

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА

Сокращенная презентация по результатам реализованного проекта (отчетные данные и рекомендации)

Москва, 2026

**ЦЕЛИ:**

- Измерить вовлеченность целевых аудиторий в добровольческую и общественную деятельность;
- Получить актуальные данные об особенностях позиционирования брендов «Добро.РФ» и #МЫВМЕСТЕ;
- Сформулировать практические рекомендации по повышению эффективности вовлечения целевых аудиторий в добровольческую и общественную деятельность

Дизайн исследования:**октябрь-ноябрь 2025 г.**

8 фокус-групп, участники которых были разделены по целевым возрастам (14–17, 18–24, 25–29, 30–35 лет), вовлеченности в волонтерскую деятельность (обыватели / активисты), типу населенного пункта (малые города / средние региональные центры / города-миллионники);



количественный опрос (N=2400, все россияне, с дополнительной квотой в целевых возрастах 14–17, 18–24, 25–29, 30–35 лет);

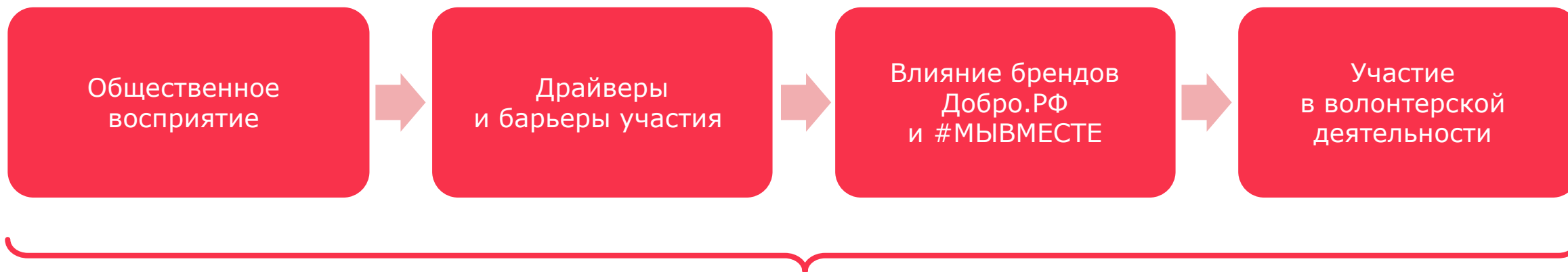


медиа-анализ постов по теме волонтерства в социальных сетях (период – 6 месяцев).



Целевые аудитории: молодежь 14–17, 18–24, 25–29, 30–35 лет

МОДЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ



Исследование экосистемы волонтерства (добровольчества) в России

ВОСПРИЯТИЕ, ЦЕННОСТИ, ДРАЙВЕРЫ И БАРЬЕРЫ В ВОЛОНТЕРСКОЙ (ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ) ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



ВОЛОНТЕРСТВО И ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

ДОБРИНО
Инициатива добра

вместе с
росмолодёжь

добро.рф

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ВЦИОМ

Волонтерство

Массовое, организованное



Фото: Петр Ковалев/ТАСС

Добровольчество

Личное, спонтанное



СРАВНЕНИЕ ВОЛОНТЕРСТВА И ОБЩЕСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



Какие первые ассоциации у Вас возникают, когда Вы слышите слово «волонтерская деятельность» /общественная деятельность)?
(открытый вопрос, % от всех опрошенных)

Как Вы в целом относитесь к волонтерской (добровольческой) и общественной деятельности?
(закрытый вопрос, % от всех опрошенных)

Как Ваша семья, друзья и знакомые относятся к волонтерской (добровольческой) и общественной деятельности? (Закрытый вопрос, % от всех опрошенных)

