



# Неинституциональная социальная активность жителей Москвы

Презентация по результатам исследования

Выступление на X съезде НКО России  
Первое пленарное заседание  
«Идеология, политика,  
законодательство»  
11 февраля 2020 г.



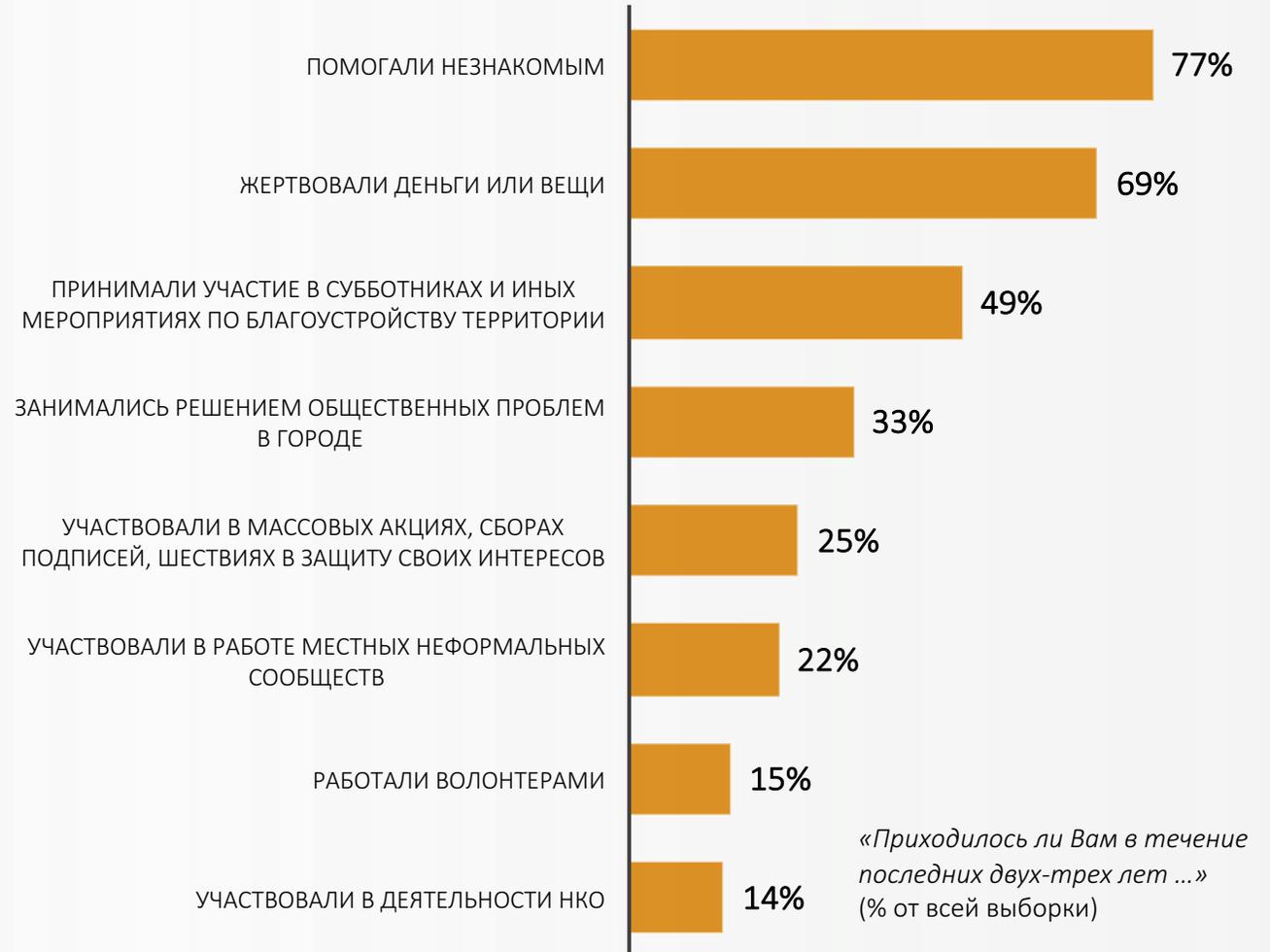


# «Помогающее поведение» и решение городских проблем

Социальная активность варьируется в зависимости от конкретных направлений

Наиболее популярные формы – практики малых дел:

- ✓ малозатратные по времени, усилиям, финансам и т.п.,
- ✓ ситуативные,
- ✓ минимально организованные и формализованные,
- ✓ с быстрыми результатами и ощутимой пользой.



