



**Агентство социальной информации**  
информационная поддержка гражданских инициатив



**Исследовательская группа ЦИРКОН**

**Исследовательская группа ЦИРКОН**

**По заказу Агентства социальной информации  
в рамках программы US AID  
"Укрепление общественной поддержки НКО"**

# **Общественная поддержка НКО в российских регионах: проблемы и перспективы**

**02.07.2008**



## Цель исследования

**Цель исследования** - получение информации, необходимой для планирования информационно-рекламной кампании в российских регионах, подготовки курсов дистанционного обучения для НКО в рамках программы «Укрепление общественной поддержки НКО», осуществляемой в 2008-2010 гг., а также для оценки эффективности кампании

## Объект исследования

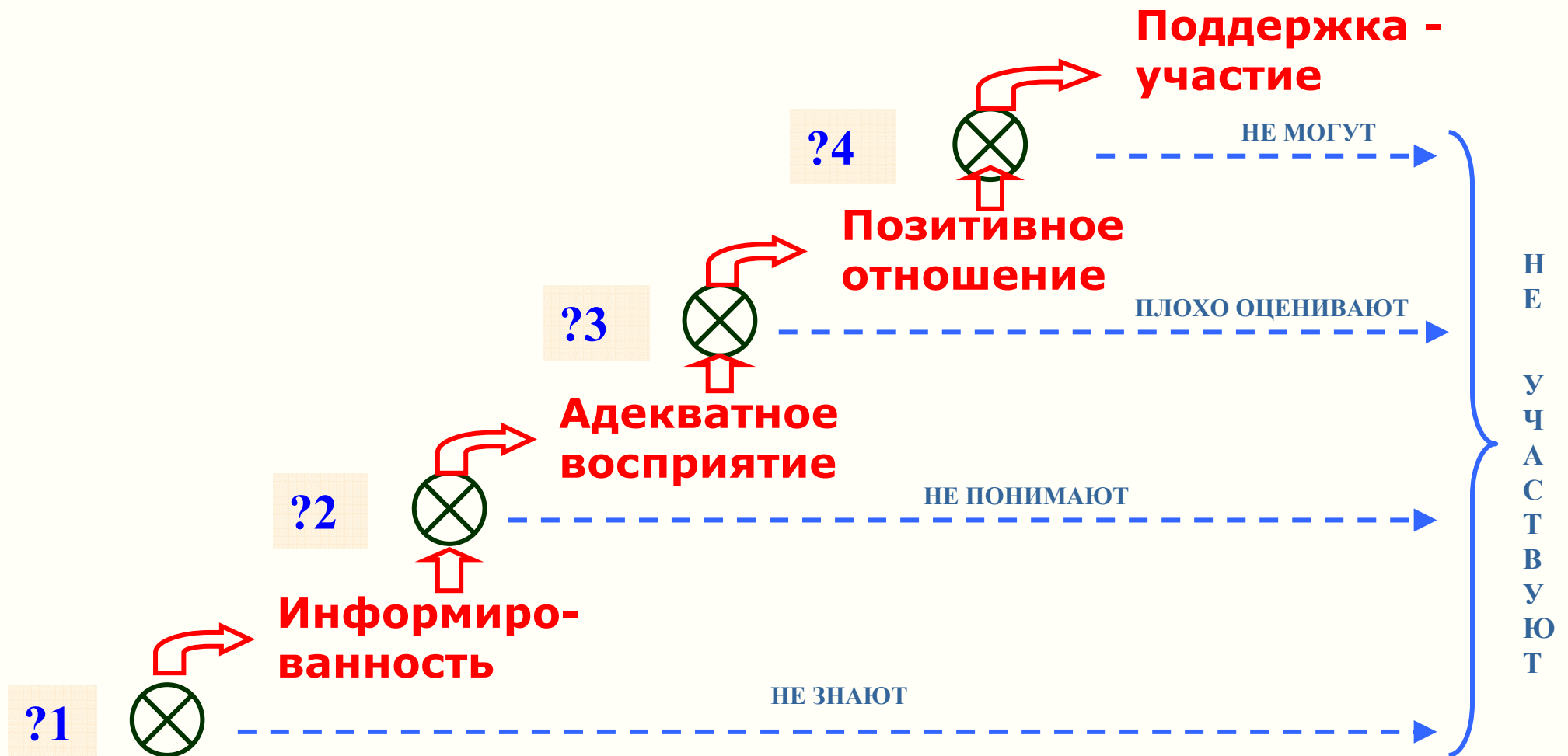
### География исследования:

Москва, Барнаул, Калининград,  
Краснодар, Нижний Новгород.

### Объект исследования:

- население в возрасте от 25 до 45 лет;
- руководители некоммерческих организаций.

# Предмет исследования (опрос населения)



## Предмет исследования (опрос населения)

1. Определение индикаторов, отражающих уровень взаимодействия (потенциального взаимодействия) НКО и граждан.
2. Оценка информированности граждан об НКО.
3. Оценка уровня взаимного доверия НКО и граждан, а также ожиданий от взаимодействия.
4. Выявление факторов мотивации и демотивации участия граждан в конкретных социально-полезных действиях и мероприятиях в рамках деятельности НКО.
5. Определение степени участия граждан в волонтерской (добровольческой) деятельности (доля участвующих).
6. Определение отношения к волонтерской деятельности.
7. Определение оптимальных источников и каналов коммуникации между НКО и гражданами.
8. Выявление групп граждан, декларирующих повышенную социальную активность.
9. Выявление наиболее актуальных социальных проблем региона в представлениях граждан для ориентации деятельности НКО.

## Предмет исследования (опрос руководителей НКО)

1. Определение индикаторов, отражающих уровень взаимодействия НКО и граждан.
2. Определение оптимальных источников и каналов коммуникации между НКО и гражданами.
3. Выявление представлений руководителей НКО об открытости и прозрачности деятельности некоммерческих организаций.
4. Выявление текущего опыта и потребностей НКО во взаимодействии с населением и привлечении граждан к деятельности некоммерческого сектора.
5. Выявление имеющихся способов самоорганизации сообщества НКО.
6. Оценка потребности руководителей НКО в обучении методам привлечения населения к добровольческой деятельности, популяризации своей миссии и т.д.

## Методика исследования

### Методической основой исследования являлись:

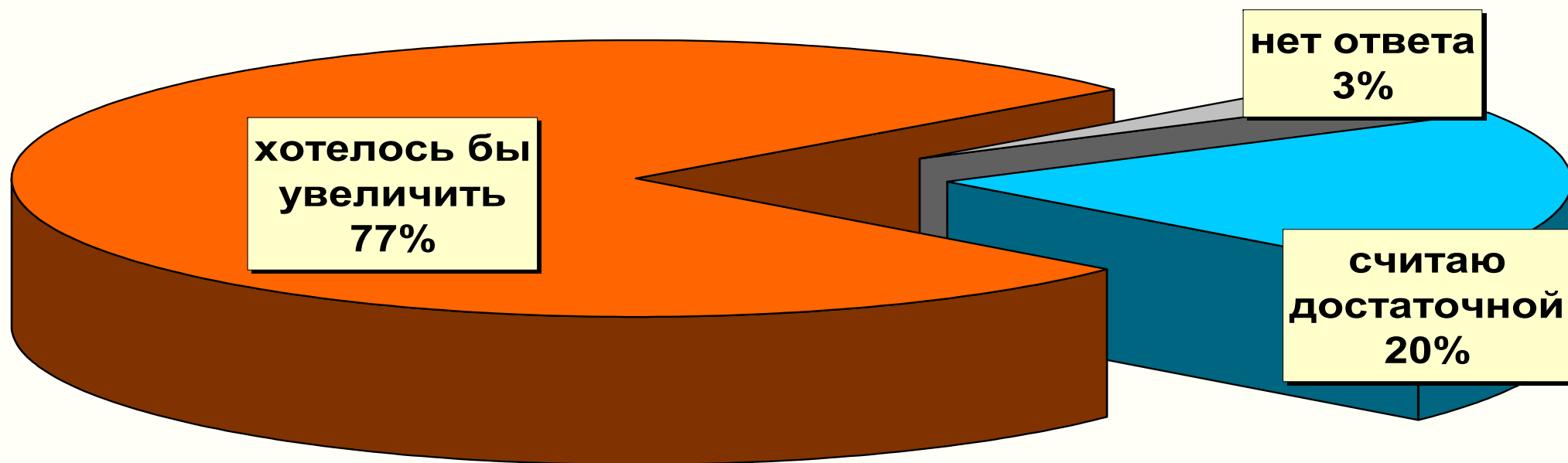
- **массовые опросы населения** пяти городов по репрезентативным выборкам. Объем выборочной совокупности респондентов составил от 500 до 600 респондентов в каждом городе;
- **дискуссионные фокус-группы (ДФГ)** (всего 5 ДФГ по 8-10 респондентов в каждой); респонденты двух категорий: уже участвующие в деятельности благотворительных или общественных организаций («включенные») и пока не участвующие, но выражающие желание (намерение) такого участия («не включенные»);
- **опросы руководителей НКО.** Объем выборочной совокупности - 35-36 респондентов в каждом городе. В опросе принимали участие руководители организаций, работающих с волонтерами или финансовыми благотворителями либо заинтересованных в такой работе.

