

*Отчет подготовлен на средства гранта, полученного в рамках  
Открытого Конкурса проектов  
некоммерческих неправительственных организаций  
в сфере проведения социологических исследований и мониторинга  
состояния гражданского общества*



## **«ТРЕТИЙ СЕКТОР» В РФ: ОЦЕНКА ВЛИЯТЕЛЬНОСТИ**

**Аналитический отчет  
по результатам массового опроса населения**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
Цель исследования .....	3
Объект исследования .....	3
Предмет исследования.....	3
Методика исследования .....	3
Представление результатов.....	3
<b>РЕЗЮМЕ (КРАТКИЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ).....</b>	<b>5</b>
<b>1. ИНФОРМИРОВАННОСТЬ РОССИЯН О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ .....</b>	<b>7</b>
<b>2. ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ О ХАРАКТЕРЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ И БИЗНЕС- СТРУКТУРАМИ.....</b>	<b>9</b>
<b>3. ОТНОШЕНИЕ РОССИЯН К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ .....</b>	<b>12</b>
<b>4. ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ О ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ .....</b>	<b>15</b>
<b>5. «ТРЕТИЙ СЕКТОР» РОССИИ: ПОТЕНЦИАЛ УЧАСТИЯ .....</b>	<b>18</b>

## Введение

Настоящий документ представляет собой Аналитический отчет по результатам массового опроса населения России по теме «Третий сектор» в РФ: оценка влияния». Опрос проведен в рамках одноименного проекта, реализованного АНО «Социологическая мастерская Задорина» (группа ЦИРКОН)<sup>1</sup>.

Сбор данных осуществлен Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) (посредством включения блока вопросов, разработанных АНО «Социологическая мастерская Задорина», в анкету всероссийского омнибуса).

### ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Основной **целью** исследования являлось получение информации, необходимой для анализа общественного мнения относительно влияния некоммерческого сектора РФ на власть и бизнес.

### ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Объектом** исследования являлось взрослое (старше 18 лет) население РФ.

### ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Предмет** исследования включал следующие компоненты:

1. *Информированность* населения о деятельности НКО;
2. *Представления* о характере взаимоотношений и уровне влияния НКО на органы власти и бизнес-структуры;
3. *Отношение* населения к деятельности НКО;
4. *Ожидания* населения, касающиеся приоритетных направлений деятельности НКО в России;
5. *Прогнозы* населения относительно роли и влияния НКО на власть и бизнес в будущем.

### МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Методической основой исследования являлся выборочный опрос населения РФ способом формализованного интервью по месту жительства. Объем выборочной совокупности составил **1570** респондентов. Выборочная совокупность репрезентирует население России по полу, возрасту и типу населенного пункта. Опрос проводился в 40 субъектах РФ.

### ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Во всех ниже приведенных таблицах и диаграммах, если это не оговорено особо, указаны доли (в %) респондентов, выбравших соответствующий вариант ответа на вопрос анкеты.

19

<sup>1</sup> Отчет подготовлен на средства гранта, полученного в рамках Открытого Конкурса проектов некоммерческих неправительственных организаций, имеющих социальное значение, в сфере проведения социологических исследований и мониторинга состояния гражданского общества (фонд-оператор – Институт общественного проектирования). В комплекс исследований по данному проекту входили также опросы представителей НКО, органов власти, бизнес-структур и экспертные интервью (см. отдельные отчеты на сайте ЦИРКОН [www.zircon.ru](http://www.zircon.ru)).

По ряду анализируемых параметров для сравнения приводятся данные исследования Группы ЦИРКОН по теме «**Отношение населения к деятельности некоммерческих организаций в России**», реализованного по заказу НПГО «Форум доноров» в октябре 2004 г. Отдельные вопросы инструментария исследования 2004 г. были включены в анкету настоящего исследования *для отслеживания динамики общественных настроений* в отношении некоммерческих организаций. Методика сбора данных в обоих исследованиях сопоставима: использовалось включение блоков вопросов во всероссийский омнибус ВЦИОМ.

Кроме того, при подготовке отчета использовались данные всероссийского опроса Фонда «Общественное мнение», проведенного в октябре 2007 г.

В **Приложении** к отчету представлено ***Распределение ответов респондентов*** на все вопросы анкеты массового опроса (в т.ч. в разрезе отдельных социально-демографических групп).

## Резюме (краткие выводы исследования)

1. Главный вывод, следующий из анализа результатов исследования, состоит в том, что **на сегодняшний момент в стране отсутствует сложившееся, сформированное общественное мнение о некоммерческом секторе**, его роли и значении в жизни общества, о характере взаимоотношений и уровне влияния НКО на органы власти и бизнес-структуры. Одной из ключевых причин указанной ситуации является низкая информированность россиян о некоммерческих организациях. Рядовые граждане РФ слабо представляют себе, что такое «некоммерческие организации», чем они занимаются, и какую роль в развитии общества призваны играть:

- ✓ более трети россиян, по их словам, впервые услышали выражение «некоммерческая организация» в ходе опроса;
- ✓ более половины респондентов ничего не знают о деятельности НКО в их регионе;
- ✓ соответственно, как минимум половина россиян не в состоянии оценить влияние некоммерческого сектора на другие сектора общественной жизни.

Более того, на протяжении последних лет не фиксируется сколько-нибудь позитивной динамики осведомленности населения об НКО: она остается стабильно невысокой.

2. Показателем несформированного общественного мнения о некоммерческом секторе наряду с низкой информированностью граждан является **высокая степень неоднозначности, противоречивости оценок населения в отношении деятельности НКО**:

- ✓ в близких долях в общественном мнении представлены точки зрения о наличии или отсутствии пользы для граждан от деятельности некоммерческих организаций (превалирующего мнения нет);
- ✓ отсутствует доминирующее мнение относительно влияния НКО на принятие решений органами власти и деятельность бизнес-структур (хотя мнение об отсутствии влияния встречается несколько чаще);
- ✓ оценки того, осуществляют или не осуществляют НКО независимый контроль над деятельностью государственных органов и бизнеса, также неоднозначны (доля отрицательных оценок выше, особенно в отношении и контроля над бизнесом).

3. Очевидное противоречие зафиксировано и при **оценке россиянами наиболее приоритетных, с их точки зрения, направлений деятельности некоммерческих организаций**. С одной стороны, в массовом сознании деятельность некоммерческих организаций чаще всего воспринимается как *правозащитная деятельность* (так полагают более трети опрошенных). С другой стороны, лишь 10% россиян считают деятельность по защите прав граждан одним из наиболее важных, приоритетных направлений деятельности НКО. Такое рассогласование между *ожиданиями* и *восприятием реальности* может, естественно, сказываться на отношении ко всему сектору НКО.