Свободные ассоциации

Доля лично положительно относящихся

Доля положительно относящихся в окружении



**Волонтерство
(добровольчество)**

50% Взаимовыручка и помощь
30% Бескорыстная помощь
12% Доброта

87%

76%



**Общественная
деятельность**

20% Работа на благо общества
14% Активность
10% Помощь

70%

61%

ДРАЙВЕРЫ (МОТИВЫ) ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



вместе с
росмолодѣжѣ



Отметьте, пожалуйста, насколько Вы согласны или не согласны со следующими утверждениями. Волонтерство (добровольчество) – это... (в % от всех опрошенных, закрытый вопрос, один ответ по каждому утверждению, представлена сумма ответов «скорее» или «полностью согласен»)



Сравнение ценностей волонтеров и россиян (топ-6)

ДОБРИНО
россияне добрывместе с
росмолодежь

добро.рф

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ВЦИОМ

Ценности волонтеров



Взаимопомощь
и взаимоуважение



Милосердие



Жизнь



Гуманизм



Справедливость



Созидательный труд

Ценности россиян



Справедливость



Взаимопомощь
и взаимоуважение



Жизнь



Крепкая семья



Права и свободы человека



Милосердие

Подробнее см. в приложении, слайд 36-38

Барьеры волонтерской (добровольческой) деятельности



Как Вы думаете, что мешает людям заниматься волонтерской (добровольческой) и общественной деятельностью?

(в % от всех опрошенных, закрытый вопрос, любое число ответов)



