

Ирина Баранова  
Ольга Здравомыслова  
Наталья Кигай  
Ксения Киселева

# ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ



CAF

Ирина Баранова  
Ольга Здравомыслова  
Наталья Кигай  
Ксения Киселева

**ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ  
К БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ  
В РОССИИ**

**Результаты исследования**

Москва 2001

Российское представительство британского благотворительного фонда  
Charities Aid Foundation (CAF)

Ирина Баранова, Ольга Здравомыслова, Наталья Кигай, Ксения Киселева.  
Отношение населения к благотворительности в России. – М., 2001. – 48  
с.

Тираж 1 000 экз.

Редактор: Наталья Дорошева

*Как понимают обычные люди деятельность благотворительных и  
некоммерческих организаций? Что мы имеем в виду, употребляя выражение  
«гражданское общество»? Книга представляет результаты  
социологического исследования, проведенного в восьми городах России.*

Исследование и публикация этой книги осуществлены на средства,  
предоставленные Фондом Форда.

# **СОДЕРЖАНИЕ**

<u>Коротко об исследовании</u>	4
<u>Состояние некоммерческого сектора России: главные выводы</u>	5
<u>Отношение населения к некоммерческим организациям. Место третьего сектора в общественном сознании</u>	9
<u>Отношение населения и некоммерческих организаций к деятельности международных фондов</u>	12
<u>Рекомендации по оптимизации деятельности некоммерческого сектора России</u>	13
<u>Состояние некоммерческого сектора в различных городах России</u>	17
<u>Москва</u>	17
<u>Новосибирск</u>	20
<u>Псков</u>	25
<u>Архангельск</u>	29
<u>Ростов-на-Дону</u>	33
<u>Краснодар</u>	36
<u>Хабаровск</u>	39
<u>Петропавловск-Камчатский</u>	42
<u>Отношение населения к благотворительности</u>	45
<u>Сравнительный анализ результатов исследования в различных регионах России</u>	47

# **КОРОТКО ОБ ИССЛЕДОВАНИИ**

Несмотря на громадный рост численности некоммерческих организаций (30 тысяч зарегистрированных НКО в 1993 году, 286 тысяч зарегистрированных в 1999 году), словосочетания «некоммерческий сектор», «некоммерческая организация» до сих пор относятся к той части русского языка, которую принято называть терминологией. Их понимают лишь несколько десятков тысяч людей, в целом не более 0,1% жителей страны. Чуть лучшая участь постигла словосочетания «общественная организация», «благотворительная организация» — смысл этих слов понимает примерно каждый пятый. Словосочетание «гражданское общество» не понимает практически никто.

За десять лет реформ в России возник и развился независимый общественный сектор, внушающий и грантодателям, и исследователям надежду на то, что Россия не вернется на путь тоталитаризма. Однако за десять лет реформ этот сектор так и остался сектором, узким сегментом общества. Образ некоммерческого сектора в общественном сознании не сложился, он пока так и не занял свое место в картине страны и мира, которая есть в головах обычных граждан. Это, пожалуй, основной вывод масштабного исследования, проведенного в 1999 году некоммерческой организацией «Консультации для ассоциаций и фондов» при поддержке российского представительства британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation (CAF Россия) и Фонда Форда.

## ***Цели исследования***

- Оценка состояния некоммерческого сектора России и определение тенденций его развития.
- Выявление особенностей отношения населения к некоммерческому сектору, уровня знаний общества об НКО и возможностей поддержки деятельности НКО со стороны населения.
- Определение возможностей эффективной поддержки развития гражданских инициатив в России со стороны международных организаций и фондов.

## ***Методы исследования***

Исследование было проведено в восьми городах России: Москве, Новосибирске, Пскове, Архангельске, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Хабаровске, Петропавловске-Камчатском. В исследовании приняли участие как представители некоммерческих организаций, работающих в этих городах, так и представители населения. Основные методы исследования: анкетный опрос и фокус-группы. Для наиболее полного представления мнений различных возрастных, социальных, национальных и профессиональных групп российского общества учитывались возраст, образование, профессия, доход, состав семьи, национальность участников исследования.

В представленном ниже анализе основных выводов исследования его результаты сравнены с данными других исследований некоммерческого сектора, проведенных CAF Россия и другими организациями в 1994–1998 годах. Динамика отношения населения к НКО приводится по результатам субъективного анализа отношения населения к НКО в 1994–1998 годах и сравнения этого анализа с данными исследования, так как масштабных оценок отношения населения к НКО в 1994–1998 годах не проводилось.

## **СОСТОЯНИЕ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА РОССИИ: ГЛАВНЫЕ ВЫВОДЫ**

Основные выводы исследования таковы:

- статистическая численность НКО в России не соответствует реальной численности;
- некоммерческий сектор России в массе своей не ориентирован на поддержку местного сообщества и не опирается на эту поддержку;
- доля некоммерческих организаций, оказывающих регулярные услуги/помощь населению, чрезвычайно мала, хотя и выросла по сравнению с 1994–1998 годами;
- некоммерческие организации до сих пор не оценили важность участия населения в их деятельности (в виде ли жертвователей, добровольцев, участников кампаний) и в поисках местных ресурсов продолжают ориентироваться на поддержку со стороны коммерческого сектора и органов власти;
- представители НКО чаще всего отождествляют себя с понятием «гражданское общество» и недооценивают роль «неорганизованных» граждан в построении гражданского общества.

### ***Структура некоммерческого сектора***

Проведенное исследование не ставило своей целью оценить качественные характеристики роста численности некоммерческих организаций. Однако в процессе подготовки фокус-групп и анкетного опроса выявились закономерности, оказавшиеся верными для всех городов, участвовавших в исследовании.

Как показало исследование, около половины зарегистрированных некоммерческих организаций являются «мертвыми душами», то есть не ведут никакой деятельности и существуют только на бумаге. Из 50%, ведущих какую-либо деятельность, около 10% работают крайне нерегулярно, проводя одно мероприятие в год или какую-нибудь акцию. Из 40%, ведущих регулярную деятельность, около 20% регулярно занимаются только коммерческой деятельностью, а некоммерческой либо не занимаются вовсе, либо от случая к случаю. В таких организациях объем некоммерческой или благотворительной

деятельности обычно сравним с объемом благотворительной деятельности коммерческих структур: точно так же он занимает примерно 1% от объема деятельности и средств организации. Среди оставшихся 20% НКО, занимающихся преимущественно некоммерческой деятельностью, около половины оказывают услуги и помочь только своим членам. Наконец, из тех 10%, что оказывают помочь не только членам организации, около половины ориентированы только на иностранные гранты.

Таким образом, в исследованных регионах всего около 5% некоммерческих организаций можно отнести к благотворительным организациям, оказывающим регулярную помощь обществу и ориентированным прежде всего на поддержку со стороны этого общества, а затем уже из других источников (в этот подсчет не были включены политические партии и религиозные организации).

### ***Поддержка со стороны местного сообщества***

В основном, как показало исследование, на поддержку местного сообщества в широком смысле (а не только членов организации) ориентируются прежде всего те 5% организаций, которые не финансируются или не полностью финансируются за счет иностранных грантов и при этом оказывают регулярную помощь. К ним можно прибавить членские организации самопомощи, создаваемые многодетными семьями, инвалидами, ветеранами для поддержки членов организаций. Такие организации также ориентируются в основном на местные ресурсы. Они составляют примерно половину из числа членских организаций, занимающихся регулярной некоммерческой деятельностью. Таким образом, в среднем около 15% зарегистрированных некоммерческих организаций реально ориентированы на поддержку местного сообщества и активно ищут такой поддержки. Как показало исследование, эта поддержка приходит главным образом со стороны местных органов власти и коммерческого сектора.

Роль государственных структур во взаимодействии с НКО воспринимается работниками последних скептически. Как правило, государственные органы сами являются искателями материальной поддержки, в результате чего зачастую «ревнуют» НКО к полученной ими помощи из-за рубежа (гранты, партнерские программы) либо стремятся поучаствовать в распределении средств или курировать полученную некоммерческими организациями помочь. По словам работников НКО, администрация на местном уровне иногда заявляет, что подавшие заявку, к примеру, в Фонд Сороса к ним могут более не обращаться. Главная заинтересованность госструктур в сотрудничестве с НКО — возможность «отчитаться» результатами их деятельности, «поставить галочку». В некоторых случаях взаимодействие с госструктурами приносит НКО реальную пользу, однако чаще можно говорить о существовании «негласной войны» между НКО и государством. В общем, в отношении НКО к госструктурам просматриваются разочарование и скепсис, если не открытый цинизм. Создается ситуация, при которой госструктуры или предпочи-

тают не замечать НКО, или «прикрываются» отсутствием денег, а НКО боятся потерять свою независимость при взаимодействии с органами государственной власти.

Таким образом, с одной стороны, многие местные НКО ориентируются на поддержку органов местной власти, ищут и получают такую поддержку (причем в связи с кризисом роль такой поддержки еще более усилилась). С другой стороны, НКО не доверяют государственным органам, видят в них потенциальных врагов, боятся потерять себя.

В этой позиции — одно из главных противоречий в отношениях некоммерческих организаций и органов власти: конфликт потребителя и диссidenta. С одной стороны, представители некоммерческих организаций в массе своей продолжают считать государство главным ответственным за социальное благополучие граждан и главным действующим лицом в формировании социальной политики, а себя видят лишь дополнением, придатком государства, который государство должно финансировать. Они — потребители, такие же несчастные, за благополучие которых отвечает государство. С другой стороны, некоммерческие организации не согласны со многими позициями государственной социальной политики, со многими подходами государства к решению проблем, у них вызывает аллергию бюрократия и неумелая жажда власти и контроля со стороны чиновников. Отстаивая свою позицию, защищая членов своих организаций и клиентов, НКО становятся диссидентами.

НКО в России — одновременно винтики системы и борцы с ней. И этот конфликт не позволяет большинству НКО установить более устойчивые и равноправные отношения с органами местной власти.

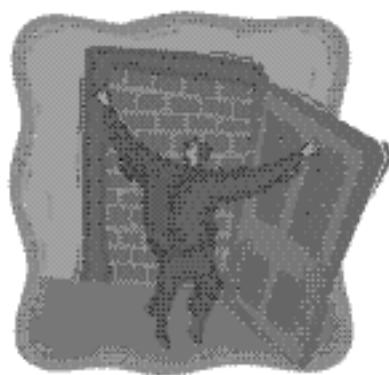
Контакты с бизнес-структурами у НКО чаще всего происходят «на личной основе». Немногие организации способны широко оповещать коммерческие структуры о своей деятельности и получать от них поддержку. Исход взаимодействия во многом определяется тем, достаточно ли известна некоммерческая организация на местном уровне. Механизм взаимодействия с коммерческими структурами недостаточно отработан. Из уст работников НКО довольно часто звучат слова о том, что просить денег стыдно, неловко обращаться повторно к тому, кто уже помог. Концепция фандрайзинга не сформирована, заниматься этой проблемой также непристойно: это уж совсем «дайте, пожалуйста»; бизнесменов «даже жаль». Спонсорская помощь зачастую воспринимается как «необходимость, осуждаемая всеми нами».

Несмотря на то, что общественные организации готовы вступать в контакт с бизнесом и решать социальные проблемы, не охваченные государством, подобное взаимодействие нельзя наладить из-за отсутствия информации (либо низкой информированности): «бизнес не знает, что такое третий сектор». Кроме того, мешают отсутствие надлежащей законодательной базы и сложная экономическая ситуация. Некоторые предприниматели делают на НКО рекламу, другие же не хотят, чтобы их участие упоминалось («стараются не афишировать свою помощь»).

Наконец, взаимодействие НКО и населения практически равно нулю. Несмотря на то, что большинство участвовавших в исследовании некоммерческих организаций получали помощь от частных лиц и пользуются поддержкой добровольцев, объемы этой помощи мизерны, а большое количество добровольцев (больше 10 человек) есть только у организаций, связанных либо с религиозной деятельностью, либо с охраной окружающей среды. В таких организациях людей привлекает, прежде всего, наличие определенной системы ценностей, определенной внутренней субкультуры. В НКО, занимающихся социальными проблемами, такой внутренней субкультуры нет, процесс их деятельности хаотичен, в большинстве организаций нет сложившейся атмосферы, поэтому люди с улицы туда не идут: скучно и непонятно. Сами представители организаций не видят в населении значительный ресурс для своего выживания и развития, считают, что бедные бедным помочь не могут.

