



# **ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИИ**

**Аналитический отчет  
по результатам всероссийского опроса  
общественного мнения**

**Москва  
2004 г.**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Резюме.....</b>	<b>3</b>
<b>Введение .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Информированность россиян о деятельности некоммерческих организаций.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Общественное мнение россиян о деятельности некоммерческих организаций.....</b>	<b>7</b>
<b>3. Ожидания россиян в отношении деятельности некоммерческих организаций.....</b>	<b>10</b>
<b>5. Типологизация общественного мнения о деятельности НКО .....</b>	<b>13</b>
<b>Приложения.....</b>	<b>15</b>

## Резюме

- 1. Уровень информированности россиян о НКО следует признать невысоким: выражение «некоммерческая организация» знакомо лишь половине участников опроса. Большинство респондентов ничего не знают и о деятельности НКО в регионе их проживания. Кроме того, не наблюдается и заметной позитивной динамики в уровне осведомленности граждан об НКО: на протяжении последних лет она остается стабильно невысокой.**
- 2. В условиях слабой информированности вряд ли правомерно делать вывод о наличии устойчивого отношения к НКО; скорее, общественное мнение существует в форме неясных представлений и интуитивных оценок. Лишь малая доля опрошенных смогла формально верно сформулировать, что такое НКО. Чаще всего под некоммерческими организациями население подразумевает некие государственные, муниципальные учреждения, что свидетельствует о том, что россияне не до конца разбираются в новых общественных структурах, которые являются неотъемлемыми элементами развитого гражданского общества.**
- 3. В целом отношение к некоммерческим организациям со стороны населения является достаточно противоречивым. В общественном сознании россиян деятельность некоммерческих организаций, связывается, в первую очередь, с решением социальных вопросов и защитой прав граждан. А вот в возможность контроля со стороны НКО над деятельностью государственных органов население пока верит слабо. Кроме того, еще достаточно распространенным является представление о том, что деятельность НКО направлена на личное обогащение и служит частным или корпоративным интересам.**
- 4. Патерналистские установки в отношении государства продолжают оставаться весьма распространенными в общественном сознании: половина россиян уверенно считает, что именно государство должно вносить наибольший вклад в развитие общества. Второстепенное значение, которое россияне придают участию в этом процессе НКО, в очередной раз свидетельствует о незрелости гражданской культуры. Тем не менее, необходимо отметить как позитивный результат, согласно которому уже немалая доля граждан (43%) отводит некоммерческим организациям важное место в развитии общества (наряду с государством).**
- 5. Россияне считают приоритетными те направления деятельности некоммерческих организаций, которые, во-первых, касаются наиболее острых социальных проблем, а с другой – наиболее широких слоев населения (помощь социально уязвимым слоям, охрана детства, здравоохранение и образование, реформирование жилищно-коммунального хозяйства). Наименьшую заинтересованность респонденты проявляют в отношении таких направлений, как международный культурный обмен, независимые средства массовой информации, охрана памятников истории и культуры.**

**6. Несмотря на чрезвычайно слабую известность в настоящее время, деятельность некоммерческих организаций имеет, на наш взгляд, потенциально серьезную базу поддержки. Такой социальной базой развития «третьего сектора» могут стать от 20% (доля социально активных граждан) до 40% (доля граждан, позитивно относящихся к деятельности НКО) россиян. Вместе с тем, реализация этого потенциала возможна только при радикальной активизации *информационной политики* некоммерческих организаций, направленной на разъяснение в широких слоях населения принципов деятельности, функций и задач НКО, и формирование позитивного отношения к ним. Очевидно, для достижения этой цели необходимо создание специальных *организационных структур* (типа ассоциаций и союзов НКО), осуществляющих соответствующую информационную деятельность в интересах всех НКО.**

## Введение

Настоящий документ представляет результаты экспресс-исследования **«Отношение населения к деятельности некоммерческих организаций в России»**, проведенного Исследовательской группой ЦИРКОН в октябре 2004 г. по заказу НПГО «Форум Доноров».

Разработка инструментария и подготовка аналитического отчета выполнены Исследовательской группой ЦИРКОН; сбор данных по проекту осуществлен в рамках всероссийского омнибусного опроса общественного мнения Всероссийского Центра Изучения Общественного мнения (ВЦИОМ).

В соответствии с Техническим заданием **целью** исследования являлось получение информации для анализа общественных настроений в отношении некоммерческих организаций (НКО, НПО, НГО).

