

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ – ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
ЛАБОРАТОРИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА**

**АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ
ВТОРИЧНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ ПО
ПОКАЗАТЕЛЯМ И ИНДИКАТОРАМ
ОБЩЕСТВЕННОЙ АКТИВНОСТИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НКО
(ФЕВРАЛЬ 2008 Г.)**

Руководитель темы,
канд.социол.наук, старший научный
сотрудник ГУ-ВШЭ

И.В. Мерсиянова

**Москва
2008**

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ.....	4
ГЛАВА 1. ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ АКТИВНОСТИ И ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	9
1. Социальное доверие.....	9
2. Солидарность.....	12
3. Круг основных проблем.....	15
ГЛАВА 2. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ОБЩЕСТВЕННОЙ АКТИВНОСТИ В ЖИЗНИ РОССИЯН.....	20
4. Вовлеченность граждан в добровольческую деятельность.....	20
5. Вовлеченность граждан в благотворительную деятельность.....	26
ГЛАВА 3. ИНФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАН О НКО И ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНИЦИАТИВАХ.....	28
6. Каналы распространения информации о НКО.....	28
7. Информированность граждан о НКО и общественных инициативах.....	30
ГЛАВА 4. ГРАЖДАНЕ КАК УЧАСТНИКИ И КЛИЕНТЫ НКО.....	36
8. Характеристики участия населения в деятельности НКО и общественных инициатив.....	36
9. Место общественной работы в структуре расходования свободного времени.....	42
10. Характеристика социальной базы потребителей товаров и услуг НКО.....	45
ГЛАВА 5. ТРУДНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НКО.....	50
11. Основные проблемы НКО.....	50
12. Стереотипы восприятия НКО.....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	55
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	56

ВВЕДЕНИЕ

Лабораторией исследования гражданского общества Государственного университета – Высшей школой экономики по инициативе Агентства социальной информации проведено социологическое исследование по индикаторам общественной активности и деятельности НКО.

Метод исследования – вторичный анализ данных, предполагающий анализ результатов ранее проведенных исследований в целях программы «Укрепление общественной поддержки НКО», целью которой является популяризация деятельности некоммерческого сектора, развитие волонтерства и благотворительности для более широкого привлечения граждан к участию в общественных инициативах, направленных на поддержку и развитие местного сообщества, а также усиление прозрачности, эффективности и ответственности общественных организаций.

Объект исследования – взрослое население РФ, в том числе взрослое население восьми субъектов РФ:

- Москва,
- Санкт-Петербург,
- Алтайский край (адм. центр Барнаул),
- Калининградская область (адм. центр Калининград),
- Краснодарский край (адм. центр Краснодар),
- Нижегородская область (адм. центр Нижний Новгород),
- Челябинская область (адм. центр Челябинск),
- Хабаровский край (адм. центр Хабаровск).

Информационную базу исследования составили первичные данные социологических опросов, проведенных в 2007 году в рамках мониторинга состояния гражданского общества ГУ-ВШЭ:

✓ «Общественная активность и участие населения в НКО и неформальных сообществах» и «Восприятие гражданами своих социальных и политических прав, условий их реализации, роли гражданского общества в их обеспечении, а также мер по поддержке гражданского общества» – всероссийские репрезентативные опросы населения на основе многоступенчатой стратифицированной территориальной случайной выборки (объемы выборочных совокупностей – 3058 чел. и 3064 чел. соответственно). Программы исследований, включая инструментарий, разработаны сотрудниками Лаборатории. Сбор эмпирической информации и формирование массивов первичных данных осуществлен Фондом «Общественное мнение».

✓ «Условия и эффективность деятельности некоммерческих организаций в Российской Федерации» и «Некоммерческие организации в институциональной среде гражданского общества и государства» – всероссийские репрезентативные опросы руководителей общественных объединений и других видов негосударственных некоммерческих организаций (объемы выборочных совокупностей – 1057 и 1054 организаций соответственно). Программы исследований, включая инструментарий, разработаны сотрудниками Лаборатории. Сбор эмпирической информации и формирование массивов первичных данных осуществлены АНО «Социологическая мастерская Задорина» и ООО «МаркетАп».

✓ Массовые опросы населения по технологии георейтинга (Фонд «Общественное мнение»), репрезентирующие как взрослое население России, так и взрослое население отдельных субъектов РФ. Объем выборочной совокупности по каждому субъекту РФ – 500 чел.

Программы всех исследований, включая инструментарий, разработаны сотрудниками Лаборатории.

В настоящей аналитической записке содержатся результаты проведенного исследования, включая приложение со значениями показателей общественной активности (выборочно).

Руководителем настоящего исследования и ответственным исполнителем является кандидат социологических наук, старший научный сотрудник ГУ-ВШЭ Мерсиянова Ирина Владимировна.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ

В ходе исследования методом вторичного анализа данных были проанализированы различные предпосылки формирования гражданского общества и развития общественной активности в восьми российских городах (на фоне среднероссийских показателей). Было установлено что:

⇒ В современном российском обществе фиксируется относительно низкий уровень социального доверия: 18% россиян полагают, что большинству людей можно доверять, и 78% считают, что в отношении с людьми следует быть осторожными.

⇒ По ощущениям 16% россиян уровень доверия людей друг к другу за последние годы не изменился. Лишь каждый девятый (11%) полагает, что он увеличился. По мнению 67% респондентов, уровень доверия людей друг к другу за последние годы уменьшился.

⇒ Значение индикатора социального доверия находится на низком уровне в Нижнем Новгороде, Москве и Хабаровске; на среднем уровне – в Санкт-Петербурге, Краснодаре и Челябинске; значение этого индикатора сильно выражено в Барнауле и Калининграде.

⇒ Больше доверяют людям, с которыми у них много общего, 65% россиян; меньше – 3%, так же – 27% опрошенных. Это доверие возрастает по мере роста субъективных оценок уровня жизни, а также по мере увеличения образовательного уровня населения.

⇒ В настоящее время идеология солидарности складывается с учетом ее противостояния «индивидуализму». Почти 60% россиян относят себя к числу людей, готовых объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. Чаще всего это молодежь, люди с высшим образованием. Доля этих респондентов увеличивается прямо пропорционально росту оценок и достигает максимума в группе тех граждан, кому денег хватает на все.

⇒ 76% россиян полагают, что сегодня в нашей стране среди людей больше несогласия и разобщенности, и лишь 15% считают, что сегодня в нашей стране среди людей больше согласия и сплоченности. В ближайшем окружении оценки по этому показателю не становятся диаметрально противоположными, но заметно меняются: 57% россиян видят среди людей из своего непосредственного окружения больше согласия, сплоченности. Чаще всего это молодежь, люди с высшим образованием и самыми высокими субъективными оценками своего уровня жизни. Среди людей из своего окружения видят больше несогласия и разобщенности 34% россиян.

⇒ В половине изучаемых городов значение индикатора солидарности и готовности к коллективным действиям в общественно значимых целях находится на низком уровне (Москва, Нижний Новгород, Челябинск и Барнаул); на среднем уровне – в Калининграде, Санкт-Петербурге и Краснодаре; на высоком уровне – лишь в Хабаровске.

⇒ Определенная роль отводится населением в решении беспокоящих его проблем общественным и иным некоммерческим организациям в их городах, селах и поселках. На первый план выходит их ожидаемая роль в решении вопросов улучшения качества человеческого потенциала (населению видится их роль в решении проблем пьянства, алкоголизма, распространения наркомании, падения нравов, агрессивности, равнодушия людей, увеличения числа нищих, бомжей, бродяг, беспризорных детей). На первое место выходит также решение проблем благоустройства, чистоты города (села, поселка) силами общественных и иных некоммерческих организаций. Далее идут вопросы экологии, загрязнения окружающей среды. Каждый седьмой (14% опрошенных) рассматривает эти организации в качестве субъектов, способных внести вклад в улучшение обеспеченности и повышение доступности культурных, развлекательных, спортивных сооружений.

⇒ Почти две трети россиян вовлечены в добровольческую деятельность: 61% опрошенных утвердительно ответили на вопрос, приходилось ли им за последний год оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо (кроме членов семьи и ближайших родственников), совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью. Характерной особенностью добровольческого труда является его нерегулярность.

⇒ От 50% до 75% взрослого населения России не были в течение последнего года вовлечены в социальные практики частной филантропии, благотворительной деятельности. Сумма пожертвований 18% респондентов (из 25% занимавшихся

благотворительностью) не превышала 500 рублей. Отсутствует прямая связь между долей граждан, вовлеченных в социальные практики частной филантропии и благотворительной деятельности, а также средней величиной пожертвований в анализируемых регионах.

⇒ Значение индикатора добровольчества и частной филантропии находится на низком уровне в Барнауле; на среднем уровне – в Краснодаре, Калининграде, Нижнем Новгороде, Хабаровске; на высоком уровне – в Санкт-Петербурге, Москве, Челябинске

⇒ При определенных условиях россияне были бы готовы тратить больше денег на благотворительность. Во-первых, большинство респондентов больше бы жертвовали, если бы у них были более высокие доходы, чем сейчас (63%). Во-вторых, каждый второй – если бы был уверен, что его деньги пойдут по назначению (49%). Каждый шестой будет тратить денег больше на благотворительность, если будет лично знаком с людьми, которым жертвует деньги; каждый девятый – если это улучшит качество жизни в доме, в котором он живет, поможет благоустройству территории, или если он поймет, что ему это приносит моральное удовлетворение; каждый десятый – если люди, нуждающиеся в помощи, будут близки ему по духу. Льготы по уплате подоходного налога были бы стимулом лишь для 3% россиян.

⇒ Известность отдельных общественных и других некоммерческих организаций, гражданских инициатив среди россиян достигает 44%. Причем речь в данном случае идет только о тех организациях и инициативах, которые работают непосредственно в населенных пунктах, где проживают респонденты, – в их городах, селах и поселках. Самый высокий уровень известности фиксируется в группе респондентов с высшим образованием, среди жителей мегаполисов (включая Москву) и больших городов, а также среди тех, кто дает скорее высокие оценки своему уровню жизни. В этих группах уровень известности по отдельным позициям достигает 76%.

⇒ Среди предложенного перечня негосударственных некоммерческих организаций и инициатив самый высокий уровень известности у профсоюзов (44%), садовых и дачных товариществ (43%), ветеранских объединений (43%), организаций инвалидов (41%) и объединений по защите прав потребителей (38%).

⇒ Значение индикатора информированности населения об общественных объединениях и других некоммерческих организациях, гражданских инициативах находится на низком уровне в Краснодаре и Барнауле; на среднем – в Челябинске, Хабаровске, Нижнем Новгороде; на высоком – в Санкт-Петербурге, Калининграде и Москве.

⇒ Чаще всего россияне получают информацию о НКО и гражданских инициативах (из предложенного им списка) по неформальным каналам коммуникаций – от других людей (слышали от них 62%), а также из публикаций в местных газетах, из передач местных теле-, радиоканалов (49% респондентов). Из центральных газет, радио, телеканалов получают информацию 39% респондентов, из информационных материалов, листовок, объявлений – 25% респондентов.

⇒ Декларируют свое членство или участие в деятельности общественных объединений и иных видов некоммерческих организаций, гражданских инициатив 13% россиян. Однако доля членов или участников отдельных видов организаций и инициатив не превышает 4%, достигая своего максимума в профсоюзах.

⇒ Значение индикатора активности участия населения в деятельности общественных объединений и других некоммерческих организаций, гражданских инициатив в восьми анализируемых городах находится на низком уровне в Барнауле; на среднем – в Калининграде, Краснодаре, Нижнем Новгороде, Челябинске, Санкт-Петербурге и Хабаровске; на относительно высоком – лишь в Москве

⇒ Лишь каждый одиннадцатый россиянин (9%) является инициатором, учредителем, руководителем или входит в состав руководящих органов НКО и гражданских инициатив. При этом каждый четвертый (25% респондентов) говорит о том, что мог бы стать инициатором создания, организатором каких-либо НКО и гражданских инициатив.

⇒ Никакие НКО и инициативы не желали бы создавать 63% россиян, причем это нежелание усиливается прямо пропорционально возрасту респондентов. Так, не готовы быть инициаторами создания и организаторами 51% молодых россиян в возрасте до 35

лет, 63% респондентов средних возрастов и 78% респондентов в возрасте 55 лет и старше.

⇒ В настоящее время 4% респондентов работают в НКО и принимают участие в гражданских инициативах за плату, в том числе нерегулярно, эпизодически. При этом каждый третий (33%) готов работать в НКО и принимать участие в инициативах за плату, даже на непостоянной основе. Примерно такая же доля россиян (30%) готова работать в этих организациях и инициативах добровольцами, то есть бесплатно.

⇒ Каждый четвертый россиянин (25%) в настоящее время принимает участие в мероприятиях и собраниях НКО и гражданских инициатив, при этом чаще всего респонденты принимают такое участие садовых и дачных товариществах, а также в профсоюзах. Почти каждый второй россиянин (46%) готов принимать участие в мероприятиях, собраниях НКО и гражданских инициатив.

⇒ При невысоких показателях реального участия россиян в НКО и гражданских инициативах, социальная база российского третьего сектора может быть достаточно внушительной: по крайней мере, половина россиян готова принимать участие в мероприятиях и собраниях НКО и гражданских инициатив, каждый третий готов быть добровольцем или работать за плату, каждый четвертый декларирует готовность стать инициатором создания, организатором каких-либо НКО и гражданских инициатив.

⇒ Общественная работа, участие в деятельности общественных организаций и инициативных групп занимает одно из последних мест в структуре расходования свободного времени россиян: лишь 4% респондентов посвящают этому свое свободное время вне дома (8% респондентов с высшим образованием).

⇒ Лишь каждый десятый россиянин (10%) получал от НКО и гражданских инициатив помощь, бесплатные товары и услуги, например, медицинские, информационные, социально-бытовые, образовательные и т.д. Причем здесь чуть заметное число голосов набирают лишь профсоюзы (4% респондентов). По 1% респондентов называют общества защиты прав потребителей, общества инвалидов и ветеранские объединения. Незначительная доля россиян – в пределах 7% – получала от НКО и гражданских инициатив помощь, товары и услуги за деньги. Здесь поставщиками выступают по понятным причинам ТСЖ и ЖСК, профсоюзы, правозащитные организации.

⇒ Каждый третий россиянин (33%) желает получать помощь, бесплатные товары и услуги, в том числе 6% от любых НКО и гражданских инициатив. Здесь в качестве желаемых агентов оказания такой помощи выступают профсоюзы и благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем (их называют по 7% респондентов), общества защиты прав потребителей (6%), правозащитные организации (4%), общества инвалидов (3%).

⇒ Среди обследованных НКО оказанием услуг занимаются 87% организаций. Причем в 27% этих НКО потребителями услуг являются только члены организации, в 16% – только граждане и организации, не являющиеся членами, в 47% - и те и другие.

⇒ В каждой восьмой организации (12,7% от числа опрошенных), по словам ее руководителя, целевая аудитория потребителей услуг отсутствует. Остальные характеризуют ее в разнообразных категориях. Тем не менее, в каждой десятой НКО потребителями услуг являются другие негосударственных некоммерческие организации, или коммерческие организации, или органы власти, или государственные и муниципальные учреждения социальной сферы, или средства массовой информации. Что касается характеристики целевой аудитории, которую составляют физические лица, то каждый третий руководитель называет молодежь, каждый четвертый – местных жителей в целом и детей школьного возраста, практически каждый пятый – пожилых людей и инвалидов. Каждый седьмой характеризует целевую аудиторию потребителей услуг своей организации как «малообеспеченные слои населения», причем чаще всего это фонды и общественные организации.

⇒ По словам 73% опрошенных руководителей НКО, их организации в той или иной мере активности стремятся привлекать потребителей своих товаров и услуг к реализации своих инициатив. Характерно, что самая низкая доля таких организаций среди потребительских кооперативов (56%), среди других типов она составляет 71-78%.

⇒ По мнению лишь 6% руководителей, в процессе функционирования их организаций проблемы отсутствуют. При всей широте спектра, лидирующими можно

назвать проблемы ограниченного круга. Лишь семь проблем упоминается не реже, чем каждым десятым респондентом. Это – недостаток денег, материальных средств, отсутствие поддержки, интереса со стороны местных властей, отсутствие поддержки, интереса со стороны возможных спонсоров, бизнес-структур, отсутствие поддержки, интереса со стороны региональных властей, проблемы с помещением, препятствия, связанные с несовершенством российского законодательства и нехватка специалистов для работы в организации.

⇒ Большинство проблем, привлекающих внимание в контексте проекта, занимают нижние строчки в общем рейтинге проблем по частоте упоминания, – это отсутствие интереса со стороны населения (8%), нехватка рекламы деятельности организации (8%), отсутствие интереса со стороны целевых аудиторий потребителей услуг организации (4%), проблемы доступа к средствам массовой информации (4%). Лишь проблема, заключающаяся в отсутствии поддержки, интереса со стороны возможных спонсоров и бизнес-структур, упоминается каждым четвертым респондентом (26%). Частота упоминания этих проблем имеет едва заметную дифференциацию по организационно-правовым формам НКО.

⇒ Стереотипы восприятия НКО могут представлять определенные препятствия для развития сектора негосударственных некоммерческих организаций. В целом, россияне более положительно относятся к деятельности общественных и других некоммерческих организаций, финансируемых государственными фондами и государственными предприятиями, чем к тем, кто финансируется из-за рубежа – 66% и 38-40% соответственно. При этом 44% россиян согласны с утверждением о том, что деятельность зарубежных некоммерческих организаций и фондов в нашей стране надо ограничить (не согласны – 24%).

⇒ Неоднозначное отношение к отдельным типам НКО и гражданских инициатив среди россиян проявляется, в том числе в сильно дифференцированных оценках полезности их деятельности. Никакие НКО и инициативы не считают полезными 11% опрошенных. Самые высокие строчки в рейтинге полезности занимают общества защиты прав потребителей, ветеранские объединения, общества инвалидов, благотворительные организации и инициативы. Однако их видит полезными не более трети респондентов.

⇒ Характерно, что все организации и инициативы фигурируют и в антирейтинге полезности, который по отдельным типам организаций находится в диапазоне от 1% до 11%. Верхние строчки в антирейтинге занимают молодежные неформальные объединения неполитического характера, религиозные общины, организации, движения, движения национально-патриотического толка, а также этнические общины, национальные диаспоры, землячества (они набирают 8-11% голосов, что можно оценить как достаточно низкие показатели антирейтинга).

⇒ В соответствии со значениями индекса, характеризующего благоприятность предпосылок для развития гражданского общества и общественной активности, получена следующая последовательность городов по возрастанию благоприятности условий для развития гражданского общества и общественной активности (от худших значений к наилучшим):

1. Нижний Новгород,
2. Барнаул,
3. Калининград, Краснодар, Челябинск, Хабаровск,
4. Санкт-Петербург и Москва.

Рекомендуется провести первичные социологические исследования с целью выявления потребностей населения в деятельности организаций некоммерческого сектора, факторов, способствующих и препятствующих участию граждан в добровольческой (волонтерской) деятельности и работе общественных организаций, а также опыта и потребностей НКО в развитии взаимодействия с населением. Целесообразно провести отбор не менее четырех городов для проведения массовых опросов населения, основываясь на полученных значениях индекса с точки зрения благоприятности условий развития гражданского общества и общественной активности.

Рекомендуется конкретизировать целевую аудиторию проекта, сфокусировав внимание на людях с высшим образованием, а также тех, кто дает наиболее высокие

субъективные оценки уровня жизни. В случае необходимости углубить представление о целевой аудитории проекта рекомендуется обратиться к концепции «Люди-21», которая является аналитической разработкой Фонда «Общественное мнение». Авторами выделено пять групп повседневных практик («новые технологии» «современное финансовое поведение», «стремление к расширению жизненного горизонта», «рациональное использование своего времени», «забота о здоровье и внешнем виде»). По результатам анализа многочисленных общенациональных опросов последних трех лет были отработаны критерии, на основании которых к опережающей группе «Люди-21» относятся те респонденты, которые за последние 2-3 года освоили шесть и более из вышеприведенного перечня 17 практик. С другой стороны, результаты опросов свидетельствуют, что респонденты именно этой группы декларируют более высокий уровень вовлеченности в социальные практики гражданского общества, и являются, таким образом, его социальной базой.

ГЛАВА 1. ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ АКТИВНОСТИ И ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

1. Социальное доверие

Связь между доверием и гражданским обществом очевидна: доверие является как следствием, так и основой формирования гражданского общества. Причем речь в данном случае идет об обобщенном, или социальном доверии, которое в отличие от межличностного доверия определяется как ожидание надежности других индивидов, не связанное с прогнозом их поведения в конкретной ситуации взаимодействия. Межличностное доверие – личностное и персонифицированное; обобщенное доверие – доверие окружающим, в том числе и незнакомцам.