### ***Понимание гражданского общества***

По сравнению с 1994–1996 годами представители некоммерческого сектора стали намного лучше понимать свою роль в общественной жизни, роль и задачи третьего сектора, значение гражданского общества. Однако до сих пор суть понятия «гражданское общество» понимается далеко не всеми представителями НКО (судя по результатам исследования). В среднем, представители НКО возлагают гораздо меньше ответственности за благополучие общества на плечи государства, чем представители населения, но и они считают, что по большому счету, власти играют ключевую роль в том, какой быть стране. При этом под гражданским обществом многие понимают некоммерческие организации, активную общественность. Роль «неорганизованных» граждан в построении гражданского общества понимается далеко не всеми.



# **ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К НЕКОММЕРЧЕСКИМ ОРГАНИЗАЦИЯМ. МЕСТО ТРЕТЬЕГО СЕКТОРА В ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ**

Основные выводы исследования таковы:

- большинство участников исследования из числа населения не понимают, что такое «гражданское общество» и зачем оно необходимо, преобладает «государственническое» сознание, вера в ключевую роль государства в достижении благополучия в стране;
- количественный рост числа некоммерческих организаций не привел к возрастанию роли НКО в жизни общества;
- некоммерческие организации не стали полезными для «среднего» жителя России, обычный обыватель практически не сталкивается с деятельностью НКО;
- в представлении населения некоммерческие организации являются собой обособленный сектор общественной жизни с неясными целями и задачами, бесполезный для обычного жителя и подозрительный;
- вера в эффективность прямой адресной помощи и готовность ее оказать сочетается с тотальным недоверием к любым организованным формам благотворительности.

## ***Представление населения о том, что такое некоммерческие организации***

В целом, в высказываниях участников исследования наблюдается бесконечное смешение понятий. По сравнению с 1994–1996 годами, когда у большей части населения вообще не было сформированного представления о некоммерческих организациях, сейчас это представление есть, но в сознании обывателя оно дробится на несколько образов, никак не связанных между собой. Так, например, словосочетание «благотворительная организация» вызывало, как правило, резко негативные реакции. Более положительно воспринимается «общественная организация» — прежде всего, из-за советского опыта, однако это словосочетание упорно связано в сознании населения с убогими и несчастными, которые «требуют льгот». При этом, когда приводились примеры таких известных организаций, как Комитеты солдатских матерей, Гринпис, Общество Красного Креста, многие участники фокус-групп говорили: «Да, это хорошие организации, но они же не благотворительные...». Реакции на словосочетание «некоммерческая организация» часто не было вообще никакой, так как люди не понимали, что это такое.

Таким образом, в общественном сознании нет единого образа, единого представления о некоммерческих организациях, нет даже единого слова или словосочетания, понимаемого всеми, которые обозначали бы некоммерческий сектор (безусловно, слова «неком-

мерческие организации», «некоммерческий сектор», «третий сектор» никак нельзя называть общеупотребительными). Практический опыт общения с некоммерческими и особенно благотворительными организациями и даже опыт получения помощи от них не связывается в сознании обывателя с понятиями «благотворительность», или «общественная деятельность», или «гражданское общество». Точно так же, как в общественном сознании до сих пор не связываются такие понятия, как бизнес и продуктовый магазин или химчистка. В представлении людей бизнес — это что-то грязное, где-то там, преимущественно в Москве или в новых офисах на главной улице областного центра, а продуктовый магазин — это не бизнес. Многие бабушки до сих пор, наверное, не догадываются, что знакомые им гастрономы уже давно не являются государственными предприятиями.

Так и некоммерческий сектор воспринимается как что-то далекое, обособленное, чуждое и никак не связывается в представлении людей с конкретным Комитетом солдатских матерей, конкретным реабилитационным центром, конкретным обществом ветеранов.

### ***Роль некоммерческого сектора в жизни общества***

Участники исследования, не работающие в некоммерческих организациях, как правило, не понимают концепции гражданского общества. Они не считают, что члены общества должны сами пытаться решать свои проблемы; не доверяют общественной инициативе и зачастую предпочитают, чтобы деятельность общественных организаций строилась в тесном контакте с государственными структурами и находилась под строгим контролем государства. При этом такой государственный подход характерен не только для пожилых людей, получивших образование и проживших основную часть жизни в советское время, но и для молодежи. В последнем случае это еще и результат того, что школьное и университетское образование в сфере общественных дисциплин до сих пор не ориентировано на объяснение концепций гражданского общества, гражданского контроля и до сих пор ставит во главу угла деятельность и ценность государства как основного оплота благополучия, а роль граждан представляет как подсобную. Одна из фокус-групп в г. Хабаровске, состоявшая на 50% из университетских преподавателей, ярко показала, что представители высшей школы сами практически ничего не знают о некоммерческих организациях, не представляют их роли в жизни общества, а потому и строят свои курсы по общественным наукам на той же, пусть и чуть скорректированной философии государственничества.

### ***Готовность к сотрудничеству***

Исследование показало, что в большинстве городов, где проводились фокус-группы, представители населения положительно относятся к благотворительной помощи вообще, считают, что надо помогать неимущим, тем, кто попал в беду. Однако перспектива помощи благотворительной организации везде вызывала неоднозначную реакцию. Помощь благотворительной организации не воспринимается как адресная, прямая.

Считается, что средства, выделенные благотворительной организации, пойдут на ее офис и другие административные расходы (какие, никто толком не мог определить, как, впрочем, и то, как организация сможет помогать без них), а нуждающимся ничего не достанется. Считается, что лучше передать деньги в государственную организацию, например, в детский дом (там хоть видно, что делается!), или же отдать в руки неимущему.

В процессе исследования выявились одна важнейшая особенность представлений населения о помощи: большинство респондентов помочь понимали исключительно в виде выделения денег или вещей/продуктов. Такие виды помощи, как консультирование, лечение, воспитание не воспринимались как помощь, не попадали в понятие «благотворительность». Здесь сказались и особенности государственной социальной политики, построенной на выделении льгот и компенсаций, а не на создании эффективных социальных служб, в том числе и по профилактике социальных бед (например, алкоголизма), и представление, что деньги могут решить все проблемы. Когда же были приведены примеры благотворительных организаций, например, художественно-реабилитационный центр для детей-сирот, большая часть респондентов в ответе на вопрос: «Кому бы вы пожертвовали деньги?» — выбрала этот центр.

Таким образом, несмотря на готовность большинства жителей, участвовавших в исследовании, оказывать помощь нуждающимся, представления о том, как такая помощь может оказываться, в чем может заключаться их роль, крайне слабы. Отсюда и резкое отрицание «административных расходов» (хотя то, что у детского дома такие расходы тоже есть, и они громадны, никому в голову не приходит), и предпочтение помочь конкретному человеку деньгами или одеждой, чем отдать те же деньги в благотворительную организацию, и желание помочь скорее государственной организации, где видно, чем она занимается.



## **ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ И НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ФОНДОВ**

Население с подозрением относится к деятельности международных фондов и организаций, считая, что все они преследуют свои корыстные интересы (комерческие или политические), действуя на территории России. В Краснодаре даже некоммерческие организации подозревают международные фонды в шпионаже, а население и вовсе видит в них врагов. Подозрительное отношение, прежде всего, происходит из-за того, что большинство жителей, участвовавших в опросах, искренне не понимает, зачем иностранцы хотят помогать России, воспринимают жителей других государств почти как инопланетян, которые имеют другую мораль и другие ценности и не будут, как в России, помогать просто потому, что жалко. При этом, как ни парадоксально, многие респонденты отмечают, что именно за границей развита настоящая благотворительность, что там благотворительные организации не воруют, а на самом деле помогают нуждающимся, а люди делают пожертвования искренне. Но это только в своей стране и для своих.

Представители некоммерческих организаций относятся к деятельности международных фондов и организаций более лояльно, многие из участников исследования получали или получают иностранные гранты.



# **РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА РОССИИ**

## ***Гражданское образование: от государственного подхода к объяснению гражданского общества***

Как показало исследование, одним из значительных препятствий во взаимоотношениях НКО и остального общества является непонимание со стороны населения роли и задач некоммерческих организаций, концепции гражданского общества, роли отдельного гражданина в судьбе страны. Необходимо уделять больше внимания программам гражданского образования, причем не только вопросам демократического устройства государственной системы, избирательным правам и свободе слова, экономическим свободам, но и роли некоммерческих организаций, переосмыслинию понятия «общественность», до сих пор воспринимаемого по-советски.

Необходимо поддерживать такие программы, где сами некоммерческие организации принимали бы активное участие в учебных курсах по гражданскому образованию как в школе, так и в вузах, чтобы студенты вузов направлялись на практику в некоммерческие организации. Участие некоммерческих организаций может выражаться и в представлении площадок для практики, и в организации визитов в свои службы и на свои мероприятия школьников и студентов, и в привлечении молодежи в качестве добровольцев в массовые благотворительные акции или в постоянную работу, и даже в подготовке и чтении курсов по гражданскому образованию в школах и вузах.

## ***Социальные услуги***

Ключевой в развитии гражданского общества и некоммерческого сектора в России может стать поддержка тех программ некоммерческих организаций, которые направлены на постоянное оказание социальных услуг. Сегодня количество НКО, оказывающих постоянные социальные услуги, имеющих собственные социальные службы, ничтожно мало. Необходимо и через стартовые гранты, и через другие формы помощи дать толчок многим общественным организациям и инициативным группам в создании постоянных программ помощи. Отсутствие таких программ и услуг тормозит сейчас и развитие социального заказа, создавая замкнутый круг: организации не могут создать социальные службы без того, чтобы органы местной власти (пока только они) не оплатили расходы на помещение и специалистов, а местные власти не хотят оплачивать расходы, потому что не уверены, что организации смогут создать что-то путное. Из-за отсутствия постоянных социальных служб не удается привлечь пожертвования бизнеса и получить поддержку населения, предпочитающих оказывать помощь, например, государственному детскому дому, где «видно, что делается» и куда «можно в любой день прийти и убедиться». Наконец, отсутствие постоянных программ не позволяет многим организациям привлечь добровольцев — их просто некуда привлекать, если вся деятельность НКО состоит из организации двух детских праздников в год и распределения бесплатной ту-

шенки.

### ***Совместные программы помощи: международные плюс местные ресурсы***

Как показало данное исследование, а также другие исследования CAF Россия в области развития филантропии в России, российский бизнес сегодня уже не может оказывать благотворительную поддержку в тех объемах, в каких она оказывалась во времена ГКО и сверхприбылей. Переход российской экономики от спекуляций на финансовом рынке к вложениям в производство резко сокращает перспективные возможности филантропии. В этой ситуации многие компании ищут партнерства с международными фондами и организациями, чтобы совместно осуществлять благотворительные программы, поддерживая общий объем помощи если не на докризисном, то хотя бы на более-менее стабильном уровне. Такое партнерство было бы важно для международных организаций по многим причинам:

- во-первых, оно реально, а не декларативно укрепило бы устойчивость некоммерческого сектора и создало бы основы для развития цивилизованной местной филантропии;
- оно помогло бы внедрить в сознание и практику коммерческого сектора России важность продуманной стратегии филантропии, демократического подхода к принятию решений, анализа результатов;
- дало бы шанс, прежде всего, региональным компаниям снизить свою зависимость от региональных властей в области благотворительной политики;
- позволило бы сделать благотворительную деятельность компаний более прозрачной.

Безусловно, подобные совместные программы (моделей таких программ может быть множество) довольно рискованны, прежде всего, из-за репутации российского бизнеса. Однако при тщательном анализе ситуации в регионе и внимательном подходе к выбору партнеров такая политика может быть безопасной для репутации международных организаций.

Кроме партнерства с коммерческим сектором, важны были бы и совместные программы грантов или иных форм помощи с местными органами власти, а также с населением, где частные пожертвования могли бы увеличиваться за счет средств международных организаций. И здесь может быть множество вариантов осуществления таких программ.

