?

SPÓŁECZNY ZASIĘG KAMPANII

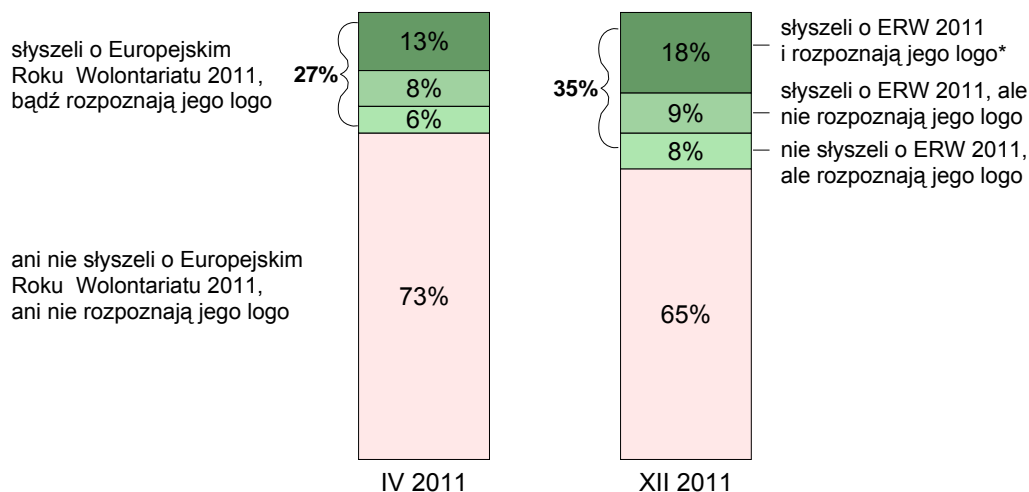
Pierwszym kryterium oceny kampanii upowszechniającej wolontariat jest określenie **zasięgu jej oddziaływania**.

W ciągu ośmiu miesięcy przybyło (o 8 punktów) osób twierdzących, że Europejski Rok Wolontariatu 2011 jest znaną im inicjatywą. W grudniowym pomiarze takie deklaracje składał co trzeci badany (35%), z czego największa część (18%) zarówno słyszała o obchodach ERW 2011, jak i rozpoznawała jego logotyp.

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (251) przeprowadzono w dniach 7 – 13 kwietnia 2011 roku na liczącej 1192 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski. Na podstawie wyników badania przygotowano dwa komunikaty opisujące rozumienie wolontariatu oraz rozmiary aktywności społecznej Polaków: „Aktywność społeczna Polaków – poziom zaangażowania i motywacje”, maj 2011 (oprac. N. Hipsz i K. Wądołowska), „Młody, bogaty, wykształcony, religijny – mit polskiego wolontariusza”, maj 2011 (oprac. G. Makowski).

² Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (259) przeprowadzono w dniach 1 – 8 grudnia 2011 roku na liczącej 950 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

RYS. 1. BADANI, KTÓRZY:



* Na podstawie odpowiedzi na dwa pytania kwestionariusza: „Czy słyszał(a) Pan(i) o Europejskim Roku Wolontariatu 2011?” i „Proszę spojrzeć na logo i powiedzieć, czy słyszał(a) Pan(i) o Europejskim Roku Wolontariatu 2011”

Oprócz większej rozpoznawalności Europejskiego Roku Wolontariatu na poziomie ogólnospołecznym ważne jest to, do jakich ludzi udało się dotrzeć, a także, w których grupach znajomość inicjatywy – ze słyszenia, bądź kojarzenia jej logo – jest częstsza. Wyniki ostatniego pomiaru wykazują, iż kampania trafiała częściej do osób podejmujących się w ostatnich dwunastu miesiącach pracy społecznej (46%). Jej odbiorcami okazały się w większym stopniu kobiety niż mężczyźni (40% wobec 30%), a także osoby w wieku produkcyjnym, żyjące w większych aglomeracjach, relatywnie lepiej wykształcone i dobrze sytuowane. W okresie intensyfikacji działań promocyjnych niemal we wszystkich kategoriach społeczno-demograficznych wzrósł odsetek badanych, którzy słyszeli o Europejskim Roku Wolontariatu 2011. Jedynymi grupami, w których nie odnotowano zmian są badani legitymujący się wykształceniem podstawowym oraz respondenci najmłodszy – w wieku 18–24 lata (spadek o 1 punkt).

