

Социодинамика

Правильная ссылка на статью:

Седых О.Г., Авилова В.А., Алсаева Ю.Г. — Взгляды имеют значение: анализ общественного мнения о деятельности некоммерческих организаций // Социодинамика. – 2023. – № 11. DOI: 10.25136/2409-7144.2023.11.69141 EDN: ZGPKIL URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=69141

Взгляды имеют значение: анализ общественного мнения о деятельности некоммерческих организаций

Седых Ольга Геннадьевна

кандидат экономических наук

доцент, кафедра социологии и психологии, Байкальский государственный университет

664003, Россия, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, оф. 2-111

✉ sedyholga@yandex.ru



Авилова Вероника Анатольевна

студент, кафедра социологии и психологии, Байкальский государственный университет

664003, Россия, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, оф. 2-111

✉ nika.school.avi@gmail.ru



Алсаева Юлия Гавриловна

студент, кафедра социологии и психологии, Байкальский государственный университет

664003, Россия, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, оф. 2-111

✉ uliaalsaeva5@gmail.ru



[Статья из рубрики "Социальные исследования и мониторинг"](#)

DOI:

10.25136/2409-7144.2023.11.69141

EDN:

ZGPKIL

Дата направления статьи в редакцию:

28-11-2023

Аннотация: Предметом исследования является общественное мнение о деятельности

некоммерческих организаций. Третий сектор в современных условиях развития общества играет ключевую роль в социальной поддержке граждан. В повседневной жизни значительная часть населения зачастую путают их с уже устоявшимися государственными учреждениями, либо не знакомы с их деятельностью. Низкая информированность о работе НКО, а также невысокий уровень доверия со стороны населения не в полной мере позволяют активно вовлекать некоммерческие организации в решение социальных проблем региона, раскрыть возможности эффективной компенсации несовершенств государственных сервисов, повышать самообеспечение и самозанятость населения. Целью исследования являлось изучение представления и восприятия деятельности некоммерческих организаций обществом, а также сравнение результатов по разным регионам Российской Федерации. Исследование носит пилотажный характер. Оно было проведено в два этапа. На первом этапе были проанализированы результаты анкетирования граждан регионов России (Иркутская область, республика Бурятия, ХМАО-Югра) об их представлении и восприятии деятельности некоммерческих общественных организаций. На втором этапе был проведен анализ подобных исследований на других территориях (г. Москва, Вологодская область, Республика Узбекистан). На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы: исследование показало, что, в целом, население изученных субъектов РФ осведомлено о деятельности некоммерческих организаций, однако самый низкий уровень был выявлен среди жителей Иркутской области, в то время как жители Республики Бурятия и ХМАО-Югры проявили более высокую осведомленность. Также примечательно то, что граждане изучаемых субъектов РФ частично не доверяют деятельности некоммерческих и общественных организаций, но при этом достаточно хорошо осведомлены и формах помощи, которые они оказывают нуждающимся, и находят эту работу полезной для общества. Отметим, что опрошиваемые жители в качестве источников информации о проводимой работе НКО чаще используют «социальные сети», «средства массовой информации» и через «знакомых, друзей и семью». По результатам проведенного анализа был сформулирован перечень рекомендаций для руководства некоммерческих организаций.

Ключевые слова:

благотворительный фонд, общественные организации, некоммерческие организации, благотворительность, социальные услуги, социальные проблемы, общественное мнение, социологическое исследование, население, онлайн-опрос

Введение

В последнее время в России стало появляться очень много различных некоммерческих организаций, которые стараются обеспечивать жизненно важные функции для общества — социальные, образовательные, культурные [\[1, 2\]](#). По сути, некоммерческий сектор взял на себя удовлетворение тех потребностей общества, которые остались неохваченными двумя другими секторами — коммерческим и государственным [\[3; 4, с. 478\]](#). В данных условиях исследование общественного мнения о функционировании данных организаций представляется достаточно актуальным, поскольку позволяет определить отношение населения к ним. Именно это восприятие и взгляд на работу НКО имеют значение, так как неразрывно связаны как с их репутацией и имиджем, так и с выстраиванием стратегий развития и информационной политики [\[5, 6\]](#).

Так, общественное мнение традиционно рассматривается как коллективное оценочное суждение, т. е. специфическая форма отражения действительности, а также как важный социальный институт, который на протяжении всей истории человечества занимал и занимает свое видное место в самых различных областях общественной и личной жизни [7, с. 73; 8].

