

**ОТЧЕТ
ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КОМПЛЕКСНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ**

**«ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ И
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ О ВОЗМОЖНОСТЯХ
СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НКО, ОТНОШЕНИИ К
НЕКОММЕРЧЕСКОМУ СЕКТОРУ, ОЦЕНКИ ПОТРЕБНОСТЕЙ В
СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГАХ, ОПРЕДЕЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ И
КОММУНИКАЦИОННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ СОЦИАЛЬНО
ОРИЕНТИРОВАННЫХ НКО И ИНИЦИАТИВНЫХ ГРУПП ГРАЖДАН
ГОРОДОВ ЮЖНО-КУЗБАССКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ»**

*Победителя номинации «Развитие институтов гражданского общества»
второго конкурса грантов Президента Российской Федерации 2019 года,
проект «Найди своё место на карте добрых дел»*

ИСПОЛНИТЕЛИ ПРОЕКТА:

Бурнышев Константин Владимирович – руководитель проекта, директор АНО «ИАЦ».

Урбан Ольга Андреевна – д-р социол. наук, канд. истор. наук, исследователь-социолог проекта.

Бурнышева Татьяна Витальевна – д-р техн. наук, исследователь-аналитик проекта.

Демчук Наталия Владимировна – канд. социол. наук, исследователь-социолог проекта.

Исакова Елена Васильевна – канд. филос. наук, менеджер проекта.

Смагин Павел Борисович – менеджер проекта, специалист по работе со СМИ.

Страница организации в социальной сети <https://www.facebook.com/inform42>

Страница проекта «Найди своё место на карте добрых дел» в социальной сети <https://vk.com/public188095126>

Сайт организации <http://inform42.ru/>

СОДЕРЖАНИЕ

I	Теоретико-методологический раздел	5
II	Организационно-методический раздел	24
III	РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ	33
1	Часть 1. Анализ результатов опроса населения моногородов Южно-Кузбасской агломерации	33
1.1.	Население Южно-Кузбасской агломерации как носитель общественного мнения.....	33
1.2.	Общественное мнение о специфике деятельности СО НКО.....	36
1.3.	Население Южно-Кузбасской агломерации как благо получатель социальных услуг СО НКО.....	50
1.4.	Население Южно-Кузбасской агломерации как субъект социальной инициативы и активности.....	59
1.5.	Типология населения Южно-Кузбасской агломерации как субъекта социальной инициативы и активности.....	69
2.	Часть 2. Анализ результатов опроса сотрудников, волонтеров СО НКО, социально активных граждан (далее – сотрудники)	75
2.1.	Социальный портрет СО НКО Южно-Кузбасской агломерации...	75
2.1.1	Основные характеристики и параметры деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций.....	75
2.1.2	Направления и содержание деятельности СО НКО.....	79
2.2	Потенциал развития и повышения качества социальных услуг СО НКО.....	87
2.2.1	Внутренний потенциал развития: оценка ресурсной базы.....	88
2.2.2	Внешний потенциал развития: государственная поддержка СО НКО как ресурс развития.....	94
2.2.3	Внешний потенциал развития: социальная активность населения	97
2.3	Информационная среда СО НКО.....	98
2.4	Основные проблемы и пути развития СО НКО Южно-Кузбасской агломерации (по результатам самооценки).....	106
3.	Часть 3. Анализ результатов экспертного опроса - лидеров СО НКО и инициативных групп граждан	110
3.1	Раздел 1. СО НКО как субъект социального обслуживания населения: основные характеристики и проблемы развития	110
3.1.1	Основные характеристики и виды деятельности экспертных некоммерческих организаций.....	110
3.1.2	Общие сведения о деятельности экспертных некоммерческих организаций.....	112
3.1.3	Внутренняя среда развития некоммерческих организаций в экспертной оценке.....	116
3.1.4	Проблемы деятельности некоммерческих организаций.....	137
3.1.5	Внутрисекторное взаимодействие некоммерческих организаций	146
3.1.6	Взаимодействие некоммерческих организаций с органами	

государственной власти и местного самоуправления	152
3.2 Раздел 2. Институциональные факторы развития СО НКО.....	163
3.3 Раздел 3. Информационные и коммуникационные потребности СО НКО.....	190
IV Выводы по исследованию	197
ПРИЛОЖЕНИЕ А Анкета (опрос населения).....	206
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Логическая структура анкеты.....	210
ПРИЛОЖЕНИЕ В Бланк интервью с сотрудниками СО НКО.....	215
ПРИЛОЖЕНИЕ Г Гайд экспертного интервью для руководителей и лидеров НКО, общественных организаций, инициативных групп.....	221

I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Актуальность исследования. Федеральный закон от 28 декабря 2013 года «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» № 442-ФЗ (ред. от 01.05.2019) определил концептуальные подходы к формированию качественно нового подхода к организации социального обслуживания граждан. Одним из субъектов социальной поддержки населения в Законе (ст. 5) названы некоммерческие организации, в том числе социально ориентированные (далее – СО НКО), предоставляющие различные виды социальных услуг населению. В то же время сама деятельность СО НКО рассматривается как важное направление развития гражданской активности и инициативы в Российской Федерации. На практике это означает, что повышение качества жизни населения неразрывно связано с социальной инициативой, активностью граждан и деятельностью СО НКО в решении проблем местного сообщества.

С целью повышения качества и доступности услуг в социальной сфере через расширение участия негосударственных организаций в предоставлении социальных услуг гражданам приняты соответствующие нормативно-правовые документы и документы стратегического планирования. По поручению Правительства РФ от 23 мая 2016 г. №3468п-п44 разработан комплекс мер на 2016 - 2020 годы, направленных на обеспечение поэтапного доступа СО НКО, осуществляющих деятельность в социальной сфере, к бюджетным средствам, выделяемым на предоставление социальных услуг населению. В соответствии с распоряжением Правительства РФ от 8 июня 2016 г. № 1144-р принята дорожная карта «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере». При этом развитие СО НКО включено в состав задач исполнительной власти на всех уровнях ее организации, в том числе на муниципальном. Разработан и реализован комплекс организационных мер по поддержке СО НКО в субъектах РФ. Распоряжением Правительства РФ от 19 июня 2017 г. №1284-р утвержден перечень показателей, используемых для расчета рейтинга субъектов РФ по реализации механизмов поддержки СО НКО и социального

предпринимательства, обеспечения доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере и внедрению конкурентных способов оказания государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере. Функционирует грантовая система поддержки деятельности СО НКО за счет бюджетных ассигнований.

Создание благоприятных организационных, правовых, финансовых условий для развития социальной инициативы граждан и деятельности СО НКО условие необходимое, но не достаточное. Деятельность СО НКО в значительной степени зависит от ряда институциональных факторов, которые с позиции деятельностного и институционального подходов характеризуют ресурсы, потребности, интересы, поведенческие особенности основных субъектов некоммерческого сектора (СО НКО, население, бизнес, власть). Изучение институциональных факторов, которые ориентируют на поведенческий уровень анализа, позволяет выявить потенциал и проблемы развития некоммерческого сектора в контексте действий и взаимодействий основных социальных субъектов. Важным методологическим требованием является реализация комплексного подхода в исследовании совокупности институциональных факторов, определяющих достижение институциональных целей некоммерческого сектора.

Во-первых, поведенческие особенности населения, с одной стороны, как целевого сегмента социальных услуг СО НКО (благополучателей и потребителей), с другой – как социальной базы развития НКО (субъекта социальной инициативы и активности) посредством добровольного участия в свободное время в решении социально значимых проблем территории.

Во-вторых, ресурсная обеспеченность и специфика деятельности СО НКО.

В-третьих, формы взаимодействия СО НКО с основными стейкхолдерами некоммерческого сектора (бизнес, власть, население) и их результативность.

В-четвертых, общественное мнение о целях, задачах, специфике деятельности СО НКО, как фактор рекрутинга широких слоев населения в различные формы социального участия и деятельность СО НКО.

Для принятия обоснованных управленческих решений по разработке институционально эффективных мер, стимулирующих развитие социально-ориентированного некоммерческого сектора в моногородах Южно-Кузбасской агломерации важным направлением является изучение перечисленных выше факторов в территориальном аспекте.

Для Кемеровской области – Кузбасса развитие некоммерческого сектора в условиях императива модернизации экономики моногородов, по числу которых регион является лидером в России, имеет особое значение. Исторически в Кузбассе сформировались агломерации вокруг двух административно-промышленных городов Кемерово (685 тыс. чел) и Новокузнецка (1320 тыс. чел.). Агломерация Новокузнецка формирует основной угольно-металлургический промышленный потенциал региона. Здесь сосредоточены такие крупные города как Новокузнецк, Прокопьевск, Киселевск, Междуреченск, а также Мыски, Осинники, Калтан, которые Постановлением Правительства РФ от 29 июня 2014 года № 709 в соответствии с установленными критериями отнесены к моногородам. В стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р, ключевыми приоритетами модернизации экономики монопрофильных образований являются значительное повышение уровня и качества жизни населения, создание условий для развития социальной сферы на территории моногородов, что означает необходимость формирования благоприятных институциональных условий для развития некоммерческого сектора и повышения эффективности деятельности СО НКО.

Таким образом, актуальность темы исследования для практики государственного управления обусловлена необходимостью получения достоверной информации о текущем состоянии и проблемах развития СО НКО Южно-Кузбасской агломерации, носителями которой являются социальные группы, действия которых определяют направления, содержание и перспективы развития СО НКО.

Проблема исследования: отсутствие информации о текущем состоянии и проблемах развития СО НКО, выраженной в общественном мнении:

– жителей Южно-Кузбасской агломерации по поводу реальных потребностей в социальных услугах НКО и базовых установках на социальное участие в решении проблем местного сообщества, определяющих потенциал развития СО НКО;

– мнении, представлениях, оценках лидеров (руководителей), сотрудников, волонтеров СО НКО, социально активных граждан о проблемах, результатах, потенциале развития СО НКО, коммуникационных и информационных потребностях в информационной среде.

Объект исследования: социально ориентированный некоммерческий сектор Южно-Кузбасской агломерации как социальная и институциональная система.

В контексте проблематизации темы исследования с позиции деятельностного подхода и системной структуризации объекта исследования выделены три эмпирических объекта исследования.

1. Население (жители) Южно-Кузбасской агломерации в возрасте от 18 лет и старше, постоянно проживающие в девяти населенных пунктах агломерации, имеющих статус моногорода, как благополучатели и потребители социальных услуг, а также как субъект социальной инициативы и активности.

2. Сотрудники, волонтеры СО НКО, социально активные граждан (далее – сотрудники СО НКО) как социальные субъекты и акторы, то есть субъекты, которые участвуют в преобразованиях не спорадически и случайно, а более или менее регулярно и сознательно, их активные действия, как правило, мотивируются стремлением улучшить условия развития территории и качеством жизни.¹

3. Лидеры СО НКО и инициативных групп граждан как субъекты влияния, определяющие направления, содержания и перспективы деятельности СО НКО.

¹ Заславская Т.И. Современное российское общество: Социальный механизм трансформации: учеб. пособие. М.: Дело, 2004. С.277-281.

С эмпирическими объектами соотносятся **предметные области исследования.**

1. Отношение населения (жителей) Южно-Кузбасской агломерации к деятельности СО НКО, выраженное во мнении, оценках по поводу потребностей в социальных услугах СО НКО, деятельности СО НКО, базовых установках на социальное участие в решении проблем местного сообщества.

2. Представления сотрудников СО НКО о проблемах, результатах, потенциале развития СО НКО, коммуникационных и информационных потребностях в формирующейся информационной среде.

3. Экспертная оценка лидеров СО НКО основных характеристик, ресурсов, форм взаимодействий, проблем развития СО НКО как субъекта социального обслуживания населения Южно-Кузбасской агломерации.

Цель исследования: изучить текущее состояние и проблемы развития СО НКО Южно-Кузбасской агломерации с целью предоставления объективной и достоверной информации органам государственной власти и местного самоуправления для принятия управленческих решений по разработки институциональных мер поддержки и развития социально-ориентированного некоммерческого сектора.

Задачи исследования:

1. Выявить специфику общественного мнения о деятельности СО НКО.

2. Описать социальный портрет населения Южно-Кузбасской агломерации как благополучателей, потребителей социальных услуг НКО и как субъекта социальной инициативы и активности.

3. Определить актуальные потребности населения Южно-Кузбасской агломерации в социальных услугах, предоставляемых СО НКО, интенсивность и основные направления взаимодействия населения с СО НКО.

4. Выявить социальные установки населения Южно-Кузбасской агломерации в отношении социального участия в решении проблем местного сообщества и на этой основе классифицировать основные группы населения.

5. Оценить потенциал развития СО НКО на основе идентификации основных типологических групп населения Южно-Кузбасской агломерации с разными базовыми установками на социальное участие.

5. Описать социальный портрет СО НКО Южно-Кузбасской агломерации: характеристики, параметры, направления, содержание деятельности.

6. Оценить потенциал развития и повышения качества социальных услуг СО НКО как совокупность внутренних ресурсов и систему взаимодействий в рамках внутрисекторных и межсекторных связей.

7. Изучить оценку результативности государственной поддержки как ресурса развития СО НКО.

8. Выявить и систематизировать представления о степени развитости информационной среды СО НКО в Южно-Кузбасской агломерации.

9. Выявить оценку уровня развития социальная активность населения как ресурса развития СО НКО.

10. Выявить основные проблемы и пути развития СО НКО Южно-Кузбасской агломерации.

Гипотезы исследования.

Было выдвинуто **основное предположение**, что жители Южно-Кузбасской агломерации как целевые благополучатели и потребители социальных услуг СО НКО в большинстве своем имеют не полное представление о специфике деятельности НКО, реализуемых ими социальных услугах на территории проживания, и не являются активным и массовым потребителем услуг. В то же время сформировались институциональные препятствия для развития социально-ориентированного некоммерческого сектора моногородов Южно-Кузбасской агломерации, связанные с особенностями действий, взаимодействий, ресурсов основных социальных субъектов.

Частными гипотезами являются следующие.

1. У жителей Южно-Кузбасской агломерации не сформированы актуальные потребности в получении разнообразных социальных услугах НКО, так как при снижении общего уровня жизни в моногородах в условиях

системного кризиса экспортно-ориентированной модели региональной экономики населением удовлетворяются прежде всего витальные потребности.

2. Жители Южно-Кузбасской агломерации не сформировались как субъект гражданского общества (субъект социальной инициативы и активности) не являются широкой социальной базой для развития НКО, так как доминирующей в проявлении социального (гражданского) участия является отчужденная модель поведения, которая характеризуется слабым или отсутствием интереса к проблематике гражданского общества и его институтов, отсутствием или слабой включенностью населения в различные формы социального (гражданского) участия.

3. Общественное мнение о СО НКО и социальных инициативах качественно не определено, информационно не насыщено, поскольку важными источниками информации об СО НКО являются интерактивные (неформальные) источники (социальные сети и ближний круг респондента), а удовлетворенность предоставляемой информацией в СМИ с позиции ее достоверности и достаточности у населения невысокая. По этой причине функция общественного мнения рекрутинга институционально не сформирована.

4. Информационные и коммуникационные потребности представителей СО НКО Южно-Кузбасской агломерации не удовлетворяются в полном объеме, так как информационная среда не сформирована, характеризуется неполнотой, разрозненностью информации и недостаточной активностью внутрисекторной и межсекторной коммуникаций.

5. Результативность поддержки органов государственной власти и органов местного самоуправления некоммерческого сектора моногородов Южно-Кузбасской агломерации оценивается руководителями (сотрудниками) СО НКО и инициативными группами граждан оценивается преимущественно как недостаточная, так как на практике высокий уровень ожидания в отношении финансовой, материально-имущественной поддержки государственной поддержки не совпадает с реальными объемами и формами поддержки.

6. СО НКО Южно-Кузбасской агломерации не обладают высоким потенциалом развития и расширения деятельности и повышения качества предоставляемых услуг, так как для этого недостаточно внутренних и внешних ресурсов развития.

Теоретическая и эмпирическая интерпретация основных понятий исследования.

Институт представляет собой единство формальных и неформальных правил и норм, закрепленных в повседневных практиках людей, как системы устойчивых и массовых социальных действий и взаимодействий индивидов, организаций, групп, различающихся, интересами и ресурсами. Поэтому изучение социальных практик является важным аналитическим инструментом исследования социальных институтов, в частности социально-ориентированного некоммерческого сектора, представляющего в целом определенный институциональный комплекс.²

Институциональный барьер (препятствие) в поведенческом аспекте характеризует доминирование моделей поведения социальных субъектов, которые не стимулируют или сдерживают развитие СО НКО в соответствии с институциональными целями.

Институциональный барьер (препятствие) в нормативном аспекте означает действие формальных институциональных норм, которые не стимулируют или сдерживают достижение институциональных целей.

Общественное мнение - специфическое проявление общественного сознания, выражающееся в оценках и характеризующее явное или скрытое отношение больших социальных групп к актуальным проблемам действительности, в частности к некоммерческому сектору и СО НКО. Изучение общественного мнения дает возможность охарактеризовать социальные факторы эффективности деятельности СО СНО в Южно-Кузбасской агломерации. Важными характеристиками общественного мнения, отражающими его качественную определенность, являются направленность

² Заславская Т.И Социетальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция. 2-е изд., испр. и доп.. М.: Дело, 2003. С. 209–211.

(общая качественная оценка), интенсивность (показатель силы), стабильность, информационная насыщенность (объем знаний об объекте мнения), социальная поддержка.

Общественное мнение как отношение социальных групп к проблемам, представляющим для них непосредственный интерес, проявляется сначала в суждениях, затем в действиях. Поэтому общественное мнение отражает не только определенный уровень знаний людей по определенному вопросу (деятельность СО НКО, социальная активность), но и фиксирует отношение (активное, пассивное) к объекту мнения. В этой связи состояние общественного мнения населения монопрофильных территорий Южно-Кузбасской агломерации индицирует население, с одной стороны, как благополучателей и потребителей социальных услуг, с другой – как субъекта социальной активности и инициативы, определяющего потенциал развития СО НКО.

На уровне операциональной интерпретации определены следующие латентные и не латентные переменные для измерения:

- информированность о специфике деятельности СО НКО, в том числе источники информации и оценка качественных характеристик информации;
- факты потребления и ориентация на структуру потребления конкретных социальных услуг;
- установка на социальную активность в решении социально значимых проблем в различных формах (потенциальное желание участвовать, факты и способы участия).

Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 02.12.2019) "О некоммерческих организациях" (статья 2) определяет некоммерческую организацию следующим образом:

Некоммерческой организацией является организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и

спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

СО НКО осуществляют деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в РФ, а также реализующие виды деятельности, предусмотренные изменениями ФЗ "О некоммерческих организациях" от 05.04.2010 N 40-ФЗ.

В узком смысле определение социальной услуги дано в Федеральном законе от 28.12.2013 N 442-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации" (статья 3).

Социальная услуга - действие или действия в сфере социального обслуживания по оказанию постоянной, периодической, разовой помощи, в том числе срочной помощи, гражданину в целях улучшения условий его жизнедеятельности и (или) расширения его возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности.

В широком смысле социальная услуга – действие или деятельность в социальной сфере, совершенные одним лицом (физическим или юридическим) в интересах или во благо другого лица. Результат действия, как правило, нематериальный (ГОСТ Р ИСО 9000-2008). В контексте целей и задач исследования социальная услуга понимается в широком смысле. В этом плане классификация социальных услуг определяется основными структурными компонентами социальной сферы (Рис. 1): образовательные услуги, услуги в сферах здравоохранения, культуры, физической культуры и спорта, услуги в сфере социальной защиты, социального обеспечения, социального обслуживания и социальной помощи. Операционализация услуг осуществляется по функциональным областям (развитие детей, защита прав работников, правовая помощь, организация досуга и пр.).



Современное общество характеризуется ростом вовлеченности, прежде всего на местном уровне отдельных граждан и общественных групп в решение актуальных социальных проблем в различных сферах общественных отношений и по достижению совместного социально значимого результата. Этот процесс имеет различную направленность: сверху-вниз со стороны власти; снизу-вверх со стороны населения; горизонтально – расширение кооперативных процессов внутри территориальных сообществ. Разнообразные процессы вовлеченности населения в решение вопросов местного значения описываются понятиями гражданское, общественное и социальное участие. Эти различия связаны преимущественно с пониманием субъектов участия (кто) и его направленности (на что данный вид участия направлен).

Гражданское участие рассматривается как вертикальное участие (участие в партнерстве и управлении), как форма коллективного управления и тесно связано с политическим участием. Стимулирование гражданского участия связано с целенаправленной деятельностью по стимулированию социальной активности, расширению механизмов вовлечения граждан в рамках построения гражданского общества.

Социальное участие представляет собой горизонтальную активность, осуществляемую в рамках повседневной жизни и направленную на удовлетворение общественного интереса. Социальное участие может осуществляться через формальные или неформальные практики. К формальным относится участие в деятельности общественных, религиозных

объединений, клубов и др., организованная добровольческая деятельность. К неформальным практикам – коллективная деятельность людей, направленная на совместное решение проблем, поддержание традиций, помощь соседям, взаимная поддержка, поддержка местных организаций и пр. Популярно социальное участие в контексте содействия возрастанию социальной активности в сообществах; реализации социально значимых программ, к примеру в области общественного здоровья и т.д.

Значение **общественного участия** наиболее размыто, слабо структурировано и часто используется как синоним гражданского участия, как непрерывный двунаправленный процесс взаимодействия между гражданами и органом власти (учреждением, ведомством), отвечающим за принятие решения. От гражданского общественное участие отличается отсутствием среди его форм электоральной активности, уклонением от деятельности политических партий и движений, а также от форм протестного участия.³

Таким образом, с позиции познавательных задач в данном исследовании акцент ставится на исследовании социального участия в контексте осмысления факторов, влияющих на эффективность и развитие деятельности СО НКО, а также осмысления особенностей общественного сознания жителей Южно-Кузбасской агломерации как субъекта социальной инициативы и активности. На операциональном уровне социальное участие представлено:

– по способам участия: благоустройство территории собственного двора, подъезда, участие в субботниках; в собрании жильцов дома, жителей района, города; в общественных слушаниях; благотворительность; совместное обеспечение порядка и безопасности; помощь по хозяйству, устройству быта нуждающимся; совместная ликвидация последствий аварий, пожаров и других чрезвычайных ситуаций, организация досуга и пр.

– по степени формализации: формальное (участие в деятельности общественных объединений, НКО посредством членства и других договорных

³Скалабан И.А. Социальное, общественное и гражданское участие: к проблеме осмысления понятий // Вестник Томского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Политология. 2011. №1. С.130-139.

отношений) и неформальное (содействие деятельности НКО без членства, безвозмездная помощь, добровольная работа и др.);

– по степени вовлечения в процесс участия: пассивное и активное; разовое и постоянное (много раз участвовал, всего несколько раз, только однажды, не приходилось участвовать);

– по направленности: вертикальное (включенность в процесс социального управления: коллективное обращение к властям в письменной форме; участие в общественных слушаниях, митингах, пикетах, акциях) и горизонтальное (включенность в коллективную деятельность в рамках решения проблем местного сообщества).

Одной из задач исследования является классификация населения городов Южно-Кузбасской агломерации по степени активности в процессе социального участия, которая определяется социальной установкой человека. **Социальная установка** является важнейшим элементом характеристики личности и объясняет поведенческие действия в общественном процессе. Общепринятое понятие социальной установки (аттитюд) – это определенное состояние сознания, основанное на предыдущем опыте, регулирующее отношение и поведение человека. Это означает предрасположенность человека что-либо воспринимать определенным образом и действовать тем или иным способом в отношении объекта социальной установки. В известной диспозиционной концепции В.А. Ядова (1975) базовые социальные установки индивида определяются его отношением к основным сферам жизнедеятельности (профессия, общественная деятельность и т. п.), то есть к объектам социальных установок, имеющих общественную значимость.

Таким образом, социальные установки выступают регулятором поведения и деятельности личности. Выявление базовых социальных установок населения Южно-Кузбасской агломерации призвано объяснить доминирующие модели поведения в проявлении социальной активности в решении социальных проблем местного сообщества.

В основу **классификации** социальных групп населения Южно-Кузбасской агломерации, различающихся базовыми социальными установками в отношении социального участия в решении проблем местного сообщества, положены следующие типобразующие признаки:

- степень вовлеченности в процесс социального участия в текущем периоде;
- степень готовности участвовать в перспективе.

С этой позиции на основе индицирующих признаков обосновываются четыре группы населения. Интерпретативный смысл типологии и количественного представления всех групп в общей совокупности заключается в оценке населения Южно-Кузбасской агломерации как субъекта социальной активности и инициативы в условиях модернизации моногородов.

1. Группа активистов с установкой на социальное участие. Имеют длительный опыт социального участия (за последние 1-2 года помимо основной деятельности часто, много раз и фрагментарно принимали участие в общественных инициативах, занимались волонтерством; а также этот опыт продолжают в настоящее время и готовы в дальнейшем участвовать в деятельности НКО).

2. Группа населения с неустойчивой установкой на социальное участие. Представителями данной группы реализуются две основные противоположные стратегии:

Стратегия на выход. Данную стратегию реализуют индивиды, имеющие опыт социального участия, в том числе фрагментарный в прошлом, но принявшие для себя решение не участвовать в будущем. В текущем периоде индивиды из этой группы по сущности своей установки фактически переходят в группу отчужденных.

Стратегия на вход индивидов, как стремление освоения новой социальной практики – практики социального участия. Данную стратегию реализуют индивиды, не имеющие опыт социального участия в прошлом, но

решившие проявить социальную инициативу и активность в текущем периоде. По сущности своей установки они фактически переходят в группу активистов.

3. Группа отчужденных. Представители этой группы в подавляющем большинстве не смогли рационально определить свою установку на социальное участия. Здесь на эмоционально-психологическом и поведенческом уровне происходит самоустранение, отчуждение личности от процессов социального участия и тем самым отдается предпочтение стратегиям пассивной адаптации. В концепции отчуждения Э. Фромма, послужившая исходной основой для формирования современных представлений об этом явлении в современной западной социальной психологии и социологии слабая инициатива и активность отчужденных индивидов закономерны. Отчужденный человек «ощущает себя товаром, который надо повыгоднее продать на рынке. И вовсе не ощущает, что он активный деятель, носитель человеческих сил и способностей». «...отчуждение человека от человека приводит к потере всеобщих и социальных связей». ⁴

В группу отчужденных включены респонденты, которые не имели или имели фрагментарный опыт социального участия в прошлом, а также затруднились его вспомнить. В отношении будущего затруднились определить свою модель поведения. Следует отметить, что позиция варианта «затрудняюсь ответить» имеет содержательно глубокий смысл и индицирует степень значимости оцениваемого объекта (явления, процесса) для конкретного индивида. Высокий процент ответов «затрудняюсь ответить» свидетельствует о несформированности общественного мнения по данному вопросу и его мало значимости.

4. Группа изоляционистов. У представителей этой группы сформирована установка социального изоляционизма относительно социального участия в удовлетворении интересов и решении проблем местного сообщества. Это респонденты, которые за последние 1-2 года не принимали

⁴ Фромм Э. Человек одинок // Научно-просветительский журнал «Скепсис» URL: https://sceptis.net/library/id_898.html

участие в общественные инициативах, не занимались волонтерством и не собираются принимать участие в этих видах деятельности.

Изоляционизм можно рассматривать как крайнюю форму отчуждения. Индивидом уже рационально отрефлексирована собственная модель поведения, что отражается в определенной однозначности самих ответов на вопросы анкеты.

Ресурсы человека для проявления социальной инициативы и активности в решении проблем местного сообщества – совокупность условий жизнедеятельности и личных качеств, которые влияют на формирование установки на социальное участие. С позиции системного подхода ресурсы разделяются на внешние и внутренние, которые тесно связаны между собой. При утрате внешних ресурсов реализовать внутренние становится сложным. При отсутствии внутренних ресурсов внешние бесполезны.

Применительно к предметной области исследования измеряются следующие **внешние ресурсы**, которые обеспечивают временные, материальные возможности для социального участия, а также социальную поддержку: объем свободного времени, наличие детей, совместно проживающих старших родственников, социальные статусы (пол, возраст, материальное положение).

Внутренние ресурсы– система ценностей человека, его установка на социальную активность в решении проблем местного сообщества.

Потенциал СО НКО – способность организации удовлетворить запросы сообщества на решение задач в определенной сфере и при наличии определенных ресурсов.

Основные показатели оценки потенциала СО НКО и инициативных граждан по расширению спектра и повышению качества социальных услуг:

- ✓ оценка организационного потенциала;
- ✓ оценка кадрового потенциала;
- ✓ оценка результативности (успешности) работы организации;

- ✓ оценка ресурсов для осуществления деятельности: помещение, оборудование;
- ✓ способы решения проблем недостатка ресурсов;
- ✓ организационные проблемы деятельности НКО;
- ✓ социально-институциональные условия развития потенциала НКО;
- ✓ информированность о нормативно-правовой базе работы НКО;
- ✓ развитость общественной активности населения;
- ✓ отношения органов власти к НКО;
- ✓ социально-институциональные проблемы развития потенциала НКО;
- ✓ социально-психологические условия развития потенциала СО НКО;
- ✓ мотивы участия работы в НКО;
- ✓ количество времени, затрачиваемого на работу в НКО;
- ✓ причины, препятствующие участию в работе НКО;
- ✓ маркетинговые условия развития потенциала СО НКО;
- ✓ виды социальных услуг, оказываемых НКО;
- ✓ описание успешной практики НКО;
- ✓ получатели услуг НКО;
 - ✓ количество людей, обратившихся в организацию за получением услуги в течение года;
- ✓ финансовая характеристика услуги;
- ✓ источники финансирования деятельности НКО;

Информационная среда НКО – это среда, которая объединяет производство информации, имеющей специфически выраженное информационное содержание, материально-техническую инфраструктуру, каналы распространения и различные информационные сети связи (внутрисекторные и межсекторные), обеспечивающие поступление информации ее потребителям и продуктивное функционирование организации.

1. Характеристики информационной среды НКО:

- коммуникационные проблемы НКО;
- субъекты внешнего окружения, с которым взаимодействуют НКО;

- способы распространения информации о деятельности НКО в информационной среде;
- формы взаимодействия и коммуникации внутри некоммерческого сектора;

2. Характеристика коммуникаций НКО с органами власти:

- формы эффективной коммуникации НКО с органами власти;
- наличие поддержки со стороны органов власти;
- формы получения поддержки со стороны органов власти;
- оценка поддержки НКО со стороны органов власти;
- оценка отношения органов власти к НКО.

Образ организации – совокупность показателей, наиболее концентрированно выражающих специфику деятельности организации и ее работников для обозначения связи между организацией и обществом. Создание образа СО НКО Южно-Кузбасской агломерации:

- ✓ факт признания НКО социально ориентированной;
- ✓ длительность существования организации;
- ✓ форма регистрации НКО;
- ✓ вид деятельности НКО;
- ✓ масштаб деятельности;
- ✓ количество штатных сотрудников количество волонтеров
(временных работников);
- ✓ количество вовлеченных в работу НКО участников;
- ✓ наличие сайта/страницы НКО в соц. сетях;
- ✓ название организации.

Методологические основы исследования. В качестве методологической основы исследования используются концептуальные положения институционального, структурно-функционального, деятельностного подходов. Исследование базируется на методологических принципах системного подхода, ориентирующего на комплексный анализ факторов и условий деятельности СО НКО в условиях модернизации экономики моногородов Южно-Кузбасской агломерации в контексте действий и взаимодействий социальных субъектов,

отраженных во мнениях, оценках, представлениях. Применялись общенаучные (сравнительный, моделирование, построение классификаций, типологический анализ, прогнозирование) и общелогические методы исследования (анализ и синтез; обобщение, индукция и дедукция, исследование причинно-следственных связей). В качестве основных методов сбора информации применялись анализ документов, анкетный опрос, формализованное интервью, экспертный опрос. При анализе эмпирического материала применялись методы статистического анализа. Использовались одновременно два принципиальных типа исследования – количественное исследование и качественное исследование.

II. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. Количественное исследование (два эмпирических объекта)

Использован описательный план исследования – количественно-качественное описание объекта. Сбор информации по описательному плану проводился на основе **выборочного исследования**. Основным методом сбора информации определен **опросный метод – анкетирование**. Выбор метода обусловлен:

- познавательными возможностями для изучения сферы сознания;
- адекватностью познавательным задачам;
- возможностью оперативного получения информации;
- дополнительными латентными функциями: вовлечение респондентов в обсуждение проблем местного сообщества и инструментов их решения, вовлечение волонтеров – студентов партнера проекта НФИ КемГУ в реализацию проекта.

Эмпирический объект – население (жители) Южно-Кузбасской агломерации в возрасте от 18 лет и старше, постоянно проживающие в девяти населенных пунктах агломерации, имеющих статус моногорода, как благополучатели и потребители социальных услуг, а также как субъект социальной инициативы и активности.

Генеральная совокупность – жители муниципальных образований с монопрофессиональным типом занятости в возрасте от 18 лет и старше Южно-Кузбасской агломерации. Для проведения социологического исследования сформирована выборка в соответствии с требованием репрезентативности.

Объем выборки составил 1000 человек.

Выборка– квотная, случайная. В рамках квотно-случайной модели выборки сформировано распределение респондентов по территориально-географическому и половозрастным признакам. Структура выборки по вышеуказанным параметрам приведена в табл. 1.

Таблица 1 - Территориальная структура выборки респондентов

Населенный пункт	Население 2018 г., тыс. чел	Итого по выборке, чел.
Прокопьевск	194,1	180
Таштагол	23,2	22
Междуреченск	97,1	90
Мыски	41,4	39
Кисилевск	89,9	84
Калтан	20,8	19
Осинники	42,4	39
Краснобродский	14,3	13
Новокузнецк	553,6	514
Итого:	1076,8	1000

Таблица 2. Социально-демографическая структура выборки:

		Пол		Всего
		мужской	женский	
Группы по возрасту (в годах)	18-29	8,9%	8,6%	17,5%
	30-44	15,6%	16,6%	32,2%
	45-59	11,7%	14,1%	25,8%
	более 60	9,2%	15,3%	24,5%
Всего		45,4%	54,6%	100,0%

Для проведения опроса разработана **анкета**. С целью пилотажа анкеты и генерации идей по поводу деятельности НКО и взаимодействию населения и НКО проведена фокус группа. Участники фокус-группы – представители различных социальных групп населения юга. Кузбасса в возрасте от 20-ти до 40-ти лет. По итогам фокус группы сформировано более широкое представление о предметном поле исследования и внесены изменения в анкету.

Анкета (приложение 1). Анкета содержит 16 вопросов. Вопросы разделены на 3 блока. 1 блок – вопросы №№ 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 – содержит характеристики общественного мнения респондентов, 2 блок – вопросы № № 3, 4 - содержит оценку потребностей жителей в социальных услугах, 3 блок – вопросы №№ 13, 14, 15, 16 – характеристики респондентов («паспортичка»).

Вопросы №№ 1, 3, 7, 9 – полустандартизированные, использованы номинальные шкалы. Вопрос № 14, – открытый, основан на интервальной

шкале. Вопросы №№ 2, 4, 5, 6, 8, 11, 12, 11, 12, 13, 15, 16 – стандартизированные, использованы номинальные и порядковые шкалы.

Логическая структура анкеты (приложение 2).

Организация опроса в форме уличного опроса по сценарию Л.Кесельмана. Отбор респондентов на точке производится случайным образом по квотному заданию. Точки расположены по всей территории города в местах естественной концентрации социальной жизни: в жилых массивах, на остановках, в торговых точках в шаговой доступности и пр.). Количество точек определяется в зависимости от числа респондентов, но не более 20-30 человек на одной точке.

География исследования: Южно-Кузбасская агломерация, Кемеровская область. Перечень населенных пунктов в составе агломерации: Новокузнецк, Междуреченск, Киселёвск, Прокопьевск, Калтан, Мыски, Осинники, Таштагол, Краснобродский.

Сроки проведения опроса: 27.11.19 – 31.12.19

Опрос проводили волонтеры – студенты НФИ КемГУ, прошедшие специальный инструктаж для работы анкетерами:

- студенты по направлению подготовки 39.03.01. Социология (4 курс)
- студенты по специальности 37.05.02 Психология служебной деятельности (2 курс).

В результате проведения полевого этапа социологического исследования был проведен опрос 1181 респондента на территории Южно-Кузбасской агломерации.

Результаты анкетирования были занесены в электронную базу, которая далее была подвергнута коррекции. Корректировка данных и дальнейшая их обработка проводилась в пакете статистических программ SPSS Statistics 22.

Коррекция проводилась путем рандомного удаления кейсов с учетом пола, возраста респондентов и города их проживания. Объем итоговой выборки составил 1000 человек.

Методы анализа данных: анализ линейных распределений, обобщение, группировка, сравнение, вычисление средних значений; анализ таблиц сопряженности. Анализ эмпирических данных проводится программе SPSS.

Схема анализа данных:

- 1) линейное распределение данных вопросов №№ 1 – 13, 14 -16;
- 2) меры центральной тенденции (среднее арифметическое, медиана) данных вопросов №№ 10, 14;
- 3) сравнение значений линейных распределений, средних значений признаков для всех вопросов в группах по вопросам №№ 1, 14, 2, 4, 5, 6, 8, 11, 12, 13; 15, 16;
- 5) обобщение ответов на открытые варианты ответов в вопросах №№ 1, 3, 7, 9.

Календарный план-график мероприятий исследования (табл.3)

Таблица 3. Календарный план-график мероприятий исследования

№	Этап	Мероприятие	Сроки
1.	Предварительный этап	Разработка и утверждение программы исследования	01.11-24.11.2019
		Подбор и инструктаж анкетеров	25.11-29.11.2019
		Макетирование и тиражирование анкет	25.11-27.11.2019
2	Полевой этап	Опрос населения	27.11.19 – 31.12.19
3	Обработка и анализ эмпирических данных	Контроль качества анкет. Создание базы данных в SPSS, ввод анкет в базу данных.	01.01.2020-20.01.2020
4	Аналитический этап	Написание аналитического отчета по результатам исследования	20.01-31.01.2020

Эмпирический объект – сотрудники, волонтеры СО НКО, социально активные граждан (далее – сотрудники СО НКО) как социальные субъекты и акторы, то есть субъекты, которые участвуют в преобразованиях не спорадически и случайно, а более или менее регулярно и сознательно, их активные действия, как правило, мотивируются стремлением улучшить условия развития территории и качествам жизни.

Генеральная совокупность – представители СО НКО и инициативных групп граждан, имеющие опыт активной работы/участия в некоммерческом секторе в возрасте от 18 лет и старше, проживающие в Южно-Кузбасской агломерации.

Объем выборки – 100 человек, определялся аналитическими задачами исследования, то есть описание признаков генеральной совокупности на основе преимущественно линейных распределений.

Характеристика выборки: целевая, пропорциональная. В начале формировался объем выборки участвующих в опросе СО НКО по городам Южно-Кузбасской агломерации (табл. 4) пропорциональной действующим организациям. Всего отобрано 70 СО НКО. Выбор обследуемых единиц наблюдения (респондентов) согласно территориальной квоте по СО НКО возлагался на интервьюера (анкетера). По правилам отбора: если СО НКО не имеет штатных работников, то опрашивался один сотрудник (участник), при наличии штата опрашивался штатный сотрудник и/или волонтер.

Таблица 4 - Территориальная структура выборки респондентов

Населенный пункт	Кол-во действующих организаций	Количество организаций, попавших в выборку
Прокопьевск	46	11
Междуреченск	49	18
Мыски	22	2
Киселевск	11	2
Калтан	4	2
Осинники	11	1
Краснобродский	2	0
Новокузнецк	201	34
Итого:	346	70

Организация опроса. Опрос проводится в форме индивидуального интервьюирования представителей СО НКО и инициативных групп граждан

Методические документы: бланк формализованного интервью (приложение 3).

Описание формализованного интервью.

Интервью содержит 37 вопросов. Вопросы разделены на 3 блока. 1 блок – вопросы №№ 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31 – содержит характеристики информационной среды, 2 блок – вопросы № № 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 28, 32, 33, 35,36 - содержит оценку потенциала СО НКО, 3 блок – вопросы №№ 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 36, 37, 38 – образ организации.

Вопросы №№ 1, 2,8, 11, 13, 14, 18, 20, 21, 33, 37 – открытые. Вопросы №№ 3, 4, 5, 6, 7, 12, 19, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 32, 35, 36 –

стандартизированные, использованы номинальные шкалы. Вопросы №№ 9, 15, 16, 17 – стандартизированные, использованы порядковые Вопросы №№ 10, 28, 31, 34 - стандартизированные, использованы интервальные шкалы.

Логическая структура анкеты представлены в Приложении А.

География исследования: Южно-Кузбасская агломерация, Кемеровская область. Перечень населенных пунктов в составе агломерации: Новокузнецк, Междуреченск, Киселёвск, Прокопьевск, Калтан, Мыски, Осинники, Таштагол, Краснобродский.

Сроки проведения исследования: 01.01.2020 – 29.02.2020

Методы анализа данных: анализ линейных распределений, обобщение, группировка, сравнение.

Схема анализа данных:

1) линейное распределение данных вопросов №№ 3 – 7, 9, 10, 12, 15 – 17, 19, 22 – 32, 34 - 36;

2) меры центральной тенденции (среднее арифметическое, медиана) данных вопросов №№ 9, 15, 16, 17, 10, 28, 31, 34;

3) обобщение ответов на открытые варианты ответов в вопросах №№ 1, 2,8, 11, 13, 14, 18, 20, 21, 33, 37.

Анализ эмпирических данных проводится программе SPSS.

Таблица 5 - Календарный план-график мероприятий исследования

№	Этап	Мероприятие	Сроки
1.	Предварительный этап	Разработка и утверждение программы исследования	01-25.12.2019
		Инструктаж анкетеров	26.12.2019
		Макетирование и тиражирование анкет	26-31.12.2019
2	Полевой этап	Опрос представителей НКО	01.01.2020-29.02.2020
3	Обработка и анализ эмпирических данных	Контроль качества анкет. Создание базы данных в SPSS, ввод анкет в базу данных.	20.01-29.02.2020
4	Аналитический этап	Написание аналитического отчета по результатам исследования	01.03-30.03.2020

2.2. Качественное исследование. Использован формулятивный (разведывательный) план исследования – выявление проблем, структурирование предмета исследования. Основным методом сбора информации определен **экспертный опрос.**

Эмпирический объект исследования — лидеры СО НКО и инициативных групп граждан как субъекты влияния, определяющие направления, содержания и перспективы деятельности СО НКО.

Особенности выборки заключаются в том, чтобы обеспечить возможность представить мнение лидеров всех организационно-правовых форм «третьего сектора»: общественных, национальных организаций, благотворительных фондов, автономных некоммерческих объединений, творческих союзов, органов общественной самодеятельности, общественных деятелей и т.д.

Общее количество экспертов составило 46 чел. Из семи монопрофильных муниципальных образований Южно-Кузбасской агломерации, что достаточно для выявления существующих особенностей, тенденций в «третьем секторе» (см. табл. 6).

Таблица 6 - Количество экспертов по муниципальным образованиям.

Муниципальные образования	Количество действующих НКО по городам	Доля от общего количества	Выборка
Новокузнецк	201	0,580925	24
Прокопьевск	46	0,132948	6
Киселевск	11	0,031792	1
Осинники	11	0,031792	2
Калтан	4	0,011561	1
Мыски	22	0,063584	3
Междуреченск	49	0,141618	9
Краснобродский	2	0,00578	0
Итого	346	1	46

Отбор экспертов. На основании списков, действующих НКО, составлен их перечень по городам и направлениям деятельности (поддержка и защита лиц с ОВЗ, поддержка и защита детей с ОВЗ, детей сирот и с особенностями развития; защита прав и интересов семьи, материнства и детства, молодежные

организации и пр.). Всего 346 НКО по 17 направлениям деятельности в 7 муниципальных образованиях. Количество экспертов в каждом муниципальном образовании отбиралось пропорционально количеству действующих НКО по направлениям деятельности.

Методические документы: гайд интервью (предложение 4).

Исследовательские вопросы:

Раздел 1. Структура некоммерческого сектора, основные характеристики и проблемы развития НКО как субъекта социального обслуживания населения Южно-Кузбасской агломерации.

Как вы оцениваете состояние материально-технических ресурсов вашей организации? Есть ли у вас свое помещение? Есть ли необходимость дополнительно снимать помещение для проведения мероприятия?

Потребности в каком оборудовании имеются у вашей организации? Достаточно ли вам средств для осуществления вашей деятельности? Как вы решали проблему недостатка материальных ресурсов?

Как вы оцениваете кадровый потенциал сотрудников вашей организации?

В чем заключаются основные проблемы функционирования социально ориентированных НКО? Что важно для развития вашего НКО?

Какие социальные услуги вы оказываете? К какой сфере деятельности они относятся? Имеются ли у вас описания предоставляемых услуг? Можете назвать стоимость ваших услуг? Прописаны ли ее потребительские качества? Разработан ли у вас стандарт оказания услуги?

Как вы оцениваете результаты деятельности Вашей НКО? Какие мероприятия, проекты вашей организации являются наиболее успешными, интересными, востребованными?

Раздел 2. Институциональные факторы развития социально ориентированных НКО.

Сформирована ли в Кузбассе институциональная основа деятельности социально ориентированных НКО? Сформировано ли в Кемеровской области гражданское общество? Какой смысл вкладывают информанты в понятие

«гражданское общество»? Что способствует развитию социально ориентированных НКО? Что мешает этому процессу?

Что информанты понимают под социальной активностью? Какие формы социального участия представлены среди социально ориентированных НКО? Как описывают себя информанты как представителей социально ориентированных НКО? Каким видят социальное участие в Новокузнецке и на Юге Кузбасса? Как можно вовлекать население в практики социального участия? Какие факторы могут повлиять на успешность социального участия?

Существует ли доверие в обществе? Готовы ли люди объединяться для решения общественных проблем? Если не готовы, то почему? Готовы ли люди помогать другим людям? Если не готовы, то почему? Готовы ли люди нести ответственность за свой город, свою улицу, свою страну?

Раздел 3. Информационные и коммуникационные потребности СО НКО.

Сотрудничаете ли вы с другими НКО? Если нет, то почему? Какая форма коммуникации наиболее эффективна для обсуждения и решения проблем?

Испытываете ли вы потребность в информации со стороны органов власти?

Как вы информируете население о предоставляемых услугах? Какая информация вам нужна для успешной работы? Есть ли у вас свой сайт, страница в социальных сетях? Назовите адрес сайта, страницы.

Как вы оцениваете свои умения и навыки работы в цифровой среде, в социальных сетях? Какие знания и навыки вам нужны для успешной работы в цифровой среде? Испытываете ли вы потребность в размещении информации в социальных сетях? Если будет возможность размещения информации на бесплатной основе на сайте, согласитесь ли вы?

III. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ЧАСТЬ 1. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

МОНОГОРОДОВ ЮЖНО-КУЗБАССКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ

1.1. Население Южно-Кузбасской агломерации как носитель общественного мнения

Общественное мнение отражает усредненную позицию (точку зрения) различных социальных групп и общества в целом на какую-либо проблему и складывается из мнений, суждений, убеждений, идеологий, в том числе заблуждений, слухов, формируемых внутри социума с учетом экономических, социокультурных и иных особенностей социальных групп. Общественное мнение представляет собой специфическое состояние массового сознания.

Объектом общественного мнения являются конкретные темы, события, по которым индивиды как представители определенных социальных групп или социума в целом высказывают свою точку зрения. Субъект общественного мнения является его носителем. В отечественной социологической литературе субъектом общественного мнения выступают социальные общности разного уровня. Субъект общественного мнения неоднороден и имеет внутреннюю структуру, которая включает конкретные социальные группы. Индивид не может быть субъектом общественного мнения, но является его выразителем. При этом в структуре субъекта в качестве ведущего, главного субъекта выступает народ, народное большинство.⁵

Характеристика субъекта общественного мнения имеет важное методологическое значение, так как речь идет, по существу, об объекте эмпирического исследования, как генеральной совокупности и источника информации для выводов исследования.

В контексте проблемы и объекта настоящего исследования главным субъектом и выразителем (носителем) общественного мнения определено население Южно-Кузбасской агломерации в возрасте от 18 лет. В структуре субъекта (носителя) общественного мнения в соответствии с познавательными

⁵ГавраД.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. СПб. : ИСЭП, 1995. –с. 17. (235с.)