Tabela 1

Badani, którzy słyszeli o Europejskim Roku Wolontariatu 2011 lub rozpoznają jego logo*:		Wskazania respondentów według terminów badań		Różnica
		IV 2011	XII 2011	(XII – IV)
		w procentach		
Ogółem		27	35	+8
Praca społeczna w ostatnich 12 miesiącach**	Aktywność	39	46	+7
	Brak aktywności	22	30	+8
Płeć	Mężczyźni	26	30	+4
	Kobiety	28	40	+12
Wiek	18–24 lata	36	35	–1
	25–34	30	40	+10
	35–44	28	32	+4
	45–54	26	38	+12
	55–64	27	43	+16
	65 lat i więcej	15	23	+8
Miejsce zamieszkania	Wieś	25	33	+8
	Miasto do 20 tys.	26	31	+5
	20–100 tys.	26	37	+11
	101–500 tys.	30	40	+10
	501 tys. i więcej mieszk.	31	38	+7
Wykształcenie	Podstawowe	24	24	0
	Zasadnicze zawodowe	23	35	+12
	Średnie	26	36	+10
	Wyższe	37	47	+10
Dochody na jedną osobę	Do 500 zł	31	35	+4
	501–750	21	37	+16
	751–1000	28	30	+2
	1001–1500	26	28	+2
	Powyżej 1500 zł	27	44	+17
Poglądy polityczne	Lewica	25	34	+9
	Centrum	26	38	+12
	Prawica	33	39	+6
	Trudno powiedzieć	20	28	+8
Udział w praktykach religijnych	Kilka razy w tygodniu	27	35	+8
	Raz w tygodniu	30	37	+7
	1–2 razy w miesiącu	20	36	+16
	Kilka razy w roku	25	30	+5
	W ogóle nie uczestniczy	22	35	+13

* Na podstawie sumy boolowskiej twierdzących odpowiedzi na dwa wymienione wcześniej pytania kwestionariusza

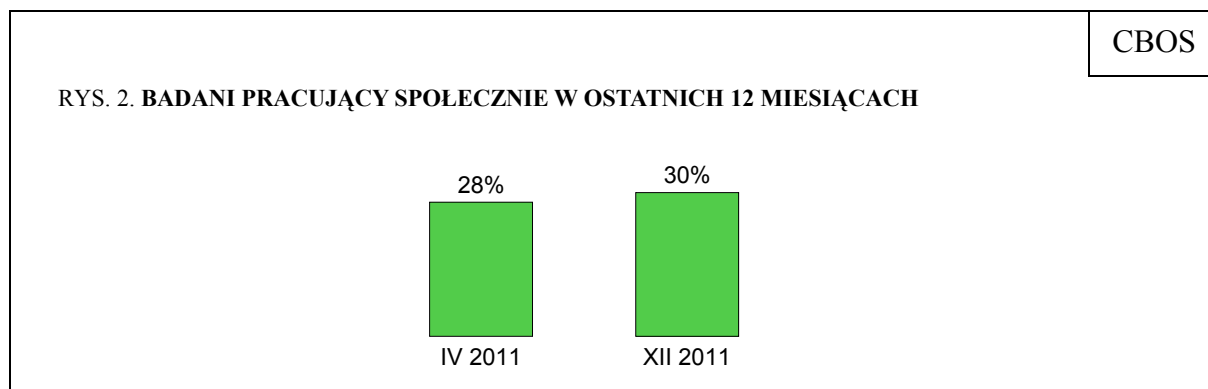
** Rozumiana jako deklaracja podejmowania w ostatnich 12 miesiącach dobrowolnych i nieodpłatnych działań na rzecz szerszej zbiorowości – indywidualnie lub w ramach organizacji; na podstawie sumy boolowskiej twierdzących odpowiedzi na dwa pytania kwestionariusza

SKUTECZNOŚĆ KAMPANII

Kolejnym kryterium oceny kampanii promującej wolontariat jest jej **skuteczność**, a więc zdolność wpływania na ludzi – kształtowania postaw i opinii, przekazywania wiedzy. Mimo że zmiany na płaszczyźnie behawioralnej i świadomościowej nie dokonują się z dnia na dzień, postanowiliśmy sprawdzić, czy w ciągu ostatnich miesięcy zmieniły się wartości wskaźników w tym zakresie.

