

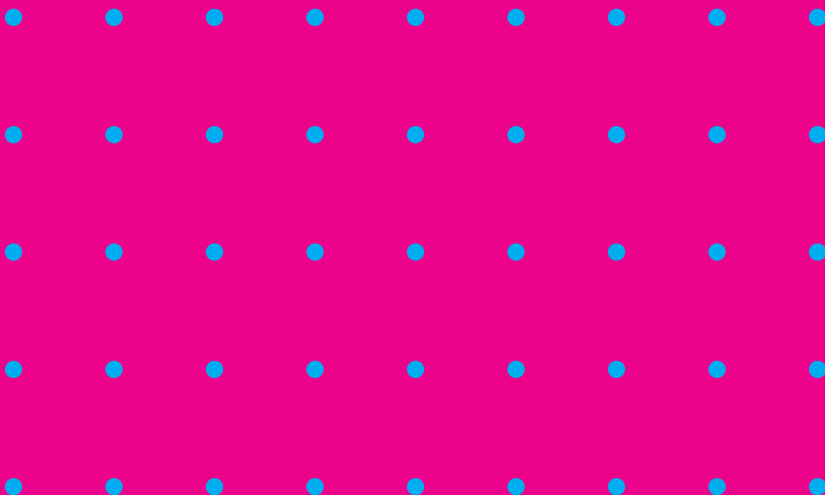
3w*

* WARTO
WIEDZIEĆ
WIĘCEJ

BADANIA
ORGANIZACJI
POZARZĄDOWYCH

WOŁONTARIAT, FILANTROPIA I 1% RAPORT Z BADAŃ 2006

Jan Herbst, Marta Gumkowska



3w* 001, 2007

WOŁONTARIAT, FILANTROPIA I 1% RAPORT Z BADAŃ 2006

Autorzy: Jan Herbst, Marta Gumkowska (Stowarzyszenie Klon/Jawor)

3w* 001, 2007

SPIS TREŚCI

I. WSTĘP I SŁOWNICZEK UŻYWANYCH POJĘĆ	3
II. PODSTAWOWE FAKTY O WOŁONTARIACIE, FILANTROPII I 1% W 2006 ROKU	6
III. WPROWADZENIE DO WYNIKÓW BADAŃ	9
IV. ROZPOZNAWALNOŚĆ ORGANIZACJI SPOŁECZNYCH I KORZYSTANIE Z ICH USŁUG	11
V. WOŁONTARIAT, FILANTROPIA I CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH W 2006 ROKU	14
1. Wolontariat w organizacjach pozarządowych	14
2. Darowizny na rzecz organizacji pozarządowych	20
3. Motywacje i sposoby podejmowania decyzji o przekazaniu darowizny oraz poświęceniu czasu	24
4. Dlaczego Polacy nie angażują się w działania społeczne?	27
5. Wolontariat w Europie	28
6. Członkostwo w organizacjach	30
7. Kim są wolontariusze, darczyńcy i członkowie organizacji (społeczno- demograficzne uwarunkowanie zaangażowania społecznego Polaków)	33
8. Inne działania obywatelskie	41
VI. KORZYSTANIE Z MECHANIZMU 1% W 2006 ROKU	46
1. Skłonność Polaków do alokacji 1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego	46
2. Dlaczego Polacy nie chcą przekazywać 1%?	51
VII. OPINIE O ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH, AKTYWNOŚCI SPOŁECZNEJ POLAKÓW I ICH GOTOWOŚCI DO POMOCY INNYM	54
1. Opinie Polaków o organizacjach pozarządowych	54
2. Zaufanie i gotowość do pomocy innym	58
3. Zaufanie do organizacji pozarządowych i innych instytucji publicznych	65

© Stowarzyszenie Klon/Jawor

Przedruki lub przenoszenie całości lub części tej publikacji na inne nośniki
możliwe wyłącznie za zgodą właścicieli praw autorskich.

Autor:

Jan Herbst, Marta Gumkowska (Stowarzyszenie Klon/Jawor)

Raport z badania Omnibus wykonanego przez firmę SMG/KRC A Millward Brown Company
w dniach 17–21 listopada 2006 roku na losowej reprezentatywnej próbie 1007 dorosłych
Polaków

Badanie zrealizowane na zlecenie Stowarzyszenia Klon/Jawor (w ramach Programu Trzeci
Sektor finansowanego przez Trust for Civil Society in Central & Eastern Europe i Fundację im.
Stefana Batorego) i Stowarzyszenia Centrum Wolontariatu w Warszawie.

Opracowanie danych: Stowarzyszenie Klon/Jawor

Niniejsza publikacja powstała z zachowaniem wszelkiej staranności o rzetelność,
jednak wydawca nie ponosi odpowiedzialności za skutki zastosowania się do porad
zamieszczonych w broszurze lub posłużenie się wzorami udostępnionych dokumentów.

Niniejsza publikacja została wydana w ramach Programu Trzeci Sektor finansowanego
ze środków Trust for Civil Society in Central & Eastern Europe i Fundacji im. Stefana
Batorego.

83-60337-38-1
978-83-60337-38-7

Warszawa 2007



I. WSTĘP I SŁOWNICZEK UŻYWANYCH POJĘĆ

Broszura, którą przekazujemy w Państwa ręce, jest siódmą w serii „Warto Wiedzieć Więcej – Badania organizacji pozarządowych”¹. Przedstawiamy w niej wyniki badania wolontariatu, filantropii i członkostwa Polaków w różnego typu inicjatywach społecznych i grupach – od organizacji pozarządowych po zrzeszenia o charakterze religijnym – a także deklarowanej gotowości przekazywania 1% podatku dochodowego na rzecz organizacji.

Badanie, którego wyniki są tu prezentowane, zostało przeprowadzone na reprezentatywnej próbie 1007 Polaków w dniach 17-21 listopada 2006 roku przez firmę SMG/KRC A Millward Brown Company (w ramach badania typu Omnibus) na zlecenie Stowarzyszenia Klon/Jawor (w ramach Programu Trzeci Sektor finansowanego przez Trust for Civil Society in Central & Eastern Europe i Fundację im. Stefana Batorego) i Stowarzyszenia Centrum Wolontariatu w Warszawie.

Badanie wolontariatu i filantropii zostało przeprowadzone w 2006 roku po raz szósty. Raporty z poprzednich badań, realizowanych jesienią 2001, 2002, 2003, 2004 i 2005 roku, znajdują się na stronie www.badania.ngo.pl. Regularność prowadzenia badań realizowanych w oparciu o podobną metodologię pozwala obserwować zmiany zaangażowania społecznego Polaków.

Dane uzyskane w badaniu ukazują obraz wolontariatu i filantropii w Polsce 2006 roku. Raport odpowiada na podstawowe pytania, takie, jak: „ilu Polaków przekazało pieniądze lub poświęciło swój czas na działania społeczne w ciągu ostatniego roku?”, „jakie organizacje lub ruchy społeczne i religijne Polacy wsparli?”, „jaką sumę pieniędzy przekazali, aby im pomóc?”, „ile czasu poświęcili na pracę wolontarystyczną?” itd. Omówione zostały w nim również deklarowane przez Polaków motywacje zaangażowania w pracę społeczną, jak też powody nieangażowania się w wolontariat i filantropię. Badanie samego wolontariatu i filantropii jak co roku uzupełnione zostało pytaniami o opinie o organizacjach pozarządowych i ich roli w rozwiązywaniu ważnych problemów społecznych oraz o przynależność członkowską. Ważnym elementem raportu jest też analiza funkcjonowania, wprowadzonego w Ustawie o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, mechanizmu umożliwiającego przekazanie 1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego. Dorośli Polacy zostali spytani o znajomość tego rozwiązania i o to, czy skorzystali z niego w 2006 roku, a także o plany związane z korzystaniem z tego mechanizmu w roku 2007.

Jednak wolontariat, filantropia, członkostwo w organizacjach czy skłonność do przekazania na ich rzecz 1% podatku, to nie jedyne aspekty szeroko rozumianej „obywatelskości”, którymi zajmujemy się w raporcie. Ciekawe wnioski płyną z badań międzynarodowych, przede

¹ Dotychczas ukazały się cztery broszury prezentujące wyniki badań wolontariatu, filantropii i skłonności do przekazania 1% podatku (z 2002, 2003, 2004 i 2005 roku), a także trzy raporty z badań organizacji pozarządowych – „Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych” (z 2002, 2004 i 2006 roku).

wszystkim European Social Survey z końca roku 2004 i 2002 (dane o różnych formach społecznego zaangażowania, a także poziomie zaufania do innych) oraz międzynarodowych badań zaufania do instytucji publicznych z roku 2005 (koordynowanych przez GlobalScan Incorporated). Są one istotnym uzupełnieniem wyników badania realizowanego przez Stowarzyszenie Klon/Jawor, nie tylko ze względu na rozszerzenie zakresu badanych postaw obywatelskich, ale także z powodu ich porównawczego, międzynarodowego charakteru.

SŁOWNICZEK

* **Wolontariat** – Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu sformułowało definicję wolontariatu, której podstawą było kilkuletnie doświadczenie w pracy z wolontariuszami oraz liczne kontakty z organizacjami europejskimi i amerykańskimi. Według niej „wolontariat to bezpłatne, dobrowolne, świadome działanie na rzecz innych, wykraczające poza więzi rodzinno-koleżeńsko-przyjacielskie”.

Obecnie „wolontariat” i „wolontariusz”, dzięki Ustawie o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie z dnia 24 kwietnia 2003 roku, są już pojęciami prawnymi. Ustawa definiuje „wolontariusza” jako osobę fizyczną, która wykonuje świadczenia dobrowolnie i bez gratyfikacji materialnej na rzecz organizacji pozarządowych, organów administracji publicznej i podległych im jednostek organizacyjnych. **Praca wolontarystyczna bywa używana wymiennie ze sformułowaniem praca społeczna, ochotnicza.**

W prezentowanym tu badaniu wolontariat to nieodpłatne, dobrowolne poświęcenie czasu na pracę społeczną w organizacjach pozarządowych, ruchach społecznych i religijnych. Tak więc idea dobrowolności i nieodpłatności pracy są zgodne z obydwojma przedstawionymi wyżej definicjami, natomiast grupa instytucji, na rzecz których można pracować wolontarystycznie, nie pokrywa się w badaniu z tymi wymienionymi w ustawie. Nie pytaliśmy respondentów o ich nieodpłatne zaangażowanie w instytucjach państwowych, zaś na liście organizacji pozarządowych – oprócz takich rozumianych w myśl ustawy, znalazły się dodatkowo ruchy religijne, wspólnoty parafialne i misje, ruchy polityczne (inne niż zarejestrowane partie polityczne) oraz ruchy społeczne, akcje o powszechnym zasięgu i kampanie. W raporcie wolontariuszami nazywani są wszyscy, którzy w ciągu ostatniego roku poświęcili nieodpłatnie czas na pracę w organizacji społecznej.

* **Filantropia** to działalność osób bądź instytucji, polegająca na bezinteresownym udzielaniu pomocy finansowej lub materialnej potrzebującym. Filantropia bywa używana wymiennie ze sformułowaniem dobroczynność lub działalność charytatywna.

Filantropami lub **darczyńcami** są w raporcie nazywani wszyscy, którzy w ciągu ostatniego roku dobrowolnie przekazali pieniądze lub dary rzeczowe na rzecz organizacji pozarządowych, ruchów społecznych lub religijnych.

* **Alokacja 1% podatków** – możliwość przekazywania 1% podatku dochodowego przez osoby fizyczne na rzecz organizacji pożytku publicznego wprowadzona przez Ustawę o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

UWAGI METODOLOGICZNE

Badanie przeprowadzono na reprezentatywnej próbie 1007 Polaków. Statystyczny błąd oszacowania wyników badania na takiej próbie wynosi ok. ± 3 .

Krótkiego komentarza wymaga informacja, że dane przedstawione w tej broszurze podsumowują wolontarystyczne czy filantropijne skłonności Polaków „w 2006 roku”. Stwierdzenie takie jest swego rodzaju uproszczeniem. Badanie było realizowane w połowie listopada, zaś większość pytań dotyczyła podjęcia lub niepodjęcia jakiejś aktywności w „ostatnim roku”. Oznacza to, że podczas badania pytaliśmy tak naprawdę o dwa ostatnie miesiące 2005 roku i dziesięć miesięcy roku 2006 (od stycznia do listopada). Zdecydowaliśmy jednak, że jesteśmy uprawnieni do opisywania wyników badania jako odnoszących się do roku 2006. Decyzja ta podyktowana była przede wszystkim chęcią zwiększenia czytelności tekstu. Ponadto należy pamiętać, że w badaniu odwołujemy się do ludzkiej pamięci, dlatego też okres, o którym mówią respondenci jest rokiem „w przybliżeniu”, a nie dokładnie okresem dwunastu miesięcy. Z całą pewnością większe zaufanie można mieć do dokładności odtworzenia w pamięci respondentów okresu „ostatniego miesiąca” (pytanie o ostatni miesiąc ma na celu doprecyzowanie czasu poświęconego na wolontariat).



II. PODSTAWOWE FAKTY O WOLONTARIACIE, FILANTROPII I 1% W 2006 ROKU

WOLONTARIAT

> W 2006 roku 21,9%, czyli ok. 6,6 mln dorosłych Polaków, poświęciło swój czas na bezpłatną pracę na rzecz innych. Choć to 2 razy więcej niż jeszcze w roku 2001, w tym roku po raz pierwszy od dawna rozwój wolontariatu uległ zahamowaniu.

> **Kim są wolontariusze?** W pracę społeczną nieco częściej angażują się **kobiety** (w ostatnim roku w wolontariat zaangażowało się 24% z nich, w porównaniu do 20% wśród mężczyzn). Najwięcej wolontariuszy jest wśród osób z **wyższym wykształceniem**. Tak jak w poprzednich latach, w 2006 roku najczęściej w wolontariat angażowały się **osoby młode**, (studenci i uczniowie). Zdecydowanie rzadziej były to osoby **powyżej 55 roku życia**. Wolontariat częściej podejmują także **pracujący zawodowo**, zaś rzadziej emeryci i renciści. Popularność wolontariatu jest wyraźnie zróżnicowana regionalnie – w Polsce zachodniej oraz południowej tego typu działania deklaruje się znacznie częściej niż w Polsce wschodniej, północnej i centralnej.

> **Komu pomagają?** Wolontariusze najczęściej wspierają swoją pracą:

- organizacje i grupy pomagające najuboższym
- organizacje i ruchy religijne, parafialne
- organizacje i grupy działające w sferze edukacji i wychowania

> **Dlaczego to robią?** Najczęstszym powodem pracy społecznej są dla wolontariuszy ich **moralne, religijne i polityczne przekonania** (mówi o nich 50% respondentów). 27% angażuje się w wolontariat, licząc na **odwzajemnienie pomocy w przyszłości**. 21% podjęło pracę społeczną ze względu na **zainteresowania i przyjemność** z jej wykonywania. Mniej więcej tyle samo osób twierdzi, że poświęciło swój czas na rzecz innych, ponieważ nie potrafi odmawiać.

> **Ile czasu pracują?** Nie zwiększa się liczba Polaków zaangażowanych w pracę wolontariacką. Nie zwiększa się także liczba godzin na nią poświęcanych – tylko co dziesiąty wolontariusz przepracował społecznie w ostatnim roku więcej niż **19 dni roboczych** (150 godzin).

FILANTROPIA

> W 2006 roku 31,5%, czyli ok. 9,5 mln dorosłych Polaków przekazało pieniądze lub dary rzeczowe na rzecz organizacji pozarządowych, grup, ruchów społecznych lub religijnych. Oznacza to **znaczący spadek** (o 10 punktów procentowych) w stosunku do 2005 roku, kiedy finansowe lub rzeczowe wsparcie dla organizacji i ruchów społecznych zadeklarowało 41,8% Polaków. W dłuższej perspektywie, wynik ten należy interpretować jako powrót do sytuacji z roku 2003 – odsetek darczyńców wyniósł wówczas 33,4%.

> **Kim są darczyńcy?** W filantropię angażują się częściej:

- osoby z **wyższym wykształceniem** (wśród osób po studiach prawie co druga udzieliła wsparcia finansowego organizacjom, w porównaniu do ok. 20% wśród osób z wykształceniem podstawowym)

- osoby poniżej **55 roku życia** (w filantropię angażowała się 1 na 4 osoby powyżej 55 roku życia i 1 na 3 osoby poniżej tej granicy wiekowej)
- **Osoby z Polski południowo-wschodniej i południowej** (ok. 40% deklarujących wsparcie finansowe organizacji lub grup, w porównaniu do ok. 20-25% w Polsce północnej i wschodniej)

> **Komu pomagają?** Polacy najczęściej wspierają finansowo:

- organizacje pomagające najuboższym lub bezdomnym (16,7%)
- organizacje i ruchy religijne, parafialne (7,3% – o 4 punkty procentowe mniej niż w zeszłym roku)
- organizacje zajmujące się pomocą ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i zagranicą (5% – dwukrotnie rzadziej niż w roku 2005)

> **Dlaczego to robią?** Najważniejszą motywacją zaangażowania w filantropię jest **przekonanie, że innym powinno się pomagać**, płynące z moralnych, religijnych lub politycznych pobudek (mówi o nim blisko 55% darczyńców). Motywacją dla prawie 30% badanych była nadzieja, że w razie kłopotów będą mogli liczyć na podobną pomoc. 20% stwierdziło, że po prostu nie potrafi odmawiać. Z kolei wśród bezpośrednich bodźców, które decydują o zaangażowaniu w działania filantropijne najczęściej wskazywane były **kampanie w środkach masowego przekazu** (wpłynęły na decyzję 22% darczyńców) oraz **bezpośrednie prośby o udzielenie wsparcia** od osób reprezentujących jakąś organizację lub grupę (wskazało je 22%).

> **Ile dają?** Połowa darczyńców wsparła organizację kwotą nie większą niż 50 zł. Co czwarty (26%) przekazał w ostatnim roku między 50 a 200 zł. Niemal trzykrotnie zmniejszył się w stosunku do ostatniego roku odsetek osób deklarujących **darowizny większe niż 200 zł** – w 2005 roku było ich 12,8%, zaś w roku 2006 – tylko 4,5%. Prawie 20% badanych nie potrafiło lub nie chciało określić, jakiego rzędu kwotami wsparli organizację.

> **Jak przekazują pieniądze?** Od 2002 do 2006 roku odsetek darczyńców, którzy przekazali darowiznę za pomocą SMS-a lub Audiotele wzrósł ponad pięciokrotnie (w roku 2002 roku z metody tej korzystało 4%, a w 2006 24% darczyńców). Cały czas jednak najpopularniejszą metodą wspierania organizacji jest **bezpośrednie przekazanie pieniędzy do puszek/skarbonki na ulicy lub w organizacji** – odsetek przekazujących pieniądze tą metodą zmniejszył się nieznacznie, jednak cały czas wybiera ją 64% darczyńców. 38% Polaków decydowało się na **bezpośrednie przekazanie pieniędzy osobie potrzebującej**. Ok. 13% uczestniczy w aukcjach charytatywnych lub kupuje przedmioty, z których dochód przeznaczony jest na cele społeczne. 6% darczyńców przekazało pieniądze za pomocą **przekazu bankowego lub pocztowego**.

MOŻLIWOŚĆ PRZEKAZANIA 1% PODATKU

> **Ilu Polaków słyszało o 1%?** W listopadzie 2006 roku, niemal trzy lata po wejściu w życie rozwiązania umożliwiającego przekazanie 1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego, co drugi Polak zadeklarował, że słyszał o tej możliwości – to o 20% więcej niż w 2004 roku, ale zaledwie 3,5% więcej niż w roku 2005. Wygląda więc na to, że w ciągu ostatniego roku informacja o istnieniu mechanizmu 1% nie dotarła do zdecydowanej większości z tych, którzy dotąd o nim nie wiedzieli. Dla porównania: na Słowacji (według

badan z 2002 roku), półtora roku po wprowadzeniu tego mechanizmu, o możliwości przekazania 1% słyszało 70% obywateli tego kraju.

> **Ilu Polaków przekazało 1% podatku w 2006 roku?** Jak wynika z danych Ministerstwa Finansów w 2006 roku (rozliczając się za rok 2005) z możliwości przekazania 1% podatków skorzystało ok. **4,85% ogółu podatników**. Oznacza to, że w ciągu ostatniego roku liczba podatników korzystających z mechanizmu 1% wzrosła o ok. **70%** (z 676 912 do 1 148 255 osób). Jednak w porównaniu do innych państw, w których od dawna funkcjonują podobne rozwiązania, wypadamy wciąż bardzo słabo. Na Węgrzech, gdzie 1% (od kilku lat 2%) można przekazywać już od 10 lat, z opcji tej skorzystała w 2005 roku 1/3 podatników, wspierając w ten sposób prawie 25 tysięcy organizacji społecznych.

– Pieniądze, które trafiły do organizacji pożytku publicznego w 2006 roku **to prawie 21% (20,8%) całkowitej kwoty, która mogłaby do nich trafić**, gdyby wszyscy podatnicy skorzystali z przysługującego im prawa przekazania 1% podatku. W zeszłym roku odsetek ten był mniejszy, i wyniósł **14%**.

– Jednak kwota, którą przekazali podatnicy organizacjom pożytku publicznego w roku 2006 (62 mln złotych) jest o **połowę większa**, niż ta pochodząca z 1% w 2005 roku, i **6 razy większa** niż w roku 2004, kiedy to 1% podatku można było przekazywać po raz pierwszy.

> **Dlaczego Polacy nie przekazali 1% w 2005 roku?** Na to pytanie odpowiadali tylko ci respondenci, którzy zadeklarowali, że przed badaniem słyszeli o mechanizmie 1%. Oto najczęściej wymieniane powody:

- uważają, że zbyt dużo z tym zachodu, formalności (19% – o 8% więcej niż w zeszłym roku)
- nie mieli żadnych dochodów, nie rozliczali się z fiskusem (16%)
- nie wiedzieli, jak to zrobić (14%)
- osiągnęli zbyt niskie dochody, żeby ktoś miał z tego rzeczywisty pożytek (13%)
- nie interesują się tym, nie czują takiej potrzeby (12%)

> **Ilu Polaków deklaruje, że przekaze 1%?** To, że połowa Polaków słyszała o mechanizmie 1% nie oznacza, że wszyscy oni planują skorzystać z tej możliwości. W listopadzie 2006 roku tylko **18% Polaków zadeklarowało, że to zrobi** (w tym 15,2% bezwarunkowo, a kolejne 2,8% pod pewnymi warunkami). To o 5% mniej niż jeszcze rok temu, co wskazuje, że w bieżącym roku po raz pierwszy od czasu wprowadzenia mechanizmu 1% liczba korzystających z niego podatników może się zmniejszyć. Aż **26% Polaków** spełniających podstawowy warunek skorzystania z możliwości 1% (rozliczanie się z fiskusem wg skali podatkowej), deklaruje, że **nie zamierza podzielić się swoim podatkiem**. Dodatkowe **16%** nie robi tego, ponieważ nie odprowadza podatku, zaś kolejne 1,7% – ponieważ odprowadza go w formie ryczałtowej. **39% respondentów zastanawia się nad skorzystaniem z opcji 1%.**

> **Kto planuje przekazać 1% w tym roku?** Gotowość skorzystania z mechanizmu 1% **rośnie wraz z wykształceniem**. W grupie osób z wykształceniem podstawowym deklaruje ją tylko 10% respondentów, średnim ok. 18,5%, zaś wśród osób z wykształceniem wyższym 32,5%. Najrzadziej chęć przekazania 1% podatku deklarują osoby w wieku 35-45 lat, a także w wieku powyżej 55 lat (co jest o tyle zrozumiałe, że w przypadku emerytów i rencistów wymagałoby to samodzielnego wypełnienia PIT).



III. WPROWADZENIE DO WYNIKÓW BADAŃ

Tegoroczne badanie wolontariatu, filantropii i aktywności w organizacjach w Polsce jest już szóstym, kolejnym badaniem tego typu przeprowadzonym przez Stowarzyszenie Klon/Jawor. Spójna, niezmienna metodologia, według której jest realizowane, umożliwiła rzetelną analizę trendów związanych z przemianami różnych form uczestnictwa w życiu społecznym. W tym roku, spojrzenie na wyniki badania przynosi pewien niepokój, tym większy, im bardziej zagłębialiśmy się w uzyskane w nim dane, docierając do coraz to nowych sygnałów, że – mówiąc najogólniej i najprościej – coś się zmieniło. Po raz pierwszy bowiem od dawna nie mamy do czynienia ze wzrostem popularności wolontariatu lub skłonności do zachowań filantropijnych w polskim społeczeństwie. Samo to zresztą nie byłoby być może wystarczającym uprawnieniem dla alarmistycznych komentarzy – w końcu nieznaczne wahania słupków i linii na wykresach opisujących poziom aktywności społecznej są w badaniach sondażowych zjawiskiem powszednim. Problem jednak w tym, że w roku 2006 trudno byłoby nazwać te wahania nieznacznymi. Nie dlatego nawet, że zdecydowanie różnią się od wyników uzyskanych rok wcześniej – choć niekiedy, jak np. w przypadku danych o filantropii czy o opiniach na temat aktywności społecznej i obywatelskiej różnią się w sposób pozostawiający niewiele miejsca na interpretacyjne spory. Jeśli zmiany te wydają się znaczące, to dlatego, że kontrastują z trendami obserwowanymi przez ostatnich kilka lat, przede wszystkim zaś dlatego, że wydają się wzajemnie potwierdzać i wzmacniać. Obraz społeczeństwa polskiego wyłaniający się z tegorocznego badania jest obrazem spójnym, i jakby nieco ciemniejszym niż jeszcze rok temu. Wyniki dotyczące poziomu zaangażowania społecznego Polaków znajdują odzwierciedlenie w zmianach związanych z ich poglądami i postawami wobec innych. Zahamowaniu uległ rozwój wolontariatu, zaś nowe dane dotyczące tego, jakiego rodzaju aktywność uczestnicy badania uznają za „poświęcenie czasu na rzecz innych”, każą spojrzeć na deklaracje Polaków na ten temat surowiej niż w minionych latach. Zdecydowanie zmniejszyła się skłonność do filantropii – przy czym trzeba pamiętać, że rok temu jej poziom był wyjątkowo wysoki, prawdopodobnie ze względu na tragedię Tsunami. Tak silny związek pomiędzy losowymi wydarzeniami a naszymi zachowaniami stanowi zresztą sam w sobie istotne spostrzeżenie. Mówi nam bowiem, że nasza hojność nie jest sprawą utrwalaonych nawyków czy przemyślanego, ugruntowanego w naszych przekonaniach postępowania, ale porywów serca lub sumienia. Obniżeniu uległ poziom wiary w skuteczność działań i specyfikę organizacji pozarządowych. Wskaźniki opisujące poziom zaufania Polaków wobec innych nie uległy pogorszeniu, co jednak trudno uznać za sukces w sytuacji, kiedy wszelkie badania międzynarodowe wskazują na to, że gorzej pod tym względem być nie może. Można oczywiście argumentować, że wypowiedzi sondażowe nie są dobrą miarą zaufania. Nie powinno to jednak skłaniać do ich całkowitego odrzucenia, tym bardziej, że niewiele jest innych świadectw czy danych, które mogłyby służyć za uzasadnienie opinii przeciwniej.