задачами и выдвинутыми гипотезами выделены социальные группы, мнение которых является общественным с позиции изучения текущих проблем и перспектив развития СО НКО:

- население ядра агломерации и моногородов периферии агломерации;
- демографические группы (пол, возраст);
- социально-профессиональные группы, выделенные по роду деятельности;
- имущественные группы, выделенные по уровню доходов.

В табл. 4 представлено распределение респондентов в итоговой выборке по возрасту с учетом гендерного признака. Данное распределение корректно и отражает распределение представленных категорий населения Юга Кузбасса.

Таблица 4. Гендерные группы субъекта (носителя) общественного мнения

		Пол		Всего
		мужской	женский	
Группы по возрасту (в годах)	18-29	8,9%	8,6%	17,5%
	30-44	15,6%	16,6%	32,2%
	45-59	11,7%	14,1%	25,8%
	более 60	9,2%	15,3%	24,5%
Всего		45,4%	54,6%	100,0%

Частота и доли распределения респондентов по городам Южно-Кузбасской агломерации отображены в таблице 5.

Таблица 5. Территориальное распределение населения Южно-Кузбасской агломерации

	Частота	Проценты
Новокузнецк (ядро агломерации)	514	51,4
Мыски	39	3,9
Прокопьевск	202	20,2
Осинники	39	3,9
Калтан	19	1,9
Киселевск	62	6,2
Междуреченск	90	9,0
Таштагол	22	2,2
Краснобродский	13	1,3
Всего	1000	100,0

Распределение населения Южно-Кузбасской агломерации по роду деятельности и материальному статусу представлено на рис.1 и рис. 2.

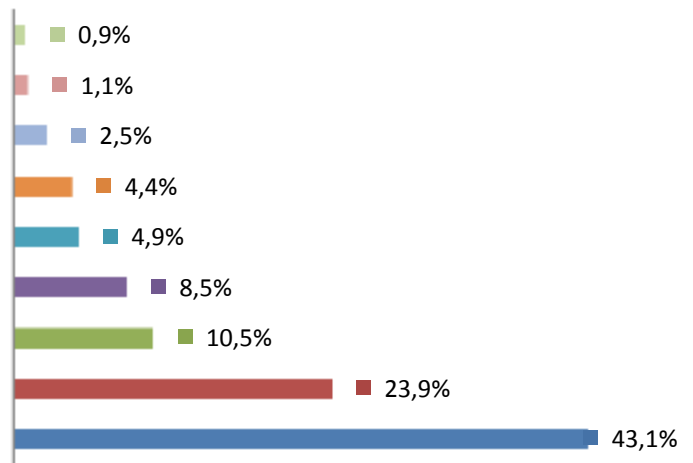


Рис. 2. Распределение респондентов по роду деятельности

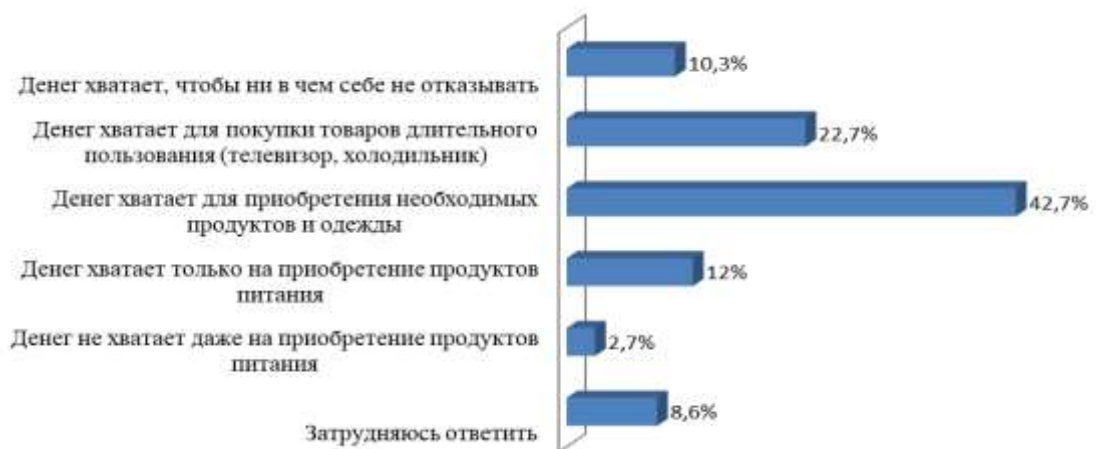


Рис. 3 Распределение респондентов по материальному статусу

Обобщая полученные распределения, можно выявить социальные характеристики населения Южно-Кузбасской агломерации как субъекта (носителя) общественного мнения о деятельности СО НКО и инициативных групп граждан, а также о социальном участии в решении социальных проблем территории проживания:

- чуть больше половины (51,4%) проживает в крупном промышленном городе Новокузнецке (ядре агломерации), остальная часть является жителями моногородов, которые составляют периферию агломерации;

- почти четверть населения составляют люди пенсионного возраста старше 60 лет, для которых традиционно фокус интересов сосредоточен в приватной стороне жизни;

– почти 50% населения представители возрастных групп (до 45 лет), для которых в решении проблем территории объективно присуща социальная активность посредством различных формах социального участия;

– значительная категория лиц (более трети), которая объективно нуждается в различных видах социальных услуг: обучающиеся, пенсионеры, безработные);

– категория нуждающихся («денег не хватает даже на приобретение продуктов питания», денег хватает «только на приобретение продуктов питания») составляет 14,7% населения;

– категория малообеспеченных(денег хватает «для приобретения необходимых продуктов и одежды» – 42,7%населения.

Таким образом, совокупность вышеуказанных характеристик позволяет сделать **вывод**, что население Южно-Кузбасской агломерации является целевым благополучателем и потребителем социальных услуг СО НКО и может выступить субъектом социальной инициативы и активности, формируя тем самым социальную базу для развития СО НКО. С исследовательской позиции это означает адекватный выбор эмпирического объекта исследования.

1.2. Общественное мнение о специфике деятельности СО НКО

НКО представляют собой достаточно устойчивые, самоуправляемые структурные образования, созданные инициативными группами людей для достижения общих целей и реализации общих интересов. Основными направлениями деятельности СО НКО являются благотворительность, поддержка лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ), ветеранов, обустройство общественного пространства, поддержка здорового образа жизни, социализация детей и взрослых, культурно-историческое просвещение, в том числе сохранение культуры малых народов, правозащитное направление и пр. В этой связи НКО выполняют ряд важных социальных функций в обществе и их деятельность объективно востребована населением территории, которое и является основным благополучателем услуг СО НКО. В то же время состояние общественного мнения относительно СО НКО как

института гражданского общества может создавать стимулы или препятствия их развитию

Понятие «некоммерческая организация» приобретает широкое употребление в современном российском обществе, в частности социальной сфере. Учитывая факт социальной значимости услуг СО НКО для населения территории, можно предположить, что данное понятие имеет адекватное отражение в общественном сознании.

В контексте проверки гипотез (основной и дополнительных), согласно которым измеряются представления жителей о специфике деятельности НКО, информационные источники, доверие к ним, структура и интенсивность потребления социальных услуг респондентам были заданы вопросы, индикатирующие измеряемые переменные.

Интерес и основные источники информации об общественных инициативах, деятельности общественных, благотворительных организаций

Известно, что формирование отношения к конкретному объекту общественного мнения начинается с интереса к нему как основы собственных суждений, а затем и действий. Другими словами, чем выше уровень интереса человека к различным формам самоорганизации, тем выше вероятность при прочих равных условиях активного участия в них.

Ответы респондентов на вопрос «Интересуетесь ли Вы информацией об общественных инициативах населения, о деятельности общественных, благотворительных организациях?» представлены на рис.1.

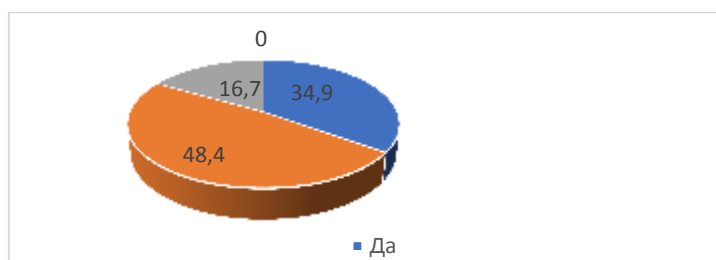


Рис. 4. Интерес населения к информации об общественных инициативах населения, о деятельности общественных, благотворительных организаций

Почти половина опрошенных респондентов Южно-Кузбасской агломерации, жителей моногородов, не выражают интереса к информации о социальных институтах гражданского общества, посредством которых и решаются системные проблемы местных сообществ в условиях структурных изменений экономики. Следует обратить внимание на группу респондентов, которые выбрали вариант ответа «трудно сказать» (16,7 %). Вероятно, что для них информация, заключенная в вопросе не является актуальной. Они просто не задумывались над ней, что свидетельствует о отстраненности от данной теме.

Именно 34,9 % респондентов, выражая интерес к гражданским институтам, на когнитивном уровне оценивают их значимость.

В позиции социальных групп отмечается ряд различий, обусловленных гендерными и возрастными признаками. Мужчины меньше, чем женщины интересуются информацией о деятельности НКО и инициативных групп (табл. 6).

Таблица 6. Интерес к информации об общественных инициативах населения, о деятельности общественных, благотворительных организаций гендерных групп

	Мужчины		Женщины	
	Частота	Проценты	Частота	Проценты
да	132	29,1	217	39,7
нет	241	53,1	243	44,5
трудно сказать	81	17,8	86	15,8
Всего	454	100,0	546	100,0

Молодые люди в возрасте от 18 до 29 лет чаще проявляют интерес к общественным инициативам населения, к деятельности общественных, благотворительных организаций, чем респонденты более старших возрастных групп (табл. 8).

Таблица 7. Интерес к информации об общественных инициативах населения, о деятельности общественных, благотворительных организаций в зависимости от возраста

Категории	Возраст, года			
	18-29, (%)	30-44, (%)	45-59, (%)	60 и более, (%)
да	43,4	31,4	34,9	33,5
нет	40,6	48,1	52,7	49,8
трудно сказать	16,0	20,5	12,4	16,7
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Содержание и качество информации зависит от информационных источников, которые можно условно разделить на две группы:

- формализованные, к которым относятся традиционные СМИ (ТВ, печатные издания, радио) и сайты в интернете;
- интерактивные – социальные сети и группы межличностной коммуникации.

На рисунке 6 представлено распределение ответов респондентов на вопрос «Из каких источников Вы получаете информацию о НКО, о социальных инициативах населения?»

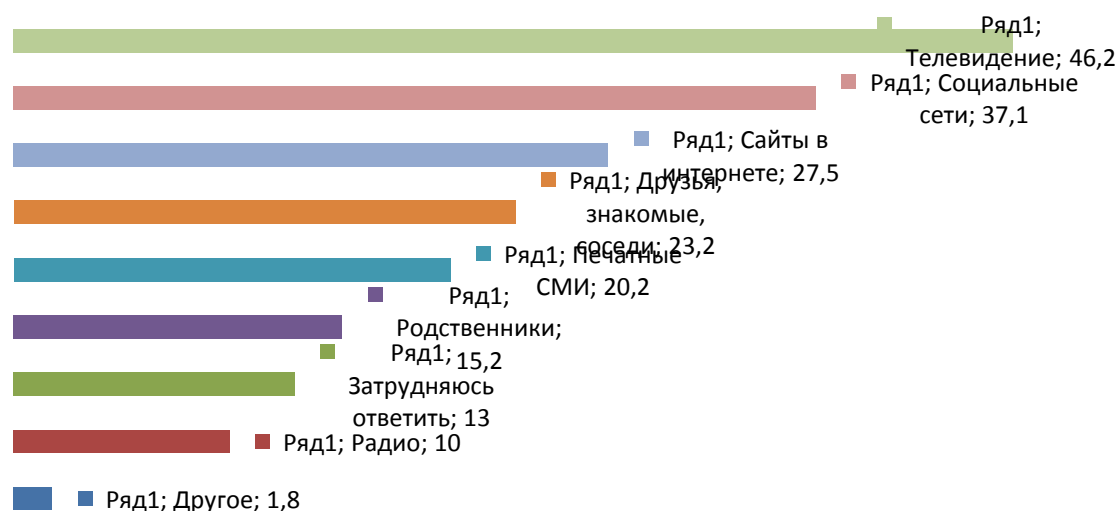


Рисунок 5. Рейтинг источников информации о НКО, социальных инициативах граждан

В таблицах 8-10 представлены ответы на вопрос в зависимости от пола, возраста и места проживания (ядро агломерации / города периферии).

Таблица 8. Рейтинг источников информации в гендерных группах

Категории	Мужчины, %	Женщины, %
Телевидение	39,9	51,5
Социальные сети	30,4	42,7
Сайты в интернете	27,1	27,8
Друзья, знакомые, соседи	19,4	26,4
Печатные СМИ	17,8	22,2
Родственники	12,1	17,8
Радио	10,6	9,5
Затрудняюсь ответить	18,5	8,4
Другое	2,2	1,5

Таблица 9. Рейтинг источников информации в возрастных группах

Категории	Возраст, года			
	18-29, (%)	30-44, (%)	45-59, (%)	60 и более, (%)
Телевидение	22,9	34,2	58,1	66,1
Социальные сети	54,3	41,0	35,7	21,2
Сайты в интернете	33,1	37,3	23,3	15,1
Друзья, знакомые, соседи	26,3	24,2	23,6	19,2
Печатные СМИ	16,6	18,3	17,8	27,8
Родственники	17,1	12,4	17,8	14,7
Радио	8,6	9,6	7,8	13,9
Затрудняюсь ответить	14,3	14,3	12,0	11,4
Другое	2,3	2,8	0,4	1,6

Таблица 10. Рейтинг источников информации жителей ядра агломерации и городов периферии

Категории	Место жительства в агломерации	
	Ядро	Малые города
Телевидение	44,0	48,6
Социальные сети	37,5	36,6
Сайты в интернете	29,6	25,3
Друзья, знакомые, соседи	28,4	17,7
Печатные СМИ	22,0	18,3
Родственники	18,3	11,9
Радио	12,1	7,8
Затрудняюсь ответить	12,1	14,0
Другое	3,1	0,4

Распределение ответов респондентов об используемых источниках информации в целом подтверждает гипотезу, что основным источником информации для населения и фактором формирования общественного мнения продолжает оставаться традиционное телевидение. 46,2 % опрошенных указали на ТВ как основной источник информации. По сравнению с ТВ влияние печатных изданий и радио незначительно.

Вместе с тем, существенное влияние на формирование общественного мнения оказывают неформальные источники информации. Примечательно, что информация о деятельности НКО, социальных инициативах граждан достаточно активно циркулирует в ближнем окружении респондентов: а) среди друзей, знакомых, соседей; б) среди родственников. На эти источники информации указали 23,2 % и 15,2 % респондентов соответственно. Зафиксированный факт свидетельствует об интересе к данной проблеме как предмету обсуждения в ближнем кругу респондентов.

Выявлены существенные различия в использовании информационных источников респондентов по признакам пола, возраста и места жительства:

- ТВ как источнику информации отдают явное предпочтение женщины, представители возрастных групп старше 46, особенно после 60 лет (табл. 8 - 11);

- респонденты в возрасте до 30 лет отдают предпочтение интерактивным источникам информации – социальным сетям, также молодежь чаще других представителей возрастных групп обсуждают проблемы НКО и социальной инициативы граждан в среде межличностного общения (табл. 9);

- жители ядра агломерации отличаются от жителей городов периферии тем, что ближний круг межличностного общения (родственники, друзья, знакомые, соседи) становится для них значимым источником информации, который сопоставим с интернет ресурсами сайтов, что может индигировать не только интерес к обсуждаемой проблеме, но и доверие к ее источнику (табл. 11);

– женщины в отличие от мужчин более активны в использовании разнообразных источников информации (табл. 8).

С целью проверки гипотезы о доверии к размещаемой об НКО информации, которое основывается на уверенности в полноте, достоверности информации, респондентам был задан вопрос: «Оцените информацию об НКО, общественных инициативах в СМИ, интернете по 5 балльной шкале, где 5 баллов – характеристика проявляется в полной мере, 1 балл – характеристику можно заметить».

Таблица 11- Оценка населения информации об НКО и общественных инициативах граждан в СМИ и интернете (по 5-балльной шкале оценки)

Характеристики информации	Средний балл
Достаточность	3 (63,1% респондентов, выставивших оценку достаточности информации, поставили от 1 до 3)
Достоверность	2,93 (66,9% респондентов, выставивших оценку достоверности информации, поставили от 1 до 3)

Полученные значения подтверждают гипотезу о невысоком уровне доверия к публичной информации, что стимулирует человека к поиску альтернативных источников и активному обращению к неформальным (интерактивным) источниками информации: среда ближнего окружения, а также сетевые сообщества.

Знание понятия «некоммерческая организация».

На вопрос: «Скажите, пожалуйста, знаете ли Вы, слышали или слышите впервые выражение «некоммерческая организация» (НКО)?» было получено следующее распределение:

знают выражение «некоммерческая организация» 35,2% опрошенных, что-то слышали - 36,3 %, слышат впервые – 20 %, затруднились с ответом – 8,4 % (рис.6).

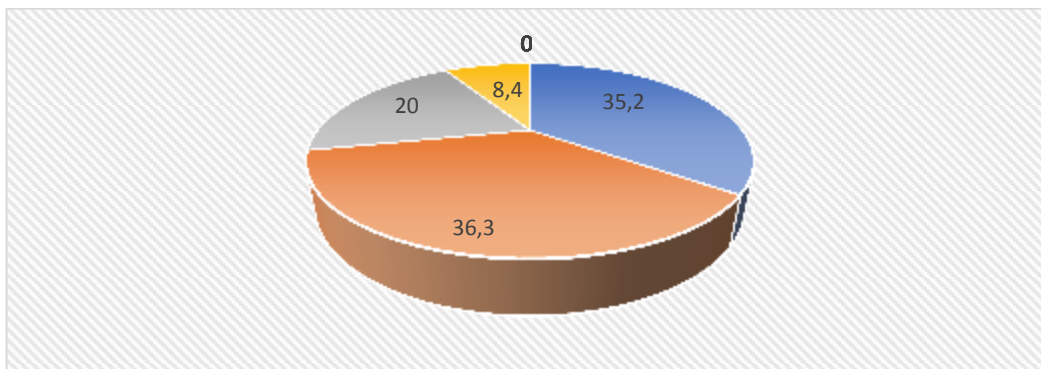


Рис. 6. Информированность населения о понятии «некоммерческая организация».

Выявлена зависимость уровня информированности:

1) от возраста. Наиболее информированы молодые люди в возрасте с 18 до 29 лет (таблица 6). Из них выражение «некоммерческая организация» знают 42,3%. Менее всего информированы люди 60 лет и старше. Из них выражение «некоммерческая организация» знают 27,8% (таблица 12).

Таблица 12. Информированность о понятии «некоммерческая организация» в различных возрастных группах

Категории	Возраст, года			
	18-29, (%)	30-44, (%)	45-59, (%)	60 и более, (%)
Знаю	42,3	37,9	34,1	27,8
Что-то слышал	36,6	36,6	40,3	31,4
Слышу впервые	14,9	18,6	16,3	29,4
Трудно сказать	6,3	6,5	9,3	11,4
Всего	100,0	99,7	100,0	100,0

2) от статуса муниципального образования в системе агломерационных связей, где проживает респондент (таблица 13).

Дело в том, что агломерация предстает как естественно формирующийся сложнопостроенный объект, обладающий новым качеством, в котором выделяется ядро (центр) агломерации и периферия. Важным преимуществом агломерации является возможность для всех ее жителей пользоваться услугами, доступными проживающим в крупных городах. Новокузнецк, как ядро агломерации, стал центром социально-экономического, социокультурного развития и более полного удовлетворения потребностей жителей моногородов

и других населенных пунктов юга Кузбасса. В этом смысле последствия процессов агломерирования для муниципальных образований, входящих в состав Новокузнецкой агломерации, могут проявляться в том, что именно ядро агломерации становится центром притяжения социальной активности и развития институтов гражданского общества. Не случайно, жители ядра агломерации имеют более полное представление о понятии НКО, чем жители малых городов, относящихся к периферии (таблица 7).

Таблица 13. Информированность о понятии «некоммерческая организация» в группах, выделенных по месту жительства

Категории	Место жительства в агломерации	
	Ядро агломерации	Города периферии
Знаю	42,2	27,8
Что-то слышал	31,7	41,2
Слышу впервые	15,8	24,5
Трудно сказать	10,1	6,6
Пропущенные	,2	-
Всего	100,0	100,0

Таким образом, респонденты так или иначе информированы о понятии «некоммерческая организация». Однако полноту информированности можно оценить как не высокую. Только чуть более трети респондентов (35,2%) знают выражение «некоммерческая организация». Остальные что-то слышали, слышат впервые или затруднились ответить. При этом полнота информированности значительно зависит от возраста и места проживания. Вместе с тем, 71,5 % респондентов что-то знают о НКО, что обеспечивает возможность решения дальнейших познавательных задач на представительной выборке.

Представления о специфике и оценка деятельности НКО

Представления респондентов о специфике деятельности НКО измерялись посредством не альтернативного вопроса: «Что, прежде всего Вам приходит в голову, когда Вы слышите словосочетание «некоммерческая организация?» (рис. 7)

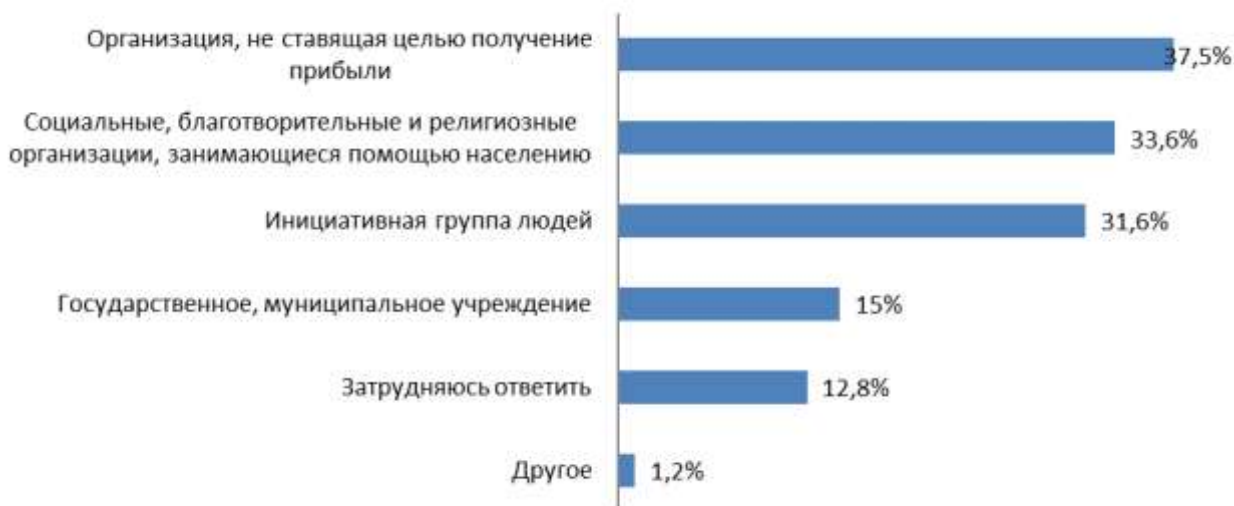


Рисунок 7. Частота ассоциаций на словосочетание «некоммерческая организация»

Ответы респондентов свидетельствуют, что формируется в сознании населения утвердилось уже достаточно определенное представление об НКО как об особом субъекте деятельности. Этот субъект характеризуется некоммерческими целями деятельности (37,5 %), видами организаций с социальной направленностью (помощь населению) (33,6 %), а также отождествляется с инициативной группой людей. Примечательно, что в возрастных группах до 45 лет почти у половины респондентов сформировано адекватное законодательству представление о специфике НКО, которое обеспечивает с их стороны более квалифицированную оценку деятельности НКО в целом. Представление об НКО как социально-ориентированном субъекте деятельности имеет более выраженный характер в возрастной группе до 30 лет. Этот факт имеет значение для оценки кадрового потенциала НКО (табл. 14).

Таблица 14. Представления о НКО в различных возрастных группах

Категории	Возраст, года			
	18-29, (%)	30-44, (%)	45-59, (%)	60 и более, (%)
Организация, не ставящая целью получение прибыли	46,9	45	30,6	28,2
Социальные, благотворительные и религиозные организации, занимающиеся помощью населению	43,4	37,6	31	24,1

Инициативная группа людей	30,9	26,7	37,2	32,7
Государственное, муниципальное учреждение	15,4	15,5	14	15,1
Другое	0	2,8	0,4	0,8
Затрудняюсь ответить	7,4	8,4	12	23,3

Признак места жительства слабо коррелирует с представлениями о специфике деятельности НКО (табл. 15)

Таблица 15. Представления о НКО в группах, выделенных по месту жительства

Категории	Место жительства в агломерации	
	Ядро агломерации	Города периферии
Организация, не ставящая целью получение прибыли	40,5	34,4
Социальные, благотворительные и религиозные организации, занимающиеся помощью населению	33,7	33,5
Инициативная группа людей	30,2	33,1
Государственное, муниципальное учреждение	18,3	11,5
Другое	0,8	1,6
Затрудняюсь ответить	11,3	14,4

Важное значение для формирования направленности (позитивная / негативная) общественного мнения имеет оценка результатов деятельности объекта оценивания. В данном исследовании оценка деятельности НКО измерялась не альтернативным вопросом: «Какое суждение соответствует Вашему представлению о некоммерческих организациях?» (рис. 8).

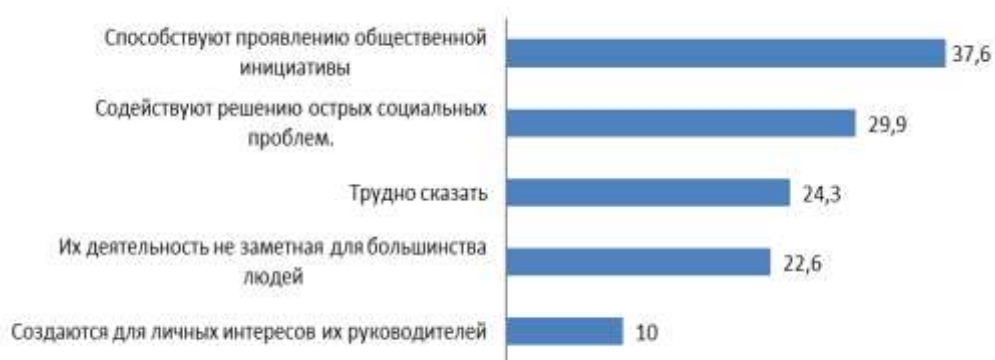


Рисунок 8. Оценка деятельности НКО

С одной стороны, на диаграмме представлена доминирующая оценка респондентов о деятельности НКО как о социально значимой для общества (способствует проявлению общественной инициативы и решению острых социальных проблем – 67,5 % ответов) (рис. 8). С другой стороны, выделяется значительная группа населения (56,9 %) с различными мнениями, которые объединяются отсутствием положительной оценки деятельности НКО. Из этой группы 10 % рассматривают НКО как инструмент решения личных интересов руководителей, 22,6 % считают деятельность НКО не заметной для большинства населения, а 24,3 % затруднились ответить, что фактически означает, что они не видят никаких результатов деятельности НКО. Суммируя сказанное, можно сделать вывод, что четкой позитивной направленности в оценке деятельности НКО не сформировано. В целом общественное мнение внутренне неоднозначно, но смещается в область социально значимой оценки.

Выявлена зависимость оценки деятельности НКО от социально-демографических (пол, возраст) и территориальных признаков (табл. 16-18):

– деятельность НКО выше оценивается женщинами: оценку деятельности НКО как социально значимой дали 73,8 % женщин и 59,9 % мужчин;

– самая высокая оценка деятельности НКО как социально значимой в возрастных группах до 45 лет. В этой возрастной категории выделяется возрастная группа до 30 лет, в которой 82,8 % оценивают деятельность НКО как социально значимую;

– для жителей городов периферии оценка деятельности НКО встречает больше затруднений, чем для ядра агломерации (30 % затруднились ответить против 19,1 % в ядре агломерации), кроме того, в общественном мнении жителей городов периферии незначительно преобладает позиция, в которой социальная значимость деятельности НКО не присутствует.

Таблица 16. Оценка деятельности НКО в гендерных группах

Категории	Мужчины, %	Женщины, %
Создаются для личных интересов их руководителей	10,8	9,3
Их деятельность не заметная для большинства людей	24,4	21,1

Трудно сказать	28,2	21,1
Содействуют решению острых социальных проблем.	26,2	33,0
Способствуют проявлению общественной инициативы	33,7	40,8

Таблица 17. Оценка деятельности НКО в группах, выделенных по возрасту

Категории	Возраст, года			
	18-29, (%)	30-44, (%)	45-59, (%)	60 и более, (%)
Создаются для личных интересов их руководителей	8,6	11,5	11,2	7,8
Их деятельность не заметная для большинства людей	23,4	22,4	17,4	27,8
Трудно сказать	15,4	16,8	29,8	34,7
Содействуют решению острых социальных проблем.	39,4	33,5	28,7	19,6
Способствуют проявлению общественной инициативы	43,4	44,4	34,5	27,8

Таблица 18. Оценка деятельности НКО в группах, выделенных по возрасту

Категории	Место жительства в агломерации	
	Ядро агломерации	Города периферии
Создаются для личных интересов их руководителей	10,7	9,3
Их деятельность не заметная для большинства людей	20,2	25,1
Трудно сказать	19,1	30
Содействуют решению острых социальных проблем.	36,6	22,8
Способствуют проявлению общественной инициативы	39,5	35,6

Вывод. Интерес человека к тем или иным гражданским институтам, знание специфики их деятельности повышает вероятность участия в них. Между тем, в условиях нарастания системных проблем моногородов Южно-

Кузбасской агломерации,⁶ уровень интереса населения к институтами гражданского общества (НКО, социальным инициативам) невысокий, что фиксирует в целом пассивное отношение к объекту мнения. Лишь треть (34,9%) респондентов интересуются институтами, сориентированными на решение актуальных социальных проблем местного сообщества, признавая тем самым их социальную значимость.

Формирование представлений о специфике деятельности анализируемых институтов зависит от источников информации и доверия к ним реципиентов. Можно выделить формализованные (СМИ, интернет сайты) и интерактивные (социальные сети и группы межличностной коммуникации) источники информации. Основным источником формирования общественного мнения продолжает оставаться ТВ (46,2 %). Влияние печатных изданий и радио незначительно. При этом оценка информации по пятибалльной системе в СМИ и интернете по критериям достоверности, достаточности не превышает 3-х баллов, что свидетельствует о неудовлетворенности респондентов источниками информации. Из этого можно сделать вывод, что СМИ сложно выполнять роль просветительского и организующего начала в формировании общественного мнения относительно анализируемых институтов (НКО и общественных инициативах граждан).

Существенное влияние на формирование общественного мнения оказывают интерактивные (неформальные) источники информации: социальные сети и ближайшее окружение человека, в которых информация о гражданских институтах становится предметом обсуждения.

В зависимости от пола, возраста и места жительства выявлены различия в информационных потребностях и используемых источников информации.

На основе изложенного можно обоснованно говорить о том, что общественное мнение о СО НКО и социальных инициативах населения

⁶Урбан О.А. Демчук Н.В. Агломерация как фактор модернизации моногородов юга Кузбасса // Мир экономики и управления. 2018. Т. 18. № 2. С. 86-100. Урбан О.А. Демчук Н.В. Модернизационный потенциал моногородов Кузбасса // Фундаментальные и прикладные аспекты устойчивого развития ресурсных регионов : сб. науч. ст. Новокузнец. ин-т (фил.) Кемеров. гос. ун-та. – Новокузнецк, 2020. – С. 114-119.

формируется преимущественно спонтанно, в том числе в личных коммуникационных связях, из практики взаимодействия с СО НКО, а также социального участия ближайшего окружения. Поэтому общественное мнение неизбежно характеризуется информационной ненасыщенностью, качественной неопределенностью, слабой интенсивностью, нечеткой направленностью. Так, уровень информированности о понятии «некоммерческая организация» не высокий. Факт знания, что такое НКО, отметили чуть более трети респондентов. Отсутствует единство мнений о специфике деятельности НКО, нормативное представление о НКО имеют чуть более трети респондентов. Несмотря на то, что в сознании респондентов преобладает представление о социально-значимых результатах деятельности НКО, но в оценке деятельности СО НКО как социально значимой не присутствует четко направленная доминирующая позиция. При этом интенсивность общественного мнения о социально значимой деятельности СО НКО проявляется по разному в социально-демографических группах и у респондентов, проживающих в ядре агломерации и городах периферии. Большую интенсивность и направленность в позитивную оценку имеют представления молодежи до 30 лет и жителей ядра агломерации.

Таким образом сформированные представления об НКО в общественном сознании имеют достаточно «размытый» характер, четкая направленность и интенсивность мнения о социальной значимости НКО еще не сформированы.

1.3. Население Южно-Кузбасской агломерации как благо получатель социальных услуг СО НКО

В целях проверки гипотезы, согласно которой жители Южно-Кузбасской агломерации как целевые благополучатели и потребители социальных услуг СО НКО в действительности не являются активными и массовыми потребителями социальных услуг СО НКО, были заданы вопросы, индикатирующие структуру и характер потребления населением социальных услугах СО НКО:

– востребованность СО НКО в получении социальной услуги (факты обращения за услугой);

- перечень потребляемых социальных услуг СО НКО и их рейтинг;
- активность потребления социальных услуг (обращения за услугой, помощью в СО НКО).

Вопросом «Обращались ли Вы в течение года в какую-либо общественную или благотворительную организацию за помощью, услугой?» измерялся факт потребления респондентами услуг СО НКО без относительно их конкретизации (рис.9).

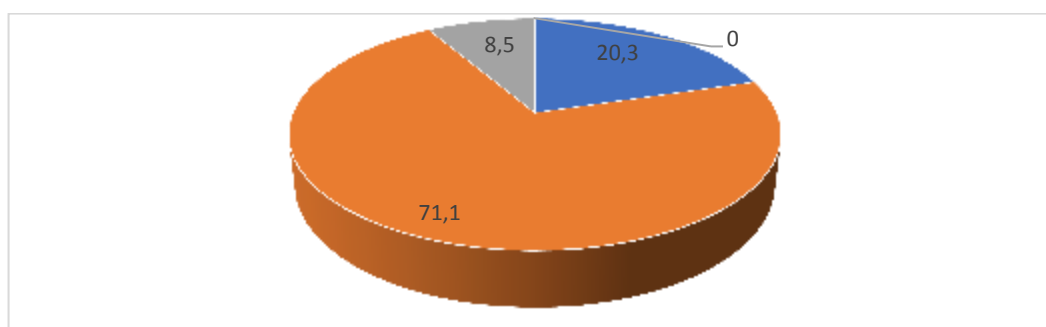


Рис. 9 Обращаемость респондентов за услугой, помощью в общественные, благотворительные организации в течение последнего года

В том числе по причинам слабой информированности, специфике общественного мнения о деятельности СО НКО лишь 20,3% респондентов воспользовались услугами, помощью СО НКО в течение последнего года. Возраст респондентов, их пол и город проживания не оказали существенного влияния на распределение ответов.

Респондентом в полужакрытой форме вопроса был предложен список услуг и задан вопрос: «Обращались ли Вы в какую-либо организацию за помощью, услугой». На основе частотности распределения ответов был построен рейтинг востребованных респондентами услуг (рис. 10). Позиция «не обращался» на рис. 10 включает ответы респондентов, которые не выбрали услугу из предложенного списка и в позицию «другое» не внесли своего ответа.

По частоте выборов наиболее востребованы среди респондентов медицинские услуги (61,1 %), услуги по развитию детей (17,5 %), образовательные услуги (15,1 %), услуги по благотворительности (11%), услуги по развитию и благоустройству территории (10,2 %). Обращает на себя внимание факт, что вслед за традиционными социальными услугами по

обучению, развитию детей востребованными являются услуги в сфере соблюдение прав человека. Суммарный рейтинг этого вида услуг составил 14,2% (защита прав потребителей, прав работников).

Рейтинг социальных услуг по функциональным областям социальной сферы также отражает **доминирование** услуг сферы охраны и поддержания здоровья – **1 место** (табл. 19).

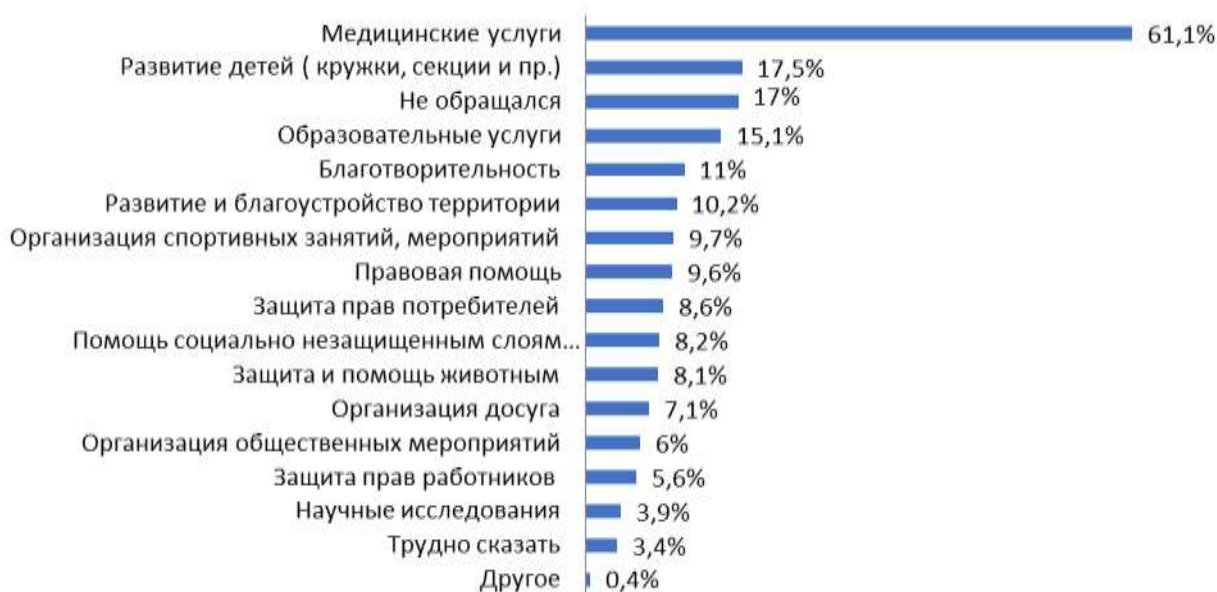


Рисунок 10. Рейтинг востребованных респондентами услуг

Таблица 19. Рейтинг социальных услуг по областям социальной сферы

Область социальной сферы	Потребляемые населением виды услуг	Суммарный процент	Рейтинг
Охрана здоровья	Медицинские услуги	61,1	1
Социальное обслуживание, социальная защита, социальное обеспечение	Помощь социально незащищенным слоям населения. Защита прав потребителей. Защита прав работников. Правовая помощь. Благотворительность	43	2
Образование	Развитие детей (кружки, секции и пр.). Образовательные услуги Научные исследования	36,5	3
Культура	Организация досуга. Организация общественных мероприятий. Развитие и благоустройство территории (как организация общественного пространства, имеющая функциональный и	31,4	4

	эстетический компоненты). Защита, помощь животным (как мероприятия, имеющие ценностные основания)		
Физическая культура и спорт	Организация спортивных занятий, мероприятий	9,7	5

Обобщая данные приведенные на рис.10 и табл. 19 данные, можно обоснованно утверждать, что максимально широкий сегмент имеют НКО, работающие в здравоохранении. В сфере социальной защиты относительно высокая потребность в разного рода правовых услугах (23,8 %). Потребность в оказанию помощи социально незащищенным слоям, включая и благотворительность (19,6 %). В относительном приоритете у населения услуги по развитию детей (17,5 %) и образовательные услуги (15,1 %). Вместе с тем, распределения ответов отражают невысокую активность населения в обращении за конкретными услугами. Потребление услуги с частотой менее 10% можно оценивать как не активное, не обеспечивающее стабильное и устойчивое функционирование организации. Учитывая результаты самооценки материального положения, по которой категория нуждающихся составляет 14,7 % населения, а категория малообеспеченных – 42,7 % (рис. 2), развитие НКО имеет серьезные ограничения в платежеспособности населения.

Проведенные расчеты распределения ответов респондентов по потреблению социальных услуг в зависимости от социально-демографических признаков позволяют описать социальные характеристики целевых сегментов тех или иных социальных услуг (табл. 20, рис. 11).

В группе респондентов, чей возраст от 60 лет и старше, три типа услуг имеют частоту больше 10 %: медицинские услуги (64,1 %), развитие и благоустройство территории (13,5 %), защита прав потребителей (11,4 %). В группах респондентов среднего (30-44 года) и старшего (45-59 лет) возраста число востребованных услуг с частотой более 10 % составляет 6 типов. Наибольшее число востребованных услуг и помощи с частотой более 10% наблюдается в молодежной группе и составляет 8 типов (табл. 20).

Гендерный признак оказывает влияние на активность потребления. Женщины в целом являются более активными потребителями услуг чем мужчины.

Таблица 20. Частота (в %) востребованных респондентами услуг

Типы востребованных услуг или помощи	Возраст респондентов (в годах)			
	18-29	30-44	45-59	60 и старше
Не обращался	13,1	10,6	21,7	23,3
Трудно сказать	2,3	4,3	2,3	4,1
Другое	1,1	0,3	0	0,4
Научные исследования	6,3	5	3,9	0,8
Защита прав работников	5,7	6,5	5	4,9
Организация общественных мероприятий	8,6	6,8	4,7	4,5
Организация досуга	12,6	7,5	5,8	4,1
Защита и помощь животным	13,7	6,5	8,1	6,1
Помощь социально незащищенным слоям населения	9,7	7,5	9,3	6,9
Защита прав потребителей	3,4	9	8,9	11,4
Правовая помощь	14,3	10,9	10,1	4,1
Организация спортивных занятий, мероприятий	16,6	12,1	5,8	5,7
Развитие и благоустройство территории	6,3	9	11,2	13,5
Благотворительность	13,7	10,6	12	8,6
Образовательные услуги	25,1	21,4	12,8	2
Развитие детей (кружки, секции и пр.)	16,6	26,7	15,1	8,6
Медицинские услуги	57,1	61,8	60,1	64,1

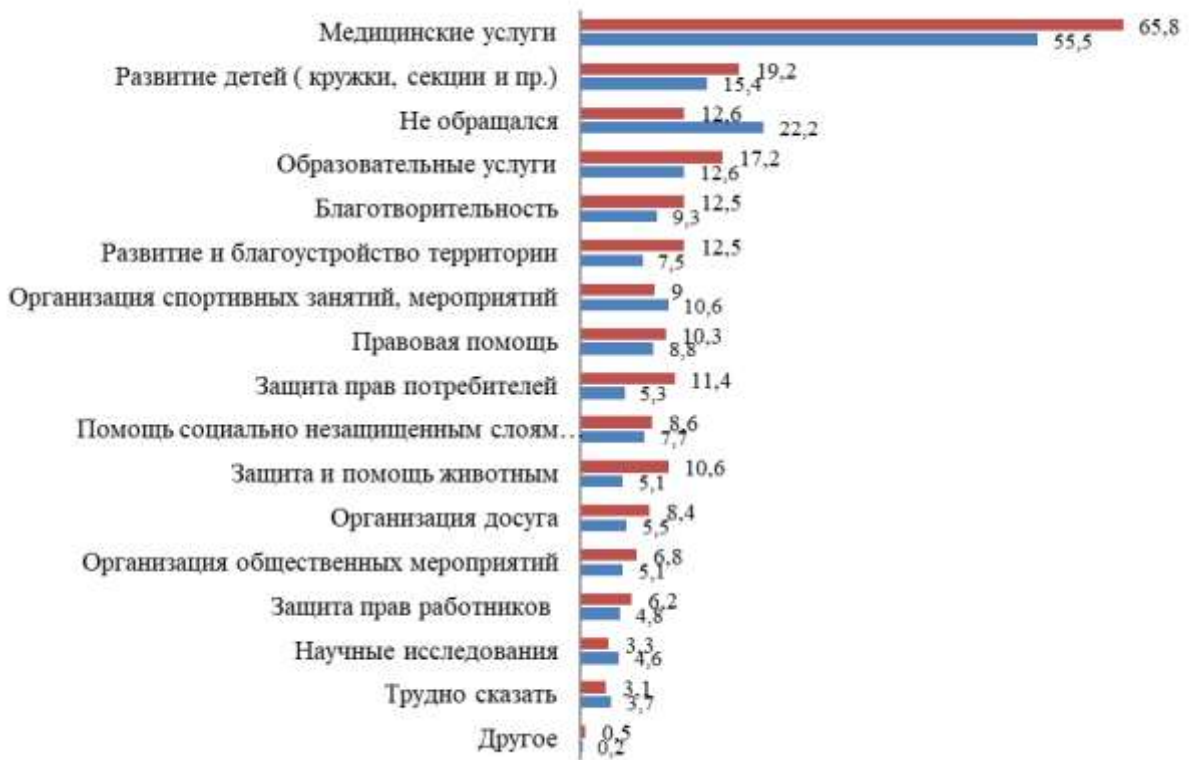


Рисунок 11. Рейтинг востребованных респондентами услуг с учетом гендерного признака

Важным индикатором активности потребления социальных услуг помимо факта востребованности конкретного вида услуги (факт обращения) является число обращений потребителя за услугами. Для каждого респондента вычисление суммы всех востребованных услуг позволяет оценить его активность потребления социальных услуг. На рисунке 12 представлено распределение числа обращений респондентов в какую-либо организацию за помощью или услугой по данным всей выборки.

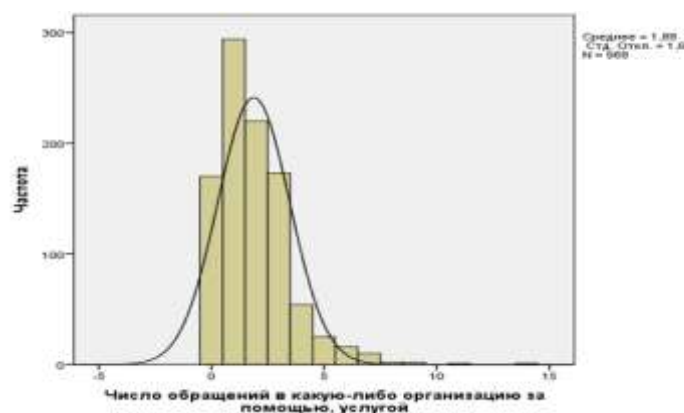


Рисунок 12. Распределение числа обращений респондентов в какую-либо организацию за помощью или услугой

По расчетным данным, треть респондентов обращались в организации за услугами один раз, половина респондентов обращались 2 и более раз. По сути, среднестатистический респондент обращался за помощью или услугой 1,88 раза.

На рис. 13–18 представлены гистограммы распределений числа обращений респондентов за помощью или услугой с учетом пола и возраста.