Известный американский профессор Ф. Фукуяма ввел в научный оборот понятие «радиус доверия» как критерий интенсивности распространения определенных культурных образцов доверия. В современном российском обществе круг доверия достаточно узок. Фиксируется относительно низкий уровень обобщенного доверия, который непосредственно связан с величиной радиуса доверия (хотя прямая связь отсутствует, ведь может быть высокий уровень доверия к узкому кругу лиц). Так, 18% россиян полагают, что большинству людей можно доверять, и 78% считают, что в отношении с людьми следует быть осторожными. Данные показатели практически не дифференцированы по отдельным социально-демографическим группам респондентов, а также среди проживающих в разных типах населенных пунктов. Однако заметно, что по мере повышения субъективной оценки уровня жизни увеличивается доля респондентов, считающих, что большинству людей можно доверять: эту позицию разделяют 12% тех, кому не хватает денег даже на питание, 18-20% респондентов из других групп.

Соотношение «доверчивых» и «недоверчивых» ощутимо варьируется в анализируемых нами субъектах РФ (табл. 1.1). Однако нет ни одного региона, где доверчивых оказалось бы больше, чем недоверчивых. Тем не менее, доля доверчивых граждан выше средней по России в Калининградской и Челябинской областях (26% и 23% соответственно), ниже среднероссийского показателя – в Краснодарском крае и Нижегородской области (11% и 12% соответственно). В других анализируемых субъектах значение этого показателя находится на сопоставимом уровне.

Таблица 1.1. Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными (региональный разрез, %)?

Варианты ответа	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
Большинству людей можно доверять	18	17	18	19	25	11	12	23	21
В отношениях с людьми следует быть осторожными	78	79	77	74	71	85	80	74	73
Затрудняюсь ответить	4	4	5	7	3	4	8	3	6

В административных центрах анализируемых субъектов РФ уровень обобщенного доверия сопоставим со значениями этого показателя в региональном масштабе (табл. 1.2). Однако в Хабаровске заметно ниже доля тех, кто считают, что большинству людей можно доверять (на 5 п.п.), и на 5 п.п. выше доля тех, кто считают, что в отношениях с людьми следует быть осторожными. Это сравнение корректно по отношению к значению данного показателя в Хабаровском крае.

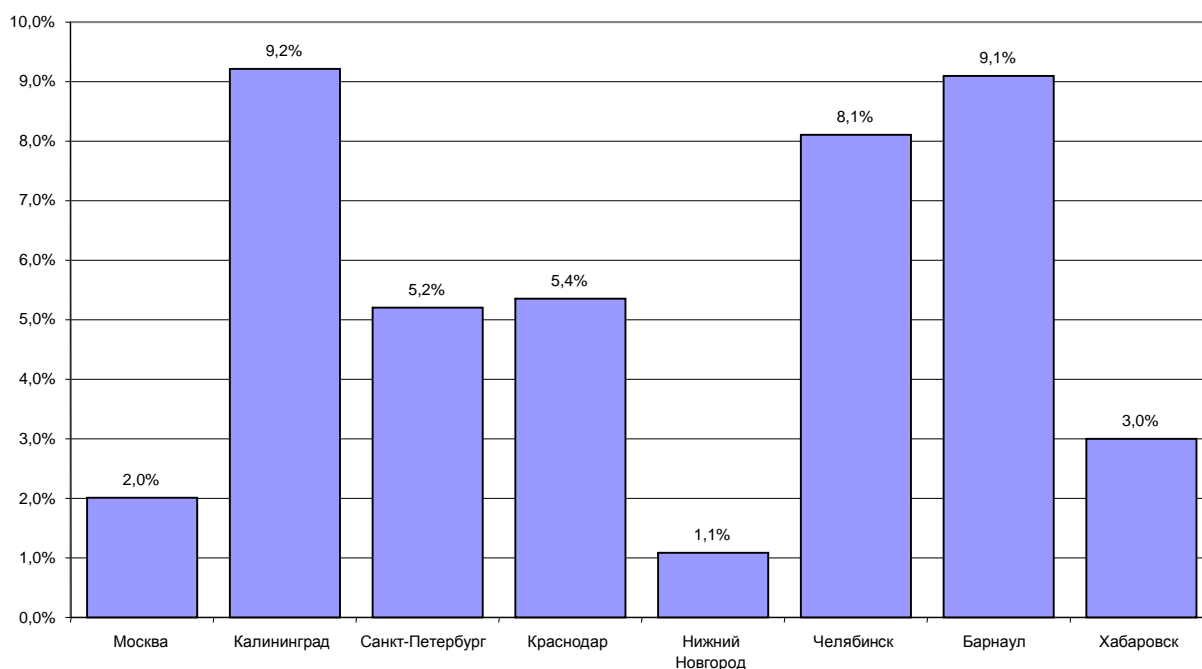
Таблица 1.2. Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными? (в разрезе административных центров субъектов РФ, а также Москвы и Санкт-Петербурга, %)

Варианты ответа	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
Большинству людей можно доверять	18	17	18	19	24	10	9	22	16
В отношениях с людьми следует быть осторожными	78	79	77	67	71	87	85	76	78
Затрудняюсь ответить	4	4	5	14	4	3	6	2	7

По ощущениям 16% россиян, уровень доверия людей друг к другу за последние годы не изменился. Лишь каждый девятый (11%) полагает, что он увеличился. По мнению 67% респондентов, уровень доверия людей друг к другу за последние годы уменьшился.

Эти данные позволяют нам определить значение индикатора социального доверия в восьми анализируемых городах (рис. 1.1).¹ Значение этого индикатора слабо (плохо) выражено, то есть находится на низком уровне в Нижнем Новгороде, Москве и Хабаровске; на среднем уровне – в Санкт-Петербурге, Краснодаре и Челябинске; значение этого индикатора сильно выражено в Барнауле и Калининграде.

Рисунок 1.1. Значение индикатора социального доверия по городам



¹ Индикатор социального доверия в данном случае отражает в каждом городе: 1) долю респондентов, которые полагают, что большинству людей можно доверять, 2) долю респондентов, которые полагают, что уровень доверия людей за последние годы в той или иной мере увеличился.

Некоторые ученые развивают тезис о влиянии участия в некоммерческих организациях на распространение демократических ценностей и экономическое развитие. Они полагают, что участие в разного рода объединениях, ассоциациях, союзах и т.д. способствует аккумуляции в обществе социального капитала и ведет к увеличению социального доверия в межличностных отношениях. Согласно результатам опроса, 46% россиян полагают, что можно больше доверять людям, занимающимся общественной работой и которых они лично знают. Чаще других к этой точке зрения склоняются люди с высшим образованием и жители мегаполисов (51% и 52%).

Другие ученые, в свою очередь, придерживаются позиции первоочередности доверия, полагая, что доверие способствует накоплению социального капитала. Они связывают образование доверия с взаимными ожиданиями, которыми характеризуются отношения между индивидами, особенно в экстремальных ситуациях. Несмотря на существование нормативного регулирования (формального или неформального), человек принимает самостоятельное, рациональное решение относительно доверия кому-то, так как доверие – это решение вопроса о «вкладывании ресурсов в попытку сохранить обязательства». Больше доверяют людям, с которыми у них много общего, 65% россиян; меньше – 3%, так же – 27% опрошенных. Это доверие возрастает по мере роста субъективных оценок уровня жизни, а также по мере увеличения образовательного уровня населения.

При этом когда говорится, что с этим человеком у них много общего, в первую очередь россияне имеют в виду близкий возраст (43%), сходство по характеру, привычкам (37%), одинаковые хобби, увлечения (25%), соседство по дому (24%), сходство по культурному уровню (24%). Многообразие объектов социальной идентификации показано в таблице 1.3.

Таблица 1.3. Когда Вы говорите, что у Вас с человеком много общего, то что из перечисленного на карточке Вы имеете в виду? (население России и респонденты с высшим образованием, %)

Признаки	Все население	Респонденты с высшим образованием
Близкий возраст	43	37
Сходство по характеру, привычкам	37	44
Одинаковые хобби, увлечения	25	35
Сходство по культурному уровню	24	44
Соседство по дому	24	15
Одинаковая жизненная ситуация	24	22
Общее место работы	19	20
Одинаковое материальное положение	17	14
Одинаковая профессия	17	23
Сходство по образованию	14	27
Сходство по семейному положению	14	13
Проживание в одном городе (селе, поселке)	14	10
Один пол	13	10
Земляки	13	9
Одинаковая национальность	12	11
Одинаковое вероисповедание	9	8
Граждане одной страны	8	8
Сходство по политическим ориентациям	5	8
Участие в общественной жизни, общественная работа	5	8
Общее место учебы (школа, вуз)	4	6
Должность одинакового уровня	3	4
Затрудняюсь ответить	7	4

Интересно сравнить эту общую картину с данными по группе респондентов с высшим образованием, поскольку здесь обнаруживаются контрасты по отдельным позициям (табл. 1.3). Так, близость по возрасту здесь уже не является лидирующим признаком общности и находится на втором месте. В то время как по всему массиву близость по возрасту является наиболее важной для людей старших возрастов (55 лет и старше) – 51%, менее значимо это для молодежи (эту позицию выбирают 41% респондентов в возрасте 18-35 лет), еще меньше это значимо для людей среднего возраста (от 36 до 54 лет). Для людей с высшим образованием наиболее значимыми являются сходство по культурному уровню, а также сходство по характеру, привычкам. Наряду с близким возрастом на третьем месте находятся одинаковые хобби, увлечения. Одинаковая профессия, сходство по образованию здесь также принимается во внимание чаще.

В условиях очевидности связи между социальным доверием и гражданским обществом, общая картина рассуждений будет неполной без обращения к теме солидарности, признаком которой является опять же доверие.

2. Солидарность

Что касается солидарности в обществе в целом, то считается, что в настоящее время идеология солидарности складывается с учетом ее противостояния «индивидуализму». Почти 60% россиян относят себя к числу людей, готовых объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. Чаще всего это молодежь, люди с высшим образованием. Что касается групп респондентов по субъективной оценке уровня жизни, то в них доля тех, кто готов объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, увеличивается прямо пропорционально росту оценок и достигает максимума в группе тех граждан, кому денег хватает на все. Почти каждый третий (29%) относит себя к людям, не готовым объединяться с другими для каких-либо совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают.

Эта общая картина имеет существенные отличия в региональном разрезе (табл. 2.1). В целом, доля готовых объединяться людей в изучаемых субъектах РФ находится в интервале от 40% до 70%. Значение этого показателя выше среднероссийского уровня в Москве, Челябинской области, Хабаровском крае; ниже – в Алтайском и Краснодарском краях, Нижегородской области; на сопоставимом уровне – в Санкт-Петербурге и Калининградской области.

Таблица 2.1. Есть люди, готовые объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. И есть люди, не готовые объединяться с другими для каких-либо совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя – к первым или ко вторым?
(региональный разрез, %)

Варианты ответа	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
К первым	59	69	59	40	62	44	47	70	64
Ко вторым	29	22	31	47	25	48	34	25	28
Затрудняюсь ответить	12	9	10	12	13	8	19	5	8

Лишь в административном центре одного из этих субъектов РФ доля респондентов, которые относят себя к готовым объединяться выше, чем в целом по субъекту, – это Барнаул в Алтайском крае (табл. 2.2). В Челябинске, Калининграде доля этих граждан ниже, чем по субъекту (20 п.п., 16 п.п.). В Нижнем Новгороде, Краснодаре и Хабаровске значение этого показателя находится на сопоставимом уровне со значением по соответствующему субъекту РФ.

Таблица 2.2. Есть люди, готовые объединиться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. И есть люди, не готовые объединяться с другими для каких-либо совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя – к первым или ко вторым? (в разрезе административных центров субъектов РФ, а также Москвы и Санкт-Петербурга, %)

Варианты ответа	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
К первым	59	69	48	65	46	42	50	50	67
Ко вторым	29	22	37	26	30	45	41	40	30
Затрудняюсь ответить	12	9	15	8	25	13	9	10	3

С какими людьми россияне готовы объединяться в первую очередь, чтобы решать общие проблемы, отстаивать общие интересы? В первую очередь с близкими по возрасту (27%), находящимися в одинаковой жизненной ситуации (26%), с теми, с кем имеется сходство по характеру или привычкам (25%). Далее идут те, кто имеет сходство по культурному уровню (17%), одинаковые увлечения и хобби (15%), соседи по дому (15%). Стоит отметить, что сходство по культурному уровню имеет более важное значение для респондентов с высшим образованием.

Таблица 2.3. С какими людьми Вы готовы объединяться в первую очередь, чтобы решать общие проблемы, отстаивать общие интересы? Какое сходство для Вас в этом случае важно? (население России и респонденты с высшим образованием, %)

Признаки	Все население	Респонденты с высшим образованием
Близкий возраст	27	23
Одинаковая жизненная ситуация	26	27
Сходство по характеру, привычкам	25	28
Сходство по культурному уровню	17	28
Соседство по дому	15	9
Одинаковые хобби, увлечения	15	19
Одинаковое материальное положение	14	12
Общее место работы	14	17
Проживание в одном городе (селе, поселке)	13	11
Одинаковая профессия	12	17
Сходство по образованию	9	18
Сходство по семейному положению	9	8
Земляки	9	7
Граждане одной страны	8	11
Сходство по политическим ориентациям	8	13
Одинаковая национальность	7	7
Участие в общественной жизни, общественная работа	7	10
Один пол	6	5
Одинаковое вероисповедание	5	5
Должность одинакового уровня	3	4
Общее место учебы (школа, вуз)	2	3
Ни с кем	10	7
Затрудняюсь ответить	7	5

Каждый седьмой готов объединяться с теми, кто находится в таком же материальном положении, или имеет общее с респондентом место работы (по 14% опрошенных). Каждый восьмой готов объединяться с теми, кто проживает с ним в одном городе (селе, поселке), или с теми, у кого такая же профессия (13% и 12% соответственно). Для каждого одиннадцатого имеет значение сходство по образованию,

или по семейному положению, или быть земляками (по 9% опрошенных). Иметь сходство по политическим ориентациям в данном случае важно лишь для 8% опрошенных, вместе участвовать в общественной жизни, заниматься общественной работой – для 7% респондентов. В таблице 2.3 приведен полный перечень предложенных респондентам вариантов ответов.

Если на индивидуальном уровне оптимистично настроенный исследователь найдет основания для определения российского общества в терминах солидарности, то на уровне достаточно абстрактных обобщений их становится все меньше. Так, 76% россиян полагают, что сегодня в нашей стране среди людей больше несогласия и разобщенности, и лишь 15% считают, что сегодня в нашей стране среди людей больше согласия и сплоченности. Однако в ближайшем окружении оценки по этому показателю не становятся диаметрально противоположными, но заметно меняются: 57% россиян видят среди людей из своего непосредственного окружения больше согласия, сплоченности. Чаще всего это молодежь, люди с высшим образованием и самыми высокими субъективными оценками своего уровня жизни. Среди людей из своего окружения видят больше несогласия и разобщенности 34% россиян. Причем среди субъектов РФ, где чаще других респонденты характеризуют свое ближайшее окружение в терминах согласия и сплоченности, мы встречаем Москву, Калининградскую область, Челябинскую область и Хабаровский край (табл. 2.4).

Таблица 2.4. Если говорить о людях, которые окружают лично Вас, среди них сегодня больше согласия, сплоченности или несогласия, разобщенности?
(региональный разрез, %)

Варианты ответа	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
Согласия, сплоченности	57	64	59	40	62	44	47	70	64
Несогласия, разобщенности	34	25	31	47	25	48	34	25	28
Затрудняюсь ответить	10	10	10	12	13	8	19	5	8

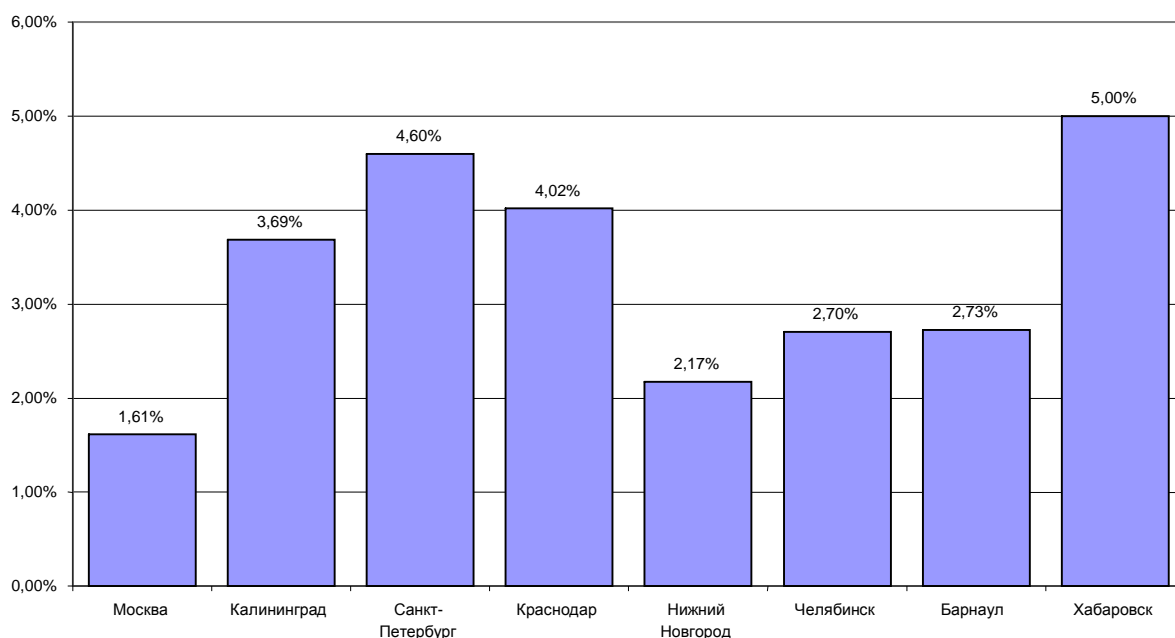
Прямая связь между ростом субъективных оценок уровня жизни и готовностью объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий при условии совпадения идей и интересов, а также ощущения сплоченности и согласия как в непосредственном окружении, так и в стране в целом, говорит о том, что все-таки широко известная марксистская теория солидарности, где солидарность объединяет неимущих с целью революционного преобразования общества, в нашей стране уже «не работает». Дополнительный аргумент: в группе респондентов с высшим образованием 68% готовы объединяться для совместных действий (против 59% в среднем по населению) и 63% характеризуют свое ближайшее окружение в терминах согласия и сплоченности (против 57% в среднем по населению). В России, по-видимому, наиболее активную субъектную роль способны и могут взять на себя те, кого принято относить к «среднему классу» при всей спорности его определения.

Эти и другие имеющиеся показатели позволяют определить значение индикатора, характеризующего уровень солидарности и готовности к коллективным действиям в общественно значимых целях (рис. 2.1).² В половине изучаемых городов оно находится

² Значение индикатора солидарности и готовности к коллективным действиям в общественно значимых целях формируется на основе следующих показателей: 1) доля респондентов, полагающих, что среди окружающих их людей больше согласия, сплоченности; 2) доля респондентов, готовых объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают; 3) доля респондентов, полагающих, что среди окружающих их людей часто можно встретить готовность помогать друг другу; 4) доля респондентов, полагающих, что среди окружающих их людей часто можно встретить готовность

на низком уровне (Москва, Нижний Новгород, Челябинск и Барнаул); на среднем уровне – в Калининграде, Санкт-Петербурге и Краснодаре; на относительно высоком уровне – лишь в Хабаровске.

Рисунок 2.1. Значение индикатора солидарности по городам



3. Круг основных проблем

Обращение к кругу основных проблем, которые волнуют население, оправдано с той точки зрения, что острота нерешенных проблем традиционно рассматривается в качестве катализатора самоорганизации граждан. Мы рассмотрим волнующие население проблемы в двух аспектах. Первый – рейтинг проблем в изучаемых субъектах РФ (по частоте упоминания). Второй – общий рейтинг волнующих населением проблем и атрибуция ответственности за их решение, ожидаемая роль НКО в этих процессах.

Обратимся к проблемной карте России в разрезе изучаемых субъектов РФ (табл. 3.1). Первое место в предложенном перечне проблем занимает материальное положение населения. В среднем практически каждого второго россиянина (53%) волнует эта проблема. Реже других эта проблема волнует население в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодарском крае и Челябинской области. Значительно чаще ею обеспокоены в Нижегородской области. На сопоставимом уровне со значением среднероссийского показателя – в Алтайском крае, Калининградской области и Хабаровском крае.