By zrównoważyć ten ponury obraz, można odwołać się do kilku wyników bardziej optymistycznych – jak choćby do informacji o systematycznym wzroście popularności mechanizmu 1% wśród polskich podatników (i tu jednak czeka na nas nieco rozczarowań, kiedy porównamy tempo rozwoju tego rozwiązania z historią jego wdrażania na Węgrzech czy Słowacji). Być może zresztą należy uznać, że pocieszający jest sam fakt, iż dane z badania wskazują jedynie na pewne zachwianie w rozwoju społecznego zaangażowania Polaków, nie zaś na jego załamanie? Być może w kontekście ostatnich wydarzeń – w rzeczywistości afer, spisków, starć układów, zderzenia Rzeczpospolitych, w sytuacji konfliktu Polski tradycyjnej z posttradycyjną – takie wyniki trzeba przyjąć z ulgą lub przynajmniej zrozumieniem? Odpowiedź pozostawiamy czytelnikowi.



IV. ROZPOZNAWALNOŚĆ ORGANIZACJI SPOŁECZNYCH I KORZYSTANIE Z ICH USŁUG

Podstawowym celem niniejszego raportu jest opisanie udziału Polaków w różnych formach aktywności społecznej, w szczególności zaś stopnia, w jakim angażują się oni w działalność organizacji społecznych. Przystępując do tego zadania, dobrze jest wyjść od pytania, czy organizacje te są w ogóle częścią ich osobistego doświadczenia – czy Polacy stykają się z nimi osobiście oraz korzystają z ich usług? Odpowiedź dostarczy tła dla analizy danych na temat członkostwa w organizacjach, wolontariatu czy filantropii, ale jest także ważna sama w sobie – pozwala bowiem przekonać się, do jakiego stopnia organizacje są obecne w codziennym życiu Polaków. Jest też przyczynkiem do debaty nad tym, jaki jest realny udział trzeciego sektora w rozwiązywaniu istotnych problemów społecznych lub dostarczaniu ważnych dla ludzi usług.

Zbadanie tak rozumianego wpływu sektora na życie ludzi jest zadaniem bardzo trudnym, ze względu na zróżnicowany charakter działań organizacji społecznych (i wynikające stąd różnice w skali podejmowanych przez nie działań oraz w definicji ich grup docelowych). Pamiętając o tym, można jednak uznać, że pewnym wskaźnikiem roli organizacji w życiu społecznym jest to, jak często obywatele mają kontakt z ich działalnością. W badaniu „Wolontariat, Filantropia i 1%” dane na ten temat zebrano prosząc ankietowanych o wskazanie wśród różnych typów organizacji lub grup takie, z którymi „w jakikolwiek sposób” się zetknęli, np. słyszeli, że „gdzieś w okolicy działają”, brali udział w organizowanych przez nie wydarzeniach lub akcjach, korzystali z ich usług, byli ich członkami itp. Jak wynika z odpowiedzi, w ciągu ostatniego roku tego rodzaju kontakt z organizacjami lub zrzeszeniami miało mniej więcej 2 na 3 Polaków powyżej 15-go roku życia (64%, czyli ok. 19 mln osób). Warto zauważyć, że to ok. 10 punktów procentowych mniej niż jeszcze rok temu (w badaniach z końca roku 2005 odsetek ten wyniósł ponad 73%). Ok. 28% Polaków (8,5 mln osób powyżej 15 roku życia) osobiście korzystało z usług organizacji lub zrzeszeń – podobny wynik uzyskano także rok temu. Można stąd wnioskować, że choć działalność organizacji była w ostatnim roku mniej widoczna, to krąg bezpośrednich odbiorców ich działań pozostał stabilny i niezmienny.

Trzeba podkreślić, że powyższe wyniki odnoszą się do kontaktów Polaków z bardzo różnymi organizacjami – także takimi, których zwykle nie uznaje się za część wąsko rozumianego sektora pozarządowego. Są wśród nich np. spółdzielnie, kasy pożyczkowe, grupy produkcyjne lub gospodarcze itp. – przedsiębiorstwa, które, choć należą do szerzej pojętego trzeciego sektora, mają niewiele wspólnego z klasycznym wyobrażeniem aktywności społecznej. Jednak ograniczenie analizy tylko do organizacji i grup wpisujących się w takie wyobrażenia nie przynosi znaczących zmian wyników dotyczących styczności Polaków z inicjatywami społecznymi. Jakikolwiek kontakt z organizacjami i grupami o charakterze pozagospodarczym miało w ciągu roku ok. 63% badanych, zaś ok. 60% zetknęło się również przynajmniej z jedną organizacją niemającą charakteru politycznego lub religijnego. 22% zadeklarowało także korzystanie z ich usług lub działań.

Najwięcej Polaków zetknęło się z działalnością organizacji zajmujących się pomocą charytatywną dla osób najuboższych, bezdomnych (33% – o 5 punktów procentowych mniej niż w roku 2005), pomocą humanitarną i pomocą ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i zagranicą (20% – aż o 9 punktów procentowych mniej), Ochotniczą Strażą Pożarną i innymi organizacjami ratowniczymi oraz organizacjami i ruchami religijnymi, wspólnotami parafialnymi czy misjami (18-19%). Nieco inaczej przedstawia się hierarchia częstości korzystania z usług organizacji (odpłatnie lub bezpłatnie). W roku 2006, podobnie jak rok wcześniej, najwięcej osób skorzystało z działań organizacji zajmujących się pomocą charytatywną dla osób najuboższych, bezdomnych (9% – o 4 punkty proc. więcej niż w roku 2005). Nieco rzadziej wskazywano na organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne i misje oraz na banki spółdzielcze i Spółdzielcze Kasy Oszczędnościowe (po ok. 3,5%), a także na inicjatywy i placówki edukacyjne lub oświatowe (prawie 3%).

Tabela 1.

ZNAJOMOŚĆ I KORZYSTANIE Z USŁUG ORGANIZACJI LUB GRUP (możliwość wskazania wszystkich typów organizacji/grup, które się zna lub z których działań się korzystało)	% Polaków którzy...			
	zetknęli się z organizacjami/grupami		korzystali z działań organizacji/grup	
	2005	2006	2005	2006
Organizacje zajmujące się pomocą charytatywną dla osób najuboższych, bezdomnych	38	33,1	5,1	9
Organizacje zajmujące się pomocą humanitarną, pomocą ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i zagranicą	29,2	19,9	1,7	1,4
Ochotnicza Straż Pożarna, GOPR , WOPR inne org. ratownicze, itp.	24,2	19,3	2,5	2,2
Organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne, misje	21,5	17,8	3	3,5
Organizacje edukacyjne, oświatowe, zajmujące się wychowaniem i opieką nad dziećmi i młodzieżą (w tym komitety rodzicielskie, wspieranie placówek oświatowych i wychowawczych lub ich podopiecznych, stypendia)	15,4	12,5	2,8	2,9
Organizacje zajmujące się ekologią, ochroną środowiska, opieką nad zwierzętami	14,8	11,1	1,8	1,7
Organizacje zajmujące się ochroną zdrowia lub rehabilitacją osób niepełnosprawnych (w tym wspieranie placówek medycznych)	19,2	10,7	3	1,7
Organizacje sportowe (np. kluby, towarzystwa i związki sportowe)	12,5	10,6	2,4	2,7
Banki spółdzielcze, Spółdzielcze Kasy Oszczędnościowe lub Pożyczkowe	11,6	9,7	3,7	3,6
Partie, ugrupowania i ruchy polityczne	9,4	8,3	0,7	0,4
Organizacje młodzieżowe (np. harcerstwo, związki studenckie)	12	7,1	1,4	0,4
Turystyka i rekreacja (np. towarzystwa turystyczne, związki wędkarzy, działkowców, myśliwych itp.)	8,4	6,6	1,9	1,6
Organizacje zajmujące się pomocą związaną z uzyskaniem zatrudnienia lub pracą zawodową, w tym pomoc dla osób bezrobotnych, szkolenia zawodowe, zatrudnianie osób o ograniczonych szansach na rynku pracy	8,7	6,4	1,3	1

ZNAJOMOŚĆ I KORZYSTANIE Z USŁUG ORGANIZACJI LUB GRUP (możliwość wskazania wszystkich typów organizacji/grup, które się zna lub z których działań się korzystało)	% Polaków którzy...			
	zetknęli się z organizacjami/grupami		korzystali z działań organizacji/grup	
	2005	2006	2005	2006
Wspólnota lokalna, wspólnota mieszkańców (np. komitet osiedlowy, zebrania wiejskie, komitet budowy drogi, kanalizacji, telefonizacji, itp., wspólnota mieszkaniowa, rada mieszkańców itp.)	10,1	5,7	1,7	0,8
Organizacje kombatanckie, seniorów, emerytów i rencistów	8,5	5,5	0,9	0,3
Organizacje kobiece (np. Liga Kobiet Polskich, koła gospodyń wiejskich itp.)	6,3	5,5	0,7	0,4
Związki zawodowe i inne inicjatywy na rzecz ochrony praw pracowniczych	8,2	5,3	0,8	0,5
Organizacje zajmujące się nauką, kulturą lub sztuką (np. wsparcie instytucji kultury, muzeów, zespoły artystyczne, chóry, orkiestry, zespoły taneczne itp.)	7,4	4,5	1,1	1,3
Szerokie ruchy społeczne, akcje o powszechnym zasięgu, kampanie adresowane do szerokich grup obywateli	4	4	0,5	0
Org. i wspólnoty o charakterze samopomocowym (anonimowych alkoholików, bezrobotnych, niepełnosprawnych itp.)	6,4	3,9	0,3	0,4
Spółdzielnie (z wyjątkiem spółdzielni mieszkaniowych)	4,8	3,4	0,2	0,5
Organizacje zajmujące się walką z korupcją, obywatelską kontrolą działań administracji, zwiększaniem odpowiedzialności polityków przed wyborcami	4,5	3,3	0,2	0,4
Organizacje zajmujące się ochroną lokalnych tradycji i zwyczajów, folkloru (np. towarzystwa regionalne)	3,7	2,9	0,4	0,2
Organizacje hobbystyczne (np. związek filatelistów, auto-klub itp.)	4,9	2,7	0,5	0,4
Samorządy i izby zawodowe, cechy, organizacje pracodawców	3,4	2	0,5	0
Formalne lub nieformalne instytucje wzajemnościowe: inicjatywy członkowskie służące wzajemnej pomocy materialnej, oparte na zasadzie wzajemności wśród członków	1,8	2	0,4	0,4
Organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej	3,2	1,8	0,4	0,1
Inne	2,7	3,4	0,9	0,6



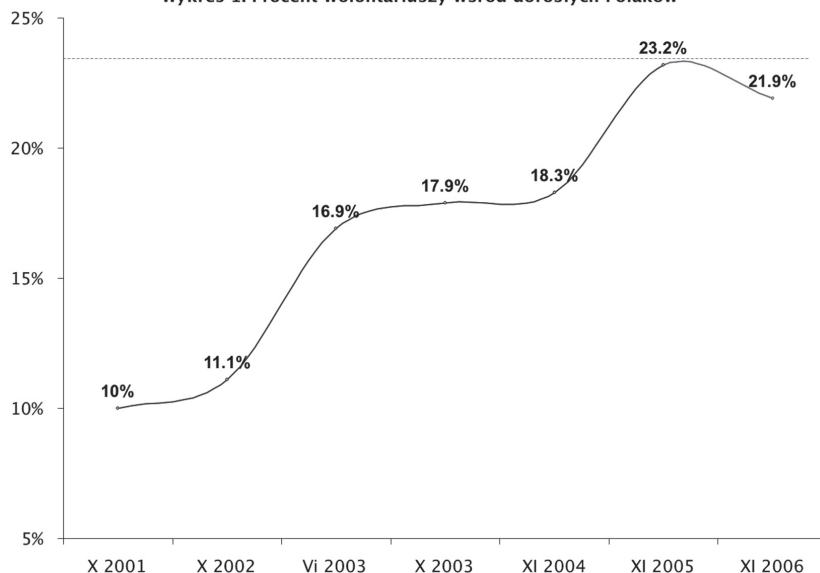
V. WOLONTARIAT, FILANTROPIA I CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH W 2006 ROKU

1. WOLONTARIAT W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH

Wolontariat w przedstawionym tu ujęciu to nieodpłatne, dobrowolne poświęcenie czasu na pracę społeczną w organizacjach pozarządowych, ruchach społecznych i religijnych.

Zmiany wolontariatu w latach 2001–2006

Wykres 1. Procent wolontariuszy wśród dorosłych Polaków



W 2006 roku 21,9%, czyli ok. 6,6 mln dorosłych Polaków poświęciło swój czas na bezpłatną pracę na rzecz organizacji lub grup. Z wykresu przedstawiającego wyniki badań w kolejnych latach widać, że od roku 2001 – a więc od pierwszej edycji badania „Wolontariat, filantropia i 1%” popularność wolontariatu systematycznie rosła. W tegorocznym badaniu po raz pierwszy zaobserwowano zahamowanie tej tendencji. Choć różnica pomiędzy wynikami w roku 2005 i 2006 nie jest wystarczająco duża, aby – biorąc pod uwagę reprezentatywny charakter badań – można było na tej podstawie twierdzić, że mamy do czynienia ze zmniejszeniem się zaangażowania Polaków w pracę na rzecz innych, to jednak z całą pewnością można powiedzieć, że po raz pierwszy od lat nie angażują się w nią częściej niż w latach poprzednich. Interpretując ten wynik należy zachować ostrożność – trudno bowiem na podstawie tak nieznacznych zmian wysuwać tezy o atrofii aktywności społecznej w Polsce

czy o kryzysie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego. Wolontariat nie jest jedynie pochodną prospołecznych postaw, ale także obiektywnych uwarunkowań gospodarczo-strukturalnych wyznaczających zachowania i strategie życiowe ludzi. Do takich uwarunkowań, potencjalnie związanych z ostatnimi trendami w rozwoju wolontariatu w Polsce należą np. poprawiająca się sytuacja na rynku pracy czy intensywne procesy migracyjne. Warto jednak zauważyć, że nowe dane o wolontariacie wpisują się w niepokojące wyniki innych badań dotyczących kondycji polskiego społeczeństwa obywatelskiego oraz sektora pozarządowego. Jak z nich wynika, w ciągu dwóch ostatnich lat liczba organizacji nie zwiększyła się tak, jak sugerowałyby to dane z oficjalnych rejestrów, a przy tym pogorszeniu uległa ich kondycja. W ich działaniach uczestniczy mniej ludzi, obniżył się też ich potencjał zatrudnieniowy². Zmniejszyła się przy tym (jak zobaczymy niżej) skala zaangażowania Polaków w działalność o charakterze filantropijnym. Nie obrastamy także w zaufanie, od lat stanowiąc pod tym względem negatywny punkt odniesienia dla reszty Europy (nawet jeśli jego ilościowe korelaty – pytania kwestionariuszowe typu „czy ludziom można ufać” – łatwo zdyskredytować jako rzetelne miary zaufania). Według najbardziej optymistycznych wyników (European Social Survey 2004³, Polski Generalny Sondaż Społeczny⁴), zaufanie wobec innych deklaruje mniej więcej jeden na 5 Polaków. Według innych (np. Diagnoza Społeczna 2005⁵) – tylko 1 na 10 (a w niektórych częściach kraju – np. w woj. opolskim – 1 na 20).

Nawet jednak biorąc pod uwagę te niepokojące sygnały trzeba zauważyć, że obecna skala aktywności wolontarystycznej Polaków jest wciąż ponad dwukrotnie większa niż jeszcze 5 lat temu. Przy bliższym spojrzeniu okazuje się także, że zmiany w tej sferze trudno opisywać odwołując się do danych o wolontariacie „w ogóle”. Jak pokazują opisane niżej wyniki, zarówno dynamika rozwoju wolontariatu, jak i jego obecny poziom są różne w zależności od tego, o jakich typach organizacji i zrzeszeń mówimy.

Czym zajmują się wolontariusze?

Podobnie jak w poprzednich latach, Polacy najczęściej poświęcają swój czas na rzecz organizacji charytatywnych, niosących pomoc osobom najuboższym i bezdomnym. Co przy tym ciekawe, w ciągu ostatniego roku popularność wolontarystycznej pracy na rzecz takich inicjatyw wzrosła, z 4,3% w roku 2005 do prawie 8% w roku 2006. Na drugim miejscu pod względem skali wolontariatu sytuują się organizacje i inicjatywy o charakterze religijnym lub wyznaniowym. W ciągu ostatniego roku bezpłatnie pracowało na ich rzecz około 3% Polaków (biorąc pod uwagę, że ponad 90% Polaków to Katolicy, a wg danych Instytutu Statystyki Kościoła Katolickiego⁶ 45% zarejestrowanych wiernych regularnie uczęszcza na msze niedzielne, wynik ten wydaje się i tak niezwykle skromny). Poza nimi,

² Por. Gumkowska M., Herbst J. (2006) Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych 2005 – raport z badania, Warszawa: Stowarzyszenie Klon/Jawor (www.badania.ngo.pl).

³ Por. Gumkowska M. (2006) Wolontariat, filantropia i 1% 2005 - raport z badania, Warszawa: Stowarzyszenie Klon/Jawor (www.badania.ngo.pl).

⁴ Por. Cichomski M. (kierownik programu), Jerzyński T., Zieliński M. (2006), Polskie Generalne Sondaże Społeczne: struktura skumulowanych wyników badań 1992-2005. Warszawa: Instytut Studiów Społecznych, Uniwersytet Warszawski.

⁵ Por. Czapiński J., Panek T. (red.) (2006). Diagnoza Społeczna 2005. Warunki i jakość życia Polaków. Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania.

⁶ Obliczenia własne na podstawie danych ISKK z roku 2005, dostępnych na stronie www.iskk.ecclesia.org.pl.

wśród organizacji i grup częściej wymienianych jako odbiorcy tego typu wsparcia pojawiają się organizacje oświatowe i edukacyjne, organizacje sportowe, ekologiczne i zajmujące się opieką nad zwierzętami, a także Ochotnicze Straże Pożarne i inne organizacje o charakterze ratowniczym, takie jak GÖPR czy WÖPR (por. tabela nr 2).

Blizsze spojrzenie na zmiany w popularności wolontariatu, uwzględniające rozróżnienie pomiędzy rozmaitymi typami inicjatyw korzystających z tego rodzaju wsparcia pokazuje, że historia rozwoju tej formy aktywności społecznej w Polsce nie jest jednolita. Dynamikę jej przemian na przestrzeni ostatnich lat można oceniać różnie, w zależności od tego, o jakiego rodzaju działaniach czy organizacjach mówimy. Choć na poziomie danych opisujących zaangażowanie w „jakiegokolwiek” przedsięwzięcia społeczne obserwujemy zatrzymanie trendu wzrostowego popularności wolontariatu, nie dotyczy to wszystkich typów przedsięwzięć. Jak już powiedziano, od mniej więcej 2 lat obserwujemy stopniowy wzrost poziomu aktywności wolontarystycznej na rzecz organizacji zajmujących się pomocą osobom ubogim i działalnością charytatywną. Nie odpowiada mu jednak systematyczny wzrost zaangażowania w działania innych typów inicjatyw. Dotyczy to zarówno tych spośród nich, które z racji ich misji można uznać za wpisujące się w obszar klasycznego sektora pozarządowego (nawet, jeśli nie są oficjalnie zarejestrowane – są to zrzeszenia wymienione w tabeli nr 2 w wierszach 3, 5, 7, 8, 9, 10, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 24, 26), jak i organizacji usytuowanych poza wąsko rozumianym sektorem (jak instytucje religijne czy Ochotnicze Straże Pożarne), ale spełniających podobną do niego rolę w pewnych szczególnych środowiskach – np. na obszarach wiejskich (w tabeli nr 2 wiersze 2, 6, 11, 16). Pomiędzy rokiem 2005 i 2006 skala wolontariatu w takich organizacjach spadła o około 3 punkty procentowe (co pokazano na wykresie nr 2).

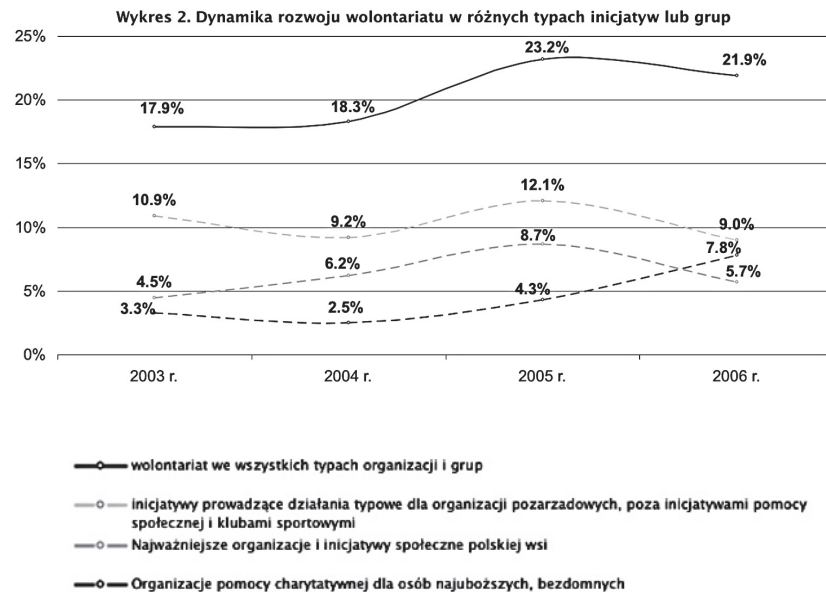


Tabela 2.

Lp.	WOLONTARIAT W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH, RUCHACH SPOŁECZNYCH I RELIGIJNYCH (możliwość wskazania wszystkich typów organizacji/grup, na rzecz których poświęcono czas)	Procent dorosłych Polaków			
		2003	2004 ⁷	2005 ⁸	2006
1	Organizacje pomocy charytatywnej dla osób najuboższych, bezdomnych	3,3	2,5	4,3	7,8
2	Organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne, misje	2,3	2,9	3,7	3,2
3	Organizacje edukacyjne, oświata, wychowanie i opieka nad dziećmi i młodzieżą (w tym komitety rodzicielskie, wspieranie placówek oświatowych)	4,3	2,2	1,7	2,2
4	Organizacje sportowe (np. kluby i związki sportowe)	1,4	2,4	1,3	1,9
5	Organizacje ekologiczne, ochrony środowiska, opieki nad zwierzętami	1,4	1,3	1,8	1,8
6	Ochotnicza Straż Pożarna, GÖPR, WÖPR itp.	1,9	2,2	3,3	1,7
7	Organizacje zajmujące się pomocą humanitarną, pomocą ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i zagranicą	0,2	0,1	1,3	1,4
8	Organizacje ochrony zdrowia lub rehabilitacji osób niepełnosprawnych (w tym wspieranie placówek medycznych)	1,2	1,2	1,4	0,8
9	Organizacje naukowe, kulturalne (np. związki artystyczne chóry, orkiestry, zespoły taneczne itp.)	1	1	0,7	0,6
10	Organizacje zajmujące się pomocą związaną z uzyskaniem zatrudnienia lub pracą zawodową, w tym pomocą dla osób bezrobotnych, szkoleniami zawodowymi, zatrudnianiem osób o ograniczonych szansach na rynku pracy	-	-	0,3	0,6
11	Wspólnoty lokalne (np. komitet osiedlowy, komitet budowy drogi, wspólnota mieszkaniowa, rada mieszkańców itp.)	0,2	0,9	1,6	0,5
12	Formalne lub nieformalne instytucje wzajemnościowe – inicjatywy członkowskie służące wzajemnej pomocy finansowej lub materialnej, oparte na zasadzie wzajemności wśród członków	-	-	0,1	0,5
13	Partie, ugrupowania i ruchy polityczne	0,4	0,3	0,7	0,4
14	Organizacje zajmujące się walką z korupcją, obywatelską kontrolą działań administracji, zwiększaniem odpowiedzialności polityków przed wyborcami	-	-	0,6	0,3
15	Ruchy i organizacje samopomocowe (np. anonimowych alkoholików, bezrobotnych, niepełnosprawnych itp.)	0,6	0,2	0,3	0,3
16	Organizacje służące ochronie lokalnych tradycji i zwyczajów, folkloru (np. towarzystwa regionalne)	0,1	0,2	0,1	0,3

⁷ Dane na podstawie reprezentatywnej próby 4 000 dorosłych Polaków.