Методы и результаты исследования

Цель исследования — изучение представления и восприятия деятельности некоммерческих организаций обществом, а также сравнение результатов по разным регионам Российской Федерации (Иркутская область, Республика Бурятия, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра).

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- провести анкетный опрос среди жителей трех регионов Российской Федерации в целях изучения представления и восприятия деятельности некоммерческих организаций жителями выбранных регионов;
- проанализировать данные, полученные с помощью анкетного опроса жителей выбранных регионов.

Для проведения исследования использовался стандартизированный онлайн-опрос, включающий в себя восемь вопросов, которые затрагивали следующие аспекты: социально-демографические характеристики респондентов, включая пол и возрастную группу; место проживания в конкретном регионе Российской Федерации; знакомство с некоммерческими организациями и уровень доверия к ним; участие в деятельности некоммерческих организаций; восприятие их влияния на жизнь города; и источники информации, через которые респонденты получают информацию о деятельности некоммерческих организаций.

Один из вопросов включал в себя критерий фильтрации, позволяющий исследователям отобрать респондентов, проживающих в конкретных регионах Российской Федерации.

Всего в проведенном опросе участвовало 150 респондентов из трех различных регионов Российской Федерации: Иркутской области, Республики Бурятия и Ханты-Мансийского автономного округа-Югры. В каждом из этих регионов было опрошено по 50 человек.

В качестве метода исследования также был использован вторичный анализ исследований интересующей тематики: общественное мнение о НКО.

Исследование было проведено в два этапа. В процессе первого этапа были изучены данные, полученные с помощью онлайн-опроса граждан регионов.

Социально-демографический профиль респондентов показал, что женщины составляли 70 % участников опроса, в то время как мужчины составляли 30 %. По возрастной категории, 37,33 % опрошенных находились в возрасте от 18 до 20 лет, 55,33 % находились в возрастной группе от 26 до 55 лет, а 7,33 % были в возрастной категории 56 лет и старше. Существенных различий по социально-демографическому профилю респондентов в различных субъектах РФ не было выявлено.

На вопрос: «Какие некоммерческие организации (благотворительные фонды, общественные организации) Вашего региона Вы можете назвать?» 65,33 % респондентов смогли правильно назвать эти организации, в то время как 34,67 %

респондентов испытали трудности при ответе на этот вопрос.

Здесь следует отметить неравномерное распределение ответов на этот вопрос среди регионов России. В Республике Бурятия 78 % респондентов правильно назвали существующие некоммерческие организации в своем регионе, а в ХМАО-Югре этот показатель составляет 74 %, что не сильно отличается от уже рассмотренного региона.

В отношении ответов жителей Иркутской области наблюдается другая ситуация. Всего лишь 44 % респондентов из этого региона смогли правильно назвать существующие некоммерческие организации, в то время как 56 % респондентов, что составляет большинство, не смогли дать верный ответ. По сравнению с другими регионами Российской Федерации, жители Иркутской области показали более низкий уровень осведомленности о существующих некоммерческих организациях. Это может быть объяснено несколькими факторами:

1. Недостаточная информационная активность организаций. Возможно, некоммерческие организации в Иркутской области не уделяют достаточного внимания распространению информации о своей деятельности и миссии. Это может привести к тому, что местные жители имеют ограниченный доступ к информации о таких организациях.
2. Отсутствие активной рекламы некоммерческих организаций. Некоммерческие организации могут не проводить достаточно активных рекламных кампаний и образовательных мероприятий для привлечения внимания жителей. Это может снизить уровень осведомленности о них.
3. Отсутствие интереса по отношению к третьему сектору. Жители Иркутской области могут не проявлять должного интереса к некоммерческим организациям и их деятельности, что также может снизить их уровень осведомленности.

Для увеличения осведомленности жителей Иркутской области о некоммерческих организациях, возможно, следует усилить усилия в области информационной кампании, образования и вовлечения местного населения.

Мы можем увидеть интересный результат, анализируя ответы респондентов на вопрос о доверии к некоммерческим организациям. Только 22,67 % респондентов полностью доверяют этим организациям, и немного больше, 25,33 %, заявили, что им не доверяют. Однако более половины опрошенных, а именно 52 %, утверждают, что они доверяют некоммерческим организациям, но делают это с некоторой осторожностью. Замечено отсутствие значительных отличий в ответах респондентов из различных регионов. Единственным отличием, которое можно выделить, является то, что жители ХМАО-Югра проявляют немного меньшее доверие к некоммерческим организациям по сравнению со средним показателем.