**Часть 1.  
Общественная поддержка  
НКО в восприятии  
руководителей НКО**



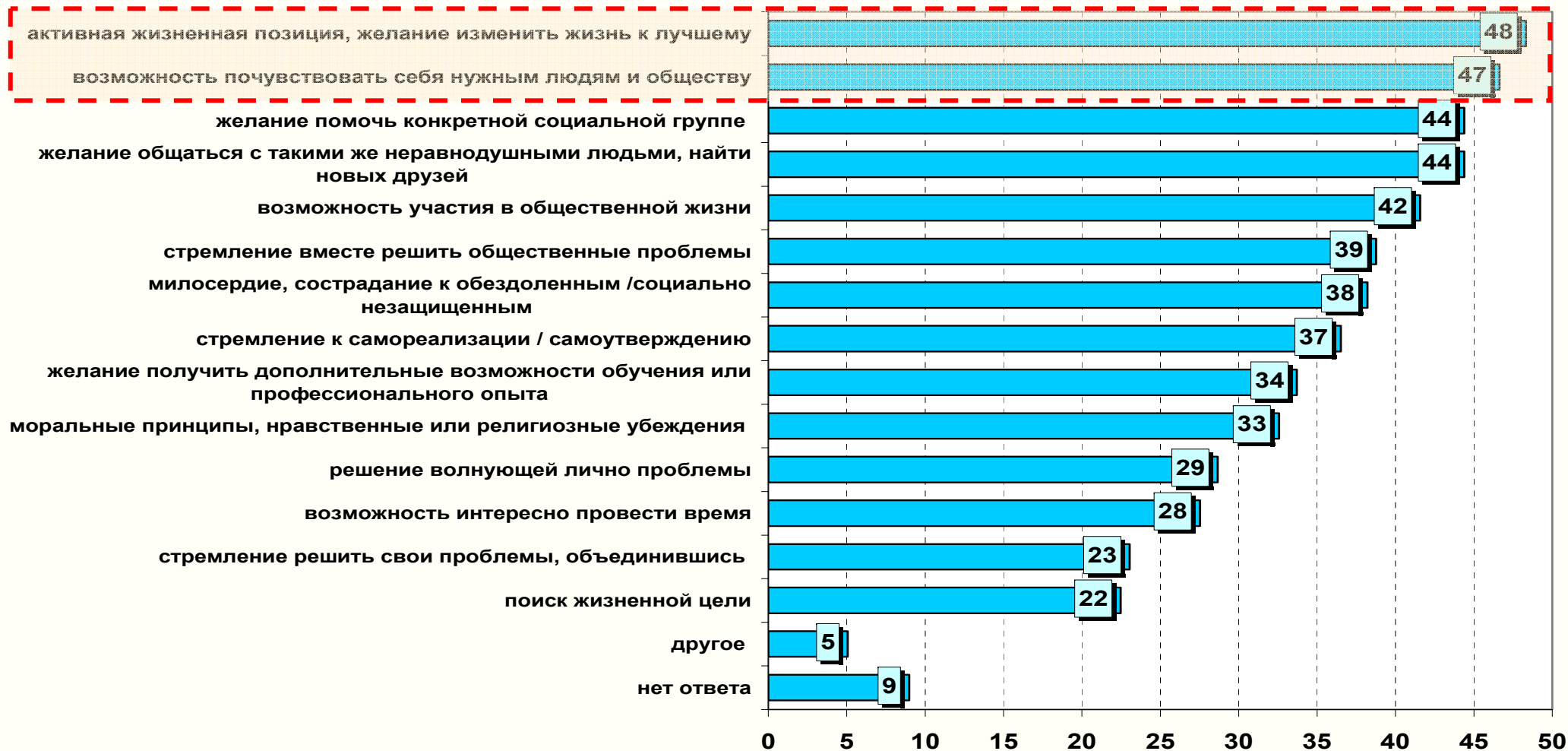
## Общественная поддержка НКО (мнения руководителей НКО)

**СЧИТАЕТЕ ЛИ ВЫ ДОСТАТОЧНОЙ ПОДДЕРЖКУ ВАШЕЙ  
ОРГАНИЗАЦИИ СО СТОРОНЫ НАСЕЛЕНИЯ ИЛИ ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ЕЕ  
УВЕЛИЧИТЬ?**



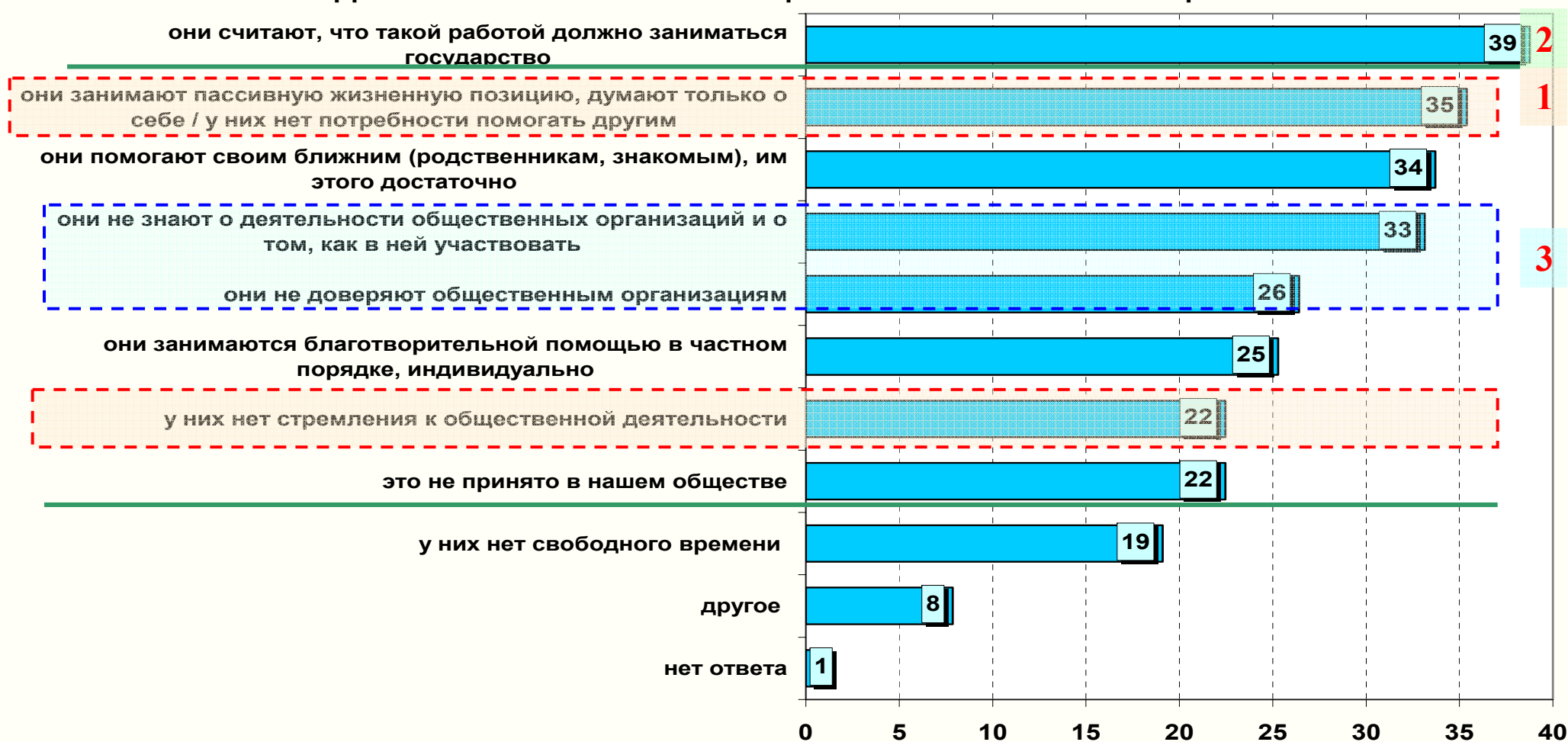
# Мотивы участия добровольцев в благотворительной деятельности через НКО (мнения руководителей НКО)