⁸ Jak widać w tabeli 2, od 2005 roku pytano o 6 nowych kategorii organizacji i grup społecznych (w tym spółdzielnie i banki spółdzielcze, grupy producentów, instytucje wzajemnościowe, a także organizacje działających na rynku pracy czy przeciwdziałające korupcji). Ta zmiana mogła nieznacznie wpłynąć na wzrost wolontariatu w 2005 roku, ale nie więcej niż o ok. 1-1,5 punktu procentowego.

Lp.	WOLONTARIAT W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH, RUCHACH SPOŁECZNYCH I RELIGIJNYCH (możliwość wskazania wszystkich typów organizacji/grup, na rzecz których poświęcono czas)	Procent dorosłych Polaków			
		2003	2004	2005	2006
17	Organizacje młodzieżowe (np. harcerstwo, związki studenckie)	0,4	0,6	1	0,2
18	Organizacje kombatanckie, seniorów, emerytów i rencistów	0,1	0,4	0,4	0,2
19	Banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe	-	-	0,4	0,2
20	Ruchy społeczne, akcje o powszechnym zasięgu, kampanie adresowane do szerokich grup obywateli	0,5	0,5	0,1	0,2
21	Spółdzielnie (z wyjątkiem spółdzielni mieszkaniowych)	-	-	0,1	0,2
22	Organizacje turystyczne i rekreacyjne (np. towarzystwa turystyczne, związki wędkarzy, działkowców, myśliwych itp.)	1,1	1,1	1,5	0,1
23	Związki zawodowe	0,9	0,8	0,8	0,1
24	Organizacje kobiece (np. Liga Kobiet Polskich, koła gospodyń wiejskich itp.)	0,3	0,3	0,7	0,1
25	Organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej (np. grupy producentów rolnych, organizacje przedsiębiorców, hodowców, plantatorów)	-	-	0,4	0,1
26	Organizacje hobbystyczne (np. związek filatelistów itp.)	0,2	0,6	0,3	0,1
27	Samorządy i izby zawodowe, cechy, organizacje pracodawców	0,2	0,2	0,3	0
28	Inne	0,3	0,9	1,1	1,2

Istotnym problemem utrudniającym głębszą interpretację opisanych wyżej danych jest ich deklaracyjny charakter. Chcąc traktować je jako rzetelne źródło wiedzy o popularności wolontariatu, trzeba założyć, że odzwierciedlają one rzeczywistą skalę zaangażowania Polaków w tego typu działania. Takie założenie utrudnia nieoptymistyczny moralnie wydźwięk pytań dotyczących zaangażowania społecznego, mogący skłaniać uczestników badania do przedstawiania siebie jako osoby społecznie aktywne. Aby przekonać się, do jakiego stopnia ma on wpływ na wyniki, a także w jakie konkretne działania angażowali się wolontariusze, w tegorocznej edycji badania „Wolontariat, filantropia i 1%” zapytano nie tylko o deklaracje dotyczące tego, czy ankietowane osoby poświęciły czas na pracę na rzecz jakichś organizacji lub grup, ale także o to, na czym polegała ta praca. Analiza odpowiedzi pozwoliła zweryfikować i tak mało optymistyczne dane dotyczące wolontariatu w Polsce. Jak się okazało, prawie co piąta osoba, którą na podstawie wstępnych deklaracji zaliczono do grupy wolontariuszy, opisując swoją pracę na rzecz innych odwołała się do działań niemających z wolontariatem wiele wspólnego. Najczęściej nieporozumienie polegało na myleniu wolontariatu z aktywnością o charakterze filantropijnym – taką np. jak darowizna na rzecz organizacji, czy nawet wysłanie sms-a w akcji charytatywnej. Znacznie rzadziej, jako wolontariat traktowano aktywność związaną z członkostwem w jakiejś organizacji (np. udział w zespole ludowym, działalność w ramach partii politycznej, współpraca z rolnikami zrzeszonymi w Kółku Rolniczym), lub obowiązkami zawodowymi czy nawet rodzinnymi (dyżury radnych, „pomoc rodzinie” itp.).

Zarówno liczba tego typu odpowiedzi, jak i ich charakter pokazuje, że wolontariat nie jest w społeczeństwie polskim zjawiskiem mocno ugruntowanym.

Jeśli traktować te wyniki jako przesądzające o tym, czy uczestnicy badania istotnie angażowali się w działania o charakterze wolontarystycznym (co jednak nie jest wcale oczywiste), to trzeba by uznać, że odsetek takich osób wśród dorosłych Polaków sięga nie 22%, ale 17%. Odpowiedzi owych 17% na pytanie o charakter ich pracy na rzecz innych są bardzo różnorodne i nie poddają się klasyfikacji. Warto może jedynie zaznaczyć, że mniej więcej w co dziesiątym przypadku praca ta polegała na zaangażowaniu w zbiórki pieniędzy lub darów rzeczowych na jakiś społeczny cel, w co piątym przypadku na jednorazowej bądź incydentalnej pomocy w sytuacjach kryzysowych (np. „pomoc w gaszeniu zboża”) lub wspólnych przedsięwzięciach (np. organizacja balu charytatywnego, studniówki, malowanie szkół), zaś prawie w co drugim przypadku na stałej pomocy określonej organizacji, instytucji czy nawet osobie indywidualnej.

Tabela 3.

Na czym polegała Pana(i) praca na rzecz innych?		% odpowiedzi wśród wolontariuszy
Klasyfikacja na podstawie swobodnych odpowiedzi wolontariuszy	zbiórki pieniędzy, darów rzeczowych	11,2%
	stała, regularna praca na rzecz organizacji lub osób indywidualnych	45,6%
	pojedyncze akcje, przypadki jednorazowej pomocy	21,1%
	inne odpowiedzi, nieklasyfikowalne	26,6%

Ile czasu poświęcają wolontariusze na działania społeczne?

Nie zwiększa się liczba Polaków zaangażowanych w aktywność wolontarystyczną, nie zwiększa się także liczba godzin na nią poświęcanych. Choć dane ukazane w tabeli nr 4 wydają się sugerować pewne przesunięcia w tej sferze, to trzeba pamiętać, że opisują one jedynie grupę wolontariuszy, stanowiącą w roku 2006 ok. 22% wszystkich uczestników badania. Dlatego tylko naprawdę duże różnice w ich wskazaniach w porównaniu do wyników z roku 2005 można uznać za statystycznie istotne. Nawet jednak biorąc pod uwagę niewielką liczebność tej grupy należy stwierdzić, że tegoroczne wyniki dotyczące czasowego wymiaru zaangażowania wolontariuszy w pracę na rzecz innych różnią się od wyników z poprzedniej edycji badania – precyzyjniej, różnią się na niekorzyść. Według najnowszych danych, mniej więcej co czwarta osoba deklarująca aktywność wolontarystyczną poświęca na nią w skali roku nie więcej niż 5 godzin. Z drugiej strony, co dziesiąty wolontariusz przeznaczą na tego typu działalność więcej niż 50 godzin w roku. Przy porównaniu tych danych z wynikami uzyskanymi w poprzednich badaniach zwraca uwagę wyraźne zmniejszenie się udziału w całej grupie wolontariuszy osób przepracowujących więcej niż kilka godzin rocznie. Najwyraźniej widać to w przypadku osób najintensywniej angażujących się w wolontariat – poświęcających na taką pracę więcej niż 50 godzin rocznie. Jeszcze w roku 2004 stanowiły one prawie 30% wszystkich wolontariuszy, podczas gdy dziś jest ich trzykrotnie mniej (9,3%). W roku 2005, prawie 60% wolontariuszy stanowiły osoby deklarujące przepracowanie na rzecz innych więcej niż 15 godzin rocznie. Wg najnowszych danych jest ich niemal dwukrotnie mniej – ok. 33%. Podobne, choć nieco mniej znaczące przesunięcia widoczne są przy porównaniu czasowego wymiaru wolontariatu w skali

miesięcznej. Warto przy tym zwrócić uwagę, że respondenci uczestniczący w ostatniej edycji badania zdecydowanie częściej skłonni byli unikać odpowiedzi na pytanie o skalę ich zaangażowania w wolontariat, wybierając odpowiedź „trudno powiedzieć”. W roku 2005 takiej odpowiedzi udzieliło 20% wolontariuszy, w roku 2006 – aż 42%. Z pewnością taka zmiana związana jest z pojawieniem się wśród pytań o wolontariat wspomnianego wyżej pytania o charakter pracy podejmowanej przez wolontariuszy. Pytanie to (zadawane tuż przed pytaniem o czasowy wymiar wolontariatu) stało się dla badanych konkretnym punktem odniesienia dla ich oszacowań dotyczących czasu poświęconego na tego typu aktywność, a także bodźcem skłaniającym do większej niż w poprzednich edycjach badania ostrożności w deklaracjach na ten temat. Nie można jednak wykluczyć, że poza kwestiami metodologicznymi niekorzystne zmiany w deklaracjach wolontariuszy odzwierciedlają autentyczny spadek ich zaangażowania w bezpłatną pracę na rzecz organizacji lub grup.

Tabela 4.

CZAS PRACY WOLONTARIUSZY W OSTATNIM ROKU	Procent wolontariuszy					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1-5 godz.	21,5	26,7	29,2	17,7	21,2	25,3
6-15 godz.	15,1	20,4	20,5	22,7	22,7	12,4
16-50 godz.	18	22,5	21,5	18,5	12,6	11,2
Pow. 50 godz.	20,7	18	13,7	29,6	23,3	9,3
Trudno powiedzieć	24,7	12,5	15	11,5	20,4	41,7

Tabela 5.

CZAS PRACY WOLONTARIUSZY W OSTATNIM MIESIĄCU	Procent wolontariuszy			
	2003	2004	2005	2006
nie pracowali w ostatnim miesiącu	15,8	28	17,5	27,1
1-5 godzin	51,3	38,1	32,9	20,2
6-15 godzin	8,5	13	11,8	7,4
16-50 godzin	3,6	6,8	7,7	4,5
51-150 godzin	1,1	2,9	3,4	3,3
nie pamiętam	19,7	10	26	37,5

2. DAROWIZNY NA RZECZ ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Filantropia w przedstawionym tu ujęciu to dobrowolne przeznaczenie pieniędzy lub darów rzeczowych na rzecz organizacji pozarządowych, ruchów społecznych i religijnych.

W 2006 roku 31,5%, czyli ok. 9,5 mln dorosłych Polaków przekazało pieniądze lub dary rzeczowe na rzecz organizacji pozarządowych, grup, ruchów społecznych lub religijnych. Oznacza to znaczący spadek (o 10 punktów procentowych) w stosunku do 2005 roku, kiedy finansowe lub rzeczowe wsparcie dla organizacji i ruchów społecznych zadeklarowało 41,8% Polaków. W dłuższej perspektywie, wynik ten należy interpretować jako powrót do

sytuacji z roku 2003, kiedy to finansowe lub rzeczowe wsparcie dla organizacji i ruchów społecznych zadeklarowało 33,4% Polaków.

Największy odsetek Polaków wspomógł organizacje pomagające najuboższym lub bezdomnym (16,7%), organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne i misje (7,3% – o 4 punkty procentowe mniej niż w zeszłym roku) i organizacje zajmujące się pomocą ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i zagranicą (5% – aż dwukrotnie mniej niż w roku 2005). Zauważalnie zmniejszył się też odsetek Polaków przekazujących pieniądze lub dary rzeczowe na rzecz inicjatyw zajmujących się ochroną zdrowia lub rehabilitacją osób niepełnosprawnych.

Tabela 6.

FILANTROPIA W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH, RUCHACH SPOŁECZNYCH I RELIGIJNYCH	Procent dorosłych Polaków			
	2003	2004 ⁹	2005 ¹⁰	2006
Organizacje świadczące pomoc charytatywną dla osób najuboższych, bezdomnych	16,1	20,3	19,7	16,7
Organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne, misje	9,2	7,9	11,2	7,3
Organizacje zajmujące się pomocą humanitarną, pomocą ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i zagranicą ¹¹	1	1,4	10,7	5,1
Organizacje edukacyjne, oświatowe, zajmujące się wychowaniem i opieką nad dziećmi i młodzieżą (w tym komitety rodzicielskie, wspieranie placówek oświatowych)	4,4	2,7	4,1	3,4
Organizacje ochrony zdrowia lub zajmujące się rehabilitacją osób niepełnosprawnych (w tym wspieranie placówek medycznych)	6,1	6,8	5,8	2,8
Organizacje ekologiczne, zajmujące się ochroną środowiska, opieką nad zwierzętami	1,8	1,3	1,8	1,8
Organizacje sportowe (np. kluby i związki sportowe)	0,6	1,2	0,6	1,2
Ochotnicza Straż Pożarna, GOPR, WOPR itp.	1,7	1,3	2,6	1
Ruchy społeczne, akcje o powszechnym zasięgu, kampanie adresowane do szerokich grup obywateli	4,2	3,3	0,7	0,9
Organizacje zajmujące się pomocą związaną z uzyskaniem zatrudnienia lub pracą zawodową, w tym pomocą dla osób bezrobotnych, szkoleniami zawodowymi, zatrudnianiem osób o ograniczonych szansach na rynku pracy	-	-	0,6	0,6

⁹ Dane na podstawie reprezentatywnej próby 4 000 dorosłych Polaków.
¹⁰ Jak widać w tabeli, od 2005 roku pytano o 2 nowe kategorie organizacji (organizacje działające na rynku pracy i przeciwdziałające korupcji). Ta zmiana mogła nieznacznie wpłynąć na wzrost filantropii w 2005 roku, ale nie więcej niż o ok. 0,5 punktu procentowego.
¹¹ W 2005 roku uproszczony został opis tego typu organizacji, który w 2003 i 2004 roku brzmiał: „organizacje świadczące pomoc dla osób i instytucji poza granicami Polski (np. mieszkających w innych krajach, ofiar katastrof, wojen itp.)”. Pojęcie „pomoc humanitarna” jest lepiej rozpoznawane przez Polaków i tym można tłumaczyć gwałtowny wzrost wskazań na tego typu organizacje. Jednak fakt, że w 2005 roku 10,7% Polaków wsparło finansowo tego typu organizacje, nie można tłumaczyć tylko zmianami metodologicznymi. Warto przypomnieć ich zaangażowanie w pomoc ofiarom tsunami – sam PAH zebrał od darczyńców indywidualnych ok. 2,8 mln. PLN (kwota ta stanowi ok. 30% całej sumy zebranej przez PAH na rzecz ofiar tsunami – ok. 9,5 mln. zł).

FILANTROPIA W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH, RUCHACH SPOŁECZNYCH I RELIGIJNYCH	Procent dorosłych Polaków			
	2003	2004	2005	2006
Wspólnoty lokalne (np. komitet osiedlowy, komitet budowy drogi, wspólnota mieszkaniowa, rada mieszkańców itp.)	0,1	0,2	1,1	0,4
Ruchy i organizacje samopomocowe (np. anonimowych alkoholików, bezrobotnych, niepełnosprawnych itp.)	0,5	0,4	0,4	0,4
Organizacje zajmujące się turystyką i rekreacją (np. towarzystwa turystyczne, związki wędkarzy, działkowców, myśliwych itp.)	1	0,6	0,7	0,3
Organizacje zajmujące się nauką, kulturą lub sztuką (np. związki artystyczne chóry, orkiestry, zespoły taneczne itp.)	0,3	0,4	0,7	0,3
Związki zawodowe	0,5	0,7	0,6	0,3
Organizacje młodzieżowe (np. harcerstwo, związki studenckie)	0,4	0,4	0,4	0,2
Organizacje kobiece (np. Liga Kobiet Polskich, koła gospodyń wiejskich itp.)	0,3	0,2	0,3	0,2
Organizacje kombatanckie, seniorów, emerytów i rencistów	0,2	0,3	0,4	0,1
Organizacje zajmujące się ochroną lokalnych tradycji i zwyczajów, folkloru (np. towarzystwa regionalne)	0,2	0,1	0,2	0,1
Samorządy i izby zawodowe, cechy, organizacje pracodawców	0,4	0,2	0,1	0,1
Organizacje zajmujące się walką z korupcją, obywatelską kontrolą działań administracji, zwiększaniem odpowiedzialności polityków przed wyborcami	-	-	0,1	0,1
Organizacje hobbystyczne (np. związek filatelistów itp.)	0,2	0,3	0,3	0
Partie, ugrupowania i ruchy polityczne	0,2	0,2	0,1	0
Inne	0,9	2,4	1,1	1,3

Zmniejszyła się grupa darczyńców, zmniejszyły się także kwoty przekazywane organizacjom. Połowa osób wspierających organizacje finansowo (50,3%) przekazała im kwotę nie większą niż 50 zł. Co czwarty badany przekazał w ostatnim roku między 50 a 200 zł. Więcej niż 400 złotych przekazało tylko 3% osób, które w ogóle udzieliły komuś wsparcia. W ciągu ostatniego roku odsetek darczyńców, którzy zdecydowali się na przekazanie organizacjom lub potrzebującym więcej niż 200 zł zmniejszył się dwukrotnie.

Tabela 7.

Kwota	% darczyńców			
	2003	2004	2005	2006
1 do 50 zł	44%	51%	46,30%	50,3%
51 do 100 zł	16,9%	17,6%	21,20%	15,0%
101 do 200 zł	12,5%	14,4%	9,40%	11,4%
201 – 400 zł	5,5%	3,8%	5,60%	1,4%

Kwota	% darczyńców			
	2003	2004	2005	2006
401 – 600 zł	2,1%	1,2%	2,70%	1,0%
601 – 800 zł	0,6%	0,4%	1%	-
801 – 1000 zł	1,2%	0,6%	1,70%	-
1001 – 2000 zł	0,6%	0,2%	1%	1,0%
2001 i więcej	0,3%	0,6%	0,80%	1,1%
nie wiem \ trudno powiedzieć	16,3%	10,4%	10,40%	18,8%

Metody przekazywania pieniędzy

Od 2001 roku, kiedy zrealizowano pierwsze badanie wolontariatu i filantropii, zadawaliśmy filantropom (osobom deklaruującym finansowe wsparcie dla organizacji lub grup) pytanie o metody przekazywania przez nich pieniędzy. Porównanie wyników z pięciu lat świadczy o powolnych zmianach w metodach wspierania organizacji – odchodzeniu od metod tradycyjnych na rzecz „nowoczesnych”, niewymagających bezpośredniego kontaktu z beneficjentami wsparcia. Między 2002 a 2003 rokiem niemal czterokrotnie wzrósł odsetek Polaków, którzy przekazali darowiznę za pomocą SMS-a lub Audiotele (w roku 2002 4,3%, a w 2003 i 2004 ponad 16%), Ostatnie badania pokazują jednak, że w ciągu ostatniego roku trend ten został na razie zatrzymany – w 2006 roku z tej metody korzystało 24% darczyńców – a więc mniej więcej tyle samo co w roku 2005.

Mimo to niezmiennie najpopularniejszym sposobem finansowego wspierania organizacji jest bezpośrednie przekazywanie im pieniędzy, czy to w trakcie zbiórki publicznej na ulicy, czy to w siedzibie organizacji. W 2003 roku wydawało się, że odsetek Polaków wybierających tą metodę istotnie się zmniejsza – nastąpił spadek o dziesięć punktów procentowych w stosunku do roku 2002 – jednak wyniki badania z 2004 roku nie potwierdziły tej tendencji (nie bez znaczenia jest na pewno fakt, że w 2004 roku badanie zostało przeprowadzone po Święcie Zmarłych, w trakcie którego na cmentarzach zbierane są datki do puszek). W najnowszym badaniu odsetek przekazujących pieniądze do puszek ponownie się zmniejszył, jednak cały czas metodę tą wybiera 64% darczyńców. Podobnie jak w ubiegłych latach, bardzo małą popularnością cieszą się te metody przekazywania środków, które wymagają dostępu do nowoczesnych środków płatniczych oraz nowych technologii – jak wypłaty z karty kredytowej za pośrednictwem internetu. Nie decydujemy się także zwykle na metody właściwe dla stałego, niejednorazowego wsparcia potrzebujących, takie jak stałe dyspozycje w banku lub automatyczne potrącanie odpowiedniej kwoty z wypłaty w zakładzie pracy (tzw. payroll). Tego typu rozwiązania wykorzystywane są w Polsce na razie w stopniu marginalnym.

Tabela 8.

METODY PRZEKAZANIA PIENIĘDZY	Procent darczyńców					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Przekazanie pieniędzy bezpośrednio potrzebującej osobie	42,7	38,8	50,3	40,6	36,8	37,3
Puszka, skarbonka, zbiórka na ulicy lub w instytucji	59,0	72,6	63,0	67,9	63,9	55,1
Wpłata dokonana bezpośrednio w siedzibie organizacji lub grupy	-	-	-	6,1	7,3	9,3

METODY PRZEKAZANIA PIENIĘDZY	Procent darczyńców					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Zakup przedmiotów, z których dochód przeznaczony jest na cele społeczne (np. świeca Caritasu, aukcje na cele dobroczynne itp.)	24,0	22,7	21,5	17,3	14,8	13,1
Przekaz pocztowy lub bankowy	11,0	6,8	8,2	5,6	9	6,2
Audiotele / SMS	3,5	4,3	16,5	16,2	28,4	23,5
Wykupienie wstępu na imprezę charytatywną (bał, koncert itp.), z której dochód przeznaczany jest na cele dobroczynne.	2,3	3,1	4,8	5,2	2,2	2,8
Systematyczne potrącenie z mojej wypłaty w zakładzie pracy, stała dyspozycja w banku	0,6	0,9	2,5	0,7	0,9	1,5
Wpłata z karty kredytowej dokonana za pośrednictwem Internetu		0,4	0,7	0,6	0,7	1,0
Inna	7,0	6,8	3,9	4,1	2,8	5,2

Interpretując te wyniki warto zauważyć, że od kilku lat obserwujemy zmniejszanie się odsetka darczyńców przekazujących pieniądze na zasadzie impulsywnego odruchu, obdarowania bezpośrednio potrzebującej osoby. Może to być dobra wiadomość, ponieważ wydaje się, że tą metodę wybierają raczej osoby podejmujące decyzję o wsparciu w sposób nieprzemyślany, przypadkowy. Z drugiej jednak strony, wyniki te mogą świadczyć o tym, że powoli „uodparniamy się” na zetknięcia z osobami potrzebującymi, widząc je przestajemy sięgać do kieszeni. Znacznie rzadziej także w ubiegłym roku wrzucaliśmy pieniądze do puszek, skarbonek lub w trakcie zbiórek. Wciąż jednak jest to najpopularniejszy sposób przekazywania pieniędzy na cele społeczne.

3. MOTYWACJE I SPOSOBY PODEJMOWANIA DECYZJI O PRZEKAZANIU DAROWIZNY ORAZ POŚWIĘCENIU CZASU

Dlaczego Polacy angażują się w wolontariat?

Zapytani o ważne powody, dla których decydują się na poświęcenie swojego czasu na pracę na rzecz innych, Polacy najczęściej odwołują się do swoich moralnych, religijnych i politycznych przekonań. Ponad 2 razy rzadziej wskazują na przyjemność i satysfakcję płynącą z pracy wolontarystycznej. Nieco częściej niż ten ostatni argument pojawia się bardziej instrumentalny motyw, związany z oczekiwaniem odwzajemnienia pomocy w przyszłości. Najrzadziej powodem poświęcania czasu jest odwzajemnienie się za pomoc, jaką się samemu otrzymało wcześniej.

Tabela 9.

POWODY ANGAŻOWANIA SIĘ W WOLONTARIAT	Procent wolontariuszy	
	2005	2006
Uważam, że powinno się innym pomagać (mam takie moralne, religijne lub polityczne przekonania)	63,9	49,5
Uważam, że jeśli ja pomogę innym, to inni pomogą mnie	32,8	26,9
Sprawia mi to przyjemność / interesuję się tym	36,9	20,8
Nie potrafię odmawiać	21,5	20,6

POWODY ANGAŻOWANIA SIĘ W WOLONTARIAT	Procent wolontariuszy	
	2005	2006
Moi znajomi i bliscy też to robią	18,4	11,2
Chcę zdobyć nowe umiejętności, nauczyć się czegoś nowego	16,2	10,2
Daje mi to możliwość bycia między ludźmi, nawiązania kontaktów, pozwala pożytecznie wykorzystać czas	21,9	8,8
Mam do spłacenia dług (kiedyś ktoś pomógł mnie)	5,5	3,8

Porównując tegoroczne odpowiedzi z wynikami z roku ubiegłego można dostrzec bardzo wyraźne przesunięcia w deklaracjach dotyczących powodów angażowania się przez Polaków w wolontariat. Przede wszystkim, znacznie rzadziej wskazywano w ostatnim badaniu na najczęstszy z tych powodów, a więc na znaczenie, jakie dla tej decyzji miały własne przekonania i moralne zasady respondentów. Jeszcze rok temu, tego rodzaju motywację czuło prawie 2 na 3 wolontariuszy. W roku 2006 odwołał się do niej już tylko co drugi z nich. Wśród powodów wsparcia zdecydowanie rzadziej wymieniano też związaną z nim przyjemność lub satysfakcję – motywowała ona co 5 wolontariusza w roku 2006 (co 3 w roku 2005), i tym samym spadła na trzecie miejsce w hierarchii motywów angażowania się w wolontariat. Na drugą pozycję wysunęło się mniej altruistyczne oczekiwanie wzajemności. W bardzo wyraźny sposób zmniejszył się też odsetek osób, dla których wolontariat jest środkiem do nawiązywania kontaktów międzyludzkich, przebywania z innymi ludźmi i pożytecznego wykorzystania czasu.