AKTYWNOŚĆ SPOŁECZNA

W porównaniu z kwietniem nie zmieniła się istotnie liczba osób twierdzących, że w ostatnich miesiącach pracowały społecznie – w pierwszym badaniu zaangażowanie *pro publico bono* deklarowało 28% respondentów, w grudniu odsetek ten wzrósł do 30%.



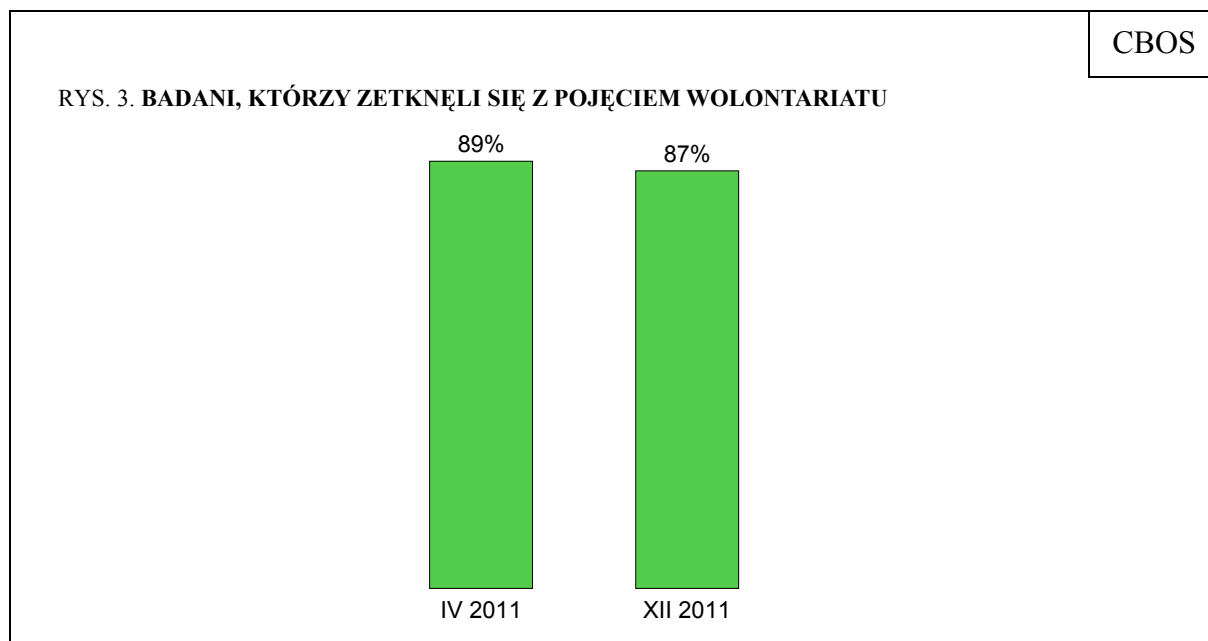
Osoby aktywne społecznie równie często podejmowały się działań indywidualnych (22%) jak i dobrowolnej, nieodpłatnej pracy w organizacjach, czy instytucjach (20%). Zaangażowanie w wolontariat bezpośredni utrzymywało się pod koniec roku na podobnym poziomie co w kwietniu (22%, wzrost o 2 punkty), w nieco większym stopniu przybyło natomiast osób twierdzących, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie więcej niż kilka razy zdarzało im się pracować społecznie w organizacjach (13%, wzrost o 4 punkty).