### ***Формирование образа сектора***

Исследование подтвердило известный факт: образ некоммерческого сектора в глазах общества не сложился, элементы этого образа носят преимущественно негативный характер. Происходит это по разным причинам: и давнее недоверие людей к любым формам организованной деятельности, и освещение в СМИ только скандальных событий, и реальные скандалы с крупными организациями, увлекшимися коммерческой деятельнос-

тью, и неумение самих НКО работать с прессой.

Два важных момента, выявившихся в результате исследования, могли бы положительно повлиять на улучшение образа третьего сектора в глазах российского общества. Это показ со стороны НКО не событий (например, прошел праздник), организованных НКО, и не проблем, с которыми организация столкнулась, а результатов ее деятельности. Опыт показывает, что, хотя такой подход и затрудняет работу с прессой, при известной подготовке его можно реализовать, и он реально улучшает имидж некоммерческих организаций в глазах общества.

Вторая возможность — это использование прямой рекламы. Опыт «Гринпис Россия» и «Фонда Тольятти», использовавших в одном случае видеоролики, в другом — биллборды на улицах, показал высокую эффективность такого рода имиджевой деятельности для НКО. Это эффективно, правда, в том случае, если такая деятельность продумана и не ставит своей целью только сбор средств или рекламу коммерческой деятельности организации. Однако прямая реклама стоит дорого и финансово недоступна большинству НКО. Здесь могли бы помочь международные организации, объявив конкурс грантов на создание рекламных роликов НКО. Такой конкурс мог бы не только помочь самим организациям, но и снять вопросы со стороны населения по поводу того, откуда у благотворительных организаций деньги на рекламные щиты. Опыт конкурса мини-грантов по социальной рекламе, проводимого Агентством социальной информации, показал эффективность такого пути развития сектора.

Развитие местного самоуправления, местных сообществ, общественной активности на местном уровне — одна из приоритетных сфер финансирования международных фондов и организаций. Однако того, что уже делается, недостаточно. Прежде всего, не продуманы механизмы развития общественной активности и их сочетание. Исследование показало, что эффективной могла бы быть система развития, построенная как соты, где почти в любой своей деятельности, начиная от найма консьержки в подъезд и заканчивая участием в школьном совете, житель постоянно сталкивался бы с возможностями общественного участия, знал бы и видел, что он сам может что-то решить. Этого можно добиться распространением информации о том, как можно помочь самому себе в бытовых или житейских вопросах, объединившись с другими (соседями, друзьями, коллегами), — через местные районные или рекламные газеты, школы, клубы, поликлиники, библиотеки, офисы, то есть места, где большинство людей регулярно бывает. Второй ключевой момент — необходимо сделать возможности оказания помощи и проявления общественной инициативы максимально простыми и приближенными к дому или работе. Например, в Москве в рамках существующей программы «Один плюс один» можно сделать пожертвование в благотворительную организацию из сдачи после оплаты коммунальных услуг. Удобным было бы также, к примеру, открытие пунктов сбора ненужных вещей в каждом квартале или мик-

порайоне.

Вариантов развития подобных программ может быть много, но, как показало исследование, основными принципами являются:

- доступность информации;
- простота и максимальная доступность участия в благотворительных акциях без больших затрат времени и энергии;
- прозрачность механизма и ясность целей;
- публичная отчетность или наглядность результатов.

### ***Региональные модели социального развития***

Наконец, последнее — это постепенный переход от поддержки некоммерческого сектора к поддержке региональных моделей социального развития, где внимание обращено не только на то, чтобы в области или крае были сильные НКО, но и на то, какое место они занимают в общей социальной инфраструктуре, как строится социальная политика местных властей, социальная политика промышленных предприятий и бизнеса. И важны здесь не столько поддержка масштабных региональных проектов социального переустройства, которые тяжелы в управлении и часто оказываются неэффективны, сколько иной подход при выделении грантов или осуществлении программ технической помощи, основанный на анализе и прогнозировании ситуации. Необходимо иметь четкое представление о том, что же произойдет в социальной системе области в результате осуществления той или иной программы, какое место она занимает, как можно присоединить дополнительных партнеров в виде местных властей или бизнеса. Пока чаще мы этого не имеем.



# **СОСТОЯНИЕ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА В РАЗЛИЧНЫХ ГОРОДАХ РОССИИ**

## **Москва**

### ***Мнение населения***

В целом, мнение населения Москвы о некоммерческих организациях и благотворительности отличается от мнения жителей других регионов. Возможно, на формирование такого мнения повлияло довольно высокое развитие некоммерческого сектора в городе, наличие активных международных организаций (хотя отношение к самим НКО не такое положительное, как может показаться). Возможно, сыграло роль то, что в огромном городе жители чувствуют себя более обособленно, не ждут милости от властей, не надеются ни на что, кроме собственных сил.

Основные выводы исследования, проведенного в Москве, таковы:

- жители столицы в решении социальных проблем прежде всего надеются на себя, а затем уже на государство и другие организации;
- в целом, москвичи знают о существовании некоммерческих организаций и считают их работу важной;
- однако доверия к НКО нет, идея добровольчества отвергается, но возможность пощеровать вещи или даже деньги воспринимается вполне благожелательно;
- при этом большинство участников исследования считает, что благотворительностью в виде пожертвований и добровольчества могут заниматься только очень состоятельные люди, к которым респонденты себя не относят, хотя, по сравнению с жителями других регионов, они имеют достаточные средства для жизни.

### **Решение социальных проблем**

Москвичи единодушно считают, что государство абсолютно неэффективно в решении социальных проблем: «Государство сейчас вообще ничего не решает». Но в то же время ведущая роль в решении подобных проблем и функции контроля отводятся государству, хотя признается, что «конечно, что-то делается негосударственными организациями — организациями, которые не финансируются из бюджета». Вообще, решением социальных проблем должны заниматься все, «кто может и хочет».

### **Отношение к НКО**

Респонденты уверены, что существование НКО оздоравливает общество. Таково общее мнение, хотя из пяти человек только двое приблизительно знают, что такое некоммерческие организации. Занимаются НКО, по мнению участников исследования, по большей части малоимущими, финансирование получают от государства и от фирм, стремящихся иметь налоговые льготы.

Относительно возможности коммерческой деятельности НКО возникли разногласия. Большинство респондентов считает, что напрямую заниматься этим НКО не должны.

## **Доверие к НКО**

По большому счету, доверия к НКО нет. Всякая общественная деятельность воспринимается как сильно политизированная, занимающаяся самообслуживанием. Существует неверие в то, что средства распределяются и тратятся должным образом, что помочь доходит до адресата. Интерес к деятельности НКО сдержаный.

Предложение поработать в НКО встречает достаточно холодный прием, идея добровольчества отвергается: «Человек может заниматься благотворительностью, когда он обеспечен».

О работе НКО за рубежом представление лучше, чем об их деятельности в России: респондентам известно о программах по социальной адаптации, фондах помощи, разнообразных услугах, предлагаемых НКО в других странах.

## **Частные пожертвования**

У многих есть опыт жертвования вещей, но практически всегда это осложнялось отсутствием информации о пунктах приема вещей, о соответствующих организациях.

## ***Мнение некоммерческих организаций***

Как и в ситуации с мнением населения, мнение некоммерческих организаций о взаимоотношениях с обществом существенно отличается от аналогичного мнения в других регионах.

Главные отличия состоят в следующем:

- московские НКО больше надеются на себя, чем на помочь государства, и не считают государство единственным ответственным за благополучие в стране;
- практически все участники исследования со стороны некоммерческих структур получали и получают частные пожертвования и пожертвования компаний, хотя до сих пор считают эти источники средств нестабильными;
- все организации пользуются услугами добровольцев, участие добровольцев воспринимается более естественно, чем в регионах;
- при этом деятельность московских НКО до сих пор очень сильно зависит от грантовой поддержки международных фондов. Большинство респондентов получали или получают иностранные гранты, но при этом обижаются, что большая часть грантов уходит в регионы и Москве «ничего не достается».

В целом, настроение сектора можно охарактеризовать как опору на собственные силы, но сильно также стремление найти постоянный источник средств и поддержки, к которому можно припасть и уже не заниматься фандрайзингом. В отношениях с обществом состояние НКО характеризуется осознанием своей роли в социальных переменах и пониманием ценности этой роли, однако воспринимается она до сих пор как тяжелая ноша.

## **Решение социальных проблем**

Социальные проблемы должно решать само общество, в отдельных случаях государство. В принципе, решением социальных задач следует заниматься всем трем секторам: государственному, коммерческому и некоммерческому.

## **Цели создания НКО**

У каждой организации свои цели и задачи, они решают те проблемы, с которыми не справляются государственные структуры. Благотворительные организации являются индикатором, привлекая внимание государства к насущным проблемам. Кроме того, НКО улучшают качество жизни с помощью предлагаемых услуг.

## **Источники финансирования НКО**

Кризис в значительной мере повлиял на некоммерческие организации, сократилось число добровольцев, чаще приходится думать о грантах, качественно изменились проблемы, с которыми обращаются в организации. Необходима перерегистрация — что тоже нелегко.

Источники финансирования изменились. С 1998 года поиск спонсоров затруднен. Приходится переходить на платную консультативную деятельность. Частных пожертвований стало меньше. В качестве спонсорской помощи некоторые коммерческие фирмы, а также государственные структуры предлагают иногда помещения, но кроме грантов, других источников денег практически нет.

В будущем НКО хотели бы перейти от грантов к поиску других источников финансирования. Однако на данном этапе единственным источником остаются гранты.

НКО настроены на то, чтобы расширить взаимодействие с государством. Первый шаг всегда приходится делать общественным организациям. Изменить отношение государства к НКО сложно; нужны «личные отношения с властью», если хочешь чего-то добиться и что-то получить. Государство с трудом идет на контакт, «существует негласная война между НКО и государством».

## **Частные пожертвования**

Из московских НКО частные пожертвования получали практически все — как разовые, так и постоянную помощь, в основном благодаря личным контактам.

С жертвователями организуют обратную связь — посылают письма, статьи, поддерживают общение.

## **Приоритеты для грантодателей**

В отличие от провинциальных, московские НКО высказывают пожелания, чтобы выделялось меньше денег на тренинги, психологическую помощь и адаптацию, на детей и подростков. Столичные НКО обижает, что приоритетной для грантодателей является поддержка регионов.

## **Взаимодействие НКО и СМИ**

Контактов НКО со средствами массовой информации много, но информация часто подается в искаженном виде. Общение со СМИ требует много времени.

## **Новосибирск**

### ***Мнение населения***

Как показало исследование, жители Новосибирска имеют общие представления о некоммерческих организациях, считают их работу важной, хотя и подсобной по отношению к государству. В отличие от столичных жителей, новосибирцы главную роль в решении социальных проблем все же отводят государству, которое, по их мнению, должно быть «всеобщей мамой» и заботиться о каждом человеке. Некоммерческие и, в частности, благотворительные организации могут дополнять деятельность государства, которое должно, в свою очередь, жестко их контролировать. Несмотря на то, что эффективность деятельности государства в социальной сфере подвергается сомнению, альтернативы ему участники исследования не видят.

Собственное участие в общественной деятельности большинство респондентов воспринимает скептически, в добровольчество не верит никто, считая его уделом членов религиозных сект. Во многом поэтому идея оплаты труда сотрудников НКО воспринимается более благосклонно, чем жителями других регионов. Почти никто из участников не желал бы помочь благотворительной организации в качестве добровольца, однако пожертвовать деньги или вещи могли бы около половины респондентов.

Таким образом, по мнению участников опроса:

- общественная, некоммерческая деятельность — это хорошо, но как-то несерьезно и существенного влияния на ситуацию в странеказать не может;
- основная роль в улучшении жизни общества принадлежит государству, которое должно контролировать НКО;
- добровольчество — удел религиозных фанатиков, однако пожертвования как форма поддержки нуждающихся принимается.

### **Решение социальных проблем**

По мнению респондентов, решением социальных проблем следует заниматься и общественным организациям, и государству, и благотворительным фондам. Государство — «основа основ», поэтому должно «заниматься людьми, которые в нем живут».

Государство, по мнению участников исследования, может взять на себя контроль за деятельностью НКО. Коммерческим структурам отводится спонсорская поддержка НКО.

Некоторые новосибирцы высказались в пользу общественной самоорганизации, поскольку «правительство уже доказало, что оно никогда такой заботы проявлять не будет». Но эти редкие голоса тонут в общем хоре тех, кто отводит государству главную роль в деле попечительства о нуждах населения.