# > Специфика отдельных социально-демографических групп

## 15% - участие в волонтерской работе



- ✓ Наличие интереса и равнодушного отношения к предмету активности
- ✓ Наличие свободного времени
- ✓ Личная мобильность
- ✓ Коммуникативная активность
- ✓ Активная жизненная позиция

## Наиболее активные группы – студенты и домохозяйки



# > Перспективы участия

Готовность и приемлемые формы ВОЗМОЖНОГО личного участия в благотворительной и общественной деятельности



# > Потенциал для роста социальной активности

20%

**пассивны**

Промежуточная часть

не проявляет большого желания, но и не отмечает для себя возможность участия

30-40%

**активны**

# > Мотивация участия и неучастия

«Почему Вы участвуете/хотели бы принимать участие в благотворительной и общественно полезной деятельности?»  
(% от тех, кто готов участвовать)



«Почему Вы не хотели бы принимать участие в благотворительной и общественно полезной деятельности?»  
(% от тех, кто не готов участвовать)



Перспективы формирования в общественном мнении образа благотворительности не просто как личного альтруистического акта, а как **системной** активности, направленной на достижение **общего блага**

# > Интерес к теме благотворительности

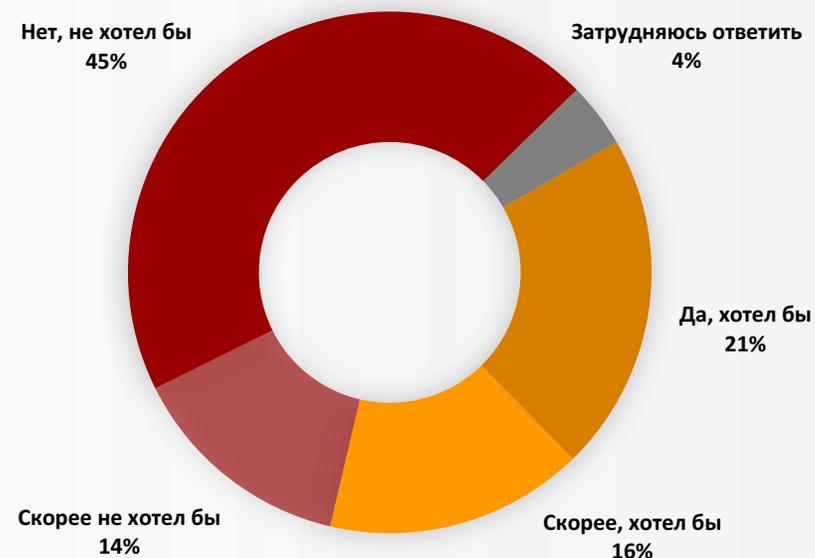
## Высокая степень «информационной усталости»

- ✓ интерес к теме благотворительности и общественно значимых мероприятий в обществе не очень высок,
- ✓ многие люди закрыты для новой информации,
- ✓ традиционные методы информирования и привлечения граждан не очень работают.