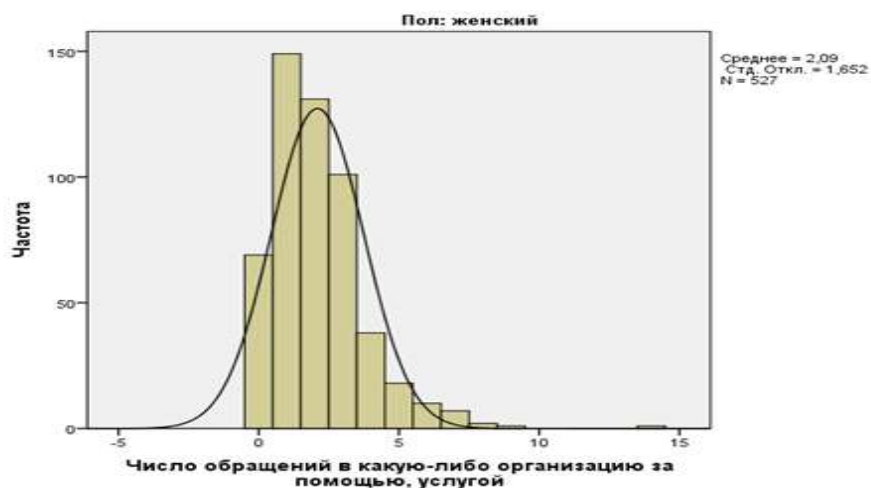


Рис. 13. Распределение числа обращений в какую-либо организацию за помощью или услугой женщин

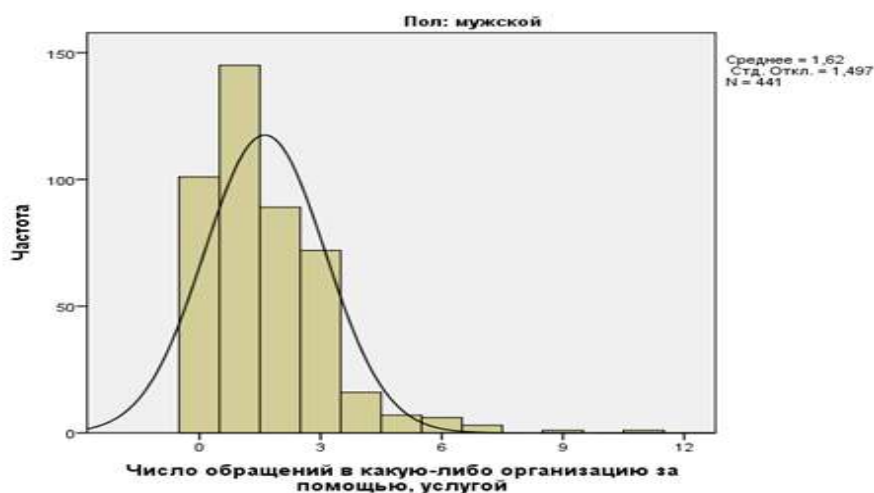


Рис. 14. Распределение числа обращений в какую-либо организацию за помощью или услугой мужчин

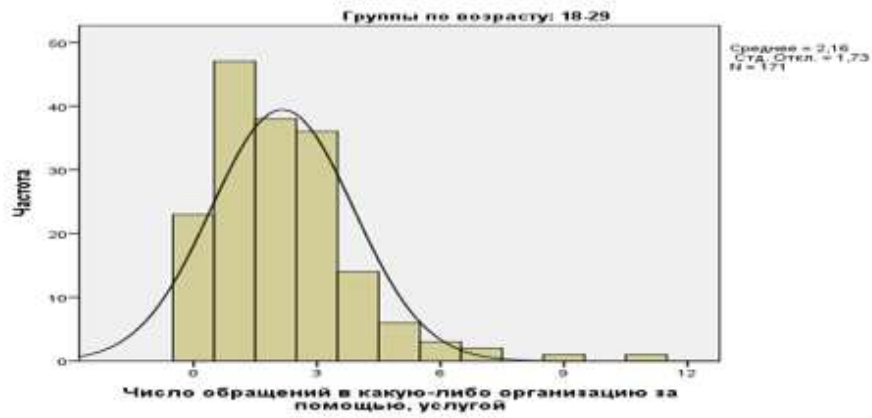


Рис. 15. Распределение числа обращений в какую-либо организацию за помощью или услугой респондентов в возрасте от 18 до 29 лет

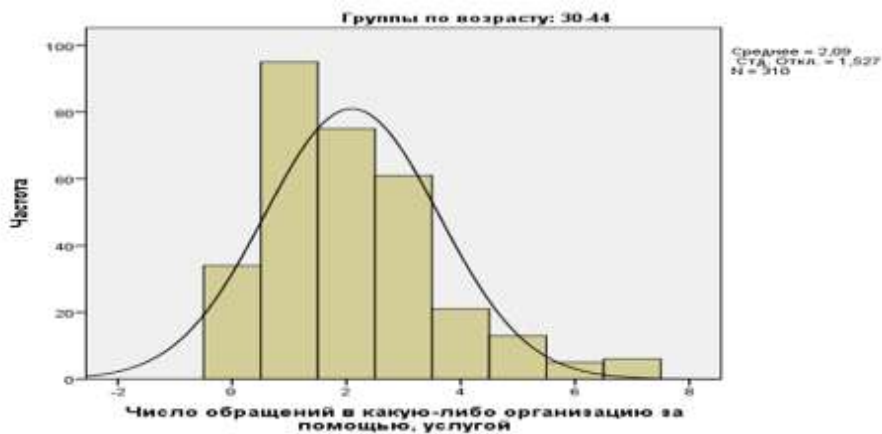


Рис. 16. Распределение числа обращений в какую-либо организацию за помощью или услугой респондентов в возрасте от 30 до 44 лет

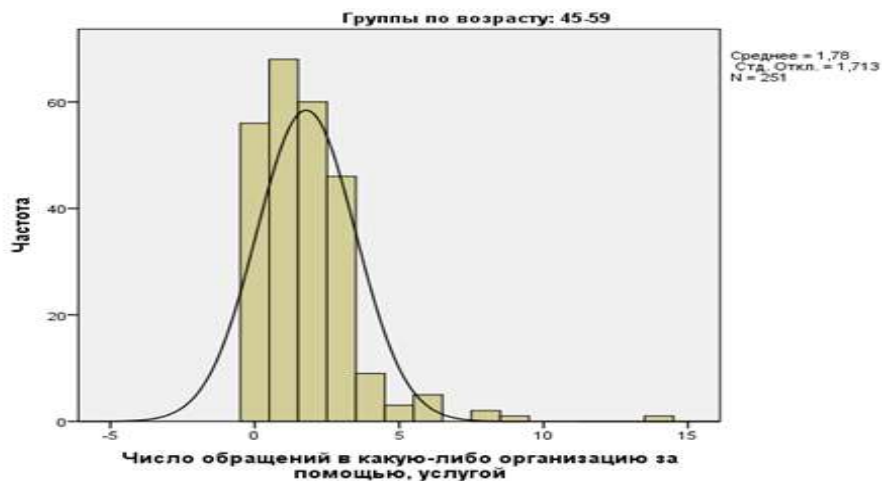


Рис. 17. Распределение числа обращений в какую-либо организацию за помощью или услугой респондентов в возрасте от 45 до 59 лет

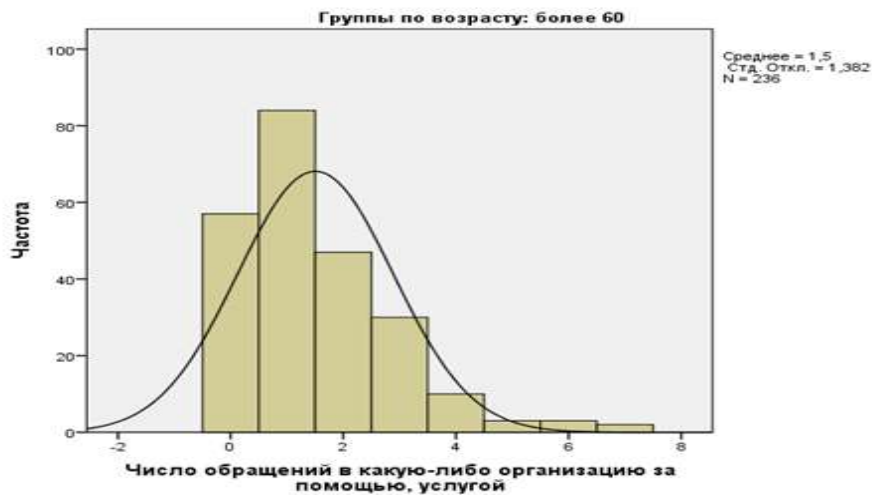


Рис. 18. Распределение числа обращений в какую-либо организацию за помощью или услугой респондентов в возрасте от 60 лет

Вывод. Результаты исследования подтверждают гипотезу, что население Южно-Кузбасской агломерации как целевые благополучатели и потребители социальных услуг СО НКО в действительности не являются активными и массовым потребителями предоставляемых ими социальных услуг.

1. Зафиксирована невысокая актуальная потребность у населения в получении социальных услуг (за последний год воспользовались услугами 20,3 % респондентов).

2. Востребованность конкретных видов социальных услуг (факт обращения) за исключением сферы здравоохранения невысокая. Частота потребления по большинству видов услуг менее 10% индицирует не широкий целевой сегмент услуги и не создает предпосылок для стабильного и устойчивого функционирования организации.

3. Активность потребления социальных услуг среднестатистического респондента невысокая: менее 2-х раз в год. В то же время, активность потребления зависит от гендерных и возрастных признаков. Более активными потребителями являются женщины и представители возрастных групп до 44 лет.

Таким образом, деятельность и расширение деятельности НКО имеют ограничения в потребительском поведении своего потенциального субъекта, в котором не представлен активный спрос на социальные услуги. Учитывая не

высокий уровень жизни большинства жителей агломерации, можно утверждать, что население экономит на необходимом, кроме здоровья.

1.4. Население Южно-Кузбасской агломерации как субъект социальной инициативы и активности

Социальная активность населения

Согласно гипотезе исследования жители Южно-Кузбасской агломерации не сформировались как субъект социальной инициативы и активности и не являются широкой социальной базой для развития НКО. В связи с проверкой гипотезы исследования следует обратить внимание на ряд положений.

Во-первых, рост вовлеченности граждан в решение актуальных социальных проблем местного сообщества – адекватный ответ на вызовы модернизации российской экономики, имеющей территориальную дифференциацию. Системные проблемы моногородов особенно остро проявляются в условиях и качестве жизни населения. Их решение вряд ли возможно без участия главной заинтересованной стороны – населения.

Во – вторых, процессы вовлеченности различаются субъектами участия и направленностью процессов: гражданское, социальное, общественное участие. В контексте задач исследования, ориентирующих на изучение факторов, влияющих на эффективность и развитие деятельности СО НКО, акцент ставится на изучение и осмысление социальных установок жителей Южно-Кузбасской агломерации как субъекта социальной инициативы и активности. Выявление базовых социальных установок населения Южно-Кузбасской агломерации призвано объяснить доминирующие модели поведения в проявлении социальной активности в решении социальных проблем местного сообщества.

Важное значение для идентификации социальных установок населения Южно-Кузбасской агломерации имеет информация об особенностях социальной активности, в текущем периоде, проявляющейся в участии в общественно значимых мероприятиях, и о готовности проявлять свою активность в дальнейшем.

На основании распределения ответов на не альтернативный вопрос: «Скажите, пожалуйста, в каких из перечисленных мероприятий Вам приходилось принимать участие за последний год?» был построен рейтинг мероприятий социально-значимой направленности, в которых чаще всего участвовали респонденты (рис. 19).

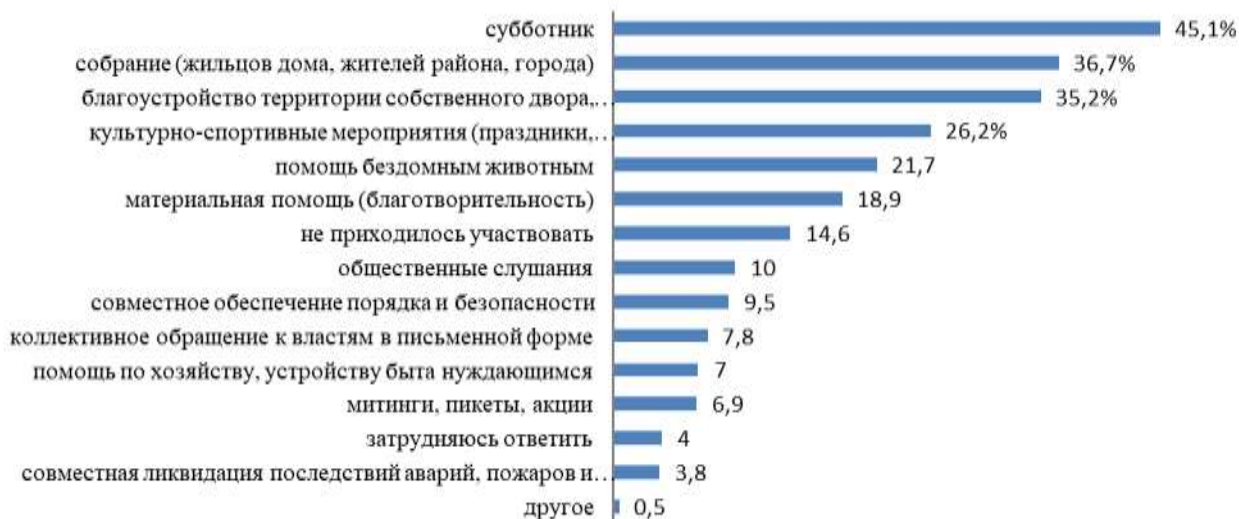


Рис. 19. Рейтинг мероприятий социальной направленности

Результаты рейтинга свидетельствуют о следующих особенностях социальной активности населения Южно-Кузбасской агломерации в текущем периоде:

1. *Доминируют формы социального участия, представляющие собой горизонтальную активность (включенность в коллективную деятельность), осуществляемую в рамках повседневной жизни с целью решения проблем местного сообщества и удовлетворения коллективного (общественного) интереса.*

Социальное участие реализуется в рамках формальных и неформальных практик. Формальные практики формируются и управляются формализованными структурами: администрация города, администрация предприятия, УК и др.

Неформальные практики являются результатом процессов самоорганизации местного сообщества и представляют коллективную деятельность людей, направленная на совместное решение проблем. Это – благоустройство территории собственного двора, подъезда, материальная

помощь (благотворительность), совместное обеспечение порядка и безопасности (народные дружины, дежурство в школе, совместная встреча детей со школы и т.п.), совместная ликвидация последствий аварий, пожаров и других чрезвычайных ситуаций, помощь по хозяйству, устройству быта, помощь животным. Эти практики содействуют возрастанию социальной активности в сообществах; реализации разнообразных социально значимых программ, раскрывают социальный потенциал местного сообщества, способствуют развитию гражданских институтов.

Как показали результаты исследования, активность граждан все же чаще реализуется посредством участия в формальных практиках (частота выбора 108%). В субботниках участвует практически каждый второй житель, в разного рода собраниях – каждый третий, в культурно-спортивных мероприятиях – каждый четвертый.

Частота выборов участия в неформальных практиках – 96,1%.

2. Формы *гражданского участия*, которое рассматривается как вертикальное участие (участие в партнерстве и управлении) и тесно связано с политическим участием, в настоящем исследовании измерялись через участие в общественных слушаниях, митингах, пикетах, акциях, коллективном обращении к властям в письменной форме. Стимулирование активности гражданского участия, как правило, связано с целенаправленной деятельностью политических институтов и расширению механизмов вовлечения граждан в политические процессы.

В целом частота выборов форм гражданского участия составила 24,7 %. Активность граждан в реализации каждой из перечисленных не более 10 %. Следует обратить внимание, что протестные практики (митинги, пикеты, акции, коллективное обращение к властям – 14,7 % частота выборов) преобладают над практиками участия в управлении (общественные слушания).

3. Доля граждан, *не участвующих* ни в одной из измеряемых форм активности составляет 14,6 %, затруднились ответить на вопрос 4 %. По сути 18,6 % населения исключены из социальных взаимодействий, связанных с решением коллективных проблем.

В процессе исследования установлено, что социальная активность связана с гендерными, возрастными признаками и местом жительства респондентов (ядро агломерации / города периферии).

Женщины более активны по сравнению с мужчинами (рис 21, 22). Так, доля женщин, не принимавших участие в мероприятиях, составляет 10,6%, при этом доля мужчин – 19,4 %.



Рисунок 21. Рейтинг мероприятий социальной направленности (мужчины)



Рисунок 22. Рейтинг мероприятий социальной направленности (женщины)

Возраст во многом определяет выбор форм социальной активности (рис. 23). Молодежь (18-29 лет) чаще всего принимает участие в субботниках

(49,7 %), культурно-спортивных мероприятиях (45,7 %); оказывает помощь бездомным животным (26,9 %).

Респонденты среднего возраста (30-44 года) отдают предпочтение субботникам - 48,8 %; собраниям (жильцов дома, жителей района, города) – 34,2 %; благоустройству территории собственного двора, подъезда – 32 %.

Респонденты старшего возраста (45-59 лет), как и в предыдущей возрастной группе, выбирают субботники - 44,6 %; благоустройство территории собственного двора, подъезда – 43,4 %; участия в собраниях (жильцов дома, жителей района, города) – 43 %.

Респонденты от 60 лет и старше активно принимают участие в собраниях (жильцов дома, жителей района, города) – 46,9%; благоустройстве территории собственного двора, подъезда – 40,8 %; субботниках - 37,6 %.

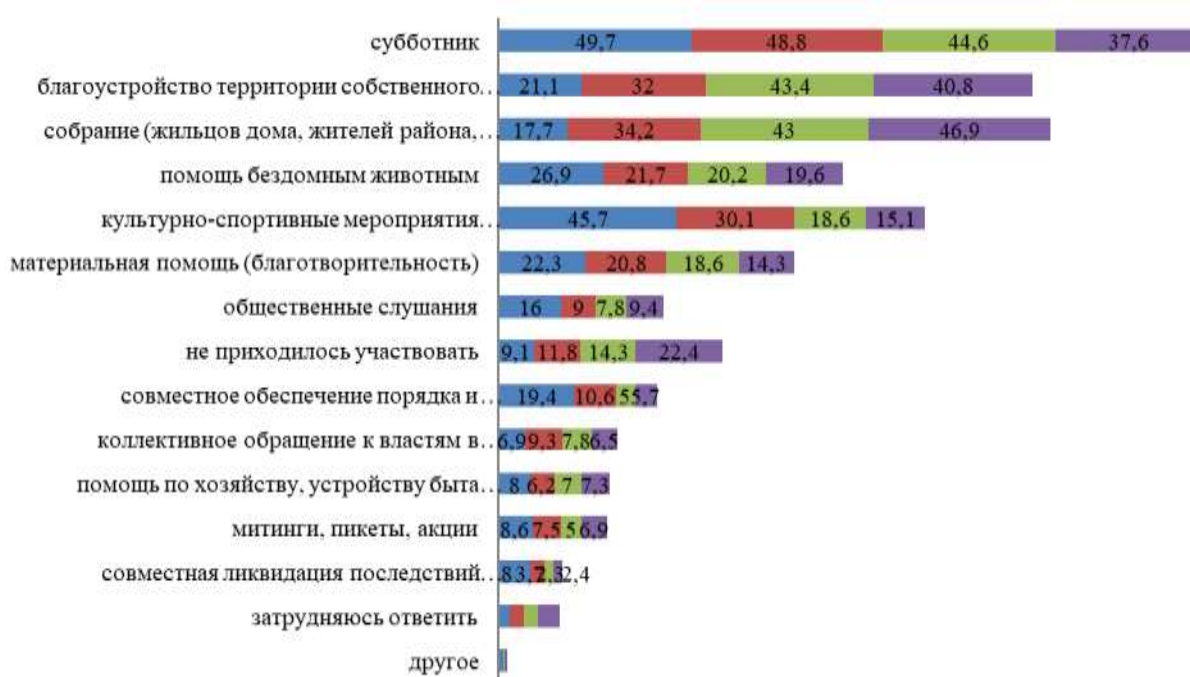


Рисунок 23. Рейтинг мероприятий социальной направленности по возрастным группам респондентов (в годах): 1) 18-29; 2) 30-44; 3) 45-59; 4) 60 лет и старше

В городах периферии агломерации наблюдаются более массовые формы участия в субботниках, благоустройстве территории собственного двора, подъезда; совместного обеспечения порядка и безопасности. При этом, доля респондентов не участвующих в мероприятиях социальной направленности

составляет в ядре агломерации, Новокузнецке – 19,3%, в городах периферии – 9,7% (рис.24). Очевидно, специфика социальных связей в малых городах влияет на масштабы включенности населения в социальные практики, направленные на совместное решение проблем коллективного проживания.

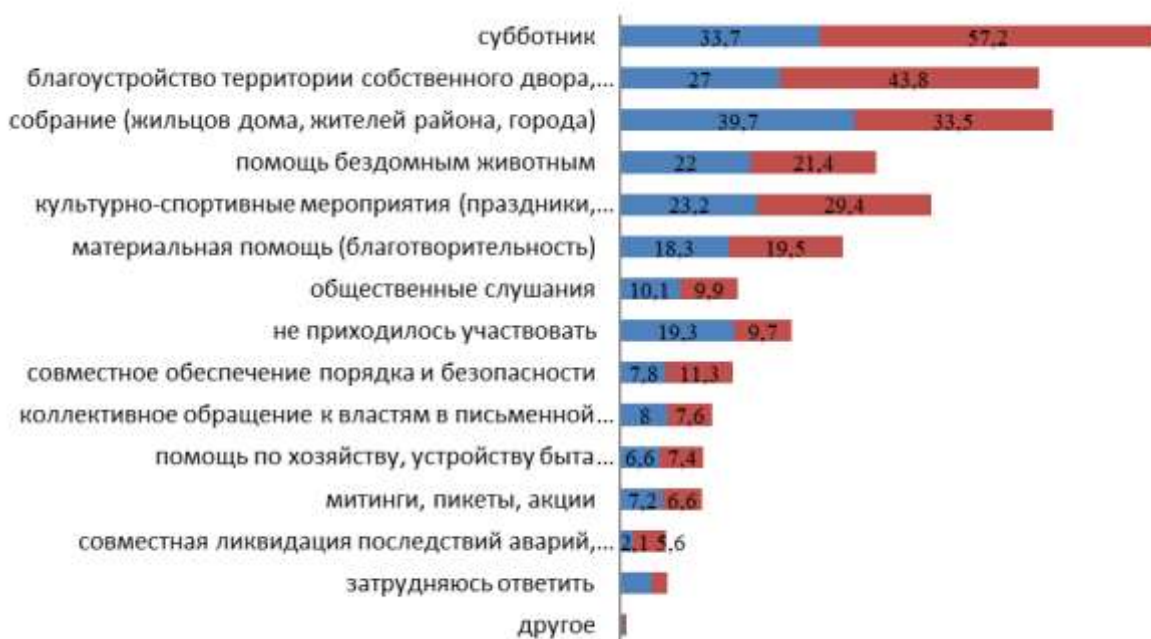


Рисунок 24. Рейтинг мероприятий социальной направленности по городам агломерации: 1) Ядро агломерации – г. Новокузнецк; 2) Города периферии.

На основе анализа группы респондентов, которые приняли участие хотя бы в одном из мероприятий социальной направленности, выявлено, что среднестатистический респондент нашей выборки чаще всего принимал участие в двух-трех типах мероприятий (рис.25). При этом статистически не выявлено значимого влияния пола, возраста респондента на среднее число типов мероприятий социальной направленности, в которых принимал участие среднестатистический респондент за последний год.

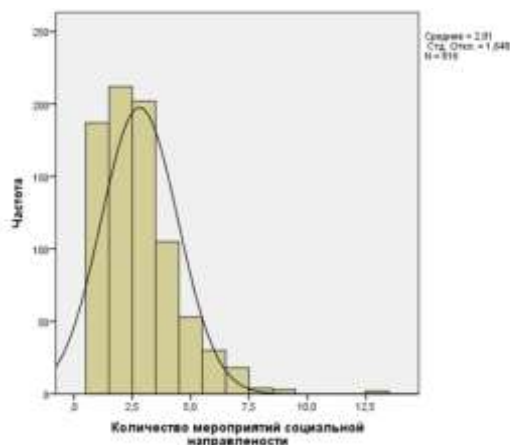


Рис. 25. Распределение числа типов мероприятий социальной направленности в которых активные респонденты принимали участие

Важным индикаторами социальной активности населения является вовлеченность в процессы волонтерства и реализации социальных инициатив, которая имеет эпизодический (включая разовое участие) и постоянный характер. Активность каждого респондента оценивалась через альтернативный вопрос о его участии в волонтерском движении, в общественных инициативах: В табл. 21. представлено распределение ответов респондентов на вопрос: «За последние 1-2 года Вы занимались помимо своей основной деятельности волонтерством, участвовали в общественных инициативах?»

Таблица 21. Вовлеченность респондентов в процессы социальной активности

Уровни включенности	% ответов
Часто, много раз участвовал	10,3
Редко, только несколько раз	20,5
Только однажды	16,6
Не занимался волонтерством	45,8
Затрудняюсь ответить	6,6
Всего	99,8

Выделяются три группы респондентов по уровню вовлеченности:

- 1) постоянно участвующие – 10,3%;
- 2) участвующие эпизодически, в том числе в эту группу входят респонденты с ответом «только однажды» – 37,1%;
- 3) не участвующие, в том числе в эту группу входят респонденты с позицией «затрудняюсь ответить» (отсутствие воспоминаний индицирует факт не участия) – 52,4%.

В целом уровень включенности населения в волонтерство, в реализацию общественных инициатив можно оценить как действия, которые не превратились в массовую социальную практику, а носят преимущественно эпизодический характер участия.

Выявлены отличия в уровне вовлеченности по возрастным группам, связанные с образом жизни, жизненными планами и ценностями каждого возраста. Большая социальная активность, как правило, у представителей более молодых возрастных групп, что отражено на диаграмме (рис. 26).

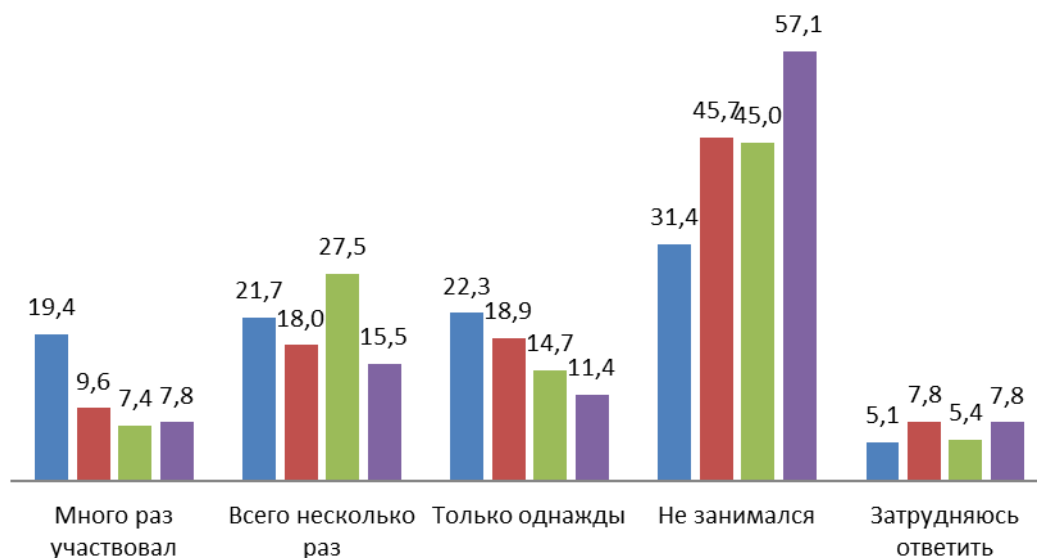


Рис. 26. Участие в волонтерском движении и в общественных инициативах респондентов по возрастным группам (в годах):

1) 18-29; 2) 30-44; 3) 45-59; 4) 60 лет и старше

Готовность респондентов в дальнейшем проявлять свою активность измерялась вопросом: «Скажите, пожалуйста, Вы хотели бы принять участие в работе некоммерческих организаций?»

Таблица 22. Уровень готовности участвовать в работе НКО

Уровни готовности участвовать в работе НКО	% ответов
Уже участвую	4,1
Готов участвовать	8,8
Готов, но не во всех	32,5
Не буду принимать участие	31,4
Затрудняюсь ответить	23,2
Всего	100

Готовность к социальной активности через участие в работе НКО в большей степени проявляют женщины, представители возрастных групп до 30

лет, жители городов периферии агломерации. Относительно высокую избирательную готовность к работе в НКО выражают представители возрастной группы от 45 до 59 лет (табл.23-25).

Таблица 23 Уровень готовности участвовать в работе НКО по гендерному признаку

Категории	Мужчины, %	Женщины, %
Уже участвую	3,3	4,8
Готов участвовать	6,2	11,0
Готов, но не во всех	30,2	34,4
Не буду принимать участие	36,6	27,1
Затрудняюсь ответить	23,8	22,7
Всего	100,0	100,0

Таблица 24. Уровень готовности участвовать в работе НКО по возрастному признаку

Категории	Возраст, года			
	18-29, (%)	30-44, (%)	45-59, (%)	60 и более, (%)
Уже участвую	7,4	3,4	4,3	2,4
Готов участвовать	13,7	10,6	7,8	4,1
Готов, но не во всех	34,3	32,9	39,5	23,3
Не буду принимать участие	26,9	28,9	27,1	42,4
Затрудняюсь ответить	17,7	24,2	21,3	27,8
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 25. Уровень готовности участвовать в работе НКО по территориальному признаку

Категории	Место жительства в агломерации	
	Ядро	Малые города
Уже участвую	4,3	3,9
Готов участвовать	8,9	8,6
Готов, но не во всех	29,8	35,4
Не буду принимать участие	31,1	31,7
Затрудняюсь ответить	25,9	20,4
Всего	100,0	100,0

Вывод. Выделяются следующие особенности населения Южно-Кузбасской агломерации как субъекта социальной инициативы и активности.

1. Большинство населения (81,4 %) принимают участие в тех или иных мероприятиях социальной направленности с целью решения проблем местного сообщества и удовлетворения коллективного (общественного) интереса. За последний год среднестатистический респондент группы участвующих принимал участие в двух-трех типах мероприятий.

Активность граждан посредством участия в формально организованных практиках незначительно, но выше, чем в неформальных, самоорганизованных практиках (частота выбора 108 % против 96,1%). Наиболее массовой формальной практикой является участие в субботниках (частота ответов 45,1 %), а неформальной – благоустройство территории собственного дома (частота ответов 35,2 %). Это означает, что население включается в решение проблем благоустройства и чистоты территории проживания, но более массовый характер практики приобретают при административном регулировании процесса.

Следует отметить, что часть неформальных практик реализуются в форме пассивного участия (помощь животным, материальная помощь) и характеризует преимущественно эмоциональное сопереживание респондентов, но не их активность в реализации социальных инициатив и проектов.

2. Активность населения в реализации практик гражданского участия, связанных с участием в партнерстве и управлении (политическое участие) невысокая. При этом отмечается преобладание протестных практик над практиками участия в управлении.

3. В целом уровень включенности населения реализацию общественных инициатив, в волонтерство можно оценить как действия, которые носят преимущественно эпизодический характер участия и не превратились в массовую социальную практику.

4. На ближайшую перспективу у большинства населения не сформирована готовность к социальной активности, в частности через участие в работе НКО. Почти треть (31,4%) респондентов не планируют проявлять

активность в некоммерческом секторе, для остальных 23,2 % затруднившихся ответить, данная проблема, очевидно, является малозначимой и не рефлекслируемой с позиции жизненных ценностей. В целом у 12,9 % респондентов выявлена однозначная направленность на участие в работе НКО: («уже участвую» - 4,1% респондентов; «готов участвовать» – 8,8 %). 32,5% опрошенных готовы рассматривать свое участие избирательно.

5. Установлена связь уровня социальной активности с гендерными, возрастными признаками и местом жительства респондентов (ядро агломерации / города периферии). Но данная связь имеет преимущественно характер незначительной вариации признаков от общего распределения.

Обобщая сказанное, можно сказать, что население Южно-Кузбасской агломерации не сформировалось как зрелый субъект социальной инициативы и активности, готовый к регулярной (постоянной) социальной активности в преобразовании, формировании и распространении социальных практик социального и гражданского участия. Данный вывод подтверждается типологическим профилем населения Южно-Кузбасской агломерации как субъекта социальной инициативы и активности, который **на практике означает социальный ресурс развития СО НКО.**

1.5. Типология населения южно-кузбасской агломерации как субъекта социальной инициативы и активности

Одной из задач исследования являлась типология населения южно-кузбасской агломерации **в зависимости от базовых социальных установок в отношении социального участия в решении проблем местного сообщества.** Интерпретативный смысл типологии в оценке населения Южно-Кузбасской агломерации как субъекта социальной активности и инициативы в условиях модернизации моногородов. Численное определение выделенных типологических групп позволяет выявить доминирующие модели населения как субъекта социальной инициативы и активности.

1. Группа активистов с установкой на социальное участие. Представители этой группы имеют длительный, в том числе постоянный опыт социального участия. Основные критерии для выделения этой группы

следующие: за последние 1-2 года помимо основной деятельности принимали участие с различной периодичностью в общественных инициативах, занимались волонтерством; продолжают в настоящее время участвовать в деятельности НКО или готовы в дальнейшем участвовать в деятельности НКО.

2. Группа населения с неустойчивой установкой на социальное участие. Представителями данной группы реализуются две стратегии поведения:

Стратегия на выход индивидов, имеющих опыт социального участия, в том числе фрагментарный. Данная стратегия исключает представителей группы из социального участия в будущем. Реализация стратегии на выход означает по факту переход в группу отчужденных.

Стратегия на вход индивидов, как стремление освоения новой социальной практики – практики социального участия. Представителей этой группы можно рассматривать как ресурс пополнения группы активистов и сотрудников СО НКО.

3. Группа отчужденных. По Э. Фромму, слабая инициатива и активность отчужденных индивидов закономерны. Отчужденный человек вовсе не ощущает, что он активный деятель, носитель человеческих сил и способностей». «...отчуждение человека от человека приводит к потере всеобщих и социальных связей».

По сути, это позиция самоустранения, отчуждения личности от процессов социального участия, в рамках которой отдается предпочтение стратегиям личной адаптации вне интеграции в те или иные формы социальной активности.

В группу отчужденных отнесены респонденты, которые не смогли (не пожелали) рационально определить свою установку на социальное участие и в прошлом, и в будущем (вариант ответа «затрудняюсь ответить»). Позиция варианта «затрудняюсь ответить» имеет содержательно глубокий смысл и индицирует степень значимости оцениваемого объекта (явления, процесса) для конкретного индивида. Высокий процент ответов «затрудняюсь ответить» свидетельствует о несформированности мнения по данному вопросу и его

малозначимости. В группу отчужденных включены респонденты, которые не имели или имели фрагментарный опыт социального участия в прошлом, а также затруднились его вспомнить и затруднились определить свою модель поведения в отношении будущего.

4. Группа изоляционистов. У представителей этой группы сформирована рациональная и осознанная установка социального изоляционизма, что отражается в определенной однозначности самих ответов. Представители этой группы за последние 1-2 года не принимали участие в общественных инициативах, не занимались волонтерством и не собираются принимать участие в этих видах деятельности в будущем. Изоляционизм можно рассматривать как крайнюю форму отчуждения.

На основе таблицы сопряженности по вопросам №№ 2 и 11 получено следующее распределение населения Южно-Кузбасской агломерации в зависимости от базовых социальных установок в отношении социального участия в решении проблем местного сообщества в прошлом и будущем (табл. 26).

Таблица 26 - Численное распределение групп населения с различными базовыми установками на социальное участие

№ п/п	Группы населения	% в выборке
1	Активисты с установкой на социальное участие	22,3
2	Группа населения с неустойчивой установкой на социальное участие:	
2.1	Стратегия на вход	13,8
2.2	Стратегия на выход	23
3	Отчужденные	17,9
4	Изоляционисты	22,8
	Всего	99,8

Вывод. Данные таблицы статистически подтверждают о вывод, что население Южно-Кузбасской агломерации не сформировалось как зрелый субъект социальной инициативы и активности, готовый к социальной активности на **регулярной и постоянной** основе в преобразовании, формировании и распространении социальных практик социального и гражданского участия.

Доминируют модели поведения, ориентированные на исключение из активных социальных взаимодействий, связанных с решением коллективных проблем (67,3 % респондентов).

По каждой группе рассчитывались распределения по полу, возрасту и месту проживания (ядро агломерации или города или города периферии), по оценке свободного времени и материального положения. Выделяются следующие факторы влияния на проявление социальной активности респондентов, которые отражают, в том числе ресурсы человека для проявления социальной инициативы и активности в решении проблем местного сообщества:

1. Неудачный опыт социального участия в прошлом может повлечь за собой выбор стратегии «на выход» – 23 % респондентов;

2. Фактор свободного времени. В группе активистов больший объем свободного времени для проявления социальной активности, чем в группах с иными социальными установками. В то же время, недостаток свободного времени не является критически значимым для решения осваивать новый опыт социального участия (39,1 % респондентов со стратегией на вход оценили объем своего свободного времени как «недостаточный») (табл.27).

Таблица 27 - Объем свободного времени в группах населения с различными установками на социальное участие

Объем свободного времени	Активисты %	Стратегия на выход %	Стратегия на вход %	Отчужденные и изоляционисты %
Достаточный, чтобы отдохнуть и заниматься любимым делом	26	15,1	20,4	19,3
Достаточный, чтобы отдохнуть	43	30,2	30	27,6
Недостаточный	23,3	38,4	39,1	35,1
Трудно сказать	7,2	16,3	9,6	18
Всего	99,6	100	99,1	100

3. Место проживания (ядро агломерации или города периферии) соотношение групп населения с различными социальными установками в

пределах ошибки выборки. Тем не менее, среди активистов 52,9 % из городов периферии и 47,1% из ядра агломерации.

4. Существенное различие в соотношении групп с различными установками в гендерных группах. Женщины не только социально активнее, но и в большей степени проявляют готовность на социальное участие. В группе активистов 64,1 % женщин и 35,9 % мужчин. В группе со стратегией на вход 56,5 % женщин, 43,5 % мужчин.

5. Выявлены возрастные особенности групп с различными социальными установками. Наиболее активные жители относятся к возрастным группам 30-44 лет и 45-59 лет. Так, средний возраст «активистов» 42 года. В группе респондентов со стратегией «на вход» – 64,3 % относятся к указанным возрастным группам, 19,1 % к возрастной группе от 18 до 29 лет.

6. Выявлены различия в материальном положении респондентов в группах с диаметрально различными социальными установками: «отчужденные», «изоляционисты» и «активисты» (табл. 21). В целом материальный статус респондентов из группы активистов выше. В этой связи можно вести речь о влиянии общих социокультурных факторов, объясняющих пассивность и модели зависимого поведения социальных групп населения индустриальных территорий с невысокими доходами населения. Речь идет о соотношении ценностей самостоятельности, независимости, ответственности (ценности гражданина) или покоя, защищенности, патернализма.⁷

Таблица 28 - Материальное положение населения с различными установками на социальное участие

Объем свободного времени	Активисты %	Отчужденные и изоляционисты %
Денег хватает, чтобы ни в чем себе не отказывать	14,8	11,1
Денег хватает для покупки товаров длительного пользования (телевизор, холодильник)	32,3	15,5
Денег хватает для приобретения необходимых	35	44,8

⁷ 1. Заславская, Т. И. Социетальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция / Т. И. Заславская – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Дело, 2003. 568 с.

продуктов и одежды		
Денег хватает только на приобретение продуктов питания	10,8	17,5
Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания	1,8	2,6
Затрудняюсь ответить	4,9	8,4
Всего	99,6	99,9

Таким образом, совокупность социальных характеристик, условий жизнедеятельности влияют на формирование социальной установки на проявление социальной активности.

ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПРОСА СОТРУДНИКОВ, ВОЛОНТЕРОВ СО НКО, СОЦИАЛЬНО АКТИВНЫХ ГРАЖДАН

2.1 Социальный портрет СО НКО Южно-Кузбасской агломерации

2.1.1 Основные характеристики и параметры деятельности СО НКО

Первый блок вопросов анкеты посвящен основным сведениям о деятельности СО НКО Южно-Кузбасской агломерации, которые в совокупности описывают социальный портрет (образ) и индицируют потенциал развития и повышения качества социальных услуг СО НКО на территории Южно-Кузбасской агломерации. В таблицу 1 отражены общие сведения о СО НКО:

Таблица 1. Характеристики СО НКО Южно-Кузбасской агломерации

Территориальный охват деятельности организации	% ответивших
Город	63
Область	37
Всего:	100
Организационно-правовая форма	
Автономная некоммерческая организация	30
Некоммерческий фонд	8
Некоммерческое учреждение	4
Некоммерческое партнерство	1
Объединение юридических лиц	3
Общественная организация	41
Частное учреждение	1
Не зарегистрирована	7
Другое	5
Всего:	100
Статус организации	
Социально-ориентированная	88
Не социально-ориентированная	10
Всего:	98
Количество постоянных (штатных) сотрудников в организации	
Отсутствуют штатные сотрудники	46
От 1 до 3 штатных сотрудников	41
От 4 до 10 штатных сотрудников	7
От 10 штатных сотрудников	4

Всего:	98
Количество сотрудников в организации на временной основе	
Отсутствуют временные сотрудники	46
От 1 до 3 временных сотрудников	14
От 4 до 10 временных сотрудников	10
От 10 временных сотрудников	7
Затруднившиеся ответить	9
Всего:	99
Число человек (членов, волонтеров, участников), охваченных НКО	
Медианное значение	50
Мода	10
Время существования НКО	
Среднее значение	15,2
Медианное значение	10

Больше половины исследуемых СО НКО (67 %) имеют местный уровень территориального охвата – город, что отражает локальный масштаб их деятельности.

По своей организационно-правовой форме НКО представлены разными типами организаций, но в большинстве своем являются общественными организациями (41 %) и автономными некоммерческими организациями (30%), которые могут финансироваться за счет добровольных пожертвований, благотворительных взносов, грантов и иных источников.

Общественные организации – добровольные объединения, сформированные инициативными гражданами, характеризуются наличием системы самоуправления, некоммерческими целями деятельности, могут иметь статус юридического лица и существовать без него. Содержательно цели деятельности общественных организаций сфокусированы на реализацию интересов, которые провозглашены Уставом сообщества и зависят от типа организации. Деятельность общественной организации сориентирована не только на интересы членов организации, но и другие категории людей: малоимущие, инвалиды, бездомные, женщины в кризисной ситуации и пр.

Автономные некоммерческие организации (АНО) образованы путем добровольных имущественных взносов для предоставления услуг в социальной сфере (ст.10 ФЗ от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»

в ред. от 02.12 2019 г.). Основная задача АНО – оказание общественных и социальных услуг. Деятельность АНО не предусматривает получение прибыли и распределение полученной прибыли между участниками. При этом преимущество автономной организации в наличии права на оказание возмездных услуг. Согласно п. 2 ст. 10 ФЗ от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях". АНО – юридическое лицо, вправе осуществлять предпринимательскую деятельность, соответствующую целям, для достижения которых организация создана.

Общественные организации, АНО, некоммерческие партнерства, фонды, учреждения и пр. могут быть признаны СО НКО по формам и видам деятельности, предусмотренных ФЗ №7 от 12.01.1996 «О некоммерческих организациях» (последняя редакция). Согласно Федеральному закону Российской Федерации от 05.04.2010 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций» № 40-ФЗ **социально ориентированные некоммерческие организации** (далее – СО НКО) – это организации, деятельность которых направлена на решение социальных проблем и развитие гражданского общества в Российской Федерации. Развитие СО НКО включено в состав задач исполнительной власти на всех уровнях ее организации, включая муниципальный. Разработан и реализован комплекс организационных мер по поддержке СО НКО в субъектах РФ. Распоряжением Правительства РФ от 19 июня 2017 г. №1284-р утвержден перечень показателей, используемых для расчета рейтинга субъектов РФ по реализации механизмов поддержки СО НКО и социального предпринимательства, обеспечения доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере и внедрению конкурентных способов оказания государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере.

Из опрошенных организаций 88 % относятся к социально-ориентированным, то есть деятельность организаций находится в сфере

интересов и потребностей государства в обеспечении эффективной защиты населения, улучшении адресности социальной помощи и поддержки.

Кадровая структура НКО представлена двумя основными типами организаций:

1. Организации со штатным составом сотрудников (52 %), выполняющих за плату конкретные трудовые функции в соответствии с квалификационными требованиями и обеспечивающие достижение целей НКО. При этом подавляющее большинство организаций со штатными работниками (41 % от всей выборки) имеют минимальную штатность от 1 до 3-х сотрудников, что ограничивает их масштабы деятельности и перспективы развития.

2. Организации без штатного состава работников (46 %). Это означает добровольное вложение человеком своего личного времени, компетенций в деятельность организации без контрактных отношений, то есть деятельность организации базируется преимущественно на ценностных основаниях, инициативности конкретных людей (организаторов) и в значительной степени зависит от их целеустремленности и харизмы. Но это и организационные риски развития, так как взаимные обязательства не имеют договорную, нормативно закреплённую основу.

Для достижения целей организации и под конкретные, специфические задачи могут привлекаться сотрудники на основе временных трудовых отношений, что расширяет возможности развития и диверсификации деятельности. Между тем, 59 % организаций не имеют сотрудников на условиях временной трудовой занятости. При этом у 72,4 % организаций без штатного состава работников и у 24,1 % организаций с минимальным количеством сотрудников (от 1 до 3 чел.) отсутствуют и сотрудники на основе временной занятости. Чем крупнее организация (штатных сотрудников более 10 человек), тем активнее она работает с привлечёнными трудовыми ресурсами в количестве 10 человек и более, что свидетельствует о масштабе решаемых задач и потенциале развития.

В целом 31 % исследуемых организаций используется временный тип занятости.

2.1.2 Направление и содержание деятельности СО НКО

По результатам опроса, СО НКО реализуют широкий спектр видов деятельности. На рис. 1 представлен рейтинг видов деятельности СО НКО. Количество ответов превышает 100%, так как одна организация может реализовывать одновременно несколько видов деятельности.



Рис. 1- Рейтинг видов деятельности СО НКО Южно-Кузбасской агломерации

Выделяются два приоритетных вида деятельности исследуемых НКО:

1. Социальная помощь (социальная защита, поддержка) в широком смысле, как помощь гражданам, нуждающихся в помощи, содействии в связи с возрастом, состоянием здоровья, социальным положением, недостаточной материальной обеспеченностью. В совокупности **87 %** оказывают те или иные виды социальной помощи населению.

2. Образовательно-просветительская деятельность, в том числе развитие личности и ее творческих способностей. В совокупности **59 %** организаций реализуют те или иные виды указанного направления деятельности.

Значительное место в деятельности НКО занимают деятельность в области физической культуры и спорта (**37 %**) и благотворительная деятельность (**33 %**). Деятельность, направленную на развитие институтов гражданского общества и гражданского самосознания (развитие института гражданского общества; защита прав и свобод человека и гражданина, оказание юридической помощи, правовое просвещение) реализуют совокупности **21 %** организаций. 16% организаций указали на деятельность, связанную с охраной окружающей среды и защитой животных. Другие, виды деятельности указаны менее **10 %**.

На открытый вопрос: «Какие услуги (помощь) оказывает Ваша организация /инициативная группа?» были даны ответы, которые обобщены по двум приоритетным видам деятельности:

1. Социальная помощь (социальная защита, поддержка):

- финансовая, продуктовая, материальная, адаптационная помощь, бесплатные бытовые услуги;
- содействие и поддержка в реализации творческих и социальных инициатив, социально незащищённых слоев населения (инвалидов, пенсионеров, ветеранов, детей малообеспеченных и многодетных семей и др.);
- оказание информационно-консультативной, медико-социальной, психологической, правовой помощи и социальной поддержки, в том числе сопровождение, наиболее нуждающихся граждан;
- социально-психологическая реабилитация и адаптация людей, имеющих инвалидность, сопровождение, патронаж инвалидов;

- помощь ветеранам, содействие в трудоустройстве ветеранов боевых действий, поддержка семей погибших военнослужащих;
- помощь больным или нуждающимся в уходе, обучение уходу, психологическая помощь;
- организация дневной занятости инвалидов, консультации, содействие в решении проблем
- социализации детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, поддержка семей, женщин, профилактика социального сиротства;
- социальная поддержка людей, пострадавших от радиации, а также их семей;
- вовлечение людей с ограниченными возможностями здоровья в активную общественную жизнь;
- социализация и помощь сиротам, бездомным.

2. Образовательно-просветительская деятельность:

- дополнительное образование, проведение мероприятий, профилактика асоциального поведения;
- организация культурно-массовых мероприятий, экскурсий, лекций, праздников;
- проведение консультаций мастер -классов для заинтересованных групп населения;
- индивидуальное и семейное консультирование; составление заключений по диагностике детско-родительских отношений; определение уровня готовности ребенка к обучению в школе;
- организаций занятий детей в свободное время;
- содействие деятельности в сфере образования, науки, культуры, искусства, просвещения, духовного развития личности;
- организация игровых, познавательных площадок, фестивалей и пр.;
- социальное и профессиональное самоопределение.