4. Исследование выявило три **наиболее приоритетных в представлении россиян направления для осуществления деятельности НКО в России**: *охрана материнства и детства, помощь социально уязвимым слоям населения, благоустройство жилья, улиц и дворов*. К числу приоритетных можно также отнести сферы медицины и образования. Т.е. граждане, в первую очередь, ожидают от некоммерческих организаций усилий по решению острых социальных проблем, имеющих непосредственное отношение к жизни и здоровью населения (особенно его социально уязвимых групп) и при этом охватывающих наиболее широкие слои граждан. Деятельность же, связанная с развитием масс-медиа, научных исследований, культуры и искусства на массовом уровне воспринимается как менее приоритетная; очевидно, считается, что эта деятельность не относится к удовлетворению базовых, первичных потребностей человека, и, значит, является менее важной, второстепенной.

5. Одним из важных показателей отношения к некоммерческому сектору является *желание и готовность граждан принимать участие в работе НКО*. Исследование показало, что на сегодняшний день **потенциал вовлеченности россиян в деятельность некоммерческих организаций можно признать невысоким** (соответствующее желание выразили лишь около 14% опрошенных). Очевидно, сказывается низкая информированность граждан о деятельности НКО. С другой стороны, социологические исследования фиксируют довольно низкий уровень социальной активности населения; оно слабо вовлечено в различные формы самоорганизации граждан, его готовность к участию в работе добровольных объединений, вообще в общественной жизни также находится на достаточно низком уровне.

6. На наш взгляд, чтобы действительно переломить ситуацию, необходима активная образовательная, **пропагандистская кампания всероссийского масштаба, своего рода «гражданский всеобуч»** с целью повышения грамотности населения в вопросах развития гражданского общества и дальнейшего привлечения россиян к участию в гражданских инициативах и самоуправлении на низовом уровне. При этом активизация усилий должна быть направлена по пропаганду позитивных примеров деятельности НКО в разных сферах общественной жизни, в первую очередь, по тем направлениям, которые воспринимаются как наиболее важные в массовом сознании.

Следует учитывать, что, согласно результатам исследования, оптимистичные ожидания в отношении НКО чаще встречаются среди материально обеспеченных и высокообразованных респондентов: оптимизм во многом питается информированностью и пониманием того, какую важную роль может играть некоммерческий сектор в социально-экономической и общественно-политической жизни общества. Отсюда можно предположить, что общее повышение информированности россиян о деятельности некоммерческих организаций и их роли в жизни общества будет способствовать улучшению отношения к «третьему сектору», и как следствие – их более активному привлечению к участию в гражданских инициативах.

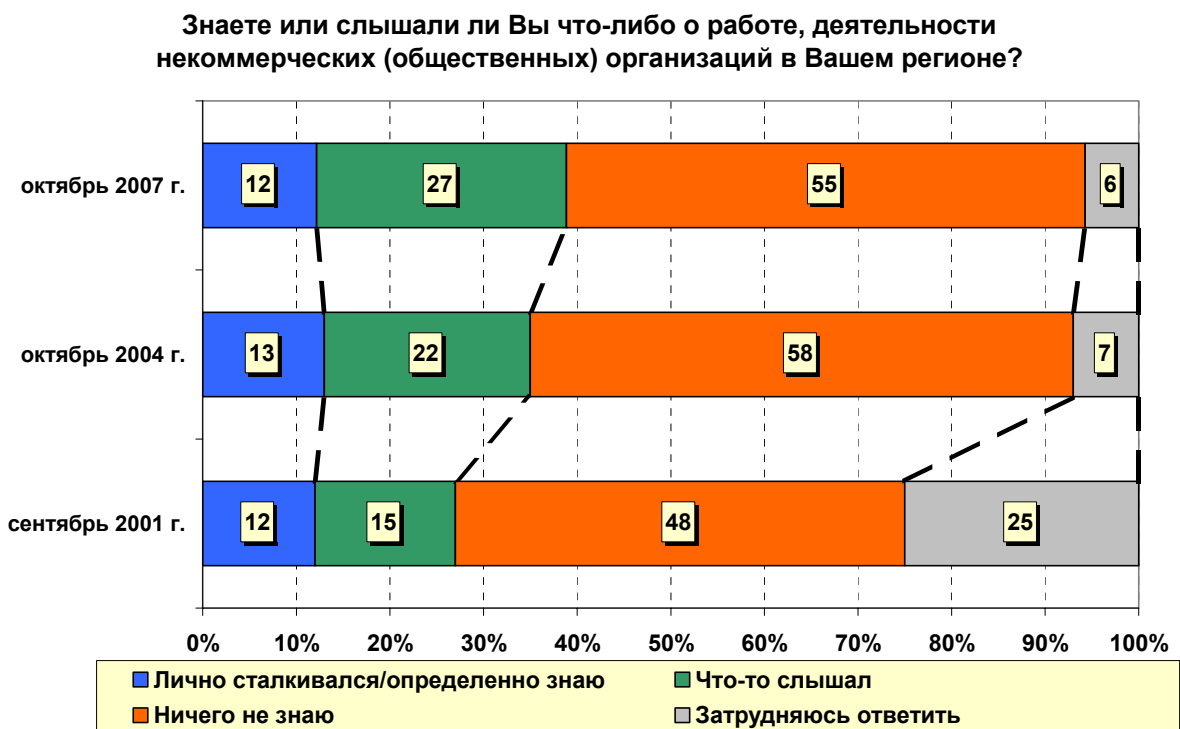
## 1. Информированность россиян о деятельности некоммерческих организаций

Известно, что осведомленность о том или ином явлении, событии или процессе является важнейшим показателем общественного отношения к нему. Слабая информированность, как правило, сопровождается либо неадекватным, искаженным восприятием данного явления или процесса на массовом уровне, либо затрудняет формирование какого-либо определенного отношения вообще.

Исследование показало, что **уровень информированности россиян о деятельности некоммерческих организаций в регионах их проживания является невысоким, и при этом заметной позитивной динамики в осведомленности граждан за последние годы не прослеживается** (см. диаграмму 1).

Более половины россиян, по их утверждениям, *ничего не знают и не слышали* о деятельности некоммерческих организаций в регионе своего проживания. В той или иной степени информированными себя считают лишь немногим более трети респондентов, и при этом только примерно каждый десятый участник опроса лично сталкивался с деятельностью НКО или определенно знает об их деятельности.