Обратимся к общему рейтингу волнующих населением проблем и атрибуции ответственности за их решение, ожидаемой роли НКО в этих процессах. В данном случае будет использован модифицированный перечень проблем.

Наиболее серьезными проблемами в восприятии респондентов выступают проблемы уровня жизни населения (табл. 3.2). Они занимают верхние позиции рейтинга проблем с наиболее высокой частотой упоминаний. К проблемам уровня жизни относятся низкий уровень зарплат и пенсий (чаще об этом говорят пенсионеры, реже всех – жители Москвы и мегаполисов), рост цен на услуги ЖКХ и несвоевременные выплаты населению.

Рост цен, обесценивание денег осложняет жизнь 75% респондентов и их семей. Среди пенсионеров эта доля достигает 85%. Среди сельчан – 83%, тогда как в Москве доля респондентов, жизнь которых осложняется этой проблемой, составляет 66%, в мегаполисах – 69%, в больших и малых городах – 73% и 75% соответственно. А у 65%

объединяться, чтобы решать свои проблемы; 5) доля респондентов, полагающих, что среди окружающих их людей часто можно встретить готовность объединяться, чтобы решать проблемы, которые не касаются их лично.

россиян рост цен и обесценивание денег вызывают особую тревогу, опасения, страх. У каждого третьего (30%) такие же чувства вызывает угроза обнищания. Каждому пятому (22%) не хватает средств, чтобы соответствовать своему положению в обществе. Почти каждому второму (48%) не хватает денег или времени для решения бытовых проблем.

Еще одной серьезной проблемой выступает дезорганизация производства. Составляющими данной проблемы являются нехватка рабочих мест, безработица (ее наличие отмечают 37% населения), а также собственно более глубокие проблемы, являющиеся причинами нехватки рабочих мест: падение производства, остановка деятельности промышленных, сельскохозяйственных предприятий (25%). В комплексе они создают неблагоприятные условия для самообеспечения населения и негативно влияют на уровень жизни в стране. Потери работы опасается каждый четвертый респондент (25%).

Таблица 3.1. Ситуация в каких сферах жизни в нашей области сегодня волнует, беспокоит Вас лично больше всего? (региональный разрез, %)

Проблемы	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
Материальное положение населения	53	39	47	57	50	46	70	47	57
Здравоохранение	43	54	52	37	41	34	36	38	40
Ситуация с жильем	32	35	45	27	30	22	27	30	40
Работа жилищно-коммунального хозяйства	27	21	27	15	26	18	44	21	33
Состояние дорог	24	20	16	18	28	20	31	23	19
Социальное обеспечение, социальная защита населения	24	23	36	21	29	25	26	21	27
Ситуация с занятостью населения, с безработицей	23	11	12	30	18	21	20	17	22
Сельское хозяйство	20	10	8	33	21	14	23	14	16
Образование	20	19	23	18	11	19	15	18	20
Ситуация с коррупцией	18	36	21	11	18	21	9	17	16
Отношение чиновников, госслужащих к гражданам	16	22	17	10	12	17	10	12	15
Благоустройство городов, поселков, сел	16	7	12	15	11	19	21	15	20
Работа милиции, правоохранительных органов	13	26	24	9	11	10	5	11	13
Состояние окружающей среды	12	20	13	7	7	4	7	13	25
Промышленное производство	10	8	6	9	8	6	16	7	20
Ситуация с приезжими, мигрантами	7	27	8	5	7	5	2	4	5
Работа общественного транспорта	6	11	11	3	2	9	6	10	8
Торговля	6	10	6	8	3	3	1	7	8
Ситуация в сфере культуры и досуга	5	4	5	4	7	5	7	5	6
Ситуация с гражданскими правами и свободами	4	8	4	6	1	5	2	4	6
Состояние судебной системы	4	10	9	6	3	2	1	3	6
Бытовое обслуживание	4	4	5	5	2	3	4	5	5
Ситуация с энергоснабжением	3	2	1	4	1	3	2	5	5
Работа газет, радио и телевидения	1	2	1	2	0	3	0	1	3
Другое	1	1	1	0	3	0	2	0	2
Во всех перечисленных	4	4	1	9	11	5	1	11	2
Ни в одной из перечисленных	1	1	1	1	1	4	1	1	0
Затрудняюсь ответить	2	1	0	2	3	5	0	1	2

Достаточно весомую и значимую проблему составляют вопросы благоустройства населенных пунктов и жилищно-коммунального хозяйства. Среди них наиболее часто встречаются жалобы населения на состояние дорог (31%). Дороги являются проблемой острой и злободневной на протяжении длительного периода, но в момент проведения опроса можно было наблюдать сезонный осенний всплеск недовольства плохим состоянием дорожного покрытия. Неудовлетворительную работу ЖКХ, перебои в энерго-, водоснабжении, подаче тепла и т.п. отмечают 22% респондентов, проблемы благоустройства, чистоты города (села, поселка) – 21% респондентов.

В совокупности достаточно большой вес набирают проблемы социальной сферы: тех условий, в которых проходит жизнь людей. Сюда можно отнести различные проблемы – от проблем образования до транспортных и экологических (кстати сказать, чаще других россиян экология волнует москвичей и жителей мегаполисов), но особенное беспокойство населения вызывают жилищная проблема (30%) и недоступность для большинства жителей высококвалифицированного медицинского обслуживания (27%). Часто упоминаются проблемы социальной сферы: недоступность качественной медицинской помощи, современных исследований, лекарств осложняют жизнь 36% опрошенных, плохие жилищные условия – 21%, невозможность дать детям хорошее образование – 15%.

Таблица 3.2. Какие проблемы беспокоят россиян больше всего (население России, %)

Группы	Проблемы	%
Уровень жизни	низкий уровень зарплат, пенсий	65
	рост цен на услуги ЖКХ	52
	несвоевременность выплат заработной платы, пенсий, пособий	7
Дезорганизация производства	нехватка рабочих мест, безработица	37
	падение производства, остановка деятельности промышленных, сельскохозяйственных предприятий	25
Благоустройство и ЖКУ	плохое состояние дорог	31
	неудовлетворительная работа ЖКХ, перебои в энерго-, водоснабжении, подаче тепла и т.п.	22
	проблемы благоустройства, чистоты города (села, поселка)	21
	плохое благоустройство города (села, поселка)	12
Социальная сфера	жилищная проблема	30
	недоступность для большинства жителей высококвалифицированного медицинского обслуживания	27
	загрязнение окружающей среды, экология	21
	нехватка или недоступность культурных, развлекательных, спортивных учреждений	14
	наплыв приезжих из ближних и дальних регионов России, зарубежья	10
	плохая работа общественного транспорта	6
	недостаток или отсутствие хороших школ, вузов	6
	невозможность уехать из города (села, поселка), чтобы повысить свое благосостояние	4
	отток из города (села, поселка) наиболее квалифицированных специалистов	4
Социальная деградация	пьянство, алкоголизм	38
	распространение наркомании	24
	падение нравов, агрессивность, равнодушие людей	14
	увеличение числа нищих, бомжей, бродяг, беспризорных детей	13
	рост бытовой преступности, ухудшение криминальной обстановки	7
	засилье криминала, влияния "криминальных авторитетов"	5
Власть	произвол, коррупция, воровство, бездействие властей	12
	произвол милиции, ГАИ, ГИБДД	9
Затрудняюсь ответить		2

Респонденты обращают внимание и на социальную деградацию населения: пьянство, алкоголизм (38% – на третьем месте, после проблем уровня жизни), распространение наркомании (24%), прирост социального дна – неблагополучных групп, которые выпали из жизни, потеряв ориентиры в социальном пространстве (беспризорные дети, бомжи, нищие, бродяги). На рост бытовой преступности, ухудшение криминальной обстановки обращают внимание 7% респондентов, однако возможность кражи, ограбления, нападения хулиганов вызывает тревогу, опасения, страх у каждого четвертого респондента (24%).

Таблица 3.3. Кто должен решать проблемы, наиболее беспокоящие россиян (население России, %)

Проблемы	Решением каких проблем могли бы заниматься НКО	Какие проблемы обязаны решать местные власти
Пьянство, алкоголизм	23	17
Проблемы благоустройства, чистоты города (села, поселка)	21	22
Загрязнение окружающей среды, экология	18	15
Распространение наркомании	17	14
Плохое благоустройство города (села, поселка)	15	17
Нехватка или недоступность культурных, развлекательных, спортивных учреждений	14	13
Падение нравов, агрессивность, равнодушие людей	14	6
Нехватка рабочих мест, безработица	10	27
Плохое состояние дорог	10	27
Жилищная проблема	10	24
Увеличение числа нищих, бомжей, бродяг, беспризорных детей	10	12
Рост цен на услуги ЖКХ	9	31
Низкий уровень зарплат, пенсий	9	27
Неудовлетворительная работа ЖКХ, перебои в энерго-, водоснабжении, подаче тепла и т.п.	7	22
Рост бытовой преступности, ухудшение криминальной обстановки	6	7
Падение производства, остановка деятельности промышленных, сельскохозяйственных предприятий	5	21
Недоступность для большинства жителей высококвалифицированного медицинского обслуживания	5	15
Плохая работа общественного транспорта	5	11
Произвол, коррупция, воровство, бездействие властей	4	12
Произвол милиции, ГАИ, ГИБДД	4	12
Наплыв приезжих из ближних и дальних регионов России, зарубежья	4	10
Недостаток или отсутствие хороших школ, вузов	4	7
Несвоевременность выплат заработной платы, пенсий, пособий	3	9
Засилье криминала, влияния "криминальных авторитетов"	3	8
Отток из города (села, поселка) наиболее квалифицированных специалистов	2	6
Невозможность уехать из города (села, поселка), чтобы повысить свое благосостояние	2	3
Всех	7	30
Никаких	8	1
Затрудняюсь ответить	24	6

Практически каждый восьмой (12%) указывает на проблемы, связанные с функционированием структур власти: произвол и бездействие властей, факты коррупции. Каждый одиннадцатый (9%) – на произвол милиции, ГИБДД. Беззащитными перед произволом чиновников, бюрократов чувствуют себя 25% респондентов, опасаются произвола милиции, властей – 24% опрошенных. Несмотря на то, что проблемы, связанные с властью, занимают место в конце второго десятка беспокоящих население проблем, они вызывают так же часто страхи и фрустрации, как и то, что связано с уровнем жизни и благополучием граждан.

Кто, по мнению респондентов, призван решать все эти проблемы (табл. 3.3)? Почти каждый третий полагает, что все они должны решаться местными властями – главой города (района, села, поселка), депутатами, чиновниками местной администрации. Но те, кто склонен дифференцированно подходить к определению роли местных властей, чаще всего называют рост цен на услуги ЖКХ, низкий уровень зарплат и пенсий, нехватку рабочих мест, безработицу, плохое состояние дорог, жилищную проблему, неудовлетворительную работу ЖКХ, проблемы благоустройства, падение производства. Очевидно, что, по крайней мере, решение трех из названных проблем непосредственно не относится к компетенции местных властей.

Определенная роль отводится населением в решении беспокоящих его проблем общественным и иным некоммерческим организациям в их городах, селах и поселках. На первый план выходит их ожидаемая роль в решении вопросов улучшения качества человеческого потенциала (населению видится их роль в решении проблем пьянства, алкоголизма, распространения наркомании, падения нравов, агрессивности, равнодушия людей, увеличения числа нищих, бомжей, бродяг, беспризорных детей). На первое место выходит также решение проблем благоустройства, чистоты города (села, поселка) силами общественных и иных некоммерческих организаций. Далее идут вопросы экологии, загрязнения окружающей среды. Каждый седьмой (14% опрошенных) рассматривает эти организации в качестве субъектов, способных внести вклад в улучшение обеспеченности и повышение доступности культурных, развлекательных, спортивных сооружений.

ГЛАВА 2. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ОБЩЕСТВЕННОЙ АКТИВНОСТИ

4. Вовлеченность граждан в добровольческую деятельность

Добровольческая деятельность представляет собой способ самовыражения и самореализации граждан, действующих индивидуально или коллективно на благо других людей или общества в целом. Согласно данным наших исследований, почти две трети россиян вовлечены в добровольческую деятельность: 61% опрошенных утвердительно ответили на вопрос, приходилось ли им за последний год оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо (кроме членов семьи и ближайших родственников), совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью (табл. 4.1).

Среди анализируемых субъектов РФ значение этого показателя выше среднероссийского уровня лишь в Москве и Алтайском крае; ниже (по степени убывания разрыва) – в Краснодарском крае, Челябинской области, Хабаровском крае, Нижегородской и Калининградской областях; на сопоставимом уровне – в Санкт-Петербурге.

Таблица 4.1. За последний год Вам приходилось или не приходилось оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо, совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью (если не говорить о семье и ближайших родственниках, региональный разрез, %)?

Варианты ответа	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
Приходилось	61	69	61	66	56	40	55	45	54
Не приходилось	32	26	31	29	33	51	32	50	40
Затрудняюсь ответить	7	4	8	5	11	9	13	5	7

Что касается дифференциации по основным социально-демографическим показателям, то стоит отметить отсутствие заметной разницы между степенью вовлеченности в добровольческую активность среди мужчин и женщин. Реже других приходилось за последний год оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо, совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью людям в возрасте 55 лет и старше, с образованием ниже среднего, и тем, кто дает самую низкую субъективную оценку своего уровня жизни (денег не хватает даже на питание). Чаще остальных декларируют свою активность в этой области люди с высшим образованием и те, кто дают самые высокие субъективные оценки своему уровню жизни (табл. 4.2).

Таблица 4.2. За последний год Вам приходилось или не приходилось оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо, совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью (если не говорить о семье и ближайших родственниках, основные социально-демографические характеристики, %)?

Варианты ответа	Население в целом	Пол		Возраст			Образование				Субъективная оценка уровня жизни...					
		мужской	женский	18-35 лет	36-54 лет	55 лет и старше	ниже среднего	общее среднее, ПТУ	среднее специальное	высшее	Денег не хватает на...					
											питание	одежду/обувь	бытовую технику	новую машину	квартиру/дом	На все хватает
Приходилось	61	59	62	62	65	53	46	58	63	70	53	56	61	68	76	74
Не приходилось	32	34	31	31	28	39	45	34	30	25	39	37	32	25	19	21
Затрудняюсь ответить	7	7	6	7	6	7	8	7	6	5	7	6	7	7	5	5

В целом, декларируемая добровольческая активность жителей мегаполисов и больших городов находится на таком же уровне, как и среди жителей малых городов и сел (61% и 60% соответственно). Однако среди жителей анализируемых нами центров субъектов РФ, а также Москвы и Санкт-Петербурга, наблюдается значительная дифференциация (табл. 4.3). Выше средних показателей декларируют свою активность только москвичи; ниже (по степени убывания разрыва) – в Барнауле, Краснодаре, Челябинске, Калининграде, Нижнем Новгороде и Хабаровске; на сопоставимом уровне с общероссийским находятся значения этого показателя в Санкт-Петербурге.

Таблица 4.3. За последний год Вам приходилось или не приходилось оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо, совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью (если не говорить о семье и ближайших родственниках, в разрезе административных центров субъектов РФ, а также Москвы и Санкт-Петербурга, %)?

Варианты ответа	Жители мегаполисов и больших городов	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
Приходилось	61	70	61	40	44	41	50	42	53
Не приходилось	32	26	31	50	34	55	39	55	38
Затрудняюсь ответить	6	4	8	10	23	4	10	3	10

Характерной особенностью добровольческого труда является его нерегулярность. Это отражается и в результатах наших исследований. В таблице 4.4 показано распределение ответов россиян на вопрос о том, что им приходилось безвозмездно делать за последний год для других людей (не членов семьи и не близких родственников).

Каждый третий выступал субъектом добровольческой деятельности, оказывая эмоциональную поддержку, в общении, помогая вещами или житейским советом. Среди анализируемых субъектов РФ этот показатель находится в интервале от 19% в Краснодарском крае до 41% в Москве (табл. 4.5).

В целом, практически каждый четвертый помогал деньгами (как безвозмездно, так и в долг без процентов) или продуктами, оказывал бытовую помощь на дому, физическую помощь.

Таблица 4.4. Что из перечисленного Вам приходилось безвозмездно делать за последний год для других людей (не членов семьи и не близких родственников, ответы всех респондентов, %)?

Виды добровольческой активности	%
Эмоциональная поддержка, общение, житейский совет	34
Помогать вещами	31
Помогать деньгами (в долг без процентов)	28
Оказывать бытовую помощь на дому, физическую помощь	26
Помогать продуктами	25
Помогать деньгами (безвозмездно)	23
Участвовать в субботниках, мероприятиях по благоустройству среды проживания, заниматься посадкой деревьев, ремонтировать лавочки, детские площадки, малые архитектурные формы во дворах	18
Присматривать за чужими детьми или престарелыми	12
Давать профессиональные консультации, читать лекции, давать уроки	11
Участвовать в собрании жильцов дома или подъезда	9
Участвовать в ремонте подъезда силами жильцов, дежурить на лестничных клетках	7
Помогать в решении вопросов с официальными учреждениями	6
Оказывать помощь, сопровождать при передвижении	6
Организовывать досуг	6
Доставлять на дом материальную помощь (продукты, одежду, медикаменты)	4
Участвовать в организации мероприятий (досуговых и культурных, просветительских, оздоровительных, спортивных и др.)	4
Собирать пожертвования и иные денежные средства	3
Участвовать в ликвидации последствий аварий, пожаров и других чрезвычайных ситуаций	2
Раздавать/распределять материальную помощь	1
Работать в коллективных руководящих органах некоммерческих организаций	1
Помогать сотрудникам некоммерческих организаций (в приеме заявлений, телефонных звонков, в производстве рекламы, проведении опросов и т.д.)	1
Ничего из перечисленного делать не приходилось	24
Затрудняюсь ответить	4

На третьем месте по частоте упоминания находится добровольный труд по месту жительства – 18% россиян принимали за последний год участие в субботниках, мероприятиях по благоустройству среды проживания, занимались посадкой деревьев, ремонтировали лавочки, детские площадки, малые архитектурные формы во дворах. Чаще в эту деятельность вовлечены женщины, чем мужчины (20% и 15% соответственно), люди среднего возраста (36-54 года). Примыкает к этому виду деятельности не по частоте упоминания, а по смыслу участие в ремонте подъездов силами жильцов, дежурство на лестничных клетках (в этом принимает участие лишь 7% опрошенных). В эту деятельность граждане вовлекаются, по-видимому, с активностью обратно пропорциональной показателям качества работы структур жилищно-коммунального хозяйства. Однако это пока гипотеза, которой еще предстоит пройти проверку.

Характерно, что каждый второй россиянин (50%), вовлеченный в добровольческую активность, осуществляет ее в одиночку. Еще 8% делают это по месту своей работы, 5% – через организации по месту жительства, 3% – через собес и другие государственные или муниципальные учреждения, по 1% – через российские и другие некоммерческие организации (кроме фондов), через инициативные группы, движения, через религиозные и приходские общины.

Таблица 5. Что из перечисленного Вам приходилось безвозмездно делать за последний год для других людей (не членов семьи и не близких родственников, региональный разрез, %)?