Для достижения указанных целей в рамках исследования предполагалось решение следующих **основных задач**:

1. Изучение степени *информированности* населения РФ о некоммерческих организациях в России, измерение *основных параметров восприятия и отношения* населения к некоммерческим организациям и их деятельности.
2. Сравнение *общественных мнений, оценок* в отдельных социальных группах, выявление основных различий и факторов, их вызвавших.
3. *Типологизация* отношения к некоммерческим организациям.

**Объектом** исследования являлось взрослое население Российской Федерации (лица от 18 лет и старше).

**Предмет** исследования включал в себя следующие компоненты:

- *информированность* населения о деятельности некоммерческих организаций в России;
- *отношение населения к деятельности подобных организаций*;
- *ожидания населения, касающиеся приоритетных направлений деятельности некоммерческих организаций в России*;
- *представления населения о роли некоммерческих организаций в проведении социальных реформ*.

**Методической основой** исследования являлся выборочный опрос населения РФ способом формализованного интервью по месту жительства. Общий объем **выборочной совокупности** составил 1585 респондентов. Выборочная совокупность репрезентирует население России по полу, возрасту и типу населенного пункта проживания. Опрос проводился в 40 субъектах РФ (100 населенных пунктов).

**Обработка и анализ результатов** опроса проведены с использованием методов математической статистики и включали в себя статистические процедуры, позволяющие выявить значимые различия между ответами респондентов из разных групп.

В тексте отчета для сравнения результатов приводятся ссылки на предыдущее исследование, посвященное отношению населения к донорским организациям (См. Аналитический отчет *«Донорские организации в России: осведомленность и ожидания населения»*).

По ряду анализируемых параметров для сравнения приводятся данные всероссийских опросов общественного мнения Фонда «Общественное мнение», проведенных в 2001 г.

## 1. Информированность россиян о деятельности некоммерческих организаций

Уровень информированности населения о том или ином событии, явлении и т.п. является важным индикатором общественных настроений – очевидно, что в ситуации слабой осведомленности вряд ли можно говорить о сколько-нибудь сложившемся отношении, адекватном восприятию и т.п. данного события или явления.

Как показало настоящее исследование, уровень информированности российских граждан о некоммерческих организациях является невысоким. Осведомленность демонстрируют 56% участников опроса, правда, лишь 16% высказываются определенно, т.е. утверждают, что знают о НКО (табл. 1). **Почти половина респондентов (44%) утверждает, что вообще не знает (и даже не слышала) выражение «некоммерческая организация».**

**Таблица 1. Уровень информированности россиян о некоммерческих организациях**

Скажите, пожалуйста, знаете ли Вы, слышали или слышите впервые выражение «некоммерческая организация» (НКО, НПО, НГО)?	ЦИРКОН, октябрь 2004 г.	ФОМ, сентябрь 2001 г.
Знаю	16	21
Что-то слышал	40	42
Слышу сейчас впервые	<b>38</b>	<b>26</b>
Затрудняюсь ответить	<b>6</b>	<b>10</b>

Любопытно сравнить данные об уровне информированности россиян о НКО, полученные в настоящем исследовании, с данными Фонда «Общественное мнение» трехлетней давности (сентябрь 2001 г.). Во всероссийском опросе ФОМ вопрос звучал аналогичным образом. Как показывает сравнение, на первый взгляд, уровень информированности россиян снизился – доля неосведомленных составляла в 2001 г. 36%. Однако следует иметь в виду, что опрос ФОМ был приурочен к готовящемуся «Гражданскому Форуму» с участием представителей НКО, который прошел в ноябре того же года. Понятно, что это событие освещалось в СМИ, и это, несомненно, оказало влияние на уровень информированности населения в тот период. В октябре с.г. никаких дополнительных информационных поводов для освещения деятельности НКО в СМИ не было. Таким образом, на наш взгляд, можно сделать вывод о том, что *информированность населения о НКО за последние несколько лет меняется мало и находится на стабильно невысоком уровне.*

Если выражение «некоммерческая организация» знакомо немногим более чем половине респондентов, то о деятельности некоммерческих организаций в регионе своего проживания в той или иной степени осведомлены, по их словам, только треть (35%) опрошенных. При этом утверждают, что непосредственно сталкивались с деятельностью подобных организаций, всего 5% участников опроса, тогда как **большинство (58%) вообще ничего не знают о таких организациях в своем регионе** (и еще 7% затруднились ответить) (табл. 2).