**Диаграмма 1. Уровень информированности населения о деятельности некоммерческих организаций (ЦИРКОН 2007, 2004; ФОМ, 2001).**



За время, прошедшее с момента предыдущего исследования в 2004 г., серьезного сдвига в уровне осведомленного россиян о деятельности некоммерческих организаций не зафиксировано: хотя доля «информированных» респондентов (т.е. утверждающих, что они, как минимум, «что-то слышали» о

деятельности НКО) выросла за три года на 4%, этот прирост находится в пределах статистической погрешности измерения.

На диаграмме 1 приведены также результаты всероссийского опроса Фонда «Общественное мнение» 2001 года. На наш взгляд, различия в данных вызваны методическими особенностями проведения опросов и не свидетельствуют о наличии динамики в уровне осведомленности об НКО.

Более образованные и материально обеспеченные респонденты демонстрируют наибольшую осведомленность о деятельности НКО в сравнении со всей выборочной совокупностью.

**Таким образом, на массовом уровне «третий сектор» остается для населения своего рода «terra incognita»:** простые граждане слабо представляют себе, что такое некоммерческие организации, чем они занимаются и какую роль в развитии общества призваны играть. Очевидно, что в значительной мере эта ситуация определяется информационным фоном вокруг НКО: отсутствием популярных публикаций, теле- и радиопередач и т.п., в доступной форме разъясняющих суть явления - *что такое «некоммерческий сектор», зачем он нужен, чем отличается от коммерческого сектора и т.д.*

По данным опроса Фонда «Общественное мнение», проведенного в октябре 2007 г., *более трети россиян (35%) заявили, что впервые услышали выражение «некоммерческая организация» в ходе интервью*, и только каждый пятый респондент сообщил, что знает это словосочетание (еще 35% его «слышали»). Скорее всего, реальная информированность еще ниже декларируемой (опыт опросов показывает, что респонденты не всегда признаются в своем незнании чего-либо). Более того, в сравнении с результатами аналогичного опроса, проведенного ФОМ в 2001 г., картина не изменилась и даже несколько ухудшилась: 6 лет назад лишь 26% опрошенных заявили, что слышат выражение «некоммерческая организация» впервые.

На наш взгляд, чтобы действительно переломить ситуацию, **необходима активная образовательная, пропагандистская кампания всероссийского масштаба, своего рода «гражданский всеобуч»** с целью повышения грамотности населения в вопросах развития гражданского общества и дальнейшего привлечения россиян к участию в гражданских инициативах и самоуправлении на низовом уровне.



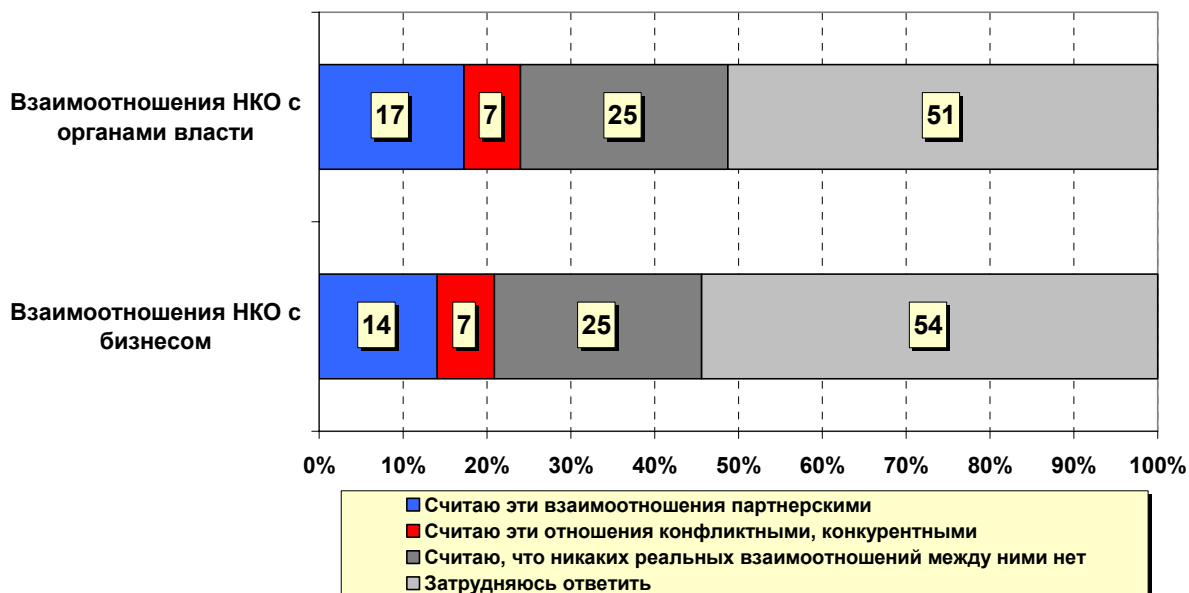
## 2. Общественное мнение о характере взаимоотношений некоммерческих организаций с органами власти и бизнес-структурами

Понятно, что в условиях слабой информированности населения вряд ли правомерно говорить о наличии сформированного общественного мнения о роли НКО и о влиянии «третьего сектора» на другие сектора общественной жизни. Результаты исследования вполне подтверждают этот вывод.

Половина участников всероссийского зондажа затруднились ответить на вопрос о характере взаимоотношений НКО и с органами власти, и с бизнес-структурами (см. диаграмму 2). Еще четверть опрошенных высказались в том смысле, что, по их мнению, *никаких реальных взаимоотношений между ними нет*. При этом распределение ответов на оба вопроса (о взаимоотношении НКО и власти и НКО и бизнес-структур) практически идентичны; сходство оценок свидетельствует, на наш взгляд, именно о слабой информированности населения и об отсутствии, вследствие этого, сформированного общественного мнения.