При этом, что парадоксально, общее мнение сводится к тому, что социальные проблемы государство не решает и решить не может — «государственный аппарат занимается только своим имиджем и своим обогащением» и «практически не берет на себя ответственности за социальную защиту». Ощущается определенная ностальгия по тем временам, когда «к нам приезжали из-за границы учиться «социальному устройству», когда «работа лечила людей» и каждый был «обеспечен рабочим местом».

## **Отношение к НКО**

О существовании НКО подавляющему большинству респондентов известно. Однако им непонятно, как устроены НКО и чем занимаются. Представления опрошенных в этой области туманны: «не ради извлечения прибыли, а для достижения каких-то целей». Высказываются сомнения в эффективности деятельности НКО («мы нищий народ, ...мы можем только духовно»), выражается пожелание, чтобы деятельность общественных организаций контролировалась государством. Часто понятие НКО путают с понятием sectы («наиболее эффективны религиозные организации, которыми руководят не наши соотечественники»), и это вызывает особую настороженность. По мнению большинства респондентов, помочь НКО оказывают «в первую очередь своим членам». Польза их для местного сообщества также признается, хотя респонденты плохо представляют себе, в чем эта польза может заключаться, поскольку не обладают полной информацией о целях и задачах НКО. Тем не менее, высказывается мысль, что в поддержке НКО «нуждаются все слои населения», а не только малоимущие или инвалиды.

## **Источники финансирования НКО**

По мнению большинства, «организация должна сама себя содержать». НКО на сегодняшний день практически лишены спонсорской поддержки, выживают за счет грантов от зарубежных грантодателей. Они могут зарабатывать и сами, эта идея всеми приветствуется. Если НКО могут привлечь своим проектом внимание местных органов власти, то возможно их бюджетное финансирование. Большинство респондентов считает, что работа в НКО должна оплачиваться, идея добровольчества энтузиазма не вызывает. На вопрос о готовности или желании поработать в НКО ответы даются уклончивые, скорее отрицательные.

## **Доверие к НКО**

По вопросу о доверии к НКО и их деятельности респонденты делятся примерно поровну. Ответы занимают весь спектр от «доверяю» до «я мало им доверяю, у меня большой жизненный опыт». Однако даже у тех, кто говорит о своем доверии к общественным организациям, сохраняется к ним настороженное отношение: «вопрос о доверии намного сложнее», «их должно контролировать государство».

## **Взаимодействие НКО и СМИ**

Подавляющее большинство респондентов хотело бы получать более подробную информацию о работе НКО. В отсутствии такой информации виновны и сами НКО (не умеют привлечь внимание к своей работе, заинтересовать СМИ), и СМИ (берут за опубликование плату, а у НКО нет денег). Интерес к деятельности НКО у респондентов скорее потребительский («мы многое теряем из-за незнания своих возможностей»), последние видят в себе реципиентов услуг НКО, а не их потенциальных работников.

## **Частные пожертвования**

Несмотря на то, что лишь одна седьмая часть респондентов готова поработать в НКО, жертвовать вещи и деньги не прочь более половины опрошенных. Но это, согласно их желанию, должна быть адресная помощь — конкретным людям, конкретному делу.

## **Мнение некоммерческих организаций**

При анализе мнения некоммерческих организаций можно заметить ту же тенденцию, что и при общении с населением — гипертрофированная роль государства, которое и самими НКО воспринимается как главный ответственный за все происходящее в обществе.

В целом, взгляды некоммерческих организаций в Новосибирске (в других регионах наблюдается та же картина) полны парадоксов:

- с одной стороны, упование на роль государства в решении социальных проблем, с другой стороны, единодушное мнение, что государство не справляется со своими обязанностями, не заинтересовано в повышении благополучия людей, работает только ради собственной выгоды. То есть, не делает, но должно. Такой социальный романтизм, крайнее несовпадение идеала и реальности характерны как для населения, так и для некоммерческих организаций и очень сильно мешает и тем, и другим адекватно строить отношения с государством;
- второй парадокс: активная работа с бизнесом, успешный фандрайзинг и при этом негативное отношение к фандрайзингу как к таковому, восприятие его как «необходимости, осуждаемой всеми нами»;
- еще один парадокс во взаимоотношениях с государством: стремление к активному сотрудничеству и даже к контролю со стороны государства и одновременно сильный страх потерять независимость;

## **Решение социальных проблем**

Социальные проблемы следует решать и государству, и НКО, однако ведущая роль все же отводится государству. Оно, по мнению работников НКО, должно осуществлять «тесное взаимодействие с общественностью», объединять усилия различных НКО, распределять разные виды деятельности между общественными организациями, готовить законодательную базу для их работы.

Большинством голосов ведущая роль в решении социальных проблем отводится государству при условии контроля за его действиями снизу, силами общественных объединений граждан.

НКО могли бы помочь в решении наболевших вопросов. Но «активных людей надо корить», а местные власти не желают делиться деньгами с общественными организациями. НКО сегодня приходится туго: «беда наших общественных организаций в том, что они ищут деньги, чтобы существовать, а не добиваться каких-то целей». То есть на первый план выходит проблема выживания НКО в сегодняшних экономических и социальных условиях. Эта ситуация отчасти складывается оттого, что плохо определены цели и задачи организаций, не хватает напора и энергии: «если придут люди, которые знают, что делать, то они и найдут деньги». Необходимо в самих НКО «бороться с потребительским отношением».

Государство, по мнению респондентов, не очень эффективно справляется со своими задачами. Некоторые НКО успешно сотрудничают с местной администрацией, но у большинства эти взаимоотношения вызывают разочарование — госструктуры стремятся, в первую очередь, к собственной выгоде. О каких-либо общих социальных задачах, общественном строительстве речь не идет.

Специфика Новосибирской области — «тяжелое продвижение проектов и идей, которые возникают у общественных организаций». Администрация старается или «не замечать их, или прикрыться отсутствием денег», а поддержка выражается так: «только улыбка и одобрительный кивок головы».

Кроме того, в отношениях с администрацией НКО боятся потерять независимость.

### **Источники финансирования НКО**

На подавляющее большинство НКО очень сильно повлиял кризис 1998 года. «Без поддержки государства стало очень тяжело» выживать, но помочь-то и подвела большинство организаций: «если бы мы не были так финансово зависимы от государства, то, может быть, пострадали бы меньше». Многие проекты пришлось свернуть (в этом иногда были и положительные стороны — «мы конкретизировались в своей работе»), многим клиентам отказать.

Вопрос дальнейшего финансирования может решаться таким образом. Во-первых, организации намереваются развернуть или уже развернули коммерческую деятельность, предлагают платные услуги. Во-вторых, пытаются договориться со спонсорами, искать партнеров в бизнесе. Часть надежд возлагается на получение членских взносов от районных организаций.

Фактически для большинства НКО единственным источником постоянного дохода остаются гранты, получаемые от иностранных фондов. Со временем НКО желали бы отказаться от грантов в пользу внутренних источников финансирования, ориентироваться на социальный заказ и бюджетное финансирование. Некоторые НКО заявляют, что «могут выжить без гранта».

Гранты требуются на поддержку всех НКО, но в основном на тренинги, правозащитные программы, проекты по повышению правовой культуры в обществе.

Помощь грантодателей и спонсоров должна, по мнению респондентов, давать НКО большую свободу маневра в том, что касается распределения помощи и определения политики организации: «не рисом, а деньгами». В намерении грантодателей определять, какую помочь и на какие проекты выделять, НКО видят мелочный контроль и попытку ограничить их свободу деятельности, а может быть, и обидное недоверие.

Материальное состояние некоммерческой организации в большой степени зависит от ее «раскрутки» в СМИ. Некоторые респонденты упрекают третий сектор в том, что он не пользуется Федеральным законом «О рекламе», обязывающим телевидение и печатные СМИ отдавать 5% времени и пространства социальной рекламе.

### **Взаимодействие НКО и бизнеса**

В отношениях НКО и бизнеса респонденты отмечают те же «взлеты и падения», какие «свойственны бизнесу как таковому». Мелкий бизнесмен не может быть партнером НКО, поскольку сам еле выживает. В то время как средний и особенно крупный бизнес может быть партнером НКО, создавать корпоративные программы сотрудничества с НКО, строить благотворительную политику. Однако и крупные банки прогорели во время кризиса, соответственно, их благотворительные программы были потеряны.

Механизм взаимодействия НКО и бизнеса не отработан, у спонсоров возникает много технических затруднений, поэтому «они идут на это, но процесс очень сложный». С другой стороны, поиск спонсоров для многих работников НКО сопряжен с психологическими трудностями: «приходится в одну и ту же дверь стучаться по три раза, пока убедишь спонсора». Так что в общении второго и третьего секторов существует определенная натянутость, хотя зачастую работники НКО с облегчением обнаруживают, что иные предприниматели, оказывается, готовы предоставлять финансовую и материальную помощь.

При этом как у бизнесменов, так и у западных грантодателей предпочтительная помощь оказывается детям-инвалидам.

Кризисы в экономике разрушают едва наметившиеся связи, приходится каждый раз начинать все сначала, это усугубляет проблемы — и психологические, и финансовые. Стало бы легче, если бы коммерческие структуры получили льготы на благотворительную деятельность.

### **Взаимодействие НКО и СМИ**

Взаимодействие со СМИ затруднено, третий сектор не привлекает их внимания. НКО выручивают бесплатные газеты. В тех случаях, когда сфера деятельности НКО интересна СМИ, «никаких проблем не возникает».

В целом респонденты отмечают «ножницы между тем, что хотят читатели, и тем, что думают журналисты о том, что хотят читатели». Журналисты плохо знают третий сектор, в ином случае они могли бы помочь НКО распространять информацию о себе и находить контакты с другими организациями.

### **Частные пожертвования**

Половина опрошенных представителей НКО получала их от имени своих организаций в той или иной форме.

### **Помощь добровольцев**

Практически все НКО работают с добровольцами. При этом существуют добровольцы «внешние и внутренние».

## **Псков**

### ***Мнение населения***

Отношение населения к благотворительным организациям в Пскове можно в целом назвать положительным. Об НКО знают, относятся к их работе с уважением, хотя и отмечают, что многие организации обманывают людей и тратят средства не на благотворительные цели.

Как и в случае с Новосибирском, ключевая роль в решении социальных проблем в представлении жителей отводится государству, причем государству централизованному, где социальные программы координируются «из центра». Некоммерческим организациям отводится подсобная роль, всерьез их потенциал никто не воспринимает. Между тем, люди готовы жертвовать деньги и вещи в благотворительные организации, если будут иметь больше информации о деятельности и результатах деятельности НКО, будут знать, куда обратиться. Интересно отметить, что жители Пскова даже предлагают использование наружной рекламы для предоставления информации об НКО и благотворительных программах. В Москве и ряде других крупных городов такой подход вызывает подозрение, жителям кажется, что благотворительные организации на самом деле занимаются коммерцией и зарабатывают на чужой беде.

И население, и некоммерческие организации упоминают о необходимости предоставления налоговых льгот для жертвователей, прежде всего, для коммерческих структур. Но никто из респондентов не смог сформулировать, что же это должны быть за льготы, которые побудили бы предпринимателей выделять больше денег на благотворительные цели.

### **Решение социальных проблем**

К основным социальным проблемам респонденты отнесли проблемы детей, пенсионеров, инвалидов, студентов и безработных. По мнению респондентов, за решение социальных проблем в первую очередь должно отвечать государство, а точнее, «правительство и местные органы власти». Опрошенные считают, что в действиях этих структур

не хватает системности и комплексного подхода, охватываются лишь случайные проблемы, поскольку «слабое государство не может эффективно решать социальные вопросы, и социальные программы должны идти сверху, координироваться в центре».

## **Отношение к НКО**

Респонденты испытывают благодарность к тем, кто бескорыстно занимается благотворительностью, говорят о важности и необходимости таких организаций. Однако больше доверия вызывают иностранные фонды, а не российские. Последних считают посредниками, использующими деньги западных фондов не по назначению. Как пример не вызывающего доверия НКО приведен Фонд помощи афганцам, использующий налоговые льготы и имеющий криминальную репутацию. К НКО, которым они доверяют, респонденты отнесли церковь.