## КАКОВЫ МОТИВЫ ТЕХ ВОЛОНТЕРОВ, КОТОРЫЕ У ВАС РАБОТАЮТ?



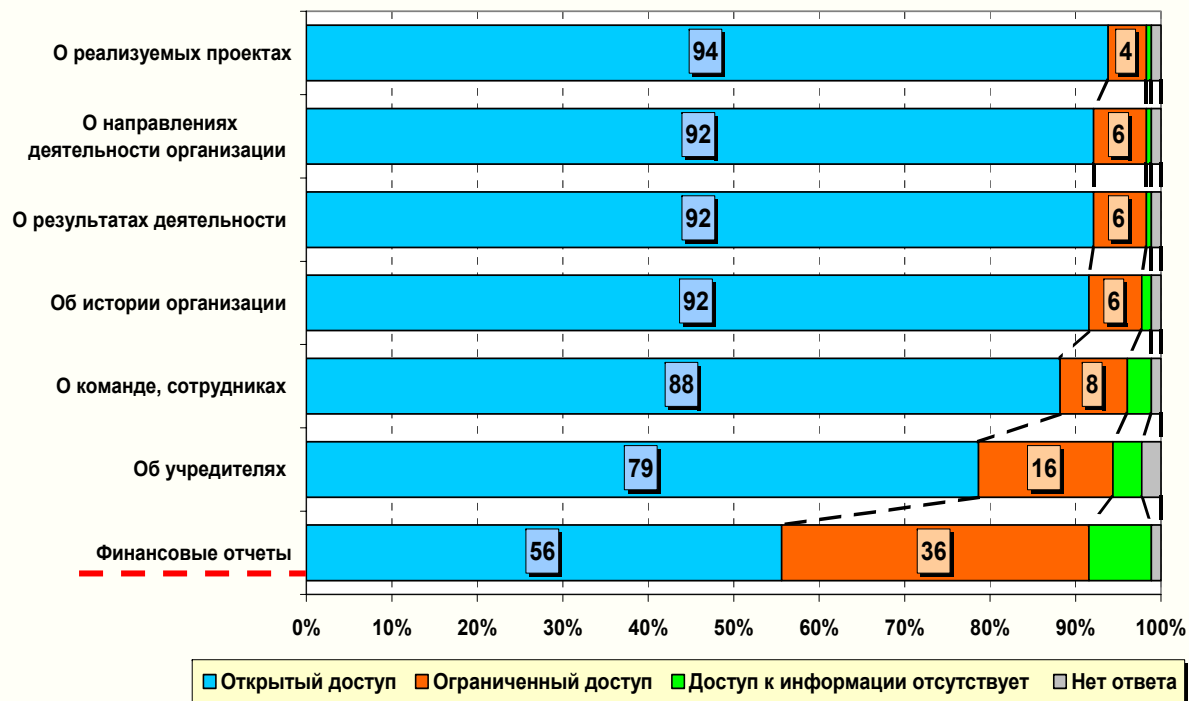
# Причины неучастия населения в благотворительности через НКО (мнения руководителей НКО)

## ПОЧЕМУ МНОГИЕ ЛЮДИ НЕ УЧАСТВУЮТ В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕРЕЗ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ?

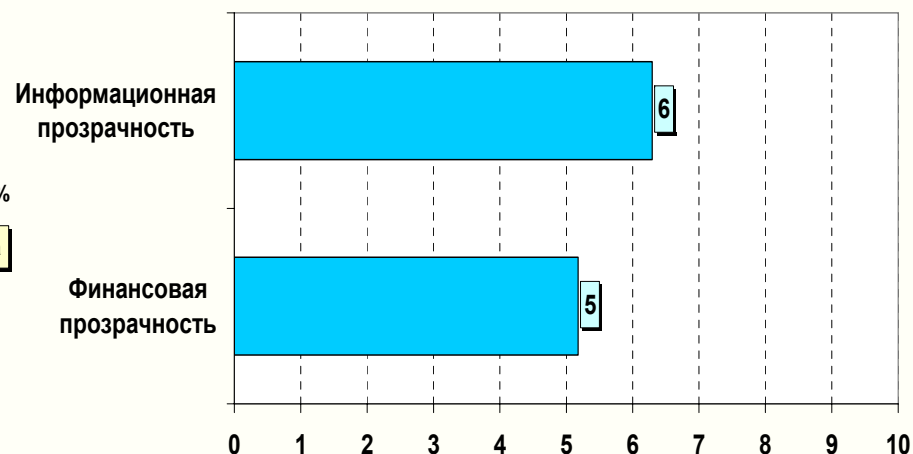


# Оценки открытости и прозрачности НКО (мнения руководителей НКО)

ОЦЕНИТЕ ДОСТУПНОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ВАШЕЙ  
ОРГАНИЗАЦИИ. В ОТНОШЕНИИ КАЖДОГО ВИДА ИНФОРМАЦИИ  
ОТМЕЬТЕ СТЕПЕНЬ ЕГО ДОСТУПНОСТИ...

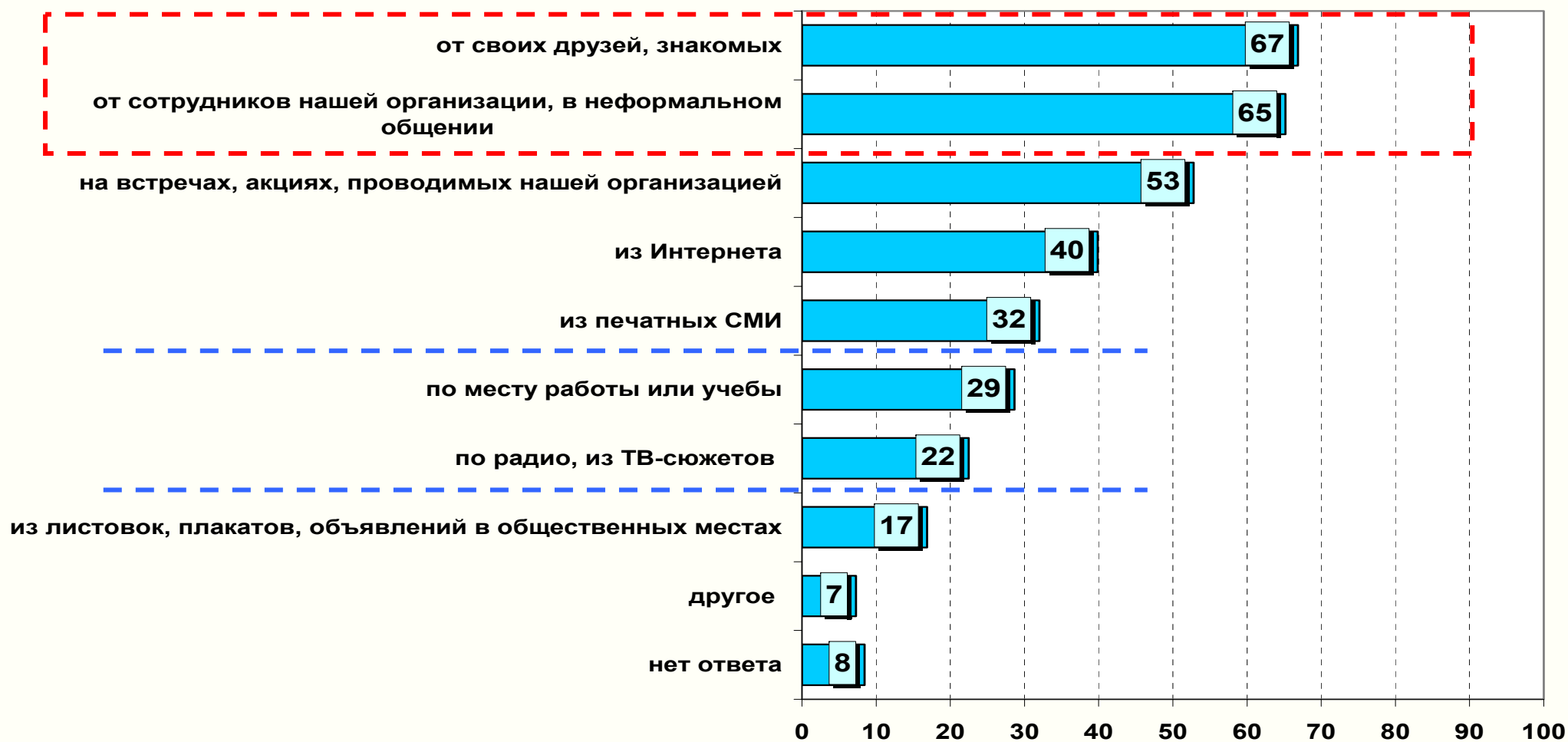


КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, НАСКОЛЬКО В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НКО В НАШЕМ ГОРОДЕ ЯВЛЯЕТСЯ  
ОТКРЫТОЙ И ПРОЗРАЧНОЙ?  
(оценки по 10-балльной шкале)