Jak darczyńcy podejmują decyzje o udzieleniu wsparcia?

Niemal co piąty (22%) darczyńca jest przekonany, że decyzję o przekazaniu środków osobom potrzebującym lub działającym na ich rzecz organizacjom podejmuje w sposób spontaniczny. Z drugiej strony, tylko 15% twierdzi, że jest to zwykle decyzja przemyślana. Co czwarta osoba przekazująca środki (26%) twierdzi, że decyzję tą podejmuje w oparciu o spokojną i rzeczową ocenę swoich możliwości wsparcia, których to możliwości stara się nie przekraczać. Jednocześnie 21,5 % zdecydowanie, a 39,5% raczej utożsamia się ze stwierdzeniem, że przed udzieleniem pomocy stara się więcej dowiedzieć o sprawie lub organizacji, które zamierza wesprzeć. To mniej niż jeszcze rok temu. Mniej spośród darczyńców deklaruje również, że systematycznie i konsekwentnie wspiera wybrane przez siebie cele lub organizacje, a także że interesuje się tym, na co została spożytkowana udzielona przez nich pomoc. Wskazuje to na utrzymujący się w polskim społeczeństwie nawyk podejmowania zachowań filantropijnych w sposób nieprzemyślany i przypadkowy, na zasadzie jednorazowych porywów czy odruchów.

Tabela 10.

SPÓSÓB PODEJMOWANIA DECYZJI O UDZIELENIU WSPARCIA	ROK	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powie- dzieć
	Procent darczyńców					
Na ogół decyzję o udzieleniu wsparcia po- dejmuje spontanicznie, reaguję na konkretną prośbę, akcję	2003	29,7	47,4	12,2	4,4	6,4
	2004	22,0	56,2	14,1	3,4	4,3
	2005	31,1	48,4	12,1	4,0	4,4
	2006	21,9	54,0	12,0	3,4	8,6
Spokojnie i rzeczowo oceniam swoje moż- liwości wsparcia i staram się ich nie prze- kraczać	2003	38,4	49,7	6,1	1,2	4,7
	2004	30,6	59,9	6,7	0,5	2,4
	2005	38,6	51,6	4,9	1,2	3,7
	2006	26,0	61,0	5,6	0,5	5,9
Przed udzieleniem pomocy staram się więcej dowiedzieć o sprawie lub organizacji	2003	22,7	44,5	19,2	8,1	5,5
	2004	18,5	48,3	23,1	5,2	5,0
	2005	28,7	43,4	16,3	5,5	6,1
	2006	21,4	39,5	22,9	5,3	10,8
Systematycznie i konsekwentnie wspieram wybrane przez siebie cele lub organizacje	2003	15,1	32,8	37,8	10,8	3,5
	2004	13,4	35,3	38,4	9,4	3,5
	2005	18,2	36,9	30,6	8,9	5,4
	2006	8,0	38,0	30,5	10,9	12,5
Interesuję się tym, na co została spożytkowa- na udzielona z mojej strony pomoc, staram się zbierać na ten temat informacje	2003	13,4	31,7	34,3	15,1	5,5
	2004	11,6	40,9	33,5	8,2	5,8
	2005	20,8	37,2	29,5	6,9	5,6
	2006	8,7	35,8	33,4	12,0	10,1

Co zachęca Polaków do wspierania organizacji?

Do podobnej diagnozy skłaniają odpowiedzi na pytanie o to, co zachęciło osoby udzielające wsparcia organizacjom do tego rodzaju decyzji. Uczestnikom badania (tym, którzy praktykowali wolontariat lub filantropię) zadano pytanie o zewnętrzne, bezpośrednie powody (bodźce), które skłoniły ich do przekazania pomocy na rzecz organizacji i ruchów społecznych lub religijnych. Znacząco rzadziej niż jeszcze rok temu były to kampanie w środkach masowego przekazu (w przypadku darczyńców – 25,6%, w porównaniu do 39% w roku 2005; w przypadku wolontariuszy: zaledwie 9,6%, w porównaniu do 27% rok temu). Nieco rzadziej stawało się to także za sprawą bezpośredniej prośby ze strony osoby lub organizacji. Wśród osób podejmujących działania wolontarystyczne rzadziej niż w poprzedniej edycji badania znaczącym powodem wsparcia organizacji było zaangażowanie w jej prace kogoś znajomego lub zaangażowanie samego uczestnika badania. Aż 19% darczyńców i 30% wolontariuszy nie było w stanie podać powodów, dla których zdecydowali się przekazać komuś pieniądze lub poświęcić mu swój czas. Widać, że przyczyny, które skłaniają do wsparcia organizacji pracą różnią się od tych, które decydują o przekazaniu im pieniędzy. Pomimo zmian w stosunku do roku ubiegłego, wciąż największy wpływ na decyzję darczyńców miały kampanie w środkach masowego przekazu

(25% wskazań). Ważnym bodźcem były też bezpośrednie prośby o udzielenie wsparcia od osób reprezentujących jakąś organizację lub grupę (22%). Dla wolontariuszy najważniejszy był fakt, że ktoś bliski / znajomy jest zaangażowany w działalność danej organizacji lub ruchu (26%). Często, choć rzadziej niż w 2004 czy 2005 roku istotną rolę w ich decyzjach odgrywała znajomość działań konkretnej organizacji. Wyjątkowo mało znaczące okazały się za to dla nich mieć kampanie w środkach masowego przekazu.

Tabela 11.

POWODY UDZIELENIA WSPARCIA	Procent wolontariuszy				Procent darczyńców			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Zachęciła mnie kampania w środkach masowego przekazu (ogłoszenia / artykuły / billboardy / TV / Radio / Internet).	25,3	15,1	26,9	9,4	38,4	26,6	38,8	25,6
Zgłosiła się do mnie (do domu lub na ulicy) z prośbą o udziele- nie wsparcia osoba reprezen- tująca organizację lub grupę.	27,1	23,8	22,2	12,1	34,3	34,1	30,2	22,6
Znam działalność konkretnej organizacji lub grupy i sam zapropnowałem(a)m pomoc.	30,3	39,5	24,4	23,1	29,1	26,0	23,8	21,9
Ja lub ktoś mi bliski / znajomy jest zaangażowany lub sam wspiera działalność organizacji lub grupy i dlatego zdecydowa- łem się ją wesprzeć.	33,1	38,4	38,5	26,0	20,9	20,8	24,3	20,2
Dostałem list / telefon / e-maila z prośbą o wsparcie organizacji lub grupy.	4,0	2,7	3,8	3,9	4,7	4,2	4,5	2,9
Nie pamiętam / trudno po- wiedzieć	13,5	9,2	11,2	32,0	9,3	11,7	7,1	19,2
Inna odpowiedź	2,3	3,8	5,6	5,7	2,0	4,4	5	6,0

4. DLACZEGO POLACY NIE ANGAŻUJĄ SIĘ W DZIAŁANIA SPOŁECZNE?

Na brak zaangażowania w działalność jakiejkolwiek organizacji lub grupy (czy to w formie wolontariatu czy filantropii) wskazało aż 61% Polaków. Jakże są najczęściej deklarowane powody ich bierności? Tegoroczna odsłona badania przyniosła dość zaskakujące odpowiedzi na pytanie, nieco inne niż w latach poprzednich. W latach 2003 – 2005, najpowszechniejszym usprawiedliwieniem braku zaangażowania w działalność społeczną była wśród respondentów konieczność zadbania w pierwszej kolejności o siebie i rodzinę. W roku 2006 powód ten wyraźnie stracił na znaczeniu. Za to znacznie częściej niż w latach ubiegłych jako przyczynę bierności wskazywano brak czasu oraz brak zainteresowania tego rodzaju działaniami (do takich odpowiedzi odwołało się łącznie 2 na 3 respondentów nieangażujących się w żadną formę wspierania organizacji lub grup). 15% respondentów twierdzi, że nie podjęli takich działań, ponieważ nie zostali o to poproszeni. Teoretycznie, stanowią oni najłatwiejszą i główną grupę docelową strategii zmierzających do promocji wolontariatu i filantropii. W praktyce jednak, tego typu pasywna postawa może okazać się bardzo trudna do zmiany. Świadczy o tym zresztą także to, że od roku 2005 udział osób wyrażających taki

pogląd wśród badanych niepodważających aktywności filantropijnej lub wolontarystycznej nie zmienił się (choć zwiększył się nieznacznie ich udział wśród ogółu respondentów, jako że zwiększeniu uległa grupa osób biernych). Co ważne, tylko 6% ankietowanych nieangażujących się w działania na rzecz organizacji społecznych. Cieszy także, że tak niewielki odsetek (niecałe 2% nieaktywnych Polaków, czyli mniej niż 1 na 100 uczestników badania) miał w przeszłości złe doświadczenia z wolontariatem lub udzielaniem pomocy materialnej, co było powodem zniechęcenia do zaangażowania w pomoc. Z drugiej jednak strony można przewrotnie stwierdzić, że niewielka ilość takich odpowiedzi jest w Polsce związana nie tyle z brakiem negatywnych doświadczeń, co z brakiem jakichkolwiek realnych doświadczeń wolontarystycznych czy filantropijnych. Być może jednak taka ocena byłaby zbyt surowa.

Tabela 12.

POWODY BRAKU ZAANGAŻOWANIA	Procent Polaków nie- angażujących się w wolontariat ani w filantropię	
	2005	2006
Nie interesuję się tym, nigdy o tym nie myślałem(a)m	27,6	33,8
Nie mam czasu	26,3	32,9
Muszę zatroszczyć się o przede wszystkim o siebie i rodzinę	36	26,8
Nikt mnie o to nie prosił	15,4	14,2
Nie sądzę, że bym miał(a) coś do zaoferowania	6,2	8,5
Nie mam zaufania do działań organizacji, nie sądzę, żeby warto było im pomagać	6,3	6,3
Nie napotkałem(am) żadnej interesującej grupy/organizacji	7	6,1
Sądzę, że nie jestem do tego fizycznie zdolny(a)	5,1	4,6
Nie wiem gdzie znaleźć informacje o możliwości zaangażowania się	4,7	1,8
W przeszłości miałem(am) złe doświadczenia z takim rodzajem pracy	1,9	1,5

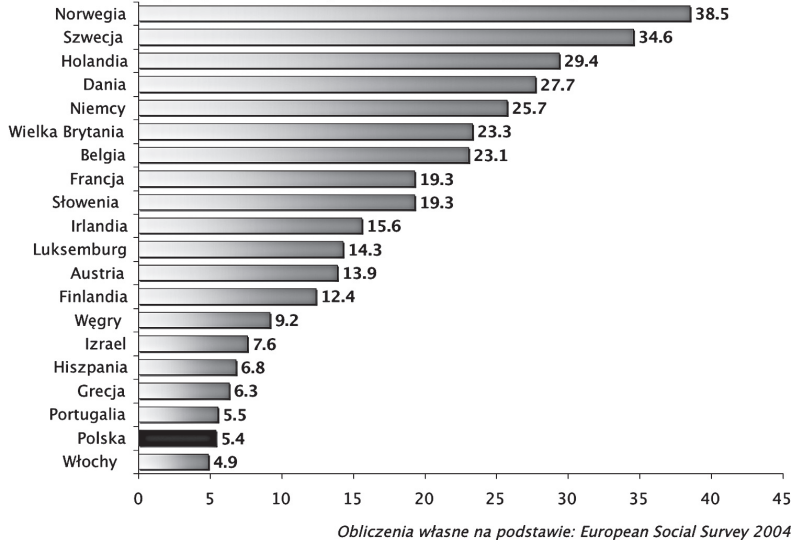
5. WOLONTARIAT W EUROPIE

Można zapytać, jaka jest skala zaangażowania w wolontariat w Polsce w porównaniu do innych krajów europejskich. Na to pytanie nie można odpowiedzieć po prostu porównując wyniki badań „Wolontariat, Filantropia i 1%” z rozmaitymi danymi z innych części kontynentu. Porównania takie wymagają bowiem danych zebranych w oparciu o spójną, taką samą metodologię. Nawet jednak pamiętając o różnicach metodologicznych łatwo dojść do wniosku, że nie wypadamy na tym tle korzystnie, a także że poszczególne państwa europej-

skie znacznie różnią się między sobą pod względem popularności wolontariatu (jak i zresztą pod względem popularności innych form aktywności społecznej oraz wartości, które o tej aktywności decydują). Poziom aktywności wolontarystycznej w Polsce okazuje się nawet niższy niż w innych krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Na Węgrzech, jak wynika z badań tamtejszego Centrum Wolontariatu (Önkéntes Központ Alapítvány) oraz Non-profit Research Group Association, w tego typu działania zaangażowało się w roku 2004 40% mieszkańców tego kraju powyżej 14 roku życia. W Czechach, gdzie w roku 2004 udało się przeprowadzić badanie oparte na metodologii używanej przez Stowarzyszenie Klon/Jawor (zrealizowała je czeska organizacja NROS), odsetek osób podejmujących aktywność wolontarystyczną okazał się prawie dwa razy wyższy niż w tym samym czasie w Polsce (32%). Jeszcze gorzej wypada porównanie z krajami Europy Zachodniej – jak choćby ze Szwecją, w której – według najnowszych danych Volunteering Development Scotland – aktywność wolontarystyczną o charakterze formalnym lub nieformalnym deklarowało w skali rocznej aż 80% dorosłych obywateli.

Jak już wspomniano, powyższe porównania (za wyjątkiem porównań z Czechami) łatwo zakwestionować, usprawiedliwiając je różnicami w metodologii prowadzonych badań, i wskazując, że różnice te mogą prowadzić do bardzo rozbieżnych oszacowań skali aktywności wolontarystycznej. Znaczenie tych odmienności ujawnia choćby porównanie wyników uzyskanych w badaniu Stowarzyszenia Klon/Jawor z danymi European Social Survey (w którym to badaniu pytano o „dobrowolną, nieodpłatną pracę” na rzecz ponad dwukrotnie mniejszej liczby typów organizacji niż w badaniu Stowarzyszenia Klon/Jawor, a także koncentrowano się jedynie na wolontariacie w formalnie istniejących instytucjach). W badaniach ESS z grudnia roku 2004 poziom tak rozumianej aktywności wolontarystycznej okazał się ponad czterokrotnie niższy niż sugerowały dane Klon/Jawor z tego samego okresu (ok. 5,5%, w porównaniu do 23% wg badań Stowarzyszenia Klon/Jawor). Pomijając tu szczegółowe omówienie przyczyn tych różnic, warto zauważyć, że badanie ESS było przeprowadzone w ponad 20 krajach Europy według takich samych narzędzi i reguł. Umożliwia to rzetelną analizę międzynarodowych różnic w natężeniu wolontariatu – nawet, jeśli jego definicja mogłaby być w polskim kontekście uznana za nieco zbyt wąską. Na podstawie danych o zaangażowaniu wolontarystycznym w 20 krajach spośród 22 biorących udział w badaniu można stwierdzić, że niższy niż w Polsce lub zbliżony odsetek osób wspierających swoją pracą organizacje i ruchy społeczne odnotowano tylko we Włoszech, Portugalii, Grecji i Hiszpanii. Najwięcej wolontariuszy zarejestrowano wśród obywateli państw skandynawskich – Norwegii, Szwecji, Finlandii, Danii, a także w Holandii. Niską pozycję Polski potwierdzają też inne badania. W badaniu European Value Survey z 2000 roku wśród 32 badanych krajów Polska znalazła się na 29 miejscu pod względem poziomu zaangażowania w działania lokalnych organizacji wolontarystycznych.

Wykres 3. % wolontariuszy (osób deklarujących dobrowolną, nieodpłatną pracę na rzecz co najmniej jednego z 12 typów organizacji)



6. CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH

w 2006 roku, podobnie jak rok wcześniej, 22,4% czyli 6,7 mln Polaków powyżej 15 roku życia deklarowało przynależność do jakiejś organizacji pozarządowej, grupy, ruchu społecznego lub religijnego. Choć w stosunku do ubiegłorocznych wyników nie odnotowano praktycznie żadnej zmiany w skali członkostwa w organizacjach, to trzeba zwrócić uwagę, że jest ona wciąż większa niż jeszcze w roku 2003 (o 5 punktów procentowych) i nieznacznie większa niż w roku 2004 (o 2,5 pkt. proc. – różnica na granicy błędu statystycznego)¹². Jeśli nie brać pod uwagę inicjatyw o charakterze gospodarczym, takich jak grupy producentów czy spółdzielnie, poziom członkostwa w organizacjach lub grupach zmniejsza się do ok. 20% (zaś po wyłączeniu z analizy także Ochotniczych Straży Pożarnych oraz innych organizacji ratowniczych, w których członkostwo można interpretować w kategoriach aktywności zawodowej – 19%). Ciekawe spostrzeżenia przynosi analiza różnic w skali członkostwa w poszczególnych typach organizacji. Wskazuje ona na istotne zmiany w natężeniu zaangażowania w działalność niektórych z nich. W ubiegłych latach, do przedsięwzięć zrzeszających największy odsetek Polaków należały nieodmiennie organizacje i ruchy religijne, Ochotnicze Straże Pożarne, GOPR lub WOPR i związki zawodowe, choć w tych ostatnich deklarowane członkostwo systematycznie spadało. Tegoroczne badania odtwarzają nieco inną hierarchię. Najczęściej wskazywanym typem zrzeszeń okazują się w nich organizacje pomocy charytatywnej dla osób najuboższych i bezdomnych – w roku 2006 należało do nich – według własnych deklaracji – prawie 5,5% Polaków – o 4 punkty procentowe więcej niż

¹² Trzeba zaznaczyć, że w 2005 roku zapytano o kilka kategorii organizacji, o które w 2004 roku nie pytano, więc większy odsetek Polaków deklarujących przynależność do organizacji może wynikać z rozszerzenia ich katalogu o takie organizacje jak: spółdzielnie, w tym banki spółdzielcze i kasy pożyczkowe, grupy producentów oraz organizacje i instytucje wzajemnościowe.

rok wcześniej. Na drugim miejscu, bardziej zgodnie z oczekiwaniami, plasują się zrzeszenia i ruchy o charakterze religijnym (3,2% wskazań), zaś na trzecim i czwartym – organizacje sportowe oraz Ochotnicza Straż Pożarna i inne organizacje ratownicze (ok. 2%). Zauważalny wzrost członkostwa w inicjatywach zajmujących się pomocą osobom najuboższym, korespondujący zresztą z częstszymi deklaracjami wolontariatu na rzecz tych inicjatyw, nie poddaje się prostej interpretacji. Trudno dziś jednoznacznie stwierdzić, co jest jego przyczyną. Być może, odzwierciedla on nie tyle faktyczny wzrost zaangażowania w działalność takich organizacji, co wzrost ich społecznego oddziaływania – zarówno w kategoriach liczby odbiorców ich działań, jak i w kategoriach ich społecznego wizerunku czy też „widoczności”. W tym drugim wymiarze, wyjątkowo liczne deklaracje przynależności do inicjatyw niosących pomoc osobom ubogim lub bezdomnym należałoby interpretować jako reakcję na ich silniejszą obecność w debacie publicznej. Nie ma jednak żadnych dowodów na to, by istotnie w okresie poprzedzającym przeprowadzenie badania o tego typu działalności było głośniejsze niż zwykle. Nie można zatem wykluczyć, że zaobserwowane zmiany mają charakter incydentalny lub przypadkowy, i że w rzeczywistości nie mamy do czynienia z żadnymi istotnymi zmianami zaangażowania w działalność na rzecz osób ubogich (choć zgodnie z regułami statystyki prawdopodobieństwo takiej ewentualności jest niższe niż 5%, co znaczy, że taki wynik mógłby się losowo pojawić w mniej niż 5 na 100 badań takich jak omawiane). Na zweryfikowanie tego przypuszczenia trzeba jednak poczekać do kolejnej edycji badania „Wolontariat, filantropia i 1%”.

Tabela 13.

CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH, RUCHACH SPOŁECZNYCH I RELIGIJNYCH (możliwość wskazania wszystkich typów organizacji/grup, w których jest się członkiem)	Procent dorosłych Polaków			
	2003	2004 ¹³	2005 ¹⁴	2006
Organizacje pomocy charytatywnej dla osób najuboższych, bezdomnych	1,3	1,4	1,3	5,3
Organizacje i ruchy religijne, wspólnoty parafialne, misje	2,6	3,4	4	3,2
Organizacje sportowe (np. kluby i związki sportowe)	2,2	3	1,4	2,2
Ochotnicza Straż Pożarna, GOPR, WOPR itp.	1,7	2,5	3,4	1,7
Organizacje edukacyjne, oświatowe, zajmujące się wychowaniem i opieką nad dziećmi i młodzieżą (w tym komitety rodzicielskie, wspieranie placówek oświatowych)	2,3	1,9	1,3	1,5
Organizacje zajmujące się ekologią, ochroną środowiska, opieką nad zwierzętami	0,5	0,8	0,9	1,5
Organizacje zajmujące się turystyką i rekreacją (np. towarzystwa turystyczne, związki wędkarzy, działkowców, myśliwych itp.)	1,9	2,1	1,5	1,3
Organizacje zajmujące się pomocą humanitarną, pomocą ofiarom klęsk żywiołowych w kraju i zagranicą	-	0,2	0,4	1,3

¹³ Dane na podstawie reprezentatywnej próby 4 000 dorosłych Polaków.

¹⁴ Jak widać w tabeli 13, w 2005 roku zapytano o 6 nowych kategorii organizacji i grup społecznych (w tym spółdzielnie i banki spółdzielcze, grupy producentów, instytucje wzajemnościowe, a także organizacje działające na rynku pracy czy przeciwdziałające korupcji). Ta zmiana mogła nieznacznie wpłynąć na wzrost członkostwa w 2005 roku, ale nie więcej niż o ok. 1-1,5 punktu procentowego.

CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH, RUCHACH SPOŁECZNYCH I RELIGIJNYCH (możliwość wskazania wszystkich typów organizacji/grup, w których jest się członkiem)	Procent dorosłych Polaków			
	2003	2004	2005	2006
Banki spółdzielcze, spółdzielcze kasy oszczędnościowe lub pożyczkowe	-	-	1,1	1
Organizacje ochrony zdrowia lub zajmujące się rehabilitacją osób niepełnosprawnych (w tym wspieranie placówek medycznych)	0,5	0,9	1,2	0,9
Organizacje zajmujące się nauką, kulturą lub sztuką (np. związki artystyczne chóry, orkiestry, zespoły taneczne itp.)	0,9	1,3	0,5	0,7
Partie, ugrupowania i ruchy polityczne	0,3	0,5	0,7	0,6
Wspólnota lokalna (np. komitet osiedlowy, komitet budowy drogi, wspólnota mieszkaniowa, rada mieszkańców itp.)	0,1	1,2	1,7	0,5
Organizacje młodzieżowe (np. harcerstwo, związki studenckie)	0,7	0,7	0,8	0,5
Organizacje kobiece (np. Liga Kobiet Polskich, koła gospodyń wiejskich itp.)	0,5	0,5	0,7	0,5
Związki zawodowe	2,6	2,3	1,8	0,4
Formalne lub nieformalne instytucje wzajemnościowe (np. ubezpieczenia wzajemne)	-	-	0	0,4
Organizacje kombatanckie, seniorów, emerytów i rencistów	0,5	0,7	0,8	0,3
Organizacje zajmujące się walką z korupcją, obywatelską kontrolą działań administracji itp.	-	-	0,0	0,3
Spółdzielnie, z wyjątkiem spółdzielni mieszkaniowych	-	-	0,4	0,2
Samorządy i izby zawodowe, cechy, organizacje pracodawców	0,9	0,4	0,3	0,2
Ruchy społeczne, akcje o powszechnym zasięgu, kampanie adresowane do szerokich grup obywateli	0,2	0,3	0,2	0,2
Organizacje zajmujące się pomocą związaną z uzyskaniem zatrudnienia lub pracą zawodową	-	-	0,2	0,2
Organizacje zajmujące się ochroną lokalnych tradycji i zwyczajów, folkloru (np. towarzystwa regionalne)	0,2	0,2	0	0,2
Organizacje hobbistyczne (np. związek filatelistów itp.)	0,6	1	0,4	0,1
Organizacje i grupy producentów, grupy służące współpracy gospodarczej (np. grupy producentów rolnych, organizacje przedsiębiorców, hodowców, plantatorów)	-	-	0,3	0,1
Ruchy i organizacje samopomocowe (np. anonimowych alkoholików, bezrobotnych, niepełnosprawnych itp.)	0,3	0,2	0,2	0,1
Inne	0,4	0,9	1,1	0,7

7. KIM SĄ WOLONTARIUSZE, DARCYŃCY I CZŁONKOWIE ORGANIZACJI (SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNE UWARUNKOWANIE ZAANGAŻOWANIA SPOŁECZNEGO POLAKÓW)

Jak czytać tabele?