## **Источники финансирования НКО**

Среди источников финансирования НКО были названы личные пожертвования («деньги и вещи»), помощь коммерческих структур («богатые фирмы»), благотворительные мероприятия и городской бюджет. Для привлечения средств в НКО, по мнению респондентов, необходимы законы, обеспечивающие фирмам налоговые льготы, разъяснительная работа со стороны государства и повышение общего уровня культуры, особенно у состоятельных слоев населения.

## **Информация о НКО**

Респонденты отметили недостаток информации о деятельности НКО («нет конкретной информации о том, куда обратиться»). Наиболее доступными и эффективными источниками информации о НКО были названы телевидение, наружная реклама (в том числе в транспорте) и бесплатные брошюры. Опрошенные связывают это с тем, что после кризиса люди, нуждающиеся в помощи, не имеют возможности покупать журналы, а многие были вынуждены даже отключить радиоточки.

## **Участие в работе НКО**

Отношение респондентов к работе в НКО в целом положительное. Некоторые сказали, что готовы оказать им посильную помощь, если к ним обратятся, однако сами не готовы проявить инициативу в этом вопросе, так как заняты своими проблемами. Главная причина пассивности связывается респондентами с необходимостью выживать в условиях кризиса: «Если бы я был уверен в завтрашнем дне для себя и своих близких, то тогда мог бы поработать и на общество».

## ***Мнение некоммерческих организаций***

Мнение некоммерческих организаций Пскова о себе и своей роли в обществе отличается той же парадоксальностью, что и суждения организаций Новосибирска. НКО Пскова считают, что социальными проблемами, благополучием общества должно заниматься

государство, и оно не делает этого эффективно только потому, что является слабым и разрушенным реформами. В отличие от своих коллег из Новосибирска, псковские НКО идут дальше и высказывают мысль, что при сильном государстве необходимость в НКО и особенно благотворительных организациях может отпасть сама собой, потому что государство будет решать все социальные проблемы. Между тем, как и в Новосибирске, псковские НКО крайне недовольны политикой государства, считают его работу неэффективной, обсуждают необходимость контролировать деятельность государства. Эта тенденция: контролировать, но не участвовать — характерна для позиции многих НКО в России. Государство должно решать социальные проблемы, а мы будем за ним наблюдать. Своей роли в решении социальных проблем при наличии сильного государства НКО не видят.

Еще одно общераспространенное мнение можно увидеть в высказываниях представителей НКО Пскова. Это отношение к фандрайзингу как к печальной необходимости, чему-то противоестественному. Гораздо больше НКО устраивают так называемые взаимовыгодные отношения, когда НКО может помочь компании-жертвователю в ее бизнесе. При этом большинство организаций не задумываются о таких проблемах, как отход от своей миссии, посвящение себя исключительно коммерции, проблемы вовлечения в не очень чистый бизнес. Вообще, несмотря на то, что некоммерческий сектор в России создан энтузиастами и держится на энтузиастах, сами лидеры НКО очень часто в энтузиазм и бескорыстие не верят, не верят в то, что люди могут помогать друг другу просто так, не считают пожертвование или добровольную помощь чем-то естественным. Это еще один парадокс развития НКО в России, который мешает им строить отношения с обществом и потенциальными донорами.

## **Социальные проблемы**

Респонденты считают, что основная ответственность за решение социальных вопросов лежит на государстве. Для их эффективного решения необходимо сильное правительство. Подчеркивается необходимость работы на местном уровне (городские и областные управлениия социальной защиты, муниципалитеты). Респонденты считают, что социальные проблемы неоднородны, и ими должны заниматься разные структуры, однако государственные учреждения не справляются со своими задачами. Представители НКО (особенно правозащитники) видят свою роль, помимо прочего, в контроле за государственными органами.

## **Цели создания НКО**

По мнению респондентов, НКО создаются, если становится трудно решать социальные проблемы в условиях, когда государство стало неэффективным («люди разуверились в действиях правительства») и когда «государственные чиновники больше прислушиваются к организациям, а не к отдельным лицам». В основе создания организации лежат

личная инициатива, активная позиция. НКО в сознании респондентов связаны с образом гражданского общества («некоммерческая организация создает возможность независимых решений в сотрудничестве с властями и коммерцией»).

Среди целей НКО были названы: выражение интересов социальных групп, в том числе с помощью влияния на государственные структуры и законы, помочь ближним, повышение гражданской сознательности, общение и самореализация. Было упомянуто и то, что создание НКО иногда является лишь способом получения налоговых льгот.

## **Источники финансирования НКО**

Главная помощь государства выражается в налоговых льготах и льготной аренде, обмене информацией и помощи в организации мероприятий. Кризис 1998 года очень сильно сказался на НКО — главным образом в отношении государственного финансирования: «Нас вообще выкинули из бюджета».

Основным источником финансирования НКО являются гранты зарубежных фондов («мы в ближайшее время рассчитываем только на зарубежное финансирование»). Респонденты понимают, что для НКО опасно замыкаться на грантах и необходимо искать другие источники («некоторые эксперты считают, что нехорошо, когда «НКО садятся на финансовую иглу грантодателей»). Однако зарубежные фонды продолжают оставаться для них главной поддержкой («в данных условиях это максимально эффективная форма реализации проектов»). Фонды должны развивать мегапроекты, которые хорошо финансируются («в них вбухивается куча денег») и поэтому оказываются особенно эффективными.

Зависимость от грантодающих зарубежных организаций вызывает, вместе с тем, чувство бессилия и одновременно подогревает неприязнь к государству: «Старики, дети... Об этом, по идеи, должно заботиться государство, а мы пытаемся получить какие-то гранты, чтобы наших стариков кормили, содержали. Это вообще абсурдно».

По общему признанию респондентов, «НКО не умеют работать с местными источниками финансирования». В первую очередь это касается регионального бизнеса, с которым большинство НКО не научились строить отношения, хотя понимают, что такое сотрудничество могло бы быть взаимовыгодным. «Многие НКО рассматривают это только как спонсорскую поддержку. Но это не сотрудничество, а иждивенчество. На данный момент это понимается так: вы нам деньги, а мы о вас где-нибудь расскажем». В то же время появляется опыт работы по «другим схемам»: например, взаимодействие с бизнесом в выгодных региону коммерческих проектах (в частности, по развитию туризма): «Мы (НКО) поможем правильно вложить деньги. Мы находим средства через какие-то фонды, мы их вкладываем в первичное развитие, а потом за это берется бизнес-структура, которая извлекает прибыль».

## **Взаимодействие НКО и СМИ**

Большинство НКО выпускают пресс-релизы. Но проблема отношений со СМИ является одной из наиболее насущных для НКО. Сотрудничают они в основном с местной прессой, стараются поддерживать личные взаимоотношения с отдельными журналистами: «Наши отношения строятся не совсем с газетами, а с конкретными журналистами, с которыми работали в течение какого-то времени». Некоторые журналисты сами являются членами НКО и активно освещают их деятельность.

Однако далеко не все НКО умеют наладить отношения с прессой (некоторым НКО приходится оплачивать публикации). Вместе с тем СМИ находятся не только в финансовой, но и в идеологической зависимости «от этой власти», а потому работать с ними особенно сложно.

Тем не менее, НКО признают свою вину за неумение наладить должный контакт со СМИ. Они понимают необходимость обучения «технологии» взаимодействия со СМИ. Сотрудники хотели бы участвовать в тренингах по работе со СМИ и иметь хорошую техническую базу для большей эффективности своей работы.

## **Архангельск**

### ***Мнение населения***

Как можно увидеть ниже из высказываний участников опроса, жители Архангельска оказались гораздо более продвинутыми в понимании роли некоммерческих организаций и отношения к ним, чем их соседи из Пскова и жители Новосибирска. Возможно, на мнение архангелогородцев повлияла довольно масштабная программа Архангельского центра «Гарант», потратившего много усилий на отражение в СМИ деятельности местных НКО, с помощью малых грантов поддержавшего целый ряд небольших, но показательных благотворительных проектов, организовавшего несколько успешных массовых благотворительных акций.

Жители Архангельска, несмотря на традиционное уже требование сильной роли государства, отводят большую роль общественным организациям в решении проблем общества. Они считают, что общественные организации могут работать вместе с государством и органами местного самоуправления и могут многое изменить. Характерно, что, в отличие от Москвы, Новосибирска, Пскова, подавляющее большинство респондентов в Архангельске не возражают против участия в качестве добровольцев в деятельности некоммерческих организаций, воспринимают добровольчество с уважением, а некоторые даже помогали в решении каких-то срочных проблем. Хотя при этом респонденты отмечают, что привлекать народ к добровольной помощи НКО лучше всего через массовые акции, так как люди ленивы и способны сделать шаг только вместе с другими.

Еще одна интересная деталь в высказываниях жителей Архангельска: они не удовлетворены освещением деятельности НКО в СМИ, считая, что сами организации используют много «сленговых» слов, отражают свою работу непонятным для людей языком. Однако сам факт того, что в газетах есть информация об НКО и люди ее читают — уже громадное достижение.

### **Решение социальных проблем**

По мнению респондентов, к решению социальных проблем необходим подход, при котором объединяются «государство, органы местного самоуправления и общественные организации». Государство признается главным звеном в этом объединении. Но в настоящее время государство не в состоянии решать проблемы, а «число их неуклонно растет». В результате у людей усиливается чувство «брошенности» перед лицом проблем: «Много раз видели, что наименее эффективный способ — это обращаться куда-то за решением проблем». В то же время формируется понимание, что такая ситуация ненормальна, что для решения социальных проблем нужны общественные организации. «Хотелось, чтобы конкретными делами занимались фонды, какая-то социальная группа, которую мы должны сами создавать. Руководитель фонда может определить, сколько требуется средств на ту или иную программу. Этими вопросами должны заниматься общественные организации, чиновники часто действуют в целях собственного обогащения, а в общественных организациях работают люди, неравнодушные к чужим проблемам».

### **Отношение к НКО**

НКО воспринимаются респондентами как общественные объединения, члены которых движимы «желанием что-то изменить» в обществе. Они реализуют это стремление, «решая проблемы конкретной группы людей». Интересно, что респонденты понимают помочь не только как форму материальной поддержки, но и как возможность «подсказать людям определенные выходы» из бедственного положения, «дать нужную информацию», когда «не знаешь, куда пойти».

Благотворительность воспринимается респондентами как деятельность по решению и организации социальных проблем, и люди, занимающиеся ею, вызывают доверие, хотя информации об этом явно недостаточно. Люди хотят знать об осуществляемых в их городе социальных программах больше и конкретнее, иначе у них создается впечатление, что все делается только за деньги и доступно ничтожному меньшинству «богатых». «Когда человек владеет информацией, он выходит на то, что ему нужно. У меня есть доверие к таким организациям».

### **Источники финансирования НКО**

Информация о том, как финансируются НКО, у респондентов довольно абстрактная: «за счет налогов, наверное», «не очень представляю», «есть люди, которые дают деньги, если организация им понравилась».

Вместе с тем, такой источник финансирования НКО, как зарубежные фонды, хорошо известен респондентам.

Возможности самофинансирования НКО оцениваются скептически. «Некоммерческим организациям это крайне сложно».

## **Информация о НКО**

Признаются разнообразные источники информации — все они нужны населению. Возможно, что достаточно эффективной формой распространения информации о НКО могло бы стать специальное периодическое издание или периодически обновляемый справочник: «хотя бы одно издание, где была бы основа, то, что необходимо на каждый день».

В средствах массовой информации города деятельность НКО, по мнению респондентов, освещается крайне скучно: «сведений очень мало, непонятны статьи о некоммерческом партнерстве».

## **Участие в работе НКО**

Респонденты проявили высокую степень готовности участвовать в работе различных НКО в соответствии с собственными интересами. Но необходимо дать людям ясно понять, в чем состоит смысл деятельности той или иной некоммерческой организации, «цель — это главное». Работа добровольцев — «людей, которые имеют какой-то моральный стимул, а не материальный» — вызывает уважение. Характерно, что респонденты неоднократно помогали детскому дому, «когда было землетрясение в Армении», «бедным детям» и т. д. Но у них не было опыта подобного рода помощи НКО, поскольку этот способ социальной помощи был им неизвестен и непривычен.