ОПЫТ И ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



Участие в волонтерстве и потенциал

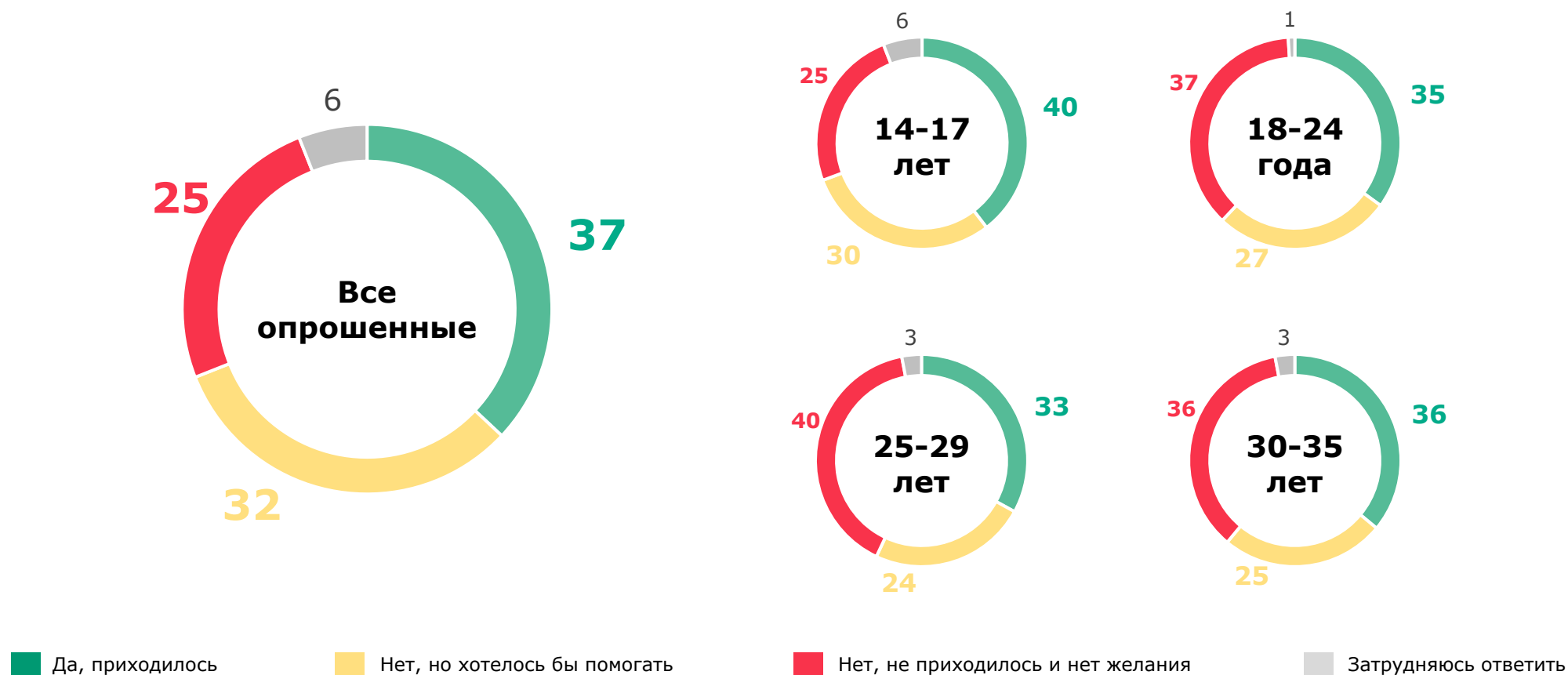


вместе с
росмолодью



Приходилось ли Вам в последние полгода-год в качестве волонтера, то есть добровольно и безвозмездно, помогать