**Диаграмма 2. Общественное мнение о характере взаимоотношений НКО с органами власти и бизнес-структурами**

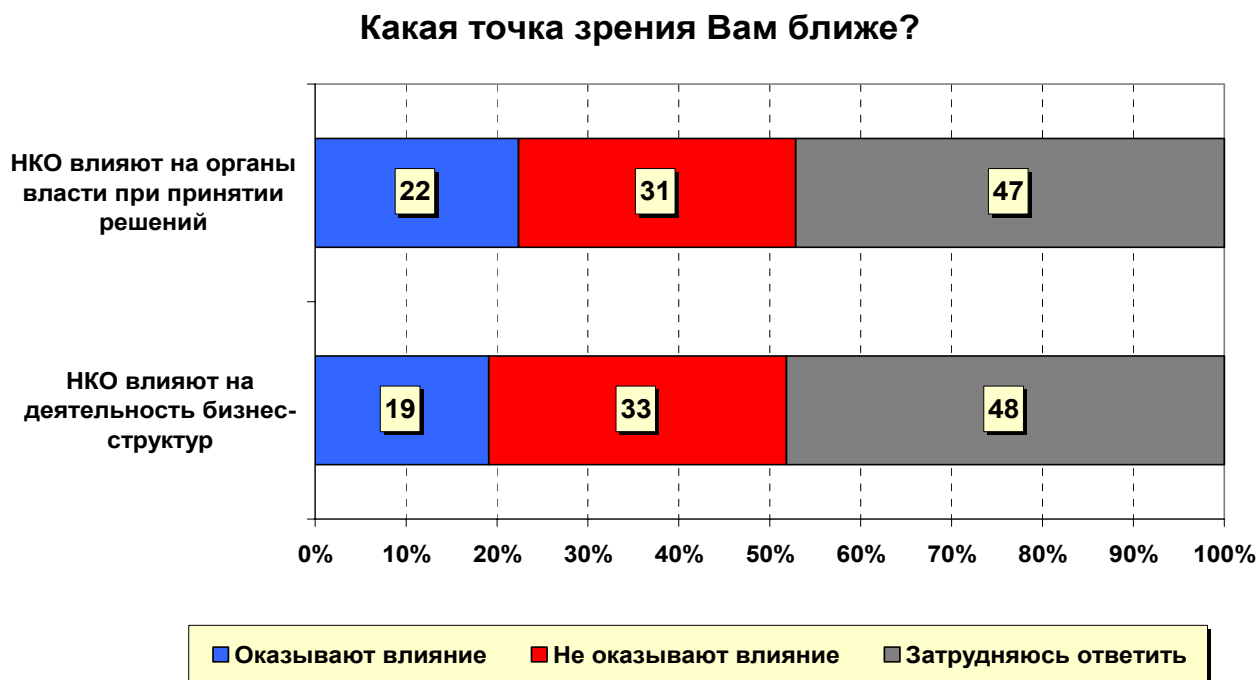
Как можно, на Ваш взгляд охарактеризовать взаимоотношения некоммерческих организаций, действующих в Вашем регионе, с органами власти/с предприятиями и бизнес-структурами?



Сходный вывод – об отсутствии сложившегося общественного мнения следует и из анализа ответов респондентов на прямой вопрос о влиянии некоммерческих организаций на принятие решений органами власти и на деятельность бизнес-структур (см. диаграмму 3). Доля затруднившихся с ответом вновь составила почти половину от всех участников опроса.

Мнение «второй половины» опрошенных разделилось: одни респонденты считают, что НКО оказывают определенное влияние на власть и бизнес-структуры, другие считают, что такого влияния нет. При этом вторая точка зрения (об отсутствии влияния) оказалась несколько более распространенной, хотя доминирующей ее признать нельзя.

**Диаграмма 3. Общественное мнение о влиянии НКО на принятие решений органами власти и деятельность предприятий и бизнес-структур**



Таким образом, проведенное исследование дает довольно мало оснований для выводов о наличии сколько-нибудь внятного общественного мнения о некоммерческих организациях, их взаимоотношении с органами власти и бизнес-структурами и об их влиянии на сектор власти и коммерческий сектор страны. Очевидно, что эта тема находится далеко на периферии массового сознания; особенно это касается менее образованной и малообеспеченной части россиян.

Понятно, что в сложившейся ситуации почти половина респондентов (44%) не смогли ответить на вопрос о будущем некоммерческих организаций – *будет ли их роль в жизни общества, а также их влияние на власть и бизнес уменьшаться, возрастет или сохраняться неизменным* (см. диаграмму 4). Еще каждый пятый участник опроса (20%) заявил, что не ожидает никаких изменений.

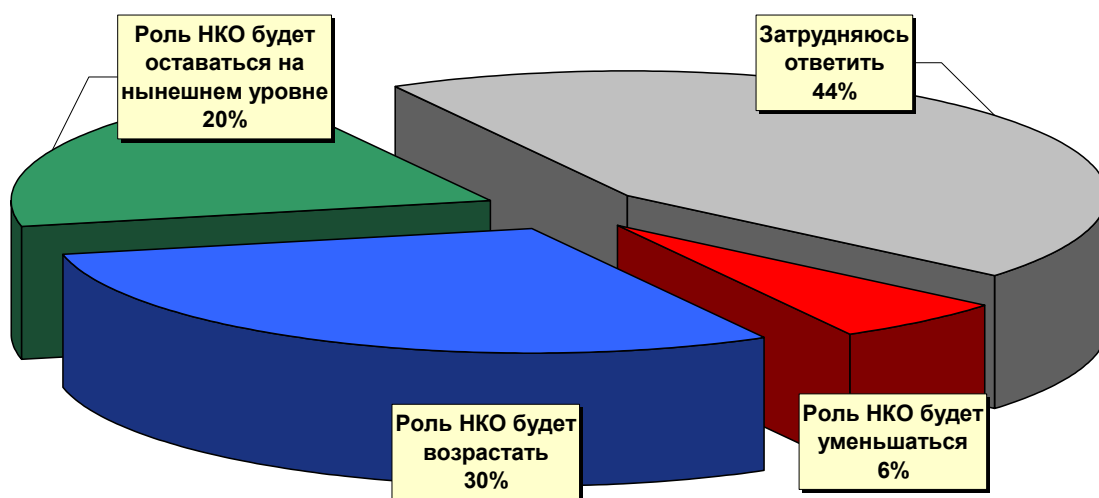
Среди оставшейся чуть более трети участников опроса доминирует оптимистический настрой – 30% россиян надеются, что роль и влияние некоммерческих организаций будут возрастать. Доля «пессимистов» в пять раз ниже (всего 6%).

Оптимистичные ожидания в отношении влияния НКО чаще встречаются среди материально обеспеченных и высокообразованных респондентов: оптимизм во многом питается информированностью и пониманием того, какую важную роль может играть некоммерческий сектор в социально-экономической и общественно-политической

жизни общества. Отсюда можно предположить, что общее повышение информированности россиян о деятельности некоммерческих организаций и их роли в жизни общества будет способствовать улучшению отношения к «третьему сектору», и как следствие – их более активному привлечению к участию в гражданских инициативах.