**Таблица 2. Уровень информированности россиян о деятельности некоммерческих организаций в своем регионе**

Знаете или слышали ли Вы что-либо о работе, деятельности некоммерческих организаций в Вашем регионе, области, крае, республике?	ЦИРКОН, октябрь 2004 г.	ФОМ, сентябрь 2001 г.
Да, я лично сталкивался с деятельностью таких организаций	5	12
Да, я определенно знаю о таких организациях	8	
Я что-то слышал о таких организациях	22	15
Нет, я ничего не знаю о таких организациях	58	48
Затрудняюсь ответить	7	25

Наибольшую осведомленность демонстрируют респонденты с более высоким материальным статусом, с высшим образованием, молодого возраста.

Сопоставление с данными ФОМ 2001 г. показывает, что заметной позитивной динамики в уровне информированности россиян о деятельности НКО в регионе их проживания также не прослеживается. Хотя доля респондентов, которые ответили, что знают или слышали о работе НКО в их регионе, в опросе 2004 г. несколько выше, чем в опросе ФОМ 2001 г., эта разница (8%) не столь высока и может быть вызвана определенными методическими различиями в проведении опросов.

Скорее всего, низкий уровень информированности населения о деятельности некоммерческих организаций в России имеет те же причины, что и слабая информированность о благотворительных организациях: непрозрачность деятельности самих некоммерческих организаций, отсутствие публикаций в СМИ, связанных с разъяснением особенностей их деятельности, их роли в развитии общества и т.п.. Данное предположение во многом подтверждается результатами исследования: более трети респондентов (35%) считают, что *некоммерческие организации занимаются сами собой, и их деятельность для большинства граждан не заметна и не важна.*

## 2. Общественное мнение россиян о деятельности некоммерческих организаций

В условиях слабой осведомленности населения о деятельности некоммерческих организаций общественное мнение о них существует, скорее, не в форме сложившегося отношения, а в виде некоторых самых общих представлений, интуитивных оценок и т.п.

Для измерения этих общих представлений был использован метод ассоциаций – в ходе интервью респондентам было предложено ответить на вопрос *«Что, прежде всего, приходит Вам в голову, когда Вы слышите словосочетание «НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ»?». Вопрос задавался всем респондентам, даже тем, кто зафиксировал свою полную неосведомленность об НКО, т.е. сообщил, что «о некоммерческих организациях слышит впервые» или «затрудняюсь ответить».*

Половина респондентов (50%) затруднилась дать ответ на данный вопрос, что вполне закономерно – столько же ничего и не знают об НКО (см. диаграмму 1).

Диаграмма 1.



Низкий уровень информированности и отсутствие у большинства респондентов правовых знаний подтверждаются тем, что **лишь 3% опрошенных дали формально точное определение некоммерческим организациям** («организация, не имеющая целью извлечение прибыли»). Несколько чаще правильный ответ давали респонденты более молодого возраста с высшим образованием.

Чаще всего под некоммерческими организациями респонденты подразумевают некие *государственные, муниципальные учреждения*. Именно эта ассоциация, прежде всего, была вызвана у респондентов словосочетанием «некоммерческая организация» – 16%. Тот факт, что многие подразумевают под НКО государственные учреждения, свидетельствует о том, что россияне недостаточно ориентируются в системе понятий «общество - государство» и не до конца разбираются в новых общественных структурах, которые являются неотъемлемыми элементами развитого гражданского общества.

Каждый десятый (9%) понимает под некоммерческими организациями те или иные социальные, благотворительные и религиозные организации. Еще 8% опрошенных связывают НКО с организациями, не занимающимися бизнесом, общественными организациями. Не является широко распространенным, но, тем не менее, присутствует представление о НКО как неких криминальных организациях, занимающихся незаконной деятельностью (3%).