другим людям или организациям в свободное время? Пожалуйста, не учитывайте помощь своей семье, близким родственникам, друзьям

(в % от всех опрошенных, закрытый вопрос, один ответ)



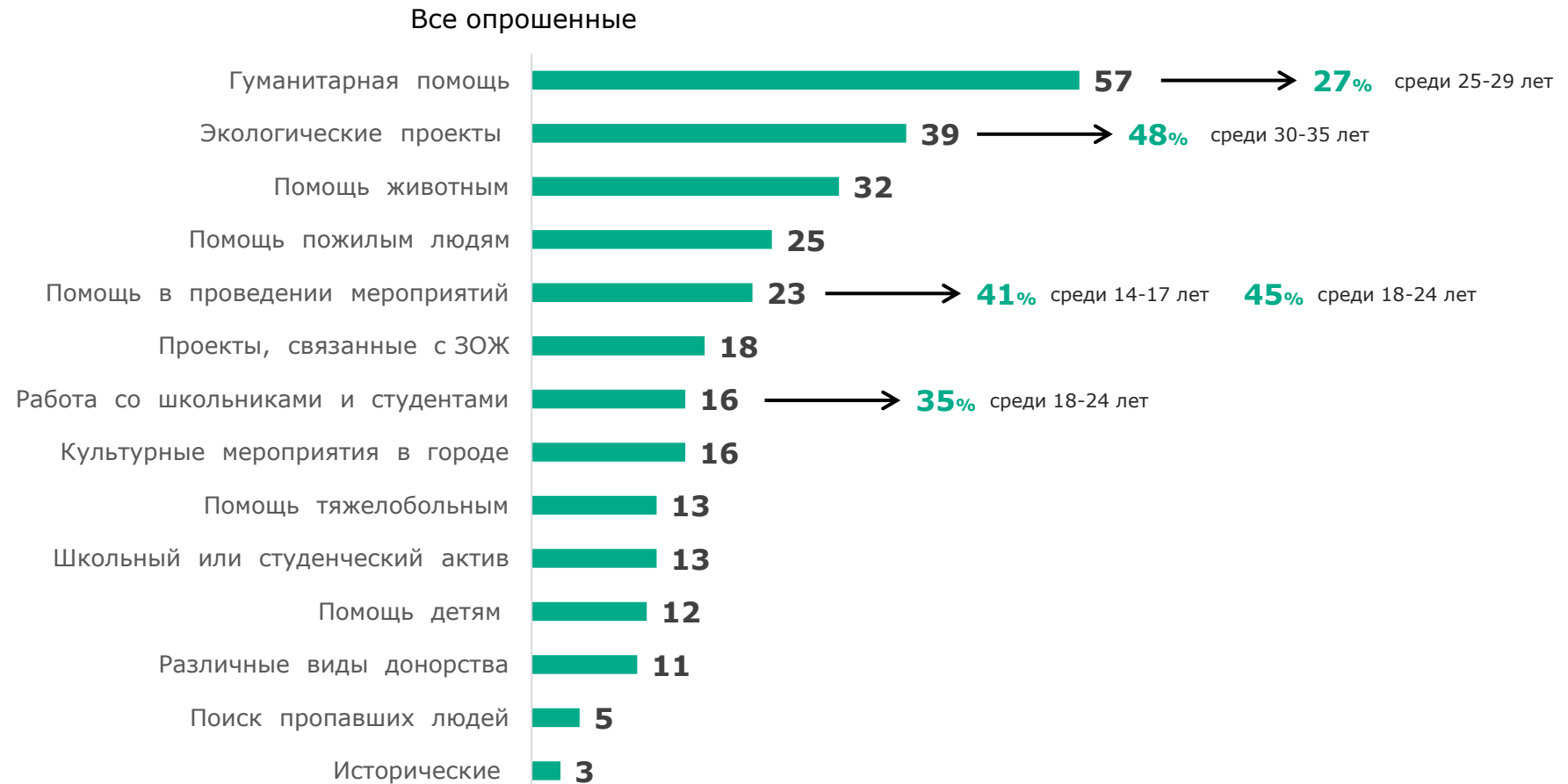
Опыт волонтерской (добровольческой) деятельности