**Диаграмма 4. Ожидания россиян относительно роли и влияния некоммерческих организаций в будущем**

Роль НКО в жизни общества, их влияние на власть и бизнес будут уменьшаться, возрастать или оставаться на нынешнем уровне?



### 3. Отношение россиян к деятельности некоммерческих организаций

Ввиду слабой информированности россиян об НКО, общественное мнение об их деятельности существует не в форме сложившегося отношения к этой деятельности, а в виде некоторых общих представлений об отдельных аспектах работы некоммерческих организаций.

Для выявления этих представлений в рамках опроса были сформулированы и предложены респондентам для оценки семь суждений, характеризующих деятельность и роль некоммерческих организаций. Участникам опроса предлагалось выразить свое согласие или несогласие с данными суждениями. При этом четыре суждения описывали деятельность НКО в позитивном ключе, два – в негативном, и одно было сформулировано нейтрально. К тому же шесть из семи суждений ранее уже включались в опросник всероссийского зондажа (в исследовании группы ЦИРКОН 2004 г.), что дало возможность проанализировать динамику представлений о деятельности НКО за три года.

**Отношение россиян к деятельности некоммерческих организаций весьма неоднозначно** (см. диаграмму 5). Из семи суждений лишь по двум выявлено более или менее доминирующее мнение. В общественном сознании деятельность некоммерческих организаций воспринимается, прежде всего, как правозащитная деятельность – так считает около трети россиян, не согласившись с данным тезисом вдвое меньше участников опроса. Скорее всего, это связано с тем, что правозащитные организации в сравнении с другими довольно активны и по сути своей деятельности публичны, а, следовательно, более заметны в информационном поле.

**Диаграмма 5. Представления россиян о роли и деятельности НКО**

С какими суждениями о роли и деятельности некоммерческих организаций Вы согласны, а с какими - нет? НКО...



Достаточно единодушно выражено сомнение в том, что НКО осуществляют независимый контроль над деятельностью бизнеса – Несогласие с этой оценкой превалирует над согласием довольно значительно (31% «не согласных» против 17% «согласных»). Правда, этот результат может свидетельствовать об отношении населения скорее к бизнес-структурам, чем к НКО: возможно, в нем отражается представление о том, что деятельность бизнес-структур вообще слабо контролируема (не прозрачна, не открыта).

В отношении остальных пяти суждений доминирующее мнение отсутствует. Так, по суждениям, описывающим деятельность НКО *в негативных тонах*, получено примерно равное распределение ответов респондентов. Около четверти россиян воспринимают деятельность некоммерческих организаций, как деятельность, направленную на оказание услуг только собственным членам и на решение задач, удовлетворяющих личные интересы их руководства (впрочем, столько же респондентов с этим не согласны).

Тезис, что НКО содействуют решению острых социальных проблем, был поддержан 31% участников опроса, доля не согласившихся с этим суждением ниже, правда, не намного (23%). Т.е. хотя деятельность некоммерческих организаций и связывается с решением социальных вопросов, на уровне массового восприятия это представление пока не стало устойчивым стереотипом: слабая информированность и недоверие к деятельности НКО еще слишком широко распространены в общественном сознании.

С суждением о том, что НКО осуществляют независимый контроль над деятельностью государственных органов, как и с аналогичным суждением об их контроле над деятельностью бизнеса, Несогласие выражалось чаще, чем согласие. Однако в данном случае «не согласные» доминировали не столь очевидно (28% против 21%). Можно предположить, что возможность контроля над государственными органами представляется населению более реальной, чем над бизнес-структурами.

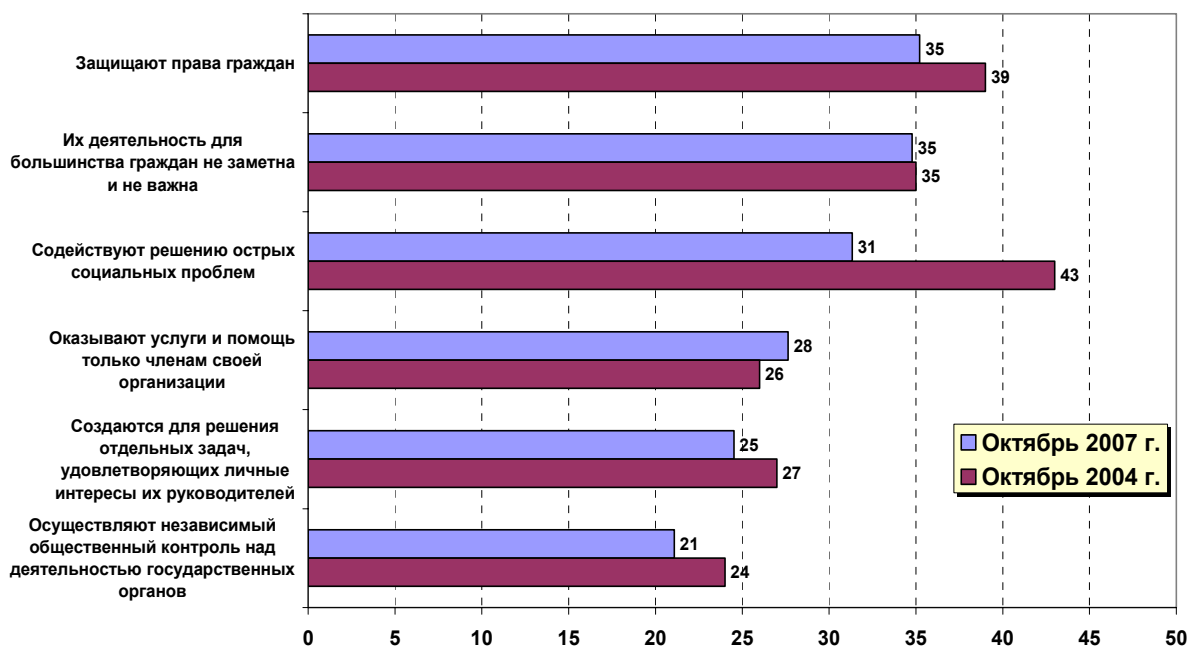
Что касается нейтрального суждения: некоммерческие организации не приносят ни пользы, ни вреда, их деятельность не заметна и не важна, то здесь однозначно доминирующей позиции не выявилось, хотя согласие с суждением выражалось в ходе опроса чаще, чем несогласие (соответственно, 35% и 23%). Впрочем, этот результат лишь подтверждает вышеприведенный вывод о слабой информированности россиян о деятельности российских некоммерческих организаций.