Деятельности НКО осуществляется в рамках проектного подхода. Респондентам был задан вопрос о наиболее успешных и востребованных проектах, которые могут тиражироваться как наработанные социальные

практики. Наиболее социально значимыми проектами НКО были названы следующие:

Таблица 2- Социальные проекты СО НКО

СО НКО	Проект
Волонтерское движение "Адресная помощь"	Дом для вещей
АНО "Социальное партнерство" совместно с Ассоциацией волонтеров "Доброе дело"(детская общественная организация)	Клуб обучения и поддержки матерей "Мамсли-сад". Проект "Кружевная нить традиций"
АНО "Спаси жизнь" (г. Прокопьевск)	Поможем детям собраться в школу. "Подарим радость на Рождество". "Путь домой"
АНО "Центр социального развития"	Школа приемных родителей» (победитель Международного грантового конкурса «Православная инициатива 2016 – 2017»)
АНО "Центр развития гражданских инициатив и социального партнерства"	Проект "Спортивное ориентирование - в массы!", "Успех каждого ребенка или LEGOLAND"
Некоммерческая организация "Благотворительный фонд поддержки Городского Дворца детского (юношеского) творчества им. Н.К.Крупской"	Лаборатория жизни. Лаборатория жизни - лаборатория возможностей. Экотаун. Оладушки для бабушки. Слышим сердцем. Голоса родного города.
Общественная организация города Междуреченска литературно-художественный клуб "Литератор"	Издание сборников поэзии и прозы для школьных и городских библиотек. Мастер-классы и литературные диспуты.
Мысковское городское общественное движение "ШОРИЯ"	Центр духовной культуры "Эне Таг".
Городской благотворительный фонд "Развитие Горной Шории" (г.Мыски)	Фестиваль национального искусства, строительство духовного центра
Кемеровская региональная общественная организация родителей детей-инвалидов «Особое детство»	Проект "Я рисую мир". Родительский клуб. Киновторник (адаптированные показы).
МГДЭОО "Зеленые"	Экослет для старшеклассников города. "Экологическая школа" для учащихся младших классов города. Акция по сбору использованных элементов питания. Проект "Батарстрофа". Проект "Экошкола". Проект "Эко-КВЕСТ"

Благотворительный фонд поддержки социальных и культурных проектов «Мы вместе» (БФ ПСКП «Мы вместе»)	"Городская передвижная выставка творческих работ детей-инвалидов. Курс песочной терапии «Песок лечит» для детей с ОВЗ. "Лыжи мечты". Городской открытый мастер-класс для юнкоров медиа-центров.
Новокузнецкая межрегиональная организация Всероссийского общества слепых	Психологический кружок "Мой мир". Студия по обучению шрифтам Брайля, театральная студия "Светлячки", при студия по обучению вокалу "Вижу песню" созданные при грантовой поддержке РУСАЛа
Молодежная Общественная организация "ШАНС"	Проект "Живые традиции". Проект "Звонкое лето"
Кузбасское региональное отделение Общероссийской общественной организации "Союз социальных педагогов и социальных работников" в городе Междуреченске	Организация творческих конкурсов для детей сотрудников социальных учреждений «Мамина работа – людям помогать». Проведение мастер-классов для старшеклассников о профессии "Социальный работник".
КРОДЮО "Ассоциация Современного танца"	Танцевальный проект ""Стань звездой!"" для учеников 1-4 классов, количество участников: 20000 из 50 школ городов: Междуреченск, Новокузнецк, Прокопьевск.
ГОО "Союз женщин г. Прокопьевска"	Проект «Профилактика социального сиротства в г. Прокопьевске», поддержанный Фондом Президентских грантов
Фонд поддержки людей с ограниченными возможностями «Лабиринт 42»	«Кузбасский портал для людей с ограниченными возможностями и членов их семей «Лабиринт 42»
Новокузнецкая городская общественная организация "Общество защиты животных "Кот и Пес"	Проекты: приюты для животных, "День добра", «Ярмарка животных»
Автономная Некоммерческая Организация Военно Патриотического Воспитания "Казачий конно-спортивный клуб "Русь"	Детский козачий конный центр "Русь"
АНО "Творческое объединение молодежи "Арт-полигон"	Фестиваль «Неделя уличного искусства»
Прокопьевская городская общественная организация оказания помощи семьям с детьми "От сердца к	Новогодние праздники для многодетных и малообеспеченных семей "Пельмень-фест".

сердцу" в партнерстве с КСК "Русь" Прокопьевск (Зенковский парк)	
Некоммерческое партнерство "Ассоциация переработчиков отходов"	Проект "Зеленый курс".
Общественная организация ветеранов (пенсионеров) войны, труда, Вооруженных сил и правоохранительных органов	Проекты «В здоровом теле – здоровый дух», «Урожайные грядки». «Королева красоты элегантного возраста». Фестиваль самодеятельного творчества.

По условиям предоставления реализуемых услуг существует три группы НКО. Первая – предоставление услуг только на бесплатной основе. Вторая – предоставление платных и бесплатных услуг. Третья – только на возмездной основе.



Рис 2 - Условия предоставления реализуемых услуг

Большинство НКО оказывают услуги бесплатно, треть на бесплатной и платной основе. При этом ни одна из организаций не работает только на условиях возмездного оказания услуг (рис. 2).

По данным опроса, среднее значение количества обратившихся в организацию в течение года за услугой или помощью составляет 585 человек. Медианное значение равняется 100 и означает, что половина организаций в течение года предоставили свои услуги 100 и более клиентам, а вторая половина – менее 100 человекам. Расхождение между средним и медианным значениями означает, что вариация количества клиентов по НКО значительно различается. Это означает, что есть организации с массовым и единичным сегментом.

Целевые сегменты НКО коррелируют с реализуемыми видами социальных услуг и отражают приоритеты деятельности организаций: социальная помощь

(социальная защита, поддержка), образовательно-просветительская деятельность, в том числе развитие личности, деятельность в области физической культуры и спорта, благотворительная деятельность (рис. 3). Общее количество ответов превышает 100%, так как одна организация одновременно работает с различными сегментами в рамках разных видов услуг.

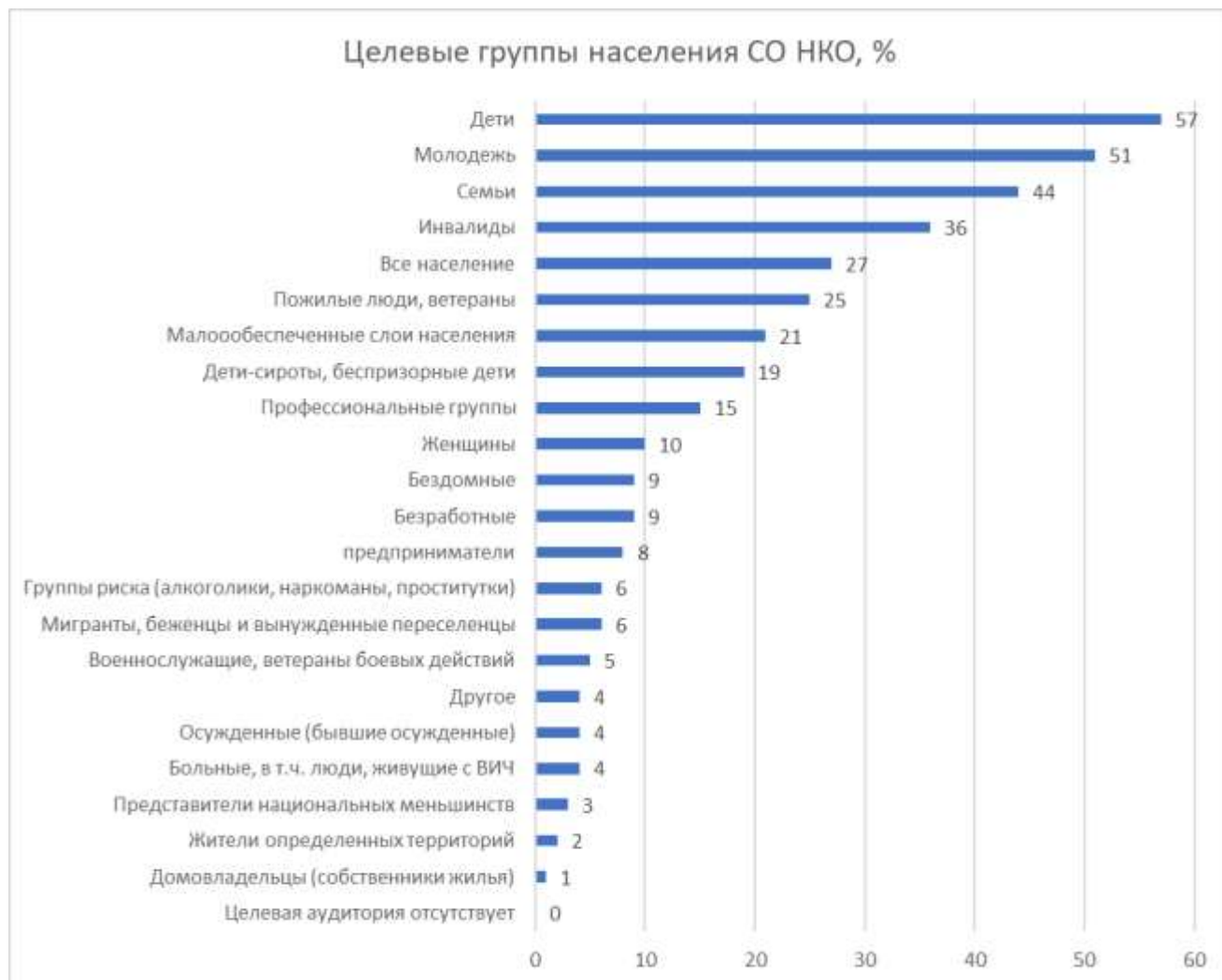


Рис.3 Целевые группы СО НКО

Самым массовым сегментом СО НКО являются социально незащищенные слои населения: инвалиды, малообеспеченные, дети-сироты, беспризорные дети, пожилые люди, ветераны, безработные, мигранты, беженцы и вынужденные переселенцы, лица с ограниченными возможностями здоровья.

Дети и молодежь – основные социальные группы, с которыми работают более половины НКО. Также активно НКО работают с семьями в рамках удовлетворения различных как повседневных потребностей (образование, организация досуга, консультирование, в том числе по вопросам

внутрисемейных отношений; формирование позитивных интересов; оказание помощи в воспитании детей и пр.), так в решении проблем жизнеобеспечения.

Особым сегментом СО НКО являются деклассированные слои населения, которые нуждаются в социальной адаптации, в том числе в трудоустройстве, восстановлении трудовых, навыков, помощи в оформлении и восстановлении документов и пр. Речь идет экономически и социально исключённых из общества слоях: бездомные, осужденные (бывшие осужденные), алкоголики, наркоманы, проститутки (19 % ответов).

Вывод по разделу. На основе анализа основных характеристик и параметров деятельности СО НКО представлен социальный портрет (образ) СО НКО Южно-Кузбасской агломерации, который имеет следующие особенности:

1) Территориальный охват деятельности не выходит за границы региона, при этом доминирует локальный (город) уровень деятельности.

2) Для большинства некоммерческих организаций характерен достаточно длительный срок их существования: среднее значение составляет 15,2 лет; медианное значение – 10 лет, то есть половина организаций имеют срок деятельности более 10 лет, вторая половина – менее 10 лет (табл. 1), что свидетельствует о востребованности и относительной стабильности опрошенных организаций.

3) По организационно-правовой форме доминируют АНО и общественные организации. Подавляющее большинство организаций имеют статус СО НКО, что определяет их приоритеты в государственной поддержке. При этом направления, содержание деятельности, условия оказания социальных услуг и помощи, целевые группы и востребованность социальных услуг (количество обратившихся) де-факто подтверждают социально-ориентированную деятельность исследуемых НКО Южно-Кузбасской агломерации, которые вносят посильный вклад в решение социальных проблем местного сообщества, поддерживают, оказывают всевозможную помощь социально незащищенным, социально неадаптированным слоям населения, предоставляют разнообразные социальные услуги всем заинтересованным группам населения.

4) Масштабы, перспективы деятельности СО НКО в значительной степени ограничиваются численным составом кадров, характеристика которого внутренне противоречива. С одной стороны, медианное значение количества человек (членов, волонтеров, участников), охваченных отдельной НКО, составляет 50 человек, то есть в половине организаций принимают участие в ее деятельности свыше 50 чел. в другой половине менее 50 чел. (табл. 1). В то же время модальное значение (наиболее часто встречаемый вариант ответа) составляет 10 чел. С другой стороны, подавляющее большинство организаций (87 %) либо не имеют штатных сотрудников (46 %), либо имеют минимальное их количество от 1-до 3-х чел. (41 %). Возможности привлечения сотрудников для решения задач уставной деятельности на условиях временной занятости большинством организаций не используются, прежде всего по финансовым причинам, как это следует из результатов исследования. Когда организация в своей деятельности опирается преимущественно на волонтеров, имея ограниченный штат сотрудников или не имея его вовсе, возникают риски не только для обеспечения текущей деятельности в реализации предлагаемого перечня и качества социальных услуг, но и перспективного развития адресной и качественной сферы социальных услуг.

Таким образом, социальный портрет НКО Южно-Кузбасской агломерации отражает проблемы развития некоммерческого сектора в реализации институциональных целей. Есть организации, выполняющие социально значимые функции по предоставлению населению социальных услуг, но их потенциал НКО развития оказывается недостаточный. Оценка потенциала НКО измерялась специальным блоком вопросов.

2.2 Потенциал развития и повышения качества социальных услуг СО НКО

Потенциал развития организации представляет собой ее способность удовлетворить запросы сообщества на решение задач в определенной сфере и при наличии определенных ресурсов. Структура потенциала развития НКО включает два компонента: внутренний и внешний потенциал развития.

2.2.1 Внутренний потенциал развития: оценка ресурсной базы

Эффективность деятельности и качество предоставляемых социальных услуг НКО в значительной степени зависит от внутреннего потенциала развития. Внутренний потенциал развития СО НКО представляет совокупность имеющихся в ее распоряжении экономических (финансовых и материально-технических), кадровых, информационных ресурсов и возможностей, способных обеспечить качественные социальные услуги для удовлетворения всесторонних запросов различных категорий населения территории.

Исследуемые НКО оказывают помощь и предоставляют социальные услуги преимущественно на бесплатной основе (63 %) или оказывают платные и бесплатные услуги (30 %). Ни одна из исследуемых организаций не осуществляет деятельность только на возмездной основе. Это означает, что перед организациями остро стоит проблема поиска источников финансирования своей деятельности, которые имеют разнообразный характер. К числу главных источников доходов, формирующих бюджет НКО, респонденты отнесли следующие (рис. 4):

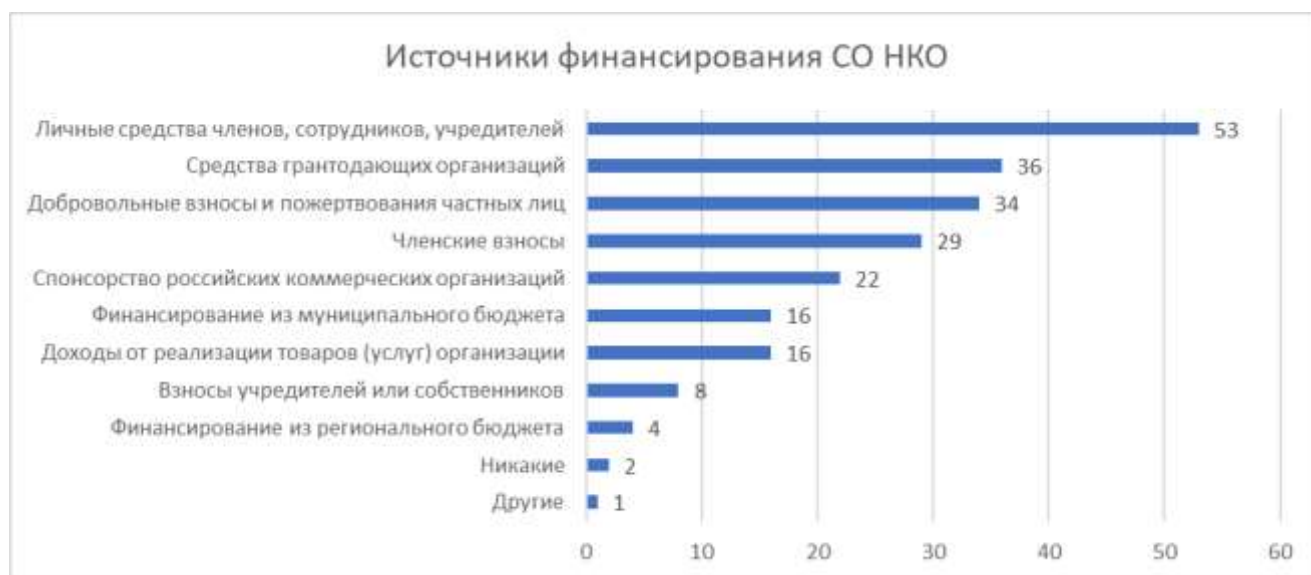


Рис.4 Источники финансирования СО НКО

Как следует из результатов опроса, основным источником финансирования является внутренний: денежные средства самих организаций, определяемые финансовыми возможностями учредителей, членов, сотрудников организаций. Это – личные средства членов, сотрудников, учредителей практически (53%); членские взносы (29 %); взносы учредителей / собственников (8 %). При этом

доходы от реализации услуг получают лишь 16 % организаций. Доминирование собственных средств как источника финансирования ставит НКО в ситуацию финансовых рисков и существенно ограничивает возможности в расширении сферы деятельности и спектра предоставляемых социальных услуг и помощи.

Следующими по значимости источниками финансирования являются средства грантодающих организаций (36 %) и добровольные взносы и пожертвования частных лиц (34 %). Коммерческие структуры пока не стали активным субъектом финансовой поддержки проектов СО НКО (22%). Финансовая поддержка органами государственной власти и местного самоуправления используется незначительной частью СО НКО. Финансирование из муниципального бюджета получают 16 %, из регионального – 8 % организаций.

Источники и объемы финансирования связаны с состоянием материально-технической оснащенности и кадровой обеспеченности НКО (рис. 5,6,7).

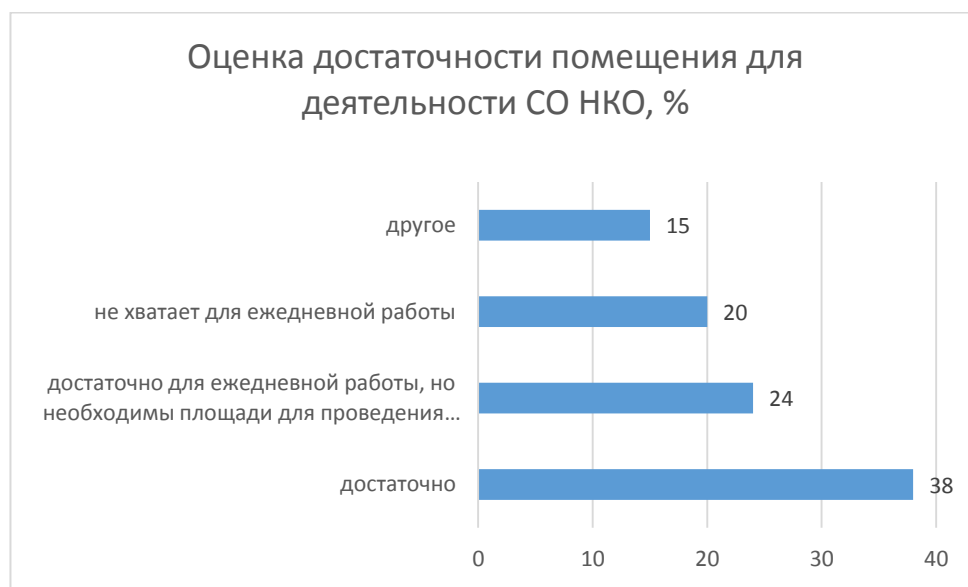


Рис.5 Оценка достаточности помещения для деятельности НКО

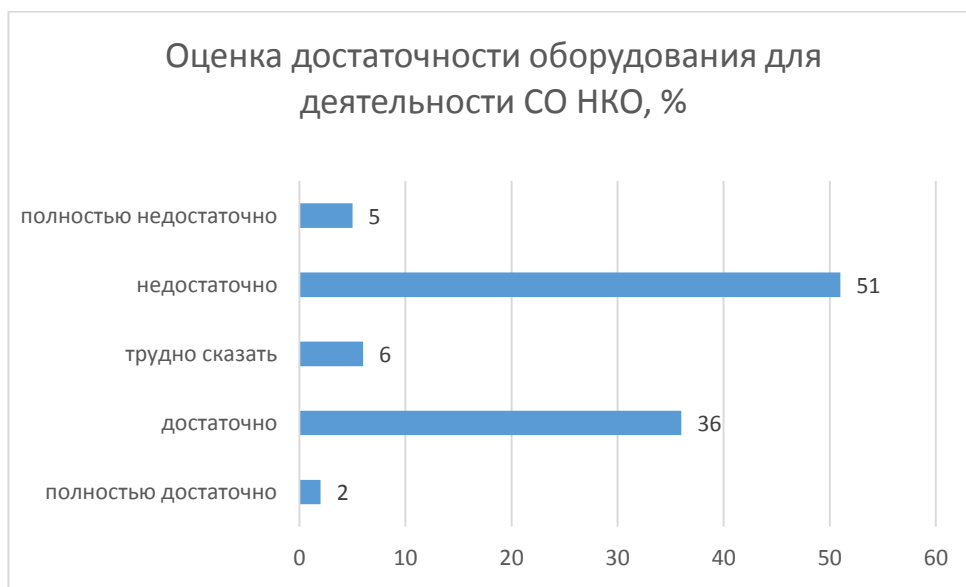


Рис.6 Оценка достаточности оборудования для деятельности СО НКО

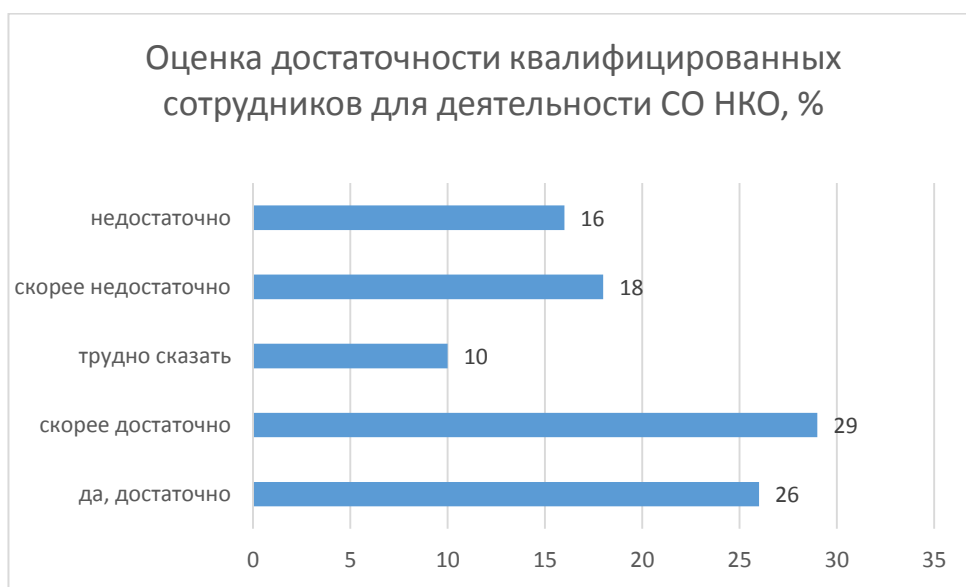


Рис.7 Оценка достаточности квалифицированных (компетентных) сотрудников для деятельности организации

Результаты оценки основных внутренних ресурсов деятельности НКО свидетельствуют о следующих особенностях:

1. Недостаточная обеспеченность квалифицированными (компетентными) сотрудниками деятельности организаций: 55 % респондентов в целом оценили компетентность своих сотрудников как достаточную, при этом лишь 26 % выражают полную уверенность в высокой оценке качества кадров; у остальных респондентов (46 %) доминирует либо отрицательная оценка (34 %), либо

неопределённая (10 %). Помимо специальных компетенций сотрудникам и руководителям НКО требуется знания нормативно-правовых основ некоммерческого сектора, обеспечивающих успешную адаптацию и функционировании организации в институциональной среде. В этом плане уровень правовой грамотности сотрудников НКО по результатам самооценки невысокий. На вопрос: «Оцените, насколько Вы информированы о нормативно-правовой базе, регулирующей деятельность НКО /инициативной группы по 5-балльной шкале, где 5 баллов – полностью информирован, 1 балл – слабо информирован», результаты самооценки невысокие: среднее значение – 3,21 балла, мода (наиболее часто встречающееся значение) – 3 балла – медианное значение – 3 балла, то есть половина опрошенных оценили свои знания выше 3-х баллов, другая половина ниже 3-х баллов.

В то же время квалифицированный персонал – важное, но недостаточное условие эффективной деятельности НКО. Значение имеют мотивационные характеристики сотрудников. В самом общем виде мотивация человека к деятельности понимается как совокупность движущих сил, побуждающих человека к деятельности, которые придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей.

По сути, мотивация сотрудников относится к одному из основных внутренних ресурсов развития СО НКО. Дело в том, что деятельность некоммерческой организации не предполагает извлечение прибыли, а трудовое вознаграждение в них, как правило, невысокое. Поэтому работа в СО НКО не имеет ярко выраженных экономических оснований. Мотивация опирается преимущественно на социальную значимость деятельности, идейные ценности человека и их гуманистический смысл, поиск единомышленников и возможность работать с ними в одной команде и пр. Примечательно, что в ответе на вопрос: «Почему Вы лично работаете или помогаете НКО/общественной организации в работе?». ни один из респондентов не отметил вариант ответа «трудно сказать», что свидетельствует об осознанном выборе НКО как сферы приложения себя (рис. 8).



Рис. 8 Мотивы работы в СО НКО

По результатам опроса, у большинства респондентов доминирует идейная мотивация, связанная с потребностью оказывать помощь людям (64 %), улучшить бедственное материальное положение отдельных категорий граждан (10 %). Важными являются коммуникационная мотивация, обусловленная потребностью участвовать в активной организационной и коммуникационной деятельности (58 %), а также социальная мотивация, связанная с потребностью решать социально значимые проблемы (43 %), привлекать к ним внимание других людей (33 %), сохранять культурные традиции (29 %). Руководствуясь перечисленными мотивами, сотрудники организации вкладывают свое личное время и ресурсы в деятельность организации, часто не имея адекватного вознаграждения. Так, по оценкам респондентов за последний год в течении месяца они тратили на работу в НКО в среднем 115 часов. В действительности объемы временных затрат существенно разнятся. Медианное значение составляет 36 часов, то есть половина сотрудников работают больше 36 часов в месяц, половина – меньше. Значение моды (наиболее частый ответ) – 40 часов.

2. Недостаточная обеспеченность материально-техническими ресурсами (помещение, оборудование и др.). Для осуществления деятельности имеют необходимые площади 38 % организаций, а необходимое оборудование – 36 % организаций. На открытый вопрос: «В каком оборудовании для осуществления деятельности нуждается Ваша организация?» респонденты представили свои

ответы, обобщение которых позволило выявить основные группы актуальных потребностей в материально-технических ресурсах:

– *общие для большинства организаций*: недостаток офисной техники (ПК, ноутбук, принтер), мультимедийного оборудования, видео аппаратуры и пр.;

– *специфические потребности организаций*, которые определяются видом деятельности и предоставляемыми услугами (спортивный инвентарь, стиральная машина-автомат, материалы для творчества, оборудование для музыкальных мероприятий, автобус, микроавтобус, сельскохозяйственная техника и пр.).

При дефиците материально-технических ресурсов проблема их обеспеченности для деятельности организации может быть решена только за счет привлечения внешних источников, среди которых для опрошенных НКО главными являются средства гранта и спонсоров. Посильный вклад в обеспечение деятельности СО НКО также вносит и население. В то же время в 29% случаев а дефицит материально-технических ресурсов решается за счет внутрисекторной кооперации (рис. 9).

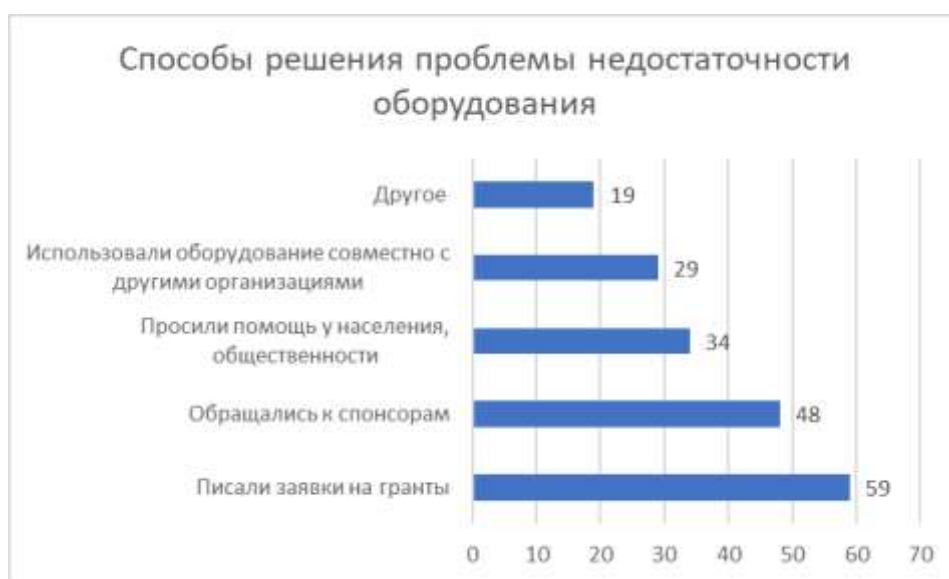


Рис.9 Способы решения проблемы недостаточности оборудования

Вывод. Внутренний потенциал развития исследуемых НКО как совокупность финансовых, материально-технических, кадровых ресурсов, способных обеспечить качественные социальные услуги и удовлетворение всесторонних запросов различных категорий населения территории (целевых групп), оценивается как **недостаточный**. Несмотря на то, что НКО используют

смешанные источники финансирования своей деятельности, основным источником финансирования является внутренний, то есть денежные средства самих организаций, которые оказывают услуги преимущественно на бесплатной основе. Это создает проблему дефицита материально-технических и кадровых ресурсов: большинство НКО не достаточно обеспечены помещением, оборудованием, а также квалифицированными (компетентными) сотрудниками. Дефицит материально-технических ресурсов решается за счет привлечения внешних источников, среди которых наиболее значимыми являются средства гранта и спонсора, но данные источники финансирования не покрывают потребностей текущей деятельности НКО. В то же время сами сотрудники СО НКО имеют высокий уровень мотивации и этот фактор создает важные предпосылки для эффективной деятельности организации и ее развития. Не случайно, общая оценка деятельности организаций респондентами достаточно высокая: по пятибалльной шкале оценивания, где 5 баллов – «работаем максимально успешно», 1 балл – «не успешно», средневзвешанное значение составляет 4,24 балла. По сути, мотивация сотрудников относится в ключевому внутреннему ресурсу развития НКО.

2.2.2 Внешний потенциал развития: государственная поддержка СО НКО как ресурс развития

Создание благоприятных организационных, правовых, финансовых, информационных условий для развития социальной инициативы граждан и деятельности СО НКО относится к компетенции органов государственной власти и органов местного самоуправления, так как развитие социальной сферы и адресность услуг населению относится к сфере интересов и ответственности органов власти. Поэтому СО НКО оказываются различные виды поддержки. На практике поддержка НКО осуществляется преимущественно органами местного самоуправления и относится к важному фактору устойчивого развития СО НКО.

По результатам опроса, 79 % СО НКО Южно-Кузбасской агломерации получают поддержку от органов власти и местного самоуправления (рис. 12).

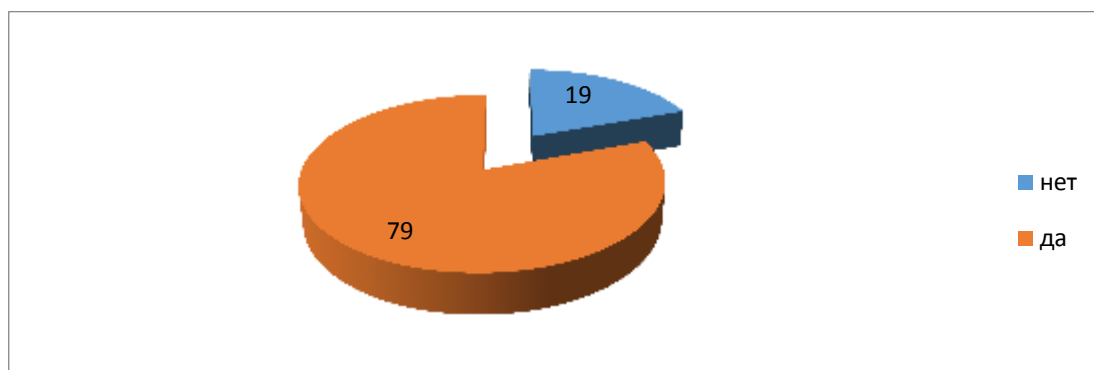


Рис. 12 Поддержка СО НКО органами власти и МСУ

Рейтинг инструментов государственной поддержки исследуемых НКО представлен в табл. 2:

Таблица 2 - Распределение ответов на вопрос: «В каких формах выражается эта поддержка?» (любое количество ответов)

	Ответы на вопрос	Проценты
	Информационная	58,0
	Финансовая	29,0
	Материальная	28,0
	Методическая	20,0
	Другое	7,0

Наиболее распространен информационный вид поддержки, которая имеет важное значение для устойчивого развития организации. Оказание информационной поддержки возможно в разных вариантах: сбор и распространение информации в едином формате обо всех СОНКО, представление информации о направлениях деятельности и программах самих СОНКО в средствах массовой информации (телевидение, радио и др.), а также размещения наружной социальной рекламы; предоставление возможности публиковать информацию о проектах (деятельности), анонсы мероприятий и другую информацию на сетевых ресурсах местной администрации и СМИ и пр. Более половины НКО воспользовались информационным видом поддержки.

Финансовая и имущественная поддержки наиболее востребованы в условиях ограниченных ресурсов. Это могут быть налоговые льготы, контрактация (госзакупки), гранты, предоставление займов, кредиты, возмещение затрат, предоставление недвижимого имущества в аренду на льготных условиях или в безвозмездное пользование, предоставление

оборудования и пр. Данными видами поддержки смогли воспользоваться незначительное количество организаций (менее 30 %).

Методическая поддержка, которая включает анализ и обобщение опыта эффективной деятельности СО НКО по оказанию социальных услуг, лучших практик, разработку методических материалов по социальным технологиям оказания социальных услуг населению, рекомендации и другую информацию методического характера, была получена пятой частью организаций (20 %).

Оценка уровня поддержки организации / инициативной группы проводилась по 5-ти балльной шкале, где 1 балл - незначительная поддержка, 5 баллов – значительная. Выявлено, что в целом не сложилось мнение об уровне поддержке как преимущественно значительным или значительным. Средневзвешанное значение уровня поддержки составляет 3,3 балла, то есть смещается в сторону не достаточной удовлетворенности получаемой поддержки.

Анализ взаимодействия СО НКО с органами местного самоуправления свидетельствует о доминировании партнерских отношений. Если отношения еще не сформировались, то позиция власти отражает поиск способов организации взаимодействия и налаживания отношений. При этом методы администрирования в отношении НКО («контроль и надзор») практически не проявляются (рис. 13).

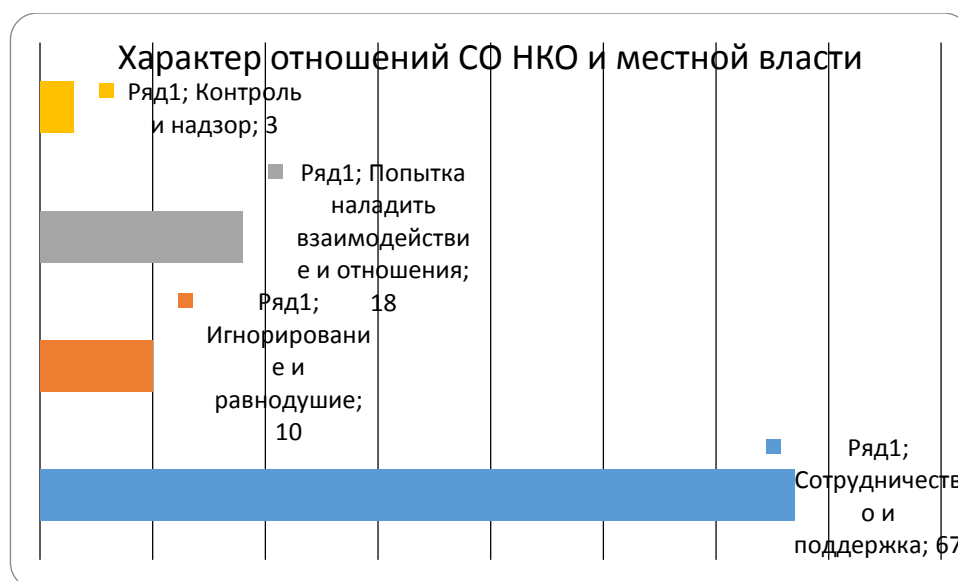


Рис. 13 - Характер отношений СО НКО с органами местного самоуправления

Вывод. В Южно-Кузбасской агломерации между НКО и органами местного самоуправления сформировались преимущественно отношения сотрудничества и поддержки (67 %), когда подавляющее большинство некоммерческих организаций (79 %) получает от власти те или иные формы поддержки и реализуют одновременно важные социальные функции для местного сообщества, в которых заинтересована власть. Такое сотрудничество выгодно обеим сторонам и населению. Вместе с тем уровень поддержки по объему и структуре не в полной мере удовлетворяет потребности СО НКО. Доминирует информационная поддержка при высокой потребности в финансовой и имущественной поддержке, призванной восполнить дефицит ресурсов развития НКО. Оценка сотрудниками НКО уровня государственной поддержки в 3,3 балла по пятибалльной шкале оценивания означает, что эффективность данного ресурса для развития НКО **недостаточная**.

2.2.3 Внешний потенциал развития: социальная активность населения

Социальная база развития НКО представлена социально активными гражданами из внешней среды, которые пополняют формируют и пополняют кадровый ресурс НКО в части лидеров, готовых взять на себя ответственность за создание и результаты деятельности НКО в решении социальных проблем местного сообщества; и добровольцев, имеющих установку в свободное время участвовать в жизни местного сообщества. Другими словами, без активного участия главной заинтересованной стороны, населения, развитие некоммерческого сектора имеет существенные социальные (кадровые) ограничители.

Респондентам был задан вопрос об оценки степени социальной активности местного населения: «Развито ли в Вашем муниципальном образовании активное участие населения в общественной жизни? Оцените по 5-балльно шкале, где 5 баллов – сильно развито, 1 балл – слабо развито». Степень социальной активности местного населения оценена как **невысокая готовность к социальному участию**. Среднее значение оценки составило 2,97 балла. Значение моды (наиболее часто встречающееся значение) – 3 балла;

медианное значение – 3 балла. По мнению респондентов, причинами этому являются, во-первых, установки на социальное исключение («Люди живут по принципу «моя хата с краю», их не волнуют проблемы других людей»), во-вторых, негативная оценка возможностей социального участия в нашей стране («Люди не верят в то, что такая деятельность может принести весомые результаты»), в-третьих, отсутствие свободного времени, текущая загруженность (табл. 3):

Таблица 3 Причина социальной пассивности населения

№	Ответы на вопрос: Каковы причины (препятствия), которые мешают людям участвовать в деятельности НКО, в гражданских инициативах?	%
1	Люди не верят в то, что такая деятельность может принести весомые результаты	49,0
2	Люди устали, им не хватает свободного времени	47,0
3	Люди живут по принципу «моя хата с краю», их не волнуют проблемы других людей	44,0
4	Люди не доверяют другим людям	20,0
5	Другое	12,0

Таким образом, значимым институциональным препятствием для развития и расширения деятельности СО НКО в Южно-Кузбасской агломерации являются массовые модели поведения, ориентированные на исключение из активного социального участия в решении коллективных проблем местного сообщества. В этом плане видятся две проблемы. Одна – гражданского просвещения и изменения социальных установок на уровне повседневной жизни, которые продолжают отражать сложившиеся традиции отчужденности человека от социума. Вторая – накопление, тиражирование и информирование широкой общественности о положительных социальных практиках социального участия в рамках деятельности НКО.

2.3 Информационная среда СО НКО

Информационная среда НКО – это среда, которая объединяет производство информации, имеющей специфически выраженное информационное содержание, материально-техническую инфраструктуру, каналы распространения и различные информационные сети связи

(внутрисекторные и межсекторные), обеспечивающие поступление информации ее потребителям (целевым группам, партнерам) и продуктивное функционирование организации.

В процессе опроса изучались основные компоненты информационной среды некоммерческих организаций:

- субъекты внешнего окружения, с которым взаимодействуют НКО, то есть субъекты внутрисекторной и межсекторной коммуникации;
- формы взаимодействия и коммуникации внутри некоммерческого сектора (внутрисекторная коммуникация);
- формы эффективной коммуникации НКО с органами власти;
- способы распространения информации о деятельности НКО в информационной среде.

Значительный резерв развития СО НКО заключается в создании и поддержании внутрисекторных и межсекторных коммуникаций (связей). Сотрудничество и объединение усилий дает возможность развивать различные формы поддержки новых проектов и более эффективно реализовать текущие проекты (рис. 14).



Рис. 14 Субъекты взаимодействия и коммуникации СО НКО

В процессе опроса выявлены основные субъекты взаимодействия и коммуникации НКО. Рейтинг субъектов взаимодействия НКО отражает интенсивность коммуникационных связей:

1) властные структуры: органы местного самоуправления, городская администрация, с которой взаимодействует практически каждая СО НКО (90%), в то же время с органами государственной власти федерального и регионального уровня взаимодействие наблюдается менее интенсивное (31%);

2) средства массовой информации (76 %);

3) инициативные группы, другие НКО (51 %)

4) частные организации, бизнес-структуры (44 %);

5) другие общественные организации, (37 %).

Выявлено, что более активно реализуются межсекторные взаимодействия и коммуникации, которые сцентрированы, в первую очередь, на отношениях с органами местного самоуправления (городской администрации). С целью выяснить представление респондентов о наиболее эффективных форм коммуникации НКО с органами власти для обсуждения и решения проблем респондентам был задан вопрос, на который были получены следующие ответы. Большинство респондентов выбрали традиционные и известные варианты коммуникации: регулярные совместные заседания и круглые столы, которые имеют в большей степени выполняют функцию обсуждения, но не решения проблем. Идея специализированного интернет-портала получила поддержку 37 % респондентов, а форма коммуникации «горячая линия», рассматривается скорее всего как не эффективная для постоянного взаимодействия (табл. 4).

Таблица 4 Способы коммуникации СО НКО с органами государственной власти и МСУ

№	Ответы на вопрос	Проценты
1	Регулярные совместные заседания	67,0
2	Круглые столы	63,0
3	Специализированный интернет-портал	37,0
4	Горячая линия	12,0
5	Другое	7,0

Внутрисекторные взаимодействия и коммуникации менее интенсивны, чем с органами государственной власти и местного самоуправления, а в некоторых аспектах и с частными организациями, бизнес-структурами (рис. 14). По результатам опроса, каждая вторая НКО сотрудничает в той или иной

форме с другими НКО или инициативными группами, а каждая третья с другими общественными организациями (рис. 14). Отмечается невысокий уровень сотрудничества и коммуникаций с Общественной палатой Кемеровской области, которая по статусу призвана обеспечить согласование общественно значимых интересов граждан, НКО, органов государственной власти и органов местного самоуправления для решения наиболее важных вопросов экономического и социального развития Кемеровской области, защиты прав и свобод граждан, развития демократических институтов. Практически отсутствуют коммуникации с общественными правозащитными организациями в целях учета потребностей и интересов граждан, защиты прав и свобод граждан Кемеровской области (рис. 14). Эти факты свидетельствуют, что в данном типе коммуникаций институциональные цели развития некоммерческого сектора представлены незначительно.

Формы внутрисекторного взаимодействия разнообразны, но доминируют две: совместная организация мероприятий, взаимное информирование и информационное сотрудничество. Популярными для трети СО НКО являются взаимные консультации. Остальные формы сотрудничества имеют невысокий показатель востребованности (рис.15). Формы сотрудничества отражают преимущественно ситуационный характер сотрудничества НКО, обусловленный персонифицированными связями и потребностями текущей деятельности, ограниченными задачами отдельной организации. Формы сотрудничества системного значения в контексте поддержки и развития некоммерческого сектора как институционального комплекса являются маловостребованными: создание объединенных рабочих групп, совместное обращение в органы государственной власти, совместное обращение в СМИ. По существу, в деятельности НКО еще слабо представлен общий институциональный интерес и его защита.

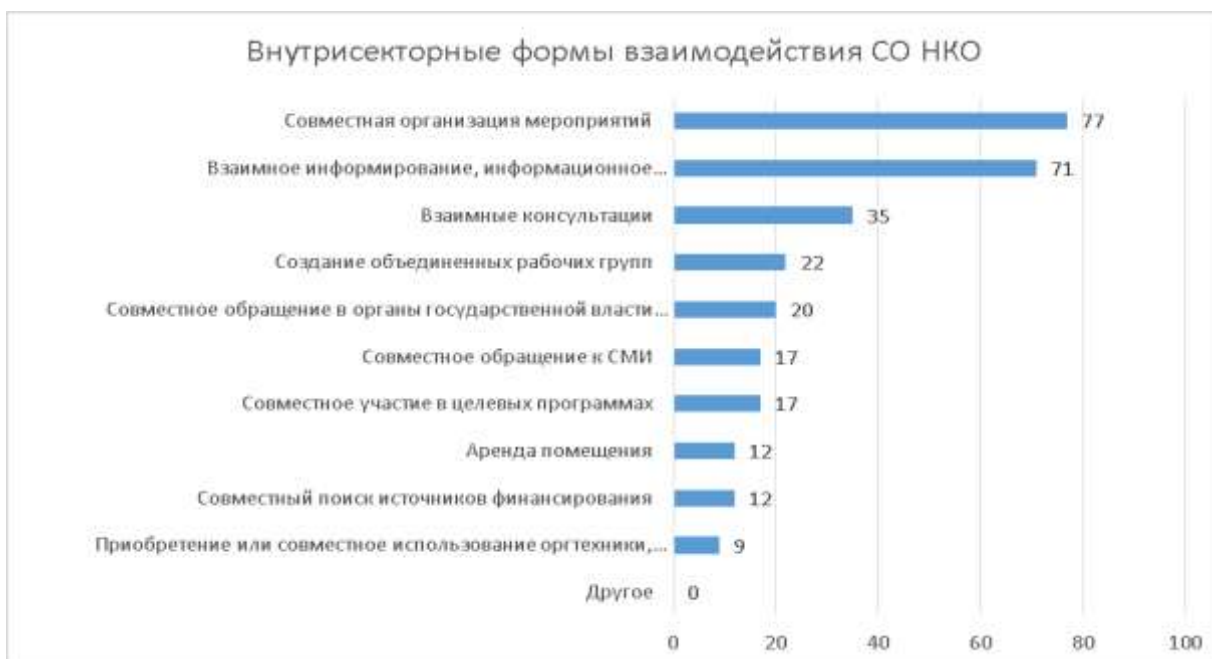


Рис.15 Внутрисекторные формы взаимодействия СО НКО

По результатам опроса, СО НКО используют различные каналы (способы) коммуникации (рис. 16) с внешней средой и потребителями социальных услуг, которые условно можно разделить на три группы:

- активно используемый коммуникационный канал (более 67% выборов);
- используемый в средней степени (от 34% до 66% выборов);
- малоиспользуемый (менее 33% выборов).



Рис. 16 Источники (каналы) информации о деятельности СО НКО

Рейтинг информационных каналов отражает коммуникационную специфику НКО. Основными и активно используемыми каналами являются два малобюджетных канала, имеющих неформальный характер: распространение информации среди друзей, знакомых (81 %) и страница, сообщество организации в социальных сетях (68 %).

СМИ как формальный и традиционный канал коммуникации в информационном пространстве НКО используются достаточно часто: сюжеты на местных радио и ТВ-каналах (58 %); публикация в местных печатных СМИ (56 %). Скорее всего, информация в СМИ в силу ее высокой стоимости размещается на бесплатной основе как социально значимая или как спонсорская помощь.

