

Românii se declara mai puțin încrezatori în propria capacitate de a aduce schimbări în societate (barometru)

Românii sunt mai puțin încrezatori în propria capacitate de a aduce schimbări în societate, cu valori în scădere cu 16 puncte procentuale, în 2024, fata de cele masurate în valul anterior, din decembrie 2021, reiese din datele celui mai recent barometru realizat de Fundatia Ashoka România privind atitudinea și percepția românilor despre rolul lor de creatori ai schimbării în societate.

Astfel, unul din doi tineri au identificat reprezentarea tinerilor în Guvern ca nevoie pentru a se implica în acțiuni pentru binele societății și s-au declarat mai interesați de antreprenoriat, gestionarea emoțiilor, gândire critică și educație financiară ca abilități de care au nevoie pentru a deveni creatori ai schimbării.

De asemenea, studiul Fundatiei Ashoka România a evidențiat faptul că doar șase din zece români se considera creatori ai schimbării, dar perspectiva pentru viitor este mai optimistă, însumând opt din zece români care cred că pot deveni ei înșiși creatori ai schimbării.

În prezent, nivelul de încredere în propria persoană a scăzut la 78% de la 84% în barometrul realizat anterior pe aceeași temă, în decembrie 2021.

"O explicație poate fi pusă pe seama faptului că, aflându-ne în an electoral, oamenii tind să delege responsabilitatea schimbării către alte instituții, și mai puțin către ei înșiși", menționează realizatorii cercetării.

Topul creatorilor autopercepți ai schimbării se modifică în acest an fata de decembrie 2021, cu câteva diferențe semnificative, între care și faptul că ONG-urile surclasează, din nou, Biserica. Pe locul secund de situează tinerii (45%, fata de 42% în valul anterior), iar pe a treia poziție instituțiile statului (37% fata de 40%), în timp ce ONG-urile sunt pe patru (30%, fata de 22% - cea mai mare creștere). Biserica (21%) și politicienii (18%).

"Studiul atrage atenția asupra scăderii semnificative a încrederii în propria capacitate de a fi creatoare de schimbare a tinerelor între 15-24 ani. Dacă în barometrul realizat în decembrie 2021 76% dintre fetele din Gen Z se considerau creatoare de schimbare, procentul a scăzut la 52% anul acesta - iar această scădere poate avea explicații pe fondul unui val de discuții în mass media cu privire la agresiuni și hartuire asupra femeilor. Respondenții au mai declarat că abilitățile utile pentru a deveni un creator al schimbării sunt lucrul în echipă, pe primul loc, menționat de 6 din 10 dintre respondenți, urmat de organizarea personală, care este mai importantă în rândul celor până în 34 de ani, apoi de abilitățile de conducere și de comunicare și dezvoltarea abilităților sociale și empatică. Gen Z sunt în continuare mai înclinați și spre antreprenoriat, gestionarea emoțiilor, gândire critică și educație financiară, fata de celelalte categorii de vârstă", se arată în concluziile studiului de specialitate.

În ceea ce privește factorii care pot contribui la dezvoltarea atitudinii de creator de schimbare, auto-educatia se afla în continuare pe primul loc (93%), urmată de educația primită acasă (88%), nevoile prezente ale societății (70%), educația primită în școală (69%), prietenii și cunoscuții (61%).

Totodată, în clasamentul nevoilor tinerilor pentru a se implica în acțiuni sociale rămâne nevoia de fonduri, într-o pondere de 60% din totalul respondenților, urmată de nevoia de a fi reprezentați în Guvern (53%, în creștere fata de 40%, la ediția anterioară a barometrului), la egalitate cu nevoia de mentori (53%).

Studiul Fundatiei Ashoka România a fost realizat împreună cu agenția de studii de piață IZI data, concluziile obținute fiind raportate la un studiu comandat de Ashoka România în decembrie 2021, pe un esantion de 1.012 respondenți, reprezentativ național urban, auto-administrat online. Pentru cercetarea din februarie 2024, s-a folosit

metodologia Omnibus, chestionar online auto-administrat.

Ashoka, cea mai mare organizatie globala de promovare si sustinere a antreprenoriatului social si inovatiei sociale, a fost clasata de Forbes pe locul 7 din 500 de ONG-uri din lume si are o retea de peste 3.800 de antreprenori sociali, dintre care opt din România.