# Каналы коммуникации, используемые НКО при взаимодействии с общественностью (мнение руководителей НКО)

## КАКИМ ОБРАЗОМ ВОЛОНТЕРЫ УЗНАЮТ О ВАШЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ?

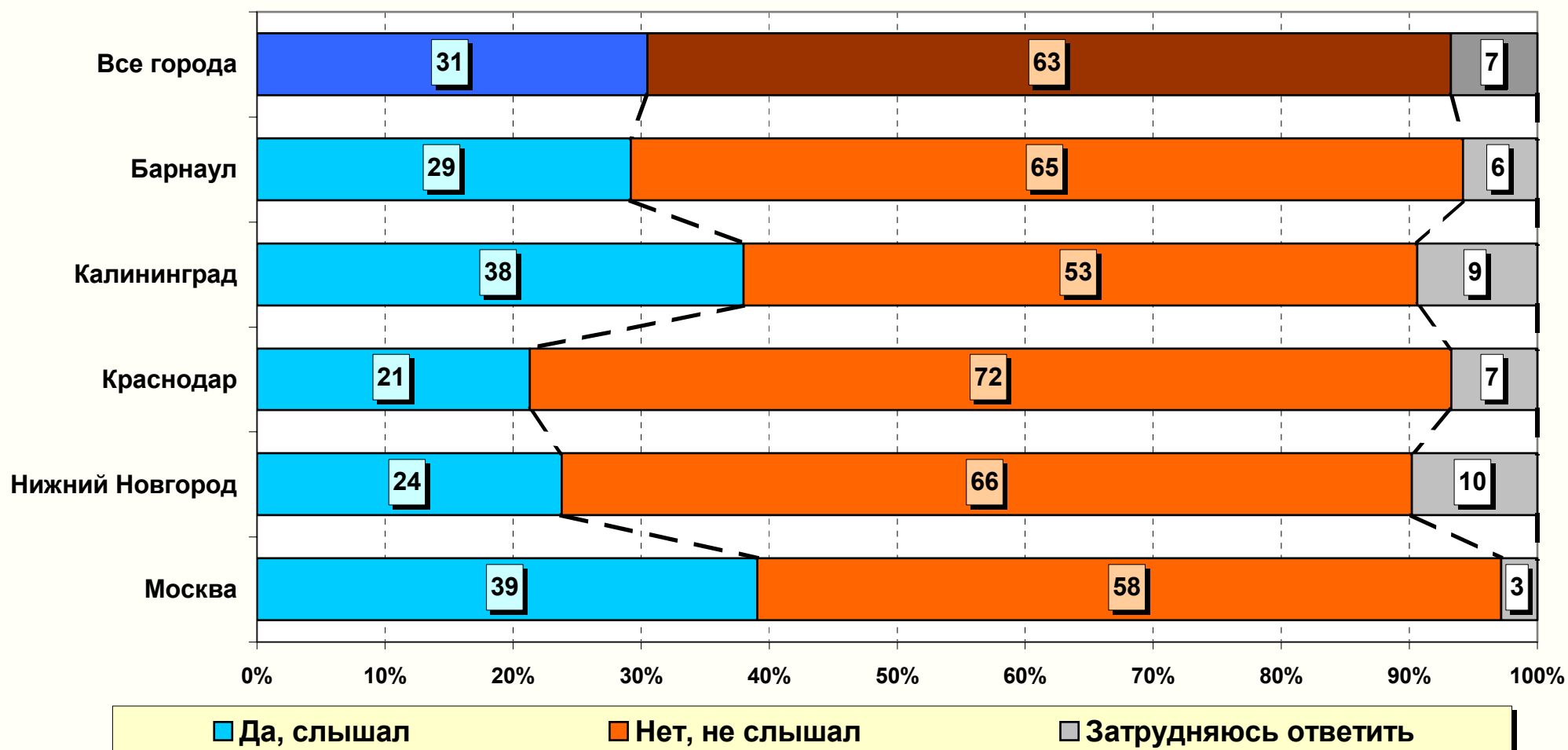


**Часть 2**

**Общественная поддержка  
НКО в восприятии граждан**

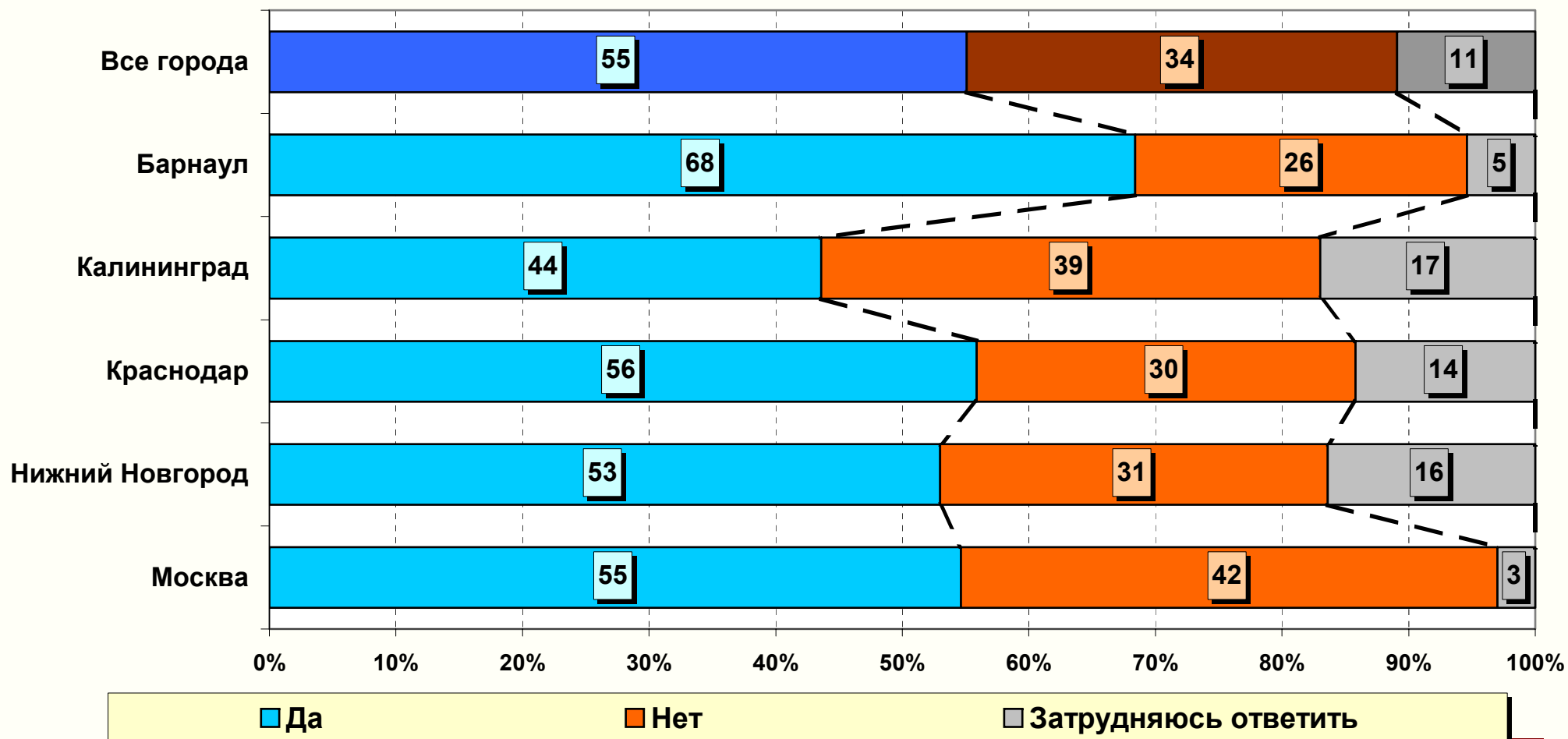
# Уровень информированности граждан о благотворительных и общественных организациях города

СЛЫШАЛИ ЛИ ВЫ О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ИЛИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ...?