Tabela 2

Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy poświęcił(a) Pan(i) swój wolny czas na dobrowolną i nieodpłatną pracę:	Wskazania respondentów według terminów badań			
	IV 2011		XII 2011	
	w procentach			
– na rzecz społeczności, środowiska naturalnego lub miejscowości, w której Pan(i) mieszka? Chodzi o działania podejmowane indywidualnie , a nie w ramach jakiejś organizacji czy instytucji?				
Tak, wiele razy	6	20	6	22
Tak, kilka razy	11		13	
Tak, jeden raz	3		3	
Nie	80		78	
– w ramach jakiejś organizacji pozarządowej, instytucji, Kościoła czy innej organizacji?				
Tak, wiele razy	7	16	7	20
Tak, kilka razy	8		10	
Tak, jeden raz	1		3	
Nie	84		80	

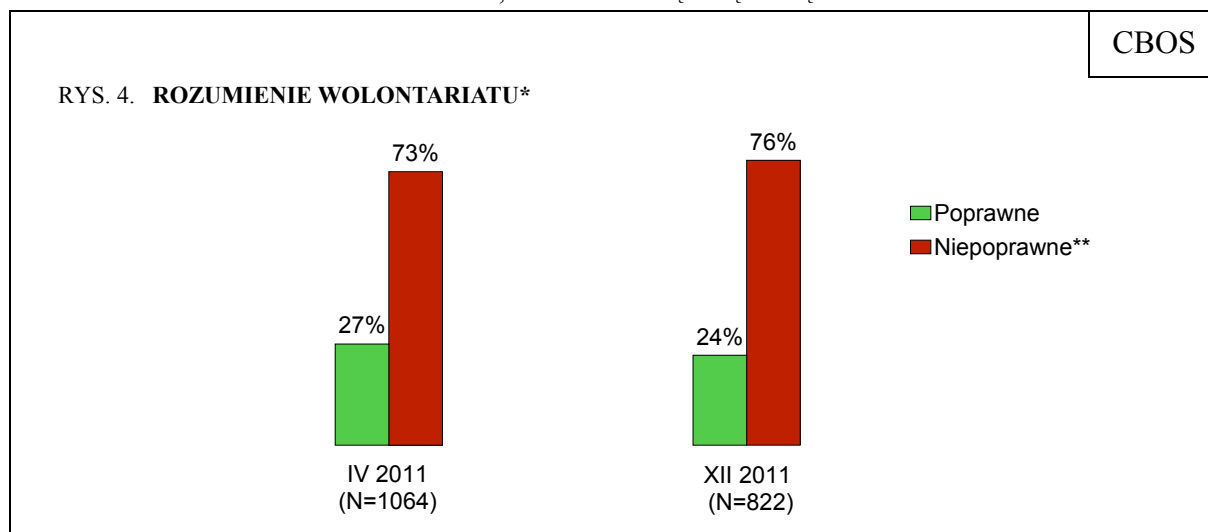
O WOLONTARIACIE I WOLONTARIUSZACH

Polacy powszechnie przyznają, iż pojęcie wolontariatu jest im znane (87%). W ciągu ośmiu miesięcy nie zmienił się znacząco odsetek osób twierdzących, że zetknęli się ze słowem „wolontariat” (spadek o 2 punkty, z 89%).



Europejski Rok Wolontariatu 2011 nie poskutkowało jak dotąd poszerzeniem wiedzy o pracy społecznej. Ankietowanych, którym pojęcie wolontariatu było znane, poprosiliśmy, by z listy różnych działań i zachowań wybrali najwyżej dwa, w ich odczuciu najlepiej oddające jego istotę. W obydwu badaniach w mniejszości były osoby, którym słowo „wolontariat” przywodziło na myśl trafne skojarzenia, czyli definiujące wolontariat jako dobrowolną i nieodpłatną pracę świadczoną na rzecz środowiska naturalnego, społeczeństwa lub środowiska lokalnego (osób spoza kręgu rodzinno-koleżeńskiego), podejmowaną na własną rękę, bądź w ramach organizacji lub instytucji publicznej. Tak na początku kampanii, jak i w jej fazie końcowej respondenci kojarzący wolontariat z aktywnościami będącymi w istocie pracą społeczną stanowili około jednej czwartej wszystkich osób rozpoznających to słowo (27% w kwietniu i 24% w grudniu).