ВМЕСТЕ С
РОСМОЛОДЖЕ



В каких проектах волонтерской (добровольческой) деятельности Вы принимали участие в последние полгода-год?
(в % от тех, кто в последний год в качестве волонтера помогал людям/организациям, закрытый вопрос, любое число ответов)



Организаторы волонтерской (добровольческой) деятельности

добро.рф

ДОБРИНО
добровольство доброевместе с
раскладёжкой

 АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ВЦИОМ

Кто был организатором проектов и мероприятий, в которых Вы принимали участие в последние полгода-год?
(в % от тех, кто в последний год в качестве волонтера помогал людям/организациям, закрытый вопрос, до 3-х ответов)

40%

Самостоятельно

20% среди 14-17 лет

33% среди 30-35 лет



34%

Инициативная группа граждан

6% среди 14-17 лет
13% среди 18-24 лет

19%

Волонтерский центр

41% среди 25-29 лет

14%

Работодатель

19% среди 25-29 лет

23%

Знакомые, друзья, родственники

9% среди 18-24 лет

16%

Школа / вуз

59% среди 14-17 лет

35% среди 18-24 лет

12%

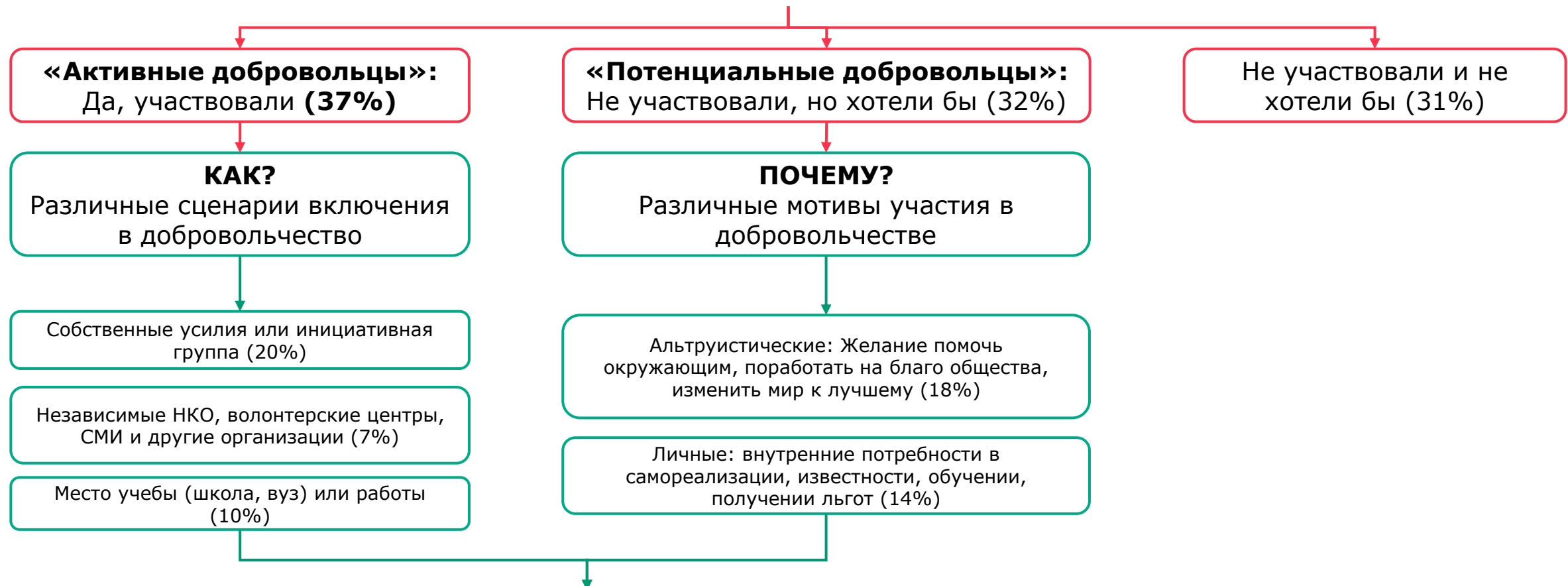
НКО

5% среди 18-24 лет

Сегментация целевых аудиторий – общая схема



Опыт в последний год / желание участвовать в волонтерской деятельности, мотивы и сценарии участия



Готовность обращаться к платформе Добро.РФ и движению #МЫВМЕСТЕ: **примерно половина из каждого выявленного сегмента готовы обращаться, другая половина – нет**

МНЕНИЕ О ДОСТАТОЧНОСТИ ГОСПОДДЕРЖКИ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



Информированность о государственной политике поддержки волонтерства

ДОБРИНО
развивай добровместе с
росмолодёжью

добро.рф

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ВЦИОМ

Скажите, пожалуйста, Вы знаете о поддержке волонтерской (добровольческой) и общественной деятельности со стороны государства или нет? (в % от всех опрошенных, закрытый вопрос, один ответ)

11% Слышал,
хорошо знаю

47% Что-то слышал

56% среди 14-17 лет
и 18-24 лет

33% Ничего
не слышал

47% среди 30-35 лет

9% Затруднились ответить



Достаточность государственной поддержки волонтерства



вместе с
росмолодежью



Если говорить о поддержке волонтерской (добровольческой) деятельности, то насколько она достаточна?
(1 – абсолютно недостаточна, 5 – абсолютно достаточна)

Средний балл по ответам информированных о господдержке волонтерства и общественной деятельности

| | Все опрошенные | 14-17 лет | 18-24 года | 25-29 лет | 30-35 лет |
|------------------------------|----------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| В школах, колледжах, вузах | 3,5 | 3,2 | 3,8 | 3,6 | 3,4 |
| В регионе | 3,2 | 3,4 | 3,5 | 3 | 3,2 |
| В городе / населенном пункте | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,2 |
| В компаниях, на предприятиях | 2,9 | 3,1 | 3,1 | 2,7 | 2,7 |

”

«В Москве, поддержка волонтерства, она более такой развитый характер носит, чем в других регионах... Города федерального значения, людей больше, больше говорят про Москву...».

Фокус-группа с активистами, Москва, 14-17 лет

Восприятие господдержки волонтерства: данные фокус-групп с активистами




| Возраст | Информированность о поддержке | Отношение и критика ситуации | Ключевые запросы |
|-------------------|---|--|---|
| 14-17 лет | Поверхностное, фрагментарное. Знают о базовых мерах (баллы к ЕГЭ, «мерч»). Не видят поддержки на местном уровне. | «Прагматичный идеализм»: ценят оказываемое внимание от организаторов, но распознают формальное отношение к мероприятиям. | Расширение льгот (за пределы группы абитуриентов), уважение со стороны организаторов. |
| 18-24 года | Знание основано на наблюдаемых в вузе и своем городе волонтерских мероприятиях, деятельности молодежных движений. | Тон критики – сравнение и скепсис. Поддержка со стороны государства заметна в этой группе, но воспринимается «как норма». | Качество организации мероприятий и уважение. |
| 25-29 лет | Знание основано на предыдущем опыте волонтерства, а также видимых практиках в учебном заведении и в городе. | Позитивное отношение с запросом на улучшение. Поддержку оценивают положительно, но отмечают ее недостаточность и формальность. | Конкретные практические льготы - например, бесплатный проезд в общественном транспорте. |
| 30-35 лет | Знание о системных проблемах поддержки (бюрократизм, формализм). | Рост критики (многие сами выступают организаторами). Поддержка оценивается как недостаточная, формальная. Негативное отношение к принуждению и погоне за показателями. | Запрос на льготы в медицинском обслуживании, на проезд и в обучении. |