Сайт, как информационный и целевой канал связи, используется половиной организаций.

Одним из преимуществ коммуникационных методов в НКО является возможность привлечения волонтеров. Публичные акции, распространение информации среди добровольцев используют 42 % и 41 % организаций соответственно.

Остальные каналы коммуникации имеют менее 30% выборов и относятся к категории малоиспользуемых. С целью расширения информационного присутствия при ограниченных ресурсах (создание и поддержка работы сайта) 25 % организаций распространяют информацию через сторонние интернет-ресурсы. Листовки, плакаты, объявления в общественных местах (29 %), информационные мероприятия (собрания) для всех желающих (21 %) в маркетинге оцениваются как не самые эффективные способы распространения информации. Тем не менее, они дают возможность присутствовать в информационном пространстве.

Вывод по разделу. Информационная среда НКО Южно-Кузбасской агломерации «мозаична» и системно не выстроена под цели повышения эффективной деятельности СО НКО и развития некоммерческого сектора в целом. Результаты опроса показали, что исследуемые компоненты информационной среды характеризуются внутренней противоречивостью.

1) НКО активно реализуют коммуникационные связи с внешней средой в рамках межсекторного и внутрисекторного взаимодействия. В то же время наиболее интенсивным является межсекторное взаимодействие и коммуникации, которые сфокусированы на отношениях с органами местного самоуправления (городской администрации). В отношениях с властью в решении проблем НКО ориентированы на традиционные формы коммуникации (регулярные совместные заседания и круглые столы), которые не относятся к эффективным институциональным механизмам взаимодействия власти и некоммерческого сектора.

2) Внутрисекторное сотрудничество СО НКО реализуют в различных формах. Приоритетные формы взаимодействия отражают преимущественно его ситуационный характер, обусловленный персонифицированными связями и потребностями текущей деятельности в рамках задач отдельной организации. Формы сотрудничества системного значения в контексте поддержки и развития некоммерческого сектора как институционального комплекса являются маловостребованными. По существу, в деятельности НКО еще слабо представлен общий институциональный интерес и его защита.

Вместе с тем, внутрисекторные связи повышают потенциал развития СО НКО и могут помочь в решении проблем ресурсной обеспеченности организации. Учитывая, что у большинства НКО наблюдается дефицит материально-технических ресурсов (помещения, офисной техники и пр.), поиск институциональных форм внутрисекторной кооперации может стать эффективным способом улучшения ресурсной обеспеченности. В этом плане возможности внутрисекторного сотрудничества используются недостаточно.

3) Отмечается стремление исследуемых СО НКО широко присутствовать в информационном пространстве посредством использования различных коммуникационных каналов. Выявлены следующие особенности распространения информации НКО, которые снижают эффективность коммуникационной (информационной) деятельности.

Во-первых, построение тесных взаимоотношений с аудиторией через технологии личных контактов: распространение информации среди друзей,

знакомых, распространение информации среди добровольцев, адресная работа в целевых аудиториях, информационные мероприятия (собрания) для всех желающих. Безусловно, персонализация коммуникаций повышает к ним доверие, но не обеспечивает массовости и не всегда попадает в целевую группу.

Во-вторых, достаточно широкое использование Интернет-технологий: объявления на интернет-сайте организации, страница, сообщество организации в социальных сетях, распространение информации через сторонние интернет-ресурсы. Это расширяет доступ к потенциальным целевым группам, усиливает оперативность и доступность информации, создает дополнительные возможности привлечения добровольцев и взаимодействия с местным сообществом в целом. В то время Интернет-технологии используются на самом базовом уровне, а ограниченность ресурсов создает барьеры для качественного контента в социальных сетях и на сайте (если он есть), что может создать коммуникационные барьеры для продвижения деятельности НКО.

В-третьих, при организации и проведении коммуникационных кампаний достаточно активно используются СМИ, являющиеся, скорее всего, спонсорами. Но остается неясным вопрос об эффективности коммуникации, то есть насколько СМИ соответствуют целевым сегментам НКО.

Таким, коммуникационная (информационная) деятельность требует комплексного подхода, обеспечивающего результативность информационной среды и коммуникационной стратегии НКО. Интернет представляет общую площадку для взаимодействия НКО, государства и общества. В этой связи создание информационного портала в сети Интернет для НКО следует рассматривать как направление государственной поддержки в совершенствовании системы информационного обеспечения деятельности СО НКО, повышении информированности и уровня доверия населения к СО НКО, повышении эффективности деятельности СО НКО в целом.

Под информационным порталом понимается информационная система, объединяющая и представляющая в сети Интернет общественно значимую информацию о реализации государственной (муниципальной) политики в сфере поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и

результатах их деятельности. На сайте информация размещается в открытом доступе, бесплатно. Здесь публикуются нормативные документы о формах, видах, условиях и порядке предоставления поддержки СО НКО; о реализации государственных программ поддержки СО НКО; о целях, ходе и результатах общественно значимых (социальных) программ СО НКО, на реализацию которых предоставлены субсидии и пр. Также создание Интернет портала предоставляет СО НКО возможность публиковать информацию о своих проектах (деятельности), анонсы мероприятий, приглашения (обращения) целевым группам, пресс-релизы и другую информацию. Продвижение информационного портала среди общественности субъекта РФ (муниципального образования) входит в зону ответственности органов государственной власти (местного самоуправления). На информационном портале должна быть предусмотрена возможность обратной связи с местным сообществом. Адрес информационного портала либо ссылку на него целесообразно размещать для всеобщего сведения на официальном сайте субъекта РФ или муниципального образования.

2.4 Основные проблемы и пути развития СО НКО Южно-Кузбасской агломерации (по результатам самооценки)

Респондентам было предложено ответить на открытые вопросы, которые были направлены на понимание проблем в деятельности исследуемых СО НКО и предлагаемых решений развития организации. В результате опроса выявлено две основные взаимосвязанные группы проблем. В качестве примера приводятся ответы на открытый вопрос из интервью респондентов:

Внутренние проблемы развития, которые связаны с недостаточной ресурсной обеспеченностью деятельности СО НКО.

1. Дефицит финансовых ресурсов как системообразующая проблема СО НКО. Подавляющее количество респондентов отмечали именно недостаток финансирования. «Нет финансирования, даже минимального». «Недостаток финансирования текущей деятельности». «Не хватает финансирования» и т.д.

2. Дефицит материально-технических ресурсов другая важная проблема большинства организаций, связанная с финансовыми ресурсами. Речь идет об отсутствии или недостатке площадей, а также оборудования для деятельности. «Или нет помещения, или не хватает средств, а чаще и то, и другое». «Недостаток материальных и финансовых средств». «Недостаточно средств для полного оснащения спортивного зала для всех категорий граждан». «Отсутствие производственных мастерских». «Отсутствие помещений, отсутствие льгот по оплате аренды и коммунальных платежей». «Оборудование» и т.д.

3. Кадровые проблемы, обусловленные различными факторами, где доминирующим являются финансовые возможности организации. «Низкая мотивация участников проектов, которых привлекают к работе». «Отсутствие специалистов». «1-2 человека активные». «Нет возможности привлекать сотрудников на постоянной основе из-за недостаточности финансирования». «Руководителям организаций нужно еще где-то зарабатывать деньги, чтобы прокормить семью. Нет возможности 100% отдать себя работе организации». «Нехватка квалифицированных кадров».

Внешние проблемы развития, которые отражают барьеры деятельности и развития СО НКО во внешней среде.

1. Недостаточная поддержка СО НКО со стороны органов государственной власти и местного самоуправления - наиболее часто упоминаемая проблема. «Отсутствие поддержки со стороны города». «Власть не заинтересована в развитии НКО на своей территории». «Нет связи с администрацией». «Недостаточная поддержка и понимание органов муниципальной власти». «Нет достаточной поддержки: финансовой, материально-технической, информационной». «Нет помощи властей».

2. Недостаточная поддержка деятельности СО НКО со стороны населения и бизнес-структур, социальная пассивность в решении проблем местного сообщества. «Отсутствие желания и возможности вкладывать личное время и средства у целевой аудитории». «Недостаточный уровень активности населения, общественности, отдельных представителей власти и бизнеса в

реализации задач, поставленных перед НКО». «Низкая инициативность граждан». «Малое количество благотворителей». «Нехватка спонсоров». «Малая вовлеченность населения, малая информированность населения о работе НКО».

3. Проблемы информационной среды, связанные с коммуникациями заинтересованных сторон и продвижением СО НКО. «Город, жители не знают о деятельности НКО». «Разрозненность, отсутствие реальной информации о деятельности разных организационных структур. Отсутствие либо слабые взаимодействия друг с другом». «Низкий уровень заинтересованности и информированности жителей». «Между различными НКО нет связи (разобщение)». «Межведомственная разобщённость. Недостаточное знание ФЗ, ОЗ, опыта других территорий». «Недостаточно информации о потенциальных пользователях (получателях) услуг». «Отсутствие полной информации о конкурсах и грантах, проводимых в стране». «Недостаток информационной поддержки со стороны телевиденья и интернет ресурсов». «...не коммуницируют между собой разрозненные. Нет единой информационной платформы для популяризации деятельности».

На вопрос: «Что важно для развития Вашего НКО / общественной организации?» респондентами были даны ответы, которые можно разделить на три группы:

1) общие, не содержательные ответы: «развиваться дальше», «понимание значимости осуществляемой деятельности», «сами люди», «быть полезным обществу», «востребованность» и пр.;

2) ответы, в которых зеркально отражается проблема: «финансовая поддержка», «материальная поддержка, изменение отношения в обществе», «участие граждан, волонтеров, наличие штатных сотрудников», «внимание средств массовой информации (без денег никто и слова не скажет)», «финансирование и наличие квалифицированных кадров» и пр.

3) ответы, в которых есть конкретные предложения развития некоммерческого сектора (меньшинство ответов): создание многофункционального оборудованного помещения для НКО; обучение по

написанию грантов; проведение грантовых конкурсов на муниципальном уровне; организация дополнительного обучения для сотрудников НКО, создание информационной платформы для популяризации деятельности НКО.

ЧАСТЬ 3. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭКСПЕРТНОГО ОПРОСА - ЛИДЕРОВ СО НКО И ИНИЦИАТИВНЫХ ГРУПП ГРАЖДАН

Раздел 1. СО НКО как субъект социального обслуживания населения: основные характеристики и проблемы развития

3. 1.1. Основные характеристики и виды деятельности экспертных некоммерческих организаций

Организационно-правовая форма. *Автономные некоммерческие организации (АНО)*, как объединения, которые не имеют членства и образованы путем добровольных имущественных взносов для предоставления услуг в социальной сфере (ст.10 ФЗ от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» в ред. от 02.12 2019 г.). Другими словами, основная задача АНО – оказание общественных и социальных услуг. Учредителями АНО могут быть граждане и (или) юридические лица. Деятельность АНО не предусматривает получение прибыли и распределение полученной прибыли между участниками. При этом преимущество автономной организации в наличии права на оказание возмездных услуг.

Согласно п. 2 ст. 10 ФЗ от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях", АНО вправе осуществлять предпринимательскую деятельность, соответствующую целям, для достижения которых организация создана. АНО могут финансироваться за счет добровольных пожертвований, благотворительных взносов и иных источников. АНО – юридическое лицо. Спектр деятельности АНО достаточно широк: образование; здравоохранение; спорт; физическая культура и иные сферы общественной жизни. Всего в опросе участвовало *тринадцать автономных некоммерческих организаций*. Основными учредителями выступают физические лица.

Общественные организации, в число которых входят общественные движения, общественные самоуправления по территориальному принципу. Это добровольные объединения, сформированные инициативными гражданами, характеризующиеся наличием системы самоуправления, некоммерческими целями деятельности. Содержательно цели деятельности общественных организаций сфокусированы на реализацию интересов, которые провозглашены

Уставом сообщества и зависят от типа организации. Речь идет о реализации религиозных, культурных прав граждан; образовательной и просветительской деятельности; развитии системы местного самоуправления; развитии искусства, литературы, национальной культуры и пр.

Всего в опросе участвовало *28 общественных организации*, из них:

- территориальное общественное самоуправление представляли *две организации*;
- региональные и местные общественные объединения всероссийских организаций, которые создаются для осуществления уставных задач – *десять организаций*: общества слепых, организации ветеранов (пенсионеров) войны, труда вооруженных сил и правоохранительных органов; союза художников России, союза ветеранов Афганистана, союза Чернобыля, родителей детей инвалидов и инвалидов старше 18 лет с ментальными и иными нарушениями, национальных (татарских) общественных организаций и др.;
- *шестнадцать организаций*, созданных для решения специфических социальных проблем и воплощения какой-либо общей идеи или общего интереса: объединения родителей, имеющих детей инвалидов, помощь людям с инвалидностью, пожилым людям, бездомным, паллиативная помощь, организация совместного досуга (литературный, туристический клубы и др.); помощь животным, сохранение культурно-исторического наследия народов России, защита интересов женщин и пр.

Фонды. Фондом признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов и преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели (ст.10 ФЗ от 12 января 1996 г. N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях" в ред. от 02.12 2019 г.). В опросе принимали участие *два благотворительных фонда*.

Инициативные граждане вне организационно–правовых форм социального участия – *три человека*.

Таким образом, в большинстве экспертные организации относятся к общественным организациям.

3.1.2. Общие сведения о деятельности экспертных некоммерческих организаций

Срок работы некоммерческих организаций в социальной сфере.

Срок существования организации индицирует, с одной стороны, востребованность предоставляемых социальных услуг населению, с другой – уровень мотивации на социально-ориентированную деятельность самих сотрудников и руководителей организаций, а также лидеров инициативных групп. Кроме того, на основании данных о времени регистрации организаций можно выявить периоды активного развития некоммерческого сектора. В этой связи можно выделить две группы экспертных организаций и периоды активного вхождения в социальную сферу некоммерческих организаций:

1. В стадии становления до 3 лет работы включительно – семь организаций.

2. В стадии относительно устойчивого функционирования и развития со сроком работы более трех лет – тридцать девять организаций. Из них работающих более 10 лет – *восемнадцать организаций.*

3. В 2000 – 2005 гг. начали свою деятельность 12 экспертных организаций; в 2006-2011 гг. – 15 организаций; 2012-2017 гг. – 12 организаций; 2018-2019 гг. – *7 организаций.*

Таким образом, автономные некоммерческие, общественные организации и благотворительные фонды Южно-Кузбасской агломерации относительно устойчиво работают в социальной сфере и имеют практически равную динамику пополнения некоммерческого сектора по пятилетним периодам. При этом можно ожидать рост численности регистрируемых организаций до конца текущего пятилетнего периода.

Виды предоставляемых социальных услуг. Блок вопросов интервью с экспертами был направлен на обсуждение видов деятельности и предоставляемых услуг экспертных организаций. По результатам интервью спектр деятельности организаций достаточно широкий и включает в себя

следующие виды деятельности и социальные услуги (общее количество предоставляемых услуг в сумме больше общего числа экспертов, так как одна организация может оказывать несколько видов услуг):

– сохранение культурно-исторического наследия народов, проживающих в РФ: *шесть организаций;*

– благотворительная деятельность, спонсорство в различных формах: *шестнадцать организаций;*

– социальная деятельность в поддержку женщин, материнства, помощь семьям с детьми, попавшими в трудную ситуацию: *четыре организации;*

– социально-бытовые, призванные обеспечить нормальные бытовые условия (доставка продуктов питания, промышленных товаров, помощь в приготовлении пищи; ремонт и уборка жилых помещений лиц с ОВЗ, пожилых людей и пр.): *три организации;*

— социально-медицинские, направленные на сохранение здоровья граждан, оказание содействия в проведении оздоровительных мероприятий: *четыре организации;*

– социально-психологические услуги (оказание помощи в коррекции психологического состояния человека; консультирование): *две организации;*

– социально-педагогические, направленные на формирование у граждан позитивных интересов; организацию досуга: *десять организаций;*

– социально-реабилитационные мероприятия, в том числе для инвалидов и детей-инвалидов: *одиннадцать организаций;*

– спортивная деятельность и пеший туризм (организация соревнований, проведение спортивных занятий, турпоходов и пр.): *четыре организации;*

– образование детей и взрослых, в том числе консультационно-консалтинговые услуги: *восемь организаций;*

– социальная защита и поддержка различных категорий граждан, защита прав, юридическая помощь: *семь организаций;*

– инициирование общественных инициатив: *пять организаций.*

Наряду с государственными, муниципальными учреждениями некоммерческие и общественные организации активно включаются в

социальное обслуживание населения и занимаются различными формами благотворительности и спонсорством. В отличие от государственных структур некоммерческие и общественные организации проявляют большую адресность и индивидуальность оказываемой помощи, оперативность в реагировании на проблему, применяют разнообразные социальные технологии и предоставляют преимущественно индивидуализированные услуги, которые в полном масштабе не могут быть реализованы государственными и муниципальными структурами в силу формализации деятельности, ограниченности ресурсов, а часто незаинтересованности сотрудников в работе. Подтверждением этого служат экспертные интервью.

Социальная защита и поддержка граждан. Очень важно знать матерям, человеку в любой ситуации, куда можно пойти. И везде своя ситуация, она индивидуальна (женщина, лидер инициативной группы общественного движения, социальная помощь в трудной ситуации).

Мы работаем с такими пациентами, от которых у нас в России отказываются работать. Я сама с такими столкнулась. Вот этот парень, о котором я говорила, бабушки, дедушки, которые не могут двигаться. У нас все-таки это грубая служба и некачественная, неуважительная, нет в ней человечности. И это то, что мне нравится. Это моя страсть. Я готова бесплатно работать (женщина, активист общественного движения, инвалиды, престарелые).

Но не всегда власть предлагает то, что нам фактически надо. Те проблемы, которые они видят в нас, в наших детях – это зачастую, верхушка айсберга. Мы – в теме, знаем, что сегодня надо (женщина, председатель общественной организации, инвалиды).

Наиболее массовое направление в работе экспертных организаций – социально-реабилитационные мероприятия для лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов и детей-инвалидов. Это объясняется тем, что существует актуальная потребность в обеспечении эффективной адресной социальной помощи и поддержки, которая не предоставляется специализированными структурами.

У нас, к сожалению, огромный пробел в центре реабилитации... А по большому счету очень печальная ситуация, ив школах, и везде...То ли это специалисты работать не хотят, потому что они привыкли так и не хотят ничего менять. Я видела, как они там, в администрации, отчитываются просто - всё на пятерку (женщина, учредитель общественной организации, инвалиды).

Мы объединились с родителями детей с ДЦП. А потом к нам стали присоединяться родители детей с аутизмом, с другими болезнями, которые в городе не так распространены (женщина, учредитель общественной организации, инвалиды).

Нам надо инклюзию в обществе делать. Очень долго у нас сегрегация была. Нужна большая работа перестраивать общество (женщина, председатель общественной организации, инвалиды).

Основные направления деятельности экспертных организаций определяют категории населения (целевые группы), с которыми они преимущественно работают: малообеспеченные и многодетные семьи, лица, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации, молодежь, дети, инвалиды, лица пожилого возраста, лица с ОВЗ.

В зависимости от специфики деятельности экспертных организаций их целевые группы также широко представлены другими категориями граждан. Это – представители творческих профессий (художники), любители литературы, искусства, танцев, различных видов спорта (лыжи, бокс, восточные единоборства); представители национальных диаспор на территории региона и малых коренных народов; предприниматели и специалисты, нуждающиеся в повышении квалификации и саморазвитии, любители домашних животных, участники боевых действий, техногенных катастроф и др.

Помимо реализуемых услуг значительная часть экспертных организаций (почти половина) оказывают различную спонсорскую помощь или занимаются благотворительностью. Позицию данных организаций можно выразить словами одного эксперта: «Мы часто выступаем спонсорами мероприятий. У людей часто нет денег на подарки, на грамоты. Мы радостно делимся этим всем»

(женщина, управляющий делами общественной организацией, социальная защита, инвалиды, ветераны боевых действий, благотворительность).

Таким образом, в своей деятельности экспертные организации представляют широкий спектр потребностей и интересов населения Южно-Кузбасской агломерации. Эффективности их деятельности зависит от ресурсной базы развития, а также специфики институализации различных форм партнерства с органами государственной власти и другими некоммерческими организациями в реализации социальных услуг.

3.1.3. Внутренняя среда развития некоммерческих организаций в экспертной оценке

Анализ внутренней среды развития позволяет оценить ресурсную базу некоммерческих организаций, выявить проблемы и препятствия в эффективном использовании потенциала третьего сектора в социальной сфере. В ходе опроса экспертам было предложено оценить степень развитости материальных, кадровых, коммуникационных ресурсов организации по 10-балльной шкале. Количественная оценка была дана частью экспертов. Так, материальные ресурсы в баллах оценили 14 человек, кадровые – 14 человек, коммуникационные – 10 человек. В этой связи анализ экспертной оценки осуществляется без использования обобщенных количественных показателей.

Материально-технические и финансовые ресурсы. Для осуществления уставной деятельности у некоммерческой организации должен быть определенный набор экономических ресурсов: наличие финансовых активов и материально-технических ресурсов. Последние включают помещения, оборудование, транспортные средства, земельные участки и пр. Само имущество является экономической основой некоммерческой организации, а его состав определяется целями и задачами деятельности организации. Поэтому у НКО могут быть разные потребности в помещении.

Организации, осуществляющие деятельность без обязательных требований к наличию помещения. Среди экспертных такая одна организация. *Поскольку мы очень мобильны, мы можем размещаться в любом месте. У нас какой-то такой материально-технической помехи нет и обычно с теми, с кем*

мы сотрудничаем мы можем совместно пользоваться какой-то орг. техникой (женщина, директор АНО, консалтинг, тренинги, обучение).

Есть организации, решающие проблему помещения за счет партнерских отношений.

Помещение нам сейчас сильно не надо...Да, нам некоторые организации идут на встречу: бесплатно разрешают проводить собрания, встречи. Вот мы так и живем. На их территории. За это у нас нет платы (женщина, председатель общественной организации, инвалиды).

Схожая ситуация у другого эксперта. На вопрос: «Есть ли у вас свое помещение?» ответил: «Нет. Собраться, что-то обсудить - можно и в других организациях. Нас все знают» (мужчина, лидер общественного движения, национальная культура).

Выделяется группа АНО (2 организации), которые работают на площадях государственных и муниципальных учреждений соответствующего профиля с использованием соответствующего оборудования (партнеров). Их учредителями выступают сотрудники соответствующих бюджетных организаций. На вопрос, есть ли помещение и необходимость дополнительно снимать помещение для проведения мероприятий, экспертом был дан однозначный ответ: «Нет, есть партнеры» (женщина, директор АНО, образование, социальное проектирование).

В рамках партнерства приобретенное по гранту АНО оборудование передается организации - партнеру.

Здесь вопрос о партнерстве. Поэтому мы имущество передаем в «Орион». Поэтому заканчивается грант, и мы передаем (женщина, директор АНО, образование, социальное проектирование).

Таким образом, для большинства опрошенных экспертов для ведения уставной деятельности стоит проблема поиска и содержания помещения. *Вопрос, знаете, как стоит. Для нас, думаю для многих организаций, это – помещение. Где размещаться, где находиться (женщина, директор АНО, консалтинг, образование).*

Мне кажется, самая главная проблема деятельности НКО – это наличие своего места, то есть там, где ты можешь свободно собираться, общаться, чтобы это была не чья-то квартира, а именно место, которое предназначено для некоммерческой организации. Здесь если к этой проблеме отнестись...а так конечно все ищут ресурсы, партнеров, кадры, все ищут интересные идеи, и это постоянный такой запрос (женщина, директор АНО, наука, техника).

Используется помещений, как правило, на условиях аренды, оплата которой для многих организаций сложная финансовая проблема.

Аренда дорогая. Очень дорогая... И если ты - образовательная организация, которая создает долгосрочный эффект, то я считаю, что со стороны... допустим...должны быть льготы по аренде. Потому что некоммерческая организация... у неё нет прибыли, нет возможности инвестировать в развитие, поэтому у тебя такая аренда, она у тебя поглощает столько... это такая сумма в долях затрат (женщина, директор АНО, образование).

Я сейчас так задыхаюсь финансово. Как сюда заехала. У меня раньше прибыль была с клиентов в других местах. А сейчас одни ушли, другие переехали... Спад ужасный. Никогда такого не было. Я реально думала – срезать зеркала и куда-нибудь ехать.., не окупаюсь (женщина, руководитель общественной организации, танцы).

Проблема помещения и аренды решается разными способами экспертными организациями.

1. Передача помещений в безвозмездное пользование за счет средств местного бюджета (6 организаций с разными условиями пользования). Первый вариант – все затраты, включая по содержанию помещений несет местный бюджет (3 организации). Как правило, это – местные представительства общероссийских общественных организаций.

Помещение, телефон, интернет полностью оплачивает местный бюджет» (женщина, председатель общественной организации, ветераны).

Помещение только наше. Раньше мы за него еще платили. А потом глава города поменялся. Еще областной совет на него надавил: что это такое? Они

еще должны искать деньги на аренду чтобы платить? (женщина, председатель общественной организации, ветераны).

Да, это все предоставлено муниципалитетом. Здесь работаем, ничего за это не платим. Единственно, что есть такая система клубных формирований, мы эти формирования ведем (мужчина, председатель общественной организации, художники).

Второй вариант – помещение безвозмездно выделяет арендодатель (3 организации).

У нас безвозмездное пользование... Там теплица бывшая, переделали ее в боксерский зал, вот. Финансирование, отопление - все на нас лежит, коммунальные услуги, то есть содержание этого помещения, то есть все, все. За счет своих, членских взносов нет, сотрудничаем с ребятами сами (мужчина, директор АНО, спорт).

У нас постоянное помещение, они нас берут на свой баланс после ремонта. Мы там уже 5 лет... ДК Ленина нас поддерживают: помещение для концерта – пожалуйста, для каких-то сборов – пожалуйста. Всё они предоставляют (женщина, председатель общественной организации, литературное творчество).

2. Безвозмездное предоставление помещения или на льготных условиях для проведения отдельных мероприятий. Особую имущественную поддержку имеют региональные и местные представительства всероссийских общественных организаций (общество слепых, ветеранские организации и пр.).
Да. В городском совете заседают депутаты, принимают бюджет, там есть строчка – на Совет ветеранов. Я каждый понедельник к зам.главе города по социальным вопросам хожу на совещание. Там горно сидит, здравоохранение. Все первые руководители и я с ними (женщина, председатель общественной организации, ветераны).

Вот недавно проводили мероприятие «Этот день мы приближали как могли». Было с труженниками тыла. Мы были во дворце творчества имени Ю.Гагарина. Мы пригласили 250 человек. 10 было труженников тыла (женщина, председатель общественной организации, ветераны).

3. Собственные средств и смешанные источники оплаты (основная часть организаций). При недостатке средств организация имеет дефицит площадей. *Мы арендуем у школы. Недостаточно. Очень нам не хватает (мужчина, руководитель АНО, спорт).*

Поиск спонсорских средств превращается в важное направление деятельности организации.

Есть люди, которые выросли из клуба, поднялись и помогают. В частности, за аренду помещения платит (мужчина, руководитель общественной организации, туризм).

Без ущерба уставной деятельности самостоятельно проблемы аренды решают отдельные: финансово состоятельные организации.

Да, арендуем. Это Росимущество, федеральная собственность. Мы платим за все (женщина, управляющий делами общественной организацией, социальная защита, инвалиды, ветераны боевых действий, благотворительность).

За небольшим исключением организации также испытывают дефицит таких материально-технических ресурсов как оборудование, транспортные средства, земельные участки и пр. Типичный ответ эксперта на вопрос об оснащении организации оборудованием: *«Оборудование... Ну конечно нам хотелось бы» (женщина, председатель совета клуба общественной организации, выставки, кинолог).*

А дальше идут конкретные ответы, какого оборудования не хватает, какими способами организация пытается решить данную проблему. Поиск и привлечение средств на материально-техническую обеспеченность также становится необходимым направлением деятельности некоммерческих организации.

Материальную обеспеченность как достаточную оценивают преимущественно организации, имеющие постоянную спонсорскую помощь или активно развивающие свою деятельность.

Оборудования достаточно. Не будем лукавить: у нас цветной принтер, кого надо поздравить. Сами открытки делаем красочные (женщина, председатель общественной организации, ветеранская).

Достаточно развиты материальные ресурсы. Деятельность НКО активная. Участие в конкурсах, программах тоже активное. Собственно поэтому и нажили себе материальных ресурсов для того, чтобы много всего делать, поэтому для нас это девять, наверное (женщина, директор АНО, научная, техническая).

Финансовые ресурсы, то есть денежные средства, имеющиеся в распоряжении организации, имеют целевой характер и могут быть использованы только на цели, предусмотренные ее учредительными документами. На сегодняшний день законодательство РФ предусматривает достаточно большой выбор форм и источников поступлений для некоммерческих организаций (как юридических лиц):

- членские и иные имущественные взносы членов организации;
- регулярные и единовременные поступления от учредителей;
- добровольные взносы и пожертвования от физических и юридических лиц (спонсорство, благотворительность);
- доходы от деятельности организации в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации;
- целевое финансирование в форме грантов
- государственный и муниципальный контракты на конкурсной основе и др.

По результатам опроса, экспертные организации в зависимости от структуры источников поступлений денежных средств для уставной деятельности разделены на следующие группы.

Первая группа – организации, оказывающие социальные услуги для населения на бесплатной основе (11 организаций). Небольшая часть этих организаций является получателем муниципальных, государственных контрактов и сертификатов дополнительного образования, обеспечивает в определенной мере стабильность существования.

Мы взаимодействуем с властью, с городской и областной... Взаимодействуем, когда субсидируют наши работы. Например, департамент культуры субсидирует наши выставки... Сейчас планируется проект, где нам оформят как бюджетное задание (мужчина, председатель общественной организации, художники).

Часть детей относится к дому творчества № 5, который у них на районе. Через них сертификаты мы получили, то есть у детей есть эти сертификаты (мужчина, директор АНО, спорт).

Для большинства организаций, предоставляющих бесплатные услуги, основные источники финансирования – гранты, пожертвования (фондов, включая благотворительные, спонсоров, членские взносы, если они предусмотрены).

Материально-технические ресурсы... по большому счёту, все организовано одним человеком – это наш генеральный спонсор. Есть ещё ряд ребят, которые помогают. Родители тоже вносят какие-то... по мелочи, можно сказать. Есть люди, которые посерьёзнее. Например, человек нам выдал топливо на целый год, большое спасибо ему. Ну так тоже есть люди, по мелочи помогают (мужчина, директор АНО, спорт).

В этой группе выделяются, во-первых, финансово устойчивые (меньшинство) организации, во-вторых, организации с высокими рисками прекращения деятельности из-за недостаточности средств. К финансово устойчивым относятся АНО – партнеры государственных и муниципальных учреждений соответствующего профиля. По оценке эксперта, доля грантовых поступлений не менее 97 %, остальное - благотворительные пожертвования.

Услуги – бесплатно. Нет никаких платных услуг. Только за счёт грантовых средств. Пожертвования могут быть от юридических лиц (ЕВРАЗ, РУСАЛ) на развитие каких-то наших направлений, о которых они уже знают. Ну поддержка какого-то проекта, который закончился, но ЕВРАЗ хочет продолжить это направление. То есть другие источники привлечений ресурсов мы не применяем (женщина, директор АНО, образование, социальное проектирование).

Организации с высокими финансовыми рисками составляют большинство. «Пытались подавать на гранты, но ничего не вышло. Организация давала автобус для проезда. Сибшахтострой нам выделял под большую нашу поездку. Туда увозил и обратно до Усть-Кабырзы. «10 канал», когда мы уезжали на Кавказ, майки со своими эмблемами давал. На этом всё (мужчина, председатель общественной организации, туризм).

Вторая группа – организации, оказывающие социальные услуги для населения на бесплатной и платной основе (12 организаций). Источники доходов этих организаций связаны не только с пожертвованиями, грантовыми средствами, средствами учредителей, но и доходами от коммерческой деятельности. Из этой группы незначительное количество организаций осуществляют деятельность исключительно на коммерческой основе (3 организации): образовательные, социально-психологические и спортивные услуги. В этих организациях четко прописаны потребительские качества и разработан стандарт оказания услуги.

Ну вот если смотреть наши услуги, получается 5 тыс. руб. за человека. За допустим 10-ти часовой семинар-тренинг. Результат деятельности нашей организации, если по 10-ти балльной шкале, то 10! У нас очень качественные услуги (женщина, директор АНО, образование).

Третья группа – организации, которые осуществляют деятельность, связанную с реализацией интересов ее членов. Это – региональные и местные отделения всероссийских общественных организаций; организации, представляющие интересы людей с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов, в том числе детей инвалидов; организации, объединяющие людей по интересам. Как правило, региональные и местные отделения ветеранских и других всероссийских общественных организаций имеют финансирование головной организации и спонсорские пожертвования, а также грантовые поступления.

Раньше были средства у администрации города, и они нам выдавали путевки в наш санаторий Прокопьевский. Мы за счет спонсоров живем. Что-

то где-то у кого-то выпросим (женщина, председатель общественной организации, ветераны).

Помещение, телефон, интернет полностью оплачивает местный бюджет. Зарплату получаем от КОО ВОС. Город при необходимости предоставляет транспорт (женщина, председатель общественной организации, инвалиды по зрению).

В то же время в сложном финансовом положении находятся организации детей-инвалидов. Здесь главным спонсором выступают сами родители.

Финансовых ресурсов тоже нету. На разовые акции – кто-то благотворительно или сами сбросились. 50 рублей у нас членские взносы с родителей. Это на то, чтобы просто оплачивать отчеты, потому что отчеты надо сдавать. К сожалению, самая такая у нас НКО, где должен быть председатель. А если я буду председатель, то я лишусь всех пособий по уходу за ребенком. И это бред. Мой муж, он выручает. А как нам найти среди родителей того, кто откажется от всех выплат, чтобы отчеты вести? Даже писать гранты у меня мотивации нет. Вот я писала грант, волонтерский грант, на 50 тысяч, на который я пахала все время, писала эти отчеты. Я даже не могла себе вознаграждение поставить, даже по договору гражданско-правовому, ничего (женщина, учредитель общественной организации, инвалиды).

Вы знаете, что очень печально, что нет специальных программ, которые для инвалидов 18+. Очень много направлено на детей, на подростков, но нет 18+. Вот это для меня больная тема, потому что школа закончилась и все. И вот этого момента они сидят дома, у них нет ощущения, что мы куда-то идем, что мы чему-то учимся, и что нужно чего-то хотеть дальше. Может быть это и есть, то что материальных ресурсов не хватает, для того чтобы обучить что-то, чтобы было доступное помещение, чтобы приехать (женщина, активист, эксперт).

Таким образом, основные источники формирования доходов экспертных организаций это – целевые поступления в денежной и натуральной формах и доходы от коммерческой деятельности. В структуре доходов доминируют

целевые поступления. По оценке экспертов, основными источниками доходов, формирующих бюджет организации, являются пожертвования частных и юридических лиц, личные средства, гранты и членские взносы, а также финансирование из местного бюджета. Подобная структура доходов создает высокие финансовые риски, а неумение руководителя работать в рыночной среде усиливает эти риски.

Там, где есть учредитель НКО какой-то бизнесмен, там организация существует и двигается. Особенно на первых порах это очень важно, потому что подать на грант с первого дня они не могут. Найти желающего, который бы тебя хотя бы год финансировал, поддерживал, тоже не так просто (женщина, общественный активист).

Почти половина экспертных организаций достаточно активно и многократно используют гранты для пополнения материально-технических ресурсов организации.

Мы выигрывали грант – нам нужны были парашюты. Это оснащение необходимо было для уставной деятельности. Мы оборудовали территорию за счет гранта в Абагуре-Лесном (женщина, управляющий делами общественной организацией, социальная защита, инвалиды, ветераны боевых действий, благотворительность).

В прошлом году благодаря фонду Президентских грантов, мы открыли детское молодежное телевидение... (женщина, руководитель НКО, дополнительное образование).

Мы выиграли грант «Семейное чтение». Потом мы выиграли грант на альманах. Мы альманах ежегодно издаем, «Радуга сердец» (женщина, председатель общественной организации, литературное творчество).

В участие в грантовых конкурсах представляет сложную проблему. По мнению экспертов, важно «учиться писать гранты» (мужчина лидер общественного движения, национальная культура).

Нужно помогать НКО в написании заявок. Должен быть от Вас человек. Который бы курировал написание заявки. Должны проверять на правильность оформления документации (мужчина, председатель правления АНО, танцы).

Поэтому организация обучения проектной деятельности и написанию грантовых заявок для некоммерческих организаций должно стать важным направлением государственной поддержки некоммерческого сектора.

Важный вывод экспертного опроса заключается в том, что проблему ограниченных материально-технических и финансовых ресурсов большинство руководителей решают посредством различных источников финансирования и готовы в этом направлении активно работать в дальнейшем. Как заметил один из экспертов: *«Я постоянно занимаюсь поиском средств»* (мужчина, председатель правления АНО, танцы).

В этой связи поступление материальных и финансовых ресурсов в значительной степени зависит от активности руководителя, способности не только донести до стейкхолдеров, в частности коммерческих структур миссию и цели организации, но организовать эффективную работу собственной организации. Вместе с тем, общее текущее состояние материальных ресурсов некоммерческого сектора не высокое.

Ну, наверное, тройка такая, да (женщина, активист, эксперт).

По оценке эксперта, тесно работающим с некоммерческими организациями в рамках грантовых конкурсов.

Три балла. Ресурсы денежные – грантовые, за которыми пока не обростаёт НКО: помещение, оборудование, транспорт и т.п. Богаты идеями, богаты волонтерами, людьми, но абсолютно бедны инфраструктурой, и каким-то вот таким насиженным хозяйством. Это у редких есть что-то (женщина, директор Благотворительного фонда, грантодатель социальных грантов).

Кадровые ресурсы. Кадровые ресурсы в некоммерческой организации представляют собой количество людей, которые готовы вкладывать личное время, энергию, средства в деятельность организации, в достижение ее социально значимых целей. Это означает, что кадровые ресурсы включают не только штатных сотрудников, но и добровольных помощников (волонтеров), а также резерв в лице профессионалов/экспертов.

Кадровые ресурсы некоммерческих организаций имеют свою специфику, обусловленную целями деятельности, источниками доходов и принципами их распределения, которые в значительной степени ограничивают возможности денежного вознаграждения сотрудников организации. Организация, получившая грант, в соответствии с разрешенными фондом статьями расходов, сможет израсходовать их только на реализацию конкретного поддержанного проекта, но при этом может включить в бюджет часть административно-хозяйственных расходов организации. Как правило, эта статья расходов не предусматривает высокие вознаграждения.

В рамках гранта идёт зарплата, но тоже копеечная зарплата. Наша работа мало стоит. Я и руководителям говорю: как на такую зарплату можно жить? (женщина, директор АНО, художники).

По условиям социальных грантов может даже не предусматриваться заработная плата сотрудников. Все это означает, что оплата труда в некоммерческих организациях более низкая по сравнению с коммерческими. Более того, проектное (неравномерное) финансирование создает риски для содержания штатных сотрудников, которые на платной основе выполняют трудовые обязанности вне зависимости от наличия гранта или иного благотворительного пожертвования. В то же время для сотрудника некоммерческой организации существуют и карьерные ограничения, связанные со штатной структурой и не всегда определенными профессиональными перспективами. Все это инициирует кадровые проблемы НКО.

С некоммерческими организациями активно сотрудничают волонтеры, работающие бесплатно, но имеющие свою мотивацию участия: саморазвитие и самореализация, моральное удовлетворение, желание приносить пользу и пр. В этом отношении при отсутствии материального вознаграждения важная задача работе с волонтерами - привлечение и методы стимулирования. Так, по результатам опроса, практика участия волонтеров в НКО является массовой. В одной из организаций количество волонтеров достигает до 300. По сведению эксперта:

Они просто у нас участники проекта “Зеленый курс”. Которые сдают нам вторсырьё, у них есть членские книжки, такие вот такие люди, которые бережно относятся к окружающей среде, которым не всё равно. Мы для них устраиваем мероприятия, для них мы все это делаем, по большому счету. Конечно, привлекаем и других, но для них. Ту же экскурсию в Ботанический сад, допустим, раньше на Эколэнд возили: там какие-то лекции проводили, ещё что-то. Это та аудитория наша, которым интересно, которым надо, которая помогает если что.... (женщина, руководитель некоммерческого партнерства, экология).

Волонтеры в основном люди молодого возраста, обучающиеся в организациях СПО и ВО.

...студенческих организаций больше становится с каждым годом, это заметно». В качестве мотивов участия – саморазвитие. «Тот же детский дом развивает коммуникативные навыки с детьми. К нам приходят психологи, педагоги с факультета им нравится общаться. Также это ознакомление с политикой, так как мы бываем на конференциях и просто общаемся на различных мероприятиях. За то время что я состою в Молодой Гвардии, я очень много где был в нашем городе. Постоянной оказываешься в таких местах, в которых в своей обычной жизни никогда бы не бывал (мужчина, глава аппарата общественной организации, волонтеры).

Изложенное выше подтверждает, что объективно кадровый ресурс – самый главный для некоммерческой организации, но и один из самых проблемных.

В процессе экспертного опроса, отдельный блок вопросов касался оценки кадрового ресурса организации, определяющего эффективность деятельности и перспективы развития организации. В зависимости от организационной структуры экспертные организации разделены на две группы:

- 1) имеющие штатное расписание и соответственно штатных сотрудников;
- 2) не имеющие штатных сотрудников.

В организациях без штатных сотрудников наблюдается разброс мнений экспертов в оценке степени развитости кадрового ресурса от 1 до 5 баллов по десятибалльной шкале. Преобладающей является оценка 2 - 3 балла.

В нашей организации председатель – мой муж, он же бухгалтер, он же сдает отчеты, он же привозит – увозит то, что надо. И я, секретарь – Маша. Всё на свете. Всё сама. Я единичку ставлю (женщина, учредитель общественной организации, инвалиды).

Троечку. Мы сами себе режиссеры... Помощники уже есть. Три мамы мне помогают (женщина, руководитель общественной организации, инвалиды).

Если штатных работников нет, то с другой стороны все на общественных началах у нас, то, наверное, 3, я не могу сказать, что люди некомпетентные, но и специальных навыков в этой сфере не хватает и штатных работников то все равно нет (женщина, председатель общественной организации, помощь малообеспеченным семьям).

Оценить сложно, так как разные направления деятельности. В зависимости от направления можно оценивать кадры, но в целом 5 (мужчина, председатель общественной организации, инвалиды).

В то же время часть экспертов не были готовы говорить о квалификации привлекаемых сотрудников. Сложность ситуации в том, что организации, по замечанию эксперта, «берут всех, кто согласен за такие деньги чем-то заниматься» (женщина, общественный активист). Один из экспертов так охарактеризовал кадровые риски подбора сотрудников на условиях не постоянной занятости:

Были такие моменты: мы привлекали людей со стороны, а потом очень сильно обжигались на этом вопросе. Больше, наверное, такого у нас не повторится. Мы будем привлекать людей, которых знаем, даже на тот же сервис (мужчина, руководитель АНО, спорт).

По результатам экспертного опроса, в организациях с постоянным штатом сотрудников оценка развитость кадрового ресурса напрямую зависит от

вида реализуемых услуг: платные /бесплатные. Где реализуются в том числе коммерческие услуги, оценка кадрового ресурса высокая от 8 до 10 баллов.

Те люди, которые у нас работают, в принципе, профессионалы, универсалы. Что касается дополнительных, то есть специалисты, которых можно привлекать со стороны. Давайте 8 поставим. Нет предела совершенству (женщина, директор АНО, консалтинг, образование).

Отлично. 10 из 10-ти (женщина, директор АНО, образование).

Отлично! (женщина, директор АНО, консалтинг, социальное проектирование).

Для региональных и местных отделений Всероссийских общественных организаций, ТОС серьезной проблемой становится омоложение кадров, с решением которой информанты связывают активизацию деятельности.

Молодежи очень мало, не хватает энергии что ли у нас, не хватает понимая того, что сейчас нужно быть внешне открытым (мужчина, председатель общественной организации, художники).

У нас в основном уже председатели - это люди взрослые, как правило, пенсионеры, которые свободны. Я бы лично, хотела, чтобы там были более молодые люди. Хотя, и в возрасте есть люди тоже активные, которые уже более развиты, восприятие всего происходящего происходит, потому что возраст всё равно даёт своё знать. Только желательно молодых (женщина, председатель ТОС).

По результатам экспертного опроса, для подавляющего большинства организаций типичной является проблема нехватки кадров, особенно квалифицированных.

Нам нужны люди, нужны кадры. Необязательно это должны быть члены нашей организации, мы готовы привлекать людей... (женщина, председатель общественной организации, выставки, кинологи).

В условиях недостатка профессиональных кадров актуальной становится потребность в обучении и повышении квалификации сотрудников.

Конечно, у нас есть потребность в обучении сотрудников в работе НКО. Обучение, касаемое директора, бухгалтера – оно есть, периодические курсы

какие-то. А сотрудников своих мы обучаем сами (женщина, директор АНО, обучение, социальное проектирование).

Повышаем квалификацию. Участвуем в разных мероприятиях. Активные (женщина, руководитель общественной организации, национальная культура). Есть планы обучения, повышения квалификации (мужчина, руководитель АНО, спорт).

В целом оценка развитости кадровых ресурсов некоммерческого сектора эксперта, работающего с некоммерческими организациями в рамках грантовых конкурсов невысокая.

Тот же 3. Пока больших усилий, которые именно в Кузбассе направлены на профессионализацию нашего сектора, я не вижу. Есть усилия, например, тот же проект «Школа региональных экспертов», есть «Московская школа филантропии»... Сейчас есть попытки как-то включить НКО в образовательную среду, чтобы она не была оторвана, потому что у нас все крупные НКО обладают штатами, которые, допустим, лингвисты или экономисты, то есть профильное образование. Пока таких попыток в Кузбассе я не вижу (женщина, директор Благотворительного фонда, грантодатель).

В завершении следует сказать, что проблема кадровых ресурсов имеет комплексный характер. Речь идет не только о привлечении, мотивации, профессиональном обучении, но и о привлечении финансовых ресурсов, взаимодействии с органами государственной власти и информационном продвижении. По факту деятельность большинства некоммерческих организаций осуществляется на уровне решения текущих проблем и «пожарных» задач без стратегического планирования и целенаправленной работы по развитию компетенций, работающих в некоммерческом секторе, что становится препятствием для привлечения квалифицированных работников, ориентированных на долгосрочные профессиональные перспективы.

Коммуникационные ресурсы. Для некоммерческих организаций особенно важно информирование общественности о своей деятельности, создание и поддержание положительного образа посредством активной

коммуникационной деятельности с использованием различных электронных информационных (коммуникационных) каналов. Систематическая и хорошо организованная коммуникационная деятельность может способствовать решению многих материально-технических, финансовых, кадровых проблемы некоммерческой организации.

Другими словами, коммуникационные ресурсы можно отнести к стратегическим ресурсам развития некоммерческой организации, от которых зависит количество и качество реализуемых организацией социальных услуг и проектов. В цифровой среде обеспечиваются широкие возможности взаимодействия НКО и общественности (в том числе всех стейкхолдеров) и личностные аспекты, эмоциональные контакты посредством общения в социальных сетях.

В этой связи коммуникационные ресурсы некоммерческих организаций представляют собой такой тип электронных информационных ресурсов, которые предназначены для поддержания коммуникаций в электронной среде с целями:

- формирования имиджа и поддержания репутации;
- привлечения общественного мнения и органов государственной власти к конкретной социальной проблеме, реализуемому проекту;
- организации системы обратной связи с общественностью и установления контактов;
- информационно–разъяснительной работы;
- продвижения своих услуг;
- привлечения спонсорских средств, волонтеров для реализации проектов и пр.

В изложенном понимании к коммуникационным ресурсам относятся: электронные СМИ, специализированные порталы, социальные сети, сайт, контекстная, таргетированная реклама, поддержка интерактивных сервисов (опросов) и др. Вместе с тем, для коммуникационной деятельности требуются существенные денежные и временные затраты, которые, как показал опрос, у подавляющего большинства организаций ограничены. Но факт отсутствия не отменяет коммуникационную деятельность.

Результаты опроса выявили ряд особенностей коммуникационных ресурсов экспертных организаций и их использования.