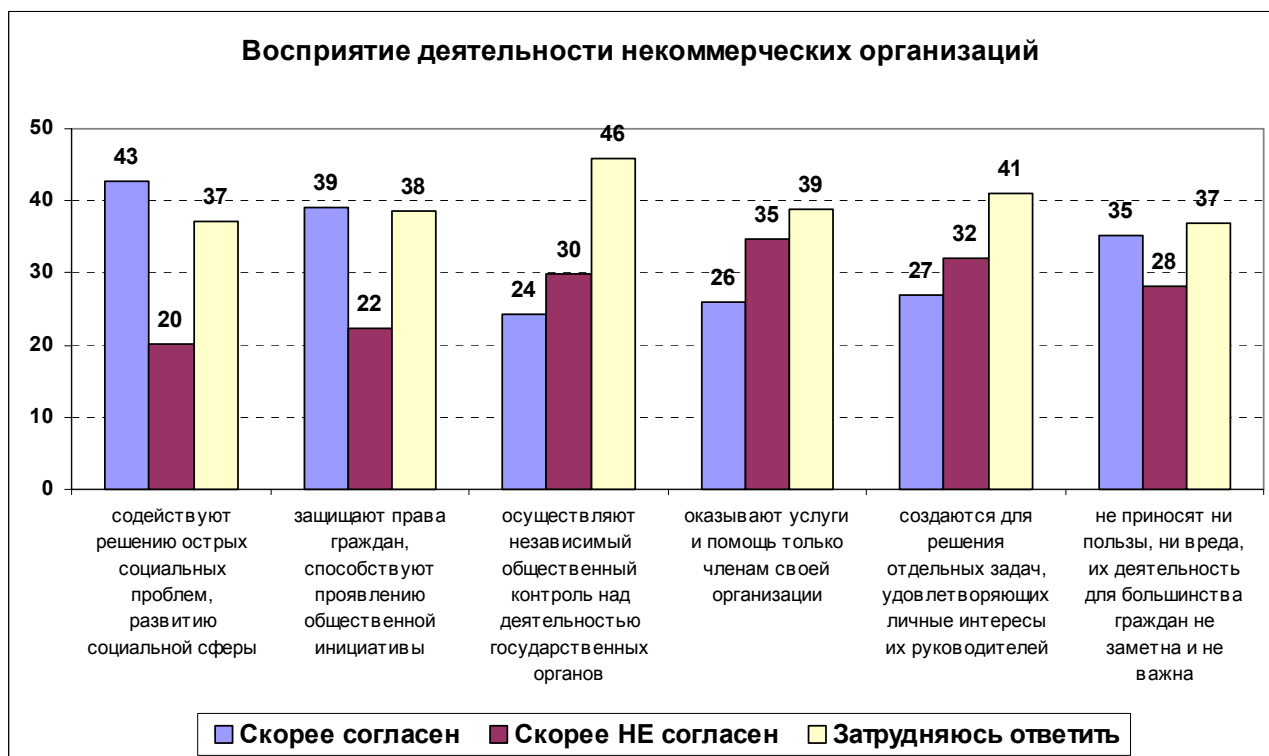
В рамках всероссийского опроса в сентябре 2001 г. ФОМ также задал респондентам аналогичный открытый вопрос в несколько иной формулировке: «Как Вы понимаете выражение «некоммерческая организация», что оно, по-Вашему, означает?».



Сопоставление полученных результатов с данными настоящего исследования показало, что *существенного сдвига в понимании населением сути НКО за три года не произошло*. Формально правильный ответ («организация, не имеющая целью извлечение прибыли») давали в 2001 г. 4% респондентов (в 2004 г. – 3%). Как и в настоящем исследовании, наиболее распространенным было представление о НКО как государственном учреждении; правда, доля таких ответов составляла 25% (сейчас только 16%). Можно отметить также некоторый рост доли ответов, близких по смыслу к определению НКО: считают, что НКО это «организация, не занимающаяся бизнесом, общественная организация», а также что НКО это «социальные, благотворительные и религиозные организации» в сумме 17% участников опроса, тогда как в 2001 г. эти ответы составляли 11% от числа всех.

Для конкретизации отношения россиян к некоммерческим организациям респондентам в ходе интервью было предложено выразить степень своего согласия или несогласия с шестью суждениями, характеризующими деятельность некоммерческих организаций. При этом три суждения описывали эту деятельность в позитивных тонах, два – в относительно негативных, и одно было сформулировано нейтрально (см. диаграмму 2). В целом, в настоящее время отношение населения к деятельности НКО так же достаточно неоднозначно, как и к деятельности благотворительных организаций.

**Диаграмма 2.**



Наибольшее единодушие участники опроса проявили, оценивая суждения «Некоммерческие организации содействуют решению острых социальных проблем, развитию социальной сферы» и «Некоммерческие организации защищают права граждан, способствуют проявлению общественной инициативы»: 43% и 39% респондентов согласились с каждым из этих высказываний, несогласие выразили вдвое меньше – 20% и 22% соответственно.