РЕКОМЕНДАЦИИ В РАЗРЕЗЕ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП



Рекомендации для группы 14-17 лет



 **14–17 лет.** Действующие волонтеры – 37%, потенциальные волонтеры – 30% (в т.ч. «самовыражающиеся» – 14%, «альтруисты» – 16%)

Особенности группы. Данная группа вовлекается, преимущественно, в школе, при ведущей роли педагогов. Они делают первые шаги в волонтерской деятельности, поэтому на этом этапе им важно показать позитивные результаты их деятельности, чтобы сформировать устойчивую мотивацию к дальнейшему участию.

Точки роста

Развитие интересующих направлений деятельности



Решение

адресная помощь
тематические поездки
цифровое волонтерство

Барьеры

Отсутствие коллектива как психологический барьер участия



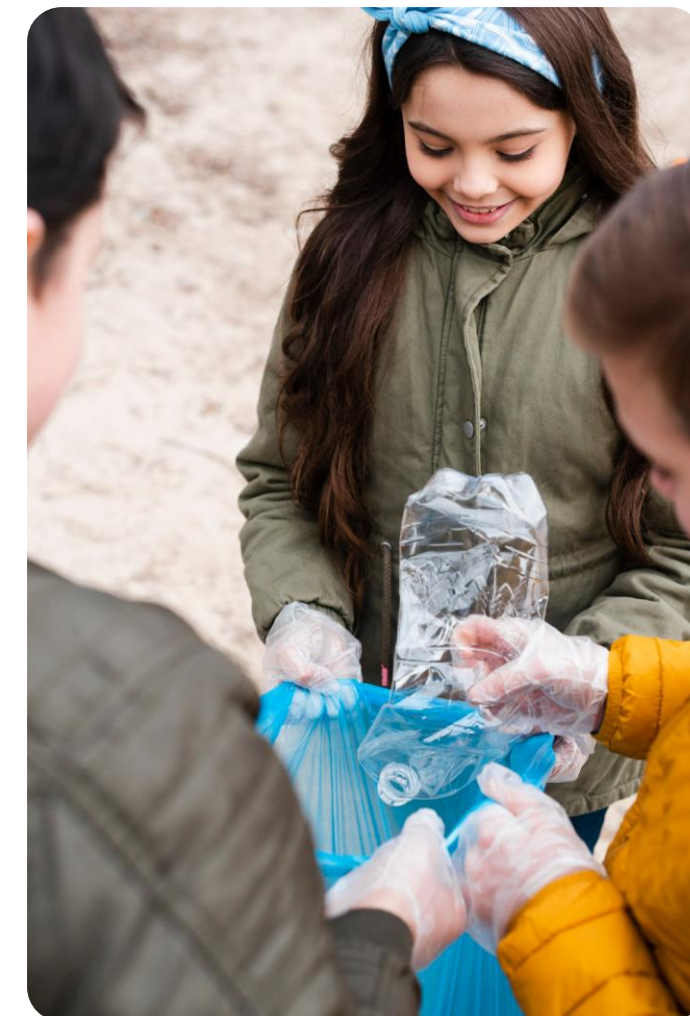
Решение

Привлечение сложившихся компаний друзей и родственников

Возрастная дискриминация подростков 14-17 лет со стороны организаторов



Заблаговременное знакомство персонала и организаторов с подростками-волонтерами



Рекомендации для группы 18-24 лет



18-24 года. Действующие волонтеры – 31%, потенциальные волонтеры – 25% (в т.ч. «самовыражающиеся» – 14%, «альтруисты» – 11%).