Виды деятельности	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
Помогать деньгами (в долг без процентов)	32	37	31	24	15	31	24	21
Помогать деньгами (безвозмездно)	32	24	16	24	18	23	21	22
Помогать вещами	41	34	31	30	18	27	24	28
Помогать продуктами	24	22	28	21	18	28	20	24
Оказывать бытовую помощь на дому, физическую помощь	28	26	26	18	23	25	14	15
Давать профессиональные консультации, читать лекции, давать уроки	22	12	13	7	7	5	7	8
Эмоциональная поддержка, общение, житейский совет	41	42	38	36	19	35	30	30
Помогать в решении вопросов с официальными учреждениями	13	9	4	3	3	3	4	5
Доставлять на дом материальную помощь (продукты, одежду, медикаменты)	4	4	3	3	2	3	3	3
Раздавать/распределять материальную помощь	2	1	1	1	1	1	3	0
Оказывать помощь, сопровождать при передвижении	9	9	4	3	3	4	5	5
Организовывать досуг	9	6	4	4	3	4	8	7
Присматривать за чужими детьми или престарелыми	18	15	9	11	8	10	7	13
Участвовать в организации мероприятий (досуговых и культурных, просветительских, оздоровительных, спортивных и др.)	6	3	3	3	2	4	4	3
Собирать пожертвования и иные денежные средства	4	2	2	3	2	2	3	3
Работать в коллективных руководящих органах некоммерческих организаций	2	2	2	1	1	2	2	1
Помогать сотрудникам некоммерческих организаций (в приеме заявлений, телефонных звонков, в производстве рекламы, проведении опросов и т.д.)	2	2	1	0	1	0	2	1
Участвовать в собрании жильцов дома или подъезда	11	8	10	6	2	8	6	12
Участвовать в ликвидации последствий аварий, пожаров и других чрезвычайных ситуаций	2	1	3	3	2	2	1	5
Участвовать в субботниках, мероприятиях по благоустройству среды проживания, заниматься посадкой деревьев, ремонтировать лавочки, детские площадки, малые архитектурные формы во дворах	14	9	19	22	6	22	12	25
Участвовать в ремонте подъезда силами жильцов, дежурить на лестничных клетках	3	5	11	13	4	6	4	9
Другое (напишите, что именно)	1	1	0	2	0	0	0	0
Ничего из перечисленного делать не приходилось	17	21	23	27	35	32	39	30
Затрудняюсь ответить	1	4	3	7	14	0	5	4

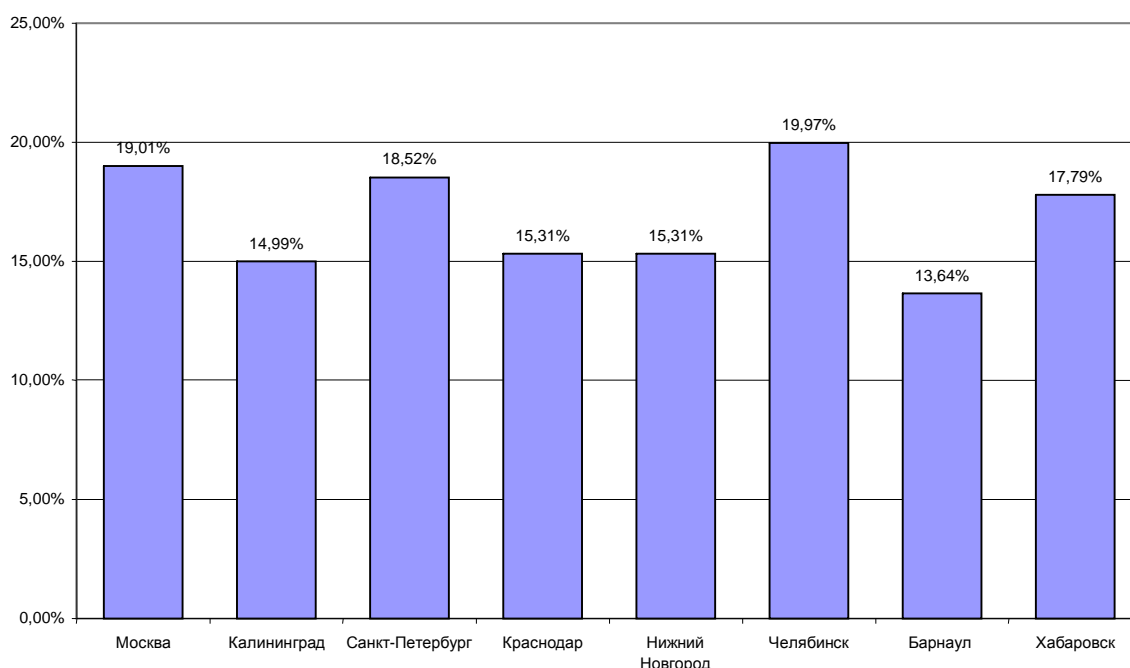
Таблица 4.6. Что из перечисленного Вам приходилось безвозмездно делать за последний год для других людей (не членов семьи и не близких родственников, в разрезе административных центров субъектов РФ, а также Москвы и Санкт-Петербурга, %)?

Виды деятельности	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
Помогать деньгами (в долг без процентов)	32	37	22	23	13	32	25	23
Помогать деньгами (безвозмездно)	32	24	12	20	22	14	28	20
Помогать вещами	41	34	18	17	19	22	28	26
Помогать продуктами	24	22	9	12	19	14	22	20
Оказывать бытовую помощь на дому, физическую помощь	28	26	12	7	24	22	16	12
Давать профессиональные консультации, читать лекции, давать уроки	22	12	6	4	8	7	12	6
Эмоциональная поддержка, общение, житейский совет	41	42	22	28	20	34	27	29
Помогать в решении вопросов с официальными учреждениями	13	9	2	1	3	3	7	4
Доставлять на дом материальную помощь (продукты, одежду, медикаменты)	4	4	2	0	2	2	7	5
Раздавать/распределять материальную помощь	2	1	0	0	0	0	5	1
Оказывать помощь, сопровождать при передвижении	9	9	3	1	1	6	5	6
Организовывать досуг	9	6	4	2	4	1	10	8
Присматривать за чужими детьми или престарелыми	18	15	6	9	10	10	9	9
Участвовать в организации мероприятий (досуговых и культурных, просветительских, оздоровительных, спортивных и др.)	6	3	1	2	1	3	5	2
Собирать пожертвования и иные денежные средства	4	2	0	1	2	1	4	3
Работать в коллективных руководящих органах некоммерческих организаций	2	2	2	0	2	2	5	2
Помогать сотрудникам некоммерческих организаций (в приеме заявлений, телефонных звонков, в производстве рекламы, проведении опросов и т.д.)	2	2	0	0	1	1	5	1
Участвовать в собрании жильцов дома или подъезда	11	8	15	4	3	10	6	14
Участвовать в ликвидации последствий аварий, пожаров и других чрезвычайных ситуаций	2	1	0	1	2	2	1	4
Участвовать в субботниках, мероприятиях по благоустройству среды проживания, заниматься посадкой деревьев, ремонтировать лавочки, детские площадки, малые архитектурные формы во дворах	14	9	16	18	3	14	12	24
Участвовать в ремонте подъезда силами жильцов, дежурить на лестничных клетках	3	5	15	9	6	5	3	13
Ничего из перечисленного делать не приходилось	17	21	44	32	40	33	39	31
Затрудняюсь ответить	1	4	13	15	10	0	5	4

Что касается вовлеченности населения в отдельные виды добровольческой активности в анализируемых административных центрах субъектов РФ, а также в Москве и Санкт-Петербурге, то самая высокая доля тех, кому ничего из предложенного им списка делать не приходилось, находится в Барнауле, Краснодаре и Челябинске, а самая низкая – в Москве (табл. 4.6). В целом, значения этого показателя находятся в интервале от 17% до 44%. Причем значение этого показателя ниже среднероссийского уровня (24%) лишь в Москве; ниже (по степени убывания разрыва) – в Барнауле, Краснодаре, Челябинске, Нижнем Новгороде, Калининграде и Хабаровске; на сопоставимом уровне – в Санкт-Петербурге.

Опираясь на данные о доле респондентов, которым приходилось за последний год по собственной инициативе оказывать помощь, поддержку кому-либо, совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью, а также тех, кто занимался теми или иными видами добровольческой активности, определяется значение индекса добровольчества (рис. 4.1). Значение этого индикатора находится на низком уровне в Барнауле; на среднем уровне – в Краснодаре, Калининграде, Нижнем Новгороде, Хабаровске; на высоком уровне – в Санкт-Петербурге, Москве, Челябинске.

Рисунок 4.1. Значение индикатора добровольчества по городам



Занятые добровольной работой по месту жительства 22% россиян тратят в среднем 13 часов в год; 7% россиян, являющиеся добровольцами в общественных и некоммерческих организациях, – 20 часов в год; 19% россиян, занятых другой добровольной безвозмездной работой в интересах других людей в течение последнего года, затратили на нее в течение последнего года в среднем 17 часов (табл. 4.7). Среди анализируемых субъектов РФ значение показателя, раскрывающего затраты времени на добровольную работу по месту жительства, выше среднероссийского уровня только в Москве, Калининградской области и Краснодарском крае. Средние затраты времени на добровольную работу в общественных и иных некоммерческих организациях выше среднероссийского показателя в Москве, Алтайском крае и Санкт-Петербурге. Затраты времени на другую добровольную работу в интересах других людей выше среднероссийских только в Москве.

Таблица 4.7. Средние затраты времени в течение последнего года на добровольную работу... (ответы, тех, кто занят соответствующими видами добровольческой активности, региональный разрез, часы)?

Варианты ответа	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
По месту жительства	13	16	9	11	16	18	8	9	10
В общественных и иных некоммерческих организациях	20	70	23	38	17	12	16	20	4
На другую добровольную безвозмездную работу в интересах других людей	17	31	11	9	9	17	13	13	7

5. Вовлеченность граждан в благотворительную деятельность

Благотворительность является важнейшей социальной практикой гражданского общества. Судя по результатам наших исследований, 28% россиян не делали благотворительные пожертвования, лично не давали деньги незнакомым нуждающимся людям, включая просящих милостыню. Такая же доля респондентов вообще не дала никакого ответа на этот вопрос, и еще 19% затруднились ответить. Таким образом, можно предположить, что от 50% до 75% взрослого населения России не были в течение последнего года вовлечены в социальные практики частной филантропии, благотворительной деятельности. Однако сумма пожертвований 18% респондентов (из 25% занимавшихся благотворительностью) не превышала 500 рублей (табл. 5.1).

Таблица 5.1. Если Вы за последний год делали благотворительные пожертвования, лично давали деньги незнакомым нуждающимся людям, включая просящих милостыню, то какую сумму в целом это составило, хотя бы приблизительно? (региональный разрез, %)

Варианты ответа	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
50 рублей и менее	4	2	4	4	2	1	3	3	4
51-100 рублей	5	5	6	3	3	1	9	3	5
101-200 рублей	4	6	6	2	3	1	5	3	3
201-500 рублей	5	5	8	3	5	1	6	3	4
501-2000 рублей	5	9	5	2	3	3	2	3	5
2001 рубль и более	3	6	2	2	3	2	1	3	2
Не делал благотворительных пожертвований	28	25	29	39	22	21	29	22	16
Затрудняюсь ответить	19	24	16	17	26	21	13	16	27
Нет ответа	28	18	25	27	34	49	32	44	34

В разрезе изучаемых субъектов РФ доля граждан, которые делали благотворительные пожертвования, лично давали деньги незнакомым нуждающимся людям, включая просящих милостыню, находится в интервале от 9% в Краснодарском крае до 33% в Москве (табл. 5.2). Средние величины их пожертвований в денежной форме также существенно дифференцированы от 449 руб. в Нижегородской области до 3967 руб. в Москве.

Таблица 5.2. Доля граждан, которые делали благотворительные пожертвования, лично давали деньги незнакомым нуждающимся людям, включая просящих милостыню, и средние значения пожертвований? (региональный разрез)

Варианты ответа	Население России в целом	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
Доля граждан, которые делали благотворительные пожертвования (%)	26	33	31	16	19	9	26	18	23
Средние значения пожертвований (руб.)	1484	3967	1259	1155	1319	1465	449	2059	996

При определенных условиях россияне были бы готовы тратить больше денег на благотворительность. Во-первых, большинство респондентов больше бы жертвовали, если бы у них были более высокие доходы, чем сейчас (63%). Во-вторых, каждый второй – если бы был уверен, что его деньги пойдут по назначению (49%). Остальные условия упоминаются респондентами значительно реже (табл. 5.3). Каждый шестой будет тратить денег больше на благотворительность, если будет лично знаком с людьми, которым жертвует деньги; каждый девятый – если это улучшит качество жизни в доме, в котором он живет, поможет благоустройству территории, или если поймет, что ему это приносит моральное удовлетворение; каждый десятый – если люди, нуждающиеся в помощи, будут близки ему по духу. Льготы по уплате подоходного налога были бы стимулом лишь для 3% россиян.

Таблица 5.3. При каких условиях Вы были бы готовы тратить больше денег на благотворительность? (все население России)

Условия	%
Если бы у меня были более высокие доходы, чем сейчас	63
Если я буду уверен(-на), что мои деньги пойдут по назначению	49
Если я буду лично знаком(-а) с людьми, которым жертвую деньги	17
Если это улучшит качество жизни в доме, в котором я живу, поможет благоустройству территории	11
Если пойму, что мне это приносит моральное удовлетворение	11
Если люди, нуждающиеся в помощи, будут близки мне по духу	10
Если деньги помогут животным	6
Если я получу льготы по уплате подоходного налога	3
Другое	1
Затрудняюсь ответить	10

Стоит отметить, что отсутствует прямая связь между долей граждан, вовлеченных в социальные практики частной филантропии и благотворительной деятельности, а также средней величиной пожертвований в анализируемых регионах.

ГЛАВА 3. ИНФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАН О НКО И ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНИЦИАТИВАХ

6. Каналы распространения информации о НКО

Негосударственные некоммерческие организации используют в основном ограниченный спектр каналов распространения информации о своей деятельности. Так, почти каждая вторая организация использует местные и региональные газеты и журналы (46%). Чаще всего их используют фонды и общественные организации, реже других – потребительские кооперативы. Через сотрудников, членов, участников или добровольцев своих организации распространяют информацию о себе в среднем 41% НКО. Эти два канала распространения информации делят первое место в рейтинге по частоте упоминания каналов распространения информации.

Таблица 6.1. Через какие каналы чаще всего распространяется информация о Вашей организации? (все НКО и по организационно-правовым формам, %)

Каналы	Все НКО	Организационно-правовая форма НКО					
		Общественные организации	Потребительские кооперативы	Фонды (общественные и некоммерческие)	Некоммерческие партнерства	Автономные некоммерческие организации	Иные НКО
Местные и региональные газеты и журналы	46	56	18	58	46	48	61
Сотрудники, члены, участники или добровольцы организации	41	44	38	43	37	37	36
Передачи на региональном и местном телевидении	32	42	9	32	35	37	26
Информационные материалы (брошюры, листовки и т.д.)	23	25	9	26	28	39	42
Интернет	22	27	5	25	38	30	19
Потребители услуг организации	20	18	20	21	34	26	23
Передачи на местных и региональных радиостанциях	18	27	4	16	11	17	7
Информационные стенды в помещении организации	18	16	19	13	24	30	26
Информационные таблички (вывески) возле входа в помещение организации	16	13	21	11	15	20	19
Слухи	16	15	17	14	19	26	3
Центральные газеты и журналы	12	15	4	13	12	7	16
Передачи на центральном телевидении	10	13	3	3	12	7	10
Собственные печатные и электронные СМИ	10	13	0	16	8	11	3
Информационные стенды в помещениях органов власти и организаций	8	9	6	5	7	7	10
Рекламные щиты на улице	7	5	8	7	14	13	13
Реклама на транспорте	3	3	2	2	8	9	7
Передачи на федеральных радиостанциях	3	4	0	4	7	4	10
Никакие	8	2	21	7	7	6	3
Затрудняюсь ответить	2	1	3	3	3	4	3

На втором месте – передачи на региональном и местном телевидении. Их использует каждая третья НКО, однако чаще других – общественные организации. На третьем месте – информационные материалы (брошюры, листовки и т.д.), Интернет и потребители услуг организации. Через них распространяют информацию о своей деятельности 20-22% организаций. Причем через потребителей услуг чаще всего

распространяют информацию некоммерческие партнерства. Интернет также наиболее активно используется этим видом организаций. В таблице 6.1 содержится практически полный спектр используемых НКО каналов распространения информации с распределением по частоте их использования, в том числе по организационно-правовым формам НКО.

Наилучшими источниками информации о деятельности НКО руководители называют местные и региональные газеты и журналы (их упоминает лишь каждый третий респондент, однако они занимают первое место в рейтинге по частоте упоминания). Также лидируют передачи на региональном и местном телевидении (26%), а также сотрудники, члены, участники и добровольцы обследованных организаций. В таблице 6.2 содержится распределение ответов респондентов по предложенным вариантам ответов на вопрос о том, какие каналы распространения информации они считают наилучшими. При сопоставлении данных таблиц 6.1 и 6.2 заметно, что хотя информационные материалы (брошюры, листовки и т.д.) используются в каждой пятой организации, их эффективность является довольно низкой, поскольку в числе наилучших источников их называет лишь каждый десятый респондент.

Таблица 6.2. Какие каналы распространения информации о деятельности Вашей организации Вы считаете наилучшими? (все НКО и по организационно-правовым формам, %)

Каналы	Все НКО	Организационно-правовая форма НКО					
		Общественные организации	Потребительские кооперативы	Фонды (общественные и некоммерческие)	Некоммерческие партнерства	Автономные некоммерческие организации	Иные НКО
Местные и региональные газеты и журналы	31	41	12	38	24	22	39
Передачи на региональном и местном телевидении	26	33	10	29	24	26	23
Сотрудники, члены, участники или добровольцы организации	24	25	25	23	16	22	23
Интернет	15	18	2	14	27	26	10
Потребители услуг организации	13	10	16	14	19	13	13
Передачи на местных и региональных радиостанциях	10	15	4	8	3	6	0
Информационные материалы (брошюры, листовки и т.д.)	9	9	5	12	9	17	23
Передачи на центральном телевидении	8	10	4	8	8	7	6
Информационные стенды в помещении организации	7	4	14	4	5	7	3
Центральные газеты и журналы	6	8	3	5	5	4	10
Слухи	6	4	10	4	7	4	0
Информационные таблички (вывески) возле входа в помещение организации	5	2	12	2	1	4	6
Собственные печатные и электронные СМИ	5	7	0	12	4	6	6
Рекламные щиты на улице	4	3	4	6	4	4	3
Информационные стенды в помещениях органов власти и организаций	3	2	3	3	4	2	0
Передачи на федеральных радиостанциях	2	2	0	0	4	0	6
Реклама на транспорте	1	1	1	0	1	6	0
Никакие	7	2	21	3	4	6	0
Затрудняюсь ответить	6	5	7	5	11	9	6

7. Информированность граждан о НКО и общественных инициативах

Известность отдельных общественных и других некоммерческих организаций, гражданских инициатив среди россиян достигает 44% (табл. 7.1). Причем речь в данном случае идет только о тех организациях и инициативах, которые работают непосредственно в населенных пунктах, где проживают респонденты, – в их городах, селах и поселках. Самый высокий уровень известности фиксируется в группе респондентов с высшим образованием, среди жителей мегаполисов (включая Москву) и больших городов, а также среди тех, кто дает скорее высокие оценки своему уровню жизни. В этих группах уровень известности по отдельным позициям достигает 76%. Эти закономерности объясняются самой постановкой вопроса, ведь результаты других проведенных нами исследований подтверждают, что чем выше уровень урбанизации населенных пунктов, тем более развиты там НКО и гражданские инициативы.

Доля же тех, кто вообще не знает и не слышал ни о каких организациях и инициативах, в группе респондентов с высшим образованием почти в три раза ниже, чем в целом по населению (9% и 20% соответственно); среди сельчан – выше в два раза (42% и 20% соответственно).

Таблица 7.1. Известность общественных и других некоммерческих организаций, гражданских инициатив (все население и респонденты с высшим образованием)

Организации и инициативы	Все население	Респонденты с высшим образованием
профсоюзы	44	57
садовые и дачные товарищества	43	57
ветеранские объединения («афганцев», ветеранов Великой Отечественной войны, ветеранов силовых органов, «чернобыльцев»)	43	55
общества инвалидов	41	51
общества защиты прав потребителей	38	52
товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	30	46
благотворительные организации (детские приюты, помощь жертвам насилия, наркозависимым, беженцам, бездомным и т.п.)	28	40
религиозные общины, организации, движения	27	40
домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	26	38
спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения/клубы	26	41
экологические организации	23	36
благотворительные инициативы/акции (сбор денег/вещей для бездомных, детских домов, пострадавших, нуждающихся и т.п.)	21	31
культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон и т.п.), клубы по интересам, хобби	19	31
правозащитные организации (юридическая помощь жертвам произвола властей, призывникам, комитеты солдатских матерей и т.п.)	18	29
благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	17	28
женские организации	16	26
молодежные политические объединения	15	27
группы, органы школьного/студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	14	26
инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.)	13	23
молодежные неформальные объединения неполитического характера	13	23

Продолжение таблицы 7.1

Организации и инициативы	Все население	Респонденты с высшим образованием
территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий (озеленение, детские площадки, площадки для выгула собак, оборудование парковок и гаражей, вывоз мусора и т.п.)	12	21
профессиональные ассоциации/творческие союзы	11	23
этнические общины, национальные диаспоры, землячества	11	22
движения национально-патриотического толка	9	18
местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей (борьба с новостройками, проблемы выселения, снабжения, экологические проблемы, проблемы, связанные с последствиями чрезвычайных происшествий и пр.)	8	15
ни о каких не знаю и не слышал(-а)	20	9
затрудняюсь ответить	6	4

Среди предложенного перечня негосударственных некоммерческих организаций и инициатив самый высокий уровень известности у профсоюзов (44%), садовых и дачных товариществ (43%), ветеранских объединений (43%), организаций инвалидов (41%) и объединений по защите прав потребителей (38%).