В отношении третьего «позитивного» суждения («*Некоммерческие организации осуществляют независимый общественный контроль над деятельностью государственных органов*») согласие высказали лишь 24% респондентов, и 30% не согласились. **Очевидно, данный результат отражает определенные российские реалии. Население вполне допускает, что НКО помогают решению социальных проблем и защищают права граждан, но вот в возможность контроля с их стороны над деятельностью государственных органов пока верится слабо.**

По двум суждениям, сформулированным с определенным негативным подтекстом, тоже получено приблизительно равномерное распределение ответов. Более четверти россиян (26%) поддерживают, а 35% не поддерживают мнение, что *коммерческие организации оказывают услуги и помощь только членам своей организации*. С утверждением, что *НКО создаются для решения отдельных задач, удовлетворяющих личные интересы их руководителей*, согласились 27%, и 32% - не согласны. Следовательно, **треть населения воспринимает деятельность некоммерческих организаций как деятельность, направленную на личное обогащение и преследующую частные или корпоративные интересы.**

В отношении нейтрального суждения, согласно которому *некоммерческие организации не приносят ни пользы, ни вреда, их деятельность не заметна и не важна*, доминирующей позиции также не выявилось: 35% - «за», 28% - «против».

Таким образом, более или менее доминирующее мнение выявлено только по двум из шести суждений. **В общественном сознании россиян деятельность некоммерческих организаций, бесспорно, связывается с решением социальных вопросов и защитой прав граждан.** По четырем другим суждениям преобладающее мнение отсутствует, что, скорее всего, свидетельствует о том, что общественное мнение в отношении некоммерческих организаций сформировано слабо.

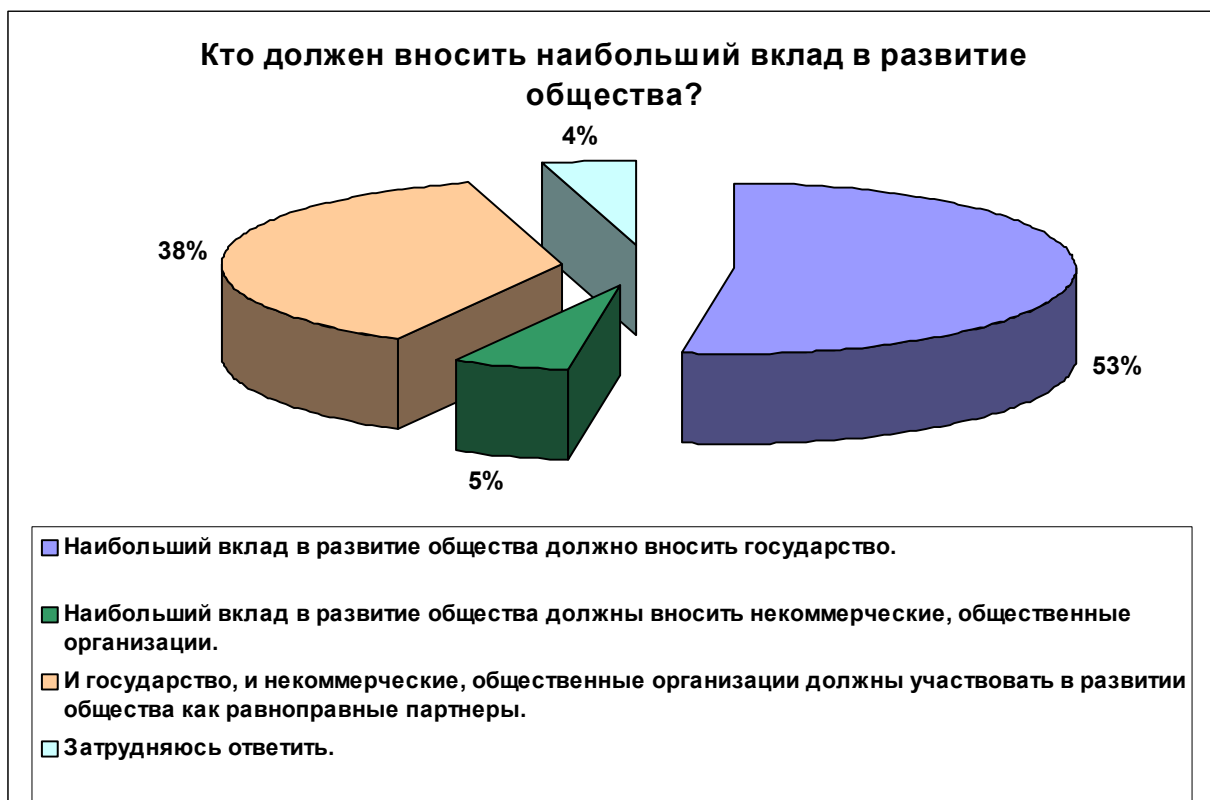
В целом, больше позитивных оценок высказывают более информированные респонденты, с высоким уровнем образования и материального состояния.