Одним из важных результатов исследования, на наш взгляд, является итоговое **заключение об отсутствии значимых изменений в отношении россиян к деятельности НКО**: за три года, прошедших с момента предыдущего замера, ситуация практически не изменилась. Не только информированность россиян о деятельности некоммерческих организаций, но и **стереотипы массового сознания в отношении их роли и деятельности остаются неизменными**.

На диаграмме 6 представлены доли респондентов, выразивших свое согласие с каждым из шести суждений, предлагавшихся в рамках всероссийских опросов населения в 2004 и 2007 гг.

### Диаграмма 6. Динамика представлений россиян о роли и деятельности НКО

С какими суждениями о роли и деятельности некоммерческих организаций  
 Вы согласны, а с какими - нет? НКО...  
 (% ответивших "да, согласен")



Динамика ответов по пяти суждениям практически отсутствует (различия в долях находятся в пределах статистической погрешности измерения). Заметный сдвиг зафиксирован лишь по одному суждению – о том, что некоммерческие организации содействуют решению острых социальных проблем, развитию социальной сферы. Доля респондентов, выразивших свое согласие с этим тезисом, сократилась по сравнению с исследованием 2004 года довольно существенно (с 43% в 2004 г. до 31% в 2007 г.). К сожалению, данных настоящего опроса недостаточно для вывода о причинах указанного тренда общественного мнения.

С вышеприведенными выводами согласуются данные массового опроса населения России, проведенного Фондом «Общественное мнение» (октябрь 2007 г.). Более половины россиян затруднились ответить на вопрос о том, *приносит ли им лично пользу деятельность НКО* (см. табл. 1). Мнение ответивших разделилось в близких пропорциях: 19% респондентов считают, что пользы нет, 25% - что польза есть (при этом лишь каждый десятый считает эту пользу большой).

**Таблица 1. Как Вы считаете, от некоммерческих организаций для таких людей как Вы польза есть или нет? (ФОМ, октябрь 2007 г.)**

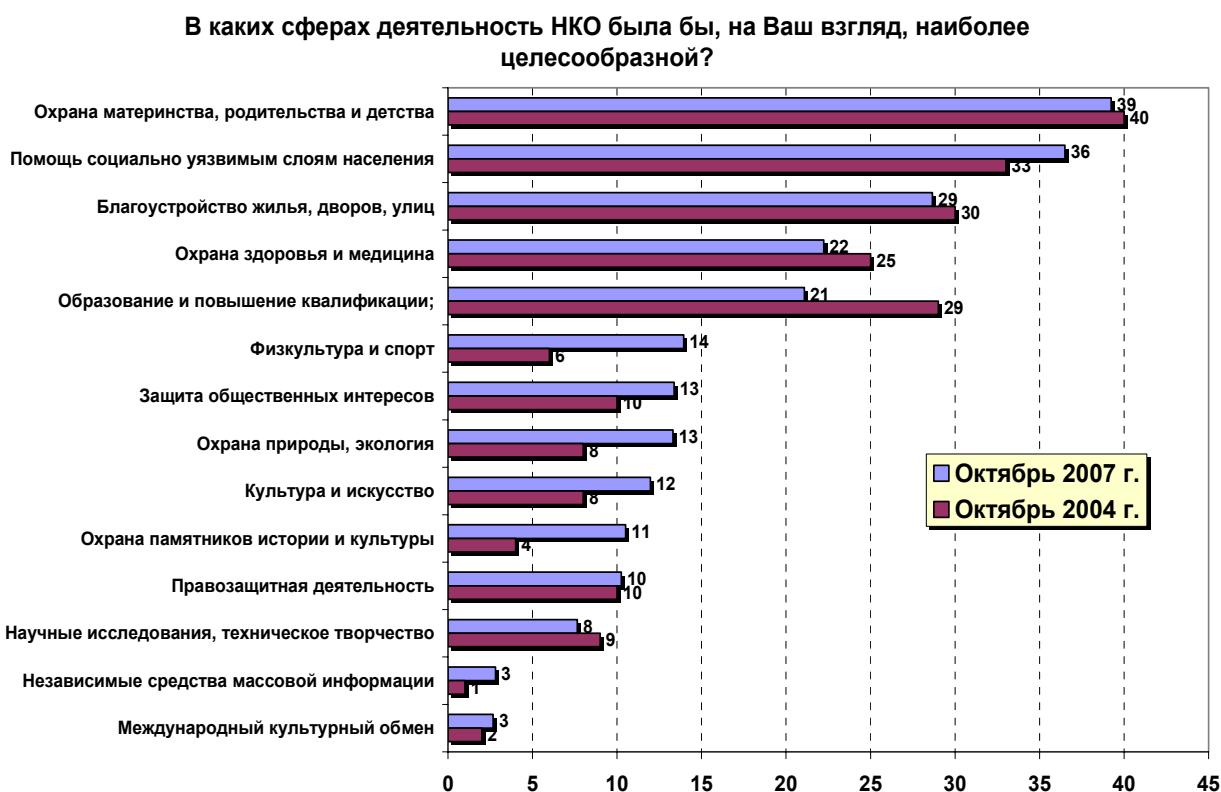
Пользы нет	19
Есть большая польза	11
Есть небольшая польза	14
Затрудняюсь ответить	56

## 4. Общественное мнение о приоритетных направлениях деятельности некоммерческих организаций

Очевидно, что отношение граждан к деятельности некоммерческих организаций во многом определяется их ожиданиями в отношении этой деятельности, в том числе, в отношении направлений, сфер общественной жизни, в которых эта деятельность осуществляется.

Исследование выявило три приоритетных в представлении россиян направления для осуществления деятельности НКО в России: *охрана материнства и детства* (39%), *помощь социально уязвимым слоям населения* (36%), *благоустройство жилья, улиц и дворов* (29%). Сферы *медицины и образования* выбирались респондентами несколько реже (21-22%), но в целом их также можно отнести к приоритетным, по мнению россиян, направлениям деятельности НКО (см. диаграмму 7).

**Диаграмма 7. Представления россиян о приоритетных направлениях деятельности НКО в России (ЦИРКОН, 2004-2007)**



Наименее значимыми в глазах российских граждан являются такие направления, как *международный культурный обмен и независимые СМИ* (по 3%).

Таким образом, граждане, в первую очередь, ожидают от некоммерческих организаций усилий по решению острых социальных проблем, имеющих непосредственное отношение к жизни и здоровью населения (особенно его социально уязвимых групп). Деятельность же, связанная с развитием масс-медиа, научных исследований, культуры и искусства на массовом уровне воспринимается как менее приоритетная; очевидно, считается, что эта деятельность не относится к

удовлетворению базовых, первичных потребностей человека, и, значит, является менее важной, второстепенной.