WSKAZANIA RESPONDENTÓW, KTÓRZY ZETKNĘLI SIĘ Z POJĘCIEM WOLONTARIATU

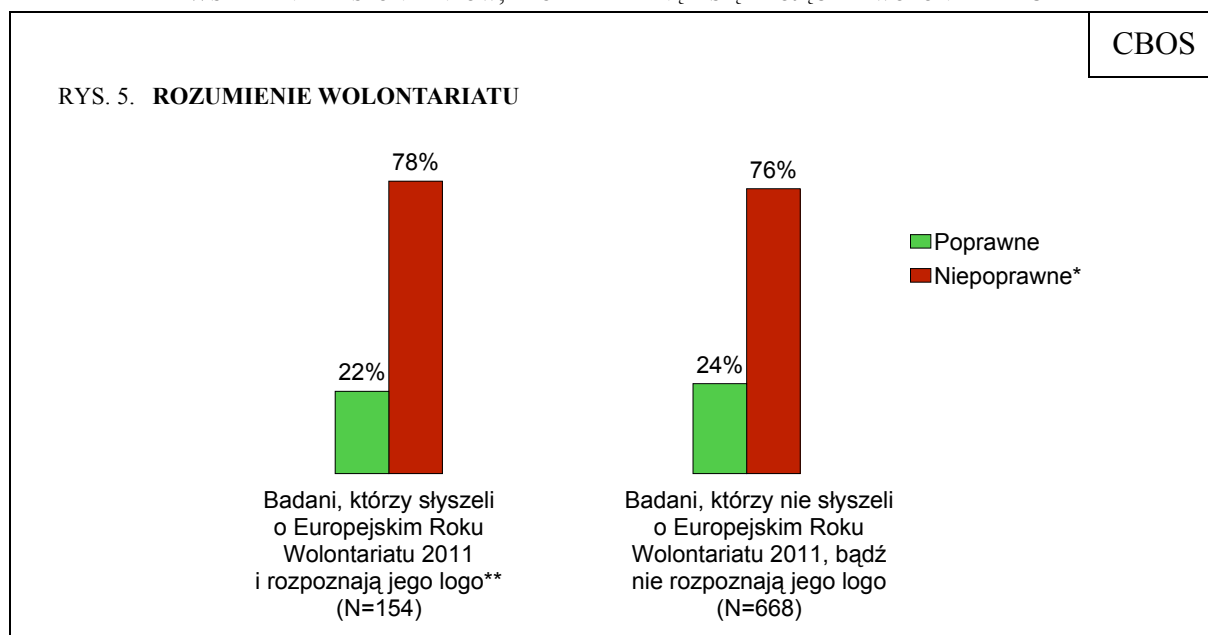


* Na podstawie odpowiedzi na dwa pytania kwestionariusza, w których respondenci wskazywali aktywności, ich zdaniem, najbardziej oddające ideę wolontariatu

** W tym brak odpowiedzi

Poprawnemu rozumieniu pojęcia wolontariatu nie sprzyja znajomość inicjatywy Europejskiego Roku Wolontariatu 2011 ani osobiste zaangażowanie w działalność społeczną. Nie powinno więc dziwić, że w gronie osób, którym zdarzyło się podejmować dobrowolnie i nieodpłatnie pracę na rzecz dobra wspólnego, tylko co czwarty ma świadomość, iż aktywność ta była formą wolontariatu, a on sam był wolontariuszem.