# Уровень интереса граждан к благотворительным и общественным организациям города

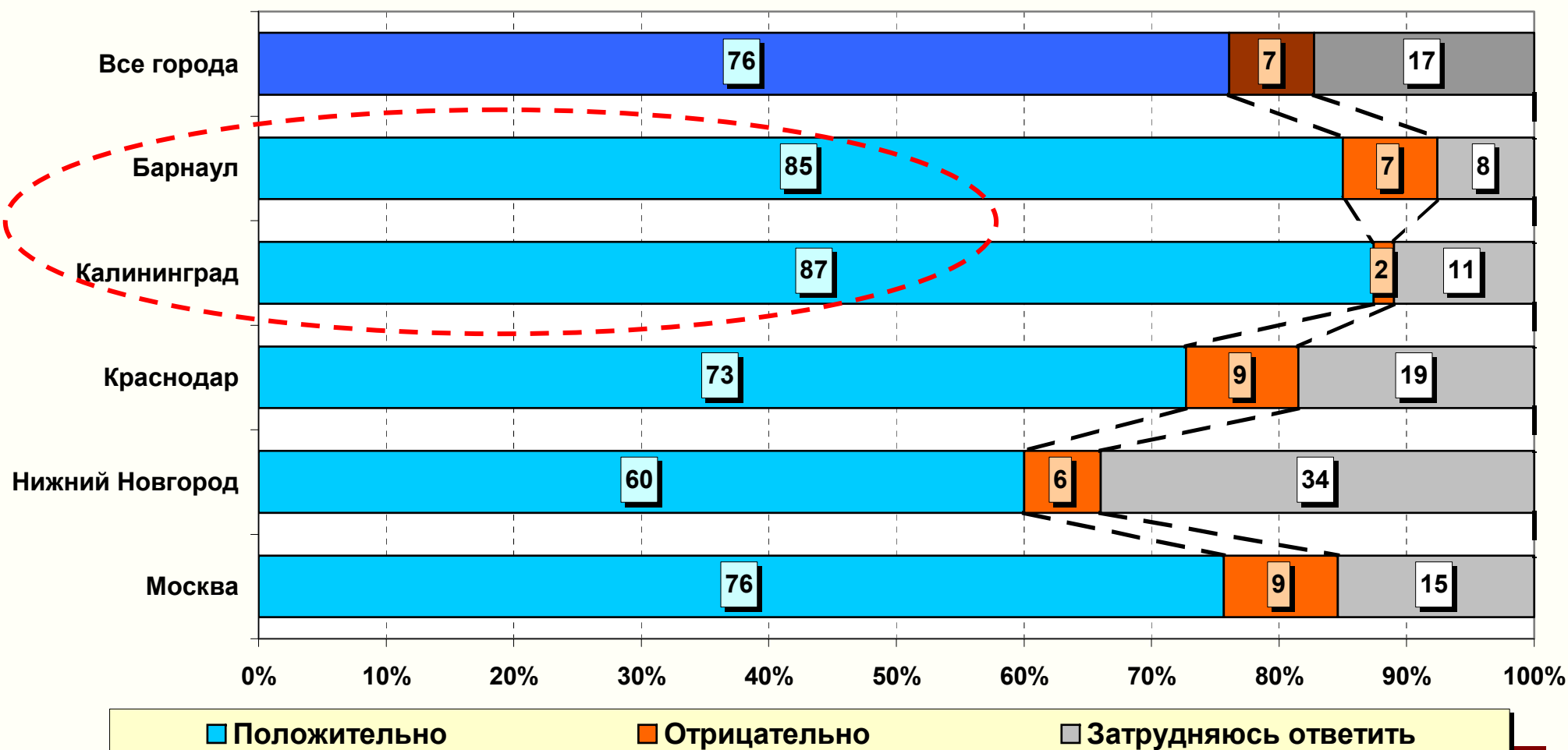
**ХОТЕЛИ БЫ ВЫ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ НАШЕГО ГОРОДА?**





# Отношение граждан к благотворительным и общественным организациям города

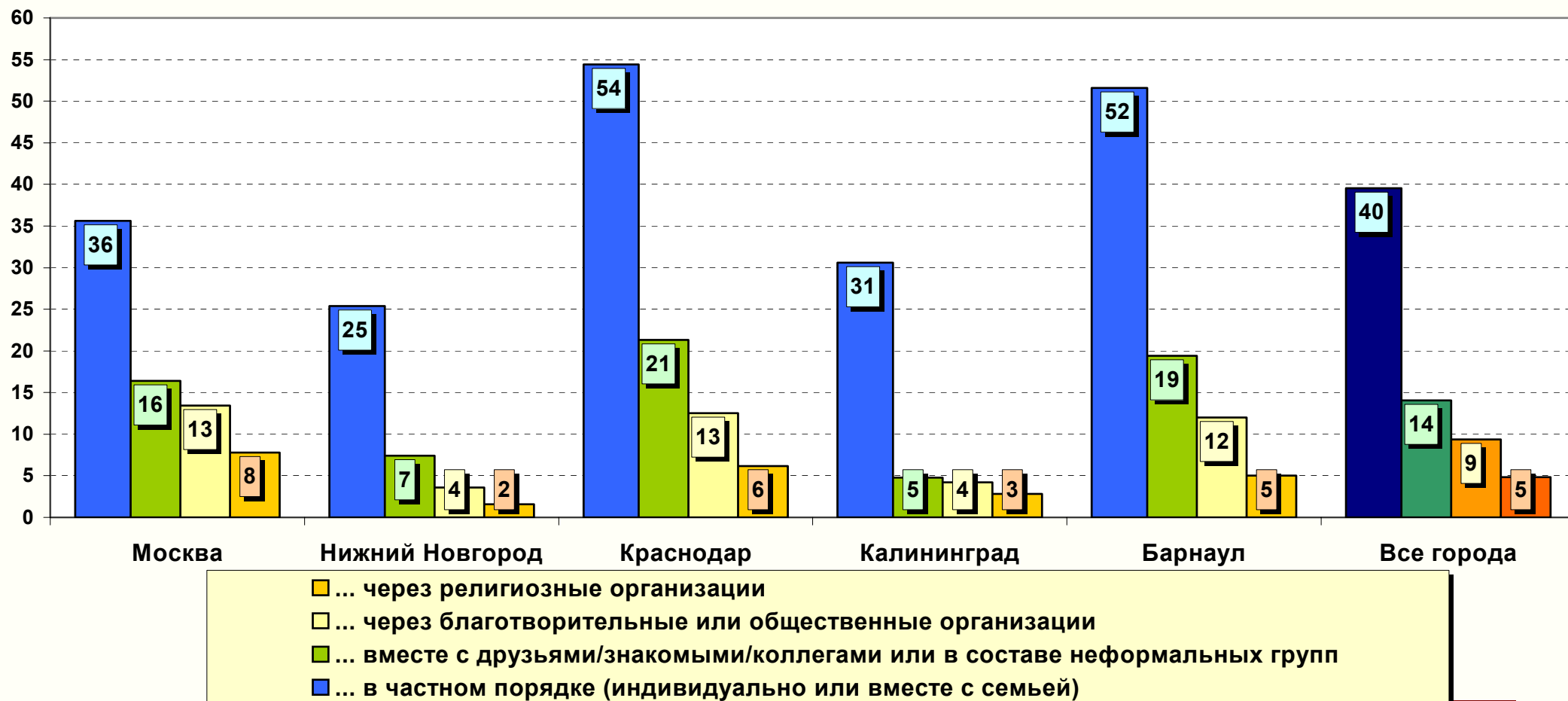
КАК ВЫ В ЦЕЛОМ ОТНОСИТЕСЬ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ - ПОЛОЖИТЕЛЬНО ИЛИ ОТРИЦАТЕЛЬНО?