W górnych wersach tabeli 14-18, a także 19 i 20, przedstawione są dane na temat udziału wolontariuszy, darczyńców i członków w kolejnych latach wśród wszystkich dorosłych Polaków. Kolejne wersy w tabelach informują o procentach wolontariuszy, darczyńców i członków w poszczególnych grupach, wyróżnionych ze względu na takie cechy jak: płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy/społeczny, dochód, region zamieszkania czy wielkość miejscowości. Porównując ze sobą wyniki dla poszczególnych grup lub odnosząc je do wyników dla wszystkich grup razem (a więc wśród ogółu Polaków) warto pamiętać, że różnice pomiędzy tymi wynikami można uznać za wartę uwagi tylko wtedy, gdy przekraczają wielkość tzw. błędu statystycznego (błędu oszacowania związanego z losowym, reprezentatywnym charakterem badania). Wartość tego błędu (szerokość tzw. przedziału ufności) zależy między innymi od tego, jak liczne są grupy, których wyniki porównujemy. Dlatego nie da się określić jednej wartości błędu statystycznego, powyżej której można twierdzić, że różnice między wynikami różnych grup są statystycznie istotne. Zalecamy, aby korzystając z poniższych tabel nie zwracać uwagi na różnice sięgające tylko kilku procent. W przypadku niespójności wyników w kolejnych latach, sugerujemy odwoływanie się do danych z roku 2004, kiedy to w badaniu uczestniczyło ok. 4000 Polaków, co umożliwiałoby dużo precyzyjniejsze niż zwykle oszacowanie wewnętrznego zróżnicowania grup wolontariuszy, filantropów i członków. Poniżej, pod tabelami, zamieszczono krótki opis wymiarów tego zróżnicowania.

Tabele 14. - 16.

	WOLONTARIUSZE						DARCZYŃCY				CZŁONKOWIE			
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Procent dorosłych Polaków	10%	11,1%	17,7%	18,3%	23,2%	21,9	34,4%	39,2%	41,8%	31,5%	17,5%	20,3%	22,8%	22,4%

Tabela 14.

Płeć	WOLONTARIUSZE						DARCZYŃCY				CZŁONKOWIE			
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Mężczyzna	8,0%	10,1%	17,1%	20,9%	25,3%	20,2%	32,2%	34,9%	36,7%	29,5%	19%	24,8%	25,7%	21,8%
Kobieta	11,9%	11,9%	18,3%	15,9%	21,2%	23,6%	36,1%	43,3%	46,6%	33,4%	16,2%	16,1%	20%	22,9%

Tabela 15.

Wiek	WOLONTARIUSZE						DARCZYŃCY				CZŁONKOWIE			
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
poniżej 25 lat	8,1%	11,9%	22,5%	23,8%	25,2%	21,1%	27,5%	35,2%	39,8%	30,8%	20,6%	22,6%	20,9%	22,1%
26-35 lat	7,8%	9,6%	19,4%	16,3%	21,0%	21,3%	41,7%	43,2%	42,3%	34,6%	19,4%	17,7%	21,4%	18%
36-45 lat	10,4%	13,6%	18,6%	17,2%	26,8%	22,4%	37,0%	40,5%	44%	33,1%	19,0%	21,8%	28%	22,9%
46-55 lat	14,5%	13,6%	20,5%	18%	22,5%	26,3%	33,0%	39,4%	39,7%	35,4%	15,9%	22,2%	18,1%	26,3%
Powyżej 55 lat	10,1%	7,1%	8,3%	15%	20,7%	18,1%	34,5%	39,3%	44,1%	25,2%	12,6%	17,1%	26,3%	22,6%

Tabela 16.

Wykształcenie	WOLONTARIUSZE						DARCZYŃCY				CZŁONKOWIE			
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Podstawowe	6,5%	8,6%	11,6	12,8%	17,5%	17,6%	29,8%	29,5%	32,7%	21,7%	13,0%	14,1%	19,9%	13,3%
Zawodowe	8,9%	9,9%	12,7%	14,6%	18,9%	18,9%	32,9%	35,2%	36,2%	26,5%	14,3%	19,1%	19,5%	20,1%
Średnie	10,4%	12,1%	22,3%	20,7%	27,1%	22,7%	37,7%	43,9%	49,4%	35,1%	21,8%	20,6%	23,3%	24,6%
Wyższe	18,5%	16,2%	23,9%	26%	30,6%	32,4%	35,4%	48%	48,1%	48,9%	20,1%	28,2%	30,1%	30,2%

Tabele 17. - 18.

	WOLONTARIUSZE						DARCZYŃCY				CZŁONKOWIE			
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Procent dorosłych Polaków	10%	11,1%	17,7%	18,3%	23,2%	21,9	34,4%	39,2%	41,8%	31,5%	17,5%	20,3%	22,8%	22,4%

Tabele 17.

Status zawodowy/ społeczny	WOLONTARIUSZE						DARCZYŃCY				CZŁONKOWIE			
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
pracuje na stałe lub dorywczo	9,6%	13,4%	20,4%	19,6%	27,5%	21,7%	36,4%	42,3%	47,4%	34%	19,8%	23,6%	27%	21,7%
bezrobotny	7,4%	8,8%	15,6%	13,1%	14,8%	23,9%	34,3%	33,8%	31,1%	28,3%	13,1%	14,8%	12,6%	25%
emeryt/ rencista	13,5%	8,3%	9,6%	14%	20,7%	19,8%	35,8%	38,1%	38%	25,9%	13,2%	16,5%	23,6%	24%
uczeń/ student	9,6%	13,2%	26,8%	29,6%	27,9%	24,8%	29,3%	35,7%	40,8%	33,6%	22,3	26,7%	21,7%	20,8%
nie pracuje/ zajmuje się domem	4,3%	7,7%	17,4%	12%	13,5%	23,5%	22,9%	42,6%	43,2%	38,2%	18,8%	11,2%	16,4%	17,9%

Tabela 18.

Dochód na członka gospodarstwa domowego	WOLONTARIUSZE						DARCZYŃCY				CZŁONKOWIE			
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
brak dochodu	6,6%	11,9%	20,8%	22%	20,0%	18,7%	31,1%	36%	37,7%	32,2%	18,0%	20,8%	16,7%	19,3%
do 400 zł	11,8%	7,3%	23,0%	18,8%	24,1%	18,8%	32,3%	37,1%	27,6%	39,6%	14,5%	18,5%	21,1%	16,7%
od 401 do 600 zł	8,3%	11,9%	13,6%	12,1%	24,2%	23,4%	33,9%	33,3%	37,5%	29,9%	14,5%	17,3%	20%	28,6%
od 601 do 1000 zł	10,8%	8,8%	13,4%	13,3%	15,8%	13,8%	29,9%	35,8%	36,6%	21,1%	13,7%	14,4%	19,3%	15,6%
powyżej 1000 zł	14,0%	16,5%	23,7%	23,2%	28,1%	25,9%	46,0%	44,8%	50,2%	38,%	26,7%	27,5%	31,7%	24,8%

Kim są wolontariusze?

Z ostatnich badań wynika, że w pracę wolontarystyczną częściej angażują się kobiety (ok. 24%) niż mężczyźni (ok. 20%). Jednak różnica ta nie jest dość duża, by biorąc pod uwagę ilość dostępnych danych, można było twierdzić, że istotnie to wśród kobiet jest więcej wolontariuszek. Jest to tym bardziej wątpliwe, że w ciągu ostatnich kilku lat to mężczyźni częściej deklarowali tego typu aktywność (jak już wspomniano, najbardziej wiarygodnym źródłem danych na ten temat są dane z roku 2004, kiedy to odsetek mężczyzn poświęcających swój czas lub pracę na rzecz innych był o 5 punktów procentowych większy niż w przypadku kobiet).

Do starszych danych powinni się także odwołać czytelnicy, których szczególnie interesują różnice w popularności wolontariatu związane z wiekiem respondentów. Tylko wyniki z roku 2004 (bazujące na znacznie większej liczbie odpowiedzi niż dane z innych lat) układają się w wyraźną, liniową zależność, (najwyższy poziom wolontariatu wśród młodzieży, najmniejszy wśród osób powyżej 55 roku życia). W pozostałych latach różnice te nie były tak wyraźne, najprawdopodobniej ze względu na relatywnie małą (w stosunku do skali różnic pomiędzy grupami) liczbę uczestników badania (1000 osobowe próby, w tym ok. 200 osobowe grupy osób deklarujących aktywność wolontarystyczną). Jedyną kategorią wiekową, o której na podstawie danych z roku 2006 można powiedzieć, że różni się od innych pod względem aktywności wolontarystycznej, jest grupa osób najstarszych – powyżej 55 roku życia. Częstość deklaracji wskazujących na bezpłatną pracę takich osób na rzecz organizacji lub grup jest wyraźnie niższa niż w młodszych grupach wiekowych.

Zależności związane z wiekiem wolontariuszy mają przełożenie na dane dotyczące ich statusu społecznego. Największy ich odsetek jest wśród uczniów i studentów, choć – jak już powiedziano – różnica ta jest na tyle mała, że nie można uznać jej za potwierdzoną (większe zaufanie budzą dane z roku 2004). Mimo to warto zauważyć, że od kilku lat dysproporcje związane z popularnością wolontariatu wśród uczniów lub studentów i innych kategorii respondentów stale się zmniejszają (w roku 2006 są już praktycznie niewidoczne). Być może przyszłe badania, przeprowadzone na większej liczbie osób pozwolą potwierdzić ten trend. Jeśliby tak było, mogłoby to oznaczać, że wolontariat staje się w coraz mniejszym stopniu domeną młodzieży szkolnej lub osób wchodzących na rynek pracy, w coraz większym zaś praktyką o charakterze bardziej powszechnym. Biorąc jednak pod uwagę wyraźny wzrost częstości wskazań na działalność wolontarystyczną wśród osób bezrobotnych oraz zajmujących się domem można raczej sądzić, że zmniejszanie się różnic pomiędzy poszczególnymi grupami społeczno-zawodowymi stanowi przede wszystkim odzwierciedlenie upowszechniania się wiedzy na temat tego, czym wolontariat jest. Innymi słowy, być może Polacy nie tyle coraz powszechniej angażują się w wolontariat, co coraz częściej wiedzą, że powinni się w wolontariat angażować. Jednak potwierdzenie tej hipotezy przyniosą dopiero przyszłe edycje badania, o liczebności pozwalającej ostatecznie potwierdzić trendy odnotowane w badaniu z roku 2005 i 2006.

Mniej wątpliwości pozostawia analiza związków pomiędzy deklaracjami aktywności wolontarystycznej a wykształceniem i statusem ekonomicznym badanych. Zwłaszcza wykształcenie od lat okazuje się najsilniejszą determinantą skłonności do wolontariatu (jak i zresztą innych działań społecznych). Im wyższe, tym większa skłonność do pracy wolontarystycznej. Badani z wyższym wykształceniem podejmowali ją prawie dwa razy częściej

niż ci cechujący się najniższym poziomem wykształcenia. Podobnie (co należy rozpatrywać jako pochodną poziomu wykształcenia), zaangażowanie w pracę społeczną rośnie wraz z poziomem dochodów (powyżej 1000 zł na jednego członka rodziny).

Kim są darczyńcy?

Według najnowszych danych, w działalność filantropijną (przekazywanie pieniędzy lub darów rzeczowych) nieco rzadziej niż inni angażują się osoby powyżej 55 roku życia (choć wynik ten nie znajduje odzwierciedlenia w danych z badań przeprowadzonych w ubiegłych latach). W bardzo wyraźny sposób skłonność do tego typu aktywności wiąże się z poziomem wykształcenia – zadeklarowała ją co druga osoba mająca dyplom wyższej uczelni, i zaledwie co piąta z wykształceniem podstawowym.

Nie budzi wobec tego zdziwienia, że największy procent darczyńców jest wśród osób najwięcej zarabiających – tych z dochodem ponad 1 tysiąc zł na członka rodziny miesięcznie. Co prawda, podobny wynik odnotowano także wśród osób o niskich zarobkach, nieprzekraczających 400 zł na jednego członka gospodarstwa domowego, jednak kategoria ta jest w badaniu na tyle nielicznie reprezentowana, że nie należy przywiązywać do tego szczególnej wagi. Warto jednak zauważyć, że w poprzednich badaniach, także w badaniu z roku 2004, zależność pomiędzy poziomem dochodów a działalnością filantropijną nie miała charakteru liniowego, i nie była prostym odzwierciedleniem różnic w poziomie wykształcenia respondentów. Niejednoznaczne wyniki porównań skłonności do filantropii w różnych grupach dochodowych związane są najprawdopodobniej z tym, że filantropia ta jest w badaniu definiowana bardzo szeroko – jako przekazywanie pieniędzy lub darów rzeczowych. Być może, aby uchwycić znaczenie własnej sytuacji finansowej dla działań filantropijnych w przyszłych badaniach należy odstąpić od tej definicji, i zacząć pytać ankietowanych osobno o przekazywanie środków finansowych i innych dóbr. Innym istotnym powodem, dla którego badanie nie ujawnia wyraźnej zależności pomiędzy filantropią a sytuacją finansową respondentów jest to, że sytuację tą oceniamy odnosząc się do danych na temat wielkości gospodarstw domowych (pytamy o dochód gospodarstwa domowego, w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa). Jest to o tyle ważne, że – jak się okazuje – tą formę wspierania organizacji lub grup relatywnie często (równie często jak badani pracujący) wskazują osoby niepracujące zawodowo – np. zajmujące się domem. Ponieważ decyzja o udzieleniu wsparcia finansowego lub rzeczowego podejmowana jest najczęściej spontanicznie i ma charakter indywidualny, odnoszenie jej do informacji na temat zasobności gospodarstwa domowego nie przynosi klarownych wyników. Spodziewana zależność ujawnia się jednak przy porównaniu częstości działań filantropijnych z danymi na temat indywidualnych dochodów uczestników badania. Warto wreszcie zwrócić uwagę, że decyzja o udzieleniu wsparcia zależy w mniejszym stopniu od rzeczywistej sytuacji finansowej badanych, w większym zaś od tego, jak oni sami ją oceniają. Wśród osób, które twierdzą, że ich dochody nie wystarczają nawet na najpilniejsze potrzeby lub zmuszają ich do rezygnacji z wielu rzeczy, odsetek wspierających innych rzeczami lub pieniędzmi wynosi ok. 24% (co i tak wypadła chyba uznać za wynik nieco zawyżony), podczas gdy wśród badanych, którym „starcza na wszystkie wydatki” sięga 53%.

Kim są członkowie organizacji?

W świetle wyników najnowszego badania członkostwo w organizacjach lub ruchach społecznych i religijnych w Polsce nie jest zróżnicowane w zależności od płci. To wyraźna zmiana w porównaniu z wynikami z ubiegłych lat. Może ona świadczyć o postępującym

procesie społecznej „emancypacji” kobiet – choć na potwierdzenie takiej hipotezy trzeba poczekać do przyszłych badań.

Podobnie jak w przypadku innych form aktywności społecznej, także i tu wyraźnie dają o sobie znać zależności związane z poziomem edukacji. Do jakiejś organizacji lub grupy należy niemal co trzeci ankietowany z wykształceniem wyższym, i mniej niż co piąty badany z wykształceniem podstawowym.

Wolontariat, filantropia i członkostwo a regiony i wielkość miejscowości

Dane z 2006 roku częściowo potwierdzają międzyregionalne różnice w poziomie aktywności społecznej zaobserwowane we wcześniejszych edycjach badania. Największy odsetek darczyńców i członków organizacji odnotowano w Polsce Południowo-Wschodniej i Południowej, a także na zachodzie kraju. W przypadku wolontariuszy tereny południowo-wschodnie (Podkarpacie i Lubelszczyzna) sytuują się w okolicach średniej ogólnopolskiej, jednak południe i zachód zachowują najwyższą pozycję w zestawieniu. Podobnie jak w latach ubiegłych, zdecydowanie gorzej wypada Polska Północna, Centralna i Wschodnia.

Wyników tych nie tłumacząc do końca różnice związane z poziomem urbanizacji poszczególnych regionów. Jak się bowiem okazuje, zarówno wolontariuszy, jak i darczyńców czy członków na wsi można spotkać równie często lub tylko nieznacznie rzadziej niż w miastach (przy czym jednak są to wolontariusze i członkowie specyficznych rodzajów zrzeszeń, charakterystycznych dla terenów wiejskich). Zależności związane z wstępowaniem tych form aktywności społecznej w żadnym z dotychczasowych badań nie miały charakteru liniowego (co być może wynika z ich dość ogólnej definicji, specjalnie zmierzającej do uchwycenia zarówno aktywności właściwej mieszkańcom metropolii jak i małych społeczności). W tym roku zwracają także uwagę zaskakujące w świetle poprzednich edycji wyniki uzyskane wśród Warszawiaków. Tylko w przypadku filantropii były one zgodne z oczekiwaniami (ponad 40% osób deklarujących finansowe lub rzeczowe wspieranie organizacji, w porównaniu do ok. 30% na poziomie całego kraju). Jednak już w przypadku wolontariatu nie różniły się od wyników na poziomie całego kraju, zaś w przypadku członkostwa – różniły się (i to znacznie) na ich niekorzyść. W tegorocznym badaniu przynależność do jakichkolwiek organizacji lub grup zadeklarował niespełna 1 na 10 mieszkańców Warszawy, w porównaniu do 25% wśród mieszkańców terenów wiejskich. Biorąc pod uwagę niewielką liczebność w badaniu osób mieszkających w stolicy (46 respondentów), do zmiany tej należy podchodzić z dużym dystansem – najprawdopodobniej ma ona charakter przypadkowy.

Tabela 19.

	WOLONTARIUSZE						DARCZYŃCY				CZŁONKOWIE				
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	
Procent dorosłych Polaków	10%	11,1%	17,7%	18,3%	23,2%	21,9%	34,4%	39,2%	41,8%	31,5%	17,5%	20,3%	22,8%	22,4%	
	Region zamieszkania respondentów														
Polska Centralna	6,2%	5,9%	9,9%	16,6%	19,5%	19,4%	25,1%	38,1%	37,1%	34,7%	11,2%	17,3%	19,1%	13,9%	
Polska Wschodnia	8,8%	20,9%	17,3%	16,5%	21,5%	15,3%	47,0%	36,3%	36,6%	24,6%	15,4%	17,8%	16,3%	21,5%	
Polska Południowo-Wschodnia	14,0%	10,5%	27,0%	21,7%	30,7%	20,5%	44,8%	44,7%	49%	39,8%	20,9%	22,8%	26,6%	24,8%	
Polska Południowa	8,5%	12,2%	14,8%	18,1%	21,1%	30,4%	36,2%	43,1%	46,7%	39,4%	24,8%	21,5%	20,9%	35	
Polska Południowo-Zachodnia	15,9%	9,1%	16,7%	20,6%	27%	17,8%	17,9%	34,2%	51,5%	28,7%	18,8%	21,9%	30,3%	17,8%	
Polska Zachodnia	12,7%	10,8%	21,3%	18,7%	24,2%	35,2%	34,6%	42,7%	41,3%	30,3%	15,4%	22,9%	21,7%	32,3%	
Polska Północna	7,6%	12,3%	19,6%	17,1%	21,2%	16,9%	35,3%	34,5%	33,1%	20,1%	17,6%	19,7%	25,8%	15,6%	

Tabela 20.

	WOLONTARIUSZE			DARCZYŃCY			CZŁONKOWIE		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Procent dorosłych Polaków	18,3%	23,2%	18,3%	39,2%	41,8%	31,5%	20,3%	22,8%	22,4%
Wielkość miejscowości									
Wieś	20,1%	26,4%	23,7%	38,4%	39,5%	33,9%	20,6%	23,2%	25,5%
miejscowość do 50 tys.	18,4%	17,8%	15,7%	38%	40,5%	25,7%	20%	19,1%	16,2%
miasto od 50 do 200 tys.	15,7%	22,5%	25,7%	41,6%	46,2%	33,1%	19,5%	27,4%	28%
miasto powyżej 200 tys.	15,5%	22,0%	23,1%	38,6%	41,5%	30,1%	18,7%	18,2%	22%
Warszawa	25,1%	32,7%	21,7%	46,3%	52%	41,3%	28,9%	38%	8,7%

Wolontariat, filantropia i członkostwo a religijność

Częstość uczestnictwa w praktykach religijnych jest czynnikiem różnicującym gotowość do bezinteresownej pomocy (także poza strukturami związanymi z Kościołem, a więc także wtedy, kiedy nie uwzględniamy w analizach faktu przynależności do organizacji lub zrzeszeń związanych z religią). Wśród osób uczestniczących w praktykach religijnych nie rzadziej niż raz w tygodniu niemal 26,5% wspomogło organizacje społeczne swoją pracą, zaś niemal 40% przekazało na rzecz organizacji lub ruchów społecznych jakieś środki finansowe lub dary rzeczowe. Wśród osób uczestniczących w praktykach religijnych rzadziej niż raz w tygodniu odsetek wolontariuszy i filantropów jest niższy – wynosi odpowiednio 17,3% i 24,3%. Także pod względem członkostwa w organizacjach osoby uczestniczące w praktykach religijnych wyróżniają się na tle innych. Przynależność do jakiejś organizacji lub grupy deklaruje 27,5% osób chodzących do kościoła przynajmniej raz na tydzień i ok. 17% osób mniej religijnych (różnice te utrzymują się także wtedy, kiedy analizowane dane nie obejmują organizacji lub grup o charakterze religijnym).

Tabela 21.

	WOLONTARIUSZE						DARCZYŃCY		
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Procent dorosłych Polaków	10%	11,1%	17,7%	18,3%	23,2%	21,9%	39,2%	41,7%	22,4%
Udział w praktykach religijnych									
Co najmniej raz w tygodniu	11,2%	16,3%	-	21,8%	27%	26,5%	43,8%	48,7%	27,5%
Rzadziej niż raz w tygodniu	8,0%	7,5%	-	15,5%	17,8%	17,3%	33,6%	34,8%	17,3%

Jednocześnie, mimo że uczestnictwo Polaków w obrządkach religijnych może wciąż uchodzić, na tle Europy, za zjawisko masowe, zwraca uwagę fakt, iż ich zaangażowanie w działalność organizacji katolickich i organizacji społeczno-religijnych jest stosunkowo niewielkie. Choć według danych Instytutu Statystyki Kościoła Katolickiego¹⁵ co tydzień do kościoła uczęszcza prawie połowa wiernych (podobne wyniki przynosi zresztą nasze badanie), to jednak z prezentowanych tu danych wynika, że dobrowolną i bezpłatną pracę na rzecz organizacji i ruchów religijnych, wspólnot parafialnych lub misji podjęło w ciągu ostatniego roku tylko ok. 3,2% Polaków. Taki sam odsetek stanowią członkowie tego rodzaju organizacji i ruchów, zaś środki finansowe na ich rzecz przekazało 7,3% Polaków.

Zbliżone wyniki przyniosło międzynarodowe badanie European Value Survey, przeprowadzone w 2002 roku. Zgodnie z nim w Polsce tylko ok. 3% obywateli deklaruje przynależność do jakiejś organizacji religijnej lub kościelnej – jest to cztery razy mniej niż wynosi średnia dla wszystkich badanych krajów europejskich (12%). Podobnie jest z podejmowaniem działalności na rzecz organizacji tego typu – 2,2% Polaków zbadanych w European Values Survey deklarowało, że pracowało ostatnio dla organizacji religijnej lub kościelnej (średnia europejska to ok. 6%). Analiza wyników tego badania pokazuje, że większa aktywność lub członkostwo w organizacjach religijnych nie jest funkcją religijności społeczeństwa, a raczej jego aktywności – największy procent obywateli deklaruje członkostwo i wolontariat w organizacjach religijnych i kościelnych w krajach powszechnie postrzeganych jako

zlaicyzowane, za to odznaczających się wysokimi wskaźnikami aktywności społecznej – członkostwo: Dania 27%, Holandia 26%, Finlandia 25%, Niemcy 19%, Norwegia 15%, Szwecja 15% i wolontariat: Wielka Brytania 12%, Holandia 10% Niemcy 9% (jedynym wyjątkiem jest katolicka Irlandia – członkostwo: 25% i wolontariat: 11%) .

Warto podkreślić, że powyższe dane dotyczą wsparcia organizacji i ruchów religijnych, a nie instytucji Kościoła. W badaniu SMG/KRC i Stowarzyszenia Klon/Jawor z roku 2006 zapytano respondentów, czy w ciągu ostatniego roku przekazali pieniądze na rzecz Kościoła / związku wyznaniowego (w formie tzw. „tacy”, opłaty za posługi duszpasterskie itp.) lub poświęcili swój czas (nieodpłatnie) na rzecz kościoła. Przy tak sformułowanym pytaniu wsparcie deklaruje 56,5% badanych (to niemało, jednak aż o 10 punktów procentowych mniej niż jeszcze rok temu).

8. INNE DZIAŁANIA OBYWATELSKIE

Aktywność obywatelska nie przejawia się tylko poprzez zaangażowanie w działania organizacji pozarządowych lub gotowość do ich wspierania. Badacze zajmujący się tym zagadnieniem wyróżniają cały katalog postaw i działań, które charakteryzują mniej lub bardziej obywatelskie społeczeństwa. W badaniach z 2003, 2004, 2005 i 2006 roku zdecydowaliśmy się zapytać dorosłych Polaków także o te postawy i działania – świadczące o zainteresowaniu sprawami publicznymi, a także o gotowości do mobilizacji i wspólnego działania w społecznie istotnych sprawach.

Pytania o część tych kwestii znalazły się też w kwestionariuszu międzynarodowego badania European Social Survey, przeprowadzonego w 2002 i w grudniu 2004 roku w ponad 20 krajach Europy (w tym w Polsce). Dzięki temu wyniki można porównać nie tylko w czasie (niewielkie różnice, mieszczące się w granicy błędu statystycznego), ale przede wszystkim „w przestrzeni”, a tu różnice są już znaczne.