Наилучшей формой привлечения добровольцев признано проведение акций: «Нужна специально организованная акция, это сработает. Иначе народ ленив». Желательна также активная поддержка этих акций со стороны СМИ.

В целом, перспективы добровольчества связаны напрямую с качеством информации о деятельности НКО, существующих в городе. «Если бы было больше информации об этих организациях, можно было бы выбрать».

## ***Мнение некоммерческих организаций***

В высказываниях представителей НКО Архангельска также чувствуется большая подготовленность и лучшее осознание своей миссии и роли в обществе, чем у организаций в других регионах. Архангельские НКО говорят о взаимодействии с государством, а не о подсобной помощи государству. Видят незаменимость и ценность собственной деятельности. Считают нормальным для себя наличие различных источников финансирования, с большим пониманием относятся к фандрайзингу, не считая его исключительно вынужденной мерой. Интересно, что в Архангельске впервые отмечена ценность обучения, же-

ление местных НКО получать дальнейшие знания и навыки. На это, возможно, повлияло и то, что НКО Архангельска имели возможность получать системное обучение с помощью программ Центра «Гарант».

## **Решение социальных проблем**

Отчетливо прослеживается идея взаимодействия государственных структур и общественных организаций. Решать социальные проблемы должны в первую очередь государственные структуры, но при этом «должна быть связь с общественностью».

## **Источники финансирования НКО**

Осуществляется финансирование из различных источников: городской бюджет и поддержка малого предпринимательства, работа с фондами, собственная хозяйственная деятельность НКО, вложение собственных денег и сбережений. Кризис 1998 года сказался на работе НКО, скорее, «морально».

Наиболее перспективными источниками финансирования в сложившейся ситуации представляются целевые гранты и собственная финансовая деятельность при поддержке бюджетного финансирования.

Для эффективного вложения средств следует четко расставить приоритеты: «на первом месте должны быть дети, потом люди, обделенные здоровьем, потом семья, а затем талантливые дети и молодежь». Финансируться должны в первую очередь «провинция», затем «группы — трансляторы идей» в столице и регионах. Приоритетными должны стать «программы, обучающие чиновников работе с общественными организациями».

## **Взаимодействие НКО и бизнеса**

Помощь от бизнеса существует, но она ограничена и нестабильна. У бизнесменов не выработана привычка работать с НКО: «Бизнес имеет своей целью доход. А помощь общественным организациям — это чистый расход».

Наконец, препятствием является нынешнее состояние самого бизнеса как сектора экономики: «На сегодняшний день бизнес находится на очень низком уровне».

Отношения со спонсорами строятся на основе личных встреч («чаще всего это личное общение и доверие»), создания хорошего отношения к себе в СМИ, создания хорошей репутации, имиджа надежной НКО, которая «не кинет» спонсора.

## **Взаимодействие НКО и государства**

Связь с государственными структурами достаточно разнообразна и многогранна: «Мы связаны со здравоохранением, с образованием, с социальной сферой. Очень часто к нам на семинары приходят представители администрации... Нас знают, приглашают».

## **Взаимодействие НКО и СМИ**

СМИ являются главным информатором о деятельности НКО в городе: «У нас есть журналисты и в газетах, и на ТВ, которые в курсе всех дел. У нас есть газета, которая распространяется и среди подписчиков, и мы рассылаем ее представителям власти, депутатам». Сотрудничество со СМИ требует специальных навыков и является постоянным направлением деятельности, и «если работа сделана хорошо, то и результаты обычно хорошие».

Для эффективного сотрудничества со СМИ, равно как и для решения других проблем, с которыми сталкиваются НКО, необходимо постоянное обучение сотрудников и добровольцев. В этом смысле особенно велика потребность в обучающих семинарах и тренингах с привлечением московских специалистов. Кроме разовых семинаров, хотелось бы «получить» большой стационарный курс на год или на полтора. Темы семинаров и тренингов: фандрайзинг, бухучет и налогообложение, специальные программы, связанные с направлением деятельности конкретных организаций, общие социальные проблемы — для «повышения своего уровня работы».

## **Ростов-на-Дону**

### ***Мнение населения***

Высказывания жителей Ростова-на-Дону отличались крайним недовольством деятельностью государства и местных органов власти. Пожалуй, Ростов-на-Дону оказался единственным городом из участников в исследовании, где жители предложили «переложить функции государства на общество». Безусловно, такое мнение, скорее всего, отражало протест против неэффективной деятельности местных органов власти, однако важно, что люди сделали этот шаг — допустили возможность принятия на себя ответственности за происходящее в регионе.

Такой настрой общества повлиял и на отношение жителей к некоммерческим организациям. В целом это отношение положительное, общественные организации вызывают доверие населения. Несмотря на то, что никто из респондентов никогда не участвовал непосредственно в деятельности НКО, большинство участников опроса были бы не против такого участия, оказания добровольной помощи благотворительным программам, направленным на работу со стариками, детьми, инвалидами, помогающим животным.

Здесь хочется также отметить, что и в Архангельске, и в Ростове-на-Дону жители оказались знакомы с деятельностью зарубежных фондов и относятся к этой деятельности без подозрения, отмечая роль зарубежных фондов в финансировании некоммерческих организаций. Это особенно знаменательно для Ростова-на-Дону, считающегося весьма консервативным регионом, где жители раньше с подозрением относились к любому чужаку.

## **Решение социальных проблем**

Респонденты считают, что социальными проблемами следует заниматься государству, однако в настоящее время властям это не под силу («по-моему, оно их вообще не решает»). НКО респонденты рассматривают как «посредников» между населением и государством, представители которых собирают информацию о проблемах на местах и указывают государственным чиновникам, что необходимо сделать в первую очередь. В то же время выражено крайнее раздражение по поводу неэффективной деятельности государства в социальной сфере. Вот характерное мнение: «В нашей стране надо убрать все властные структуры и переложить их функции на общество».

## **Отношение к НКО**

НКО респонденты называют «полезными» и «нужными» организациями, которые оказывают конкретную помощь социально незащищенным слоям населения. Эти организации вызывают у людей доверие.

Источниками финансирования НКО опрошенные считают зарубежные фонды, пожертвования частных лиц и организаций, отчисления из бюджета, самофинансирование, которое поощряется в случае, если деньги идут только на уставные цели.

## **Информация о НКО**

Респонденты отметили, что необходимо получать больше информации о деятельности НКО в регионе как тем, кому нужна помощь, так и тем, кто хочет помочь сам или принять участие в их работе. «Нужна информация о том, что конкретно сделала организация».

Информацию о НКО желательно получать через местные газеты, телевидение (лучше местное), бесплатные брошюры, рассылаемые по почте, презентации в крупных магазинах, через Интернет. Интерес также вызывают семинары и массовые акции. Информация в форме рекламы несколько настораживает.

## **Частные пожертвования**

Никто из респондентов добровольно не жертвовал в НКО, однако считают нужным делать подаяния в церкви. Также отмечено, что пожертвования для НКО осуществляли организации, в которых респонденты работают. Поработать в НКО участникам опроса никто не предлагал, однако такие предложения могли бы быть восприняты положительно. Жители Ростова-на-Дону отметили, что были бы не против помогать детям, инвалидам, малоимущим и даже животным.

## **Мнение некоммерческих организаций**

Мнения представителей НКО Ростова-на-Дону о своей роли и взаимоотношениях с государством, как ни странно, не так радикальны, как мнения населения. НКО Ростова, как и их коллеги из других городов, подчеркивают роль государства в решении социальных проблем, однако себе отводят роль посредника, лоббиста интересов общества

и отдельных групп нуждающихся, а не подсобного рабочего. НКО Ростова активно взаимодействуют как с местными органами власти, так и со СМИ. С бизнесом отношения пока складываются трудно, нет достаточного взаимопонимания между частными компаниями и НКО. Велика зависимость НКО от грантов международных фондов.

### **Решение социальных проблем**

Эта группа респондентов также склоняется к тому, что социальные проблемы должны решать государственные структуры, а НКО могут помочь в этом. Государственные чиновники не осведомлены о реальных проблемах, а НКО их информируют, играют роль посредников, лоббистов. Также НКО должны мобилизовать средства коммерческих структур на решение социальных вопросов. В отличие от государства, НКО решают проблемы конкретных социальных групп, имеют возможность вникнуть в каждый отдельный случай и ведут более гибкую политику.

### **Источники финансирования НКО**

Представители НКО отметили, что бюджетное финансирование было бы для них желательным, но оно отсутствует как таковое. При этом подчеркивается, что «финансирование, естественно, из местного бюджета — на уровне городских, областных администраций». Государственные структуры (на уровне местной администрации) иногда оказывают НКО помощь в проведении отдельных акций, оформлении документов, предоставляют льготную аренду, могут оказать помощь их подопечным. Между местной администрацией и НКО происходит обмен информацией, НКО стараются участвовать в составлении нормативных актов.

Значительную часть финансирования НКО получают от зарубежных фондов. Зависимость от них возросла после кризиса 1998 года. Однако представители НКО опасаются столь большой зависимости от грантов, иногда сомневаются в компетентности экспертов фондов. После кризиса прекратились «достаточно крупные мероприятия за счет грантов». «Сейчас мы можем позволить себе немногое. Но легче стало получать минигранты». Представители российского бизнеса, по мнению респондентов, еще не осознали необходимости заниматься благотворительностью и не готовы к сотрудничеству с НКО. Респонденты считают, что изменение налогового законодательства могло бы стимулировать интерес коммерческих структур к благотворительной деятельности. Сейчас российские фирмы охотнее помогают не деньгами, а продуктами, товарами, услугами. Западные фирмы протягивают руку помощи близким по профилю НКО (например, фармацевты — обществу диабетиков). Однако и сами представители НКО еще не наработали достаточно навыков для эффективной работы с бизнесом.

Частные пожертвования не являются значимым источником финансирования. Обычно они выражаются в помощи вещами, а не денежными средствами.

## **Взаимодействие НКО и СМИ**

НКО концентрируются на работе с местными СМИ. Они выпускают пресс-релизы, проводят пресс-конференции и круглые столы, у некоторых НКО есть свои газеты, другие к этому только стремятся. Важное значение имеют личные контакты с журналистами.

Все материалы в СМИ даются бесплатно. По мнению респондентов, представители СМИ проявляют интерес к деятельности НКО, чаще всего их просят прокомментировать значимые события или осветить проводимые акции. Однако отражение деятельности НКО в СМИ, по мнению респондентов, прежде всего зависит от умения представителей НКО привлечь внимание журналистов и не испортить с ними отношений.

Опрошенные отметили, что для успешной работы необходимо проведение профессиональных тренингов, в том числе коммуникативных. В целом же СМИ воспринимаются как союзники.

## **Краснодар**

### ***Мнение населения***

Население Краснодара, судя по результатам опроса, относится к некоммерческим организациям с большим подозрением, считая их деятельность полукриминальной, не вполне понимая мотивы, которые движут людьми, создающими некоммерческие организации. Мнение жителей Краснодара отражает широко распространенную проблему в отношениях НКО и общества. Россияне, считающие чертами национального характера готовность к взаимопомощи, умение дружить, заботу о близких, тесные семейные связи, при этом не верят в то, что за пределами семьи или круга друзей люди могут помогать друг другу, заботиться о тех, кто не является их родственниками. Опрос показал, что оказание разовой помощи из жалости или же по поручению государственных органов воспринималось участниками опроса нормально, оказание систематической добровольной помощи, посвящение своей карьеры поддержке других — вызывало откровенное подозрение.

В Краснодаре это подозрение проявилось наиболее ярко.

Кроме этого, в Краснодаре также наиболее ярко проявилось подозрительное отношение к деятельности международных фондов в России. Никто из присутствовавших на фокус-группе не верил, что иностранные фонды искренне хотят помочь нуждающимся в России. Наиболее устойчивым оказалось мнение, что под прикрытием иностранных фондов Соединенные Штаты и другие западные страны занимаются шпионажем и диверсионной деятельностью на территории России. Причиной подобной подозрительности, кроме очевидного влияния местных СМИ, настроенных антizападно, является то же самое непонимание мотивации иностранных граждан и государств в заботе о России. «Какое им до нас дело? Просто так они бы к нам не пришли, у них своих забот хватает», — вот распространенные высказывания участников фокус-группы. К непониманию мотивов иностранных граждан и государств добавляется и непонимание сути деятельности грантодающих фондов, их структуры и миссии. Все вместе является еще одним барьером в отношениях НКО и местного населения.