Особенности группы. Выбор в пользу волонтерства осуществляется на основании личных предпочтений, часто подкрепляемого анализом возможных бенефитов (нетворкинг, развитие навыков, бонусы). Основные точки входа связаны с учебным заведением (35%) и внеучебным активом (24%), а также самостоятельным выбором (25%) – в этом возрасте участники начинают активно помогать тем, кому сами считают нужным.

Точки роста

Развитие интересующих направлений деятельности



Решение

Пожертвования, образовательные проекты, помощь в онлайн

Барьеры

Нехватка времени и конкуренция с другими активностями




Решение

Привлечение не только за счет ценностных, но и прагматических мотивов



Рекомендации для группы 25-29 лет

 **25-29 лет.** Действующие волонтеры – 31%, потенциальные волонтеры – 24% (в т.ч. «самовыражающиеся» – 10%, «альтруисты» – 14%).

Особенности группы. На этом этапе волонтерство становится частью образа жизни; основные «точки входа» - волонтерские центры (41%), самостоятельный выбор (31%), инициативные группы граждан (25%). Более значимой становится роль работодателя (19%). «Точками роста» в работе с группой представляются более активное задействование работодателей, а также развитие системы льгот для «взрослых» волонтеров - прежние мотивы, связанные с поступлением в вуз и сдачей зачетов, становятся неактуальны.

Точки роста

Развитие интересующих направлений деятельности

Решение

Пожертвования, образовательные проекты, адресная помощь, цифровое волонтерство, pro bono.

Барьеры

Слабая доступность льгот для волонтеров, незнание о льготах

Решение

1 Обучение волонтеров с использованием платформы Добро.РФ

2 Мониторинг предоставления льгот в регионах в целях более равномерного предоставления

Низкая мотивация работодателей к развитию волонтерской деятельности среди сотрудников компаний


1 Проведение специализированной кампании для HR-специалистов

2 Обучающий курс для HR о преимуществах развития волонтерства в компании

3 Создание рейтинга компаний по поддержке волонтерства

Рекомендации для группы 30-35 лет



 **30-35 лет.** Действующие волонтеры – 36%, потенциальные волонтеры – 22% (в т.ч. «самовыражающиеся» – 14%, «альтруисты» – 8%).

Особенности группы. Аналогично 25–29 лет, данная возрастная группа приняла, что волонтерство является частью их жизни.

Часть проблем аналогична предыдущему сегменту (привлечение работодателей и получение льгот – здесь мы не будем повторять вышеуказанные решения). Также в данной аудитории становится более выражен барьер семьи, барьер нехватки информации о том, кому можно помочь.

Точки роста

Развитие интересующих направлений деятельности

Решение

Пожертвования, адресная помощь, образовательные проекты

Барьеры

Негатив со стороны близких и родственников

Решение

1 Проект «Добро.карьера» для опытных волонтеров

2 Мероприятия для всей семьи

3 Популяризация волонтерства как технологии воспитания

Нехватка информации

Коммуникация кампания

рекомендации по развитию брендов Добро.рф и #МЫВМЕСТЕ



Коммуникационная кампания:

1. Коммуникационная кампания для бренда Добро.рф; цель - повышаем информированность аудитории до целевого уровня.

- *Ключевые сообщения кампании исходят из потребностей аудитории (найти организаторов мероприятий, единомышленников и нуждающихся в помощи и т.д.).*
- *Ключевые каналы - интернет-СМИ и информагенства, телевидение, социальные сети.*

2. Затем – коммуникационная кампания для движения #МЫВМЕСТЕ. Движение #МЫВМЕСТЕ не конкурирует с «Добро.рф», а функционально привязано к нему: бренд «Добро.рф» – это инфраструктура, а #МЫВМЕСТЕ – команда активистов, которые находятся «на передовой» социальных проблем.

3. После достижения целевых показателей для «Добро.рф» и #МЫВМЕСТЕ проводим коммуникационную кампанию, направленную на популяризацию суббрендов, в том числе премии #МЫВМЕСТЕ.