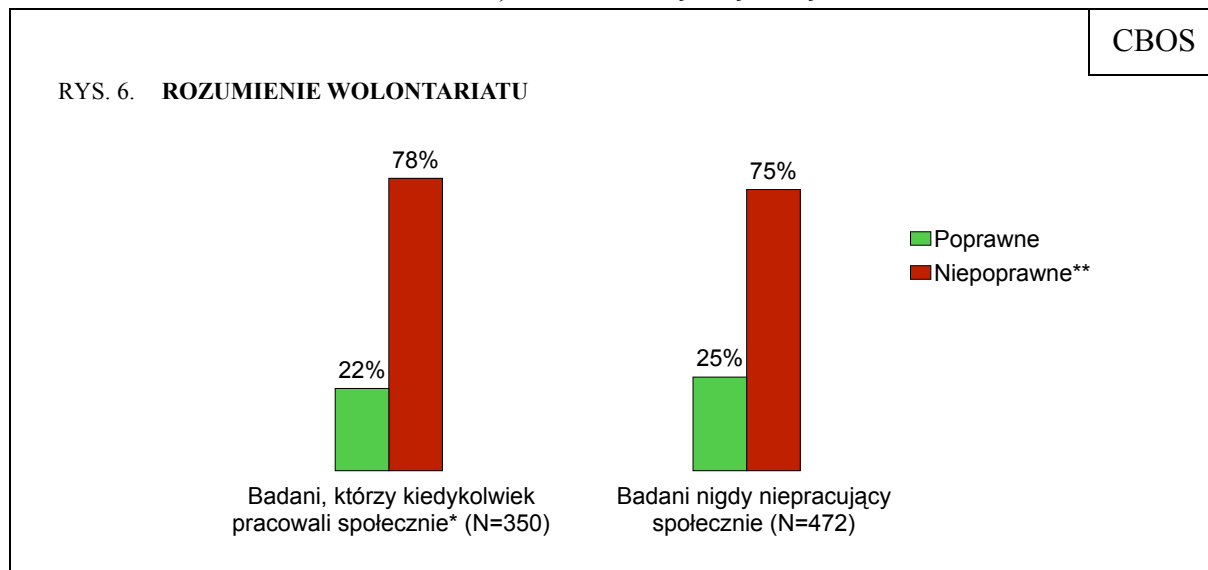
WSKAZANIA RESPONDENTÓW, KTÓRZY ZETKNĘLI SIĘ Z POJĘCIEM WOLONTARIATU



* W tym brak odpowiedzi

** Na podstawie odpowiedzi twierdzących na dwa pytania kwestionariusza: „Czy słyszał(a) Pan(i) o Europejskim Roku Wolontariatu 2011?” i „Proszę spojrzeć na logo i powiedzieć, czy słyszał(a) Pan(i) o Europejskim Roku Wolontariatu 2011”

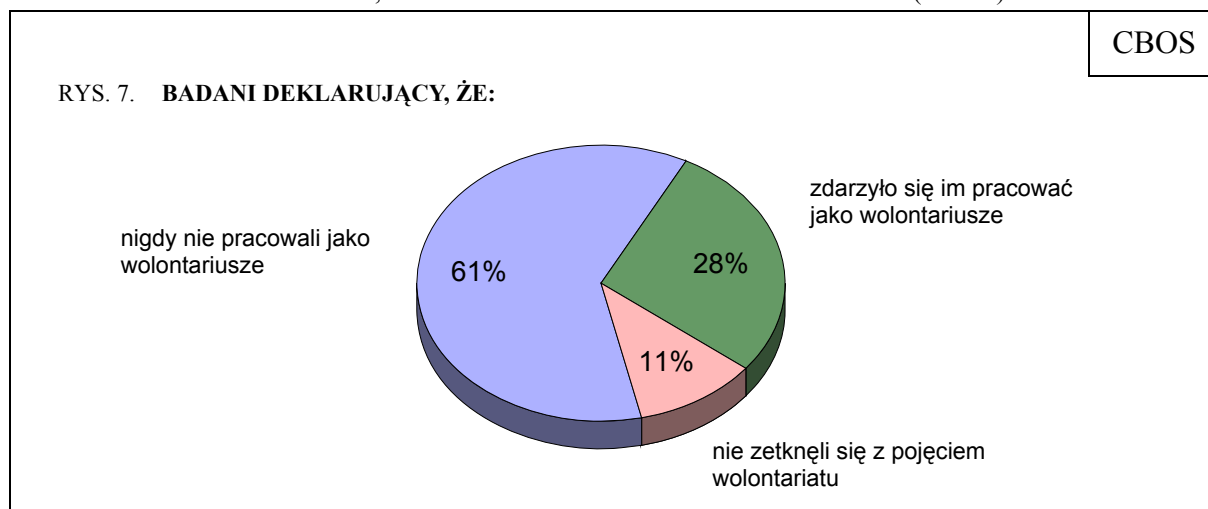
WSKAZANIA RESPONDENTÓW, KTÓRZY ZETKNĘLI SIĘ Z POJĘCIEM WOLONTARIATU



* Osoby deklarujące, że zdarzyło się im podejmować dobrowolne i nieodpłatne działania na rzecz szerszej zbiorowości – indywidualnie lub w ramach organizacji; na podstawie sumy boolowskiej twierdzących odpowiedzi na cztery pytania kwestionariusza

** W tym brak odpowiedzi

RESPONDENCI, KTÓRZY KIEDYKOLWIEK PRACOWALI SPOŁECZNIE (N=390)