Первая особенность – общность мнений в признании важности использования электронных информационных ресурсов деятельности и продвижении организации, которое можно выразить словами одного из экспертов:

Интернет. В плане коммуникации, в качестве проведения информационной коммуникации. Если мы говорим о том, чтобы узнать – это Интернет... (мужчина, директор АНО, спорт).

Конечно, вы же понимаете, сегодня вся страна живет этим: электронной почтой, сайтами. От этого никуда не отойти. Нравится тебе или нет, а делать надо (женщина, председатель ТОС).

Вторая особенность – активное внедрение организаций в цифровую среду. По результатам опроса, наиболее популярными каналами продвижения являются социальные сети: ВКонтакте, Инстаграм. Из интервью эксперта:

Ну, я пока еще не зарегистрирован, именно там в Instagram, но сейчас все это планирую открыть, зарегистрировать и начинать это движение. Во-первых, показывать жизнь организации, реальную работу, реальную деятельность, реальное количество членов этой организации и прочее оформленное хорошо, потому что на сегодняшний день Инстаграм работает хорошо (мужчина, директор АНО, спорт).

Для создания публичных страниц выбираются также Одноклассники, Facebook. Ведение группы в социальных сетях становится общепринятой практикой. Через этот канал осуществляется рассылка приглашений, рекламных объявлений, осуществляется сотрудничество (взаимодействие) и др. *Я выкладываю только в группе, ВКонтакте, потому что я это умею. Выкладываю обо всех событиях, у нас там достаточно...Был же человек, который вначале сайтом занимался. Пропал (женщина, учредитель общественной организации, инвалиды).*

Активно используются чаты в основных мессенджерах. По оценке того же эксперта, в чате у нее в 230 человек, правда, «куча лишних людей» (женщина, учредитель общественной организации, инвалиды).

Я давно хотела, чтобы объединить людей. Группу сама веду (женщина, председатель общественной организации, инвалиды).

В то же время небольшое количество экспертных организаций, имеющих «возрастную» целевую группу и сами относящиеся к ней, практически не использует цифровые технологии, продолжая распространять информацию традиционно.

Среди своих знакомых, листовки, плакаты, объявления. На каждое мероприятие зовем журналистов единственной городской газеты. Говорим, зовите всех, соседей. Всем места хватает. По телевизору нас показывают» (председатель общественной организации, ветераны).

На вопрос, почему нет страницы в социальных сетях, ответ: *«Нам не хватает, кто бы там это завел и смотрел» (председатель общественной организации, ветераны).*

Другой причиной отказа от электронных информационных ресурсов является отсутствие материальных ресурсов.

Да, у нас кроме телефона... да и то- это мой личный ... У меня нет ни компьютера, ни ноутбука, ни ксерокса, - ничего нету. Ни принтера... А мне-то самое главное, не то, что в электронку зайти, мне дали какую-то информацию, а я должна ее распространить на 80 домов, а где я ее должна распространить? (женщина, председатель ТОС).

Третья особенность – сайт как канал продвижения используют меньше половины экспертных организаций. Это две группы организаций.

Во-первых, использующие информационный ресурс (сайт) головной организации как региональные и местные представительства. По замечанию экспертов:

У нас сайт общий, региональный (женщина, председатель общественной организации).

Собственного сайта нет. Это сайт Кемеровской областной организации общероссийской общественной организации инвалидов, куда мы входим (женщина, председатель общественной организации, инвалиды по зрению).

Во-вторых, обладатели собственного сайта. По результатам опроса таких организаций шесть. В целом создание и поддержка сайта – сложная финансовая проблема и кадровая проблема для организаций.

У нас есть сайт организации, но каждый год надо оплачивать его. В этом году мы еще не проплачивали, это около 5 тысяч. Мы эту сумму не можем, плюс кто-то вести его должен. Бралась люди на благотворительной основе, но они пропадают буквально через месяц (женщина, учредитель общественной организации, инвалиды).

Даже при наличии сайта, информационное наполнение и продвижение через сайт требует специальных навыков.

Есть, конечно, один момент - сложно с написанием постов. Там своя система продвижения и так далее. Это, конечно, сложно (женщина, руководитель некоммерческого партнерства, экология).

Тем не менее, потребность в создании сайта становится актуальной. Мы ведем свою страницу. Но этого мало. Желательно, чтобы наша деятельность освещалась более масштабно и широко... Всё равно сейчас буду делать сайт организации и свой личный сайт. Я поняла, что мне это надо. Надо выходить в свет (женщина, активист общественного движения, инвалиды, престарелые).

Четвертая особенность – доминирует принцип опоры на собственные ресурсы (силы, кадры) в цифровом пространстве без привлечения специалистов из этой сферы деятельности.

У нас открыто выраженных профессионалов нет! В Инстаграме сложности никакой нет, чтобы аккаунт создать...В Инстаграме ведём сами, и в ВК тоже ведём сами. У нас два администратора - моя супруга и супруга тренера (мужчина, руководитель АНО, спорт).

У нас есть два энтузиаста, которые создали и поддерживают работу сайта нашей организации (мужчина, председатель общественной организации, инвалиды).

Сейчас у меня помощник вырос – сын. Он в компьютерах хорошо шарит. Мы уже сайт обдумали, как сделать, что. Фотографии, видео – всё будем там

выкладывать (женщина, председатель общественной организации, литературное творчество).

Пятая особенность – значительная часть экспертов без уточняющих вопросов имеют достаточно смутное представление о специфике и структуре коммуникационных ресурсов некоммерческих организаций в цифровой среде.

Коммуникационных? Что здесь подразумевается? (женщина, председатель общественной организации, ветераны)

В завершении следует рассмотреть влияние профессионального языка некоммерческих организаций на возможности продвижения организации и вовлечения населения в решение общественных проблем, в том числе посредством электронных информационных каналов. Экспертам был задан вопрос: насколько население понимает профессиональный язык НКО? Мнение экспертов было по этому вопросу в принципе было согласовано. Проблема восприятия языка имеет возрастную сегментацию.

... среди молодых этот язык понятен. Это не особый язык, это язык, который сейчас в интернете, везде он там. А более взрослым, наверное, сложновато. А до 40 лет просто, они не замечают разницы (женщина, общественный активист).

Своеобразный язык. Но, это же, в основном заимствованные слова такие, оттуда куда смотрим (женщина, активист, эксперт).

По мнению другого эксперта, понимание с целевой аудиторией можно оценить в диапазоне 7-8 баллов, что не создает практически коммуникационных барьеров. Таким образом, цифровое пространство предоставляет широкие возможности взаимодействия некоммерческих организаций и населения посредством использования различных видов коммуникационных технологий. По результатам опроса, экспертные организации в информационном сопровождении, продвижении и коммуницировании со своей целевой аудиторией используют доступные для них коммуникационные технологии, но качество наполнения контента, требующее специальных навыков и времени, оценивается невысоко, а уровень охвата интернет-источников ограничен в основном социальными сетями.

3. 1.4. Проблемы деятельности некоммерческих организаций

Отдельный блок вопрос экспертам был направлен на выявление и оценку значимости проблем в деятельности некоммерческих организаций на уровне отдельного экспертного предприятия и в некоммерческом секторе в целом. На основании обобщения результатов интервью выделяются основные группы проблем.

Дефицит финансовых ресурсов. Отсутствие постоянных и надежных источников финансирования препятствует деятельности организации, реализации многих социальных инициатив и проектов. Результаты экспертного опроса показывают, что ключевая системообразующая проблема некоммерческой организации, с которой связаны другие жизненно важные ресурсные проблемы – **дефицит финансовых ресурсов**. Как отметил один из экспертов:

Я думаю, что загореться пламенем очень легко, а в текущей работе, действительно, очень сложно всё. И самой первой проблемой становится – это финансирование, в связи с этим, также и местоположение – аренда помещений» (женщина, общественный активист).

Главная проблема – это финансовая, потому что заниматься есть чем, и идей много, а на все, конечно, не хватает денег... Финансовая составляющая – самая главная (мужчина, общественная организация, инвалиды).

В активном поиске привлечения финансовых средств экспертные организации используют разнообразные источники. Грантовая поддержка из бюджетов различных уровней – значимый и надежный источник финансирования. По оценке экспертов, участие в грантовой деятельности имеет внутренние ограничения. Препятствуют использованию механизма грантовой поддержки два обстоятельства. Неумение написания заявок и сложность привлечения дополнительных источников финансирования.

Писать гранты не умеем. Но понимаем, что кроме нас наши проблемы никто решать не будет. Только мы сами (мужчина, председатель общественного движения, национальная культура).

Для меня важна информация, обмен навыками, опытом по написанию грантов (мужчина, общественная организация, инвалиды).

Мы писали в прошлом году на президентский грант. Нам буквально 3-4 баллов не хватило. Я смотрел – прошли по финансированию 61 % голосов, а у нас – 57,7 %. Чуть-чуть не хватило. Я смотрю – софинансирование – один из главных аспектов (мужчина, руководитель АНО, инвалиды).

Отсутствие помещения и высокая арендная плата. Отсутствие помещения и высокая арендная плата другая важная проблема большинства организаций. Один из экспертов оценил ситуацию следующим образом:

Проблема деятельности НКО – это наличие своего места, то есть там, где ты можешь свободно собираться, общаться, чтобы это была не чья-то квартира, а именно место, которое предназначено для некоммерческой организации (женщина, руководитель АНО, наука, технология).

В решении данной проблемы выявлены высокие ожидания имущественной поддержки, помощь в предоставлении помещения, помощь в предоставлении какой-то небольшой инфраструктуры от органов государственной власти и местного самоуправления. Широко представлена позиция, которую определил один из экспертов:

Мы хотим прийти в администрацию и попросить, чтобы нам дали помещение (женщина, общественный активист).

Где размещаться, где находиться. Здесь хотелось бы получить поддержку от города... Если брать аренду, то аренда очень дорогая. Нам хотелось бы поддержки: побольше площадь и подняться повыше (из подвала). У нас какая проблема? В помещении и информировании (женщина, директор АНО, образование, консалтинг).

Однако возможности местной властью в предоставлении помещения ограничены и вопросы решаются долгое время.

Но, если бы было помещение за нами закреплено на безвозмездной основе, у меня уже 6 папок... трескаются (женщина, председатель общественной организации, инвалиды).

Недостаток материальных основ деятельности организации порождает риски краткосрочных стратегий развития.

Только те, которые связаны как-то с муниципальной структурой, которые понимают, что пока у тебя не будет техники, и пока человек у тебя не будет там сидеть постоянно – долгосрочную деятельность сделать сложно. Будут только набегам, ситуативно (директор благотворительного фонда, грантодатель).

В то же время зависимость от ресурсов, распределяемых местными властями и генеральными спонсорами, включает риски потери самостоятельной позиции руководителями организации в решении социальных проблем.

Кадровые проблемы. По результатам опроса кадровая проблема имеет несколько аспектов.

1. Формирование эффективно работающего коллектива профессиональных сотрудников на штатной основе.

Хотелось бы иметь людей на постоянной основе, но так не получается (женщина, председатель общественной организации, помощь детям и малообеспеченным семьям).

Вот привлечь бы людей на постоянной основе, но на постоянной основе – каждый человек хочет кушать. Каждый, любой труд должен оплачиваться, для нас это пока не то, что большая проблема, но большой вопрос скажем так. Как это сделать? Где источники изыскать, желательно, чтобы кто-то курировал деятельность (женщина, председатель общественной организации, помощь детям и малообеспеченным семьям).

Недостаток финансовых средств и неопределенность перспектив развития, безусловно, снижают мотивацию конкурентноспособных и мотивированных специалистов работать в некоммерческой организации.

По результатам интервью, выделяются группы активистов с высокой мотивацией на длительную и постоянную работу. Во-первых, это те, кто лично причастен к решаемой проблеме. Речь идет об организациях, решающих

проблемы людей с ограниченными возможностями здоровья, в первую очередь детей-инвалидов.

Изначально это объединение родителей для обмена информацией... За это время выросли сами специалисты. Если вначале мы искали специалистов, которые что-то сделают для наших детей. Теперь сами родители... у меня направленность – детей с ДЦП, я специалист и психологи, и по двигательной реабилитации детей. Еще родители – Мария Краснопольская – она дефектолог, работает с подростками, с детьми с аутизмом. На логопедов мамы выучились (женщина, учредитель общественной организации, инвалиды).

Не случайно организации данной направленности работают многие годы, несмотря на сложности.

Во-вторых, это те, кто просто не равнодушен к существующей проблеме и настроены на ее деятельностное решение.

Любые проблемы они решаемы, смотря с какой стороны на них посмотреть... Я не планирую свою помощь. Если бы я планировала, я бы ограничила, я бы не принимала там инвалидов (женщина, руководитель общественной организации, помощь бездомным, малоимущим).

Тогда я была просто волонтером, мы делали разные праздники. На семинаре я увидела, что наши волонтерские праздники, они мало чему учат детей. На семинаре у меня было прямо озарение. Я оказалась в паре с человеком с ДЦП, я поняла, что, если бы он начал заниматься Кинестетикс намного раньше, не было бы таких перекосов в пластике. Я начала развивать это направление (женщина, активист общественного движения, инвалиды, пожилые).

2. Расширение ценностных ориентиров деятельности некоммерческих организаций.

Сейчас, сфера НКО, она должна работать уже и управляться практически как бизнес-организация, наши НКО мне кажется у многих в сознании по-прежнему: я делаю добро, я мир несу, а об управлении я буду думать в последнюю очередь (женщина, руководитель АНО, консалтинг, социальное проектирование).

3. В некоммерческом секторе чрезвычайно значимым фактором развития является личность руководителя, лидера. Зависимость успешной работы организации во многом определяет ее лидер.

Проблема в отсутствии лидеров, отсутствие горящего человека, который может заразить людей. В нашем обществе очень мало возвращается лидеров. Больше люди готовы исполнять, где-то быть на побегушках. А лидер несет ответственность. У нас вообще люди сегодня не берут ответственность за принятые решения (женщина, управляющий делами общественной организацией, социальная защита, инвалиды, ветераны боевых действий, благотворительность).

Важно, чтобы этот лидер имел не только гуманистические ценности, но и обладал рыночным мышлением, имел установки и навыки работы в рыночной среде.

Но с другой стороны если начать и выстроить свою организацию просто продумать ее с точки зрения каких-то бизнес-вещей и понимать конечный результат, сколько это будет стоить в конце концов посчитать свои расходы, тогда все будет гораздо устойчивее, а вот позиция - что нам все должны и накиньте нам еще денег (женщина, руководитель АНО, консалтинг, социальное проектирование).

По мнению одного из экспертов, наиболее успешными являются руководители, «которые работали в коммерческой области, поэтому у них опыт есть. А так, чтобы человек пришел и начать заниматься некоммерческими, то лично я таких не знаю. Те, кто был знаком с бизнесом, те могут работать и в этом направлении» (женщина, общественный активист).

Ну, бизнесом у меня нельзя назвать, это я по духу просто предприниматель, но у меня нет бизнеса как это, прибыльной организации (женщина, директор, частного учреждения, дополнительное профессиональное образование).

Вместе с тем, отдельные эксперты имеют невысокий уровень правовой, финансовой грамотности, например, в вопросах отчетности, налогообложения.

И вот сейчас как по этому гранту будем, по налоговой, я не знаю. Там еще говорят какая-то 88 или 83 статья есть, что где-то что-то, но нам сказали, не знаю еще, мы с этим не столкнулись, как ее сдавать (женщина, председатель общественной организации, помощь детям и малообеспеченным семьям).

Таким образом, несмотря на отличие от бизнес-структур, преследующих цель получения прибыли, руководители некоммерческих организаций не могут не заниматься профессиональным менеджментом в рыночных условиях. Недостаток руководителей, профессиональных менеджеров становится ключевой кадровой проблемой некоммерческих организаций.

Если есть желание у руководителя, то в принципе никакой проблемы быть не может, сесть нормально расписать план действий. Но может быть отсутствие определенных управленческих компетенций (мужчина, директор АНО, спорт).

В этом отношении обучение основам рыночной экономики и профессионального менеджмента следует рассматривать как важное направление поддержки некоммерческого сектора.

Если есть идеи, лидеры, сотрудничество, то все проблемы решаются. Вообще людей надо учить (женщина, управляющий делами общественной организацией, социальная защита, инвалиды, ветераны боевых действий, благотворительность).

Коммуникационные проблемы. В основе деятельности общественных организаций лежат коммуникации, посредством которых социальные проблемы переводятся в общегрупповые цели и формируются эффективные каналы связи некоммерческих организаций с общественностью и целевыми сегментами. Коммуникационные проблемы проявляются в деятельности практически всех организаций.

Во-первых, несформированность и ненасыщенность информационного поля некоммерческого сектора как препятствие его развития. Подтверждением этому оценки экспертов.

Я думаю, что не более 4-х баллов. Да, у нас информации не очень много. Чаще всего эфир забивают крупные федеральные фонды, которые больше знают, потому что они на «Первом» канале... Наши каналы пока тоже не очень заинтересованы в освещении деятельности текущих НКО ...люди просто по сарафанному радио говорят, допустим: «Там есть Маша, или Таня, там есть Марина, можно вот к ним обратиться, напиши» (женщина, директор благотворительного фонда, грантодатель).

...основной проблемой является все-таки информационный вакуум достаточно сильное слово, информации сейчас гораздо больше. Это желание тех, кто работает в НКО (женщина, руководитель АНО, консалтинг, социальное проектирование).

Фактически речь идет о состоянии общественного мнения и его функциональных значениях для некоммерческого сектора, включая возможности рекрутинга.

...нет сформированного общественного мнения о том, что такое НКО, то есть даже сотрудники НКО и даже я не до конца понимаем то место, которое занимает НКО в современном гражданском обществе, в Новокузнецке в частности (женщина, директор АНО, образование, социальное проектирование, партнерские связи).

В этом плане большинство экспертов отмечало значимость фактора социального участия.

...участие граждан, участие волонтеров. Людские ресурсы (женщина, председатель общественной организации, помощь детям и малообеспеченным семьям).

При этом отдельные эксперты отмечали социальную пассивность населения.

Люди-то есть, по улицам ходят, но у них нет интереса. Не затянешь силком (мужчина, председатель общественной организации, туризм).

Причину подобной ситуации выразил один из экспертов:

Даже не в вопросе отсутствия средств. Скорее в непонимании нужности. Люди не понимают нужность своей работы (женщина,

управляющий делами общественной организацией, социальная защита, инвалиды, ветераны боевых действий, благотворительность).

В продолжение высказанного мнения другой эксперт:

Знаете, я считаю, что это самая большая проблема. Я считаю, что недостаточно люди информированы. Потому что, когда показывают волонтеров, показывают какие-то пышные праздники, где пускают шары, где-то они кучей бегут. И их возглавляет наш руководитель городской, или областной. И люди не очень понимают, куда тут люди бегут во главе с этим руководителем. Они считают, что их это вообще не касается никак. Если мы хотим, чтобы это касалось как-то людей простых, то надо больше рассказывать не о феериях, а о буднях волонтерских (женщина, общественный активист).

По оценке того же эксперта, «в нашем городе упущен момент волонтерства «серебряного возраста». Я тут столкнулась с Советом ветеранов городских, сказала им, они начали этим активно заниматься. Но нет информации у людей, куда бы они могли обратиться, где бы тоже подключиться и начать помогать» (женщина, общественный активист).

Другим экспертом отмечена информационная проблема отсутствия идентификации мероприятий с конкретными организатором – некоммерческой организацией.

Говорится, много, о тех самых делах, да, мы может быть слышим о делах, но мы не всегда знаем какое НКО что сделало. Мы можем слышать, что вот был какой-то проект в этом парке Гагарина, у нас проведена акция, забег, велозабег какой-то был, но мы всегда знаем - кто это сделал (женщина, активист, эксперт).

...встреча с губернаторами, прямая трансляция нашей национальной премии, мы записали, у нас на сайте полная версия, а вы посмотрите укороченную версию, которую предоставила власть. Нас там вообще нет» (мужчина, председатель общественного движения, национальная культура).

По мнению другого эксперта, насыщенность информационного поля некоммерческих организаций «местных» можно оценить «не более 4-х баллов,

да. По той же позиции, что у нас информации не очень много. Вот люди знают, что есть. Чаще всего эфир забивают крупные федеральные фонды, которые больше знают, потому что они на «Первом» канале. Люди включают телевизор и там про «Русфонд», про «Подари жизнь», про фонд «Вера» бывает. Ну, и так далее, но такие крупные федеральные фонды, а местные фонды, во-первых, им трудно выдвигаться потому что нет таких ресурсов как у «Первого канала». Наши каналы пока тоже не очень заинтересованы в освещении деятельности текущих НКО. Поэтому люди знают, если, к примеру, они попали в беду, им, допустим, фонд... Группа «Адресная помощь» - они помогают погорельцам – люди просто по сарафанному радио говорят, допустим: «Там есть Маца, или Таня, там есть Марина, можно вот к ним обратиться, напиши» (женщина, директор благотворительного фонда, грантодатель).

В то же время в регионе существуют молодежные волонтерские движения, для которых проблемой является отсутствие рекламы таких объединений.

Я замечаю, что когда мне рассказывают о каких-то добровольческих объединениях и их мероприятиях, то я просто о них не ничего знал до этого. Сколько я отучился. Банально не хватает рекламы всем этим объединениям. У людей складывается мнение, что это делает администрация города и какие-то волонтеры. А какие – безликие манекены, которых никто даже не знает (мужчина, глава аппарата волонтерского движения).

Во-вторых, недостаточное информационное присутствие самих некоммерческих организаций в информационном пространстве. Позиционирование, продвижение своей организации требует развитых коммуникационных ресурсов. Информацию о своей деятельности большинство НКО размещают преимущественно в социальных сетях. Сети предоставляют широкие возможности для самоорганизации добровольческих объединений. Между тем, качество материалов не всегда высокое.

Не хватает вот этого момента: чтобы вести качественно какой-то блог в Instagram, или какие-то видео делать сюжеты на Ютубе Я бы даже 4

поставила, потому что хочется, чтобы на другой уровень это выходило, и было более доступно именно для молодежи (женщина, активист, эксперт).

Другой эксперт, анализирующий по должности социальные сети и средства массовой информации нашего города, отмечает ту же проблему.

Большие вопросы к ведению групп в социальных сетях, потому что они все настроены на фокус помощи: умирает щенок, умирает ребёнок, то есть, нет информации, которая может быть фоновой... А это именно посты кричащие, которые люди увидят, там, не знаю, пять-шесть раз, они просто будут пролистывать, потому что соц. помощь невозможно постоянно воспринимать. Этим наши группы изобилуют! А информации про свою постоянную деятельность, либо какую-то информацию, которую может быть просто интересна жителям: телефоны экстренных служб, какие-то интересные факты про волонтеров года... Этой информации нет, поэтому в соцсетях больше представлена, но контент, который там есть меня, как пользователя, не очень устраивает (женщина, директор благотворительного фонда, грантодатель).

К этому следует добавить: отсутствие у большинства организаций в информационном пространстве собственного сайта является фактором, ограничивающим степень ее информационного присутствия, степень ее узнаваемости, доверия, роста числа сторонников, участников. В свою очередь низкий уровень информационного присутствия влияет на социальную активность граждан, их вовлеченность в благотворительность, добровольчество, участие в общественных мероприятиях.

3.1.5. Внутрисекторное взаимодействие некоммерческих организаций

Большой резерв устойчивого развития некоммерческой организации заключается в создании и поддержании связи с другими некоммерческими организациями. Сотрудничество и объединение усилий дает возможность не только повышать возможности финансовой (гранты, пожертвования) поддержки новых проектов и более эффективной реализации текущих проектов, но влиять на формирование структур гражданского общества и действия властей в создании благоприятных институциональных условий

развития некоммерческого сектора. Законодательство предусматривает правотворческую инициативу некоммерческих организаций, то есть выдвижение предложений по внесению изменений в действующие федеральные и областные законы, в постановления главы органа местного самоуправления предложения по конкретным формам территориального общественного.

Результаты экспертного опроса выявили главную проблему проблемы внутрисекторного взаимодействия некоммерческих организаций Южно-Кузбасской агломерации – невысокая активность сотрудничества. Содержательную оценку существующих форм сотрудничества дали меньше половины экспертов. Для большинства экспертов на вопрос: «С другими некоммерческими организациями Вы сотрудничаете?» ответами были:

Пытаемся. С междуреченскими постепенно затухает (мужчина, директор АНО, поддержка многодетных, малообеспеченных семей).

С кем мы можем сотрудничать? У нас подобных организаций нет...А в основном не сотрудничаем (женщина, директор некоммерческого партнерства, экология).

Наверное, нет. В нашем направлении нет таких (мужчина, директор АНО, спорт).

Вот, так вот, глобально, таких прям НКО в городе, с которыми сотрудничаем, их не так много, но всех знаем и по мере необходимости конечно (женщина, руководитель АНО, консалтинг, социальное проектирование).

По сути, подобные ответы означают, что большинство организаций либо не вступают во взаимодействие с другими некоммерческими организациями, либо эти взаимодействия имеют кратковременный и нецелевой характер. Взаимодействия осуществляются преимущественно между однопрофильными организациями, то есть внутри одной сферы деятельности. Степень интенсивности взаимодействий в значительной степени зависит от позиции руководителя организации. Виды позиций руководителя организации:

1. Ориентация на функциональное взаимодействие.

Только по мере организации проведения соревнований, то есть спортивно-массовых мероприятий (мужчина, директор АНО, спорт).

2. Ориентация на социальные контакты.

Я сотрудничаю со многими общественными организациями. Во-первых, многие из них мои коллеги. И все общественники мы обычно друг друга поддерживаем. Это своя особая психология. Если кому-то нужна помощь, мы объединяемся (женщина, активист общественного движения, инвалиды, престарелые).

Виды внутрисекторного взаимодействия некоммерческих организаций разнообразны и как, правило, осуществляются вне формальных институциональных форм: договор о партнерстве, создание объединенных рабочих групп, совместное использование оргтехники, транспортных средств и других ресурсов, совместная аренда, совместная оплата труда сотрудников (бухгалтер, программист и т.п.) и пр. По словам одного эксперта: «Ну если, вы уже знакомы, то это может быть любая коммуникация личная» (женщина, директор АНО, образование).

Скорее внутрисекторное взаимодействие некоммерческих организаций можно представить, как совокупность устоявшихся социальных практик.

Ну, как правило мы всегда делаем какое-то общее дело, событие и коммуникация получается вся там в процессе и завязываются какие-то общие взаимодействия. Просто собраться за круглый стол – мы такого не делаем, это и время, и ресурсы не позволяю» (женщина, руководитель АНО).

Мы сотрудничали в качестве партнеров. Я скажем так бумаги мы там никакие не подписывали. Мы приходили, показывали мастер-класс. Рассказывали, проводили занятия (мужчина, руководитель АНО, спорт).

Чаще всего эксперты отмечают такие виды взаимодействия как взаимное информирование, консультирование, совместную организацию мероприятий.

Они (НКО) проводили открытые мероприятия или там грантовые дела с детскими домами. Звали как партнеров, где мы приходили, проводили занятия. занимались со всеми желающими (мужчина, руководитель АНО, спорт).

С ними (НКО) сотрудничали, они нам как-то помогли во взаимодействии с детьми. Нам надо было что-то – в детский сад выходили. Не знали, как донести что-то, они нам тоже подсказывали в мелочах в отдельных (женщина, директор некоммерческого партнерства, экология). Сотрудничаем с другими городскими НКО при организации и проведении городских мероприятий, празднования Дня единства (мужчина, председатель общественного движения, национальная культура).

Далее экспертами называется такой вид сотрудничества как совместное участие в грантовых конкурсах.

Мы подавали документы на первый грант еще в 2015 году, и в 2016 году началась реализация. Подавали документы на проекты от православных организаций. По уставу – это НКО, поэтому она тоже может подавать заявку. Сначала по обстоятельствам я подавал заявку от одной религиозной организации, потом перешел в другую религиозную организацию (мужчина, директор АНО, поддержка многодетных, малообеспеченных семей).

Пока без юридического лица, но сотрудничаю, веду семинары через индивидуального предпринимателя, через ИП. И какие-то проекты, если мне нужно продвинуть, то через другие некоммерческие организации. Сейчас с одной организацией «Статум» мы написали мой проект на президентский грант и ждем результатов (женщина, активист общественного движения, инвалиды).

Выделяется вид сотрудничества в рамках реализации основного вида деятельности некоммерческой организации и оказания услуг для других НКО ... есть акцент больше на взаимодействие с НКО. Но НКО у нас в городе, так скажем, не такая большая база активных НКО, поэтому они все у нас тоже есть и информация им рассылается на почту или в мессенджеры. Ну, вот, если, например, кому-то нужен такой семинар по социальному проектированию. Если заказчик какая-то коммерческая организация, то у нас семинар стоит 2000 час, если мы говорим о консультации для НКО, то это, как правило, все на бесплатной основе происходит (женщина, руководитель АНО, консалтинг, социальное проектирование).

Особым видом является сотрудничество некоммерческих организаций разных видов деятельности с благотворительными фондами крупных промышленных предприятий ОАО «Евраз», ОАО «Русал» в рамках грантовой, образовательной, консалтинговой помощи.

Это и фонды коммерческих организаций, они тянут много образовательных вещей, и мы с ними работаем и просто с НКО (женщина, руководитель АНО, консалтинг, социальное проектирование).

По своей деятельности и мероприятия названных выше фондов по своей сущности много лет выполняют функции ресурсного центра некоммерческих организаций Южно-Кузбасской агломерации.

На РУСАЛовских мероприятиях – такие командообразующие мероприятия. Если люди поучаствовали в проектах, то они их сразу объединяют. В один чат запикивают, там какие-то новости для них. И собирают допустим – летние игры добра. Раз всех собрали. И они там все равно взаимодействуют. У них там очень много вещей, не связанных с деятельностью, а командообразующих (женщина, сотрудник АНО, инвалиды).

Вместе с тем, по результатам опросы выявлены социально-психологические барьеры для взаимодействия некоммерческих организаций.

По замечаниям ряда экспертов, «существует определенный эгоизм» (мужчина, руководитель АНО, танцы), есть подозрительность и недоверие или предвзятое отношение НКО по отношению друг к другу.

На мой взгляд, общественность, НКО за 20 лет никуда не продвинулись. Делают локальные, разовые проекты, для малой группы. Эффект незначительный. Изменений практически никаких (мужчина, руководитель АНО, танцы).

Некоммерческих организаций я бы не сказала, что у нас мало. Достаточно. Но они вообще не взаимодействуют. По-моему, у них друг к другу сразу подозрения. Хотя я сталкивалась с разными областями, я хотела начать диалог с одной такой организацией – познакомиться, прям сразу такую стену почувствовала. Хотя у меня другой интерес совсем, мне надо было с ним

поговорить. Может быть, мы нашли бы общий интерес (женщина, руководитель АНО).

Я им говорю: я из Союза художников. Они начали смеяться. Особенно смелся тот, кто помогает наркоманам. Он расхохотался: что там рисуете? Я смутилась и как-то неприятно вообще (женщина, директор АНО, художники).

Встречается преувеличение значимости проблем своей целевой группы. Потом каждый о себе говорит-говорит... Там афганцам помогает мужчина, еще кто-то, но каждый уверен, что он заслуживает большего внимания, что именно его проблемная группа важнее всего, именно им хуже всего живется (женщина, директор АНО, художники).

Стремление получить личную славу, известность в ущерб решению проблемы совместными действиями.

Я в нашей организации говорю: берем направление – работаем. Нет, мы будем создавать новое. Я вам вообще всю организацию отдам. Нет – мы своё. Всем прославиться хочется (женщина, сотрудник АНО, инвалиды).

Таким образом, интервью, с экспертами показали, что взаимодействие носит несистемный, а зачастую — эпизодический характер и во многом зависит от субъективных обстоятельств. При этом отдельные эксперты говорили о необходимости объединения усилий.

Есть идея у нас, несколько общественных организаций – объединиться и получить своё помещение (женщина, активист общественного движения, инвалиды, пожилые).

Высказывается мнение о востребованности форм институциональной организации некоммерческих организаций.

Я давно предлагала – давайте сделаем дом НКО. Если бы у нас был дом НКО, мы бы дали возможность развиваться маленьким организациям, которые сегодня на взлете. Хотят они рисовать – ради бога – дайте им комнату. Но они должны знать, куда они могут прийти. Это способствует объединению людей (женщина, управляющий делами общественной организацией,

социальная защита, инвалиды, ветераны боевых действий, благотворительность).

3.1.6. Взаимодействие некоммерческих организаций с органами государственной власти и местного самоуправления

Развитием некоммерческого сектора оказывает заметное влияние на совершенствование социальной сферы. Оказание услуг социального характера некоммерческими организациями находится в сфере интересов государства, поэтому государство активно взаимодействует с такими организациями и оказывает им различные виды поддержки, включая финансовую. Взаимодействие власти и НКО осуществляется преимущественно с органами местного самоуправления и способствует устойчивости НКО, а значит достижению ими своих целей. Насколько эффективно это взаимодействие? Как господдержка влияет на деятельность НКО и ее результативность? Эти вопросы были предметом интервью с экспертами.

Наиболее распространёнными инструментами государственной поддержки НКО являются: налоговая поддержка, контрактация (госзакупки), гранты, предоставление займов, кредиты, возмещение затрат, имущественная поддержка (помещение, оборудование, земельные участки), информационная поддержка и др.

НКО по отношению к органам власти можно разделить:

1. НКО, для которых органы власти не играют особой роли (объединения по интересам). От самих организаций требуется исполнение решений органов власти.

2. НКО, заинтересованные в ресурсах, находящихся в распоряжении властных структур (бюджетные средства, помещения, налоговые льготы и льготы по арендной плате, социальные программы и социальные заказы).

По результатам опроса все эксперты отнесли свои организации во вторую группу, то есть заинтересованных в государственной поддержке, прежде всего имущественной.

По критерию оценки результативности государственной поддержки мнение экспертов разделилось. Условно можно выделить группы с

положительной и негативной оценкой. Причем состав этих групп жестко не закреплен. Сами эксперты могут иметь внутренне противоречивое мнение: по организации конкретных мероприятий давать положительную оценку поддержки, а в целом – отрицательную.

Здесь могу сказать, что администрация нам помогает. Было такое, что они нам спонсировали призы. Допустим, если надо нам на стадионе, я сначала к ним обращаюсь, они договариваются со стадионом и те разрешают нам (женщина, председатель совета клуба общественной организации, выставки, кинологи).

В то же время степень поддержки и степень удовлетворенности экспертом оценена на два балла.

Кроме того, часть экспертов в ответах «ушла» от количественной оценки в баллах степени поддержки и удовлетворенностью поддержки органами власти некоммерческих организаций. С учетом сказанного численно группы экспертов не определяются. Задача заключается в выявлении содержательных причин противоположных мнений экспертов, сформированных посредством личного опыта взаимодействия НКО с органами государственной власти. Можно выделить, группу экспертов, оценивающих поддержку органов власти положительно.

Ни в чем отказа нет. Ни со стороны управления образования. Ни со стороны управления по культуре. Любое мероприятие, любая наша инициатива поддерживаются всеми управлениями города (женщина, председатель общественной организации, ветеранская).

Помещение, телефон, интернет полностью оплачивает местный бюджет (женщина, председатель общественной организации, инвалиды по зрению).

Мы входим в городской Совет НКО. Состоим в Ассоциации шорского народа. Лично я вхожу в Совет при Главе города (мужчина, руководитель общественного движения, национальная культура).

Ассоциацию поддерживают. Проблем нет. Информационная, материальная, финансовая (муниципальные гранты) поддержка (женщина, член молодежного совета общественной организации, национальная культура). Я говорить могу только за себя. Все мои начинания всегда поддерживались и органами власти, и бизнесменами. Это, опять-таки, всё зависит от конкретного человека, как он может представить свои идеи. Восьмёрочк» (женщина, председатель ТОС).

Мы взаимодействуем с властью, с городской и областной. Взаимодействуем, когда субсидируют наши работы. Например, департамент культуры субсидирует наши выставки. Сейчас планируется проект, где нам оформят как бюджетное задание... До этого мы работали по системе грантов: департамент собирает заявки, проводит конкурс и на конкурсной основе выделяются деньги некоммерческим организациям. В принципе я вижу, что власть к художникам относится хорошо. Всякое бывало. Но сейчас всё у нас доброжелательно. У нас сейчас диалог выстраивается, я вижу, что это хороший диалог. Он конструктивный, стараемся договориться и пока получается (мужчина, председатель общественной организации, художники). Многие жалуются. У нас – хорошо. Не так, конечно, как хотелось бы. Например, есть в Междуреченске городская организация инвалидов, они постоянно участвуют в муниципальных грантах. У них есть возможность свои проекты реализовывать за счет городского бюджета. У нас такого нет. К сожалению, хотелось бы, чтобы было. Но в других каких-то вопросах, нам помогают. Здесь я бы на семерочку сказал (мужчина, председатель общественной организации, инвалиды).

Мы кто вот здесь работает – работаем 15 лет. У нас два депутата городского Совета народных депутатов. Я – зам председателя Общественной палаты Кемеровской области, т.е. мы все активно участвуем в институтах гражданского общества (женщина, управляющий делами общественной организацией, социальная защита, инвалиды, ветераны боевых действий, благотворительность).

Уверен, что помогут, потому что взаимоотношения с оргкомитетом - они никогда не отказываются и от нашей помощи, и мы от их не отказываемся (мужчина, директор АНО, спорт).

Оценка удовлетворенностью поддержки власти в этой группе экспертов (кто указал количественный показатель) 7 баллов и выше. В данную группу преимущественно входят организации интегрированные с органами власти институционально через членство в административных или властных структурах, идеологически (поддержка ветеранов, малых коренных народов и пр.), посредством личных отношений.

Следует отметить, что положительная оценка поддержки органами власти НКО не означает, что имущественные и иные потребности данных организаций удовлетворяются полностью. Так, эксперт из этой группы отмечает, что недостаток материальных ресурсов они в первую очередь решают «за счет собственных средств. Это неправильно. Нужна поддержка. Обещают. Помогают. Спонсор «Кайзасский разрез». Помогает Департамент культуры, депутатский корпус, Администрация города (мужчина, руководитель общественного движения, национальная культура).

Поддержки недостаточно. Хотя материальная поддержка есть. Помещение предоставлено, коммунальные услуги оплачивают (женщина, председатель Президиума общественной организации, женщины).

Ну, финансовая, нет. Они оказывают нам помощь... Ну, сотрудничество и поддержка. Знаете, вообще зеленый свет у нас. Сотрудничаем через комитет социальной защиты, все делаем через него, потому что они как правило курируют всю социальную (женщина, председатель общественной организации, помощь малоимущим).

Есть группа экспертов, оценивающая поддержку органов власти негативно.

Материальной никакой. Муниципальных грантов нет. Они сами по себе. Мы сами по себе. Мероприятия, какие мы проводим областного уровня – «юбилейные», «ввод-вывод войск» делаем совместно. Но, финансово никак не

поддерживают. Нет у меня удовлетворённости. 2-3 балла (мужчина, председатель городских отделений РСВА).

Все зависит тоже от людей на месте. У нас был разный опыт работы с разными органами власти. Поддержки...ну если просто говорить не про взаимодействие, а именно поддержку, то есть это не официально там «здрасьте, здрасте, как у вас дела», а именно когда заинтересованы органы власти в развитии некоммерческих организаций, то, мне кажется, что им вообще не очень важно это. Я бы поставила тройку (женщина, директор АНО, наука, техника).

Степень поддержки деятельности НКО со стороны органов власти? - Насколько я знаю, как бы не особо. Проще надеяться на людей, чем на органы государственной власти. Пусть будет пятерочка (женщина, активист, эксперт).

Когда им надо, они рядом, что-то предлагают, когда им надо. Мне не с чем сравнивать. Я от них ничего особо уже не прошу. Мы сейчас больше саморазвитием заняты. Сложно говорить, это от местной власти зависит или в целом от системы (женщина, соучредитель общественной организации, инвалиды).

У каждого свой опыт по этому поводу. Мой опыт говорит, что никакой. Типа сами себе придумали проблему и решайте ее сами, как хотите. Если это как-то пересечется с деятельностью, то может как-то еще. Власть больше другим делами занята: правильные бумажки и правильные отчеты. А люди с их идеями – это вообще никого не интересует (женщина, общественный активист).

У нас было много заморочек, когда я ходила в Администрацию просить площадку. Там невероятно сложно было все написать, несколько раз приходилось приходиться писать. Полиция прям проверяли сценарий. Столько нервов было. Мы эту акцию лучше бы проводили с кем-то совместно (женщина, руководитель общественной организации, танцы).

Я считаю так, на сегодняшний день гранты муниципальные, евразовские гранты дают своим, только 5-8 % «залетным» организациям. Просто надо

работать. Вот и всё. В этом отношении Сергей Федорович Щербаков (бывший мэр Междуреченска) работал на город. Город процветал. Он не забывал ни одной сферы (мужчина, руководитель АНО, танцы).

На основе полученных результатов экспертного опроса выявлены особенности и основные проблемы взаимодействия НКО с органами местного самоуправления городов Южно-Кузбасской агломерации:

1. Большинство руководителей НКО недовольны достаточностью объемов денежных средств и материальных ресурсов, выделяемых для их поддержки из муниципального бюджета. Этот факт во многом определяет оценку степени и удовлетворенность поддержкой как положительную или негативную в зависимости от ситуационных факторов.

Из года в год я слышу: у Вас отличные проекты. Но денег мы Вам не дадим. Без денег не одно благое дело развиваться не будет. Даже церковь. В неё тоже несут деньги (мужчина, руководитель АНО, танцы).

Нехватка финансовой и имущественной поддержки НКО оценивается частью экспертов как объективная причина.

Отчёты в Администрацию я сдавала. Объявление или что-то там, они с удовольствием у себя публиковали. Что в их силах. А в их силах считай – ничего (женщина, председатель общественной организации, литературное творчество).

С другой стороны, у большинства экспертов существуют ожидания относительно государственной поддержки. По мнению одного из экспертов, НКО «...ждут больше в имущественной поддержке, помощь в предоставлении помещения, помощь в предоставлении какой-то небольшой инфраструктуры: там стол, стул, например, я так понимаю. Потому что те люди и организации, которые участвуют в наших грантах, говорят: «Мы хотим прийти в администрацию и попросить, чтобы нам дали помещение». Вот в этом потребности, мне кажется, не полностью удовлетворены... Им хочется пойти куда-то, чтобы им на бумажке написали: «Вот такая поддержка у нас пока есть» (женщина, директор Благотворительного фонда, грантодатель).

2. Отчетливее проявляется тенденция усиления поддержки НКО и поощрения гражданских инициатив со стороны органов власти и местного самоуправления.

Органы власти нас слышат. Услышали про сопровождаемое проживание. Летом был соответствующий законодательный акт, спущенный сверху, и нас резко услышали (женщина, председатель общественной организации, инвалиды).

В этом году прямо активно начали, а раньше не было поддержки. Я в составе совета НКО, работаю только с этого года. Нас абсолютно никак не поддерживают. Гранты только сейчас начали организовывать. Был запущен первый муниципальный конкурс грантов – это тоже очень хорошо для организаций. Я думаю, что дальнейшее развитие будет (женщина, руководитель АНО, консалтинг, социальное проектирование).

Сюда я отношу, во-первых, муниципальный грантовый конкурс и вообще фокус внимания, который стал появляться с обновлением штата в отделе, с появлением нового руководителя этого отдела. Я вижу интерес и свой ресурс в НКО – это прям очень здорово. Да, шаги их не всегда уверены, не всегда они такие прям точные, но то, что они есть, и то, что они на будущее тоже планируются... Мне кажется, что это уже большой плюс (женщина, директор Благотворительного фонда, грантодатель).

3. Характер, объемы поддержки зависят в значительной степени от работающих в административных структурах людей, их установок.

Ну опять же в зависимости от того, с какими органами. С разными органами по-разному выстраивается взаимодействие. Наверное, нам в этом отношении очень повезло, поскольку был контакт с органами власти достаточно приятный и всегда откликались на решение каких-то вопросов и на помощь или просто участие. Поэтому я бы отметила девятку (женщина, директор АНО, наука, техника).

Организован Ресурсный центр. Я считаю, что организовано всё замечательно, надо просто в люди чаще выходить. Людей подтягивать, с

ними разговаривать. Проводить круглые столы. Чтобы они знакомились. Этого недостаточно (женщина, общественный активист).

4. Информационные потребности НКО со стороны органов государственной власти местного самоуправления имеют следующие особенности.

Большинство экспертов согласны, что органы государственной власти местного самоуправления направляют НКО широкий поток информации по разным аспектам: правовым, организационным, маркетинговым, формам поддержки и пр.

Информация, о чём они там нас информируют обычно. О законодательстве, о каких-то там процессах, происходящих на уровне законодательства. Что в этом активное участие надо. О мероприятиях тоже они нас информируют. О каких-то собраниях, тех же заседаниях (женщина, руководитель некоммерческого партнерства, экология).

Предельно короткая оценка была дана одним из экспертов: «Информируют!» (женщина, председатель Президиума общественной организации, женщины).

Между тем, этот поток обобщенной информации, как правило, системно не отслеживается применительно к задачам развития конкретной организации. *Рассылка там идет от администрации. Приходят какие-то письма от администрации. То есть начинаешь читать и понимаешь, что как бы это стенограмма большого всего. И в этом можно разбираться, если ты действительно это делаешь, если это часть твоей работы. Тогда наверно это может быть достаточно. Но, без этой погруженности в бумажно-бюрократической моменты, трудноато сходу (мужчина, руководитель АНО, спорт).*

В этой связи потребность в информации у большинства экспертов существует абстрактно, а содержательно информационная потребность четко не определена и имеет «расплывчатый» характер.

Может быть о каких-то изменениях, требованиях в законодательстве. Разъяснения. Может быть какой-то поддержки, которая возможна.

Поддержка, вот именно, некоммерческих организаций. Какие возможные ресурсы (мужчина руководитель АНО, спорт).

Есть потребность не с нашей местной, больше - областная. Хотелось бы побольше информации о проходящих мероприятиях. Больше - окружающей среды, нас это больше интересует. Продвижение, да. потому что, когда у тебя нет бюджета рекламного, и бесплатно на бесплатных. Бесплатно продвигаться - очень сложно (женщина, руководитель некоммерческого партнерства, экология).

Навскидку не скажешь. Ну, по грантам, в принципе, с отделом сейчас связь имеем, то есть они нас информируют (мужчина, директор по развитию АНО, спорт).

Наверное, было бы правильнее НКО давать что-то в виде определенного макета, макета уставной деятельности, именно устава как такового и немножко давать те виды деятельности, которые заложены в устав, которые прописываем (мужчина, директор АНО, спорт).

В то же время для экспертов, которые отслеживают нормативно-правовую документацию, регулирующую деятельность НКО, просматривают специализированные страницы на порталах о проведении конкурсов на гранты, участие в тендерах, социальных программах и пр. не испытывают потребности в предоставляемых информационных ресурсах административных структур исполнительной власти.

Глобально, по большому счету, наверное, нет, потому что все законы, которые выходят по НКО, по социальному предпринимательству, вот закон принят в этом году. Мы, обычно, поскольку лица в этом заинтересованные, держим руку на пульсе и получаем информацию где нужно. Такой потребности глобально нет на уровне нашего города. Где взять место для конкурсов мы тоже знаем, мне кажется, зависит от опыта участия в некоммерческой организации (женщина, директор АНО, наука, техника).

Как показал опрос, экспертов с высоким уровнем информированности в области некоммерческого сектора меньшинство.

Таким образом, отсутствие постоянных и надежных источников финансирования, материальная необеспеченность подавляющего большинства экспертных НКО определяет для них высокую значимость поддержки со стороны органов государственной власти и местного самоуправления. По результатам опроса, все эксперты заинтересованы в поддержке, прежде всего, финансовой и получают поддержку в разных формах. Вместе с тем, мнение экспертов в оценке результативности поддержки не согласовано и имеет полярный характер от положительной до негативной оценки. Выявлены факторы, которые оказывают влияние на оценку результативности поддержки:

1. Близость (совпадение) интересов и способы их интеграции (институциональные, личные, ценностные), то есть глубина заинтересованности представителей власти в развитии отношений и поддержки посредством тех или иных форм.

2. Установки (стереотипы) руководителей НКО, связанные с высоким уровнем ожидания в отношении государственной поддержки и несовпадение ожидаемых результатов с реальными объемами и формами поддержки.

3. Опыт взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления: положительный / негативный.