ПРИЛОЖЕНИЕ



Ценности волонтеров в контексте российских традиционных духовно-нравственных ценностей



Какие ценности в большей степени выражены у волонтеров и тех, кто занимается общественной деятельностью?

(в % от всех опрошенных, закрытый вопрос, один ответ по шкале от 1 до 10 по каждой ценности, представлено среднее арифметическое значение без учёта «затруднившихся ответить»)



Личный рейтинг ценностей



Выберите ценности, которые являются наиболее важными для Вас.
(в % от всех опрошенных, закрытый вопрос, любое число ответов)

ТОП-3



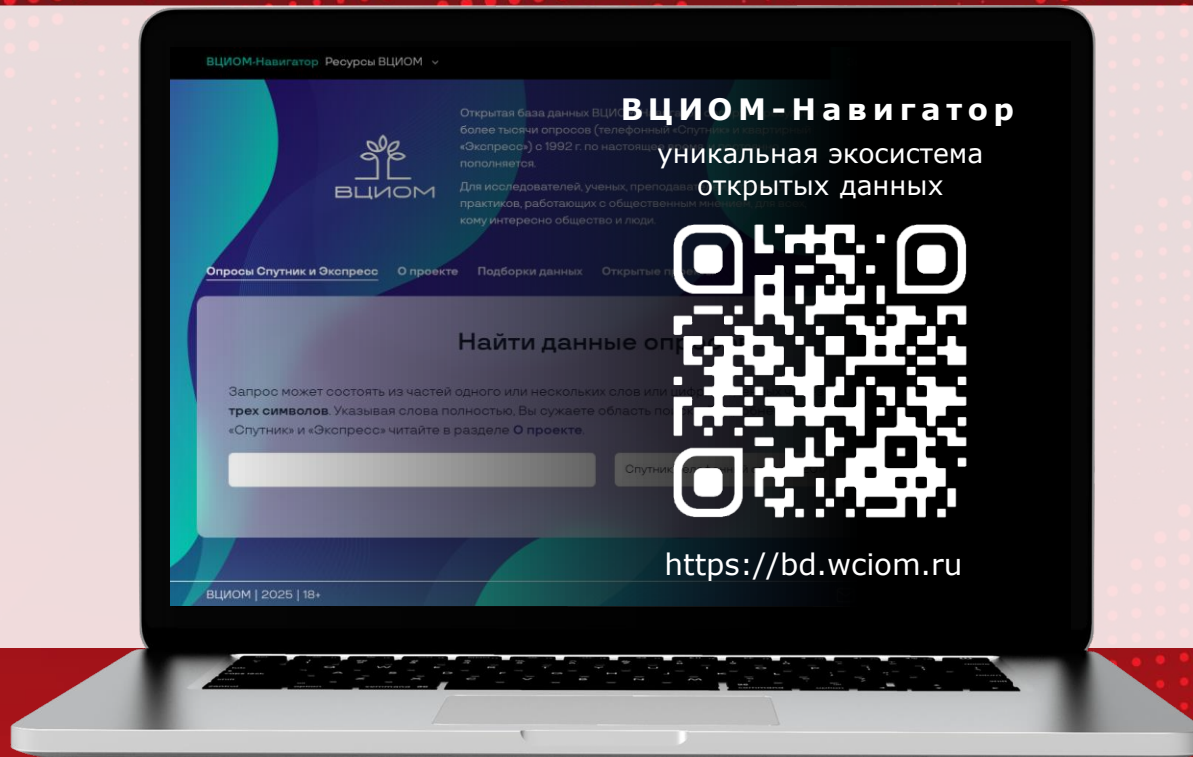
Минимальный %

– на расстоянии одного клика!

БОЛЬШЕ ИНТЕРЕСНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ДОСТУПНО НА НАШЕМ САЙТЕ



Авторский телеграм-канал
генерального директора
Аналитического центра
ВЦИОМ
Валерия Фёдорова



Новостной сайт
wciom.ru



Клиентский сайт
<https://ok.wciom.ru>



@WCIOMofficial



@wciompage



@vciom