W ciągu ośmiu miesięcy – od kwietnia do grudnia – przybyło Polaków pozytywnie postrzegających pracę społeczną. W drugim pomiarze, już wcześniej korzystny obraz osób angażujących się w taką działalność, jeszcze się polepszył. Umocniło się przekonanie, że wolontariuszami powodują pobudki altruistyczne (93%, od kwietnia wzrost o 5 punktów), istotnie więcej badanych sądziło też, że pracujący *pro publico bono* nie są naiwni, lecz patrzą trzeźwo na świat (82%, wzrost o 9 punktów). W obu przypadkach zmiana *in plus* nastąpiła przede wszystkim wskutek zmniejszenia odsetka respondentów niemających w tych sprawach wyrobionego zdania.

Tabela 3

Wolontariusze to na ogół osoby:	Wskazania respondentów, którzy zetknęli się z pojęciem wolontariatu według terminów badań	
	IV 2011 (N=1064)	XII 2011 (N=822)
	w procentach	
– bezinteresowne , działające dla dobra innych	88	93
– wyrachowane , działające dla własnej korzyści	2	2
– niekiedy bezinteresowne, niekiedy wyrachowane – to nie ma znaczenia	3	0
Trudno powiedzieć	7	5
– trzeźwo patrzące na świat	73	82
– naiwne , idealizujące rzeczywistość	8	8
– niekiedy trzeźwo patrzące na świat, niekiedy naiwne – to nie ma znaczenia	6	1
Trudno powiedzieć	13	9

Upowszechnienie się pozytywnej oceny wolontariuszy można do pewnego stopnia wiązać z działaniami kampanii Europejskiego Roku Wolontariatu 2011. Wprawdzie poprawa ich wizerunku nastąpiła także wśród osób niesłyszących o tych obchodach, jednak w gronie badanych, którzy wiedzieli o kampanii, zmiana ta była bardziej wyraźna.

Tabela 4

Wolontariusze to na ogół osoby:	Wskazania respondentów, którzy zetknęli się z pojęciem wolontariatu	
	Badani, którzy słyszeli o Europejskim Roku Wolontariatu 2011 i rozpoznają jego logo (N=154)	Badani, którzy nie słyszeli o Europejskim Roku Wolontariatu 2011, bądź nie rozpoznają jego logo (N=668)
	w procentach	
– bezinteresowne , działające dla dobra innych	97	93
– wyrachowane , działające dla własnej korzyści	1	2
– niekiedy bezinteresowne, niekiedy wyrachowane – to nie ma znaczenia	0	0
Trudno powiedzieć	2	5
– trzeźwo patrzące na świat	87	81
– naiwne , idealizujące rzeczywistość	8	8
– niekiedy trzeźwo patrzące na świat, niekiedy naiwne – to nie ma znaczenia	0	1
Trudno powiedzieć	5	10

„ZOSTAŃ WOLONTARIUSZEM, ZMIENIAJ SIEBIE I ŚWIAT”
– O KREOWANIU MODY NA WOLONTARIAT

Pozytywna opinia o wolontariacie może być, choć nie musi, pierwszym krokiem w kierunku popularyzacji pracy społecznej. Jak wynika z ostatniego badania, wolontariat nadal pozostaje zajęciem niezbyt popularnym. W grudniu trzy piąte respondentów (57%) deklarowało, że tego typu aktywność nie cieszy się w ich kręgach szczególnym uznaniem. O małej popularności pracy na rzecz dobra wspólnego mówili także ci, którzy podejmują się takich działań – tylko co czwarty badany w tej grupie (29%) twierdził, że wolontariat jest w jego środowisku modnym zajęciem.