4. Финансовые возможности органов государственной власти и местного самоуправления в объемах и формах поддержки.

5. Личные особенности руководителей органов государственной власти и местного самоуправления, структурных подразделений исполнительной власти, функционал которых связан с взаимодействием с НКО, их установки в отношении некоммерческого сектора. Смена людей зачастую приводит к ослаблению или усилению взаимоотношений со стороны административных сотрудников, что сопровождается возникновением или снятием административных барьеров.

6. Нормативные основы, определяющие эффективность работы органов государственной власти и местного самоуправления в контексте развития некоммерческого сектора.

7. Получение информации от органов власти по различным вопросам – важное направление информационной поддержки. В этом плане коммуникационные барьеры возникают с обеих сторон. С одной стороны, требуется систематизация и конкретизация информационных потоков в соответствии с основными сегментами и информационными потребностями НКО, с другой – самим НКО требуется развитие компетенций в области финансовой, правовой, маркетинговой грамотности, которая влияет на устойчивость развития. В этой связи НКО нужна консультационная, экспертная и информационная поддержка.

Выводы по разделу 1.

Важный вывод экспертного опроса заключается в том, что некоммерческий сектор Южно-Кузбасской агломерации не представляет собой устойчивую структуру в развитии социальной сферы. Успешной институционализации НКО как субъекта предоставления социальных услуг и социального обслуживания населения препятствуют факторы, определяющие его невысокий ресурсный потенциал: финансовый, материально-технический, кадровый, коммуникационный.

На основе результатов экспертного опроса проведен анализ основных ресурсов развития НКО и проблем развития. Выявлено, что проблема ресурсного потенциала имеет комплексный (системный) характер и в значительной степени зависит от личности руководителя, его способности работать в рыночной среде и заниматься стратегированием. По факту деятельность большинства некоммерческих организаций осуществляется на уровне решения текущих проблем и «пожарных» задач без стратегического планирования и целенаправленной работы. Недостаток руководителей, профессиональных менеджеров становится ключевой системообразующей проблемой некоммерческих организаций.

Значительные резервы устойчивого развития некоммерческой организации связаны с организацией межсекторного взаимодействия, то есть в создании и поддержании связи с другими некоммерческими организациями. Вместе с тем, межсекторное взаимодействие носит несистемный, а зачастую

— эпизодический характер и во многом зависит от субъективных обстоятельств, что усиливает риски деятельности НКО, которые связаны с вероятностью блокирования деятельности друг друга, принятием неоптимальных решений, связанных с не информированностью общей ситуации и самоизоляции от жизни местного сообщества.

Решение основных проблем некоммерческого сектора находится в сфере государственного регулирования и поддержки посредством разных видов. Результаты опроса подтвердили, что все экспертные организации заинтересованы в государственной поддержке, прежде всего, финансовой и получают поддержку в разных формах. В качестве самостоятельного вида поддержки изучена информационная поддержка. Мнение экспертов в оценке результативности государственной поддержки не согласовано и поляризовано на шкале от положительной до негативной оценки. На основе экспертных оценок, проведена классификация факторов, определяющих характер оценки и выявлены объективные и субъективные причины действия этих факторов.

Как показали результаты опроса, система взаимоотношений НКО и власти находится в стадии становления, вопрос о ее эффективности остается открытым. Повышение эффективности отношений власти и НКО предполагает, во-первых, совершенствование механизма взаимодействия государства и НКО, предполагающего партнерство и активное сотрудничество в решении социальных проблем местного сообщества, которое должно быть процедурно организовано, нормативно закреплено и содержательно увязано со спецификой деятельности НКО, во-вторых, обеспечение открытого информационного пространства деятельности НКО, в том числе с созданием специализированного информационного ресурса.

Раздел 2. Институциональные факторы развития социально ориентированных НКО

Наличие гражданского общества. Социально ориентированные некоммерческие организации традиционно считают организациями /элементами гражданского общества, тем самым анализ успешности или

эффективности работе СО НКО невозможен без рассмотрения особенностей гражданского общества. Несмотря на различия в подходах к пониманию гражданского общества общим остаётся утверждение, что гражданское общество является одним из основных социальных институтов современного общества. Среди механизмов формирования гражданского общества называют доверие между гражданами в обществе, практики социального участия, солидарность и готовность помогать друг другу, способность объединиться для решения общественных проблем. Насколько представлены данные механизмы в Южно-Кузбасской агломерации? Позволяет ли широкая представленность данных механизмов в обществе говорить о сформированности среди населения гражданской культуры? Представители НКО, инициативных групп – эксперты высказали широкий спектр суждений по данным вопросам.

Для экспертов – лидеров, представителей СО НКО гражданское общество представляет собой совокупность чувств по отношению к людям, к территории проживания, социальных практик – действий по реализации данных чувств. Это чувства ответственности за свою жизнь, за людей, готовность помогать и защищать в беде, способность чувствовать боль, проблемы людей, чувство территориальной идентичности.

... я несу ответственность за свой город, свою территорию, готов проявлять свою гражданскую позицию, защищать, высказывать мнение, вовлекаться в Кузбассе, то есть это территория – моя – территория Кузбасс, еще при этом так думать (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

Есть ли люди, которые испытывают такие чувства и участвуют в практиках социального участия? Есть. По мнению экспертов, гражданское общество в Кузбассе есть, оно формируется, растет гражданская инициатива людей.

У меня такое ощущение, что оно у нас пытается зародиться. Вроде бы сейчас, в настоящее время, делаются какие-то активные шаги в этом, но надеюсь, что мы разовьёмся (Женщина, председатель СТООС).

Иногда что-то с сопротивлением идет, иногда зашевелился и думаешь - господи даже не ожидал такого отклика. Но хотелось бы лучше всегда (Женщина, директор благотворительной организации).

Есть мнения экспертов, не считающих возможным говорить о каком-то развитии гражданского общества в Кузбассе.

Что-то, я даже не знаю. Минимально есть. Если взять Кемерово. Более культурный город. Там получше. В Новокузнецке все заняты работой. Ближе заработать, что-то сделать. Думают, как заработать. Минимально есть. Если мы про молодежь. Слабо. Даже не интересуются (женщина, руководитель национального НКО).

На мой взгляд, общественность, НКО за 20 лет никуда не продвинулись. Делают локальные, разовые проекты, для малой группы. Эффект незначительный. Изменений практически никаких (женщина, руководитель НКО).

Например, сложно говорить о гражданском обществе в ситуации, когда у людей нет представления о том, что такое НКО, чем они занимаются и т.п.

Очень простой пример. Нас постоянно спрашивают:

- Вы бюджетники?

- Нет.

- Коммерсанты.

- Нет.

Что такое общественная организация не знают. Говоришь про пионерскую, комсомольскую организацию. Удивляются, не знают, что это общественная организация. Нам никто не говорил, что это общественные организации (женщина, руководитель НКО).

В тоже время у экспертов есть опасения, что социальную активность населения области нельзя назвать полностью гражданской, так как часть практик социального участия населения инициируется органами власти. И существуют группы реально социально активных людей, не включенных в повестку гражданского общества: они не знают, что это такое.

... их достаточно много, но они имеют такой политический характер... (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

Самих себя эксперты считают социально активными и инициативными людьми, готовыми помогать другим людям и брать на себя ответственность за других людей.

я сама по себе достаточно активный человек, когда у меня возникает какая-нибудь инициатива (женщина, председатель СТЭС).

у всероссийских организаций ВОИ председателями работают люди пожилого возраста. Реально глубоко пожилого. То ли молодежь не идет, то ли боятся брать на себя инициативу (женщина, председатель НКО, инвалиды).

Социальное участие. Эксперты говорят, что население агломерации также социально активно.

Я бы не назвал её низкой. Я бываю в других городах. Могу сравнить (мужчина, директор АНО, спорт).

Называют разные способы проявления социальной активности. Размышляют: что считать социальной активностью? Например, участие людей в массовых мероприятиях, спортивных и уличных праздниках – это способ проявления социальной активности или нет?

С точки зрения того, что в целом люди какую-то активность проявляют, участие в чем-то, в каких-то мероприятиях, событиях на уровне дома, двора, города...мне кажется, что тут достаточно хорошая активность, потому что здесь есть работа социальных институтов разных, которые людей привлекают. Будь то администрация или будь то какие-то коммерческие структуры или ВУЗы, школы, кто угодно. То есть кто-то вовлекает людей, они вовлекаются (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

Общественных организаций много, но активности небольшая. Вроде бы мероприятий много, акций. Но на акции у нас всегда кто ходит - инвалиды и пожилые, и ветераны. В школах активность молодёжи неплохая, там ничего не могу сказать (женщина, руководитель НКО, дополнительное образование).

Одни информанты предлагают считать социальной активностью только инициативную деятельность людей.

Но если активность подразумевать, например, как какая-то инициативна, что они сами вовлекаются, то мне кажется, что здесь вообще не очень активны люди (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

Другие обращают внимание на неотрефлексированность практик социального участия: «помогают и помогают» (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

Перечисленные экспертами формы социальной активности имеют горизонтальную активность, осуществляют в рамках повседневной жизни и могут быть направлены на удовлетворение общественного интереса. Это позволяет отнести их к практикам социального участия. Эксперты называют следующие формы проявления социальной активности населения:

1. Участие людей в массовых мероприятиях, спортивных праздниках.

Я это вижу на трассе: на выходных море народу, если, тем более, хорошая погода. Да там даже протолкнуться негде, поэтому я бы не сказал, что у нас люди пассивные, лежат на диване пьют пиво. Причём и молодежь, и средний возраст, и старики (мужчина, директор НКО, спорт).

2 сентября. Людям бесплатно организовали праздник, лошади там были, клоуны. Мы думали, что человек 500 придёт, а пришло 200 всего. Мы нанимали специально людей, музыка там. Организовывали все. Мы вкладывали деньги, а люди даже не бесплатный праздник не настолько активны (женщина, директор НКО, психологический центр).

2. Организованное волонтерство через формальные организационные структуры на предприятиях. в учебных заведениях.

У нас охвачены волонтерством те, кто трудятся, учатся в организациях, где можно подойти и 20 человек сразу захватить в свой отряд (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

... мы работаем с техникумами, со школами, со спортивными школами и прочее. Все всегда идут на контакт (мужчина, директор НКО, инвалиды).

У нас есть волонтеры, которые нам помогают. Если мы будем говорить про подростковые проблемы, то это – школы, это сфера образования. Это часть слоя населения. Мы охватываем только определенную часть людей (женщина, директор НКО, психологический центр).

3. Помощь людям в кризисных ситуациях (пожар, наводнение, поиск пропавших людей).

когда требуется помощь после пожара, тоже всегда люди активно откликаются, ну по крайней мере там, где я вижу какие-то сообщения, я сама на них реагирую и вижу, как мои друзья, коллеги реагируют опять же в Интернете...какие-то комментарии, сообщения. Или вот когда было наводнение на Алтае. Также как много людей помогало... (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

Формы социальной активности населения, по мнению экспертов: участие людей в массовых мероприятиях /спортивных праздниках, организованные группы волонтеров при учебных заведениях /промышленных предприятиях, помощь людям в кризисных ситуациях (пожар, наводнение, поиск пропавших людей). Значит ли это, что в регионе нет социальной активности в других формах? Конечно, есть. Представители СО НКО не видят или не фиксируют в своем сознании другие формы активности, отмечают только те, которые прямо или косвенно относятся к возможным формам их деятельности.

Практики социального участия в Кузбассе имеют разные группы заинтересованных лиц: это органы власти, это крупные промышленные предприятия, это отдельные инициативные люди. Интерес у каждой группы свой, что накладывает отпечаток на особенности социального участия в регионе.

Особенности социального участия в Кузбассе:

1. Добровольно принудительный характер волонтерской деятельности.

... когда показывают волонтеров, показывают какие-то пышные праздники, где пускают шары, где-то они кучей бегут. И их возглавляет наш руководитель городской, или областной. И люди не очень понимают, куда тут

люди бегут во главе с этим руководителем. Они считают, что их это вообще не касается никак (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

2. Государственная пропаганда и протекция волонтерства.

... волонтерское движение, показанное со стороны телевидения, имеет явный государственный след, то как у нас относятся к власти, так относятся и к волонтерству, особенно к тому, что на нас давится с экрана (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

3. Замкнутость волонтерства как определенного круга людей.

В волонтерском движении участвуют люди, которые сами доверяют (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

Мне кажется, нас когда приглашают на мероприятия, я вижу, что все те же. И тут первый раз на форуме я увидела другие лица, мне это очень понравилось (женщина, руководитель НКО, дополнительное образование).

4. Активизация волонтерской деятельности в случае команды органов власти.

Летом был соответствующий законодательный акт, спущенный сверху, и нас резко услышали. До этого сколько мы с этой проблемой носились? Нас никто не слышал (женщина, председатель НКО, инвалиды).

... настолько активные, насколько делает власть и жизнь (мужчина, директор АНО, спортивный клуб).

5. Корыстный характер волонтерской деятельности.

Сейчас идет реклама, что добрые дела надо делать. Опять же это те волонтеры, которые заинтересованы в том, чтобы их потом поблагодарили, грамотой. Даже если они делают сейчас бесплатно – наша молодежь, то у них все равно есть какая-то блага... баллы.., цель, что не просто так, безвозмездно. Некоторые студенты идут в волонтерство, чтобы получить какие-то баллы, в дипломирование, получить скидки, облегчение. Я считаю, что это не волонтерство, а сделка как бартер (женщина, директор НКО, психологический центр).

6. Крупные промышленные предприятия используют волонтерскую деятельность как доказательство своей социальной ответственности.

Евраз все перебивает. Как бы мы не хвалили, что он везде участвует, это не та категория участия в социальных делах города или другой местности, где они находятся, чем они преподают. Они не заинтересованы ни в инвалидах, ни в длительных взаимоотношениях (женщина, руководитель НКО, дополнительное образование).

Большие предприятия наши, которые свою галочку ставят (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

7. Заинтересованность отдельных инициативных людей в получении денег в виде грантовой поддержки, а не в решении социальных проблем.

В южном Кузбассе видим, что инициатива именно не от организации, а от конкретных людей, те, которые к нам приходили на семинары, те, кто были как-то причастным к другим организациям, но у них пока нет формально организованной своей структуры НКО (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАЛа).

8. Некачественное выполнение действий или работы волонтерами, реализаторами социальных проектов.

Даже такое элементарное хорошее дело в нашем городе – посадка деревьев – волонтерским, тем более, отрядами, превращается в такое, что ... Во-первых, они сажаются где попало (Женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

Таким образом, социальное участие населения в Кузбассе несмотря на внешнюю социальную активность и вовлеченность не является добровольным и сознательным выбором людей. Население участвует в социальных практиках организовано, часто под воздействием внешнего принуждения.

Мешают вовлечению населения в практики социального участия отсутствие информации о том, что и как можно сделать, куда пойти и недоверие к органам власти.

Причины, мешающие развиваться практикам социального участия:

1. Недостаточная информированность людей, которые хотели бы заниматься волонтерством.

Люди недостаточно информированы. Даже я, человек достаточно – в теме, даже я бы хотела поволонтерить на культурных праздниках, я вообще движения мысли не вижу: к кому мне обратиться, с кем мне разговаривать (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

И вот сюжеты сколько по телевидению - люди верят в то, что они делают, у нас нет такого пока (женщина, директор благотворительной организации).

2. Затруднения, возникающие у неорганизованных людей и работников небольших предприятия, если они хотят заниматься практиками социального участия.

Куча желающих, которые бы это сделали. Почему люди не приглашаются? Я считаю, это недостаточно (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

3. Отсутствие мотивации занятия волонтерством, когда оно организовано «сверху», т.е. органами власти.

... если волонтер конкретно приходит в квартиру или дом, говорит: давайте я вам тут, старички, подмету, уголь покидаю, то люди относятся на отлично. А когда это всё отжато и пережато, то люди это понимают и им это неинтересно (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

4. Высокий уровень текучести кадров – участников социальных практик. Все время происходит обновление людей. Люди массово уезжают. Нужно постоянно искать и обучать новых. Получается какой-то замок из песка. Как только подсохло. Начинает всё рассыпаться (мужчина, директор АНО, спорт).

5. Условия и качество жизни людей.

В таких условиях, в которых мы сегодня проживаем, оценить более лаконично и правильно, ну, почти невозможно, потому что даже если по районам взять наш город, он совершенно разный будет и активность людей, и условия жизни будут совершенно разные у этих районов (мужчина, директор АНО, спортивный клуб).

Но низкий уровень финансов. Будет упираться всегда в финансы. Как бы мы общественники не бились, пока уровень зарплат низкий, люди не развиваются. Есть даже такая часть населения, это я не знаю, такой низкий уровень, это уже вообще (женщина, руководитель НКО, дополнительное образование).

6. Недостаток свободного времени у людей.

... где-то не хватает свободного времени (женщина, директор благотворительной организации).

7. Отсутствие веры в значимость, полезность своей деятельности.

... где-то доверия, что действительно может принести пользу (женщина, директор благотворительной организации).

Даже не в вопросе отсутствия средств. Скорее в непонимании нужности. Люди не понимают нужность своей работы (женщина, руководитель НКО, помощь военнослужащим).

8. Не сформированы в обществе навыки участия в социальных практиках.

Раскачивать нужно все-равно, потому что сколько изучала и читала литературу о том, как развиты НКО за рубежом, там и финансирование находят, и люди с удовольствием принимают участие (женщина, директор благотворительной организации).

9. Недостаток лидеров – социально активных людей.

Проблема в отсутствии лидеров, отсутствие горящего человека, который может заразить людей. В нашем обществе очень мало взращивается лидеров. Больше люди готовы исполнять, где-то быть на побегушках. А лидер несет ответственность. У нас вообще люди сегодня не берут ответственность за принятые решения (женщина, руководитель НКО, помощь военнослужащим).

Таким образом, людям мешают участвовать в практиках социального участия как условия и качество жизни, отсутствие мотивации, так и неорганизованность данного вида активности, отсутствие навыков такой активности.

Эксперты отмечают, что проблема вовлечения людей в различные формы социальной активности актуальна в современном обществе. Последствия невнимания к ней могут быть серьезными, в первую очередь грозят буквальным исчезновением людей или социальной деградацией: алкоголизм.

Первое, что делает народ – народ идет в рюмочные, сейчас уже пивнушки, потом начинает пить, ему не интересен спорт. То есть надо, вот, прийти, залить, замахнуться, забыться, и не переживать ни за что, ну и, соответственно, активность его будет зависеть только там, за кухонным столом (мужчина, директор АНО, спортивный клуб).

И люди начинают употреблять алкоголь - самое первое, а потом неадекватное поведение. Люди деградируют в этом вопросе (женщина, руководитель НКО, дополнительное образование).

Что можно сделать? Как вовлечь людей? Эксперты называют различные способы вовлечения населения в социальную активность:

1. Формирование у населения гражданской культуры, гражданского самосознания.

... внутреннее состояние, когда тема волонтерства четко поставлена, люди готовы свое личное время этому посвятить (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

2. Формирование ценностей местного сообщества как социально-территориального коллектива: целое развивается в том случае, если развивается каждый человек.

Нужно приоритеты и мотивы расставлять. Люди должны понимать, что для них это дает: раскрытие своего какого-то таланта, личного интереса... Ведь как, правило, они же не просто так туда идут, а деньги зарабатывать они на работу ходят (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

3. Наличие социально активного инициативного лидера.

... всё-таки нашим активистам нужен кто-то управляющий, чтобы направить энергию в нужном русле. И если есть такой человек рядом, тогда это всё активно будет развиваться. Люди поддерживают, когда начинаешь

работать сам, оказывается, люди, как говорится, готовы участвовать, помогать. Потом просто механизм включается, и начинает это всё обрывать коллективом большим и дружным (женщина, председатель СТЭС).

4. Проведение местных грантовых конкурсов.

На тех мероприятиях, где мы общаемся – РУСАЛа, ЕВРАЗа, там такое население собирается замотивированное. Они порвут, прям всё (женщина, председатель НКО).

Без денег не одно благое дело развиваться не будет. Даже церковь. В неё тоже несут деньги (женщина, руководитель НКО).

5. Создание коммуникационных площадок для общения людей.

Общение. Мы практически каждую неделю организовываем и проводим мероприятия. Приглашаем специалистов, интересных людей (женщина, местное отделение всероссийского общества).

6. Создание мотивации через саморазвитие: социальные практики как инструмент развития личностных навыков и успешности.

Саморазвитие. Тот же детский дом развивает коммуникативные навыки с детьми. К нам приходят психологи, педагоги с факультета им нравится общаться. Также это ознакомление с политикой, так как мы бываем на конференциях и просто общаемся на различных мероприятиях. За то время что я состою в Молодой Гвардии, я очень много где был в нашем городе. Постоянной оказываешься в таких местах, в которых в своей обычной жизни никогда бы не бывал (мужчина, студент, волонтер).

7. Создание организационных структур по управлению общественной активностью.

Я думаю, что у нас сейчас не очень высокая степень активности именно в социально сфере, но есть потенциал большой, просто им никто не управляет. А должны это делать НКО, не власть же (женщина, руководитель НКО, дополнительное образование).

Таким образом, ресурсами социального участия являются кадры, инфраструктура поддержки гражданских инициатив, ценности общественного сознания.

Факторы успешности социально активной деятельности:

1. Умение лидера вовлечь, вдохновить людей.

... всё зависит от того, может ли лидер ТОСа убедить, доказать, что это действительно нужно, это интересно (женщина, председатель СТООС).

2. Наличие личной истории, вовлекающей в социальное участие.

Человек имеет отношение к этой проблеме: дальний родственник такой, например, или он работает с такими детьми, то да (женщина, председатель НКО, инвалиды).

3. Развитое чувство личной ответственности за людей, за мир вокруг.

Кому нужно, я должна помогать. Ни больше, ни меньше. Вот насколько моих сил хватает. Если не могу, не вмешиваюсь. Не все вещи в этом городе мои (женщина, инициативная группа, помощь бездомным).

Сознательные люди бывает делают добро там, где администрация палец о палец не ударит (женщина, директор НКО, психологический центр).

Нужны люди, которые готовы тратить свое время на общественно-социальную работу (мужчина, директор АНО, спорт).

4. Наличие общей беды, становящейся мотивом к деятельности, объединяющего людей (пожар, наводнение, поиск пропавшего человека и т.п.).
Если мотив объединения достаточно силен, то люди объединяются (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

5. Наличие чувства идентичности с местом проживания.

Но если с точки зрения территории, например, своей квартиры или своего дачного участка, такой маленькой локальной территории, то там да, конечно каждый готов за нее сражаться. Просто эта граница очень узкая, как тут оценить за свой город, за свою территорию... (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

6. Помощь в организации деятельности со стороны муниципальных учреждений, организаций.

У нас в прошлом году был женский клуб. Оплата была символическая – 300 руб., чтобы чай попить, аренда часовая оправдалась. Потом мы проводили клуб «Путь к совершенству» совсем бесплатно в Гоголевке. Год мы проводили. До тех пор пока не попросили деньги за аренду. Пришлось нам отказаться (женщина, директор НКО, психологический центр).

7. Объединение СО НКО, инициативных групп для решения схожих проблем.

Можно же прославиться и совместно. Я пыталась уже так, но вы поймите, что одни по этому пути будете долго идти. Почему- бы, если у нас совпадают интересы и цели, надо объединяться, чтобы достичь его быстрее. Во-первых, это будет и для властей, и для общества. Они увидят, что это не единичный такой запрос, а коллективный запрос. И мы намного лучше сможет его сформулировать, чтобы достучаться до тех же властей, если нас будет команда человек из 20- 50. Это уже цифра для нашего города (женщина, председатель НКО, инвалиды).

8. Использование форматов семейного участия в социальной активности.

... у нас дети, родители. Один проект у нас был, там семейные традиции, передача из поколения в поколение (сотрудник НКО, педагог дополнительного образования детей).

9. Наличие опыта личного участия в социальной активности, в общественной деятельности.

... если приложены силы, внимание, тогда ты начинаешь это место ценить (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

10. Проведение конкурсов муниципальных или местных грантов.

маленькая сумма, она очень комфортная для небольшой команды, для первичного усвоения, и они... Я вот прям вижу, они падают уже на второй или третьей грант, и получают их, потому что у них отработанная система. И вот, примерно, со второго гранта у них уже вопросы появляются о том, как можно зарегистрировать свою некоммерческую организацию. У них уже появляется вектор в формализации своей деятельности в выявление

структуры, которая может представлять их интересы НКО (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАла).

11. Пропаганда и агитация в СМИ, в кино.

Но все равно недостаточно той работы в СМИ, которое общество проводит... Сейчас появилось много мультфильмов, художественных фильмов. Телевидение – вещь великая. Даже взрослому поколению... Они считают, что раньше инвалидов не было. А мы – наркоманы, алкоголики (женщина, сотрудник НКО, инвалиды).

12. Повышение общего культурного уровня и воспитания населения.

... от культурного населения зависит. В Томске концентрация людей более грамотных больше, чем в Новокузнецке. И они более ответственно относятся, и к чистоте, и к каким-то таким вещам. Здесь мало такого. Я была удивлена, когда приехала. Не соблюдают законы РФ, курят везде. Мы на дачу ездили. Замечание, если сделаешь, то тебя обхают, обматерят прям серьезно. В том же Томске такого нет. И мусорят здесь больше. Опять же это от культурного уровня и воспитания зависит. Здесь много рабочего класса, которому в общем-то... (женщина, директор НКО, танцевальный клуб).

13. Наличие людей, имеющих сформированную гражданскую культуру.

... инициатива, просто гражданская, у населения растет. Я вижу отклик, например, на участие, на призывы коллег, которые работают в других организациях. Если у них есть какая-то информация, то нужна помощь, нужны волонтеры (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАла).

14. Профессионализм людей, выполняющих работу в рамках практик социального участия.

Получается, чтобы делать определенные вещи, нужны люди, занимающиеся этим делом. Нужны профессионалы. Любая общественная работа зависит от людей, которые знают и умеют, что и как делать (мужчина, директор АНО, спорт).

15. Распространение социальной практики на небольшую территорию или небольшое сообщество, где есть возможность личностного вовлечения в деятельность.

Хорошо откликаются. В маленьком городе вообще без проблем. Все – на виду (женщина, руководитель национального НКО).

Доверие в обществе. Доверие в обществе знаковый и неоднозначный показатель гражданского общества. Неслучайно эксперты задавали встречные вопросы: а кому доверие? между кем доверие? В исследовании мы просили информантов оценить степень доверия в обществе между обычными людьми, интерпретируя наличие доверия как свидетельство готовности людей к практикам социального участия. Одни эксперты отмечали высокий уровень между людьми в обществе.

... люди стали больше жертвовать. Например, я среди своих знакомых, тех, которые не связаны с активностью некоммерческих организаций, в профессии или в работе, в волонтерской деятельности, вижу, что многие люди подписываются на регулярные пожертвования (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАЛа).

Другие подчеркивали, что уровень доверия невысокий, и доверять можно только небольшому кругу знакомых или близких людей.

... сейчас у нас мало кто что доверяет кому. В основном люди сомневаются (женщина, председатель СТЭС)

Сейчас есть тенденции уменьшения доверия людей друг к другу. Это проявляется и в виде высоких заборов у школ, детских садов и паспортному контролю в детских садах, школах, вообще практически во всех учреждениях...и в наших дверях-домофонах, и в видеонаблюдении и прочем (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

Нет доверия практически. Сейчас в интернете, эти соц.сети, они все замкнуты. Даже не общаются сейчас, как клубы по интересам были. Детские клубы раньше были. Сейчас такого нет (женщина, директор НКО, психологический центр).

Условия, необходимые для возникновения доверия в обществе:

1. Ответственность общественных деятелей, органов власти за обещания, за последствия принимаемых решений.

Возникают, обещают, не делают и исчезают (женщина, председатель СТООС).

2. Социальная активность и инициативность общественных деятелей, в том числе и представителей СО НКО.

у нас есть всё-таки люди такие... при определённых условиях, доверие возникает (женщина, председатель СТООС).

3. Большая информированность населения о деятельности НКО, деятельности органов власти.

Сейчас доверие к НКО растёт, потому что, во-первых, НКО стала больше о себе рассказывать. И прозрачность деятельности, она растёт, даже через те же соцсети. Мы видим текущую деятельность разных организаций, что они делают, и люди понимают, что это не мошенничество, что это не мошенники, что это реальные люди, которые работают (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАЛа).

Готовность объединяться, помогать другим людям. Мнения о сформированности в обществе готовности объединяться для решения общих проблем и помогать другим людям разделились. Деление может связано с реальной вовлечённостью экспертов в помогающие практики. Эксперты из территориального общественного самоуправления, волонтерских НКО считают, что люди готовы помогать.

... достаточно людей, которые готовы помогать (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

... среди тех людей, с которыми я общаюсь, и которые вокруг меня живут, таких людей очень много (женщина, председатель СТООС).

Помогать? Помогают всегда. Из магазина выхожу, я иногда сам езжу. И пока я пересаживаюсь в машину и убираю коляску, человек пять подойдет с предложением помочь (мужчина, директор НКО, инвалиды).

Информанты видят таких людей в своём ближайшем окружении.
Я даже сужу по своему двору. У меня двор такой молодежный, пожилых людей немного у нас живет. И то... случилась сейчас такая ситуация... со

снегом, мужчины вышли во двор, давай лопатами откидывать. Садить кусты, конечно, выходят женщины. В принципе это люди разного возраста (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

Я вижу – в моем коллективе, в моей семье, в моей родне, в моей группе университетской я вижу, что готовность хорошая (сотрудник НКО, педагог дополнительного образования детей).

Мне в жизни повезло: я только с такими с встречаюсь. Я лично про себя **(Женщина, инициативная группа, помощь бездомным)**.

Эксперты из специализированных НКО, например, тех, которые занимаются работой социально уязвимыми слоями населения, отвечали, что люди редко готовы помогать другим.

Если человек имеет отношение к этой проблеме: дальний родственник такой, например, или он работает с такими детьми, то да. Такие люди будут помогать и сочувствовать. А просто люди, которые не знают, что это такое – стараются пройти мимо (женщина, председатель НКО).

Когда начинались всякие сборы, люди активно помогали. Сейчас – огромный негатив. У меня в принципе – тоже, я понимаю, что это не тот путь. Людей это раздражает. Очень много аферистов, из-за этого еще начинают раздражаться, понимают, что много мошенников. И родители страдают. Понимают, что много изменилось. Вот здесь также помогать деньгами или в плане, помогать как? Вы вообще наши налоги сжигаете своими..., поэтому сложно (женщина, сотрудник НКО, инвалиды).

При этом, если люди и готовы помочь, то, скорее, помогут человеку, а не организации. Готовы помогать в беде, которая может коснуться каждого, можно спроецировать на себе, а не организациям с инициативными проектами.

Сложно. Чаще - «Моя хата с краю, ничего не знаю». Так и есть. Как-то очень сложно. Раскачать народ тяжело. Не поможет никто, в трудной жизненной ситуации. Пройдет мимо. Вот, например. Была в кафе. Мужчине плохо стало. Он был с семьей, жена, ребенок. Его жена попросила помощи. Я призвала народ, кто рядом был «Давайте что-то делать». Кто-то включился.

Молодежь стоит, фотографирует. И всё. Страшно стало. Я в шоке была. Помогли мужчине как могли (женщина, руководитель национального НКО).

Я заметила, что волонтеров не пускают многие, либо они заранее предупреждают людей, надевают жилетки... (женщина, инициативная группа, помощь бездомным).

Помощь другим людям часто связана с необходимостью объединиться с другими людьми для совместной деятельности. А как объединиться, если уровень доверия невысокий? Или люди готовы объединяться и доверяют друг другу? Как и по вопросу доверия, мнения экспертов противоположны. Одни считают, что люди готовы объединиться.

Всё началось с одного мастера, и она за время проекта нашла ещё 5 человек, которые готовы с ней были выезжать в разные районы города на своих автомобилях. ... Она просто их нашла чисто среди коллег, увидела желание как-то тоже участвовать в такой же деятельности, и они к ней примкнули, то есть, желание объединяться... Оно есть (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАЛа).

Другие приводят доказательства обратного.

Люди плохо слышат друг друга. Люди не верят в это все, все с недоверием. замечая пожилых людей, которые бегут под светофор, бросают фантики во дворе (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

Не все готовы объединяться. Тратить своё личное время. Ещё и работать бесплатно (женщина, руководитель национального НКО).

Люди готовы объединяться в случаях общей беды или агрессии или... для благоустройства территории.

Люди готовы объединяться, когда есть какой-то очаг агрессии. Кто-то создает проблему, даже в общественном транспорте, начинает угрожать окружающим, люди организовываются моментально. Поэтому тут зависит от чего смотреть. Если беда. Многие люди подают денежки погорельцам, вещи собирают (женщина, директор НКО, психологический центр).

Что мешает нам помогать и объединяться? Причины неготовности людей к объединению:

1. Особенности общественного сознания россиян.

... это какая-то общая культура. Всё разорвано (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

Вообще Россия не готова к этому (председатель НКО, мама ребенка с ограниченными возможностями).

2. Отсутствие у людей чувства собственности по отношению к общественным пространствам.

80 процентов не считают, что это своё (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

3. Отсутствие у людей чувства идентичности по отношению к территории на которой они живут.

У людей, по моему мнению, по моему наблюдению, все меньше привязок к месту: это съемная квартира, или какая-то временная работа, или возможность работать где угодно, нежелание заводить семью или нести ответственность за семью... люди достаточно мобильны и не сильно стараются привязаться (женщина, директор научно-познавательного центра, волонтер).

Всегда есть люди, которые болеют за свой город, и те, кто говорит: как все плохо, скорей бы отсюда сбежать (мужчина, директор НКО, инвалиды).

4. Наличие у людей индивидуалистических ценностных установок.

Как-то каждый сам по себе (женщина, председатель НКО).

Люди заняты на работе, решением своих личных проблем (женщина, руководитель национального НКО).

5. Отсутствие ощущения возможности влиять на принятие решений относительно своей жизни в обществе

... будучи оторванными от влияния на властные решения, на текущую жизнь, не действуют (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

6. Недоверие к НКО со стороны населения.

Они понимают, что это для населения, для улучшения (сотрудник НКО, педагог дополнительного образования детей).

7. Отсутствие в обществе социально одобряемых механизмов социальной помощи.

Механизм оказания помощи не сформирован. Если люди хотя, я от многих даже слышу, мне лично поступает очень много запросов знакомых и знакомых знакомых. У меня есть, например, там знакомая на работе, Маша, которой звонят часто мои коллеги, мужчина хотел быть авто-волонтером. У него есть машина, он понимает, что раза два-три в неделю он может кого-то отвезти, кому нужна помощь. А я даже не знаю, кому этот контакт передать. То есть я понимаю, что, наверное, это будет полезно инвалидам. Я понимаю, что я могу сказать Ане Токаревой или Юле Романовой. Но какой-то базы, в которой человек мог бы записаться, что я хочу быть волонтером... (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАЛа).

Люди готовы помогать. Они не знают кому помогать. Я достаточно много работаю с разными школами (женщина, руководитель НКО).

Готовность нести ответственность за свою территорию. Готовность нести ответственность за свою территорию, чувство идентичности в Кузбассе, по мнению экспертов, сформированы.

У нас патриоты в Кузбассе (женщина, инициативная группа, помощь бездомным).

Сейчас это идёт, но пока эта ответственность, что это мой двор, это моя тропинка, моя улица – это ещё очень долгий процесс, но он пока идёт в сторону того, что формируется (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАЛа).

Эксперты приводят примеры такой готовности.

На собрания ходят. Помогают в каких-то общественных делах, в новогодних украшениях, в этой атрибутике во всей там... В улучшениях вокруг себя пространства всякого, да (сотрудник НКО, педагог дополнительного образования детей).

Если у кого-то желание появляется подарить, очень часто человек начинает замечает вокруг себя нуждающихся (женщина, инициативная группа, помощь бездомным).

Тогда Наташа сказала такую фразу: «Я только сейчас поняла, что это меня касается, что это не ничейная тропа, что она тоже моя. Если мы там гуляем с семьей, то это тоже моя тропа» (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАЛа).

Эксперты считают, что большая часть населения Кузбасса ожидает для стимулирования социальной активности каких-то действий со стороны органов власти.

Понимание очень сильно передвинуто на власть, это должна власть, а лично вот они: «А чё мы можем?» (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

Но есть и такие, которые хотят получать блага, думают, что им все и всё и так должны сделать и дать (женщина, национальное НКО).

Одновременно есть эксперты, которые видят свидетельства формирования в обществе гражданской культуры.

В принципе у людей это понимание начинает формироваться, что это в наших руках – вот двор. Ну, наверное, потом улица как-то в наших руках, потом трамваи, может быть, в наших руках (женщина, эксперт, волонтер с большим стажем).

сейчас зарождается движения среди более молодых слоев населения, которым эти вопросы и вопросы, касающиеся окружения, не безразличны (женщина, председатель СТЭС).

она растёт. Я это вижу по количеству участников наших грантовых конкурсов, которые мы относим к категории инициативных групп граждан. Их становится больше (женщина, эксперт грантовых конкурсов РУСАЛа).

Но кроме нас никто наши проблемы решать не будет (женщина, национальное НКО).

Выводы по разделу 2.

Для экспертов – лидеров, представителей СО НКО гражданское общество представляет собой совокупность чувств по отношению к людям, к территории проживания, социальных практик – действий по реализации данных чувств. Это чувства ответственности за свою жизнь, за людей, готовность помогать и

защищать в беде, способность чувствовать боль, проблемы людей, чувство территориальной идентичности.

Представители СО НКО не имеют общего однозначного мнения о наличии в Кузбассе гражданского общества. Одни эксперты высказывают мнение, что гражданское общество есть, другие не видят гражданского общества, подчеркивают, что люди не понимают и не знают, что такое некоммерческие или общественные организации и чем они занимаются.

Представители СО НКО считают, что население Южно-Кузбасской агломерации социально активно, но расходятся во мнениях, что считать социальной активностью. Одни эксперты называют социальной активностью любые коллективные действия людей вне дома или работы, другие – только инициативные действия, направленные на решение социальных проблем.

Представители СО НКО относят себя к социально активным людям, готовым помогать другим и брать на себя ответственность за других людей, за решение проблем за территорию проживания.

Формы социальной активности населения, по мнению экспертов: участие людей в массовых мероприятиях /спортивных праздниках, организованные группы волонтеров при учебных заведениях /промышленных предприятиях, помощь людям в кризисных ситуациях (пожар, наводнение, поиск пропавших людей). Эксперты фиксируют только те формы социальной активности населения, которые связаны с деятельностью СО НКО.

Социальное участие населения в Кузбассе несмотря на внешнюю социальную активность и вовлеченность не является добровольным и сознательным выбором людей. Население участвует в социальных практиках организовано, часто под воздействием внешнего принуждения.

Особенности практик социального участия в Кузбассе:

1. Добровольно принудительный характер волонтерской деятельности.
2. Государственная пропаганда и протекция волонтерства.
3. Замкнутость волонтерства как определенного круга людей.
4. Активизация волонтерской деятельности в случае команды органов власти.
5. Корыстный характер волонтерской деятельности.

6. Крупные промышленные предприятия используют волонтерскую деятельность как доказательство своей социальной ответственности.
7. Заинтересованность отдельных инициативных людей в получении денег в виде грантовой поддержки, а не в решении социальных проблем.
8. Некачественное выполнение действий или работы волонтерами, реализаторами социальных проектов.

Людям мешают участвовать в практиках социального участия как условия и качество жизни, отсутствие мотивации, так и неорганизованность данного вида активности, отсутствие навыков такой активности. Причины, мешающие развиваться практикам социального участия можно разделить на внешние и внутренние. К внешним причинам относятся:

1. Недостаточная информированность людей, которые хотели бы заниматься волонтерством.
2. Затруднения, возникающие у неорганизованных людей и работников небольших предприятия, если они хотят заниматься практиками социального участия.
4. Высокий уровень текучести кадров – участников социальных практик.
5. Не сформированы в обществе навыки участия в социальных практиках.
9. Недостаток лидеров – социально активных людей.

К внутренним причинам относятся:

1. Отсутствие мотивации занятия волонтерством, когда оно организовано «сверху», т.е. органами власти.
2. Отсутствие веры в значимость, полезность своей деятельности.
3. Условия и качество жизни людей.
4. Недостаток свободного времени у людей.

Эксперты отмечают, что проблема вовлечения людей в различные формы социальной активности актуальна в современном обществе. Последствия невнимания к ней могут быть серьезными, в первую очередь грозят буквальным исчезновением людей или социальной деградацией: алкоголизм.

Для вовлечения людей в социальную активность необходимо работать с общественным сознанием и создавать организационные структуры. Способы вовлечения населения в социальную активность:

1. Формирование у населения гражданской культуры, гражданского самосознания.
2. Формирование ценностей местного сообщества как социально-территориального коллектива: целое развивается в том случае, если развивается каждый человек.
3. Наличие социально активного инициативного лидера.
4. Проведение местных грантовых конкурсов.
5. Создание коммуникационных площадок для общения людей.
6. Создание мотивации через саморазвитие: социальные практики как инструмент развития личностных навыков и успешности.
7. Создание организационных структур по управлению общественной активностью.

Факторы успешности социально активной деятельности:

1. Умение лидера вовлечь, вдохновить людей.
2. Наличие личной истории, вовлекающей в социальное участие.
3. Развитое чувство личной ответственности за людей, за мир вокруг.
4. Наличие общей беды, становящейся мотивом к деятельности, объединяющего людей (пожар, наводнение, поиск пропавшего человека и т.п.).
5. Наличие чувства идентичности с местом проживания.
6. Помощь в организации деятельности со стороны муниципальных учреждений, организаций.
7. Объединение СО НКО, инициативных групп для решения схожих проблем.
8. Использование форматов семейного участия в социальной активности.
9. Наличие опыта личного участия в социальной активности, в общественной деятельности.
10. Проведение конкурсов муниципальных или местных грантов.
11. Пропаганда и агитация в СМИ, в кино.
12. Повышение общего культурного уровня и воспитания населения.

13. Наличие людей, имеющих сформированную гражданскую культуру.

14. Профессионализм людей, выполняющих работу в рамках практик социального участия.

15. Распространение социальной практики на небольшую территорию или небольшое сообщество, где есть возможность личного вовлечения в деятельность.

Практические все эксперты отмечают важность доверия как фактора развития практик социального участия. Но одни эксперты считают, что уровень доверия в обществе и готовность людей помогать друг другу растет, другие – доверия в обществе нет. При этом самих себя они считают людьми, которые доверяют людям и готовы им помогать, видят таких людей в своём ближайшем окружении. Если предположить, что каждое СО НКО – центр притяжения людей с определенными ценностями доверия, ответственности и взаимопомощи, то увеличение количества НКО приведет к повышению доверия в обществе.

К данному выводу приводит перечисление условия возникновения доверия в обществе, по мнению экспертов. Для формирования доверия в обществе необходимы:

1. Ответственность общественных деятелей, органов власти за обещания, за последствия принимаемых решений.
2. Социальная активность и инициативность общественных деятелей, в том числе и представителей СО НКО.
3. Большая информированность населения о деятельности НКО, деятельности органов власти.

Разделение экспертов во мнениях о готовности объединяться и помогать людям связаны с видом деятельности НКО. Эксперты из территориального общественного самоуправления, волонтерских НКО считают, что люди готовы помогать. Эксперты из специализированных НКО, например, тех, которые занимаются работой социально уязвимыми слоями населения, отвечали, что люди редко готовы помогать другим. При этом, если люди и готовы помочь, то, скорее, помогут человеку, а не организации. Готовы помогать в беде, которая

может коснуться каждого, можно спроецировать на себе, а не организациям с инициативными проектами.

Люди не готовы объединяться друг с другом, так как не умеют взаимодействовать: плохо слышат друг друга и не умеют взаимодействовать: нет навыков коммуникации и площадок для коммуникации. Люди готовы объединяться в случаях общей беды, внешней агрессии или для благоустройства территории.

Причины неготовности людей к объединению:

1. Особенности общественного сознания россиян.
2. Отсутствие у людей чувства собственности по отношению к общественным пространствам.
3. Отсутствие у людей чувства идентичности по отношению к территории на которой они живут.
4. Наличие у людей индивидуалистических ценностных установок.
5. Отсутствие ощущения возможности влиять на принятие решений относительно своей жизни в обществе
6. Недоверие к НКО со стороны населения.
7. Отсутствие в обществе социально одобряемых механизмов социальной помощи.

По мнению экспертов, в Кузбассе сформирована территориальная идентичность: люди являются патриотами своего края, готовы нести ответственность за него. Но эта ответственность больше является декларируемой, проявляется на уровне слов, а не практических действий. Практическими действиями должны заниматься органы власти.

В целом можно говорить о том, что, несмотря на подданическую политическую культуру населения Кузбасса, отдельные свидетельства роста и появления гражданской политической культуры уже есть. Есть понимание, что никто кроме нас наши проблемы решать не будет.

Раздел 3. Информационные и коммуникационные потребности СО НКО

Информационная среда НКО (сотрудничество, коммуникации, информированность)

В настоящее время существуют различные источники и каналы получения информации об НКО. И дефицита информации нет. Тем не менее, информированность населения о деятельности некоммерческого сектора очень низкая.

- Как вы оцениваете степень информированности населения о деятельности ТОС?

- Очень минимально, то есть, знаете, только те, кто непосредственно общается с ТОСом, такой информацией владеют. Если спросить у простого прохожего: "Знаете ли вы что такое ТОС?"

- Ответ будет отрицательным.

Для социально ориентированных НКО важно не только информировать о своей деятельности, но и привлекать к её осуществлению добровольцев, волонтеров. В сложившемся информационном поле эксперты отмечают перекосы в сторону PR-деятельности, которую проводят сторонние организации, используя НКО как повод для собственного продвижения.

Знаете, я считаю, что это самая большая проблема. Я считаю, что недостаточно люди информированы, потому что когда показывают волонтеров, показывают какие-то пышные праздники, где пускают шары, где-то они кучей бегут. И их возглавляет наш руководитель городской, или областной. И люди не очень понимают, куда тут люди бегут во главе с этим руководителем. Они считают, что их это вообще не касается никак.... Нет информации у людей, куда бы они могли обратиться, где бы тоже подключиться и начать помогать. Мне, кажется, что этой информации недостаточно. ...Если мы хотим, чтобы это касалось как-то людей простых, то надо больше рассказывать не о феериях, а о буднях волонтерских.

Адресатом такой информации должны быть не только потенциальные волонтеры. Каждый из них является работником какой-то организации или

предприятия, учится, служит и т.д. Поэтому необходимо донести важность некоммерческой деятельности до руководителей, которые могут создать благоприятные условия для работающих или обучающихся волонтеров.

Не организовано всё. Я считаю, что люди недостаточно информированы. Даже я, человек «в теме», даже я бы хотела поволонтерить на культурных праздниках, я вообще движения мысли не вижу: к кому мне обратиться, с кем мне разговаривать, чтобы они с руководителями поговорили, и они как-то сдвинулись.

Эксперты отметили разницу использования коммуникационных каналов в зависимости от возраста аудитории. Молодежь больше использует современные способы коммуникации через интернет (в основном социальные сети). При этом люди старших возрастов зачастую остаются вне информационного поля НКО.

Я считаю, что с коммуникациями у нас в городе слабовато. ...Молодежь - она использует эти современные средства, старается. ...Но нет традиционных форм оповещения, и это очень для людей пожилых плохо. Потому что у нас газета, которую все любят – это «Кузнецкий рабочий», им недостаточно ресурса... Пока мы не умрем, те, кто не сидит пожизненно в интернете, нам нужны такие источники информирования, старомодные.

Информационное сотрудничество и взаимопомощь между НКО развиты между однопрофильными организациями, например, спортивной направленности. Они помогают друг другу в распространении информации о проводимых мероприятиях, о проведении наборов в секции и кружки и т.п. Многие эксперты отметили важность обмена специфической для некоммерческого сектора

Для меня важна информация, обмен навыками, опытом по написанию грантов.

Потребности НКО в информации со стороны органов власти

Во-первых, органы власти (различных уровней) определяют правовые рамки деятельности некоммерческого сектора. Поэтому НКО требуется оперативная информация обо всех изменениях в сфере законодательства.

- Какая-нибудь информация нужна для успешной работы?

- Изменение в нормативно-правовой документации некоммерческих организаций, то есть вообще по деятельности. Такой необходим, наверное, больше юридический подтекст, чтобы делать правильный анализ работы, то есть изменений очень много происходит, тем более в рамках НКО, меняются уставы. Меняется огромное количество вещей и конечно без, вот, этого всего - правил документации, без этого не справиться.