К числу наименее значимых, с точки зрения россиян, сфер деятельности НКО относится и *правозащитная деятельность* – лишь каждый десятый респондент выбрал ее среди других, предложенных в рамках опроса. Нельзя не заметить очевидного противоречия: с одной стороны, как было показано выше, деятельность некоммерческих организаций чаще всего воспринимается именно как деятельность по защите прав граждан (так считают, напомним, более трети – 35% опрошенных). С другой стороны, лишь 10% россиян считают правозащитную деятельность одним из наиболее важных, приоритетных направлений. Такое рассогласование между ожиданиями и восприятием реальности может, естественно, сказываться на отношении ко всему сектору НКО. *(Опять напрашивается вывод, что для улучшения имиджа некоммерческого сектора в глазах российских граждан необходима активизация усилий по пропаганде позитивных примеров деятельности НКО в разных сферах общественной жизни, в первую очередь, по тем направлениям, которые воспринимаются как наиболее важные в массовом сознании).*

Сравнение данных исследования с результатами аналогичного опроса 2004 г. показывают, что они в значительной степени сопоставимы. Пятерка приоритетных направлений деятельности некоммерческих организаций за три года осталась той же самой (диаграмма 8), хотя несколько снизилась доля респондентов, включивших в число наиболее важных сфер приложения усилий НКО сферу *образования*. На наш взгляд, это связано, с одной стороны, с активностью государства в этой сфере в последние несколько лет; с другой стороны, как показало исследование группы ЦИРКОН<sup>2</sup>, в сфере образования и НКО-сектор реализовался весьма заметно.

Среди других статистически значимых изменений следует отметить увеличение доли респондентов, считающих наиболее важными такие направления деятельности некоммерческих организаций, как *защита экологии, физкультура и спорт и охрана памятников истории и культуры*. Последнее (охрана памятников) значимо чаще, чем в целом по выборке (19% против 11%), упоминалось в столичных городах (Москве и Санкт-Петербурге), что естественно: с одной стороны, в этих городах много памятников истории и культуры, с другой стороны, нынешняя градостроительная политика нередко вызывает протесты со стороны горожан.

Дополнительную информацию об отношении к разным направлениям деятельности некоммерческих организаций дает анализ ответов респондентов на вопрос об отношении к конкретным действиям, мероприятиям, осуществляемым НКО (см. диаграмму 8).

Вне конкуренции оказалась *благотворительная деятельность* (помощь детским домам, ветеранам и пр.), значимость которой подтвердили более половины опрошенных (56%). Около трети респондентов (31%) выбрали в качестве важных для себя *акции в защиту экологии, против загрязнения окружающей среды*.

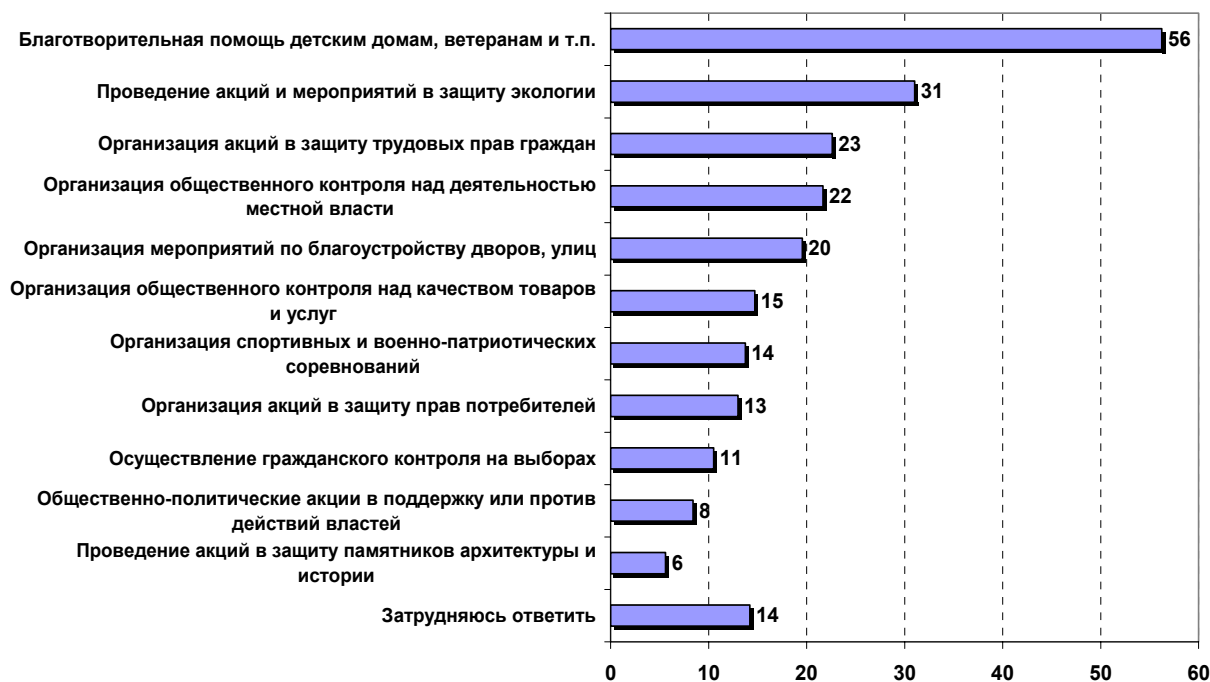
<sup>2</sup> См. Аналитический обзор «Динамика развития и текущее состояние сектора НКО в России - 2007», подготовленный в рамках проекта, финансируемого по программе обеспечения государственной поддержки НКО (Распоряжение Президента Российской Федерации №628-рп от 15.12.06) ([http://www.zircon.ru/russian/publication/5\\_4.htm](http://www.zircon.ru/russian/publication/5_4.htm)).



Следующую по значимости группу составили три вида действий некоммерческих организаций, отмеченных 20-23% участников опроса: *акции в защиту трудовых прав граждан, общественный контроль над деятельностью местных властей и мероприятия по благоустройству дворов, улиц и т.п.*

#### Диаграмма 8. Отношение россиян к конкретным мероприятиям, осуществляемым НКО

Какие действия, мероприятия, осуществляемые НКО, являются наиболее важными, значимыми для вас лично и для таких людей, как вы?