Практически каждый третий россиянин (30%) знает или слышал о товариществах собственников жилья, жилищно-строительных кооперативах. Каждый четвертый – о благотворительных организациях (28%), религиозных общинах, организациях, движениях (27%), о домовых комитетах, старших по домам и по подъездам (26%), о спортивных, туристических, охотничьих, автомобилистских объединениях и клубах (26%). Каждый пятый респондент знает или слышал о различных благотворительных инициативах и акциях (21%), об экологических организациях, о культурных, краеведческих, природоохранных движениях, инициативных группах (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон и т.п.), клубах по интересам (19%).

Доля граждан, которые ничего не знают и не слышали об общественных и некоммерческих организациях, в анализируемых субъектах РФ находится в интервале от 4% в Москве и Санкт-Петербурге до 29% в Алтайском крае (табл. 7.2). Известность отдельных видов организаций также существенно варьируется. Например, известность садовых и дачных товариществ достигает 76% в Москве и составляет лишь 14% в Краснодарском крае. Характерно, что последний отличается низкой долей граждан, которые знают или хотя бы немного слышали об организациях и инициативах практически всех предложенных респондентам видов. В этом смысле весьма показательной является суммарная известность отдельных видов организаций и инициатив, которая определяется как сумма долей граждан, которым известны организации и инициативы предложенных нами видов. Места анализируемых субъектов РФ в рейтинге по анализируемому показателю распределяются следующим образом (в порядке убывания значения суммарного показателя):

1. Москва (1210 п.п.)
2. Санкт-Петербург (1023 п.п.)
3. Нижегородская область (676 п.п.)
4. Калининградская область (669 п.п.)
5. Хабаровский край (556 п.п.)
6. Челябинская область (513 п.п.)
7. Алтайский край (389 п.п.)
8. Краснодарский край (288 п.п.)

Таблица 7.2. О каких общественных объединениях и других некоммерческих организациях, гражданских инициативах в нашем городе (селе, поселке) Вы знаете или хотя бы слышали? (в разрезе субъектов РФ, %)

Организации и инициативы	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	59	60	19	33	11	37	23	30
садовые и дачные товарищества	76	67	34	52	14	52	37	37
религиозные общины, организации, движения	51	49	16	34	17	28	23	30
профессиональные ассоциации / творческие союзы	33	32	8	18	4	15	12	7
профсоюзы	70	66	33	32	21	53	39	35
общества защиты прав потребителей	63	65	27	31	18	40	30	36
общества инвалидов	67	63	29	50	18	51	38	41
женские организации	34	32	14	17	7	26	16	8
ветеранские объединения	73	63	39	49	21	49	41	41
благотворительные организации	56	55	22	37	14	30	32	31
благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	45	35	12	18	11	15	21	14
правозащитные организации	43	41	13	24	11	21	16	17
территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий	33	20	11	20	6	11	13	14
домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	61	40	22	19	14	30	20	26
местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей	27	16	4	16	4	8	6	5
группы, органы школьного/студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	35	26	11	18	6	17	17	14
инициативные группы, объединения родителей	34	20	6	20	9	18	9	15
этнические общины, национальные диаспоры, землячества	36	32	5	10	7	11	7	11
молодежные неформальные объединения неполитического характера	36	30	5	15	10	15	13	15
молодежные политические объединения	45	36	6	19	8	21	14	13
движения национально-патриотического толка	33	30	2	9	5	9	5	7
спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	52	33	17	37	14	37	23	29
культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы, клубы по интересам, хобби	42	26	12	28	14	26	18	24
благотворительные инициативы / акции (сбор денег / вещей для бездомных, детских домов, пострадавших, нуждающихся и т.п.)	49	35	14	33	8	21	20	27
экологические организации	57	51	8	30	16	35	20	29
ни о каких не знаю и не слышал(-а)	4	4	29	20	23	19	21	19
затрудняюсь ответить	2	4	6	7	16	2	5	5

Эта картина известности отдельных видов НКО и общественных инициатив модифицируется, если мы принимаем во внимание только данные по административным центрам субъектов РФ, а также Москве и Санкт-Петербургу. Доля респондентов, которым никакие организации и инициативы не известны, здесь ниже, а известность отдельных видов НКО и инициатив – выше (табл. 7.3). Показатель суммарной известности в центрах субъектов РФ выше, чем в целом по субъекту (то есть с учетом сельского населения), причем примерно в полтора раза.

Таблица 7.3. О каких общественных объединениях и других некоммерческих организациях, гражданских инициативах в нашем городе (селе, поселке) Вы знаете или хотя бы слышали? (в разрезе административных центров субъектов РФ, а также Москвы и Санкт-Петербурга, %)

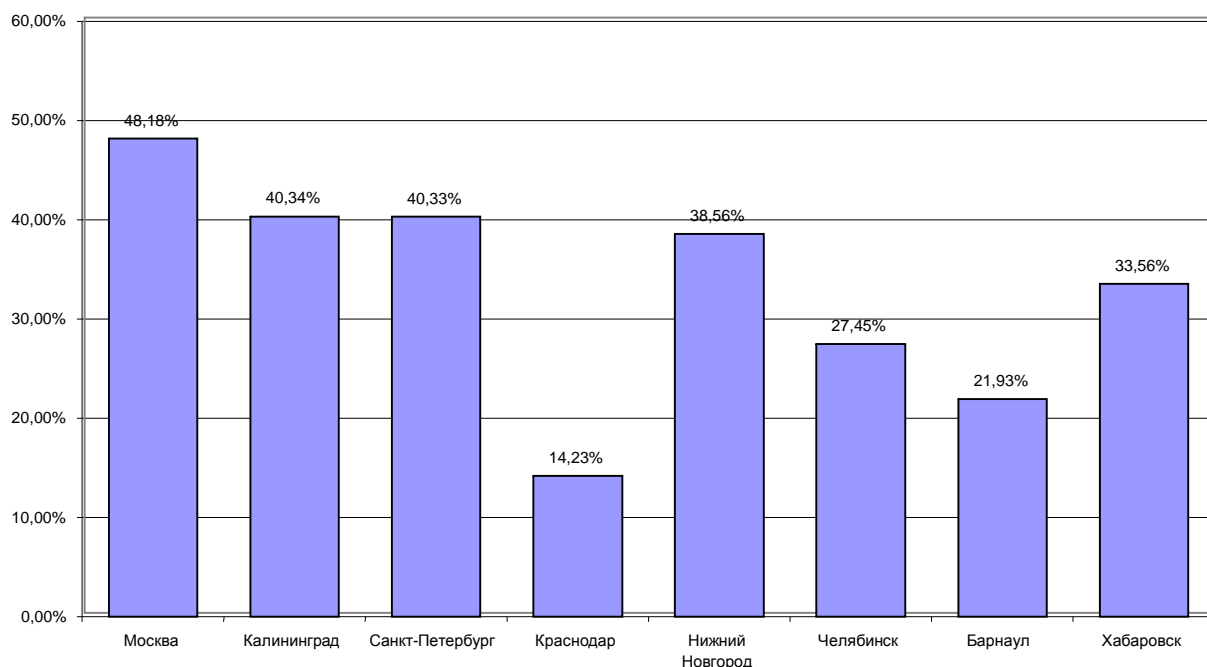
Организации и инициативы	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	59	60	31	53	17	58	38	51
садовые и дачные товарищества	76	67	42	73	14	77	48	52
религиозные общины, организации, движения	51	49	22	49	19	41	29	35
профессиональные ассоциации / творческие союзы	33	32	14	29	5	22	28	11
профсоюзы	70	66	47	49	23	73	45	48
общества защиты прав потребителей	63	65	40	52	23	67	24	46
общества инвалидов	67	63	34	65	24	70	37	56
женские организации	34	32	12	26	8	34	19	14
ветеранские объединения	73	63	44	69	29	69	43	60
благотворительные организации	56	55	38	55	21	49	45	46
благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	45	35	20	27	13	21	28	26
правозащитные организации	43	41	27	44	13	35	24	31
территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий	33	20	22	32	5	19	22	24
домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	61	40	41	29	18	41	35	38
местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей	27	16	12	29	3	8	18	12
инициативные группы, объединения родителей	34	20	7	27	7	20	19	22
этнические общины, национальные диаспоры, землячества	36	32	7	18	11	20	16	16
молодежные неформальные объединения неполитического характера	36	30	9	21	10	21	23	24
молодежные политические объединения	45	36	6	36	13	30	24	25
движения национально-патриотического толка	33	30	4	16	12	11	13	14
спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	52	33	19	48	6	45	24	48
группы, органы школьного/студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	35	26	25	27	19	25	28	27

Продолжение таблицы 7.3

Организации и инициативы	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы, клубы по интересам, хобби	42	26	11	42	18	26	29	39
благотворительные инициативы / акции (сбор денег / вещей для бездомных, детских домов, пострадавших, нуждающихся и т.п.)	49	35	22	57	9	35	26	43
экологические организации	57	51	10	50	24	60	18	47
ни о каких не знаю и не слышал(-а)	4	4	15	7	16	5	14	5
затрудняюсь ответить	2	4	16	9	15	1	5	5

Определим значение индикатора информированности населения об общественных объединениях и других некоммерческих организациях, гражданских инициативах в восьми анализируемых городах (рис. 7.1). Его основу составит обобщение за счет простого суммирования, то есть чем большее количество видов организаций и инициатив знают респонденты из конкретного города, тем большее значение набирает этот индикатор в данном городе. Значение этого индикатора находится на низком уровне в Краснодаре и Барнауле; на среднем – в Челябинске, Хабаровске, Нижнем Новгороде; на высоком – в Санкт-Петербурге, Калининграде и Москве.

Рисунок 7.1. Значение индикатора информированности населения об общественных объединениях и других некоммерческих организациях, гражданских инициативах



Чаще всего россияне получают информацию об организациях и инициативах (из предложенного им списка) по неформальным каналам коммуникаций – от других людей (слышали от них 62%), а также из публикаций в местных газетах, из передач местных теле-, радиоканалов (49% респондентов). Из центральных газет, радио, телеканалов получают информацию 39% респондентов, из информационных материалов, листовок, объявлений – 25% респондентов. Весь перечень источников информации содержится в таблице 7.4.

Таблица 7.4. Откуда Вам известны эти организации и инициативы? (% от числа тех, кто знает или слышал о предложенных организациях и инициативах, население России)

Источники	%
Слышал(-а) от других людей	51
Из публикаций в местных газетах, на местных теле- и радиоканалах	40
Из центральных газет, радио, телеканалов	31
Из информационных материалов, листовок, объявлений	20
Сам(-а) принимаю в ней участие	17
Принимают участие родственники, знакомые	16
Получал(-а) от нее помощь, содействие, другие услуги	4
Из материалов в Интернете	4
Затрудняюсь ответить	3

ГЛАВА 4. ГРАЖДАНЕ КАК УЧАСТНИКИ И КЛИЕНТЫ НКО

8. Характеристики участия населения в деятельности НКО и общественных инициатив

Декларируют свое членство или участие в деятельности общественных объединений и иных видов некоммерческих организаций, гражданских инициативах 13% россиян. Однако доля членов или участников отдельных видов организаций и инициатив не превышает 4%, достигая своего максимума в профсоюзах (табл. 8.1).

Таблица 8.1. В деятельности каких общественных объединений и других некоммерческих организаций, общественных гражданских инициатив Вы принимаете участие, членом каких общественных организаций являетесь (все население и респонденты с высшим образованием)

Организации и инициативы	Все население	Респонденты с высшим образованием
Товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	1	3
Садовые и дачные товарищества	3	5
Религиозные общины, организации, движения	1	1
Профессиональные ассоциации / творческие союзы	0	1
Профсоюзы	4	7
Общества защиты прав потребителей	0	0
Общества инвалидов	1	1
Женские организации	0	1
Ветеранские объединения («афганцев», ветеранов Великой Отечественной войны, ветеранов силовых органов, «чернобыльцев»)	1	2
Благотворительные организации (детские приюты, помощь жертвам насилия, наркозависимым, беженцам, бездомным и т.п.)	0	1
Благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	0	1
Правозащитные организации (юридическая помощь жертвам произвола властей, призывникам, комитеты солдатских матерей и т.п.)	0	1
Территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий (озеленение, детские площадки, площадки для выгула собак, оборудование парковок и гаражей, вывоз мусора и т.п.)	1	1
Домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	1	2
Местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей (борьба с новостройками, проблемы выселения, снабжения, экологические проблемы, проблемы, связанные с последствиями чрезвычайных происшествий и пр.)	0	1
Группы, органы школьного/студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	1	2
Инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.)	1	2
Этнические общины, национальные диаспоры, землячества	0	0
Молодежные неформальные объединения неполитического характера	0	1
Молодежные политические объединения	0	1
Движения национально-патриотического толка	0	0
Спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	2	3

Продолжение таблицы 8.1

Организации и инициативы	Все население	Респонденты с высшим образованием
Культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон и т.п.), клубы по интересам, хобби	1	2
Благотворительные инициативы / акции (сбор денег / вещей для бездомных, детских домов, пострадавших, нуждающихся и т.п.)	1	2
Экологические организации	0	1
Ни в каких	61	63
Затрудняюсь ответить	1	1

В региональном разрезе эта картина имеет незначительные характерные штрихи (табл. 8.2). Привлекает внимание доля граждан, не участвующих ни в каких организациях и инициативах, а также тех, кто не дал никакого ответа. Последнюю группу составляют те, кто не знает никаких НКО и гражданских инициатив. Если просуммировать значения этих двух показателей, то мы получим долю граждан в изучаемых субъектах РФ, которые не являются членами и участниками каких-либо НКО и гражданских инициатив. Таким образом, самая низкая доля не участвующих граждан – в Москве, однако и она составляет более 2/3 от числа опрошенных москвичей. В большинстве изучаемых субъектов РФ доля неучаствующих находится в интервале от 83% до 91% респондентов. В этой группе находятся Хабаровский край (83%), Челябинская область и Краснодарский край (по 86%), Санкт-Петербург (87%), Нижегородская область (88%), Алтайский край (89%), Калининградская область (91%).

Таблица 8.2. В деятельности каких общественных объединений и других некоммерческих организаций, общественных гражданских инициатив Вы принимаете участие, членом каких общественных организаций являетесь? (в разрезе субъектов РФ, %)

Организации и инициативы	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
Товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	3	2	1	2	0	1	1	1
Садовые и дачные товарищества	8	3	3	2	1	3	2	4
Религиозные общины, организации, движения	1	0	0	0	1	0	1	1
Профессиональные ассоциации / творческие союзы	1	1	0	0	0	1	0	1
Профсоюзы	4	4	3	1	3	5	4	4
Общества защиты прав потребителей	0	0	0	0	0	0	0	0
Общества инвалидов	1	0	0	0	1	1	1	0
Женские организации	1	1	0	0	0	0	0	0
Ветеранские объединения	3	1	1	0	1	0	1	2
Благотворительные организации	1	1	0	0	0	0	1	1
Благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	1	0	0	0	0	0	0	0
Правозащитные организации	0	1	0	0	0	0	0	0
Территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий	1	1	1	0	0	0	0	0
Домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	3	1	1	0	2	1	0	1

Продолжение таблицы 8.2

Организации и инициативы	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
Местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей	1	0	0	0	1	0	0	0
Группы, органы школьного/студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	2	0	0	0	2	0	1	1
Инициативные группы, объединения родителей	2	1	1	0	2	1	0	1
Этнические общины, национальные диаспоры, землячества	0	0	0	0	0	0	0	0
Молодежные неформальные объединения неполитического характера	1	0	0	1	1	0	0	1
Молодежные политические объединения	0	0	0	0	0	0	0	0
Движения национально-патриотического толка	0	0	0	0	0	0	0	0
Спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	4	1	2	1	1	2	1	1
Культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы, клубы по интересам, хобби	2	0	1	0	0	0	1	1
Благотворительные инициативы / акции	1	1	0	0	0	0	2	2
Экологические организации	1	0	0	0	0	0	0	1
Ни в каких	71	79	54	63	47	67	60	59
Затрудняюсь ответить	0	1	1	2	2	2	1	2
Нет ответа	6	8	35	28	39	21	26	24

В анализируемых городах ситуация кардинально не меняется по сравнению с общей картиной по субъектам РФ (табл. 8.3). Однако в некоторых городах доля не участвующих выше таковой по соответствующему субъекту (это Хабаровск и Барнаул), ниже – только в Калининграде, а в остальных городах – на сопоставимом уровне.

Таблица 8.3. В деятельности каких общественных объединений и других некоммерческих организаций, общественных гражданских инициатив Вы принимаете участие, членом каких общественных организаций являетесь? (в разрезе административных центров субъектов РФ, а также Москвы и Санкт-Петербурга, %)

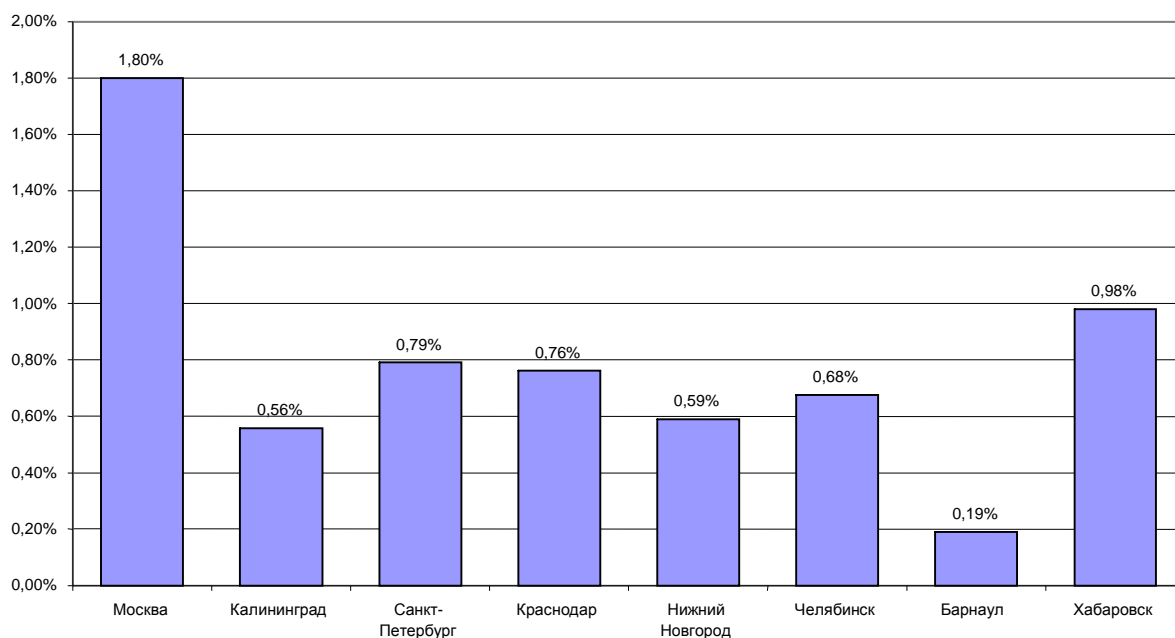
Организации и инициативы	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижегород	Челябинск	Хабаровск
Товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	3	2	0	5	0	1	3	2
Садовые и дачные товарищества	8	3	0	3	1	2	1	7
Религиозные общины, организации, движения	1	0	0	1	0	1	1	1
Профессиональные ассоциации / творческие союзы	1	1	0	0	0	1	0	1
Профсоюзы	4	4	1	1	2	4	3	4

Продолжение таблицы 8.3

Организации и инициативы	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
Общества защиты прав потребителей	0	0	0	0	0	0	1	0
Общества инвалидов	1	0	0	0	0	1	1	0
Женские организации	1	1	0	0	0	0	0	0
Ветеранские объединения	3	1	0	1	1	1	2	1
Благотворительные организации	1	1	0	1	0	0	0	0
Благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	1	0	0	0	0	0	0	0
Правозащитные организации	0	1	0	0	0	0	0	0
Территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий	1	1	0	1	0	1	1	1
Домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	3	1	1	0	1	2	0	1
Местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей	1	0	0	1	1	0	0	0
Группы, органы школьного/студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	2	0	1	0	2	1	0	2
Инициативные группы, объединения родителей	2	1	0	1	2	1	1	1
Этнические общины, национальные диаспоры, землячества	0	0	0	0	0	0	1	0
Молодежные неформальные объединения неполитического характера	1	0	1	0	1	0	0	1
Молодежные политические объединения	0	0	0	1	0	0	0	1
Движения национально-патриотического толка	0	0	0	0	0	0	0	0
Спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	4	1	1	1	2	1	1	2
Культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы, клубы по интересам, хобби	2	0	0	1	0	1	0	1
Благотворительные инициативы / акции	1	1	0	0	0	0	0	1
Экологические организации	1	0	0	0	0	0	1	1
Ни в каких	71	79	66	69	57	85	70	73
Затрудняюсь ответить	0	1	0	4	2	0	0	3
Нет ответа	6	8	30	16	30	6	18	16

Определим значение индикатора активности участия населения в деятельности общественных объединений и других некоммерческих организаций, гражданских инициатив в восьми анализируемых городах (рис. 8.1). Его основу составит суммирование, то есть чем в большем количестве видов организаций и инициатив респонденты из конкретного города принимают участие, тем большее значение набирает этот индикатор в данном городе. Значение этого индикатора находится на низком уровне в Барнауле; на среднем – в Калининграде, Краснодаре, Нижнем Новгороде, Челябинске, Санкт-Петербурге и Хабаровске; на относительно высоком – лишь в Москве.