### 3. Ожидания россиян в отношении деятельности некоммерческих организаций

Для половины россиян (**53%**) не вызывает сомнения тот факт, что *наибольший вклад в развитие общества должно вносить государство*; лишь малая часть респондентов (только 5%) считает, что именно некоммерческие организации должны способствовать развитию гражданского общества в наибольшей степени. Таким образом, патерналистские установки в отношении государства продолжают оставаться весьма распространенными в общественном сознании.

Тем не менее, более трети опрошенных (38%) полагает, что *государство и НКО должны выступать как равноправные партнеры*. Т.е. в целом примерно **43%** граждан отводят некоммерческим организациям значительное место в развитии общества, что является, на наш взгляд, важным результатом (диаграмма 3). Это означает, что для развития социальной базы НКО имеется достаточно существенный потенциал.

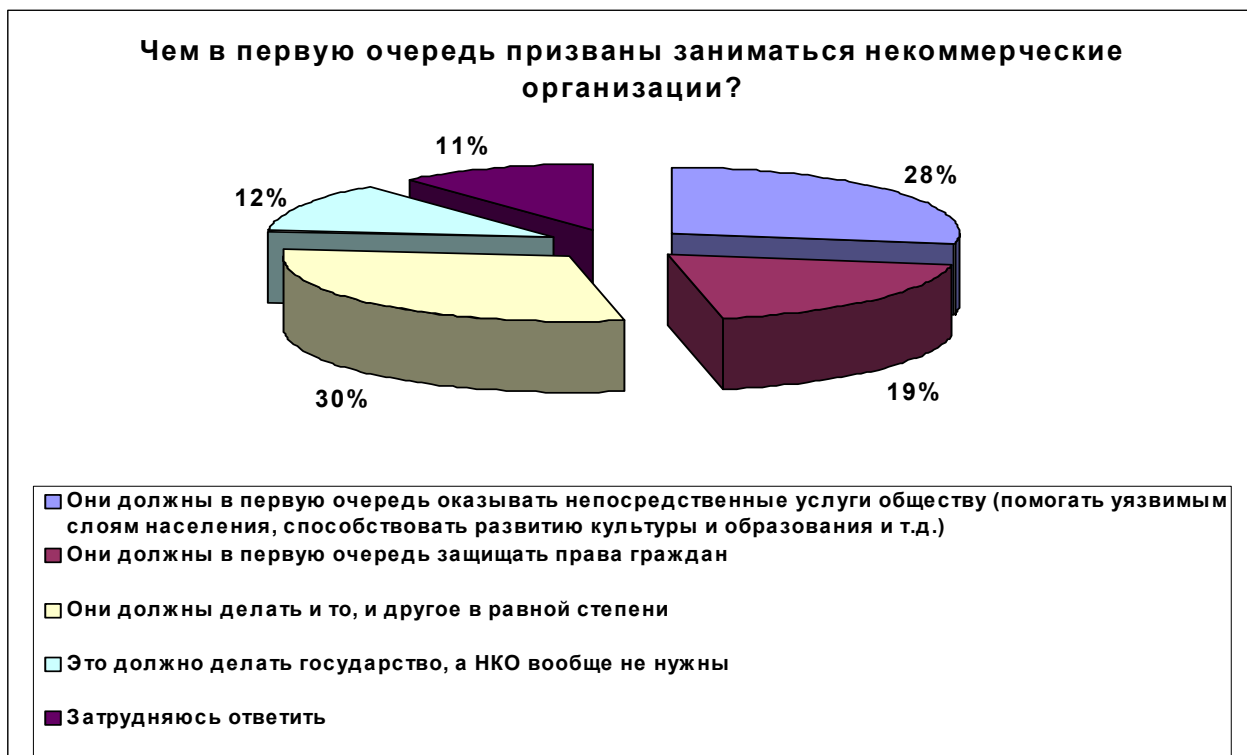
Диаграмма 3.