# Уровень вовлеченности населения в благотворительную и общественно-политическую деятельность

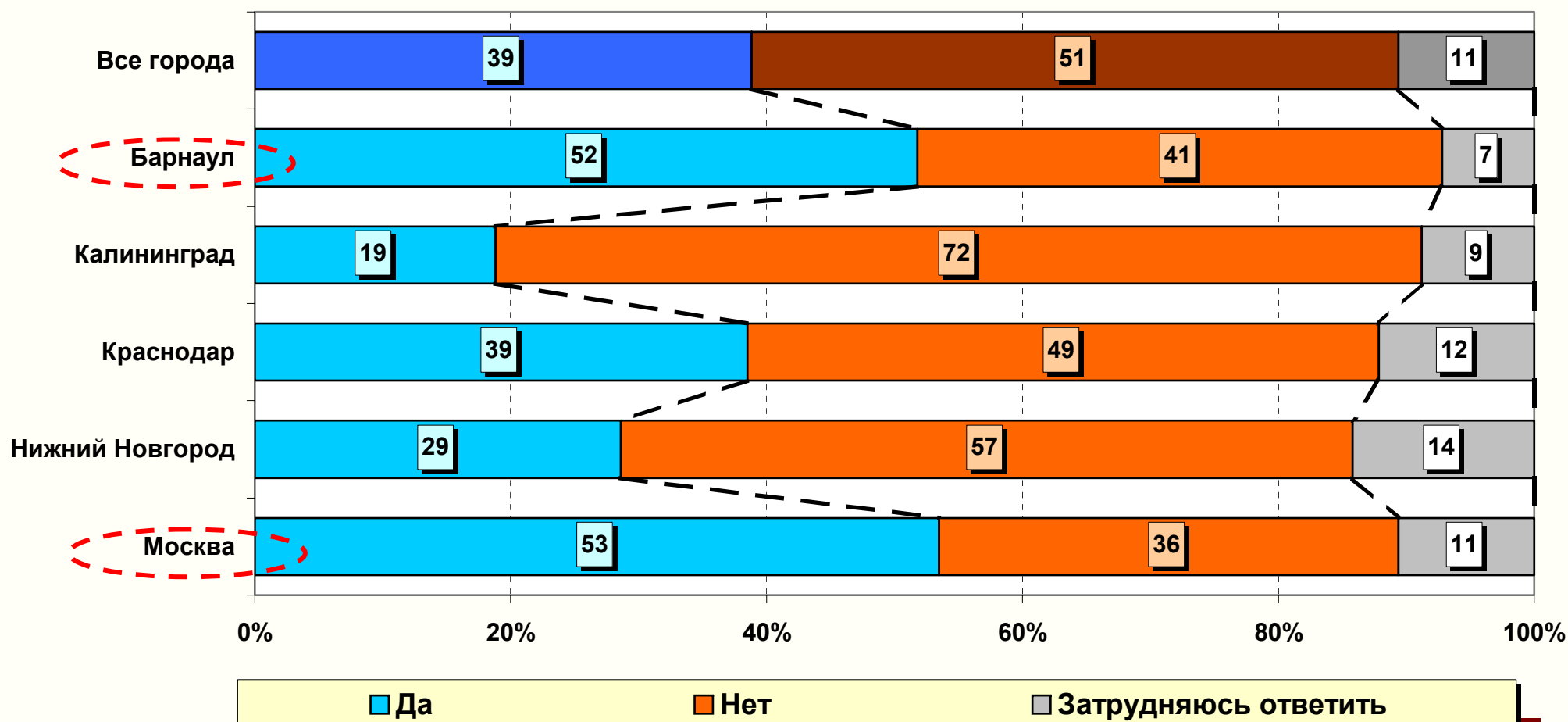
ПРИНИМАЛИ ЛИ ВЫ В ТЕЧЕНИЕ ПРОШЕДШЕГО ГОДА УЧАСТИЕ В ТАКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ...?  
И ЕСЛИ ДА, ТО В КАКОЙ ФОРМЕ

(доля респондентов, ответивших "принимал участие" ...)



# Готовность граждан участвовать в деятельности благотворительных и общественных организаций

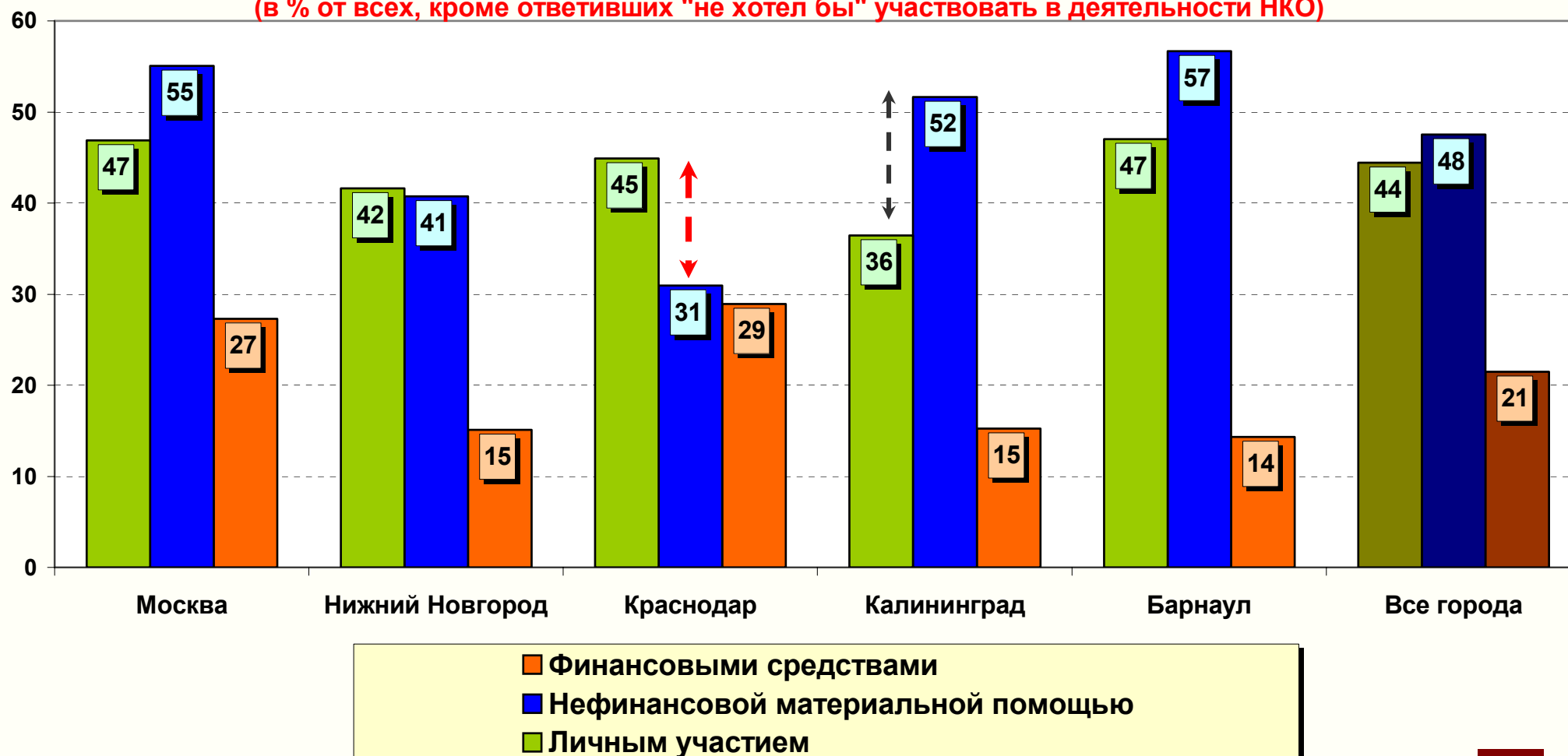
ХОТЕЛИ БЫ ВЫ В БУДУЩЕМ ПРИНИМАТЬ УЧАСТИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ?



# Предпочитаемые гражданами формы участия в деятельности НКО

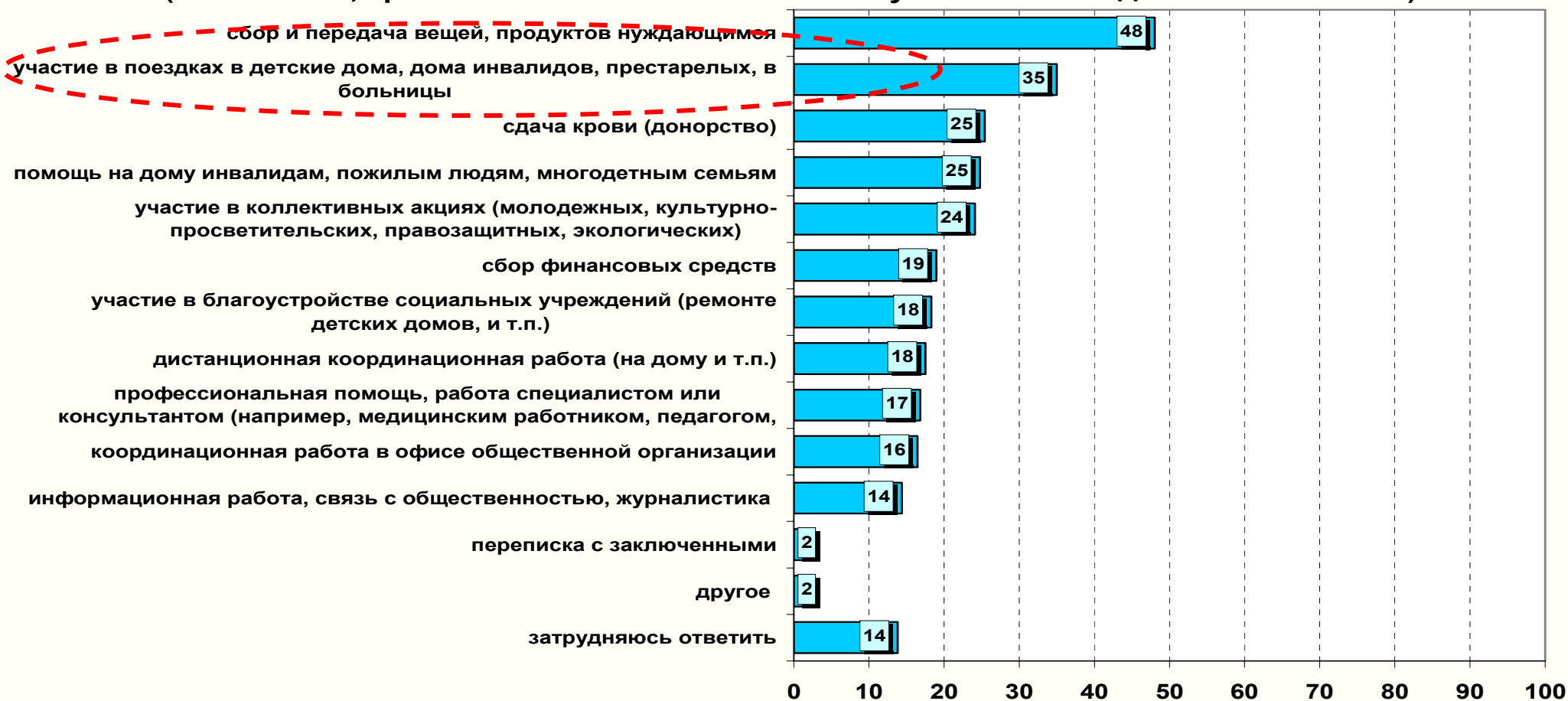
А В КАКИХ ФОРМАХ ВЫ МОГЛИ БЫ УЧАСТВОВАТЬ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ИЛИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ...?