Рисунок 8.1. Значение индикатора активности участия населения в деятельности общественных объединений и других некоммерческих организаций, гражданских инициатив



Лишь каждый одиннадцатый россиянин (9%) является инициатором, учредителем, руководителем или входит в состав руководящих органов НКО и гражданских инициатив. При этом каждый четвертый (25% респондентов) говорит о том, что мог бы стать инициатором создания, организатором каких-либо НКО и гражданских инициатив (табл. 8.4). Женщины чаще мужчин декларируют готовность создавать женские организации, благотворительные организации и инициативы, группы и объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.). Мужчины чаще готовы создавать спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения и клубы, причем здесь наибольшую активность готовы проявлять молодые мужчины в возрасте до 35 лет. Респонденты с самыми высокими субъективными оценками своего уровня жизни чаще других готовы создавать ТСЖ и ЖСК, благотворительные организации и инициативы, а также охотничьи, туристические, спортивные, автомобилистские объединения.

Никакие НКО и инициативы не желали бы создавать 63% россиян, причем это нежелание усиливается прямо пропорционально возрасту респондентов. Так, не готовы быть инициаторами создания и организаторами 51% молодых россиян в возрасте до 35 лет, 63% респондентов средних возрастов и 78% респондентов в возрасте 55 лет и старше.

В настоящее время 4% респондентов работают в НКО и принимают участие в гражданских инициативах за плату, в том числе нерегулярно, эпизодически. При этом каждый третий (33%) готов работать в НКО и принимать участие в инициативах за плату, даже на непостоянной основе (табл. 8.4). По отдельным видам организаций доля желающих работать в них за плату не превышает 5% от общего числа опрошенных.

Примерно такая же доля россиян (30%) готова работать в этих организациях и инициативах добровольцами, то есть бесплатно. При этом, по словам 15% респондентов, в настоящее время они уже являются добровольцами. Справедливости ради отметим отсутствие четкого понимания значения слова «доброволец», например, 3% россиян себя видят в настоящее время добровольцами, работая в садовых и дачных товариществах.

Каждый четвертый россиянин (25%) в настоящее время принимает участие в мероприятиях и собраниях НКО и гражданских инициатив, при этом чаще всего респонденты принимают такое участие садовых и дачных товариществах, а также в

профсоюзах. Почти каждый второй россиянин (46%) готов принимать участие в мероприятиях, собраниях НКО и гражданских инициатив (табл. 8.5). Чаще это желание выражают в отношении экологических организаций, благотворительных организаций и инициатив, спортивных, туристических, охотничьих, автомобилистских организаций, а также культурных, краеведческих, природоохранных движений, инициативных групп (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон), клубов по интересам.

Таблица 8.5. Потенциал участия в НКО и гражданских инициативах (все население, %)

Виды организаций и инициатив	В каких организациях и инициативах Вы готовы...			
	быть инициатором создания, организаторо	работать за плату, в т.ч. на непостоянной	работать добровольцем	принимать участие в собраниях и мероприятиях
Товарищества собственников жилья, ЖСК и т.п.	2	3	2	4
Садовые и дачные товарищества	2	2	2	3
Религиозные общины, организации, движения	0	1	1	1
Профессиональные ассоциации/творческие союзы	1	1	1	1
Профсоюзы	2	4	2	4
Общества защиты прав потребителей	2	4	2	4
Общества инвалидов	1	1	2	2
Женские организации	3	4	2	5
Ветеранские объединения	1	1	2	2
Благотворительные организации	3	4	4	5
Благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	1	2	1	2
Правозащитные организации	2	2	1	2
Территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий	2	3	3	4
Домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	2	3	3	4
Местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей	1	2	2	3
Группы, органы школьного/ студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	2	1	2	2
Инициативные группы, объединения родителей	3	2	3	3
Этнические общины, национальные диаспоры, землячества	0	0	0	0
Молодежные неформальные объединения неполитического характера	1	1	1	1
Молодежные политические объединения	1	1	1	1
Движения национально-патриотического толка	0	1	0	1
Спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	4	5	4	7
Культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы, клубы по интересам, хобби	3	4	3	6
Благотворительные инициативы / акции	4	4	6	8
Экологические организации	3	4	4	11
Других	1	1	1	0
Всех	1	3	0	0
Никаких	63	55	61	48
Затрудняюсь ответить	12	12	9	6

Каждый пятый россиянин (19%) помогает деньгами или вещами, делает пожертвования НКО и гражданским инициативам (чаще всего это фиксируется в отношении благотворительных инициатив и организаций, а также в отношении религиозных общин, организаций и движений). О своей готовности вступать в такие взаимоотношения говорят 38% россиян.

Таким образом, при невысоких показателях реального участия россиян в НКО и гражданских инициативах, социальная база российского третьего сектора может быть достаточно внушительной: по крайней мере, половина россиян готова принимать участие в мероприятиях и собраниях НКО и гражданских инициатив, каждый третий готов быть добровольцем или работать за плату, каждый четвертый декларирует готовность стать инициатором создания, организатором каких-либо НКО и гражданских инициатив.

9. Место общественной работы в структуре расходования свободного времени

Общественная работа, участие в деятельности общественных организаций и инициативных групп занимает одно из последних мест в структуре расходования свободного времени россиян: лишь 4% респондентов посвящают этому свое свободное время вне дома (8% респондентов с высшим образованием). Почти в 3 раза больше россиян (11%) посещают церковь (храм, мечеть, молельный дом и т.п.), добровольно участвуют в делах церкви, религиозной, приходской общины. Справедливости ради отметим, что 15% россиян не имеют свободного времени либо проводят его дома (чаще всего это, разумеется, люди в возрасте 55 лет и старше). В таблице 9.1 отражена структура расходования свободного времени в целом россиянами и респондентами с высшим образованием. Заметно, что люди с высшим образованием более активно (часто в значительной степени) расходуют свое свободное время. Только они реже остальных отдаются даче, саду, огороду; и не чаще остальных посещают церковь, ходят в гости, гуляют с компанией, смотрят спортивные состязания.

Таблица 9.1. Структура расходования свободного времени вне дома (все население и респонденты с высшим образованием)

Виды деятельности	Население в целом	Респонденты с высшим образованием
Хожу в гости	39	41
Работаю на даче, в огороде, в саду	39	34
Уезжаю за город, отдыхаю на природе, езжу на рыбалку, за грибами и т.п.	36	44
Хожу по магазинам в свое удовольствие	21	25
Гуляю с компаний друзей во дворе, по городу	20	21
Хожу в кино, в театр, на концерты, в музеи, на выставки, другие культурные мероприятия	15	29
Занимаюсь своим увлечением, хобби в группе, кружке, клубе и т.п.	12	16
Хожу в церковь (храм, мечеть, молельный дом и т.п.), добровольно участвую в делах церкви, религиозной, приходской общины	11	11
Занимаюсь повышением образования, обучаюсь полезным навыкам, хожу на курсы, в библиотеку и т.п.	10	22
Хожу в рестораны, вечерние клубы, кафе, пивные бары	9	15
Хожу посмотреть спортивные состязания	7	10
Занимаюсь спортом/хожу в спортклуб	7	13
Хожу на дискотеки/в танцевальные клубы	7	8
Занимаюсь общественной работой, участвую в деятельности общественных организаций, инициативных групп и т.п.	4	8
Практически нет свободного времени / свободное время провожу дома	15	11
Затрудняюсь ответить	3	1

Среди анализируемых субъектов РФ заметно, что жители Москвы и Санкт-Петербурга тратят свое свободное время более интенсивно, чем жители провинциальных регионов (табл. 9.2). Однако доля времени на общественную работу в общей структуре расходования свободного времени по субъектам РФ находится в интервале от 2% до 6%, составляя в среднем 3,5%. Для сравнения: доля времени на посещение церкви и участие в ее делах находится по регионам в более широком интервале от 6% в Краснодарском крае до 18% в Москве.

Таблица 9.2. Структура расходования свободного времени вне дома (в разрезе субъектов РФ, %)

Организации и инициативы	Москва	Санкт-Петербург	Алтайский край	Калининградская область	Краснодарский край	Нижегородская область	Челябинская область	Хабаровский край
Хожу в кино, в театр, на концерты, в музеи, на выставки, другие культурные мероприятия	31	31	14	16	9	9	14	16
Хожу смотреть спортивные состязания	11	13	8	9	5	5	6	6
Занимаюсь спортом/хожу в спортклуб	10	11	8	8	6	4	6	6
Хожу на дискотеки/в танцевальные клубы	6	10	9	10	6	6	9	6
Хожу в рестораны, вечерние клубы, кафе, пивные бары	13	12	9	16	9	4	10	11
Хожу в гости	32	39	39	50	28	35	40	38
Уезжаю за город, отдыхаю на природе, езжу на рыбалку, за грибами и т.п.	42	47	33	36	25	28	30	37
Работаю на даче, в огороде, в саду	31	24	51	25	21	38	35	39
Гуляю с компаний друзей во дворе, по городу	24	24	18	19	11	22	20	21
Занимаюсь своим увлечением, хобби в группе, кружке, клубе и т.п.	16	15	11	15	12	11	10	15
Занимаюсь повышением образования, обучаюсь полезным навыкам, хожу на курсы, в библиотеку и т.п.	16	13	10	8	6	5	8	12
Занимаюсь общественной работой, участвую в деятельности общественных организаций, инициативных групп и т.п.	6	3	4	2	2	3	4	4
Хожу по магазинам в свое удовольствие	32	28	14	17	9	13	16	21
Хожу в церковь (храм, мечеть, молельный дом и т.п.), добровольно участвую в делах церкви, религиозной, приходской общины	18	12	9	10	6	8	10	7
Практически нет свободного времени / свободное время провожу дома	8	14	12	19	29	18	21	12
Затрудняюсь ответить	2	2	1	3	4	4	3	4

Обратимся к структуре расходования свободного времени городским населением административных центров анализируемых субъектов РФ, а также Москвы и Санкт-Петербурга (табл. 9.3). Заметно, что горожане чаще ходят в кино, театры и посещают другие культурные мероприятия, ходят в рестораны, вечерние клубы и т.д. Однако доля граждан, занимающихся общественной работой в свое свободное время, заметно не изменилась.

Таблица 9.3. Структура расходования свободного времени вне дома (в разрезе административных центров субъектов РФ, а также Москвы и Санкт-Петербурга, %)

Организации и инициативы	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
Хожу в кино, в театр, на концерты, в музеи, на выставки, другие культурные мероприятия	31	31	35	29	13	20	18	22
Хожу смотреть спортивные состязания	11	13	4	13	8	5	9	10
Занимаюсь спортом/хожу в спортклуб	10	11	9	10	8	6	9	8
Хожу на дискотеки/в танцевальные клубы	6	10	17	13	9	6	10	9
Хожу в рестораны, вечерние клубы, кафе, пивные бары	13	12	23	24	13	5	12	17
Хожу в гости	32	39	60	46	35	37	30	40
Уезжаю за город, отдыхаю на природе, езжу на рыбалку, за грибами и т.п.	42	47	37	40	28	22	24	37
Работаю на даче, в огороде, в саду	31	24	36	13	19	23	22	38
Гуляю с компаний друзей во дворе, по городу	24	24	26	14	14	15	28	26
Занимаюсь своим увлечением, хобби в группе, кружке, клубе и т.п.	16	15	7	15	15	7	9	12
Занимаюсь повышением образования, обучаюсь полезным навыкам, хожу на курсы, в библиотеку и т.п.	16	13	6	9	6	5	7	11
Занимаюсь общественной работой, участвую в деятельности общественных организаций, инициативных групп и т.п.	6	3	4	1	2	3	7	2
Хожу по магазинам в свое удовольствие	32	28	7	19	13	14	14	24
Хожу в церковь (храм, мечеть, молельный дом и т.п.), добровольно участвую в делах церкви, религиозной, приходской общины	18	12	6	8	7	4	7	6
Практически нет свободного времени / свободное время провожу дома	8	14	12	24	24	26	24	12
Затрудняюсь ответить	2	2	0	5	2	2	3	3

Таким образом, место общественной работы в структуре расходования свободного времени населения одно из последних. Результаты других исследований показывают, что времяемкость общественной работы в России относительно низкая, которая еще и фиксируется на фоне очевидной тенденции в общественном мнении россиян к редукции опыта общественной работы.

10. Характеристика социальной базы потребителей товаров и услуг НКО

Лишь каждый десятый россиянин (10%) получал от НКО и гражданских инициатив помощь, бесплатные товары и услуги, например, медицинские, информационные, социально-бытовые, образовательные и т.д. Причем здесь чуть заметное число голосов набирают лишь профсоюзы (4% респондентов). По 1% респондентов называют общества защиты прав потребителей, общества инвалидов и ветеранские объединения. Незначительная доля россиян – в пределах 7% – получала от НКО и гражданских инициатив помощь, товары и услуги за деньги. Здесь поставщиками выступают по понятным причинам ТСЖ и ЖСК, профсоюзы, правозащитные организации.

Каждый третий россиянин (33%) желает получать помощь, бесплатные товары и услуги, в том числе 6% от любых НКО и гражданских инициатив. Здесь в качестве желаемых агентов оказания такой помощи выступают профсоюзы и благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем (их называют по 7% респондентов), общества защиты прав потребителей (6%), правозащитные организации (4%), общества инвалидов (3%). По 2% респондентов называют товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п., женские организации, территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий (озеленение, детские площадки, площадки для выгула собак, оборудование парковок и гаражей, вывоз мусора и т.п.), домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам, местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей (борьба с новостройками, проблемы выселения, снабжения, экологические проблемы, проблемы, связанные с последствиями чрезвычайных происшествий, и пр.), а также спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения и клубы. По 1% респондентов называют садовые и дачные товарищества, профессиональные ассоциации и творческие союзы, ветеранские объединения, благотворительные организации, органы школьного и студенческого самоуправления, инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.), культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон и т.п.), клубы по интересам, хобби, благотворительные инициативы, а также экологические организации.

Таблица 10.1. От каких организаций и инициатив получали помощь, товары, услуги бесплатно или за плату, от каких хотели бы получать бесплатно? (все население России, %)

Организации и инициативы	От каких организаций и инициатив		
	получали помощь, товары, услуги за плату	получали помощь, товары, услуги бесплатно	хотели бы получать помощь, товары, услуги бесплатно
Товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	1	0	2
Садовые и дачные товарищества	0	0	1
Религиозные общины, организации, движения	0	0	0
Профессиональные ассоциации/творческие союзы	0	0	1
Профсоюзы	2	4	7
Общества защиты прав потребителей	1	1	6
Общества инвалидов	0	1	3
Женские организации	0	0	2
Ветеранские объединения («афганцев», ветеранов Великой Отечественной войны, ветеранов силовых органов, «чернобыльцев»)	0	1	1
Благотворительные организации (детские приюты, помощь жертвам насилия, наркозависимым, беженцам, бездомным и т.п.)	0	0	1

Продолжение таблицы 10.1

Организации и инициативы	От каких организаций и инициатив		
	получали помощь, товары, услуги за плату	получали помощь, товары, услуги бесплатно	хотели бы получать помощь, товары, услуги бесплатно
Благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	0	1	7
Правозащитные организации (юридическая помощь жертвам произвола властей, призывникам, комитеты солдатских матерей и т.п.)	1	0	4
Территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий (озеленение, детские площадки, площадки для выгула собак, оборудование парковок и гаражей, вывоз мусора и т.п.)	0	0	2
Домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	0	0	2
Местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей (борьба с новостройками, проблемы выселения, снабжения, экологические проблемы, проблемы, связанные с последствиями чрезвычайных происшествий, и пр.)	0	0	2
Группы, органы школьного/ студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	0	0	1
Инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.)	0	0	1
Этнические общины, национальные диаспоры, землячества	0	0	0
Молодежные неформальные объединения неполитического характера	0	0	0
Молодежные политические объединения	0	0	0
Движения национально-патриотического толка	0	0	0
Спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	0	0	2
Культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон и т.п.), клубы по интересам, хобби	0	0	1
Благотворительные инициативы / акции (сбор денег/вещей бездомным, детским домам, пострадавшим, нуждающимся и т.п.)	0	0	1
Экологические организации	0	0	1
От других	0	1	1
От всех		-	6
Ни от каких	73	70	51
Затрудняюсь ответить	2	2	16
Нет ответа	18	18	-

Среди обследованных НКО оказанием услуг занимаются 87% организаций. Причем в 27% этих НКО потребителями услуг являются только члены организации, в 16% – только граждане и организации, не являющиеся членами, в 47% – и те и другие (табл. 10.2). Члены организации чаще всего являются единственными потребителями услуг в общественных организациях. В наибольшей степени ориентированы на внешнего потребителя своих услуг некоммерческие организации – автономные некоммерческие организации и фонды.

Характерно, что только члены организации являются потребителями услуг в 48% организаций, созданных в 1985 году и раньше, в 33% организаций, созданных в 1986-1990 гг., в 21% организаций, созданных в 1991-1995 гг., в 17% организаций – в 1996-2000 гг., в 24% организаций – в 2001-2005 гг., в 25% организаций, созданных в 2006-2007 гг. Только внешние потребители имеют место в 18-23% организаций, созданных в названные периоды с 1991 по 2007 гг., в то время как в организациях, созданных еще раньше, доля НКО, ориентированных на внешнего потребителя, находится в интервале 7-10%.

Таблица 10.2. Кто является потребителями услуг и товаров Вашей организации - только ее члены, другие категории граждан и организаций, или и те и другие? (все НКО и по организационно-правовым формам, %)

Потребители	Все НКО	Организационно-правовая форма НКО					
		Общественные организации	Потребительские кооперативы	Фонды (общественные и некоммерческие)	Некоммерческие партнерства	Автономные некоммерческие организации	Иные НКО
Только члены организации	27	61	23	13	16	8	21
Члены организации, другие граждане и организации	47	21	58	37	44	39	47
Только граждане и организации, не являющиеся членами	16	5	11	45	24	41	12
Затрудняюсь ответить	10	13	8	5	16	12	21

В каждой восьмой организации (12,7% от числа опрошенных), по словам ее руководителя, целевая аудитория потребителей услуг отсутствует. Остальные характеризуют ее в разнообразных категориях (табл. 10.3). Тем не менее, в каждой десятой НКО потребителями услуг являются другие негосударственных некоммерческие организации, или коммерческие организации, или органы власти, или государственные и муниципальные учреждения социальной сферы, или средства массовой информации. Что касается характеристики целевой аудитории, которую составляют физические лица, то каждый третий руководитель называет молодежь, каждый четвертый – местных жителей в целом и детей школьного возраста, практически каждый пятый – пожилых людей и инвалидов. Каждый седьмой характеризует целевую аудиторию потребителей услуг своей организации как «малообеспеченные слои населения», причем чаще всего это фонды и общественные организации.