WSKAZANIA RESPONDENTÓW, KTÓRZY ZETKNĘLI SIĘ Z POJĘCIEM WOLONTARIATU

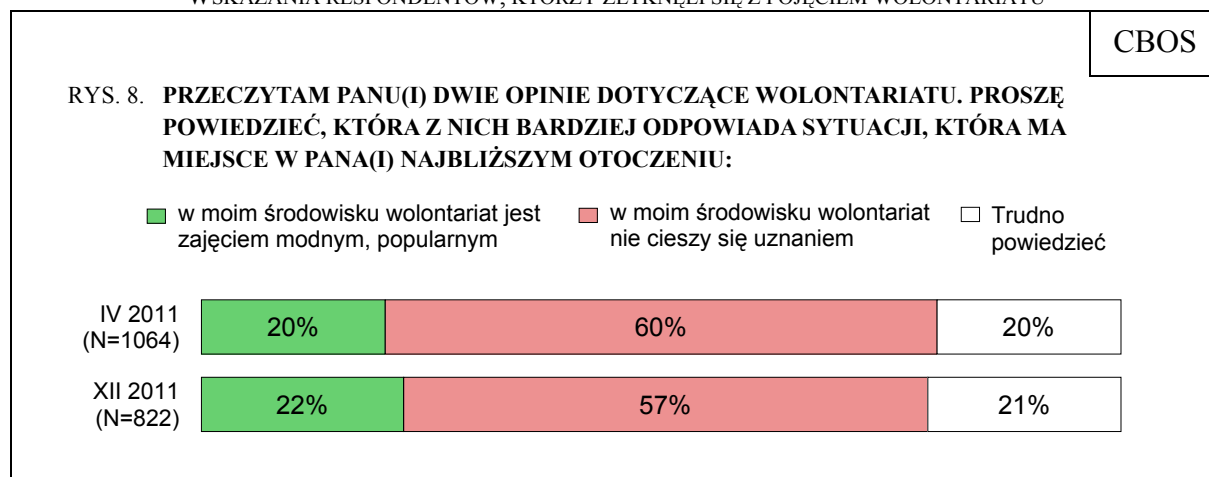


Tabela 5

Przeczytam Panu(i) dwie opinie dotyczące wolontariatu. Proszę powiedzieć, która z nich bardziej odpowiada sytuacji, która ma miejsce w Pana(i) najbliższym otoczeniu:	Badani, którzy w ostatnich 12 miesiącach pracowali społecznie* (N=287)	Badani, którzy w ostatnich 12 miesiącach nie pracowali społecznie (N=663)
	w procentach	
– w moim środowisku wolontariat jest zajęciem modnym, popularnym	29	19
– w moim środowisku wolontariat nie cieszy się uznaniem	54	58
Trudno powiedzieć	17	23

* Osoby deklarujące, że w ostatnich 12 miesiącach podejmowały dobrowolne i nieodpłatne działania na rzecz szerszej zbiorowości – indywidualnie lub w ramach organizacji; na podstawie sumy boolowskiej twierdzących odpowiedzi na dwa pytania kwestionariusza



Mimo krótkiego czasu, jaki upłynął od zakończenia ubiegłorocznej kampanii promującej wolontariat, już dziś można powiedzieć, że odbiła się ona dość szerokim echem w społeczeństwie. O Europejskim Roku Wolontariatu 2011 w końcowej fazie jego obchodów wiedziało około jednej trzeciej dorosłych Polaków. To więcej niż w kwietniu, kiedy działania promocyjne rozpoczęły się na dobre. Dotarcie do dużej części społeczeństwa jest niewątpliwym sukcesem koordynatorów tego przedsięwzięcia, wiadomo jednak, że nie sama jego rozpoznawalność była głównym ich celem.

Jednym z krajowych priorytetów Roku było kreowanie mody na wolontariat³ – upowszechnianie wiedzy, kształtowanie postaw. Podczas ośmiu miesięcy dzielących oba nasze badania poprawił się wprawdzie społeczny odbiór wolontariuszy, nie zanotowaliśmy jednak istotnych zmian w poziomie wiedzy i rozmiarach społecznego zaangażowania Polaków – w dalszym ciągu tylko co czwarty badany wie, na czym polega wolontariat, a co trzeci angażuje się w pracę na rzecz dobra innych. Choć do mody na wolontariat jest naszemu społeczeństwu daleko, to jednak grudniowe wyniki nie powinny nastrajać pesymistycznie. Przemiana świadomości i postaw wymaga bowiem czasu, a sam czas – co wykazuje długofalowy monitoring wskaźników w tym obszarze – na ogół sprzyja rozbudzeniu w Polakach chęci społecznego działania.

Opracowała
Natalia HIPSZ

³ Por.: http://erw2011.gov.pl/static/upload/materialy_do_pobrania/pd_erw_2011_kse.pdf (dostęp: 20.01.2012r.)