## ***Мнение некоммерческих организаций***

Представители некоммерческих организаций Краснодара и спокойнее относятся к деятельности иностранных фондов (многие получали небольшие гранты), и с большим уважением — к собственной работе. Однако и здесь проявились два чувства: подозрительность и неверие в бескорыстную помощь.

Отношение к фандрайзингу в целом положительное. Хотя участники опроса при ответах на вопросы об источниках финансирования все время употребляли такие слова, как «приходит», «ничего не поделаешь». В процессе проведения фокус-группы также ярко проявилась конкуренция среди некоммерческих организаций за источники финансирования. Никто из присутствовавших не пожелал более подробно, с примерами, рассказать о своих успехах в поисках средств. А одна организация даже сослалась на «коммерческую тайну».

Большинство респондентов также отмечали важность и возможность развития добровольчества, однако потенциал населения никем пока широко не используется.

## ***Решение социальных проблем***

По мнению респондентов, в «нормальной ситуации» необходимо взаимодействие государственных структур, бизнеса и общественных организаций. И в какой-то мере это взаимодействие налаживалось. Но все резко изменилось после августовского кризиса 1998 года. «Многим серьезным людям, которые до этого были заинтересованы в подобных взаимодействиях, сейчас просто не до нас. И, соответственно, дефицит средств... Пострадали практически все программы».

В то же время кризис, который «сказался на всех», имел положительные аспекты: «Он способствовал активизации деятельности каждого члена организации», «подтолкнул» к раскрытию способностей и потенциала работников НКО».

## ***Источники финансирования НКО***

Постоянного источника финансирования нет. Приходится «использовать» различные источники: разовые пожертвования, контакт с бизнес-структурами, перераспределение средств внутри общественных организаций, которые участвуют в объединенных программах, добровольные взносы.

Идет поиск наиболее перспективных стратегий финансирования: «Нам хотелось бы изменить финансирование, чтобы оно было более устойчивым, на какой-то постоянной основе, чтобы можно было планировать свою деятельность».

Возможности финансирования в настоящий момент связаны со «всевозможными грантодателями и благотворительными фондами, поддерживающими конкретное движение». Причина того, что приоритетными оказались эти источники финансирования, заключается в том, что кризис ударил в одинаковой степени и по государственному,

и по коммерческому сектору: «Государственный сектор ослаблен. Бизнес-структура, если не имеет интереса в продвижении своего товара на рынке, тоже на контакт не идет... Может быть, придется расширить сферу деятельности... Стаемся осуществлять сервисные услуги, которые нужны всем... Мы хотим попробовать все. Желательно, чтобы источники финансирования были разными».

Сменяются приоритеты в финансировании — в «фокусе» оказываются уже не только зарубежные фонды: «Грантодатели — это, конечно, хорошо. Но в основном приходится рассчитывать на какие-то другие источники, например, на коммерческую деятельность в рамках Устава».

### **Взаимодействие НКО и бизнеса**

Бизнес-структуры остаются важнейшими партнерами, поэтому одно из направлений работы НКО — выстраивание отношений с ними. Приоритетными являются личные контакты.

### **Взаимодействие НКО и грантодающих организаций**

Существует потребность в информации о грантах и в помощи в составлении заявок. Необходимо также ориентировать фонды от общих проблем демократизации к конкретным социальным задачам. «Создается впечатление, что иностранные фонды излишне политизированы. Хотя существует очень много других направлений, например, развитие науки, однако фонды не заинтересованы в этом, так как отдача от развития науки требует долгого времени. Очень важным вопросом является экология. Социальная защита у нас также не на должной высоте».

### **Взаимодействие НКО и государства**

Контакты с государственными структурами оцениваются различными организациями по-разному: от «малоудачных» до «очень хороших». Создается впечатление, что одни из представленных организаций ориентированы на местные органы власти («у нас очень хорошие контакты с мэрией»), а другие — на коммерческие структуры («то, что с коммерческой структурой можно решить за полчаса, с государственной осуществляется в течение месяцев»).

Для более успешного, эффективного сотрудничества и взаимодействия с государственными структурами предлагается такое направление, как государственные или муниципальные гранты. Но «в России на сегодняшний день это практически невозможно», поэтому данное направление можно рассматривать как перспективное.

### **Взаимодействие НКО и СМИ**

Отношения со СМИ в целом налажены: практически все сотрудничают с радио, телевидением, прессой. Большинство услуг СМИ бесплатны: «Были попытки со стороны местной прессы предлагать платные услуги. Но мы пресекли это, сменив СМИ».

Проблемой остается имидж организации. Его или нет, или идет «выработка стиля» (эмблемы, логотипы, дизайн). В наших условиях наиболее эффективный способ создания имиджа НКО — наличие в ней яркого лидера: «Президент нашей организации — довольно известный человек, поэтому у нас есть имидж».

Существует потребность в профессиональных тренингах (например, по компьютерной грамотности, социально-правовой защите, по маркетингу, фандрайзингу, менеджменту) на регулярной основе, но остро стоит проблема привлечения средств для их оплаты. «У нас мог бы быть интерес к тренингам, но средств на их проведение нет. Но я считаю, что это крайне необходимо».

### **Помощь добровольцев**

Есть большой потенциал «добровольчества». Мотивы его среди населения следующие: исторически сложившаяся приверженность жителей России идеи служения обществу и нравственной идеи помочи людям. «У нас это где-то в корнях».

Вместе с тем, НКО своей деятельностью не способствует раскрытию этого потенциала в полной мере. Следовало бы использовать семинары, «ходить в народ» (в школы, институты, на предприятия), специально готовить лиц, способных привлекать других людей. «Должен быть человек, который будет выходить на контакт с населением и открыто говорить обо всем».

## **Хабаровск**

### ***Мнение населения***

Мнение населения Хабаровска о некоммерческих организациях мало чем отличается от мнения краснодарцев. Общественные организации считаются собраниями энтузиастов. Участники опроса считают, что в их регионе нет ни одной благотворительной организации, хотя на самом деле их более сотни. В основном недоверие проистекает из незнания некоммерческого сектора, отсутствия информации для жителей города и региона о результатах деятельности НКО.

При этом доверие вызывает деятельность церкви, а также различных групп оздоровления, часто похожих на религиозные секты, число которых в Хабаровске невероятно велико. Жителям не хватает «душевного общения», и они ищут его в подобного рода организациях.

Хотелось бы отметить еще одну характерную деталь в высказываниях жителей Хабаровска: противопоставление коммерческой деятельности, бизнеса и «реальной работы».

Фраза «вынуждены крутиться, а не работать» отражает целый мир предрассудков и представлений. Коммерческая деятельность воспринимается как вынужденная мера, как что-то нехорошее, ненастоящее. Отсюда рикошетом возникает недоверие к лидерам НКО, также проявляющим частную инициативу. Но бизнесом люди начинают заниматься «не от хорошей жизни», а инициатива лидеров НКО вообще происходит непонятно откуда.

## **Решение социальных проблем**

Мнения о том, кто должен решать социальные проблемы, разделились. По мнению одних респондентов, государство должно заниматься решением социальных проблем в первую очередь, по мнению других — «человек должен решать сам 90% своих проблем», хотя обязанность государства — помочь ему: «если хочешь, чтобы человек ел всегда рыбу, дай ему удочку». В то же время государство не дает гражданам эту «удочку», поскольку лишает народ рабочих мест, и тогда человек «должен крутиться, а не работать».

## **Отношение к НКО**

Респонденты представляют себе общественные организации довольно абстрактно — как «собрание энтузиастов, которых финансовые вопросы если и волнуют, то только чтобы выжить». А проблемы общественных организаций — нехватка финансирования и опыта. Благотворительные организации, по мнению респондентов, имеют «другой статус», но «в Хабаровске таких нет».

Деятельность НКО важна, поскольку «необходимо помогать людям бедным и очень бедным». Кроме того, НКО поддерживают людей морально — «распространяют волны вдохновления». Без НКО «общество превратилось бы в дикий капитализм».

## **Источники финансирования НКО**

По общему мнению, НКО не приносят прибыли. В то же время респонденты считают, что сейчас «многие общественные организации финансируются криминальными структурами с целью отмывания денег». Добровольные взносы составляют мизерную часть средств.

Другой источник финансирования — зарубежные гранты и специальные государственные программы.

## **Информация о НКО**

Жители Хабаровска плохо информированы о деятельности некоммерческого сектора. Они хотели бы иметь больше информации, но толком не знают, куда обратиться: «наверное, нужны союзы некоммерческих организаций» по типу консультационного российско-американского центра, которые аккумулировали бы информацию.

## **Помощь добровольцев**

Представления о добровольцах, работающих в НКО, расплывчаты: «Это люди, которые безвозмездно берут на себя обязательства и осуществляют какую-то работу».

Собственный опыт работы в НКО, скорее, разочаровал: «Я работал в общественной организации и ушел. Повторять опыт не хочется. Бывает, что забываешь, зачем ты пришел сюда и нужен ли ты здесь».

С точки зрения респондентов, НКО и, в частности, благотворительные организации не завоевали авторитета в российском обществе. Хотя на словах население одобряет развитие некоммерческого сектора, видя в нем благородное начинание, недоверие к реальным НКО велико. Поэтому люди не готовы «в данной ситуации» делать пожертвования и включаться в работу на добровольных началах. Характерно, что большее доверие вызывает не только церковь, но такие объединения, как, например, последователи системы Иванова, поскольку они «меняют сознание людей».

### ***Мнение некоммерческих организаций***

Снова, как и в других регионах, мы видим в Хабаровске низкую самооценку НКО, погруженность в проблемы, слепоту в отношении собственных успехов. Опять, как в Пскове и Новосибирске, красной нитью через всю дискуссию проходит мечта о руководящей и направляющей роли государства. Причем, как и в других городах, никто конкретно не может пояснить, в чем же эта руководящая и направляющая роль должна заключаться и чем она должна отличаться от того, что есть. Потому что тем, что есть, все организации недовольны.

Парадоксально, но мечта о руководящей роли государства возникает именно в тех регионах, где государство как раз и стремится играть главную роль в решении всех проблем, проводит патерналистскую политику, с подозрением относится к независимым инициативам.

### ***Решение социальных проблем***

Представители НКО Хабаровска считают, что для эффективного решения социальных проблем необходимо сочетание усилий государства и общественных организаций при руководстве государства. «Основными проблемами, возникающими в обществе, должно заниматься государство. А некоммерческим организациям уже на местах следует решать какие-то частные вопросы».

По мнению участников исследования, НКО, хотя и являются важной социальной силой, отнюдь не всесильны и чаще терпят поражение в нынешних условиях. «Сегодня некоммерческие организации находятся в таких тисках, что практически не могут развернуть свою деятельность. Мы — большая краевая организация, в начальном периоде демократизации общества организовали пять коллективов для решения проблем окружающей среды. Все пять успешно «задушены», все они ушли в коммерцию и работают на прибыль. А мы остались голыми».

### ***Источники финансирования НКО***

Респонденты подчеркивают бедственное положение своих организаций: «В настоящее время мы — на грани вымирания». Для поиска средств НКО принимают участие в работе избирательных кампаний. И, конечно, гранты международных фондов, оказание услуг коммерческим организациям. Но отношения с бизнесом «не выстраиваются»,

поскольку «он у нас не социальный». Государство же поддерживает не денежно, а «натурай», предоставляя «площади, транспорт, канцелярские товары».

Если со СМИ работа более или менее налажена («СМИ используем очень широко»), то к государственным структурам имеется масса претензий, при этом подчеркивается, что они «не строят правовое государство». В сущности, власти выступают, по словам респондентов, главным препятствием на пути НКО, поскольку «не способны обеспечить общественные организации условиями работы», не могут «создать благоприятную среду и разобраться с бандитами».

## **Петропавловск-Камчатский**

### ***Мнение населения***

Жители Петропавловска-Камчатского практически ничего не знают ни о некоммерческих, ни о благотворительных организациях. После тщательных раздумий участники опроса вспомнили только Красный Крест. Многие знакомы с деятельностью религиозных организаций, которым доверяют.