Таблица 10.3. Ориентирована ли Ваша организация на конкретные целевые аудитории потребителей своих товаров и услуг? Если да, то какие из перечисленных групп и организаций в основном являются потребителями услуг Вашей организации? (все НКО и по организационно-правовым формам, %)

Потребители	Все НКО	Организационно-правовая форма НКО					
		Общественные организации	Потребительские кооперативы	Фонды (общественные и некоммерческие)	Некоммерческие партнерства	Автономные некоммерческие организации	Иные НКО
Безработные	6	2	6	6	6	4	7
Лица отклоняющегося поведения	4	1	3	5	2	8	0
Отдельные категории семей	8	4	12	9	5	6	2
Домовладельцы (собственники жилья)	5	18	2	2	2	4	7
Инвалиды	18	4	23	25	3	10	7
Граждане пожилого возраста	18	13	24	21	6	14	12
Отдельные категории женщин	12	10	12	13	13	12	2
Отдельные категории мужчин	10	10	10	11	10	12	5
Дети дошкольного возраста	15	4	23	18	13	12	2
Дети школьного возраста	27	4	37	36	16	22	5
Местные жители	26	28	22	27	16	31	23
Малообеспеченные слои населения	15	10	21	18	3	14	7
Представители национальных меньшинств	3	4	3	4	0	4	2
Бездомные и беспризорные	4	1	9	4	0	8	
Мигранты, беженцы и вынужденные переселенцы	4	1	7	4	0	6	5
Военнослужащие, сотрудники силовых структур	6	6	7	6		12	2
Военнослужащие, уволенные в запас, ветераны	9	5	9	11	2	6	2
Бывшие осужденные	3	1	7	3		4	
Одинокие люди	10	4	14	12	5	8	7
Молодежь	31	8	40	38	27	39	14
Негосударственные некоммерческие организации	11	3	12	11	11	16	19
Коммерческие организации	11	11	8	7	19	16	42
Органы власти	10	2	10	10	17	10	23
Государственные или муниципальные учреждения социальной сферы	10	4	10	11	10	14	19
Зарубежные и международные организации	2	2	3	2	5		9
Средства массовой информации	10	1	8	12	14	10	19
Другое	18	20	17	17	25	12	7
Целевая аудитория потребителей отсутствует	13	20	9	10	17	12	16
Затрудняюсь ответить	5	10	1	4	3	4	14

Что касается масштабов оказания услуг физическим лицам, то в 2006 году 63% обследованных организаций оказали свои услуги 2037 тыс. человек, в 2007 году 62% обследованных организаций планировали оказать свои услуги 2113 тыс. человек. По юридическим лицам мы располагаем следующими данными. В 2006 году 32% обследованных организаций оказали свои услуги 46,5 тыс. юридических лиц, в 2007 году 56% обследованных организаций планировали оказать свои услуги 47,3 тыс. других организаций. Распределение ответов на вопрос о том, какому примерно числу клиентов –

физических и юридических лиц – Ваша организация оказала свои услуги в 2006 году и планирует оказать в 2007 году, показано в таблицах 10.4 и 10.5.

Таблица 10.4. Какому примерно числу клиентов – физических лиц – Ваша организация оказала свои услуги в 2006 году и планирует оказать в 2007 году? (все НКО по годам, %)

Численность физических лиц	2006 год	2007 год
0	3	2
1-50	14	14
51-100	9	8
101-300	13	15
301-500	8	8
501-1000	9	9
1001-10000	12	13
Более 10000	3	3
Не оказываем	18	16
Нет ответа	11	13

Таблица 10.5. Какому примерно числу клиентов – юридических лиц – Ваша организация оказала свои услуги в 2006 году и планирует оказать в 2007 году? (все НКО по годам, %)

Численность юридических лиц	2006 год	2007 год
0	9	8
1-10	12	10
11-50	8	10
Более 50	7	6
Не оказываем	43	44
Нет ответа	22	22

По словам 73% опрошенных руководителей НКО, их организации в той или иной мере активности стремятся привлекать потребителей своих товаров и услуг к реализации своих инициатив (табл. 10.6). Характерно, что самая низкая доля таких организаций среди потребительских кооперативов (56%), среди других типов она составляет 71-78%.

Таблица 10.6. Насколько активно Ваша организация стремится привлечь потребителей своих товаров и услуг к реализации своих инициатив? (все НКО и по организационно-правовым формам, %)

Варианты ответа	Все НКО	Организационно-правовая форма НКО					
		Общественные организации	Потребительские кооперативы	Фонды (общественные и некоммерческие)	Некоммерческие партнерства	Автономные некоммерческие организации	Иные НКО
Очень активно	29	31	21	28	32	27	40
Скорее активно	43	46	35	50	40	51	33
Скорее неактивно	12	10	18	10	19	10	9
Совершенно не привлекает	5	4	10	5	2	6	9
Затрудняюсь ответить	10	9	16	7	8	6	9

Таким образом, социальная база потребителей товаров и услуг НКО характеризуется разнообразием, но на основании массовых опросов населения можно заключить, что и относительной малочисленностью. Предметом будущих исследований может стать количественная оценка потребителей товаров и услуг НКО в масштабах всей страны.

Глава 5. Трудности функционирования НКО

11. Основные проблемы НКО

По мнению лишь 6% руководителей, в процессе функционирования их организаций проблемы отсутствуют. Не дали определенного ответа на этот вопрос еще 3% респондентов. Остальные организации испытывают те или иные проблемы. Их спектр достаточно широк и насчитывает не менее 24 проблем, которые были предложены респондентам по списку. Также 4% респондентов сформулировали дополнительно к предложенному списку проблемы, которые испытывают их НКО. Однако при всей широте спектра лидирующими можно назвать проблемы очень ограниченного круга. Лишь семь проблем упоминается не реже, чем каждым десятым респондентом (табл. 11.1). Это – недостаток денег, материальных средств, отсутствие поддержки, интереса со стороны местных властей, отсутствие поддержки, интереса со стороны возможных спонсоров, бизнес-структур, отсутствие поддержки, интереса со стороны региональных властей, проблемы с помещением, препятствия, связанные с несовершенством российского законодательства и нехватка специалистов для работы в организации.

Таблица 11.1. Основные проблемы функционирования НКО (все НКО, %)

Проблемы	%
Недостаток денег, материальных средств	59
Отсутствие поддержки, интереса со стороны местных властей	33
Отсутствие поддержки, интереса со стороны возможных спонсоров, бизнес-структур	26
Отсутствие поддержки, интереса со стороны региональных властей	19
Проблемы с помещением	17
Препятствия, связанные с несовершенством российского законодательства	16
Нехватка специалистов для работы в организации	11
Нехватка транспортных средств	9
Отсутствие интереса со стороны населения	8
Недостаток энтузиазма	8
Нехватка рекламы деятельности организации	8
Недостаток информации, необходимой для работы	7
Проблемы со средствами связи, коммуникацией	5
Отсутствие интереса со стороны целевых аудиторий потребителей услуг организации	4
Проблемы доступа к средствам массовой информации	4
Конкуренция среди НКО, борьба одних организаций с другими	3
Оказание давления на НКО со стороны контролирующих инстанций (Госсанэпиднадзора, органов пожарного надзора и др.)	3
Оказание давления на НКО со стороны органов власти	3
Низкое качество финансового менеджмента в организации	3
Нехватка знаний и умений у сотрудников организации	3
Нехватка знаний и умений у руководства организации	2
Внутренние раздоры в организации	1
Противодействие, давление криминальных структур	1
Конкуренция с органами государственной власти или органами местного самоуправления	1
Другое	4
Нет проблем	6
Затрудняюсь ответить	3

Основную проблему функционирования руководители почти 60% НКО видят в недостатке денег, материальных средств. Эта проблема занимает первую строчку в рейтинге по частоте упоминания (табл. 11.1). Руководители общественных организаций указывают на нее несколько чаще (66%) по сравнению с руководителями организаций других типов – 58% руководителей фондов, 54% руководителей потребительских кооперативов, 46% руководителей некоммерческих партнерств и 43% руководителей автономных некоммерческих организаций. В целом, среди руководителей других типов НКО на эту проблему указывает лишь каждый третий. Частота упоминания этой

проблемы имеет слабую зависимость от года начала фактического функционирования НКО, тем не менее, среди относительно недавно созданных организаций она упоминается несколько реже.

Большинство проблем, привлекающих внимание в контексте проекта, занимают нижние строчки в общем рейтинге проблем по частоте упоминания, – это отсутствие интереса со стороны населения (8%), нехватка рекламы деятельности организации (8%), отсутствие интереса со стороны целевых аудиторий потребителей услуг организации (4%), проблемы доступа к средствам массовой информации (4%). Лишь проблема, заключающаяся в отсутствии поддержки, интереса со стороны возможных спонсоров и бизнес-структур, упоминается каждым четвертым респондентом (26%). Частота упоминания этих проблем имеет едва заметную дифференциацию по организационно-правовым формам НКО (табл. 11.2).

Таблица 11.2. Проблемы функционирования НКО (выборочно, все НКО и по организационно-правовым формам, %)

Варианты ответа	Все НКО	Организационно-правовая форма НКО					
		Общественные организации	Потребительские кооперативы	Фонды (общественные и некоммерческие)	Некоммерческие партнерства	Автономные некоммерческие организации	Иные НКО
Отсутствие поддержки, интереса со стороны возможных спонсоров, бизнес-структур	26	31	12	34	28	28	16
Отсутствие интереса со стороны населения	8	8	12	9	5	6	3
Нехватка рекламы деятельности организации	8	9	2	6	12	15	7
Отсутствие интереса со стороны целевых аудиторий потребителей услуг организации	4	4	2	3	4	7	3
Проблемы доступа к средствам массовой информации	4	5	2	6	1	0	0

12. Стереотипы восприятия НКО

Стереотипы восприятия НКО могут представлять определенные препятствия для развития сектора негосударственных некоммерческих организаций. В целом, россияне более положительно относятся к деятельности общественных и других некоммерческих организаций, финансируемых государственными фондами и государственными предприятиями, чем к тем, кто финансируется из-за рубежа – 66% и 38-40% соответственно (табл. 12.1). При этом 44% россиян согласны с утверждением о том, что деятельность зарубежных некоммерческих организаций и фондов в нашей стране надо ограничить (не согласны – 24%).

Неоднозначное отношение к отдельным типам НКО и гражданских инициатив среди россиян проявляется, в том числе, в сильно дифференцированных оценках полезности их деятельности. Никакие НКО и инициативы не считают полезными 11% опрошенных.

Самые высокие строчки в рейтинге полезности занимают общества защиты прав потребителей, ветеранские объединения, общества инвалидов, благотворительные организации и инициативы. Но, однако, и их видит полезными не более трети респондентов (табл. 12.2). Каждый четвертый считает, что профсоюзы приносят пользу людям, каждый пятый – благотворительные фонды и экологические организации. Все предложенные организации и инициативы набрали определенное количество голосов респондентов в интервале от 4% до 33%. Респонденты с высшим образованием более

высоко оценивают полезность почти половины организаций и инициатив из предложенного списка, достигая своего максимума на отметке 41% в отношении обществ защиты прав потребителей, благотворительных организаций и инициатив. Вплотную к ним приближаются доли тех, кто считает полезными общества инвалидов и ветеранские объединения. В группе респондентов с высшим образованием общественное мнение на первое место также выводит общества защиты прав потребителей, однако доля считающих их полезными повышается до 41% опрошенных представителей данной группы.

Таблица 12.1. Как Вы относитесь к деятельности общественных и других некоммерческих организаций, финансируемых... (все население, %)

Источники финансирования	Положительно	Отрицательно	Затрудняюсь ответить
государственными фондами и государственными предприятиями	66	9	25
религиозными общинами/объединениями	41	28	32
отечественным бизнесом	61	12	27
международными общественными организациями (ООН, ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ и др.)	59	11	30
зарубежными частными или независимыми благотворительными организациями	40	26	34
зарубежными правительственными организациями	38	28	34

Характерно, что все эти организации и инициативы фигурируют и в антирейтинге полезности, который по отдельным типам организаций находится в диапазоне от 1% до 11%. Верхние строчки в антирейтинге занимают молодежные неформальные объединения неполитического характера, религиозные общины, организации, движения, движения национально-патриотического толка, а также этнические общины, национальные диаспоры, землячества (они набирают 8-11% голосов, что можно оценить как достаточно низкие показатели антирейтинга).

В отношении тех организаций, которые точно не приносят пользы людям, респонденты высказываются менее определенно: каждый второй (51%) вообще не дал ответа на этот вопрос, доля же затруднившихся с ответом на вопрос о полезных организациях составляет 16% опрошенных.

Таблица 12.2. Какие организации и инициативы приносят пользу людям, а какие точно людям пользу не приносят? (население России, %)

Виды организаций и инициатив	Приносят людям пользу	Людям пользу не приносят
общества защиты прав потребителей	33	1
ветеранские объединения ("афганцев", ветеранов Великой Отечественной войны, ветеранов силовых органов, "чернобыльцев")	33	1
общества инвалидов	32	1
благотворительные инициативы / акции (сбор денег/вещей бездомным, детским домам, пострадавшим, нуждающимся и т.п.)	32	1
благотворительные организации (детские приюты, помощь жертвам насилия, наркозависимым, беженцам, бездомным и т.п.)	31	1
профсоюзы	25	6
благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	21	3
экологические организации	21	3
садовые и дачные товарищества	18	3
правозащитные организации (юридическая помощь жертвам произвола властей, призывникам, комитеты солдатских матерей и т.п.)	18	2
спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	18	1

Продолжение таблицы 12.2

Виды организаций и инициатив	Приносят людям пользу	Людям пользу не приносят
культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон и т.п.), клубы по интересам, хобби	16	2
товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	13	3
домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	12	4
женские организации	11	3
инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.)	11	1
территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий (озеленение, детские площадки, площадки для выгула собак, оборудование парковок и гаражей, вывоз мусора и т.п.)	10	2
религиозные общины, организации, движения	9	10
группы, органы школьного/ студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	9	2
местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей (борьба с новостройками, проблемы выселения, снабжения, экологические проблемы, проблемы, связанные с последствиями чрезвычайных происшествий, и пр.)	8	3
молодежные политические объединения	6	6
профессиональные ассоциации/творческие союзы	5	2
этнические общины, национальные диаспоры, землячества	4	8
молодежные неформальные объединения неполитического характера	4	11
движения национально-патриотического толка	4	8
другие	0	1
никакие	11	12
затрудняюсь ответить	16	51

Реальная картина оценки полезности раскрывается в иллюстрации баланса положительных и отрицательных оценок (табл. 12.3). Заметно, что первые восемь позиций базового рейтинга остались неизменными, то есть в той же последовательности. Дальше начинаются перемещения. Так, например, на две строчки в рейтинге спустились вниз садовые и дачные товарищества, на одну строчку спустились домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам, женские организации. На две строчки вверх поднялись спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения и клубы, инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.). В зону отрицательных значений попали религиозные общины, организации, движения, этнические общины, национальные диаспоры, землячества, движения национально-патриотического толка, молодежные неформальные объединения неполитического характера. То есть эти организации, по мнению респондентов, приносят больше вреда, чем пользы. На нейтральную позицию вышли молодежные политические объединения.

Таблица 12.3. Рейтинг оценки полезности отдельных типов НКО и гражданских инициатив (баланс положительных и отрицательных оценок, процентные пункты)

Виды организаций и инициатив	Разница между положительными и отрицательными оценками
общества защиты прав потребителей	32
ветеранские объединения ("афганцев", ветеранов Великой Отечественной войны, ветеранов силовых органов, "чернобыльцев")	32
общества инвалидов	31
благотворительные инициативы / акции (сбор денег/вещей бездомным, детским домам, пострадавшим, нуждающимся и т.п.)	31
благотворительные организации (детские приюты, помощь жертвам насилия, наркозависимым, беженцам, бездомным и т.п.)	30
профсоюзы	19
благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	18
экологические организации	18
спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	17
правозащитные организации (юридическая помощь жертвам произвола властей, призывникам, комитеты солдатских матерей и т.п.)	16
садовые и дачные товарищества	15
культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон и т.п.), клубы по интересам, хобби	14
товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	10
инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.)	10
домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	8
женские организации	8
территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий (озеленение, детские площадки, площадки для выгула собак, оборудование парковок и гаражей, вывоз мусора и т.п.)	8
группы, органы школьного/ студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	7
местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей (борьба с новостройками, проблемы выселения, снабжения, экологические проблемы, проблемы, связанные с последствиями чрезвычайных происшествий, и пр.)	5
профессиональные ассоциации/творческие союзы	3
молодежные политические объединения	0
религиозные общины, организации, движения	-1
этнические общины, национальные диаспоры, землячества	-4
движения национально-патриотического толка	-4
молодежные неформальные объединения неполитического характера	-7
затрудняюсь ответить	-35

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В проведенном исследовании методом вторичного анализа данных были проанализированы различные индикаторы и показатели общественной активности и деятельности негосударственных некоммерческих организаций. В том числе были определены значения пяти индикаторов в анализируемых городах, характеризующих предпосылки развития гражданского общества и общественной активности. К их числу относятся: уровень социального доверия, уровень солидарности и готовности к коллективным действиям в общественно значимых целях, уровень добровольчества и частной филантропии, уровень информированности населения об общественных объединениях и других некоммерческих организациях, гражданских инициативах, а также уровень участия населения в их деятельности.

Однако картина для анализа предпосылок развития гражданского общества и общественной активности будет неполной без учета еще двух индикаторов. Первый из них – это уровень ответственности, который основан на таких показателях, как доля респондентов, чувствующих ответственность за то, что происходит у них в доме, во дворе, где он живут, и доля респондентов, которые чувствуют ответственность на то, что происходит в их городе (селе, поселке).

Второй важный индикатор – уровень безопасности. По-видимому, ядро неправительственного сектора должны составлять самоактуализирующиеся личности (термин А. Маслоу), уже удовлетворившие потребности выживания, среди которых важная роль принадлежит потребности в безопасности. Однако настоящее России было принято характеризовать в терминах транзита, экономических, политических, социальных и культурных трансформаций в течение последних двух десятилетий. Аномические процессы на этом фоне получили максимальное развитие, когда прежние социальные нормы утратили свое значение, а новые еще не установились. Наблюдаемые ограниченные возможности удовлетворения россиянами потребности в безопасности создают условия для недостаточного насыщения потребностей в социальных контактах, признании, а в конечном итоге – возникает принципиальное отсутствие возможности самоактуализации человека, когда он становится тем, кем хочет и может стать.