Tabela 22.

Czy w ostatnim roku... (% odpowiedzi pozytywnych)	Badanie SMG/KRC, Stowarzyszenie Klon/Jawor i Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu				European Social Survey (ESS)			
					Polska		Średnia europejska	
	2003	2004	2005	2006	2002	2004	2002	2004
Kontaktował się Pan(i) z politykiem, urzędnikiem na szczeblu rządowym lub samorządowym	6,6%	5,4%	10,3%	9,5%	9,6%	7%	16,1%	14,6%
Podpisywał Pan(i) petycję	9,5%	7,8%	12,1%	7,5%	7,1%	9,6%	23,4%	22,2%
Brał Pan(i) udział w legalnej publicznej demonstracji	2,6%	1,9%	3,9%	3,3%	1,4%	1,6%	7,2%	7,2%
Brał Pan(i) udział w nielegalnych protestach	1,3%	0,3%	1,5%	1,3%	0,2%	-	1,1%	-

¹⁵ Wskaźnik tzw. Dominicantes, por. www.iskk.ecclesia.org.pl

Czy w ostatnim roku... (% odpowiedzi pozytywnych)	Badanie SMG/KRC, Stowarzyszenie Klon/Jawor i Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu				European Social Survey (ESS)			
					Polska		Średnia europejska	
	2003	2004	2005	2006	2002	2004	2002	2004
Uczestniczył Pan(i) w zebraniach dotyczących spraw szerszej społeczności poza miejscem pracy	7%	6,6%	12%	7,6%	-	-	-	-
Zabierał Pan(i) publicznie głos, dyskutował na zebraniach dotyczących spraw szerszej społeczności	5,8%	5,5%	12,3%	8,0%	-	-	-	-

Na pierwszy rzut oka widać, że pod względem form aktywności charakteryzujących aktywne politycznie społeczeństwo Polacy odbiegają od średniej europejskiej – niezależnie od tego, czy odnosimy się tylko do wyników badania ESS, czy też porównujemy je z danymi z badania SMG/KRC, Stowarzyszenia Klon/Jawor i Stowarzyszenia Centrum Wolontariatu (różnice między oboma badaniami są na tyle małe, że nie można ich uznać za istotne na gruncie badań reprezentatywnych, opartych na losowej próbie respondentów). Odnosząc się tylko do wyników uzyskanych w tym ostatnim badaniu, warto odnotować zauważalną zmianę dynamiki wymienionych wyżej zjawisk. Choć pomiędzy rokiem 2004 i 2005 ich natężenie w polskim społeczeństwie wzrosło (dotyczy to zwłaszcza częstotliwości kontaktów z politykami i urzędnikami, dołączania swojego podpisu pod rozmaitymi petycjami oraz uczestnictwa w zebraniach dotyczących spraw publicznych), to na podstawie nowych danych trend ten można uznać za chwilowy. Skłonność Polaków do uczestnictwa w wymienionych niżej formach partycypacji w sprawach publicznych jest dziś podobna jak dwa lata temu i ponad dwukrotnie niższa niż wynosi średnia dla krajów europejskich zbadanych w European Social Survey.

W badaniu ESS respondenci byli też pytani o gotowość do demonstrowania swoich poglądów przez „noszenie lub umieszczanie w widocznym miejscu znaczków/nalepek propagujących jakąś kampanie lub akcję”, działania będące wyrazem świadomych wyborów konsumencyjnych, takie jak: „bojkotowanie lub celowe nie kupowanie określonych towarów, produktów” (w 2002 też o: „kupowanie określonych produktów, towarów ze względów politycznych, etycznych lub ekologicznych”), a także działania w organizacjach i grupach nieformalnych: „działania w partii politycznej lub grupie obywatelskiej” oraz „działania w innego rodzaju organizacjach lub stowarzyszeniach” (w 2002 też o: „przekazywanie datków pieniężnych na rzecz organizacji lub ugrupowań politycznych”).

Tabela 23.

Czy w ostatnim roku... (% odpowiedzi pozytywnych)	European Social Survey (ESS)			
	Kraje, w których procent pozytywnych odpowiedzi był największy		Kraje, w których procent pozytywnych odpowiedzi był najmniejszy	
	2002	2004	2002	2004
Kontaktował się Pan(i) z politykiem, urzędnikiem na szczeblu rządowym lub samorządowym	Finlandia: 24,4% Norwegia: 23,9% Irlandia: 22,4	Finlandia: 22,8% Norwegia: 21,8% Luksemburg: 21,7%	Polska: 9,6% Portugalia: 11,2% Izrael: 11,6%	Portugalia: 5,4% Polska: 7% Estonia: 9,1%
Podpisywał Pan(i) petycję	Szwecja: 40,8% Szwajcaria: 40,4% Norwegia: 37,1%	Szwecja: 48,7% Norwegia: 38,7% Szwajcaria: 37,7%	Węgry: 4,2% Grecja: 4,6% Portugalia: 6,8%	Grecja: 3,1% Estonia: 4,1% Portugalia: 4,4%
Brał Pan(i) udział w legalnej publicznej demonstracji	Luksemburg: 20,1% Hiszpania: 16,1% Niemcy: 11,4%	Luksemburg: 20,1% Hiszpania: 16,1% Niemcy: 11,4%	Polska: 1,4% Finlandia: 2% Słowenia: 2,7%	Polska: 1,6% Finlandia: 2% Słowenia: 2,7%
Brał Pan(i) udział w nielegalnych protestach	Luksemburg: 3,4% Belgia: 2,4% Włochy: 2,2%	-	Polska: 0,2% Finlandia: 0,3% Portugalia: 0,3%	-

W tabeli 24. przedstawiony jest ranking krajów uporządkowanych ze względu na większą niż średnia gotowość do podejmowania rozmaitych działań świadczących o sile aktywności obywatelskiej (tych wymienionych powyżej i innych, takich np. jak działalność w organizacjach lub grupach nieformalnych). Procentowe dane mówią o tym, jak często w poszczególnych krajach procent obywateli podejmujących działania obywatelskie przekroczył europejską średnią (uśredniony wskaźnik na podstawie wyników ze wszystkich krajów biorących udział w badaniu). Dane przedstawione są w procentach, żeby możliwe było porównywanie wyników poszczególnych krajów w czasie – badania z 2002 i 2004 roku różnią się bowiem liczbą tzw. kategorii obywatelskości, a więc kwestii, o które byli pytani obywatele w celu oceny poziomu ich zaangażowania obywatelskiego (np. działania w grupach formalnych lub nieformalnych, udział w demonstracjach).

Tabela 24.

Procent kategorii obywatelskości, w której wynik danego kraju był wyższy niż średnia europejska	ESS 2002 (10 kategorii obywatelskości)	ESS 2004 (7 kategorii obywatelskości)
Norwegia	90%	100%
Austria	brak danych	85%
Szwajcaria	100%	71%
Szwecja	70%	71%
Finlandia	60%	71%
Dania	60%	71%
Hiszpania	40%	71%
Niemcy	70%	57%
Luksemburg	70%	57%
Wielka Brytania	50%	57%
Belgia	80%	14%
Czechy	30%	14%
Grecja	20%	14%
Polska	10%	0
Portugalia	0	0
Słowenia	0	0
Estonia	brak danych	0
Irlandia	50%	brak danych
Izrael	50%	brak danych
Włochy	30%	brak danych
Holandia	20%	brak danych
Węgry	0	brak danych

Biorąc pod uwagę wyniki badań ESS dotyczące gotowości do podejmowania działań obywatelskich, można powiedzieć, że Europa dzieli się na aktywniejszą północ i mniej aktywne południe i wschód (choć wyniki badania z 2004 roku w należącej do południa Europy Hiszpanii pięciokrotnie przewyższyły europejską średnią, zaś w „północnej” Belgii przewyższają ją tylko w jednej kategorii). Jednak nie można zapominać, że katalog działań obywatelskich uwzględniony w ramach badania ESS nie wyczerpuje wszystkich możliwych form tego rodzaju aktywności. Można też zadać pytanie, do jakiego stopnia porównywanie poziomu zaangażowania w takie działania w różnych społeczeństwach, bez uwzględnienia różnic związanych z kontekstem, w jakim działania te są podejmowane i ich znaczeniem, odmiennym w różnych częściach Europy, ma sens? Nie rozwijając tu tej kwestii, trzeba podkreślić, że tezy o większej lub mniejszej „gotowości do podejmowania działań obywatelskich” przez europejskie społeczeństwa nie należy rozszerzać na wszelkie możliwe przejawy obywatelskości.

Kategorią, w której w 2002 roku wynik badania w Polsce przewyższył europejską średnią była filantropia (Polacy częściej niż obywatele 15 spośród 20 zbadanych krajów zadeklarowali, że wspierają finansowo organizacje i ugrupowania polityczne). W 2004 roku w ESS zrezygnowano z pytania o filantropię.

Poczucie sprawczości wśród Polaków

Pytanie, co jest przyczyną bierności Polaków, stanowi przedmiot dociekań socjologów od kilkudziesięciu lat. Wśród wielu proponowanych przez nich wyjaśnień największą popularność zyskały te odwołujące się do historii relacji pomiędzy instytucjami publicznymi – zwłaszcza zaś instytucjami Państwa – a polskim społeczeństwem, od czasów zaborów (z krótkimi przerwami) będącej historią napięć i konfliktu, konspiracji i przymusu. Od lat 70 XX w. dla opisu udziału Polaków w sprawach publicznych używa się często sformułowanej przez S. Nowaka metafory „próżni społecznej”, odnoszącej się do wycofania Polaków w sferę relacji towarzyskich i rodzinnych. Próżnia wypełnia całe spektrum działalności związanej z „oficjalnymi” instytucjami, pomiędzy bezpieczną przestrzenią relacji rodzinnych i przyjacielskich a uogólnioną, nieokreśloną kategorią „narodu”. To właśnie ze względu na tę ogólnonarodową identyfikację Polacy są zarówno zdolni do wielkich zrywów w obejmujących całe społeczeństwo akcjach społecznych lub w sytuacjach kryzysowych, jak i wyjątkowo pasywni wtedy, gdy chodzi o ich własne podwórko i tak zwane „codzienne” sprawy. Jak się wydaje, po kilkunastu latach transformacji systemowej teorię tą można uzupełnić o kilka nowych argumentów dotyczących przyczyn bierności Polaków. Wśród nich, poczesne miejsce zajmuje argument odnoszący się do braku poczucia sprawczości, braku poczucia wpływu na najbliższe otoczenie i decyzje go dotyczące. Poczucie to rodzi się zarówno z owej społecznej próżni, z wyobcowania oficjalnych instytucji i wciąż żywego w polskiej wyobraźni zbiorowej podziału na „nas” (czyli społeczeństwo) i „ich” (czyli władzę), jak i z realnych problemów związanych z dojrzałością demokracji i znaczeniem obywatelskiego głosu na poziomie lokalnym. O wadze tego problemu świadczą wypowiedzi uczestników badania Stowarzyszenia Klon/Jawor dotyczące ich wpływu na działalność samorządów lokalnych. Poproszeni o ocenę tego, jakie byłyby ich szanse na nakłonienie władz lokalnych, aby coś zmieniły w najbliższym otoczeniu, Polacy w zdecydowanej większości oceniają je marnie – mniej więcej jedna na 5 osób uważa, że byłoby to prawdopodobne, podczas gdy prawie 60% skłania się ku przeciwnemu pogładowi (20% nie ma wyrobionej opinii na ten temat).

Tabela 25.

Przypuśćmy, że chciał(a)by Pan(i), aby władze lokalne coś ulepszyły w najbliższym Pana(i) otoczeniu. Jak Pan(i) sądzi, na ile prawdopodobne jest, że mógłby/mogłaby Pan(i) coś osiągnąć w tej sprawie?	% odp.
Bardzo prawdopodobne	2,4
Dość prawdopodobne	19,2
Raczej nieprawdopodobne	37,7
Zupełnie nieprawdopodobne	20,3
Trudno powiedzieć	20,4
Ogółem	100,0



VI. KORZYSTANIE Z MECHANIZMU 1% W 2006 ROKU

1. SKŁONNOŚĆ POLAKÓW DO ALOKACJI 1% PODATKU NA RZECZ ORGANIZACJI POŻYTKU PUBLICZNEGO

Znajomość mechanizmu 1%

W połowie listopada 2006 roku, niemal trzy lata po wejściu w życie rozwiązania umożliwiającego przekazanie 1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego, **co drugi Polak (53,2%) zadeklarował, że słyszał o tej możliwości – to o 20% więcej niż w 2004 roku, ale zaledwie 3,5% więcej niż w roku 2005.** Wygląda więc na to, że w ciągu ostatniego roku informacja o istnieniu mechanizmu 1% nie dotarła do zdecydowanej większości z tych, którzy dotąd o nim nie wiedzieli. Wypada zapytać, czy 50% to dużo, czy mało? Choć ostateczne rozstrzygnięcie tego pytania jest raczej funkcją oczekiwań niż faktów, to jednak starając się o obiektywną ocenę obecnego poziomu wiedzy Polaków o odpisie 1% można posiłkować się porównaniami z innymi krajami, w których wprowadzono ten mechanizm. W przypadku Słowacji (według badań z 2002 roku), półtora roku po wprowadzeniu możliwości przekazywania 1%, o słyszało o tym 70% obywateli tego kraju. Wobec tych danych trudno nie dojść do wniosku, że akcje informacyjne związane z 1% i kampanie w środkach masowego przekazu są nadal w Polsce bardzo potrzebne – w dalszym ciągu bowiem połowa dorosłych Polaków nie wie o możliwości przekazania części swojego podatku dochodowego organizacjom pożytku publicznego (a ci, którzy o niej wiedzą, nie zawsze wiedzą o niej cokolwiek więcej, jak wskazują deklaracje dotyczące przyczyn nieprzekazywania 1% podatku, zdradzające, że część badanych nie rozumie istoty tego mechanizmu).

Wśród osób pracujących na stałe lub dorywczo (a więc potencjalnych podatników) procent deklarujących, że słyszało o możliwości przekazania 1% **jest nieco większy niż w całej populacji – prawie 58% pracujących Polaków deklaruje, że o niej słyszało.** Podatnicy teoretycznie powinni dowiedzieć się o możliwości 1% w momencie wypełniania PIT – bowiem wzmianka o niej pojawia się w samym formularzu. Należy jednak pamiętać, że wiele osób nie wypełnia samodzielnie PIT (robi to za nich zakład pracy, firma, ktoś z rodziny lub znajomych). Ponadto, nawet osobiste wypełnienie zeznania podatkowego nie umożliwia podatnikom nabycia pełnej wiedzy o zasadach przekazania 1%, nie mówiąc już o dostarczeniu argumentów dlaczego warto podjąć wysiłek związany z przekazaniem 1% podatku wybranej organizacji pożytku publicznego.

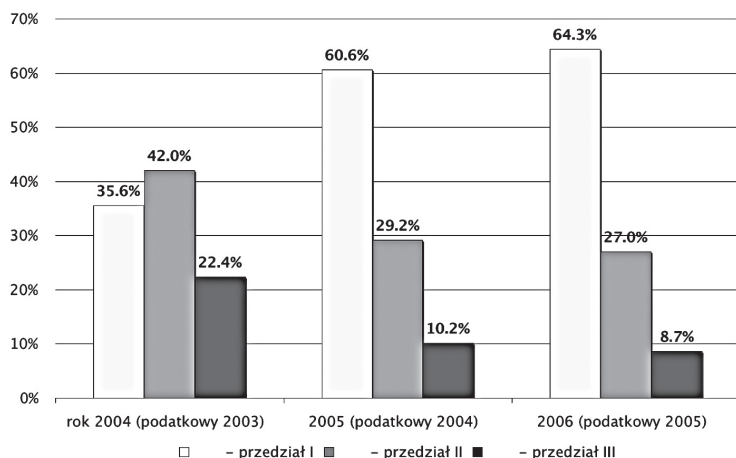
Wiedza o możliwości skorzystania z alokacji 1% nie jest tym samym, co chęć skorzystania z tej możliwości. **W listopadzie 2006 roku tylko 18% Polaków zadeklarowało, że zamierza z niej skorzystać** (w tym 15% bezwarunkowo, a kolejne 3% pod pewnym warunkiem). To nawet mniej niż w roku 2005 (o 5 punktów procentowych). O ile przy tym w zeszłym roku odsetek takich deklaracji wśród osób pracujących zawodowo był zdecydowanie wyższy niż wśród wszystkich Polaków (ponad 30% w stosunku do 23%), to obecnie ich opinie nie różnią się zasadniczo od wskazań wszystkich uczestników badania. Z drugiej strony, aż

43% badanych Polaków twierdzi, że nie ma zamiaru korzystać z opcji 1%. Po uszczupleniu tej grupy o osoby, które z różnych powodów nie rozliczają się z fiskusem, odsetek ten spada do ok. 35%. Oznacza to, że w porównaniu do poprzedniej edycji badania grupa osób niemających zamiaru skorzystać z tej opcji wzrosła (w roku 2005 wynosiła ok. 29% badanych płacących podatek dochodowy). 39% respondentów zastanawia się dopiero nad skorzystaniem z opcji 1%.

Jak rzeczywistość weryfikuje deklaracje

Jak dowodzi porównanie dotychczasowych wyników badań z późniejszymi oficjalnymi danymi dotyczącymi rzeczywistej skali alokacji 1% podatku, od deklaracji do faktycznych działań droga daleka. Według wyników sondażu z roku 2005, z możliwości przekazania 1% planował skorzystać mniej więcej co czwarty dorosły Polak (płacący podatki), zaś faktycznie uczynił to mniej niż co dwudziesty (wg danych Ministerstwa Finansów, w roku 2006 1% odpisało ok. 4,85% podatników). Oznacza to, że w ostatnim roku podatkowym liczba podatników korzystających z mechanizmu 1% wzrosła o **ok. 70%** (z 676 912 do 1 148 255 osób). Jednak w porównaniu do innych państw, w których od dawna funkcjonują podobne rozwiązania, wypadamy pod tym względem wciąż bardzo słabo. Na Węgrzech, gdzie 1% (od kilku lat 2%) można przekazywać już od 10 lat, z opcji tej skorzystała w 2005 roku 1/3 podatników, wspierając w ten sposób prawie 25 tysięcy organizacji społecznych. Kwota, którą przekazali podatnicy organizacjom pożytku publicznego w roku 2006 (62 mln. złotych) jest o **połowę większa**, niż ta pochodząca z 1% w 2005 roku, i **6 razy większa** niż w roku 2004, kiedy to 1% podatku można było przekazywać po raz pierwszy. Podobnie jak przed rokiem, wzrost liczby podatników korzystających z mechanizmu 1% był większy niż wzrost sumy przekazanych dzięki niemu środków. Jest to związane ze zmianami struktury grupy podatników wspierających organizacje pożytku publicznego. Jak widać na poniższym wykresie, od roku 2004 do grupy tej dołączali przede wszystkim podatnicy opodatkowani według skali podatkowej, mieszczący się w granicach pierwszego progu podatkowego (ich liczba wzrosła o 80%, w porównaniu do ok. 57% w przypadku II progu podatkowego i niespełna 45% w przypadku progu trzeciego). Można też zauważyć, że pomiędzy rokiem 2006 i 2005 zmiany w strukturze podatników przekazujących 1% są zdecydowanie mniej widoczne niż pomiędzy rokiem 2005 i 2004, co jest o tyle zrozumiałe, że w roku 2004 mechanizm ten dopiero wchodził w życie i skorzystało z niego niewiele osób, przede wszystkim najzamożniejszych.

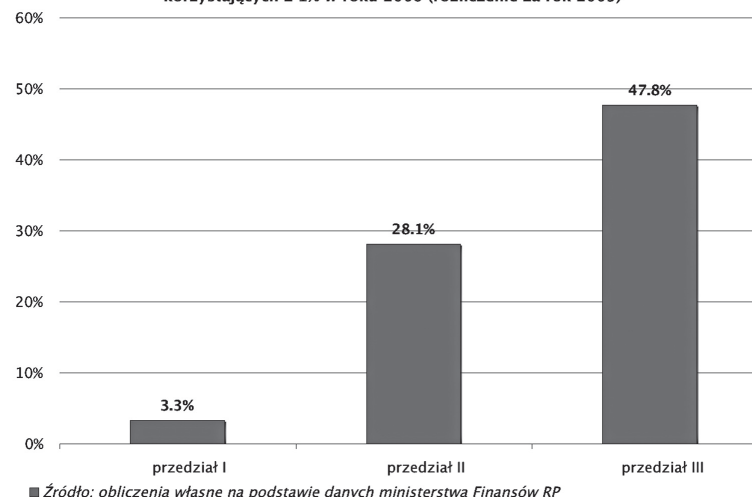
Wykres 4. Struktura grupy podatników korzystających z 1% w kolejnych latach



źródło: obliczenia własne na podstawie danych Ministerstwa Finansów RP

Fakt zwiększania się udziału osób najmniej zamożnych w grupie podatników przekazujących 1% wynika przede wszystkim z tego, że takich osób jest w Polsce najwięcej – podatnicy z pierwszego przedziału w skali podatkowej stanowią prawie 95% wszystkich osób płacących podatek dochodowy. Nic więc dziwnego, że to oni dominują wśród podatników korzystających z odliczeń na rzecz organizacji pożytku publicznego. Nie oznacza to jednak, że to właśnie wśród osób mniej zamożnych mechanizm ten jest najpopularniejszy. W roku 2006 (a więc wg rozliczeń dochodowych za roku 2005), osoby mieszczące się w pierwszym progu podatkowym i korzystające z odpisów 1% stanowiły nieco ponad 3% wszystkich podatników z tej grupy. Z drugiej strony, wśród osób płacących podatki wg najwyższej stawki z opcji 1% skorzystała co druga (prawie 100 tysięcy osób spośród niespełna 210 tysięcy opodatkowanych wg tej stawki – można zresztą zastanawiać się, czy to dużo czy mało?). Biorąc pod uwagę, że wśród „nieprzekonanych” do mechanizmu 1% pozostaje 97% osób z dołu skali podatkowej i tylko 52% osób płacących najwyższe podatki, w przyszłych latach należy spodziewać się utrzymania przedstawionych wyżej trendów związanych z przemianami w strukturze podatników wspierających organizacje pożytku publicznego (a więc wzrostu udziału w tej grupie podatników o niższych dochodach i relatywnego zmniejszania się udziału osób najzamożniejszych).

Wykres 5. Procent podatników z danego przedziału skali podatkowej korzystających z 1% w roku 2006 (rozliczenie za rok 2005)



Być może różnic pomiędzy deklarowanymi w badaniach chęciami skorzystania z mechanizmu 1% i jego faktyczną popularnością nie należy tłumaczyć wyłącznie niestałością respondentów. Można przypuszczać, że pewien wpływ na te dysproporcje pomiędzy „chęciami” a rzeczywistością miały również utrudnienia, jakie napotykały osoby planujące przekazać 1% podatku organizacjom pozarządowym. Należą do nich przede wszystkim: brak dostatecznej informacji na temat działających organizacji pożytku publicznego oraz konieczność samodzielnego przekazywania obliczonej w zeznaniu kwoty za pomocą przelewu bankowego lub przekazu pocztowego, a także oczekiwania na zwrot przekazanych w ten sposób środków przez fiskus. Według wyników badania, trudności te zniechęciły do skorzystania z opcji 1% mniej więcej 1/3 podatników, którzy mogli z niej skorzystać (słyszeli o mechanizmie 1%, uzyskują dochody, od których odprowadzają podatki, rozliczają się samodzielnie i nie są płatnikami podatku zryczałtowanego).

Kto planuje przekazać 1% na rzecz organizacji?

Jak wskazują powyższe dane, gotowość skorzystania z mechanizmu 1% rośnie wraz z poziomem wykształcenia. W grupie osób z wykształceniem podstawowym deklaruje ją tylko 11% uczestników badania, podczas gdy wśród osób z wykształceniem średnim ok. 18% (to o prawie 10 punktów procentowych mniej niż w ubiegłym roku), zaś wśród osób z wykształceniem wyższym – 32%. Największy odsetek gotowych przekazać 1% jest wśród osób między 25 a 55 rokiem życia (24%), zaś najmniejszy – powyżej 55 roku życia (13% – jak można się domyślać, jest tak przede wszystkim ze względu na fakt, iż większość przedstawicieli tej grupy stanowią emeryci, dla których korzystanie z mechanizmu 1% musiałoby oznaczać przejęcie obowiązku wypełniania zeznania podatkowego od ZUS). Dość kłopotliwe wyniki przynosi porównanie wypowiedzi dotyczących planów związanych z 1% z danymi o statusie społecznym i zawodowym respondentów. Okazuje się, że relatywnie często do tego typu deklaracji skłonne są osoby... niepracujące lub zajmujące się

domem – poza uczniami i studentami, osobami bezrobotnymi i emerytami lub rencistami (25%). Wydaje się to świadczyć o nie zrozumieniu zasady działania mechanizmu 1% i traktowaniu go jako pewnej formy filantropii, dostępnej dla wszystkich w równym stopniu, niezależnie od tego, czy płacą podatek dochodowy czy nie. Biorąc pod uwagę powyższe analizy oficjalnych statystyk Ministerstwa Finansów nie dziwi, że 1% w roku 2007 planują przekazać zwłaszcza osoby zamożniejsze (24% wśród osób deklarujących dochód netto na członka gospodarstwa domowego powyżej 1000 zł, w porównaniu do 13% wśród osób nieposiadających w chwili badania żadnych własnych dochodów). Chęć korzystania z mechanizmu 1% jest także związana z wielkością miejscowości zamieszkania – deklaruje ją tylko 12% mieszkańców wsi (co nie jest zaskakujące, biorąc pod uwagę, że rolnicy są opodatkowani na szczególnych zasadach i nie mają możliwości przekazywania części swojego podatku organizacjom).