(в % от всех, кроме ответивших "не хотел бы" участвовать в деятельности НКО)



# Предпочитаемые гражданами виды личного участия в деятельности НКО

**КАКИЕ ВИДЫ ЛИЧНОГО УЧАСТИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ИЛИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ БЫЛИ БЫ ДЛЯ ВАС ПРИЕМЛЕМЫ?**  
(в % от всех, кроме ответивших "не хотел бы" участвовать в деятельности НКО)



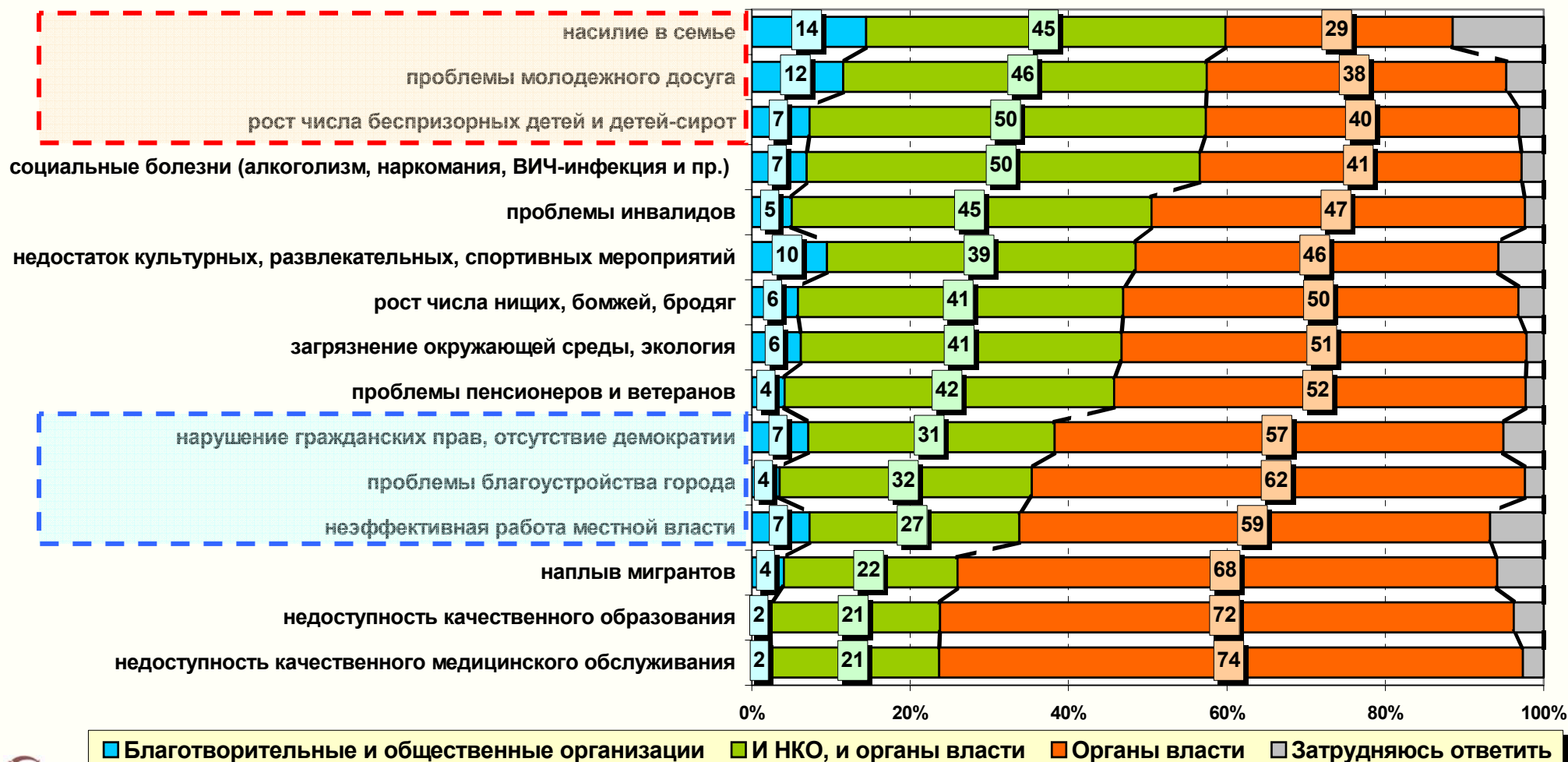
# Предпочитаемые гражданами сферы общественно-полезной деятельности

**В КАКИХ СФЕРАХ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ИЛИ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛЕЗНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫ ГОТОВЫ БЫ ОКАЗЫВАТЬ ПОМОЩЬ?**  
(в % от всех, кроме ответивших "не хотел бы" участвовать в деятельности НКО)