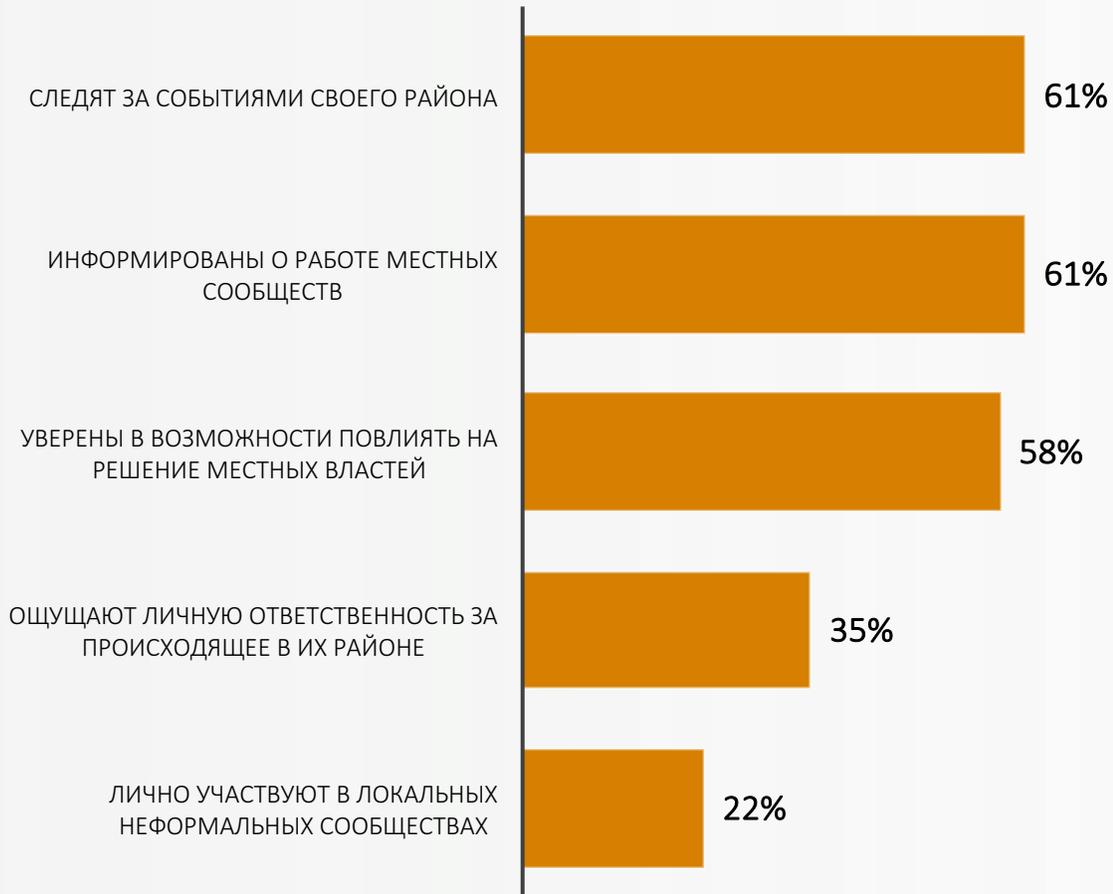
60%

москвичей не хотят получать дополнительную информацию о благотворительных и иных общественно полезных акциях

*«Хотели бы Вы знать больше о массовых благотворительных акциях и других общественно полезных мероприятиях, которые проводятся в Москве?»  
(% от всей выборки)*



# > Перспективы развития местных инициативных групп



Источники информации о событиях, мероприятиях, новостях района:

- ✓ 35-40% - интернет-ресурсы
- ✓ 22% - местная пресса
- ✓ 15% - межличностное общение
- ✓ 13% - объявления

Интернет является важным, но не единственным источником местных новостей и не исчерпывает информационную среду местных сообществ. Нельзя связывать работу местных сообществ исключительно с сетевыми коммуникациями.

# > Тематика неформальных сообществ

## ИЗВЕСТНОСТЬ НЕФОРМАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВ

Проблемы городских территорий

Экологические проблемы

Автомобильные проблемы

Защита животных

Благотворительность и помощь социально уязвимым слоям

Поиск пропавших детей и взрослых

Организация совместного досуга, культурных, спортивных мероприятий

Защита интересов детей

Другое

Публичность неформальных сообществ (представленность в информационном пространстве) и их **активность** (в плане привлечения участников) **не совпадают**.

## УЧАСТИЕ В НЕФОРМАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ

Экологические проблемы

Благотворительность и помощь социально уязвимым слоям

Содержание и ремонт дома, придомовой территории

Защита животных

Помощь детям

Благоустройство городской территории

Проблемы городского строительства

Организация спортивных и досуговых мероприятий

Другое

У социально активных групп заметно выше уровень межличностного доверия (доверие людям в своем окружении), и ниже уровень доверия дальнему окружению (людям в стране вообще).  
Имея большой опыт общественной активности, активисты чаще сталкиваются с равнодушием и пассивностью, окружающих. При этом ближнее окружение воспринимается ими, напротив, более дружественным и консолидированным.

### **Значимость фактора межличностной коммуникации и локальных инициативных сообществ в нормализации общественного климата**

по мере роста социальных взаимосвязей, увеличения личных контактов и знакомств поднимается уровень общественного доверия.

Благодарим за внимание!  
Исследовательская группа ЦИРКОН

[www.zircon.ru](http://www.zircon.ru),

e-mail: [info@zircon.ru](mailto:info@zircon.ru)

Skype: zircon.r.g.

8(495)621-34-15, 628-51-67