Źródła informacji o OPP

Odsetek Polaków, którzy w trakcie badania zadeklarowali, że w 2006 roku (rozliczając się za rok 2005) przekazali 1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego zgadza się (biorąc pod uwagę reprezentatywny charakter badania i związaną z nim niedokładność oszacowań – tzw. błąd statystyczny) z oficjalnymi danymi Ministerstwa Finansów (przypomnijmy – według tych danych z możliwości tej skorzystało w 2006 roku 4,85% badanych). Niestety liczebność tej grupy jest tak mała, że trudno na podstawie odpowiedzi jej przedstawicieli powiedzieć coś pewnego na temat źródeł informacji o organizacjach pożytku publicznego, z których korzystały osoby podejmując decyzję o wsparciu. Nie będzie chyba jednak nadużyciem wskazanie źródeł najbardziej popularnych, a informacje te mogą być ciekawe dla organizacji pożytku publicznego planujących kampanie zachęcające do wsparcia ich 1% podatku.

Dane z badania potwierdzają intuicje dotyczące najskuteczniejszych metod perswazji, ale także wskazują, że w polskim społeczeństwie wizerunek poszczególnych organizacji zależy mniej od tradycyjnego „marketingu”, a bardziej od ich obrazu w oczach ludzi, którzy stykają się z nimi na co dzień i od zdolności do przyciągania jak największych rzesz członków, wolontariuszy czy odbiorców działań. Innymi słowy, o szansach na pozyskanie 1% decyduje póki co raczej pozycja organizacji na społecznej „giełdzie” opinii niż spoty reklamowe czy ogłoszenia w prasie. Ok. 40% osób, które przekazały 1% podatku twierdzi, że na ich decyzję wpłynęła jedna z bezpośrednich form zetknięcia z organizacją – **pozytywne opinie na jej temat od przyjaciół, znajomych, rodziny, bezpośrednia prośba przedstawiciela organizacji lub osobiste doświadczenia związane z korzystaniem z usług organizacji**. Niemniej, kampanie medialne także okazują się skuteczną drogą dotarcia – zwłaszcza, jeśli pamiętać, że na takie techniki może sobie pozwolić bardzo niewiele najzamożniejszych organizacji. 23% badanych, którzy w ubiegłym roku przekazali 1% deklaruje, że zachęciła ich właśnie taka kampania (plakaty, ogłoszenia w prasie, audycje w mediach itp.).

Trochę inny ranking najbardziej popularnych źródeł informacji wyłania się z deklaracji Polaków, którzy twierdzą, że mają zamiar skorzystać z mechanizmu 1% w 2007 roku (rozliczając się za rok 2006). Osoby te zapytano o to, do jakich źródeł informacji będą się odwoływać dokonując wyboru organizacji, które wesprą. Najwięcej, niemal 40%, wskazało środki masowego przekazu (TV, radio, prasa itd.). Drugim z najczęściej wymienianych sposobów okazało się zasięganie opinii znajomych, przyjaciół lub rodziny (drogę tą wska-

zała 1 na 3 osoby planujące przekazać 1%). 11% szukałoby informacji w Internecie lub zadzwoniło na specjalną infolinię. 7,1% zwróciłoby się o potrzebne informacje do samych organizacji, zaś 5% nie poszukiwałoby informacji w ogóle, ponieważ już wie, jaką organizację chciałoby wesprzeć. Co ważne, aż 15% badanych chcących skorzystać z 1% nie było w stanie odpowiedzieć na pytanie o to, jak próbowałiby wyselekcjonować organizację, na rzecz której przekazaliby część swojego podatku.

Tabela 26.

Gdzie lub jak szukał(a)by Pan(i) informacji o organizacjach pożytku publicznego, którym mógł(mogła)by Pan(i) przekazać swój 1% podatku?	Procent Polaków
W środkach masowego przekazu (TV, radio, prasa itd.)	38,7
Zasięgnął(bym) opinii znajomych, przyjaciół, rodziny	32,9
W Internecie lub dzwoniąc na specjalną infolinię	11,3
Zwrócił(a)bym się o informację do samych organizacji	7,1
Nie potrzebuje żadnych dodatkowych informacji – zdecydowałem(am) już komu przekażę 1% podatku	4,7
Czekał(a)bym na kontakt od organizacji zabiegającej o 1%	1,2
Inne	5,5
Trudno powiedzieć	5,5

2. DLACZEGO POLACY NIE CHCĄ PRZEKAZYWAĆ 1%?

Na pytanie, dlaczego nie przekazali w 2006 roku 1% podatku na rzecz organizacji odpowiadali tylko ci respondenci, którzy zadeklarowali, że przed badaniem słyszeli o alokacji 1%. Najczęściej deklarowali oni, że nie skorzystali z tej możliwości, ponieważ wydało im się to zbyt absorbujące. Warto zauważyć, że w stosunku do wyników badania z roku ubiegłego częstość takich odpowiedzi zauważalnie wzrosła – co powinno być sygnałem dla polityków odpowiedzialnych za wdrażanie mechanizmu 1% i decydujących o regułach, według których można go używać. Mniej więcej 16% wśród wiedzących o takiej możliwości stanowią osoby, które nie mogą z niej korzystać, ponieważ nie pracują, nie rozliczają się z fiskusem. Podobny odsetek stanowili badani, którzy nie wiedzieli, jak dokładnie postępować, aby móc wesprzeć organizację swoim podatkiem. Ok. 12% tłumaczyło swoje postępowanie zbyt niskimi dochodami, twierdząc, że 1% ich podatku to suma bez znaczenia. Inne często wskazywane powody, to: brak wiedzy o mechanizmie 1% przed terminem rozliczenia podatków za 2005 rok (4,4%), a także brak możliwości skorzystania z opcji 1%, ponieważ podatnik nie rozlicza się samodzielnie (9,3%). Nieliczni badani tłumaczyli fakt nieprzekazania 1% podatku nieufnością w stosunku do organizacji (3%), zbyt wysokimi kosztami związanymi z przekazaniem 1% (2%), a także płaceniem ryczałtowego, 19% podatku (2%).

Tabela 27.

DEKLAROWANE POWODY NIEPRZEKAZYWANIA 1%	Procent wśród Polaków, którzy słyszeli o takiej możliwości	Procent wśród wszystkich Polaków
Brak wiedzy o możliwości przekazania 1% (osoby, które nie słyszały o 1% w dniu badania – 46,8% – lub w trakcie rozliczania podatku – 2,1%)		48,9
Przekazanie 1% wydało się badanemu zbyt absorbujące – za dużo zachodu, bieganiny, formalności	18,8	8,9
Brak dochodów \ pracy, badany nie rozlicza się z fiskusem	15,8	7,5
Brak szczegółowej wiedzy, jak przekazać 1% podatku	14,0	6,6
Zbyt niskie dochody żeby ktoś miał z tego rzeczywisty pożytek; 1% mojego podatku to suma bez znaczenia	12,5	5,9
Nie interesuję się tym, nie czuję takiej potrzeby	11,7	5,6
Brak możliwości skorzystać z opcji 1%, ponieważ badany nie rozlicza się samodzielnie (robi to za niego zakład pracy lub firma, ktoś z rodziny)	9,3	4,4
Nieufność w stosunku do organizacji, brak wiary w ich działania – obawiam się, że mój 1% nie zostanie spożytkowany właściwie	3,4	1,6
Zbyt wysokie koszty związane z przekazaniem 1%	1,9	0,9
Brak możliwości skorzystać z opcji 1%, ponieważ badany jest płatnikiem 19% ryczałtowego podatku	1,7	0,8
Inne	5,9	2,8
trudno powiedzieć	13,4	6,4

Jak widać, istotnym czynnikiem odstręczającym od angażowania się w tą formę wsparcia organizacji są formalności i „bieganina”, jakiej to wymaga. Pomijając tu dyskusję nad tym, czy rzeczywiście wybranie się z drukiem przelewu na pocztę jest zbyt dużym poświęceniem dla osób skłonnych wspomóc cenione przez siebie organizacje (choć to oczywiście nie jedyne utrudnienie), warto zauważyć, że od tego roku zadanie przekazywania środków z 1% organizacjom pozarządowym spadnie na urzędy skarbowe. Uczestników badania zapytano, czy ich zdaniem będzie to zachętą dla podatników do przekazywania organizacji części płaconego przez nich podatku? Odpowiedzi są obiecujące. Jak się okazuje 51,6% uczestników badania uważa, że tak właśnie będzie, przy czym 17% wyraża tą opinię w sposób zdecydowany. Tylko 15% jest przeciwnego zdania, zaś co trzeci badany nie miał na ten temat sprecyzowanej opinii.

Na potrzebę uproszczenia procedur przekazywania 1% wskazują także otwarte wypowiedzi tych spośród uczestników badania, którzy stwierdzili, że nie zamierzają korzystać z tej opcji w najbliższej przyszłości. Dowodzą one także, że działaniom tym powinny towarzyszyć wzmożone wysiłki zmierzające do „odczarowania” idei 1%, obecnie powszechnie utożsamianej przez podatników z klasyczną filantropią, z alternatywą „wydać samemu czy podarować organizacji”?. Znaczna część uzasadnień braku zainteresowania 1% wskazuje bowiem, bezpośrednio lub pośrednio, na nie zrozumienie przez Polaków istoty tego mechanizmu. Jeśli pominąć odpowiedzi osób, które po prostu nie rozliczają się z fiskusem, najlichniesz

grupę wśród badanych nieplanujących wesprzeć organizacji 1% swojego podatku stanowili ci, którzy tłumaczyli to brakiem pieniędzy lub własnymi kłopotami finansowymi (ponad 11% wśród wszystkich uczestników badania, prawie 20% wśród tych, którzy nie mieli zamiaru przekazywać 1%). Trzeba podkreślić, że argument ten świadczy o braku wiedzy na temat istoty tego rozwiązania (decyzja, czy z niego korzystamy czy nie, nie ma żadnego przełożenia na naszą sytuację finansową, zwłaszcza od teraz, kiedy nie wiąże się to z koniecznością samodzielnego wpłacania kwoty 1% na konto organizacji i oczekiwania na zwrot z urzędu skarbowego). Co 10 osoba nieplanująca przekazać 1% stwierdzała, że powstrzymuje ją od tego nadmiernie czasochłonna i skomplikowana procedura, z jaką to się wiąże. Kolejne 7% stwierdza, że powstrzymuje je przed tym brak wystarczającej (lub zgoda jakiegokolwiek) wiedzy o tym, jak przekazywać 1% podatku. Ok. 15% argumentuje swoją decyzję brakiem zaufania do organizacji, opinią, że przekazane im pieniądze nie będą właściwie wykorzystane, lub po prostu brakiem zainteresowania tego rodzaju gestami.

Tabela 28.

Najczęstsze typy argumentów wymienianych przez osoby niemające zamiaru skorzystać z mechanizmu 1%		% wskazań (wśród osób, które nie planują skorzystać z 1%)
Klasyfikacja ogólna	klasyfikacja szczegółowa	
przyczyny obiektywne	„nie pracuję”, „jestem bezrobotny(a)”, „uczę się” itp..	31,7%
	„nie mam możliwości” (rolnicy, przedsiębiorcy itp.)	1,8%
	„nie rozliczam się samodzielnie” (ZUS, firma, znajomi)	3,6%
bieda, brak środków	„brak pieniędzy”, „za małe kwoty”, „jestem rencistą”, „rodzina na utrzymaniu”	19,8%
	„sam potrzebuję”, „mnie nikt nie pomaga” itp.	2,4%
skomplikowane formalności lub brak wiedzy jak przekazać 1%	„za dużo zachodu”, „nie mam czasu”, „skomplikowane formalności”	9,9%
	„nie wiem jak to robić”, „nie wiem nic na ten temat”	7,3%
brak zaufania lub zainteresowania taką możliwością	„bo nie”, „nie interesuje mnie to”, „co mam to moje”, „wszędzie daj”	7,8%
	„nie mam zaufania”, „pieniądze zostaną zmarnowane, „wolę sam dać” itp.	6,6%
	„państwo powinno o to dbać”	0,7%
Inne	inne odpowiedzi	1,1%
	nie wiem	10,1%



VII. OPINIE O ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH, AKTYWNOŚCI SPOŁECZNEJ POLAKÓW I ICH GOTOWOŚCI DO POMOCY INNYM

1. OPINIE POLAKÓW O ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH

Wizerunek organizacji pozarządowych nie ulega w ostatnich latach poprawie – w dalszym ciągu stosunek Polaków do trzeciego sektora jest w najlepszym razie ambiwalentny, zaś niektóre aspekty funkcjonowania organizacji zostały w 2006 roku ocenione nawet gorzej niż w roku poprzednim. Analizując opinie na ten temat w dłuższej perspektywie można zauważyć, że w przypadku większości opinii o organizacjach (tych, o które pytano nie tylko w ostatniej edycji badania) rozkłady odpowiedzi uczestników ostatniej edycji badania korespondowały raczej z wynikami z roku 2003-2004 niż z tymi uzyskanymi w roku 2005. Nie dotyczy to jednak wszystkich poruszonych w badaniu kwestii. Według najnowszych danych mamy do czynienia z gwałtownym pogorszeniem się – nawet w porównaniu do sytuacji sprzed kilku lat – ocen wartości pracy społecznej. O ile w latach 2003-2005 aż 80% Polaków skłonnych było zgodzić się ze stwierdzeniem, że „osoby pracujące społecznie mogą zaoferować coś, czego nie może dać płatny personel”, o tyle w bieżącej edycji badania z taką opinią zgadzało się już tylko 30% ankietowanych. Istotnie zmniejszył się też odsetek osób uważających, że organizacje społeczne są skuteczniejsze w działaniu od instytucji państwowych – opinia ta jest zresztą od kilku lat coraz rzadsza. Nieznacznie mniej ankietowanych uznaje także organizacje pozarządowe za instytucje, które rozwiązują ważne problemy w najbliższym sąsiedztwie.

Na osobny komentarz zasługują wyniki dotyczące poglądów Polaków na przyjmowanie przez organizacje pozarządowe opłat za świadczone przez siebie usługi. W roku 2005 uczestnikom badania zadano 2 pytania odnoszące się do tej kwestii – poproszono ich o ustosunkowanie się do stwierdzenia, iż organizacje powinny świadczyć wszystkie usługi za darmo, a także do opinii, że powinny one móc „sprzedawać usługi lub produkty, aby móc pozyskać środki na swoją działalność”. Wbrew oczekiwaniom okazało się, że stanowiska te są dla badanych niesprzeczne, i że większość z nich skłonna była zgadzać się zarówno z jednym, jak i z drugim z nich. Innymi słowy, akceptację Polaków uzyskała zarówno teza, iż organizacje nie powinny pobierać opłat, jak i pogląd, że powinny móc sprzedawać swoje usługi. Jak można było się domyślać, ta pozorna sprzeczność wynikała ze specyficznego pojmowania przez badanych kategorii „sprzedawania dóbr lub usług” – jako działalności niezwiązanej ze statutową aktywnością organizacji i nie dotyczącej odbiorców ich działań społecznych. Aby lepiej ocenić, jaki jest stosunek Polaków do łączenia działalności społecznej i ekonomicznej, w tegorocznym badaniu zmieniono nieco treść pytania, zastępując abstrakcyjną i niekojarzącą się z działalnością społeczną kategorię „sprzedaży” określeniem „pobieranie opłat od odbiorców”. Uczestnicy tegorocznego badania wypowiadali się zatem nie tyle o pewnej formie pozyskiwania przez organizacje pozarządowe środków na działania statutowe, ile o kwestii świadczenia opłat przez odbiorców ich działań społecznych. O tym, jak istotna to różnica, przekonuje porównanie opinii na ten temat z danymi odnoszącymi się do pierwotnej wersji pytania. O ile w roku 2005 prawie 70% ankietowanych skłaniało

się ku poglądowi, że organizacje powinny „móc sprzedawać”, o tyle w tym roku tylko 25% opowiedziało się za opinią, że dopuszczalne jest pobieranie przez nie opłat od odbiorców.

Spojrzenie z perspektywy kilku lat badań przynosi jeszcze jedno, bardziej generalne spostrzeżenie dotyczące poglądów Polaków na temat organizacji pozarządowych. Chodzi o dość dużą fluktuację ich opinii w kolejnych edycjach badania, utrzymującą się pomimo metodologicznej spójności projektu i stabilności wykorzystywanych w nim narzędzi. Znaczna ruchliwość opinii dotyczących organizacji rodzi podejrzenie, że dane na ich temat stanowią w istocie pewnego rodzaju artefakt, echo samego badania, i że znaczna część jego uczestników po prostu nie posiada żadnych skonkretyzowanych opinii o organizacjach, konstruuje je dopiero w sytuacji wywiadu, w zetknięciu z ankieterem. Dlatego analizując zmiany w poglądach na ten temat w kolejnych edycjach badania należy mieć na uwadze, że prawdziwym problemem z punktu widzenia popularyzacji działalności organizacji pozarządowych w Polsce nie są same różnice w wynikach czy wyłaniający się z tych wyników wizerunek sektora pozarządowego, ale fakt, że wizerunek ten opiera się w znacznej mierze na stereotypach, nieugruntowanych w doświadczeniu kliszach, które bardzo trudno przekroczyć.

Tabela 29.

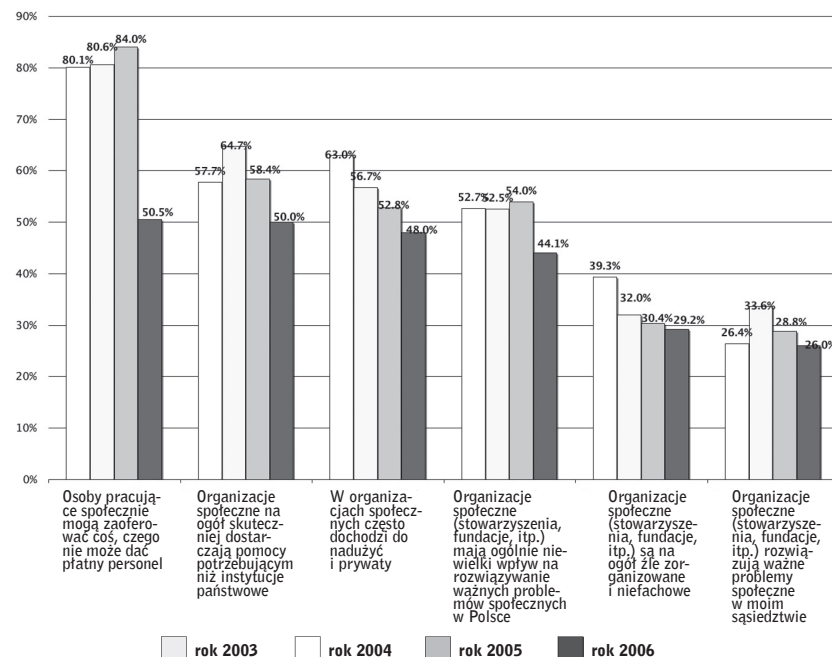
OPINIE POLAKÓW O ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH	Procent dorosłych Polaków																	
	2001*	2002*	2003*	2004*	2005						2006							
					zgadzam się (w sumie)	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Ani tak, ani nie	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć	zgadzam się (w sumie)	zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Ani tak, ani nie	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć
Osoby pracujące społecznie mogą zaoferować coś, czego nie może dać płatny personel	-	-	80,1	80,6	84	45,2	38,9	9,1	2,6	0,8	3,4	50,5	10,9	39,6	22,1	8,8	2,1	16,4
Organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje) powinny świadczyć wszystkie swoje usługi za darmo, nie pobierając żadnych opłat	-	-	-	-	73,9	35,8	38,2	11,5	5,8	1,2	7,6	59,9	25,4	34,5	19,6	6,6	0,5	13,3
W celu zdobywania środków na swoją działalność organizacje społeczne powinny móc sprzedawać produkty lub usługi (pobierać opłaty od odbiorców swoich usług**)	-	-	-	-	68	22,2	45,7	12,9	5,8	2,7	10,6	26,0	3,7	22,3	20,5	19,3	9,7	24,4
Organizacje społeczne na ogół skuteczniej dostarczają pomocy potrzebującym niż instytucje państwowe	-	-	57,7	64,7	58,4	17,6	40,9	19	8,6	2,4	11,6	50	10,9	39,1	22,4	7,9	1,9	17,7

Organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje itp.) mają ogólnie niewielki wpływ na rozwiązywanie ważnych problemów społecznych w Polsce	41	43,5	52,7	52,5	54	15,9	38,1	18,9	14,1	2,4	0,6	44,1	8,2	35,9	22,3	15,4	2,5	15,8
W organizacjach społecznych często dochodzi na nadużyć i prywaty	-	-	63	56,7	52,8	20,3	32,6	15,8	13,5	1,9	16	48	12,8	35,2	21,3	9,9	1,4	19,5
Organizacje społeczne pełnią ważną funkcję „patrzac władzy na ręce”	-	-	48,6	50	46,7	13,7	33,1	17,7	18	5,1	12,5	43	10,1	32,9	24,9	10,9	3,2	18,0
Organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje) są na ogół źle zorganizowane i nieefektywne.	31,4	27,6	39,3	32	30,4	10,1	20,3	23,8	24,5	4,1	17,1	29,2	5,9	23,3	26,3	18,2	3,8	22,5
Organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje itp.) rozwiązują ważne problemy społeczne w moim sąsiedztwie	28,7	28,1	26,4	33,6	28,8	5,6	23,2	16	29	12,9	13,5	26,0	3,0	23,0	20,5	23,9	9,4	20,2
Działania organizacji społecznych (stowarzyszeń, fundacji itp.) są teraz bardziej potrzebne niż 5 lat temu	73,5	77,5	69,6	67,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jeżeli rząd wywiązywałby się ze swoich zadań, nie byłby potrzebny dodatkowy wysiłek na pracę społeczną.	62,8	70,5	66,2	66,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bez organizacji społecznych nie można mówić o dobrze funkcjonującym systemie demokratycznym	-	-	52,6	55,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* W sumie odpowiedzi zdecydowanie się zgadzam i raczej się zgadzam.

** Porównywalność danych w kolejnych latach ograniczona ze względu na zmiany w treści pytania. W nawiasie podano brzmienie pytania w badaniu z roku 2006.

Wykres 6.



2. ZAUFANIE I GOTOWOŚĆ DO POMOCY INNYM

Wolontariat i filantropia to cały czas zjawiska nie w pełni zakorzenione w polskiej rzeczywistości (choć ich tradycja jest w Polsce długa). Mimo, że dwóch na trzech Polaków miało w ostatnim roku styczność z organizacjami pozarządowymi, są to najczęściej kontakty bardzo powierzchowne i przypadkowe. Nawet zresztą gdyby tak nie było, ostateczna ocena poziomu obywatelskiej aktywności Polaków jest niemożliwa bez odwołania się do wiedzy na temat tego, do jakiego stopnia jest ona „obywatelska” właśnie, a więc ugruntowana w wartościach i przekonaniach charakteryzujących społeczeństwo demokratyczne. Dlatego oceniając gotowość Polaków do pomocy innym oraz stosunek do takiej aktywności, zapytano ich także o postawy i poglądy niezwiązane bezpośrednio z problematyką sektora pozarządowego, ale wyznaczające klimat jego rozwoju.

Istotnym ograniczeniem sondażowych danych na ten temat jest deklaracyjny charakter wypowiedzi osób uczestniczących w badaniu. Trudno oprzeć się wrażeniu, że opowiedzenie się za niektórymi z przytaczanych w nim postaw lub wartości przychodzi Polakom znacznie łatwiej niż wprowadzenie ich w życie. Pamiętając o tym – właściwym wszystkim badaniom opinii publicznej – problemie, można jednak powiedzieć, że na najpłytszym, werbalnym poziomie Polacy nie mają wątpliwości, iż każdy człowiek ma moralny obowiązek pomocy tym, którzy znaleźli się w potrzebie – w badaniu z 2005 roku z tak sformułowaną opinią zgadzało się 84% badanych (w tym ponad połowa w sposób zdecydowany). Niemal 60% badanych skłaniało się także ku opinii, że Polacy są gotowi do bezinteresownej pomocy

tym, którzy takiej pomocy potrzebują, a 65% potwierdziło, że „zwykli obywatele, działając wspólnie z innymi mogą pomóc potrzebującym lub rozwiązać problemy swojego środowiska, osiedla, wsi lub miasta” (pytanie o opinie na temat tego stwierdzenia zadano już w badaniu z roku 2006). Zarazem jednak podobny odsetek (61%) uważa, że „ogólnie rzecz biorąc Polacy mało troszczą się o sprawy, które nie dotyczą osobiście ich lub ich najbliższych”, a więc że pamiętają o tym moralnym obowiązku. O braku przełożenia pomiędzy ogólnymi deklaracjami dotyczącymi pomocy innym a praktyką świadczą także odpowiedzi dotyczące stwierdzenia „w mojej okolicy sąsiedzi często sobie pomagają”, z którym zgadza się 47% badanych, przy czym jednak tylko 12% zgadza się z nim „zdecydowanie”. Tylko nieco ponad połowa badanych wierzy także w uczciwość i dobre intencje innych ludzi.