Мнение о доминирующей роли государства преобладает во всех социально-демографических группах. Но чем старше респондент, чем ниже уровень его образования, материального состояния, тем большую роль он отводит государству в процессе развития гражданского общества, и тем меньшее значение в этом процессе придается общественным организациям.

В отношении роли и функций некоммерческих организаций мнение россиян неоднозначно. В основном, респонденты полагают, что НКО должны в первую очередь *оказывать непосредственные услуги населению* – так считает более четверти опрошенных (28%). Убеждение, что первоочередная задача некоммерческих организаций – *защитить права граждан*, встречается несколько реже (19%). Еще треть (30%) полагает, что и то, и другое важно в равной степени. Лишь 12% россиян считают, что НКО вообще не нужны, и эти задачи должно решать государство.

Диаграмма 4.



Приоритетными направлениями для осуществления деятельности некоммерческих организаций россиянам представляются: *охрана материнства, родительства и детства, преодоление детской беспризорности (40%); помощь социально уязвимым слоям населения – инвалидам, престарелым, малоимущим и т.п. (33%); благоустройство жилья, дворов, улиц, в т.ч. осуществление реформы ЖКХ (30%); образование (29%); охрана здоровья и медицина (25%).*

Наименее значимыми респондентам представляются такие направления, как *независимые средства массовой информации, международный культурный обмен, охрана памятников истории и культуры.*

Как видно, ожидания россиян в отношении приоритетных направлений деятельности НКО в значительной степени совпадают с их ожиданиями относительно важнейших направлений благотворительной деятельности. *Россияне в первую очередь считают приоритетными те направления деятельности некоммерческих организаций, которые, с одной стороны, касаются наиболее острых социальных проблем, а с другой – наиболее широких слоев населения (помощь социально уязвимым слоям, детство, здравоохранение и образование).*

Наибольшее различие в результатах двух опросов зафиксировано по такому направлению, как благоустройство жилья, дворов, улиц. Оценивая главные направления благотворительной деятельности, эту позицию отметили 18% респондентов. В исследовании об отношении населения к НКО в список возможных направлений их деятельности было внесено небольшое дополнение: *«благоустройство жилья, дворов, улиц, в т.ч. осуществление реформы ЖКХ»*. В качестве приоритетной данную позицию отметили 30% россиян. Несомненно, эти данные подтверждают результаты ряда других исследований, согласно которым проблемы ЖКХ являются весьма актуальными и острыми для значительной части наших сограждан и входят в число наиболее насущных и требующих пристального внимания.

Диаграмма 5.



В некоторых социальных группах отмечается ряд отличий от общероссийских показателей. Так, проблемы материнства, здоровья традиционно оказываются более актуальными для женщин, чем для мужчин; а вот о физкультуре и спорте, научных исследованиях и техническом творчестве чаще говорят мужчины. Для людей пожилого возраста первостепенными закономерно являются проблемы помощи социально уязвимым слоям населения, охраны здоровья и медицинского обслуживания. Эти же сферы занимают первые позиции и для респондентов с невысоким образованием и с плохим материальным положением.

Респондентов среднего возраста, с высшим образованием, хорошим материальным положением больше, чем в среднем по России, интересует поддержка научных исследований, поддержка в сфере охраны природы, экологии, физкультуры и спорта. Хотя приоритетными все равно остаются те же проблемы, что и в целом по стране.

## 5. Типологизация общественного мнения о деятельности НКО

В ходе анализа общественного мнения в отношении НКО посредством кластерного анализа были выделены группы респондентов, различающиеся по их восприятию и оценке

некоммерческих организаций. Типологизация проводилась на основе совместного анализа ответов по шести переменным. В результате кластеризации выделились 2 основные группы респондентов, каждая из которых в свою очередь состоит из двух подгрупп (табл. 3).