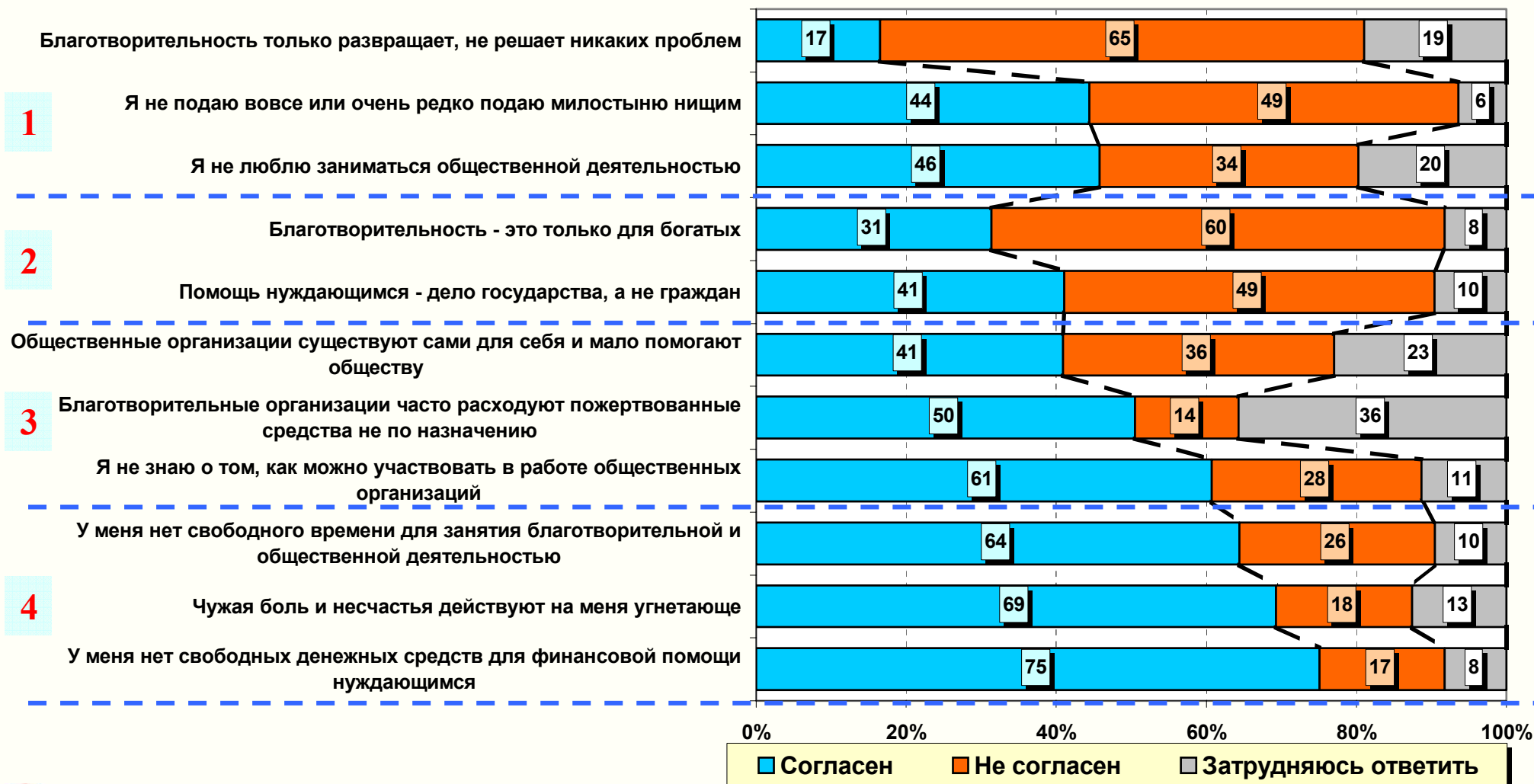
# Актуальная проблематика

КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, КАКИМИ ПРОБЛЕМАМИ ДОЛЖНЫ ЗАНИМАТЬСЯ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, КАКИМИ - ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ОРГАНЫ ВЛАСТИ, А КАКИМИ - И ТЕ, И ДРУГИЕ В РАВНОЙ СТЕПЕНИ?



# Факторы, сдерживающие участие граждан в благотворительности через НКО

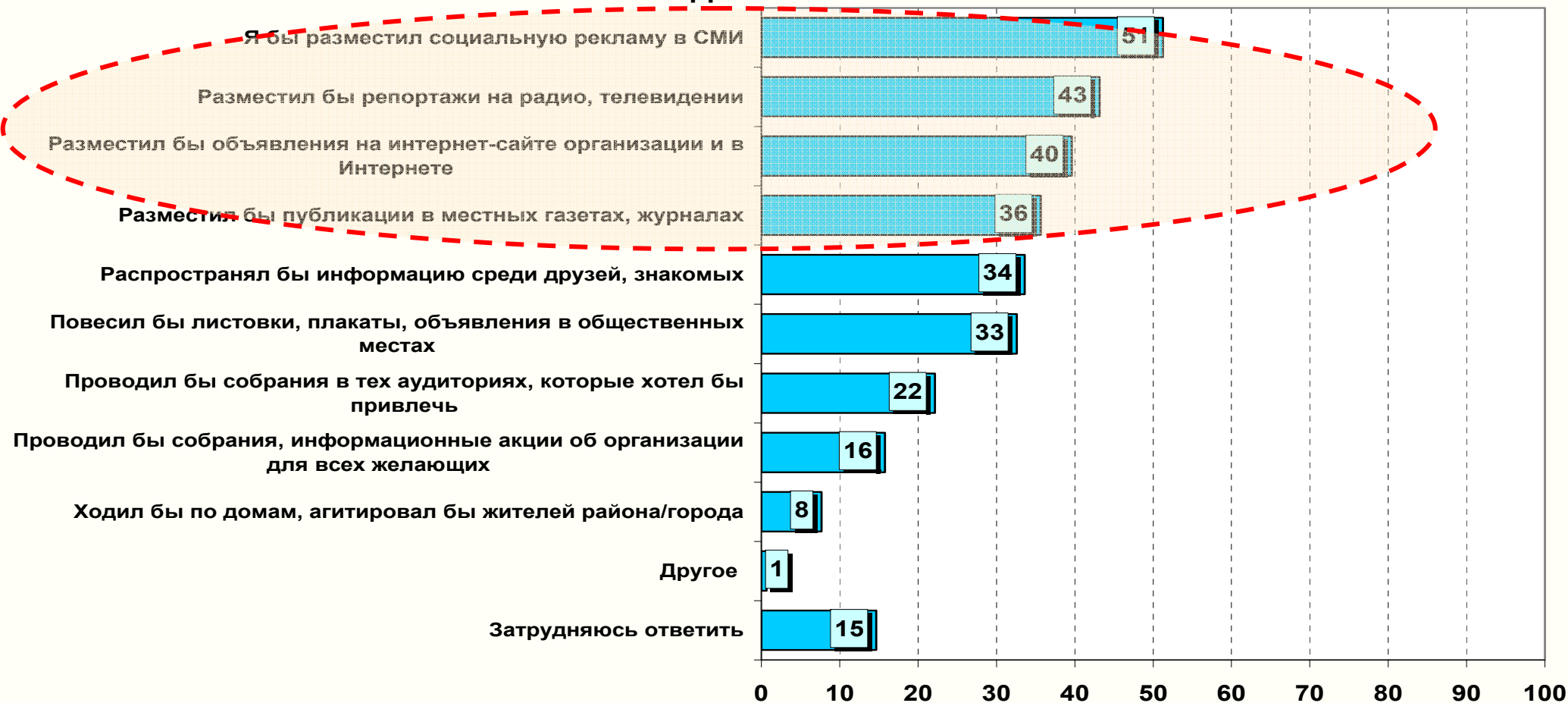
## СОГЛАСНЫ ВЫ С СУЖДЕНИЯМИ ИЛИ НЕТ?





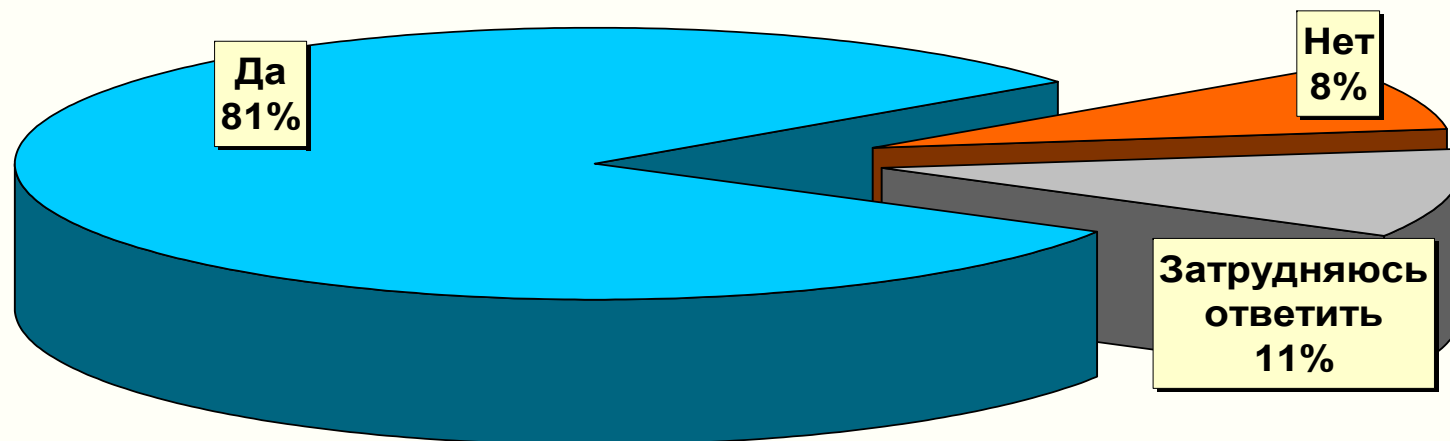
## Каналы и средства коммуникации

Если бы Вы работали в благотворительной организации и Вам надо было привлечь добровольцев для работы в организации, то как бы Вы действовали?



## Роль социальной рекламы

КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, НУЖНА ЛИ СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА?



**Нельзя переоценивать роль этого средства коммуникации с точки зрения привлечения новых социальных групп – часто она выполняет роль только дополнительного мотиватора. Очевидно, что распространение социальной рекламы стало бы важным поддерживающим фактором, помогающим привлечь внимание к тем или иным социальным проблемам.**

## **Дополнительная информация**

Более подробная информация  
о результатах проекта  
может быть получена в организациях - исполнителях

**Агентство социальной информации**

**Тел. 250-6143**

**asi@asi.org.ru, www.asi.org.ru**

**Исследовательская группа ЦИРКОН**

**Тел. 621-34-15, 628-51-67**

**post@zircon.ru, www.zircon.ru**



**Агентство социальной информации**  
информационная поддержка гражданских инициатив



**Исследовательская группа ЦИРКОН**