Во-вторых, органы власти могут выступать в роли грантодателей и осуществлять материальную поддержку некоммерческому сектору. Поэтому для НКО часто требуется информация о возможностях получения такой поддержки.

- Испытываете ли вы потребность в информации со стороны органов власти?

- Только в плане организации каких-то грантовых конкурсов и все.

Способы информирования населения о предоставляемых услугах

НКО используют широкий спектр каналов для информирования населения о предоставляемых социальных услугах. Распространенным способом остается личное общение с целевой группой организации, особенно когда она четко определена (например, школьники или их родители):

- Как информируете население о предоставляемых услугах?

- Зашли в школу сказали. Устно. Раздали буклет....

- Как информируете население о предоставляемых услугах?

- Через расклейку, пока сайта еще нет. Расклейка в школах, там, объявления развешиваются, на подъездах.

Также используются традиционные средства массовой информации – телевидение, газеты. Этот способ информирования больше используют давно работающие и известные НКО:

- А как вообще узнают про вашу организацию?

- А мы печатаемся.

- В газетах?

- В газетах. И в “Кузбассе”.

- И в телевизоре?

- И по местному телевидению было много сюжетов у нас.

- Люди узнают и приходят?

- Больше через друзей. Друг-другу.

Другой пример:

... плотно сотрудничаем с РЦТК, они тоже это описывают частенько - нашу жизнь. Мы запланировали цикл передач. Одна из них уже вышла, которая посвящалась лыжному спорту в Новокузнецке..

Сайты есть не у всех организаций. Кто-то считает их неэффективными, у кого-то нет возможностей их создать и поддерживать, а кто-то находит возможности совместного использования уже имеющихся ресурсов.

- У вас сайт есть?

- У нас сайта своего нет. Нас выкладывали в основном на сайте детско-юношеского центра. Там можно будет посмотреть. Мы приклеились к ним, знаете так это.

Профессионально созданные сайты есть у организаций, которые являются отделением общероссийских структур, например, таких, как «Красный крест». Чаще всего сайты небольших НКО поддерживаются силами энтузиастов-волонтеров:

- Есть ли у вас свой сайт, страница в социальных сетях?

- Да. У нас есть два энтузиаста, которые создали и поддерживают работу сайта нашей организации.

Наиболее распространенным каналом информирования являются страницы организаций или их лидеров в социальных сетях. Их используют значительно чаще, чем сайты и даже вкладывают в их развитие определенные средства.

- Ваши аккаунты в сетях: кто это делал всё?

- В Инстаграме, мы сами создавали. А в ВКонтакте - мы платили деньги, и люди нам создали страницу. Профессионально, скажем так....

- Как вы оцениваете развитость коммуникационных ресурсов вашей организации?

- Средне. Сайта нет. В соц.сетях я на своей странице рассказываю....

Информируем население через аккаунты в сетях. Где есть отражение, что мы делаем.

Социальные сети ВКонтакте и Инстаграм – лидируют по популярности у представителей НКО. У большинства из них есть собственные страницы и они планируют свое информационное развитие именно в этом направлении.

- Какая форма коммуникации наиболее удачна для решения, обсуждения?

- Instagram, ВКонтакте дают большое распространение именно тем вещам, которые мы реализовываем в нашем направлении. Ну, я пока еще не зарегистрирован, именно там в Instagram, но сейчас все это планирую открыть, зарегистрировать и начинать это движение. Показывать жизнь организации, реальную работу, реальную деятельность, реальное количество членов этой организации и прочее. На сегодняшний день Инстаграм работает хорошо...

- Кто у вас ведет интернет-ресурс?

- Я. В Одноклассниках у нас тоже есть группа, на Фейсбуке тоже есть группа, ВКонтакте как-то не особо.

Когда организация начинает тратить средства на информационное сопровождение и продвижение своей деятельности, то сразу возникает вопрос об эффективности этих затрат. Немногие организации задумываются о четком определении целевой аудитории, её охвате и т.д.:

- А вот для вас есть существенная разница размещения информации платной, бесплатной?

- Зависит все от эффективности, не важно, насколько. Если сайт будет эффективный, то можно и деньги вложить, но опять же, какая категория слушателей вам нужна. Какая категория людей, которые будут использовать вашу услугу, необходима, если, конечно, там, у нас будут дети в возрасте от столько-то, до столько-то лет, то нужно ориентироваться на те сайты, где сидят их родители, а если мы говорим про молодежь, то, безусловно, тут больше Instagram и WhatsApp и прочие вещи.

Не во всех аспектах работы некоммерческого сектора эффективны интернет и социальные сети. Особенности специализированных социальных

услуг в некоторых случаях можно раскрыть только демонстрируя их в реальности (например, для особенных детей):

- А через социальные сети?

- Через социальные сети мало кто понимает, что это. Если кто-то интересуется, то я всегда приглашаю на бесплатный мастер-класс или на бесплатную консультацию, чтобы они поняли, что это такое, чтобы они приняли выбор: нужно ли им дальше делать такое.

Навыки работы в цифровой среде

Большинство опрошенных экспертов достаточно высоко оценивают навыки НКО для работы в цифровой среде. Как правило, они сами активно осваивают это направление деятельности.

- А сами ваши сотрудники в цифровой среде присутствуют?

- Ну, на уровне пользователей. У нас открыто выраженных профессионалов нет! В Инстаграме сложности никакой нет, чтобы аккаунт создать. В ВК создали не просто страницу, она многоуровневая, как нам объяснили. ВК менее актуален, чем Инстаграм, там побольше народу. В Инстаграме ведём сами, и в ВК тоже ведём сами. У нас два администратора - моя супруга и супруга тренера.

При этом часть функций НКО по возможности переносится в цифровую среду. Это помогает значительно снижать временные и трудовые затраты сотрудников и волонтеров и повышает эффективность деятельности СО НКО.

У нас очень хорошие результаты. Недавно Гугл-формы увидела. О! Я даже не знала, училась-то когда. Мы первый раз составляли списки на ёлку в Гугл-формах. Какая прелесть! Охватить более 300-400 детей города и составить списки – это раньше было не просто... А сейчас легко! В этом году родители просто молодцы, так хорошо – дружененько все сработали.

Выводы по разделу 3.

СО НКО используют широкий набор коммуникационных каналов для информирования населения о своей деятельности и предоставляемых социальных услугах. Самым распространенным каналом является канал

личного общения. НКО используют для работы традиционные СМИ, преимущественно, телевидение.

Сайты есть не у всех организаций. Кто-то считает их неэффективными, у кого-то нет возможностей их создать и поддерживать, а кто-то находит возможности совместного использования уже имеющихся ресурсов. Профессионально созданные сайты есть у организаций, которые являются отделением общероссийских структур, например, таких, как «Красный крест». Чаще всего сайты небольших НКО поддерживаются силами энтузиастов-волонтеров:

Наиболее распространенным каналом информирования являются страницы организаций или их лидеров в социальных сетях. Их используют значительно чаще, чем сайты и даже вкладывают в их развитие определенные средства. Самые популярные у представителей НКО социальные сети: ВКонтакте и Инстаграм.

НКО осуществляют информирование о своей деятельности, чаще всего, спонтанно: не планируют рекламный и PR-бюджет, не подбирают каналы коммуникации на основе оценки своей целевой аудитории.

Большинство опрошенных экспертов достаточно высоко оценивают навыки НКО для работы в цифровой среде. Как правило, они сами активно осваивают это направление деятельности.

При этом часть функций НКО по возможности переносится в цифровую среду. Это помогает значительно снижать временные и трудовые затраты сотрудников и волонтеров и повышает эффективность деятельности СО НКО.

IV. ВЫВОДЫ ПО КОМПЛЕКСНОМУ СОЦИОЛОГИЧЕСКОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

Проведение комплексного социологического исследования «Изучение общественного мнения благополучателей и потребителей социальных услуг о возможностях социально ориентированных НКО, отношении к некоммерческому сектору и оценки потребностей в социальных услугах, определении информационных и коммуникационных потребностей социально ориентированных нко и инициативных групп граждан городов Южно-Кузбасской агломерации» позволило эмпирически проверить сформулированные гипотезы, обосновать выводы исследования и сформулировать предложения для органов государственной власти, органов местного самоуправления монопрофильных территорий Южно-Кузбасской агломерации по разработке мер институционального характера поддержки СО НКО.

В контексте проверки основной гипотезы нашли подтверждение дополнительные (частные) гипотезы исследования. Было выдвинуто **основное предположение**, что жители Южно-Кузбасской агломерации как целевые благополучатели и потребители социальных услуг СО НКО в большинстве своем имеют не полное представление о специфике деятельности НКО, реализуемых ими социальных услугах на территории проживания, и не являются активным и массовым потребителем услуг.

1. Эмпирически обосновано, что у подавляющего большинства населения Южно-Кузбасской агломерации слабый интерес к информации об общественных инициативах населения, о деятельности общественных благотворительных организаций. Только 34,9 % респондентов проявляют интерес к подобной информации. Отсутствие интереса препятствует формированию содержательных и достоверных представлений о данных институтах и знанию специфики их деятельности.

Качество и содержание информации формируется в ее источниках. Основным источником формирования общественного мнения продолжает оставаться ТВ (46,2 %). Однако СМИ не выполняет роль просветительского и

организующего начала в формировании общественного мнения, так как оценка респондентами достоверности, достаточности предоставляемой информации не превышает 3-х баллов по 5-ти балльной шкале оценивания. Существенное влияние на формирование общественного мнения оказывают неформальные источники информации: социальные сети и ближайшее окружение человека. В результате общественное мнение о СО НКО и социальных инициативах населения формируется преимущественно спонтанно. В этом плане подтверждена гипотеза, что представления об НКО в общественном сознании имеют достаточно «размытый» характер, четкая направленность и интенсивность мнения о социальной значимости НКО еще не сформированы.

2. Подтверждается гипотеза, что население Южно-Кузбасской агломерации, как целевой сегмент социальных услуг СО НКО, в действительности не является активными и массовым потребителями предоставляемых ими социальных услуг. Деятельность и расширение деятельности НКО ограничиваются потребительским поведением целевого сегмента, для которого характерны низкий и ограниченный потребительский спрос. Данный вывод подтверждают следующие факты. За последний год обратились за получением социальных услуг 20,3 % респондентов. Частота потребления по большинству видов услуг менее 10 %, активность потребления социальных услуг среднестатистического респондента менее 2-х раз в год. Исключение составляют услуги в области здравоохранения. Учитывая не высокий уровень жизни большинства жителей агломерации, можно утверждать, что население экономит на необходимом, кроме здоровья.

3. Обоснование получила гипотеза, что население Южно-Кузбасской агломерации не сформировалось как субъект гражданского общества (субъект социальной инициативы и активности) и не является широкой социальной базой для развития НКО. По результатам самооценки, в типологическом профиле населения Южно-Кузбасской агломерации доминируют модели поведения, ориентированные на исключение из активных социальных взаимодействий, связанных с решением коллективных проблем местного сообщества (67,3 % респондентов). Эти модели поведения нашли свое

отражение в социальных установках таких групп населения как «отчужденные», в том числе индивиды со стратегией «на выход» и «изоляциялисты».

Результаты самооценки коррелируют с оценкой состояния (наличия) гражданского общества в Кузбассе экспертов – лидеров, представителей СО НКО. Мнение экспертов не согласовано в диапазоне от оценки низкого уровня до высокого уровня развития гражданского общества. Однако доминируют оценки, которые индицируют неразвитость гражданского общества: отмечается административное регулирование практик социального участия, их имитационный характер практик (подмена содержания формой), недостаточная мотивации занятия волонтерством, а также недостаток лидеров – социально активных людей и лидеров. Неготовность населения к объединению, по мнению экспертов, связана с ускоренностью в общественном сознании норм и представлений государственно-монополистической системы социальной организации, при которой ценности гражданского общества подменяются патернализмом. По мнению экспертов существуют и коммуникативные барьеры для объединения людей, связанные с навыками коммуникаций, а также отсутствием площадок для коммуникации. Не случайно в текущем периоде уровень включенности населения в реализацию общественных инициатив, в волонтерство по результатам исследования оценивается как действия, которые носят преимущественно эпизодический характер участия, а не массовые социальные практики. Тем не менее, по оценке экспертов, отдельные свидетельства роста и появления гражданской политической культуры уже наблюдаются, формируется понимание, что индивидуальной и коллективной ответственности за решение общих проблем.

4. Согласно гипотезе СО НКО Южно-Кузбасской агломерации не обладают высоким потенциалом развития и расширения деятельности, так как для этого недостаточно внутренних и внешних ресурсов развития. В контексте проверки гипотезы были получены следующие эмпирические результаты:

4.1. На основе анализа основных характеристик и параметров деятельности СО НКО представлен социальный портрет (образ) СО НКО

Южно-Кузбасской агломерации, характеристики которого отражают ограниченный потенциал развития в реализации институциональных целей: больше половины исследуемых СО НКО (67 %) имеют локальный масштаб деятельности (город) и ограничения в целевом сегменте; масштабы, перспективы деятельности СО НКО в значительной степени ограничиваются численным составом кадров, характеристика которого внутренне противоречива. Когда организация в своей деятельности опирается преимущественно на волонтеров, имея ограниченный штат сотрудников или не имея его вовсе, возникают риски не только для обеспечения текущей деятельности в реализации предлагаемого перечня и качества социальных услуг, но и перспективного развития адресной и качественной сферы социальных услуг.

4.2. Внутренний потенциал развития исследуемых НКО как совокупность финансовых, материально-технических, кадровых ресурсов, способных обеспечить качественные социальные услуги и удовлетворение всесторонних запросов различных категорий населения территории (целевых групп), оценивается как **недостаточный**. Основным источником финансирования являются денежные средства самих организаций, которые оказывают услуги преимущественно на бесплатной основе. Это создает проблему дефицита материально-технических и кадровых ресурсов: большинство НКО не достаточно обеспечены помещением, оборудованием, а также квалифицированными (компетентными) сотрудниками. Выявлено, что проблема ресурсного потенциала имеет комплексный (системный) характер и в значительной степени зависит от личности руководителя, его способности работать в рыночной среде и заниматься стратегированием. По факту деятельность большинства некоммерческих организаций осуществляется на уровне решения текущих проблем и «пожарных» задач без стратегического планирования и целенаправленной работы. Недостаток руководителей, профессиональных менеджеров становится ключевой системообразующей проблемой некоммерческих организаций. В то же время сами сотрудники СО НКО имеют высокий уровень мотивации и это фактор, как внутренний ресурс

развития НКО, создает важные предпосылки для эффективной деятельности организации.

4.3. Внешний потенциал развития – государственная поддержка СО НКО – оценивается как **недостаточный**. Ограниченность внутренних ресурсов определяет для СО НКО высокую значимость поддержки со стороны органов государственной власти и местного самоуправления. По результатам исследования, между СО НКО и органами местного самоуправления сформировались отношения сотрудничества и поддержки (67 %), когда подавляющее большинство некоммерческих организаций (79 %) получает от власти те или иные формы поддержки. Вместе с тем уровень поддержки по объему и структуре не в полной мере удовлетворяет потребности СО НКО. Доминирует информационная поддержка при высокой потребности в финансовой и имущественной поддержке, призванной восполнить дефицит внутренних ресурсов развития СО НКО. Оценка уровня поддержки в 3,3 балла означает, что эффективность данного ресурса развития **недостаточная**, что полностью подтверждает гипотезу исследования.

5. Коммуникационные ресурсы можно отнести к стратегическим ресурсам развития некоммерческой организации, от которых зависит количество и качество реализуемых организацией социальных услуг и проектов. Было высказано предположение, что информационные и коммуникационные потребности представителей СО НКО Южно-Кузбасской агломерации не удовлетворяются в полном объеме, так как информационная среда не сформирована, характеризуется неполнотой, разрозненностью информации и недостаточной активностью внутрисекторной и межсекторной коммуникаций.

В контексте проверки получены подтверждающие результаты.

Информационная среда НКО Южно-Кузбасской агломерации «мозаична» и системно не выстроена под цели повышения эффективной деятельности СО НКО и развития некоммерческого сектора в целом. Исследуемые компоненты информационной среды характеризуются внутренней противоречивостью.

5.1. НКО активно реализуют коммуникационные связи с внешней средой в рамках межсекторного и внутрисекторного взаимодействия. Наиболее интенсивным является межсекторное взаимодействие и коммуникации, которые сфокусированы на отношениях с органами местного самоуправления (городской администрации). В отношениях с властью в решении проблем НКО ориентированы на традиционные формы коммуникации, которые не относятся к эффективным институциональным механизмам взаимодействия власти и некоммерческого сектора как субъектов партнерства.

Приоритетные формы внутрисекторного сотрудничества взаимодействия отражают преимущественно его ситуационный характер, обусловленный персонализированными связями и потребностями текущей деятельности в рамках задач отдельной организации. Формы сотрудничества системного значения в контексте поддержки и развития некоммерческого сектора как институционального комплекса являются маловостребованными. По существу, в деятельности НКО еще слабо представлен общий институциональный интерес и его защита.

5.2. НКО стремятся широко присутствовать в информационном пространстве посредством использования различных коммуникационных каналов. Выявлены особенности распространения информации, которые снижают эффективность коммуникационной (информационной) деятельности:

- построение тесных взаимоотношений с аудиторией через технологии личных контактов не обеспечивает массовости и не всегда попадает в целевую группу;

- достаточно широкое использование Интернет-технологий осуществляется на самом базовом уровне, а ограниченность ресурсов создает барьеры для качественного контента в социальных сетях и на сайте (если он есть), что может создать коммуникационные барьеры для продвижения деятельности НКО;

- в коммуникационных кампаниях достаточно активно используются СМИ, являющиеся, скорее всего, спонсорами, но остается неясным вопрос об

эффективности коммуникации, то есть насколько СМИ соответствуют целевым сегментам НКО.

Итак, результаты комплексного социологического исследования свидетельствуют, что некоммерческий сектор Южно-Кузбасской агломерации не представляет собой устойчивую структуру в развитии социальной сферы по следующим причинам. Экономические факторы (потребительский спрос населения в социальных услугах СО НКО) создают препятствия для функционирования и развития СО НКО моногородах агломерации. Успешной институционализации НКО как субъекта предоставления социальных услуг и социального обслуживания населения препятствуют факторы, определяющие его невысокий ресурсный потенциал: финансовый, материально-технический, кадровый, коммуникационный. В то же время подтверждается основная гипотеза, что сформировались институциональные препятствия для развития некоммерческого сектора моногородов Южно-Кузбасской агломерации, причины которых связаны с поведенческими особенностями основных субъектов взаимодействия.

Значимым институциональным препятствием для развития и расширения деятельности СО НКО в Южно-Кузбасской агломерации являются массовые модели поведения, ориентированные на исключение из активного социального участия в решении коллективных проблем местного сообщества. Именно социально активные граждане формируют социальную базу развития НКО, только из внешней среды некоммерческий сектор пополняет свои кадровые ресурсы. В этом плане видятся две проблемы. Одна – гражданского просвещения и изменения социальных установок на уровне повседневной жизни, которые продолжают отражать сложившиеся традиции отчужденности от социального участия. Сегодня этот социально-психологический уровень повседневной жизни во взаимоотношениях человека с социумом несет в себе черты доминирующего долгое время в российской действительности зависимого типа поведения, когда основные ожидания по решению проблем повседневной организации жизни связываются с деятельностью государства. Вторая информационная – накопление, тиражирование и информирование

широкой общественности о положительных социальных практиках социального участия, что способствует формированию доверия в обществе и готовности людей помогать друг другу.

Важным препятствием для развития СО НКО остается система взаимоотношений СО НКО и власти, которая находится в стадии становления, а вопрос о ее эффективности остается открытым. Повышение эффективности отношений власти и НКО предполагает, во-первых, совершенствование механизма взаимодействия государства и НКО, предполагающего партнерство и активное сотрудничество в решении социальных проблем местного сообщества, которое должно быть процедурно организовано, нормативно закреплено и содержательно увязано со спецификой деятельности НКО, во-вторых, обеспечение открытого информационного пространства деятельности НКО, в том числе с созданием специализированного информационного ресурса.

В институциональных формы внутрисекторного взаимодействия, которое имеет преимущественно несистемный, а зачастую — эпизодический характер и во многом зависит от субъективных обстоятельств, еще слабо представлен общий институциональный интерес и его защита. Это усиливает риски деятельности НКО, которые связаны с вероятностью блокирования деятельности друг друга, принятием неоптимальных решений, связанных с неинформированностью общей ситуации и интеграцией в жизнь местного сообщества на уровне отдельной организации, а не институциональной системы.

Коммуникационная (информационная) деятельность НКО требует системного подхода, обеспечивающего результативность информационной среды и коммуникационной стратегии НКО посредством реализации следующих мер институционального характера:

– развитие социального партнерства государства, бизнес-структур и НКО в рамках которого осуществляется поиск и реализация нормативно закрепленных и содержательно увязанных со спецификой деятельности НКО новых институциональных форм взаимодействия;

– содействие развитию кадрового потенциала СО НКО, в том числе оказание им поддержки в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников в финансовой, правовой, маркетинговой грамотности, влияющих на устойчивость развития организации. В этой связи требуется поиск эффективных форм консультационной, экспертной и информационной поддержки в соответствии с основными сегментами и информационными потребностями НКО;

– формирование открытого информационного пространства для освещения деятельности НКО, в том числе с целью привлечения внимания к проблемам общества. Интернет представляет общую площадку для взаимодействия НКО, государства и общества. При этом часть функций НКО по возможности переносится в цифровую среду. Это помогает значительно снижать временные и трудовые затраты сотрудников и волонтеров и повышает эффективность деятельности СО НКО.

Создание информационного портала в сети Интернет для НКО следует рассматривать как направление государственной поддержки в совершенствовании системы информационного обеспечения деятельности СО НКО, повышении информированности и уровня доверия населения к СО НКО, повышении эффективности деятельности СО НКО в целом.

В заключении следует отметить, что СО НКО по своей институциональной характеристике призваны участвовать не только в решении проблем достижения общественных благ для различных категорий граждан, улучшения условий и качества жизни населения моногородов, перед которыми остро стоят проблемы модернизации, но и стать связующим звеном между органами государственной власти и местным сообществом, что требует поиска и внедрения механизмов интенсификации социального партнёрства со всеми заинтересованными сторонами: власть, бизнес, общество. Как показало исследование, НКО все еще находятся в стадии институционального становления, а вопрос о повышении эффективности требует системного подхода с учетом внешних и внутренних факторов развития.

ПРИЛОЖЕНИЕ А.

АНКЕТА (опрос населения)

Проект «Найди свое место на карте добрых дел»

Грант Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества из Фонда Президентских грантов, 2019 год

Здравствуйтесь! АНО «Информационно-Аналитический Центр» при поддержке Новокузнецкого института (филиала) Кемеровского государственного университета проводят изучение общественного мнения о деятельности некоммерческих организаций. На основе результатов исследования будут решаться проблемы местного сообщества.

Для заполнения анкеты просим Вас отметить /выделить/ подчеркнуть/обвести кружком тот вариант ответа, с которым вы согласны, или дописать свой вариант ответа.

Опрос анонимный. Все результаты будут использованы в обобщенном виде.

Спасибо за участие в опросе!

1. Скажите, пожалуйста, в каких из перечисленных мероприятий Вам приходилось принимать участие за последний год? Любое количество вариантов ответов

1. Благоустройство территории собственного двора, подъезда
2. Субботник
3. Собрание (жильцов дома, жителей района, города)
4. Общественные слушания
5. Коллективное обращение к властям в письменной форме
6. Митинги, пикеты, акции
7. Культурно-спортивные мероприятия (праздники, соревнования)
8. Материальная помощь (благотворительность)
9. Совместное обеспечение порядка и безопасности (народные дружины, дежурство в школе, совместная встреча детей со школы и т.п.)
10. Совместная ликвидация последствий аварий, пожаров и других чрезвычайных ситуаций
11. Помощь по хозяйству, устройству быта
12. Помощь животным
13. Другое (напишите, пожалуйста)
14. Не приходилось участвовать
15. Затрудняюсь ответить

2. За последние 1-2 года Вы занимались помимо своей основной деятельности волонтерством, участвовали в общественных инициативах? Один ответ

1. Часто, много раз участвовал

- 2 Редко, только несколько раз
3. Только однажды
4. Не занимался волонтерством
5. Затрудняюсь ответить

3. Обращались ли Вы в течение года в какую-либо общественную или благотворительную организацию за помощью, услугой?

1. Да
2. Нет **Переход к вопросу № 8**
3. Трудно сказать

4. Какого характера было обращение за помощью, услугой? Любое количество вариантов ответов

1. Помощь социально незащищенным слоям населения
2. Организация общественных мероприятий
3. Медицинские услуги
4. Развитие детей (кружки, секции и пр.)
5. Организация спортивных занятий, мероприятий
6. Образовательные услуги
7. Научные исследования
8. Защита прав потребителей
9. Защита прав работников
10. Правовая помощь
11. Благотворительность
12. Развитие и благоустройство территории
13. Защита, помощь животным
14. Организация досуга
15. Другое (напишите, пожалуйста)
16. Трудно сказать

5. Интересуетесь ли Вы информацией об общественных инициативах населения, о деятельности общественных, благотворительных организаций?

1. Да
2. Нет **Переход к вопросу № 11**
3. Трудно сказать

6. Скажите, пожалуйста, знаете ли Вы, слышали или слышите впервые выражение «некоммерческая организация» (НКО)?

1. Знаю
2. Что-то слышал

3. Слышу впервые

4. Трудно сказать

7. Что, прежде всего Вам приходит в голову, когда Вы слышите словосочетание «некоммерческая организация»? Не более двух вариантов ответа.

1. Социальные, благотворительные и религиозные организации, занимающиеся помощью населению

2. Государственное, муниципальное учреждение.

3. Организация, не ставящая целью получение прибыли.

4. Инициативная группа людей.

5. Другое (напишите, пожалуйста)

6. Затрудняюсь ответить

8. Какое суждение соответствует Вашему представлению о некоммерческих организациях? Не более двух вариантов ответа.

1. Содействуют решению острых социальных проблем.

2. Способствуют проявлению общественной инициативы

3. Создаются для личных интересов их руководителей

4. Их деятельность не заметная для большинства людей

5. Трудно сказать

9. Из каких источников Вы получаете информацию о НКО, о социальных инициативах населения? Любое количество вариантов ответов

1. Социальные сети

2. Сайты в интернете

3. Печатные СМИ

4. Радио

5. Телевидение

6. Друзья, знакомые, соседи

7. Родственники

8. Другое (напишите, пожалуйста)

9. Затрудняюсь ответить

10. Оцените информацию об НКО, общественных инициативах в СМИ, интернете по 5 балльной шкале, где 5 баллов – характеристика проявляется в полной мере, 1 балл – характеристику можно заметить. Дайте ответ по каждой строке.

Характеристики		4	3	2	1
1. Достаточность информации					
2. Достоверность					

11. Скажите, пожалуйста, Вы хотели бы принять участие в работе некоммерческих организаций?

1. Уже участвую
2. Готов участвовать
4. Готов, но не во всех
3. Не буду принимать участие
4. Затрудняюсь ответить

12. Как Вы оцениваете объём своего свободного времени?

1. Достаточный, чтобы отдохнуть и заниматься любимым делом
2. Достаточный, чтобы отдохнуть
3. Недостаточный
4. Трудно сказать

13. Укажите, пожалуйста, Ваш пол

1. Мужской
2. Женский

14. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст _____ лет

15. Живут ли вместе с Вами в одном доме

15.1 Дети 1. Да 2. Нет

15.2 Старшие родственники 1. Да 2. Нет

15. Какое высказывание наиболее полно отражает Ваше материальное положение? Отметьте один вариант ответа.

1. Денег хватает, чтобы ни в чем себе не отказывать
2. Для покупки товаров длительного пользования (телевизор, холодильник)
3. Для приобретения необходимых продуктов и одежды.
4. Только на приобретение продуктов питания
5. Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания
6. Затрудняюсь ответить

16 В каком городе Вы живете?

1. Новокузнецк
5. Прокопьевск
2. Междуреченск
6. Мыски
3. Киселевск
7. Таштагол

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
ЛОГИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА АНКЕТЫ

Категории анализа	Индикаторы	Вопрос анкеты	Номер вопроса	Тип шкалы
Знание о некоммерческих организациях	1. Знаю. 2. Что-то слышал. 3. Слышу впервые.	Скажите, пожалуйста, знаете ли Вы, слышали или слышите впервые выражение «некоммерческая организация» (НКО)?	6	номинальная
Представления о сущности некоммерческих организаций	1. Социальные, благотворительные и другие организации, занимающиеся помощью населению. 2. Государственное, муниципальное учреждение. 3. Организация, не ставящая целью получение прибыли. 4. Инициативная группа людей.	Что, прежде всего Вам приходит в голову, когда вы слышите словосочетание «некоммерческая организация»?	7	Номинальная
Представления о социальной значимости некоммерческих организаций	1. Содействуют решению острых социальных проблем. 2. Способствуют проявлению общественной инициативы. 3. Создаются для личных интересов их руководителей. 4. Их деятельность не заметная для большинства людей.	Какое суждение соответствует Вашему представлению о некоммерческих организациях?	8	номинальная
Оценка степени достаточности информации о некоммерческих организациях	Оценочная шкала, где 5 баллов – характеристика проявляется в полной мере, 1 балл – характеристика выражена слабо.	Оцените информацию об НКО, общественных инициативах в СМИ, интернете по 5 балльной шкале	10	Интервальная
Оценка степени достоверности информации о некоммерческих организациях.	Оценочная шкала, где 5 баллов – характеристика проявляется в полной мере, 1 балл –	Оцените информацию об НКО, общественных инициативах в	10	интервальная

	характеристика выражена слабо.	СМИ, интернете по 5 балльной шкале.		
Наличие интереса к информации об общественных организациях	1. Да 2. Нет	Интересуетесь ли Вы информацией об общественных инициативах населения, о деятельности общественных, благотворительных организаций?	5	номинальная
Источники получения информации о некоммерческих организациях	1. Социальные сети. 2. Сайты в интернете. 3. Печатные СМИ. 4. Радио. 5. Телевидение. 6. Друзья, знакомые, соседи. 7. Родственники.	Из каких источников Вы получаете информацию о НКО, о социальных инициативах населения?	9	номинальная
Готовность принять участие в работе некоммерческих организациях	1. Уже участвую. 2. Готов участвовать. 3. Готов, но не во всех. 4. Не буду принимать участие.	Скажите, пожалуйста, Вы хотели бы принять участие в работе некоммерческих организаций социальной направленности?	11	порядковая
Факт общественного участия за последние 1-2 года	1. Участвовал. 2. Не приходилось участвовать.	Скажите, пожалуйста, в каких из перечисленных мероприятий Вам приходилось принимать участие за последний год?	1	номинальная
Интенсивность /частота общественного участия	1. Много раз участвовал. 2. Всего несколько раз. 3. Только однажды. 4. Не занимался.	За последние 1-2 года Вы занимались помимо своей основной деятельности волонтерством, участвовали в общественных инициативах?		порядковая
Способы общественного участия	1. Благоустройство территории собственного двора, подъезда. 2. Субботник. 3. Собрание (жильцов дома, жителей района, города). 4. Общественные	Скажите, пожалуйста, в каких из перечисленных мероприятий Вам приходилось принимать участие за последний год?	1	номинальная

	<p>слушания.</p> <p>5. Коллективное обращение к властям в письменной форме.</p> <p>6. Митинги, пикеты, акции.</p> <p>7. Культурно-спортивные мероприятия (праздники, соревнования).</p> <p>8. Материальная помощь (благотворительность).</p> <p>9. Совместное обеспечение порядка и безопасности (народные дружины, дежурство в школе, совместная встреча детей со школы и т.п.).</p> <p>10. Совместная ликвидация последствий аварий, пожаров и других чрезвычайных ситуаций.</p> <p>11. Помощь по хозяйству, устройству быта нуждающимся</p> <p>12. Помощь бездомным животным.</p>			
Обращение за социальными услугами /помощью	<p>1. Да</p> <p>2. Нет</p>	Обращались ли Вы за последний год в какую-либо организацию за помощью, услугой	3	номинальная
Виды социальных услуг, в которых есть потребность у жителей	<p>1. Помощь социально незащищенным слоям населения.</p> <p>2. Организация общественных мероприятий.</p> <p>3. Медицинские услуги.</p> <p>4. Развитие детей (кружки).</p> <p>5. Организация спортивных занятий, мероприятий.</p> <p>6. Образовательные услуги.</p> <p>7. Научные исследования.</p>	? Если обращались, то за какой услугой?	3	номинальная

	8. Защита прав потребителей. 9. Защита прав работников. 10. Правовая помощь. 11. Благотворительность 12. Развитие и благоустройство территории. 13. Защита, помощь животным. 14. Организация досуга.			
Потребность в услугах /помощи общественных организаций /НКО	1. Да 2. Нет	Обращались ли Вы в течение года в какую-либо общественную или благотворительную организацию за помощью, услугой?	4	номинальная
Самооценка ресурса – свободное время	1. Достаточный, чтобы отдохнуть и заниматься любимым делом. 2. Достаточный, чтобы отдохнуть. 3. Недостаточный.	Как Вы оцениваете объём своего свободного времени?	12	порядковая
Самооценка ресурса – материальное положение	1. Денег хватает, чтобы ни в чем себе не отказывать. 2. Для покупки товаров длительного пользования (телевизор, холодильник). 3. Для приобретения необходимых продуктов и одежды. 4. Только на приобретение продуктов питания. 5. Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания.	Какое высказывание наиболее полно отражает Ваше материальное положение?	15	номинальная
Пол респондентов	1. Мужской. 2. Женский.	Укажите, пожалуйста, Ваш пол.	13	номинальная
Возраст респондентов	Число полных лет	Укажите, пожалуйста, Ваш возраст.	14	интервальная
Род занятий респондентов	1. Обучающийся . 2. Работающий по	Ваш род занятий?	16	номинальная

	найму. 3. Пенсионер. 4. Безработный. 5. Предприниматель, самозанятый. 6. Домохозяйка (-ин).			
--	--	--	--	--

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Бланк интервью с сотрудниками СО НКО

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в опросе, который проводит АНО «Информационно-Аналитический Центр» при поддержке Новокузнецкого института (филиала) Кемеровского государственного университета, Администрации г. Новокузнецка.

Ваши ответы позволят лучше понять проблемы некоммерческого сектора и предложить решения этих проблем, которые могут быть услышаны органами власти.

Не существует правильных или неправильных ответов. Мы хотим знать Ваше личное мнение о положении дел. Можете быть полностью уверены в том, что Ваши ответы останутся строго между нами и будут представлены общественности и власти только в обобщенном виде.

Для заполнения анкеты внимательно прочитайте вопрос. Если нет дополнительных пояснений, то обведите кружком тот вариант ответа, который в наибольшей степени соответствует Вашему мнению.

1. Как называется Ваша НКО /общественная организация? _____

2. В каком масштабе Вы работаете (территориальный охват деятельности организации)?

1. Район города
2. Город
3. Область
4. Другое _____

3. Если Вы работаете с конкретным районом/местом, пожалуйста, назовите

4. Зарегистрирована ли Ваша НКО /общественная организация?

1. Да
2. Нет Переход к вопросу № 7

5. Если организация зарегистрирована, то в какой форме? Один ответ.

1. Автономная некоммерческая организация
2. Некоммерческий фонд
3. Некоммерческое учреждение
4. Некоммерческое партнерство
5. Объединение юридических лиц
6. Религиозная организация
7. Профессиональный союз
8. Политическая партия
9. Коллегия адвокатов
10. Казачье общество
11. Община малочисленных народов
12. Другое _____

6. Сколько постоянных сотрудников работают в Вашей организации/инициативной группе?

1 На постоянной основе

1. Нет
2. 1 – 3
3. 4 – 10
4. Более 10
5. Затрудняюсь ответить

6.2 На временной основе

1. Нет
2. 1 – 3
3. 4 – 10
4. Более 10
5. Затрудняюсь ответить

7. Сколько человек охватывает Ваша общественная организация?

1. _____ человек
- 2 Затрудняюсь ответить

8. К какой возрастной группе преимущественно относятся члены /сотрудники /волонтеры Вашей организации?

Любое количество ответов.

1. Дети
2. Молодежь
3. Люди среднего возраста
4. Пожилые люди

9. Вам достаточно квалифицированных (компетентных) сотрудников для деятельности организации?

1. Достаточно
2. Скорее достаточно
3. Не сказать, что достаточно, и не сказать, что недостаточно
4. Скорее недостаточно
5. Недостаточно
6. Трудно сказать

10. Какого рода деятельностью занимается Ваша организация?

Любое количество ответов.

1. Социальная поддержка и защита граждан
2. Профилактика социального сиротства, поддержка материнства и детства
3. Повышение качества жизни людей пожилого возраста
4. Социальная адаптация инвалидов и их семей
5. Деятельность в области образования, просвещения, науки, культуры, искусства
6. Благотворительная деятельность
7. Деятельность в области здравоохранения, профилактики и охраны здоровья граждан, пропаганда здорового образа жизни
8. Охрана окружающей среды и защита животных
9. Профилактика социально опасных форм поведения граждан
10. Развитие дополнительного образования, научно-технического и художественного творчества
11. Информационная, аналитическая, консалтинговая деятельность
12. Деятельность в области физической культуры и спорта
13. Деятельность по защите прав и свобод человека и гражданина, оказание юридической помощи
14. Правовое просвещение населения
15. Оказание помощи пострадавшим, беженцам, вынужденным переселенцам
16. Охрана и содержание объектов и территорий, имеющих историческое, культурное или природоохранное значение
17. Развитие межнационального сотрудничества, профилактика межнациональных конфликтов
18. Развитие института гражданского общества
19. Другое _____

11. Как Вы оцениваете результаты работы Вашей организации. Оцените по 5-ти балльной шкале, где 5 баллов – работаем максимально успешно, 1 балл – неуспешно.

1.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Затрудняюсь ответить

12. Какие проекты /мероприятия Вашей организации являются наиболее успешными, интересными, востребованными?

Напишите, пожалуйста, кратко, 3-4 предложения.

13. На какую конкретную группу населения направлена деятельность Вашей организации?

Любое количество ответов.

1. Все население
2. Молодежь
3. Дети
4. Семьи
5. Инвалиды
6. Малообеспеченные слои населения
7. Дети-сироты, беспризорные дети
8. Пожилые люди, ветераны
9. Больные, в т.ч. люди, живущие с ВИЧ
10. Мигранты, беженцы и вынужденные переселенцы
11. Женщины
12. Представители национальных меньшинств
13. Профессиональные группы
14. предприниматели
15. Безработные
16. Военнослужащие, ветераны боевых действий
17. Бездомные
18. Жители определенных территорий
19. Домовладельцы (собственники жилья)
20. Осужденные (бывшие осужденные)
21. Группы риска (алкоголики, наркоманы, проститутки)
22. Другое _____
23. Целевая аудитория отсутствует

**14. Какие услуги (помощь) оказывает Ваша организация /инициативная группа?
Напишите, пожалуйста**

15. Сколько человек ориентировочно обратилось в вашу организацию за услугами (помощью) в течение года?

1. _____ человек
2. Затрудняюсь ответить

16. Как Вы оказываете услуги (помощь)? *Один ответ.*

1. Платно
2. Бесплатно
3. И платно, и бесплатно
4. затрудняюсь ответить

17. Помещение, в котором ведется деятельность Вашей организации

1. Достаточно для ежедневной работы
2. Не хватает для ежедневной работы
3. Необходимы дополнительные площади для проведения мероприятий
4. Трудно сказать

18. Достаточно ли у Вас необходимого оборудования для осуществления Вашей деятельности?

1. Полностью достаточно
2. Достаточно
3. Не сказать, что достаточно, и не сказать, что недостаточно
4. Недостаточно
5. Полностью недостаточно
6. Трудно сказать

19. В каком оборудовании для осуществления деятельности нуждается Ваша организация? Напишите, пожалуйста.

20. Как Вы решали проблемы недостаточности оборудования?

1. Писали заявки на гранты
2. Обращались к спонсорам
3. Просили помощь у населения, общественности
4. Использовали оборудование совместно с другими организациями
5. Другое _____
6. Затрудняюсь ответить

21. Скажите, пожалуйста, в чем, на Ваш взгляд, заключаются основные проблемы функционирования социально ориентированных НКО на территории вашего муниципального образования?

22. Что важно для развития Вашего НКО /общественной организации?

23. Каковы основные источники финансирования Вашей организации?

Не более 3-х ответов.

1. Членские взносы
2. Доходы от реализации товаров (услуг) организации
3. Личные средства членов, сотрудников, учредителей
4. Спонсорство российских коммерческих организаций
5. Добровольные взносы и пожертвования частных лиц
6. Взносы учредителей или собственников
7. Финансирование из регионального бюджета
8. Финансирование из муниципального бюджета
9. Средства грантодающих организаций
10. Никакие
11. Другие _____
12. Затрудняюсь ответить

24. С кем Ваша организация взаимодействует при осуществлении своей деятельности?

Любое количество ответов.

1. Органы государственной власти (федерального и регионального уровня)
2. Органы местного самоуправления (городская администрация)
3. Средства массовой информации
4. Частные организации, бизнес-структуры
5. Инициативные группы, НКО
6. Общественная палата региона
7. Общественная палата РФ
8. Правоохранительные органы
9. Другая общественная организация
10. Суд
11. Общественная правозащитная организация
12. Другое _____

25. Отметьте, пожалуйста, какие формы взаимодействия с другими некоммерческими организациями Вы применяете?

Любое количество ответов.

1. Взаимное информирование, информационное сотрудничество
2. Совместная организация мероприятий
3. Взаимные консультации
4. Совместное участие в целевых программах
5. Совместное обращение в органы государственной власти или органы местного самоуправления
6. Совместное обращение к СМИ
7. Совместный поиск источников финансирования
8. Создание объединенных рабочих групп
9. Приобретение или совместное использование оргтехники, транспортных средств или других ресурсов
10. Аренда помещения
11. Другое _____
12. Затрудняюсь ответить

26. Получает ли Ваша организация поддержку от органов власти?

1. Да
2. Нет

27. В каких формах выражается эта поддержка? Любое количество ответов.

1. Информационная
2. Материальная
3. Финансовая
4. Методическая
5. Другое
6. Затрудняюсь ответить

28. Выберите выражение, которое лучше всего характеризует отношение к Вашей организации местной власти? Один ответ.

1. Сотрудничество и поддержка
2. Игнорирование и равнодушие
3. Попытки наладить взаимодействие и взаимоотношение
4. Контроль и надзор
5. Затрудняюсь ответить

29. Оцените уровень поддержки Вашей организации /инициативной группы органами власти по 5-балльно шкале, где 5 баллов – всего значительная, 1 балл – незначительная.

1.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Трудно сказать

30. Каким образом Ваша организация распространяет информацию о своей деятельности?

Любое количество ответов.

1. Распространение информации среди друзей, знакомых
2. Листовки, плакаты, объявления в общественных местах
3. Объявления на интернет-сайте организации
4. Распространение информации среди добровольцев
5. Публикация в местных печатных СМИ
6. Информационные мероприятия (собрания) для всех желающих
7. Ролики социальной рекламы
8. Сюжеты на местных радио и ТВ-каналах
9. Привлечение известных и популярных персон
10. Публичные акции
11. Адресная работа в целевых аудиториях
12. Распространение информации через сторонние интернет-ресурсы
13. Страница, сообщество организации в социальных сетях

14. Другое _____ **31.**

Какая форма коммуникации НКО с органами власти, на Ваш взгляд, наиболее эффективна для обсуждения и решения проблем? Любое количество ответов.

1. Специализированный интернет-портал
2. Регулярные совместные заседания
3. Горячая линия
4. Круглые столы
5. Другое _____
6. Затрудняюсь ответить

32. Оцените, насколько Вы информированы о нормативно-правовой базе, регулирующей деятельность НКО /инициативной группы по 5-балльной шкале, где 5 баллов – полностью информирован, 1 балл – слабо информирован.

1.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Затрудняюсь ответить

33. Почему Вы лично работаете или помогаете НКО/общественной организации в работе?

Любое количество ответов.

1. Хочу оказывать помощь людям
2. Хочу участвовать в активной организационной и коммуникационной деятельности
3. Хочу решить личную трудную жизненную ситуацию
4. Необходимо привлечь внимание людей к определенным проблемам
5. Необходимо решить социальных проблемы
6. Необходимо сохранять культурные традиции
7. Необходимо остановить падение уровня культуры и нравственности населения
8. Необходимо улучшить бедственное материальное положение отдельных категорий граждан
9. Другое _____
10. Затрудняюсь ответить

34. Сколько времени в среднем за месяц Вы тратили на работу в НКО/инициативной группе в течение последнего года

_____ часов

Затрудняюсь ответить

35. Развито ли в Вашем муниципальном образовании активное участие населения в общественной жизни? Оцените по 5-балльной шкале, где 5 баллов – сильно развито, 1 балл – слабо развито.

1.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Затрудняюсь ответить

36. Каковы причины (препятствия), которые мешают людям участвовать в деятельности НКО, в гражданских инициативах? Любое количество ответов.

1. Люди живут по принципу «моя хата с краю», их не волнуют проблемы других людей
2. Люди устали, им не хватает свободного времени
3. Люди не верят в то, что такая деятельность может принести весомые результаты
4. Люди не доверяют другим людям
5. Другое _____

6. Трудно сказать

37. Является ли Ваша организация социально ориентированной некоммерческой организацией?

1. Да
2. Нет

38. Сколько лет существует Ваша организация? _____ лет

Спасибо за участие в опросе

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Гайд экспертного интервью для руководителей и лидеров НКО, общественных организаций, инициативных групп

Раздел 1. Оценка потенциала СО НКО

Как вы оцениваете состояние материально-технических ресурсов вашей организации?
Есть ли у вас свое помещение?
Есть ли необходимость дополнительно снимать помещение для проведения мероприятия?
Потребности в каком оборудовании имеются у вашей организации?
Достаточно ли вам средств для осуществления вашей деятельности?
Как вы решали проблему недостатка материальных ресурсов?
Как вы оцениваете кадровый потенциал сотрудников вашей организации?
В чем заключаются основные проблемы функционирования социально ориентированных НКО?
Что важно для развития вашего НКО?
Какие социальные услуги вы оказываете? К какой сфере деятельности они относятся?
Имеются ли у вас описания предоставляемых услуг?
Можете назвать стоимость ваших услуг?
Прописаны ли ее потребительские качества?
Разработан ли у вас стандарт оказания услуги?
Как вы оцениваете результаты деятельности Вашей НКО?
Какие мероприятия, проекты вашей организации являются наиболее успешными, интересными, востребованными?

Раздел 2. Институциональные факторы развития социально ориентированных НКО.

Сформирована ли в Кузбассе институциональная основа деятельности социально ориентированных НКО? Сформировано ли в Кемеровской области гражданское общество? Какой смысл вкладывают информанты в понятие «гражданское общество»? Что способствует развитию социально ориентированных НКО? Что мешает этому процессу? Что информанты понимают под социальной активностью? Какие формы социального участия представлены среди социально ориентированных НКО? Как описывают себя информанты как представителей социально ориентированных НКО? Каким видят социальное участие в Новокузнецке и на Юге Кузбасса? Как можно вовлекать население в практики социального участия? Какие факторы могут повлиять на успешность социального участия?
Существует ли доверие в обществе? Готовы ли люди объединяться для решения общественных проблем? Если не готовы, то почему? Готовы ли люди помогать другим людям? Если не готовы, то почему? Готовы ли люди нести ответственность за свой город, свою улицу, свою страну?

Раздел 3. Коммуникационные потребности

Сотрудничаете ли вы с другими НКО?
Если нет, то почему?
Какая форма коммуникации наиболее эффективна для обсуждения и решения проблем?
Испытываете ли вы потребность в информации со стороны органов власти?
Как вы информируете население о предоставляемых услугах?
Какая информация вам нужна для успешной работы??
Есть ли у вас свой сайт, страница в социальных сетях?
Назовите адрес сайта, страницы.
Как вы оцениваете свои умения и навыки работы в цифровой среде, в социальных сетях?

Какие знания и навыки вам нужны для успешной работы в цифровой среде?
Испытываете ли вы потребность в размещении информации в социальных сетях?
Если будет возможность размещения информации на бесплатной основе на сайте, согласитесь ли вы?