**Таблица 3. Группы респондентов по отношению к НКО**

Группы респондентов	Подгруппы респондентов	%
Лояльные по отношению к НКО	Последовательные сторонники	19
	Умеренные сторонники	16
Неопределенно относящиеся к НКО	Не информированные	43
	Противоречивые	22

Анализ не выявил группу респондентов, которые бы характеризовались последовательно негативным отношением к НКО. Среди россиян преобладает отношение двух типов:

1. лояльное, благоприятное отношение к НКО. При этом выделяются подгруппы респондентов с выраженным позитивным восприятием НКО и осторожным, умеренным позитивным отношением;
2. неопределенное отношение к НКО. Выделяются подгруппа не информированных респондентов и подгруппа респондентов с противоречивым восприятием НКО.

Заметим, что лояльное отношение к НКО демонстрируют около трети граждан (примерно 35%), таким образом, *неопределенное отношение является доминирующим* – оно свойственно для 65% участников опроса.

Охарактеризуем каждую из выделенных подгрупп (кластеров) более подробно.

Самый многочисленный кластер – **«не информированные»** - составляет 43% от всех опрошенных. Как следует из названия кластера, его представители весьма слабо осведомлены о деятельности НКО, большинство из них «затрудняются с ответом» на вопросы анкеты. Позитивные и негативные оценки НКО распределены в этой группе в близких пропорциях, хотя негативные все же немного преобладают: чуть чаще встречаются мнения, что НКО защищают исключительно интересы своих членов или своих руководителей. В целом отношение этих респондентов к НКО является неопределенным именно в силу их слабой информированности. В этой группе преобладают женщины, люди старшего возраста (после 60 лет), лица с начальным и средним образованием, с низким материальным уровнем, проживающие в селах.

Следующий кластер – **«противоречивые»** (22%). Представители данного кластера в целом декларируют несколько более высокую осведомленность о некоммерческих организациях, чем «не информированные». Но при этом в своих оценках деятельности НКО они проявляют крайнюю противоречивость: чаще соглашались, чем не соглашались как с позитивными, так и с негативными суждениями о деятельности НКО. Они согласны и с тем, что некоммерческие организации содействуют развитию социальной сферы, защищают права граждан, и с тем, что НКО оказывают услуги только членам своей организации и выражают интересы своего руководства. Одновременно три четверти из них считают, что НКО не приносят ни вреда, ни пользы. С точки зрения социально-демографических характеристик, представители этого кластера заметно не выделяются из общей совокупности респондентов. Можно отметить лишь, что среди них чуть выше доля мужчин и жителей крупных городов.

Третий кластер – **«последовательные сторонники»** (19%). При довольно высоком уровне информированности эти респонденты демонстрируют самое благоприятное отношение к некоммерческим организациям. В своем подавляющем большинстве они уверены, что НКО содействуют развитию социальной сферы (98%), защищают права граждан (97%), осуществляют контроль над деятельностью государственных органов (73%). Они отводят НКО важную роль в развитии общества (наряду с государством). Напротив, с негативными суждениями об НКО они в подавляющем большинстве не согласны. Среди представителей этого кластера выше, чем по выборке в целом, доля лиц в активном возрасте (25-45 лет), со средним или средним специальным образованием и с более высоким уровнем дохода.

Четвертый кластер составляют **«умеренные сторонники»** (16%). Это группа наиболее информированных респондентов. Они выражают больше позитивных оценок НКО, чем негативных, считая, что некоммерческие организации содействуют развитию социальной сферы и защищают права граждан. Правда, большинство из них не считают, что НКО осуществляют независимый контроль над деятельностью государственных органов (79%). Почти половина из них уверена, что НКО в партнерстве с государством должны участвовать в развитии общества, при этом их роль состоит и в оказании услуг обществу, и в защите прав граждан. В группе «умеренных сторонников» несколько выше доля мужчин, лиц с высшим образованием, более высоким уровнем дохода, жителей крупных городов.

Выделенную в ходе кластерного анализа группу «умеренных сторонников» можно рассматривать как целевую аудиторию «первой очереди» для воздействия с целью улучшения имиджа НКО. Что касается наиболее многочисленной группы российских граждан с неопределенным отношением к НКО, то здесь, несомненно, требуется в первую очередь активная деятельность по их информированию о деятельности, роли и функциях некоммерческих организаций в России. Как показал анализ результатов исследования, существует зависимость характера отношения к НКО от уровня информированности о них: с возрастанием информированности о деятельности некоммерческих организаций отношение к ним улучшается.

## Приложения

### Приложение 1. Инструментарий исследования (Анкета опроса респондентов)

### Приложение 2. Таблицы распределений ответов респондентов