Wychodząc z założenia, że przekonania te mają charakter trwały, w roku 2006 skoncentrowano się na wypowiedziach dotyczących zaufania wobec innych. Wyniki, choć niejednoznaczne, są niekiedy dość szokujące, i w bardzo wyraźny sposób obrazują deficyt zaufania w polskim społeczeństwie, odnotowywany także w innych badaniach socjologicznych. Aż trzy na cztery ankietowane osoby uważają na przykład, że w razie problemów mogą liczyć tylko na siebie i na swoich najbliższych. 60% twierdzi, że „sukces w życiu zależy przede wszystkim od znajomości i układów” – co zresztą należy uznać za wynik optymistyczny, pamiętając, że jeszcze kilka lat temu (w badaniu Polski Generalny Sondaż Społeczny z roku 2002) odsetek osób, które wskazywały znajomości i układy jako źródło biedy lub bogactwa sięgał ponad 80%, i że kategorie te stanowiły najczęściej – obok „braku opieki państwa” – wymieniany przez Polaków czynnik decydujący o sytuacji materialnej. Choć można zakładać, że deklaracje te odtwarzają raczej pewne utrwalone wzory komunikowania się Polaków niż ich przekonania, i że nie przekładają się w sposób bezpośredni na ich rzeczywiste, codzienne zachowania, to jednak trudno argumentować, że nie mają na nie żadnego wpływu.

Inne wyniki nie są tak wyraziste, co nie znaczy, że nie są niepokojące. Mniej więcej 37% Polaków twierdzi, że w ich okolicy „sąsiad nie ufa sąsiadowi”. 30% uważa, że nie należy pomagać obcym, ponieważ nie wiadomo, czy mają dobre intencje (warto jednak przy tym zaznaczyć, że odsetek osób, które tak nie sądzą – wybierają odpowiedź „raczej się nie zgadzam” lub „zdecydowanie się nie zgadzam” – nie jest wcale większy).

Tabela 30.

ZAUFANIE I GOTOWOŚĆ DO POMOCY	Procent dorosłych Polaków															
	2005							2006								
	2003*	2004*	zgadzam się (w sumie zgadzam i raczej)	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Bez znaczenia	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć	zgadzam się (w sumie zgadzam i raczej)	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Ani tak, ani nie	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć
Każdy człowiek ma moralny obowiązek pomocy tym, którzy znaleźli się w potrzebie.	80,1	80,6	84	45,2	38,9	9,1	2,6	0,8	3,4	-	-	-	-	-	-	-
Ogólnie rzecz biorąc Polacy mało troszczą się o sprawy, które nie dotyczą osób ich lub ich najbliższych (rodziny, krewnych)	-		61,6	20,5	41,1	15,5	14,9	2,3	5,7	-	-	-	-	-	-	-
Ogólnie rzecz biorąc Polacy są gotowi do bezinteresownej pomocy innym, którzy pomocy takiej potrzebują	61,6	63,8	58,7	14,6	44,1	17,3	14,1	3,9	6,1	-	-	-	-	-	-	-
Ogólnie rzecz biorąc Polacy potrafią porozumiewać się między sobą pomimo różnic jakie ich dzielą	-		56,1	13,5	42,6	18,4	16	3,4	6,1	57	11,2	45,8	18,8	12,1	2,6	9,6
Zwykle zakładam, że ludzie, których spotykam na swojej drodze są uczciwi i mają dobre intencje	-		55,8	13,8	42	18,9	17,1	4,1	4	-	-	-	-	-	-	-
W mojej okolicy sąsiedzi często sobie nawzajem pomagają	-		47,3	12,4	34,9	14,2	22,3	9	7,2	-	-	-	-	-	-	-

ZAUFANIE I GOTOWOŚĆ DO POMOCY	Procent dorosłych Polaków															
	2005							2006								
	2003*	2004*	zdecydowanie się (w sumie raczej)	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Bez znaczenia	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć	zdecydowanie się (w sumie raczej)	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Ani tak, ani nie	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam	Trudno powiedzieć
Ogólnie rzecz biorąc Polacy są go- towi do angażowania się w sprawy publiczne	58,6	55,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
W razie problemów mogę liczyć tylko na siebie i swoich najbliższych	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74,6	30,5	44,5	11,6	6,6	1,1	5,7
W mojej okolicy sąsiad nie ufa są- siadowi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37,3	12,8	24,5	18,3	27,1	8,3	8,9
Nie należy pomagać nieznanym, ni- gdy nie wiadomo jakie są ich intencje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30,7	5,9	24,8	27,2	24,1	5,4	12,6
Ogólnie rzecz biorąc, większości ludzi można ufać	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44,4	5,3	39,1	19,8	22,0	5,4	8,3
Zwyczaj obywatele, działając wspólnie z innymi mogą pomóc potrzebującym lub rozwiązać problemy swojego środowi- ska, osiedla, wsi lub miasta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64,5	15,0	49,5	15,9	6,9	1,5	11,2
Sukces w życiu zależy przede wszyst- kim od znajomości i układów	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,5	22,4	38,1	17,0	12,0	2,5	7,9

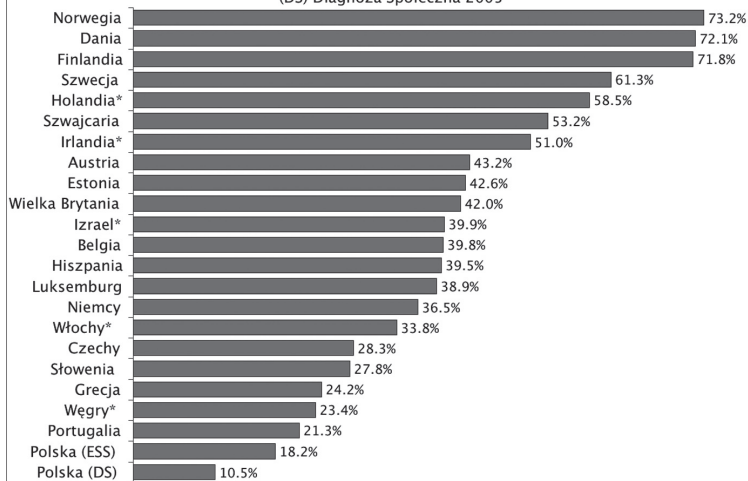
* W sumie odpowiedzi zdecydowanie i raczej się zgadzam.

Osobnego komentarza wymagają odpowiedzi ankietowanych na pytanie o to, czy „większości ludzi można ufać”. Ma ono w badaniach sondażowych dość długą tradycję. Jeśli warto o tym wspominać, to dlatego, że deklaracje na ten temat uzyskane w badaniu Stowarzyszenia Klon/Jawor wydają się w znaczący sposób różnić od wyników innych badań. Jest tak dlatego, że w badaniu Klon/Jawor pytanie to zadano w nieco inny sposób niż zwykle. Występuje tu ono w postaci stwierdzenia: „większości ludzi można ufać”, z którym można się w różnym stopniu zgodzić lub nie zgodzić, podczas gdy w innych badaniach stanowi jeden z elementów dwuczłonowej alternatywy, której drugim członem jest zwykle hasło „ostrożności nigdy za wiele”. Uczestnicy tych badań nie mogą ocenić, do jakiego stopnia zgadzają się z tymi alternatywnymi stwierdzeniami, ale są proszeni o wybór pomiędzy jednym z nich. Taka metodologia została na przykład zastosowana w badaniu „Diagnoza Społeczna 2005”, przeprowadzonym przez Radę monitoringu Społecznego i Instytut Studiów Społecznych, a także w cytowanym już międzynarodowym badaniu European Social Survey. Wyniki tego ostatniego projektu przekonują dobitnie, że Polska jest krajem o najniższym poziomie deklarowanego zaufania w Europie – pogląd, iż „większości ludzi można” ufać wyraziło w tym badaniu zaledwie 18% Polaków. Według badania Diagnoza Społeczna 2005 odsetek ten jest jeszcze mniejszy i wynosi 10,5% (wykres). Niemal we wszystkich badanych w ramach ESS krajach (poza Grecją) obywatele częściej są też skłonni przyznać, że bliźni mają dobre intencje – w Polsce uważa tak tylko 30% badanych (wykres). Trudno się dziwić, że taka ocena intencji innych ludzi skutkuje najniższym w Europie procentem deklaracji o tym, że „ludzie zazwyczaj sobie pomagają” – 14% (wykres). Różnica między wynikami badań może świadczyć o tym, że – podobnie jak to było w przypadku opinii o działalności społecznej i organizacjach pozarządowych – nieufność i ostrożność Polaków w kontaktach z innymi ludźmi nie jest ugruntowaną w ich osobistym doświadczeniu zasadą postępowania, ale raczej wyuczoną (odziedziczoną) postawą, wyrażającą się w stwierdzeniu: „mnie osobiście nic złego ze strony innych nie spotkało, ale uważam, że mimo to należy się mieć na baczności”.

Wykres 7. Większości ludzi można ufać 2004 (ESS)

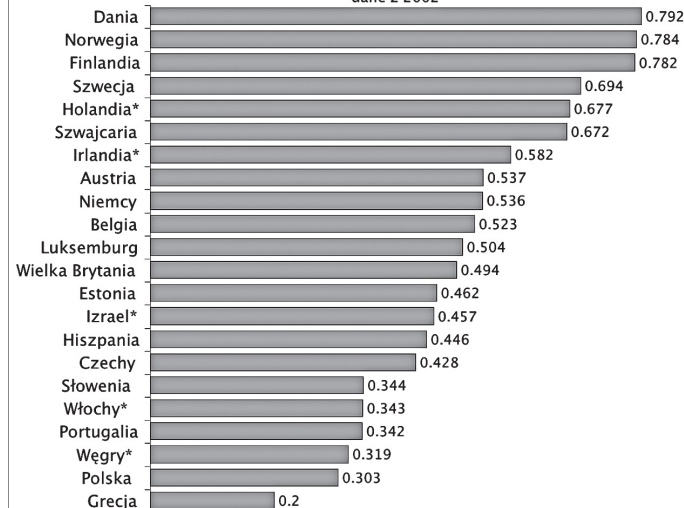
* dane ESS 2002

(DS) Diagnoza Społeczna 2005



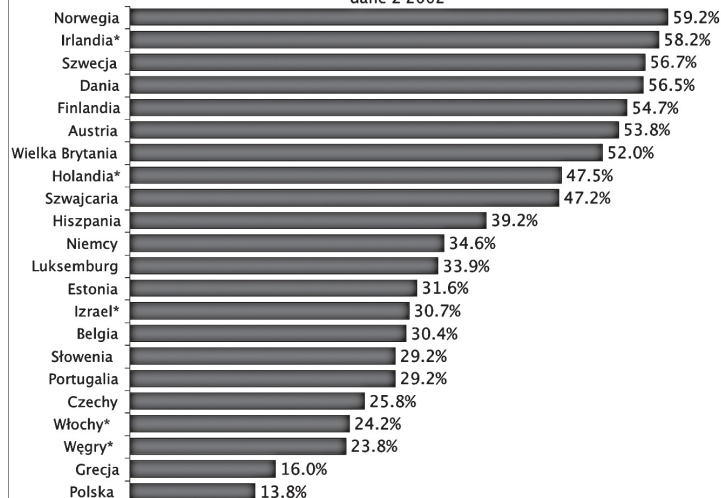
Wykres 8. Większość ludzi ma dobre intencje 2004 (ESS)

* dane z 2002



Wykres 9. Zazwyczaj ludzie sobie pomagają 2004 (ESS)

* dane z 2002



Poglądy wolontariuszy

Z badań wynika, że wolontariat to nie tylko działanie, ale też postawa. Wolontariusze są bardziej otwarci i częściej ufają innym.

Co dosyć oczywiste, wolontariusze częściej uważają (myśli tak prawie 60% z nich), że osoby pracujące społecznie mogą zaoferować coś, czego nie może dać płatny personel. Wśród osób nieangażujących się bezinteresownie w działalność społeczną ze stwierdzeniem

tym zgodziła się mniej niż połowa. Wolontariusze mają także nieco lepsze wyobrażenie o organizacjach społecznych – częściej uważają, że organizacje potrafią lepiej dostarczać pomocy niż instytucje publiczne, częściej doceniają rolę sektora pozarządowego jako strażnika interesu publicznego (zgadzając się ze stwierdzeniem „organizacje pełnią ważną rolę patrząc władzy na ręce”), rzadziej natomiast – być może dlatego, że znają organizacje z własnego doświadczenia – uznają, że dochodzi w nich do „nadużyć i prywaty”. Nie różnią się od innych osób pod względem oceny tego czy organizacje powinny móc pobierać opłaty od odbiorców swoich usług. Krytycznie oceniają także standard tych usług – tylko nieznacznie rzadziej niż inni Polacy uważają, że „organizacje są często źle zorganizowane i niefachowe”. Nie wyróżniają się także pod względem opinii dotyczących ogólnego znaczenia tego typu działalności: prawie 45% z nich skłania się ku opinii, że „organizacje mają ogólnie niewielki wpływ na rozwiązywanie ważnych problemów społecznych w Polsce”. Jednak przekonanie to nie przenosi się w ich przypadku na poziom lokalny – o ile wśród osób niedziałających społecznie tylko 1 na 5 potwierdza, że „organizacje rozwiązują ważne problemy w moim sąsiedztwie”, wśród wolontariuszy opinia ta uznawana jest za prawdziwą 2 razy częściej.

Podobną prawidłowość można zaobserwować także na bardziej ogólnym poziomie – badając deklaracje dotyczące zaufania Polaków do innych oraz ich opinie o polskim społeczeństwie. Wprawdzie osoby parające się pracą wolontarystyczną nie różnią się od innych pod względem poglądów na to czy Polacy „potrafią się ze sobą porozumieć”, czy sobie ufają („w moim sąsiedztwie sąsiedzi nie ufa sąsiadom”), i czy łączą ich jakieś więzi pozarodzinne („w razie problemów mogę liczyć tylko na siebie i swoich najbliższych”), jednak wyróżniają się pod względem bardziej generalnych przekonań czy wyznawanych wartości. Choć więc rysowany przez nich obraz *status quo* jest taki sam jak wśród ogółu Polaków, to wiara w to, że mogłoby być inaczej wydaje się dużo silniejsza. Wolontariusze rzadziej twierdzą, że „nie należy pomagać nieznanym, (bo) nie wiadomo, jakie mają intencje”. Wydają się też znacznie bardziej przekonani o własnej sprawczości – zdecydowanie częściej niż inni respondenci uznają, że „zwykli obywatele, działając wspólnie z innymi, są w stanie pomóc potrzebującym lub rozwiązać problemy swojego środowiska, wsi lub miasta”. Częściej też twierdzą, że byłoby w stanie skłonić lokalne władze do zajęcia się jakąś istotną dla nich kwestią. Nieco rzadziej za to uważają, że „sukces w życiu zależy przede wszystkim od znajomości i układów” oraz że „ogólnie rzecz biorąc, większości ludzi można ufać” (jednak w przypadku tych dwóch stwierdzeń różnice są na tyle nieznaczne, że biorąc pod uwagę reprezentatywny charakter badania trzeba je traktować bardzo ostrożnie). Osoby angażujące się w pracę wolontarystyczną wyróżnia także większe przywiązanie do przekonań charakteryzujących „modelowego” obywatela państwa demokratycznego. Wyraźnie częściej zdarza im się kontaktować z urzędnikami, podpisywać petycje, kontaktować się z urzędnikami w sprawach wykraczających poza ich własne interesy, demonstrować itp. Częściej też tego typu aktywności uznają za charakteryzujące „dobrego obywatela”.

Oczywiście, część z omówionych wyżej zależności ma charakter pozorny, i odzwierciedla raczej głębsze różnice pomiędzy respondentami angażującymi się w wolontariat i pozostałymi – przede wszystkim różnice związane z poziomem wykształcenia. Jednak nie dotyczy to ich wszystkich. Okazuje się, że różnice w poglądach na to czy organizacje rozwiązują ważne problemy społeczne lub skuteczniej dostarczają pomocy potrzebującym, a także opinie o tym, czy „dobry obywatel” powinien wspierać osoby znajdujące się w potrzebie utrzymują

się także przy kontrolowanym poziomie wykształcenia – wtedy, kiedy analiza obejmuje jedynie grupę osób z wykształceniem zawodowym lub niższym. Utrzymują się wówczas także różnice związane z rzeczywistym poziomem aktywności znamionujących „dobrych obywateli” – częstością udziału w aktywnościach o charakterze społecznym lub świadczących o zainteresowaniu sprawami publicznymi. Niekiedy nawet stają się wyraźniejsze – jak w przypadku przekonań wskazujących na „poczucie sprawczości badanych (odpowiedzi na pytanie „przypuśćmy, że chciał(a)by Pan(i), aby władze lokalne coś ulepszyły w najbliższym Pana(i) otoczeniu. Jak Pan(i) sądzi, na ile prawdopodobne jest, że mógłby/mogłaby Pan(i) coś osiągnąć w tej sprawie?” oraz „zwykli obywatele, działając wspólnie z innymi, są w stanie pomóc potrzebującym lub rozwiązać problemy swojego środowiska, wsi lub miasta”. Przy podobnym poziomie wykształcenia wolontariusze rzadziej też hołdują pogładowi, że „sukces w życiu zależy przede wszystkim od znajomości i układów”.

3. ZAUFANIE DO ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH I INNYCH INSTYTUCJI PUBLICZNYCH

Od dłuższego czasu komentatorzy życia publicznego w Polsce podkreślają dystansowanie się obywateli od sfery publicznej. Stosunek (pozytywny lub negatywny) do spraw publicznych może objawiać się różnorako, w badaniach społecznych mierzony jest często poprzez odniesienie do kategorii zaufania lub nieufności. Wydaje się, że nie tylko zaufanie do innych ludzi (omawiane w rozdziale poprzednim) jest czynnikiem stymulującym rozwój społeczeństwa obywatelskiego, ale także zaufanie do instytucji publicznych, a także szerzej – całej sfery publicznej. Choć jednocześnie zaufanie do instytucji publicznych, a zwłaszcza instytucji władzy, jest zależne od zmieniającej się sytuacji politycznej, a także czynników kulturowych i ustrojowych. Wyniki badań pokazują przykłady społeczeństw, w których duże zaufanie do tego typu instytucji (np. rządu) z całą pewnością nie jest raczej dowodem silnego społeczeństwa obywatelskiego (np. Rosja, Chiny). Dlatego bardziej adekwatne dla pomiaru jego siły będą na pewno dane o zaufaniu do instytucji zaufania publicznego, takich jak organizacje pozarządowe czy ONZ.

W 2005 roku (między czerwcem a sierpniem) równolegle w 20 krajach świata przeprowadzone zostało badanie (koordynowane przez GlobalScan Incorporated) na temat zaufania do rządów, międzynarodowych koncernów, dużych firm o zasięgu krajowym, ONZ, a także organizacji pozarządowych. Badanie to prowadzone było już po raz piąty – jego realizatorzy śledzą zaufanie do instytucji publicznych od początku 2001 roku. Od 2005 roku uczestniczyła w nim też Polska. W badaniu zadawano pytanie, czy obywatele ufają, że dana instytucja działa mając na względzie dobro społeczne. Podsumowując wyniki dla poszczególnych krajów od procentu odpowiedzi pozytywnych (świadczących o wierze w dobre intencje instytucji) odejmowano procent negatywnych (będące wyrazem braku zaufania). Jeśli procent badanych przekonanych o dobrych intencjach dany instytucji przewyższał procent osób podejrzewających je o złe intencje, to wynik końcowy był dodatni, jeśli było na odwrót, końcowy wynik był ujemny.

Podstawowy wniosek z badania jest taki, że zjawisko zwiększania się nieufności w stosunku do instytucji publicznych nie jest polską specyfiką – poziom zaufania do rządów narodowych, ONZ, a także międzynarodowych koncernów osiągnął w 2005 roku najniższy poziom od czterech lat, kiedy badanie było prowadzone po raz pierwszy. Spada też zaufanie do pozostałych badanych instytucji – dużych firm o zasięgu krajowym i organizacji pozarządowych, choć nie tak gwałtownie.

Rządy

Od 2004 roku zaufanie do rządu spadło w sposób znaczący w 12 z 16 krajów (wyjątkiem jest Rosja, ciesząca się od 2001 roku rosnącym zaufaniem do rządu). Co więcej, nawet w krajach, gdzie poziom zaufania do rządu się nie zmniejsza, zazwyczaj utrzymuje się na bardzo niskim poziomie.

W 11 na 20 krajów biorących udział w badaniu w 2005 roku wynik zaufania do rządu osiągnął wartość ujemną. Wśród państw o największej przewadze odpowiedzi świadczących o braku zaufania do rządu obok krajów takich jak Brazylia (-56%), Korea Południowa (-50%), Meksyk (-38%) czy Filipiny (-38%) znalazły się kraje dobrobytu o stabilnych systemach demokratycznych – Niemcy (-51%), Włochy (-44%) i Francja (-37). Jednocześnie inne kraje rozwinięte, w których poziom nieufności do rządu w 2005 roku nie był tak wysoki, mają szansę dołączyć do „czołówki” w kolejnym roku, odnotowano tam bowiem gwałtowny spadek zaufania – w Kanadzie o 45 punktów procentowych (z poziomu +28% w 2004 roku do -17%), podobnie w Hiszpanii o 45 punktów procentowych (z poziomu +44% w 2004 roku do -1%) czy w USA, w których cały czas poziom zaufania do rządu jest relatywnie wysoki, o 26 punktów procentowych (z poziomu +46% w 2004 roku do +20%). Na tym tle dane o braku zaufania Polaków do rządu nie wydaje się aż tak szokujące – w połowie 2005 roku poziom nieufności w Polsce był równy temu w Niemczech (-51%), a warto tu podkreślić, że w obydwu krajach kończyła się właśnie kadencja sejmiku i trwała kampania wyborcza, co nie było bez wpływu na wyniki badania.

Międzynarodowe koncerny i duże firmy krajowe

Zaufanie do firm, zwłaszcza międzynarodowych, nigdy (od kiedy zaczęto realizację badań) nie było duże, jednak w ostatnim roku jeszcze się zmniejszyło – średni wynik dla wszystkich badanych krajów wynosi w przypadku zaufania do międzynarodowych koncernów -15% (najniższy ze wszystkich badanych instytucji). W Polsce (podobnie jak w większości krajów Europy zachodniej) międzynarodowe koncerny nie cieszą się zaufaniem (-35%), choć pod względem nieufności wyprzedza Polskę przede wszystkim Rosja (-50%) czy Argentyna (-45%). Zdecydowanie większe zaufanie wzbudzają firmy krajowe – średni wynik dla wszystkich badanych krajów jest w tym wypadku dodatni: +2%, choć jeśli tendencja spadkowa się utrzyma, to w kolejnym roku procent odpowiedzi świadczących o braku zaufania może przewyższyć te mówiące o zaufaniu. Największym zaufaniem firmy krajowe cieszą się w Chinach (+38%), Indonezji (+40%) i Indiach (+31%) i Kenii (+24%) – w krajach tych odnotowano też największe zaufanie do międzynarodowych koncernów – a także Kanadzie (+20), mimo, że w ciągu ostatniego roku spadło ono tam średnio o 18 punktów procentowych. W Polsce nieufność w stosunku do dużego biznesu krajowego jest mniejsza niż w przypadku firm międzynarodowych, ale utrzymuje się na poziomie – 24%.

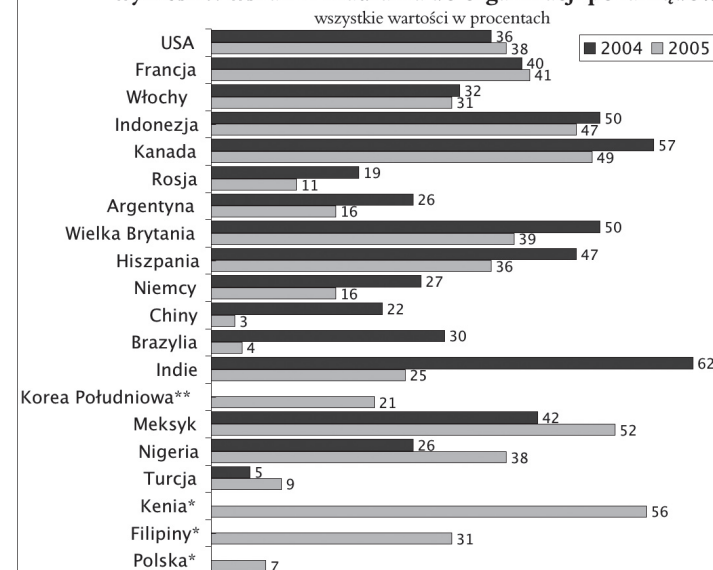
ONZ

Mimo, że w większości badanych krajów wskaźnik zaufania do ONZ jest pozytywny, to z 12 z 17 krajów odnotowano jego znaczący spadek, średnio o 20 punktów procentowych (największy w Hiszpanii, o 55 punktów procentowych – z +59% do +4%). W Polsce wskaźnik zaufania do ONZ wynosił +22%, a więc przewyższał średni dla wszystkich badanych krajów o 9 punktów procentowych (+13%).

Organizacje pozarządowe

Również zaufanie do organizacji pozarządowych – mimo, że cały czas na dość wysokim poziomie średnio +29% – w ostatnim roku spadło w większości badanych krajów. Szczególnie wyraźny spadek odnotowano w Korei Południowej, Indiach i Brazylii. Dodatkowo, choć we wszystkich badanych krajach procent deklaracji o zaufaniu przewyższają te świadczące o nieufności, wyniki w czterech – Chinach (+3%), Brazylii (+4%), Polsce (+7%) i Turcji (+9%) – spadły do poziomu poniżej 10%.

Wykres 10. Wskaźnik zaufania do organizacji pozarządowych



* kraje, w których badanie było po raz pierwszy prowadzone w 2005 roku

** dane porównawcze z 2002 roku