Еще менее важными, по мнению участников исследования, оказались *акции, связанные с защитой прав потребителей, а также гражданский контроль на выборах*. Реже всего выбирались общественно-политические акции в поддержку или против действий властей, а также акции в защиту памятников архитектуры и истории.

На наш взгляд, **более важными и значимыми гражданам представляются мероприятия и действия НКО, которые касаются, с одной стороны, наиболее острых социальных проблем, а с другой стороны, охватывают наиболее широкие слои населения.**

Как следует из представленных результатов исследования, население, по всей видимости, понимает под некоммерческими организациями, в первую очередь, благотворительные организации, т.е. те организации, которые «дают» и помогают слабым, а не те, которые еще и «оказывают услуги».

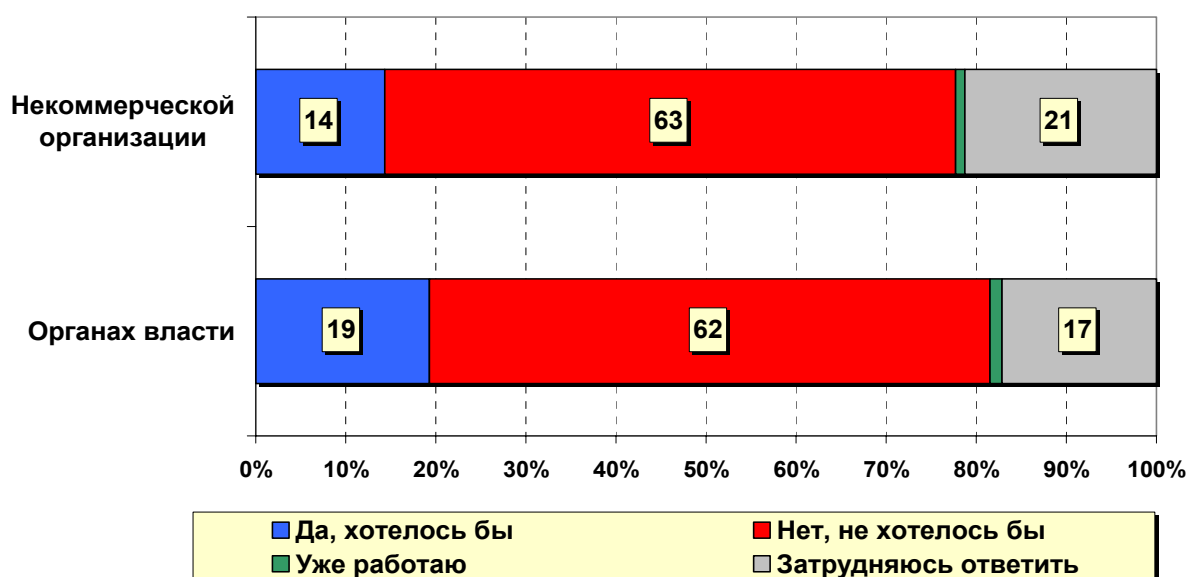
## 5. «Третий сектор» России: потенциал участия

Одним из важнейших показателей отношения граждан к некоммерческому сектору является их желание и готовность принимать участие в работе НКО. В рамках исследования респондентам был задан вопрос о наличии у них *желания работать в некоммерческих организациях*; дополнительно задавался аналогичный вопрос о желании работать в органах государственной власти.

Как показывает анализ, лишь 14% россиян выразили желание принять участие в работе некоммерческой организации и около 1% сообщили, что уже работают. Более половины участников опроса (63%) не выразили своей заинтересованности (см. диаграмму 9). Впрочем, то же можно сказать и о желании работать в органах государственной власти, хотя здесь доля выразивших готовность несколько выше (19%).

Диаграмма 9. Желание работать в некоммерческих организациях и органах государственной власти

Скажите, Вам лично хотелось бы или не хотелось работать в...?



Таким образом, на сегодняшний день потенциал вовлеченности россиян в деятельность некоммерческих организаций можно признать невысоким. Очевидно, сказывается низкая информированность граждан о сути и смысле некоммерческого сектора. С другой стороны, социологические исследования фиксируют довольно низкий уровень социальной активности населения; оно слабо вовлечено в различные формы самоорганизации граждан, его готовность к участию в работе добровольных объединений, вообще в общественной жизни также находится на достаточно низком уровне. К примеру, в исследовании, проведенном группой ЦИРКОН в 2004 г. и 2005 гг. в 18 городах РФ<sup>3</sup>, доля жителей, которых можно условно

<sup>3</sup> Исследование ЦИРКОН «Граждане оценивают местное самоуправление» по заказу Фонда «Институт экономики города» (грант US AID), [http://www.zircon.ru/russian/publication/5\\_4.htm](http://www.zircon.ru/russian/publication/5_4.htm).

отнести к лицам с высокой социальной активностью, составила лишь 12-15% от всей выборочной совокупности опроса.

Анализ группы респондентов, заявивших о своем желании принимать участие в работе некоммерческой организации и уже работающих в ней, с точки зрения ее социально-демографических характеристик показал следующее (табл. 2).

**Таблица 2. Социально-демографический портрет групп населения, выразивших готовность работать в НКО и в органах государственной власти (ЦИРКОН, 2007)**

	В целом по выборке	Хотелось бы работать (уже работаю) в некоммерческой организации	Хотелось бы работать (уже работаю) в органах государственной власти
<b>Пол</b>			
мужской	45	43	47
женский	55	57	53
<b>Возраст</b>			
18-24 года	15	19	25
25-34 года	18	22	24
35-44 года	20	22	23
45-59 лет	26	25	21
60 и старше	21	12	7
<b>Образование</b>			
Образование начальное или ниже	2	0	0
Неполное среднее образование	7	5	6
Среднее образование (школа или ПТУ)	32	25	28
Среднее специальное образование (техникум)	37	39	41
Незаконченное высшее (не менее 3-х курсов вуза), высшее	22	30	25

Респонденты, *выражающие желание работать в некоммерческих организациях*, несколько чаще встречаются среди высокообразованных лиц и граждан более молодого возраста (от 18 до 34 лет). То же можно сказать и об органах государственной власти. Пожилые и менее образованные россияне, пенсионеры, соответственно, реже проявляют готовность к работе в НКО и в органах власти (что, в общем-то, понятно).

В целом можно констатировать, что серьезной разницы (с точки зрения социально-демографических характеристик) между теми, кто проявляет (готов проявлять) активность на государственной службе, и теми, кто хотел бы работать в некоммерческих организациях, нет. Социальная активность, склонность к самореализации здесь первична по отношению к той или иной сфере, где она может быть проявлена.