Принимая во внимание перечисленные семь индикаторов, методом линейного агрегирования было определено значение индекса в анализируемых городах, характеризующего благоприятность предпосылок для развития гражданского общества и общественной активности. В соответствии со значениями этого индекса получена следующая последовательность городов по возрастанию благоприятности условий для развития гражданского общества и общественной активности (от худших значений к наилучшим):

1. Нижний Новгород
2. Барнаул
3. Калининград, Краснодар, Челябинск, Хабаровск
4. Санкт-Петербург и Москва

ПОКАЗАТЕЛИ ОБЩЕСТВЕННОЙ АКТИВНОСТИ (ВЫБОРОЧНО, ПО ГОРОДАМ)

	Население России	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
1. Как Вы считаете, большинству людей можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?									
большинству людей можно доверять	17,6	16,5	18,4	19,1	24,4	9,8	8,7	21,6	16,0
в отношениях с людьми следует быть осторожными	78,1	79,2	76,6	67,3	71,4	87,5	85,3	76,4	77,5
затрудняюсь ответить	4,3	4,0	5,0	13,6	4,1	2,7	6,0	2,0	6,5
2. По Вашим ощущениям, изменился или не изменился уровень доверия людей друг к другу за последние годы? И если изменился, то увеличился или уменьшился?									
не изменился	15,8	16,1	20,8	5,5	26,7	10,7	14,7	15,5	19,5
безусловно увеличился	3,5	2,0	3,2	5,5	5,5	5,4	1,1	8,1	4,5
скорее увеличился	7,8	5,0	8,6	10,9	12,4	16,1	2,2	15,5	11,0
скорее уменьшился	40,6	33,3	44,2	50,0	33,6	37,9	51,1	41,2	50,0
безусловно уменьшился	26,5	36,5	18,4	15,5	9,2	26,3	24,5	14,2	9,5
затрудняюсь ответить	5,8	6,7	4,8	12,7	12,4	3,6	6,5	5,4	5,5
3. А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, среди них сегодня больше согласия, сплоченности или несогласия, разобщенности?									
безусловно согласия, сплоченности	14,7	20,8	10,4	5,5	7,8	9,4	10,9	29,1	16,5
скорее согласия, сплоченности	41,9	43,1	48,6	20,9	57,1	41,5	34,2	43,2	44,7
скорее несогласия, разобщенности	23,8	16,1	24,8	49,1	13,8	29,5	29,9	14,9	22,3
безусловно несогласия, разобщенности	10,0	9,3	6,0	13,6	6,9	16,1	7,6	7,4	10,7
затрудняюсь ответить	9,6	10,3	10,2	10,9	14,3	3,6	17,4	5,4	5,8
4. Есть люди, готовые объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. И есть люди, не готовые объединяться с другими для каких-либо совместных действий, даже если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя - к первым или ко вторым?									
безусловно к первым	24,4	32,5	15,6	14,5	5,5	13,4	19,6	14,2	28,5
скорее к первым	34,7	36,3	32,2	50,9	40,1	28,6	29,9	35,8	39,0
скорее ко вторым	18,8	12,1	22,4	18,2	20,3	33,9	27,2	33,1	27,0
безусловно ко вторым	10,4	9,7	15,2	8,2	9,2	11,2	14,1	7,4	2,5
затрудняюсь ответить	11,7	9,1	14,6	8,2	24,9	12,9	9,2	9,5	3,0
5. По Вашему мнению, за последние годы изменилась или не изменилась готовность людей помогать друг другу? Если изменилась, то она увеличилась или уменьшилась?									
не изменилась	23,8	25,8	33,6	19,1	21,7	19,6	34,8	20,9	25,5
безусловно увеличилась	3,8	3,0	3,8	3,6	3,2	5,4	,5	6,8	6,0
скорее увеличилась	10,2	8,5	10,4	14,5	15,7	11,2	7,6	27,7	11,0
скорее уменьшилась	37,1	28,6	32,4	46,4	37,3	46,0	38,6	31,8	43,5
безусловно уменьшилась	17,6	24,4	9,8	10,0	6,0	13,8	13,0	7,4	10,0
затрудняюсь ответить	7,5	9,5	10,0	6,4	16,1	4,0	5,4	5,4	4,0

Продолжение таблицы
Показатели общественной активности (выборочно, по городам)

	Население России	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
6. Как Вы считаете, насколько часто можно встретить сейчас среди окружающих Вас людей готовность помогать друг другу?									
очень часто	2,8	,2	3,4	5,5	1,4	1,8	,5	2,7	2,0
довольно часто	23,0	3,0	32,2	11,8	23,0	22,8	20,7	22,3	19,0
довольно редко	33,8	23,2	37,4	33,6	37,8	32,6	37,0	35,8	38,0
очень редко	30,2	35,1	17,4	39,1	20,7	32,1	25,5	21,6	32,5
не встречается	5,1	29,4	3,2	3,6	2,3	8,9	2,7	12,2	5,0
затрудняюсь ответить	5,0	4,2	6,4	6,4	14,7	1,8	13,6	5,4	3,5
7. Насколько часто можно встретить сейчас среди окружающих Вас людей готовность объединяться, чтобы решать свои проблемы?									
очень часто	2,0	2,6	1,0	3,6	,9	1,3	0	4,7	1,0
довольно часто	17,7	17,1	16,8	12,7	17,1	22,8	14,1	23,6	20,0
довольно редко	30,4	35,9	30,8	30,0	28,1	33,0	33,2	31,1	39,0
очень редко	27,5	24,4	23,8	33,6	11,5	26,3	23,9	20,9	24,5
не встречается	11,7	8,9	13,6	9,1	9,2	10,7	12,5	14,2	9,5
затрудняюсь ответить	10,7	11,1	14,0	10,9	33,2	5,8	16,3	5,4	6,0
8. Насколько часто можно встретить сейчас среди окружающих Вас людей готовность объединяться, чтобы вместе решать общественные проблемы, которые не касаются их лично?									
очень часто	0,9	1,0	1,6	1,8	0,5	,9	4,3	0,7	0
довольно часто	8,7	6,0	9,2	5,5	13,8	12,1	23,4	12,2	9,0
довольно редко	22,3	19,8	24,6	24,5	17,1	21,9	28,3	27,0	21,5
очень редко	31,1	35,1	26,4	42,7	29,5	41,5	28,3	31,8	29,0
не встречается	25,0	26,6	23,8	13,6	11,1	17,4	15,8	23,0	30,5
затрудняюсь ответить	11,9	11,3	14,4	11,8	28,1	6,3	4,3	5,4	10,0
9. Что из перечисленного на карточке Вы более или менее регулярно делаете в свободное время вне дома?									
хожу в кино, в театр, на концерты, в музеи, на выставки, другие культурные мероприятия	15,1	31,3	30,8	34,5	28,6	12,9	20,1	18,2	21,5
хожу смотреть спортивные состязания	7,2	11,5	12,8	3,6	13,4	7,6	5,4	8,8	9,5
занимаюсь спортом/хожу в спортклуб	7,4	10,1	10,6	9,1	10,1	8,0	6,0	8,8	7,5
хожу на дискотеки/в танцевальные клубы	7,0	6,0	9,8	17,3	13,4	8,5	6,0	9,5	8,5
хожу в рестораны, вечерние клубы, кафе, пивные бары	9,1	12,9	11,6	22,7	23,5	13,4	4,9	11,5	17,0
хожу в гости	38,5	32,3	39,4	60,0	46,1	34,8	37,0	29,7	39,5
уезжаю за город, отдыхаю на природе, езжу на рыбалку, за грибами и т.п.	36,2	42,1	47,2	37,3	40,1	27,7	21,7	24,3	37,0
работаю на даче, в огороде, в саду	38,7	31,0	24,0	35,5	12,9	18,8	23,4	22,3	37,5
гуляю с компаний друзей во дворе, по городу	20,2	24,0	24,0	25,5	14,3	14,3	15,2	27,7	25,5
занимаюсь своим увлечением, хобби в группе, кружке, клубе и т.п.	11,5	15,7	14,8	7,3	15,2	14,7	6,5	8,8	12,0

Продолжение таблицы
Показатели общественной активности (выборочно, по городам)

	Население России	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
занимаюсь повышением образования, обучаюсь полезным навыкам, хожу на курсы, в библиотеку и т.п.	9,7	16,3	13,0	6,4	8,8	5,8	5,4	7,4	11,0
занимаюсь общественной работой, участвую в деятельности общественных организаций, инициативных групп и т.п.	4,1	5,6	2,8	3,6	0,5	1,8	3,3	7,4	1,5
хожу по магазинам в свое удовольствие	21,3	31,9	28,4	7,3	18,9	12,5	13,6	14,2	24,0
хожу в церковь (храм, мечеть, молельный дом и т.п.), добровольно участвую в делах церкви, религиозной, приходской общины	11,3	18,3	11,8	5,5	8,3	7,1	3,8	7,4	5,5
практически нет свободного времени / свободное время провожу дома	14,8	8,3	13,6	11,8	23,5	23,7	25,5	24,3	11,5
затрудняюсь ответить	2,5	2,4	1,6	0	5,1	2,2	1,6	3,4	3,0
10. Если не говорить о семье и ближайших родственниках, за последний год Вам приходилось или не приходилось оказывать по собственной инициативе помощь, поддержку кому-либо, совершать поступки на благо других людей, заниматься благотворительностью?									
безусловно приходилось	24,9	31,5	26,2	10,9	4,6	16,5	10,3	16,9	20,0
скорее приходилось	35,8	37,7	34,8	29,1	39,2	25,0	40,2	25,0	33,0
скорее не приходилось	17,8	10,1	18,8	32,7	20,7	34,8	28,3	30,4	20,0
безусловно не приходилось	14,7	15,9	12,0	17,3	12,9	20,1	10,9	25,0	17,5
затрудняюсь ответить	6,6	3,6	8,2	10,0	22,6	3,6	10,3	2,7	9,5
11. Что из перечисленного на карточке Вам приходилось безвозмездно делать за последний год для других людей (не членов семьи и не близких родственников)?									
помогать деньгами (в долг без процентов)	28,2	32,5	36,8	21,8	22,6	12,5	32,1	25,0	22,5
помогать деньгами (безвозмездно)	22,8	32,5	24,4	11,8	20,3	22,3	14,1	28,4	19,5
помогать вещами	30,9	40,5	34,4	18,2	17,1	18,8	21,7	27,7	26,0
помогать продуктами	24,5	24,4	22,4	9,1	12,0	19,2	13,6	21,6	20,0
оказывать бытовую помощь на дому, физическую помощь	25,8	27,6	26,2	11,8	6,5	24,1	21,7	15,5	11,5
давать профессиональные консультации, читать лекции, давать уроки	10,8	21,8	12,2	6,4	4,1	7,6	7,1	11,5	6,0
эмоциональная поддержка, общение, житейский совет	34,4	40,7	42,2	21,8	27,6	19,6	34,2	27,0	29,0
помогать в решении вопросов с официальными учреждениями	5,7	13,1	8,8	1,8	,9	2,7	2,7	7,4	4,0

Продолжение таблицы
Показатели общественной активности (выборочно, по городам)

	Население России	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
доставлять на дом материальную помощь (продукты, одежду, медикаменты)	4,3	3,6	4,2	1,8	0	1,8	1,6	6,8	4,5
раздавать/распределять материальную помощь	1,4	2,0	,6	0	0	,4	0	5,4	,5
оказывать помощь, сопровождать при передвижении	6,1	8,9	8,8	2,7	,5	1,3	6,0	5,4	6,0
организовывать досуг	6,2	8,9	6,4	3,6	1,8	3,6	1,1	10,1	8,0
присматривать за чужими детьми или престарелыми	11,9	18,1	14,6	5,5	9,2	10,3	9,8	8,8	9,0
участвовать в организации мероприятий (досуговых и культурных, просветительских, оздоровительных, спортивных и др.)	4,2	6,5	3,0	,9	2,3	,9	2,7	5,4	2,0
собирать пожертвования и иные денежные средства	2,5	3,6	2,0		,5	1,8	1,1	4,1	3,0
работать в коллективных руководящих органах некоммерческих организаций	1,4	1,6	1,6	1,8	0	2,2	1,6	4,7	1,5
помогать сотрудникам некоммерческих организаций (в приеме заявлений, телефонных звонков, в производстве рекламы, проведении опросов и т.д.)	1,1	1,6	1,6	0	0	1,3	,5	5,4	,5
участвовать в собрании жильцов дома или подъезда	9,1	11,3	8,2	14,5	3,7	2,7	9,8	6,1	14,0
участвовать в ликвидации последствий аварий, пожаров и других чрезвычайных ситуаций	2,3	2,4	,6	0	,9	2,2	1,6	,7	4,0
участвовать в субботниках, мероприятиях по благоустройству среды проживания, заниматься посадкой деревьев, ремонтировать лавочки, детские площадки и т.д.	17,8	13,7	9,4	15,5	17,5	3,1	14,1	11,5	23,5
участвовать в ремонте подъезда силами жильцов, дежурить на лестничных клетках	7,5	3,4	4,8	14,5	8,8	6,3	5,4	2,7	13,0
другое	,4	1,0	,6	0	1,4		0	0	0
ничего из перечисленного делать не приходилось	24,1	16,9	20,6	43,6	31,8	39,7	33,2	38,5	31,0
затрудняюсь ответить	3,6	1,4	4,4	12,7	15,2	9,8	0	4,7	4,0

Продолжение таблицы
Показатели общественной активности (выборочно, по городам)

	Население России	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
12. Поговорим об общественных организациях и гражданских инициативах, в которых люди участвуют по собственной воле и желанию. О каких общественных объединениях и других некоммерческих организациях, гражданских инициативах в нашем городе (селе, поселке) Вы знаете или хотя бы слышали?									
товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	29,6	59,3	60,0	30,9	53,0	16,5%	57,6	37,8	51,0
садовые и дачные товарищества	42,6	76,4	67,0	41,8	72,8	14,3%	77,2	48,0	52,0
религиозные общины, организации, движения	26,6	50,8	48,6	21,8	48,8	19,2%	40,8	29,1	34,5
профессиональные ассоциации / творческие союзы	11,5	33,5	32,4	13,6	28,6	4,5%	21,7	28,4	11,0
профсоюзы	43,8	70,4	65,8	47,3	48,8	22,8%	72,8	44,6	48,0
общества защиты прав потребителей	37,6	62,5	65,2	40,0	51,6	22,8%	66,8	23,6	46,0
общества инвалидов	41,5	66,9	63,4	33,6	65,4	23,7%	69,6	37,2	56,0
женские организации	15,9	34,5	32,4	11,8	26,3	7,6%	33,7	18,9	13,5
ветеранские объединения ("афганцев", ветеранов Великой Отечественной войны, ветеранов силовых органов, "чернобыльцев")	43,5	73,4	63,2	43,6	68,7	28,6%	68,5	43,2	60,0
благотворительные организации (детские приюты, помощь жертвам насилия, наркозависимым, беженцам, бездомным и т.п.)	28,5	55,6	55,4	38,2	54,8	21,0%	48,9	44,6	45,5
благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	17,2	44,6	35,0	20,0	27,2	13,4%	21,2	28,4	26,0
правозащитные организации (юридическая помощь жертвам произвола властей, призывникам, комитеты солдатских матерей и т.п.)	18,2	43,1	40,6	27,3	44,2	12,9%	35,3	24,3	31,0
территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий (озеленение, детские площадки, площадки для выгула собак, оборудование парковок и гаражей, вывоз мусора и т.п.)	12,2	33,5	20,2	21,8	32,3	4,5%	18,5	21,6	24,0

Продолжение таблицы
Показатели общественной активности (выборочно, по городам)

	Население России	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	26,5	61,1	39,6	40,9	28,6	18,3	40,8	35,1	38,0
местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей (борьба с новостройками, проблемы выселения, снабжения, экологические проблемы, проблемы, связанные с последствиями чрезвычайных происшествий и пр.)	7,5	26,6	15,8	11,8	28,6	3,1	7,6	17,6	11,5
группы, органы школьного/студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	14,2	34,9	26,0	24,5	27,2	7,1	25,0	28,4	26,5
инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.)	13,5	34,1	19,6	7,3	26,7	10,7	20,1	18,9	21,5
этнические общины, национальные диаспоры, землячества	11,5	36,1	32,0	7,3	18,4	10,3	20,1	15,5	16,0
молодежные неформальные объединения неполитического характера	13,0	35,9	29,8	9,1	21,2	13,4	20,7	23,0	24,0
молодежные политические объединения	14,7	45,4	36,4	6,4	36,4	11,6	29,9	24,3	24,5
движения национально-патриотического толка	8,5	33,3	30,4	3,6	16,1	5,8	11,4	12,8	14,0
спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	26,3	52,4	33,0	19,1	48,4	19,2	45,1	24,3	48,0
культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон и т.п.), клубы по интересам, хобби	19,1	41,5	26,2	10,9	42,4	18,3	25,5	29,1	39,0

Продолжение таблицы
Показатели общественной активности (выборочно, по городам)

	Население России	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
благотворительные инициативы / акции (сбор денег / вещей для бездомных, детских домов, пострадавших, нуждающихся и т.п.)	20,7	49,4	34,6	21,8	56,7	9,4	35,3	26,4	42,5
экологические организации	23,5	56,9	50,8	10,0	49,8	23,7	60,3	18,2	47,0
другое (напишите, что именно)	,5	,6	,2	1,8	,5	0	0	0	0
ни о каких не знаю и не слышал(-а)	19,5	3,8	4,2	14,5	7,4	15,6	4,9	13,5	4,5
затрудняюсь ответить	5,7	2,2	3,6	15,5	8,8	14,7	1,1	4,7	4,5
13. В деятельности каких общественных объединений и других некоммерческих организаций, общественных гражданских инициатив Вы принимаете участие, членом каких общественных организаций Вы являетесь?									
товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и т.п.	1,4	3,2	2,0	0	4,6	0	1,1	2,7	1,5
садовые и дачные товарищества	3,2	7,7	3,0	0	3,2	,9	2,2	1,4	6,5
религиозные общины, организации, движения	,7	1,2	,4	0	,5	,4	,5	1,4	,5
профессиональные ассоциации / творческие союзы	,4	1,0	,6	0	0	,4	1,1	0	,5
профсоюзы	4,1	4,2	3,6	,9	1,4	2,2	3,8	3,4	4,0
общества защиты прав потребителей	,2	,2	,4	0	0	0	0	,7	0
общества инвалидов	,6	,8	,4	0	0	0	,5	,7	0
женские организации	,3	,6	,6	0	0	0	0	0	0
ветеранские объединения ("афганцев", ветеранов Великой Отечественной войны, ветеранов силовых органов, "чернобыльцев")	,9	2,6	,6	0	,5	1,3	,5	2,0	1,0
благотворительные организации (детские приюты, помощь жертвам насилия, наркозависимым, беженцам, бездомным и т.п.)	,4	1,2	,6	0	,5	0	0	0	0
благотворительные фонды, выделяющие деньги для решения различных проблем	,3	1,2	0	0	0	0	0	0	0
правозащитные организации (юридическая помощь жертвам произвола властей, призывникам, комитеты солдатских матерей и т.п.)	,2	,4	,6	0	0	,4	0	0	0

Продолжение таблицы
Показатели общественной активности (выборочно, по городам)

	Население России	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
территориальное общественное самоуправление, местные инициативные группы по обустройству жилых территорий (озеленение, детские площадки, площадки для выгула собак, оборудование парковок и гаражей, вывоз мусора и т.п.)	,6	1,2	,6	0	,5	,4	,5	,7	,5
домовые комитеты, старшие по домам и по подъездам	1,1	3,2	1,4	,9	0	1,3	1,6	0	1,0
местные инициативы по защите имущественных, жилищных, потребительских прав и интересов местных жителей (борьба с новостройками, проблемы выселения, снабжения, экологические проблемы, проблемы, связанные с последствиями чрезвычайных происшествий и пр.)	,2	,6	0	0	,5	,9	0	0	0
группы, органы школьного/студенческого самоуправления, включая студенческие советы, советы общежитий и т.п.	,8	2,2	,4	,9	0	1,8	,5	0	1,5
инициативные группы, объединения родителей (детей дошкольного возраста, детей, посещающих детские сады, школьников, детей-инвалидов и т.п.)	1,0	2,4	1,0	0	,5	2,2	,5	,7	,5
этнические общины, национальные диаспоры, землячества	,1	,2	,2	0	0	0	0	,7	0
молодежные неформальные объединения неполитического характера	,4	1,0	,2	,9	0	1,3	0	0	1,0
молодежные политические объединения	,2	0	0	0	,5	,4	0	0	,5
движения национально-патриотического толка	,1	,2	0	0	0	,4	0	0	0
спортивные, туристические, охотничьи, автомобилистские объединения / клубы	1,5	3,8	1,0	,9	,5	2,2	,5	1,4	2,0

Продолжение таблицы
Показатели общественной активности (выборочно, по городам)

	Население России	Москва	Санкт-Петербург	Барнаул	Калининград	Краснодар	Нижний Новгород	Челябинск	Хабаровск
культурные, краеведческие, природоохранные движения, инициативные группы (любителей музыки, кино, живописи, театра, танцев и пр., защита архитектурных памятников, заповедных зон и т.п.), клубы по интересам, хобби	,7	2,0	,4	0	,5	,4	,5	0	1,0
благотворительные инициативы / акции (сбор денег / вещей для бездомных, детских домов, пострадавших, нуждающихся и т.п.)	,8	1,0	,6	0	0	,4	0	0	1,0
экологические организации	,3	,8	,4	0	0	,4	0	,7	,5
в других (напишите, в каких именно)	,2	,6	,4	0	,9	0	0	0	0
ни в каких	60,8	71,0	79,2	66,4	69,1	56,7	85,3	70,3	73,0
затрудняюсь ответить	,9	,4	1,0	0	3,7	1,8	0	0	2,5
нет ответа	25,2	6,0	7,8	30,0	16,1	30,4	6,0	18,2	9,0
14. В каких формах Вы принимаете участие в деятельности этих организаций, инициатив?									
работаю за плату	1,1	1,6	1,6	0	0	0	,5	,7	
являюсь инициатором, руководителем, вхожу в состав руководящих органов	,9	,4	1,8	,9	0	,4	,5	1,4	1,0
являюсь членом организации, участником инициативы	4,1	6,7	2,6	,9	,5	1,8	4,3	4,7	3,5
работаю добровольцем (безвозмездно)	2,7	4,8	3,4	,9	1,8	,4	1,1	2,0	3,0
участвую в собраниях, конференциях	2,9	5,6	4,0	,9	1,8	,4	1,6	2,0	1,5
помогаю деньгами, пожертвованиями	1,2	1,6	1,2	0	,5	0	0	1,4	,5
активно участвую в делах этой организации / инициативы	1,7	2,6	2,2	,9	,5	,4	1,1	1,4	0
затрудняюсь ответить	3,9	9,3	1,6	,9	5,5	8,0	2,7	1,4	7,5
нет ответа	87,1	78,0	88,4	96,4	89,9	88,8	91,3	88,5	84,5