### **Решение социальных проблем**

Мнения о том, кто должен решать социальные проблемы, разделились. Одни считают, что в первую очередь решением социальных проблем должно заниматься государство. По мнению других, «все на кого-то надеются: кто на общественные организации, кто на государство, кто еще на что-то, но люди перестали надеяться на себя».

Существует очень высокая степень недоверия к власти, поскольку она совершенно равнодушна к людям: «Государство где-то, а я здесь и сейчас».

### **Отношение к НКО**

Респонденты мало знают об общественных организациях: «Они, наверное, занимаются благотворительностью и организацией различных программ, охраной памятников истории...»

Образ НКО, сложившийся у населения, — это «люди, которые общаются с другими людьми», работают с ними, располагают к себе и заинтересовывают, вовлекая тем самым в работу организаций. Реальная же деятельность НКО жителям Петропавловска-Камчатского незнакома. Более того, говоря о НКО, они ориентируется на модель деятельности религиозных организаций, которую яснее себе представляют: «Всегда смотрю на религиозные организации: им удается очень много, потому что они дают людям какую-то надежду, оказывают поддержку».

С точки зрения опрошенных, НКО еще не завоевали достаточного авторитета в российском обществе и не являются весомой общественной силой. Более того, респонденты высказывают опасение, что НКО могут быть использованы в политической борьбе. «Общественные организации зачастую становятся орудием различных политических игр».

## **Источники финансирования НКО**

Представления населения об источниках финансирования НКО довольно смутны — это «пожертвования каких-то людей, финансирование на бюджетной или небюджетной основе». Столь же неопределенны и представления респондентов о том, кто должен финансировать НКО: «Наверное, должно финансировать государство...». По мнению респондентов, НКО, вероятно, могут заниматься и коммерческой деятельностью, но каким образом, они не представляют: «Мы не знаем их права».

## **Информация о НКО**

Респонденты плохо представляют себе деятельность некоммерческого сектора. Единственная организация, о которой они могут сказать что-то, — это Красный Крест. «Среди населения многие женщины, малоимущие, пенсионеры сейчас получают какую-то помощь. «Красный Крест» — единственная организация, о которой я слышала. Еще, может быть, организация по сбору вещей... Спонтанные такие акции — лучше бы они были постоянными».

Из ответов участников опроса следует, что все они практически не имеют никакой конкретной информации о НКО. Наиболее доступными и эффективными источниками сведений о НКО респонденты считают газеты и радио. Особый акцент сделан на радио. Так, отмечена передача «Экологически чистый финал», которую многие слушали и которая заинтересовала многих.

## ***Мнение некоммерческих организаций***

Как показало исследование, некоммерческие организации Петропавловска-Камчатского довольно независимы и проводят самостоятельную политику в отношении многих местных проблем. Среди них преобладают экологические и правозащитные организации, являющиеся наиболее сильными и получающие существенную поддержку от международных фондов. В отношениях с местными властями наблюдается притупленный конфликт, который периодически вспыхивает вновь. С бизнесом отношения постепенно налаживаются, однако больших возможностей для себя в работе с бизнесом местные НКО не видят, так как экономическая ситуация на Камчатке крайне тяжела и близка к катастрофической.

## **Решение социальных проблем**

Респонденты считают, что для эффективного решения вопросов социальной сферы нужны сбалансированные отношения государства и общественных организаций. Необходимо также участие экспертов по социальным вопросам, поскольку «есть такие проблемы, которыми могут заниматься только профессионалы».

## **Причины создания НКО**

По мнению опрошенных, НКО являются важной социальной силой в обществе. Когда складываются «объективные» условия, возникает как бы историческая необходимость в НКО. «Они создаются независимо от человека. В какой-то момент собирается необходимое количество мыслей, людей, нереализованных желаний в одном месте и в одно время и требуют своей реализации... Для решения общественно значимых задач, достижения социально значимых целей».

## **Источники финансирования НКО**

Материальная поддержка НКО складывается из нескольких источников, основными из которых являются международные гранты (главным образом из экологических фондов), и за счет предоставляемых услуг. Поскольку эти источники сохранились, кризис 1998 года хотя и повлиял на НКО, но «катастрофы» не вызвал. Лишь «некоторые программы были закрыты».

## **Взаимодействие НКО и государства**

Представители некоммерческих организаций считают, что взаимодействие с государством в целом налажено. Оно проходит в форме совместных проектов и в контроле за распределением средств. «Трясем государство, как грушу. Заставляем его уважать людей... Вся эта ситуация с невозможностью реализовать социальные программы — все это чушь, это воровство из бюджета в самых грустных формах». Бывают и открыто конфликтные ситуации.

В отношениях «местные органы власти — НКО» складывается ситуация противостояния, в которой НКО не склонны решать конфликт, а, возможно, готовы активно участвовать в нем. «Если подытожить ситуацию, то мы имеем дело с экстремизмом со стороны государства по отношению к своим гражданам и по отношению к общественным организациям. Общественные организации мешают органам власти».

## **Взаимодействие НКО и бизнеса**

НКО активно пытаются наладить отношения с бизнесом, хотя опрошенные считают, что сейчас нет условий для того, чтобы бизнес-структуры открыто включились в благотворительную деятельность. Более того, они сами пытаются оказывать услуги на коммерческой основе. «С коммерческими организациями можно взаимодействовать на уровне баланса интересов: не столько просить деньги, сколько пытаться оказывать им какие-то услуги, может быть, за меньшие деньги». Отношения с бизнесом строятся на основе личных контактов и через СМИ (с теми организациями, которые могут заплатить за рекламу).

В целом, создается впечатление, что в экстремальных условиях, сложившихся в данном регионе (обнищание населения, откровенное разворовывание средств), НКО борются за выживание, принимая те правила игры, которые сложились. Эти правила диктуют им стратегию поведения, мало соответствующую целям деятельности, которые они же провозглашают.

# ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Необходимо подчеркнуть, что проблема благотворительности и деятельность НКО, связанная с благотворительностью, россиянам мало известны. Более того, такие вопросы в ходе дискуссий в фокус-группах были «отодвинуты» на периферию. Вероятно, имеет смысл про-думать и провести исследование, которое было бы сфокусировано именно на этой проблеме.

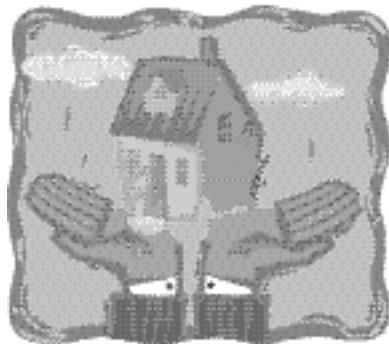
Тем не менее, проведенные в ходе данного исследования дискуссии в фокус-группах и результаты анкетирования показывают, что, хотя идея благотворительности как организованной деятельности в нынешней ситуации воспринимается скептически, люди готовы делать пожертвования. Анкетный опрос позволил выявить приоритетные группы и организации, которым россияне готовы жертвовать (см. таблицу 1).

**Таблица 1**

**Организации и группы людей, которым бы в первую очередь оказали благотворительную помощь россияне**

Организации и группы людей	Процент от числа опрошенных	Рейтинговый номер
Художественный реабилитационный центр для детей-сирот	67	1
Государственный детский дом	64	2
Жертвы экологических и природных катастроф	58	3
Пострадавшие от войны в Афганистане и Чечне	58	3
Благотворительная организация, занимающаяся проблемами инвалидов	58	3
Дом престарелых	45	4
Онкологический центр	44	5
СПИД-центр	42	6
Просящие милостыню на улице	42	6
Организация «зеленых»	36	7
Восстановление исторических памятников	31	8
Приют для бездомных животных	28	9
Организация, занимающаяся проблемами и адаптацией душевнобольных	28	9
Организация, занимающаяся защитой прав человека	26	10
Церковь	26	10
Наркологический центр	18	11
Заключенные	13	12

Результаты анкетирования показывают, что приоритетной группой для оказания благотворительной помощи являются дети-сироты. Нужно отметить, что не пользуются вниманием группы, традиционно бывшие объектами пожертвований — церковь, нищие. Отвергаются группы, отождествляемые с «дном общества» — наркоманы и заключенные.



# **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ РЕГИОНАХ РОССИИ**

## **Общие выводы**

Проведенное исследование выявило несколько общих моментов во мнениях населения и некоммерческих организаций во всех восьми регионах. Так или иначе, и представители населения, и лидеры НКО разделяют некоторые устойчивые убеждения, которые на самом деле мешают им наладить диалог и успешно сотрудничать. Эти убеждения таковы:

- Государство должно играть главную роль в определении и осуществлении социальной политики в стране, а некоммерческие организации играют либо подсобную роль, либо (или в то же время) являются своего рода общественными контролерами деятельности государства, указывающими властям на их ошибки.
- Сами некоммерческие организации мало что могут изменить в обществе, они слишком слабы.
- Людям не свойственно оказание бескорыстной помощи посторонним, кроме как разовой помощи из жалости, люди всегда ищут собственную выгоду; бескорыстие, энтузиазм, альтруизм, забота не только о родственниках и близких друзьях — исключение, а не правило.
- Фандрайзинг — это вынужденная мера, гораздо более здоровыми и реалистичными являются взаимовыгодные отношения, когда обе стороны имеют выгоду от взаимодействия, причем под выгодой понимается, как правило, прямая материальная выгода.
- Частная инициатива (занятие бизнесом, некоммерческая деятельность) — следствие проблем в обществе, в нормальном обществе люди должны работать на благо страны, а не «крутиться», зарабатывая деньги.

Как мы видим, несмотря на то, что с момента перехода к рыночной экономике в России прошло почти десять лет, взгляды и убеждения людей (включая даже активную часть общества — бизнес и НКО) отражают советский социалистический подход к жизни: коллективная работа на благо общества, заботливое государство, решающее все проблемы. Видимо, должно пройти еще десять, а то и двадцать лет для того, чтобы эти глубоко укоренившиеся убеждения изменились.

Серьезную роль в улучшении ситуации могут сыграть ресурсные центры НКО, которые с помощью общественных кампаний на конкретных местных примерах могут

- разъяснять жителям мотивы деятельности НКО, их лидеров, а также показывать результаты деятельности НКО;

- через тренинги, консультации, другие программы повышать самооценку лидеров НКО, учить их анализировать свои успехи и неудачи, видеть собственные достоинства;
- инициировать совместные программы финансирования с коммерческими структурами и, где возможно, между коммерческими структурами и международными фондами;
- инициировать и проводить общественные кампании, где большие массы людей могут хотя бы разово принять участие в добровольной помощи некоммерческим организациям.

## **Региональные различия**

Среди региональных различий можно выделить следующие:

- Чем сильнее патернализм местных органов власти, чем больше они вмешиваются в ежедневную жизнь людей, тем больше люди недовольны их деятельностью и при этом тем больше они мечтают об идеальном сильном государстве.
- Взаимоотношения с бизнесом, их успешность и неуспешность не зависят от экономического благополучия региона, а больше зависят от последовательности и продуманности действий самих НКО.
- Там, где НКО наладили постоянные связи с электронными СМИ, жители знают гораздо больше о некоммерческих организациях, чем там, где эта связь не налажена и НКО используют только собственные издания и печатную прессу.
- Влияние сильного ресурсного центра НКО, не просто оказывающего услуги, а занимающегося развитием взаимоотношений сектора с другими секторами общества, развитием постоянных программ НКО, очень велико и сразу чувствуется в отношении населения к НКО, настрою и позиции самих некоммерческих организаций. Среди городов, где такое влияние особенно ощутимо, хочется отметить Архангельск и Ростов-на-Дону. Влияние крупных НКО и ресурсных центров также ощущается и в Новосибирске, и в Москве, однако там, в силу того, что эти города очень велики, их влияние недостаточно для изменения ситуации к лучшему во всем городе или регионе. Усилий одной или даже двух-трех организаций просто недостаточно.

Безусловно, проведенное исследование не претендует на то, чтобы показать всю полноту картины взаимоотношений населения и НКО, самоопределения некоммерческих организаций, их связи с органами власти и донорами. Однако оно дает тот срез, который позволяет увидеть наиболее серьезные мировоззренческие проблемы во взаимоотношениях НКО и общества, проблемы, без решения которых появление устойчивых местных источников финансирования для НКО, добровольчества, да и гражданского общества в целом будет очень и очень трудным.