Причины, по которым люди не доверяют некоммерческим организациям, могут быть разнообразными. Например, на мнение людей о деятельности некоммерческих организаций могли повлиять следующие факторы:

- некоторые люди могут не доверять некоммерческим организациям из-за недостатка ясности и открытости в их деятельности. Они могут считать, что организации не предоставляют достаточно информации о том, как они используют средства и какие цели преследуют;
- на мнение людей также могли повлиять инциденты, связанные с скандалами или коррупцией в некоммерческих организациях, которые иногда становятся предметом

медийного внимания, несмотря на их редкость;

- некоторые люди могут не доверять некоммерческим организациям из-за высоких административных расходов, считая, что слишком много средств уходит на управление и административные нужды, а не на помощь нуждающимся;
- влияние общественного мнения и медиа также может повлиять на доверие к некоммерческим организациям. Негативные комментарии и новостные репортажи могут усилить сомнения в их честности;
- иногда недоверие может быть вызвано отсутствием достоверной информации о некоммерческих организациях, что делает трудным сделать обоснованные выводы.

Важно отметить, что причины недоверия к некоммерческим организациям могут различаться у разных людей, и для разрешения этого вопроса часто требуется усиленная работа по повышению прозрачности, улучшению управления и доказательству эффективности деятельности таких организаций.

При ответе на вопрос *«Чем на Ваш взгляд занимаются некоммерческие организации?»* респонденты назвали различные варианты, которые считали соответствующими деятельности НКО. Так, были выделены наиболее встречающиеся формулировки ответов:

- некоммерческая деятельность (1,3 %);
- работа направлена на решение социальных вопросов (1,3 %);
- волонтерство (2 %);
- в зависимости от направления работы (2 %);
- работа направлена не на получение прибыли (2,7 %);
- делают добрые дела (2,7 %);
- обман, мошенничество (2,7 %);
- помогают пожилым и ветеранам (3,3 %);
- разной работой (4,7 %);
- работа во благо страны и общества (4,7 %);
- помогают животным (6,7 %);
- собирают деньги (6,7 %);
- благотворительность (12 %);
- помощь людям (35,3 %);
- не знаю (20,7 %).

Примечательно, что по Иркутской области преобладает мнение, что НКО занимаются помощью людям, а именно всем категориям населения (10,7 %), та же ситуация наблюдается как в Бурятии (9,3 %), так и в ХМАО-Югре (15,3 %). Особых различий в понимании сути работы НКО по регионам не было выделено. Однако по полученным данным, можем сделать предположение о том, что респондент, отвечая на данный

вопрос, был плохо знаком или вовсе не знаком с деятельностью организаций, а имел лишь поверхностное представление. Поскольку формулировки полученных ответов чаще были либо общего и косвенного, опосредованного характера, либо и вовсе не относящимся к НКО. Например, «Это коммерческие организации», «Они зарабатывают деньги для себя», «Они делают добрые дела». А также значительная часть высказалась о своем незнании того, чем занимаются эти организации — Иркутская область (6 %), Бурятия (6 %), ХМАО-Югра (8,7 %), в целом 20,7 % ответов. Встречались и ответы, касательно обмана или мошенничества, что может говорить о сомнительном отношении со стороны респондентов.

Респондентам был задан вопрос касательно пользы работы интересующих организаций: *«Как Вы считаете, насколько полезна деятельность некоммерческих организаций для жизни Вашего города?»* Данные ответы распределились по регионам следующим образом:

- существенная польза (Иркутская область — 9,3%, Бурятия — 5,3%, ХМАО-Югра — 9,3%, по итогу — 24%);
- какая-то польза есть (Иркутская область — 18%, Бурятия — 26,7%, ХМАО-Югра — 17,3%, по итогу — 62%);
- польза отсутствует (Иркутская область — 6%, Бурятия — 1,3%, ХМАО-Югра — 6,7%, по итогу — 14%).

Так, можем сделать вывод о том, что значительная часть респондентов, независимо от региона проживания, считает, что польза со стороны НКО имеет место быть. Однако является примечательным тот факт, что 21 опрошенный высказался об отсутствии какой-либо пользы деятельности некоммерческих организаций в обществе. А различия в полученных данных по различным регионам могут объясняться спецификой уже конкретных действующих организаций на опрашиваемых территориях, их информационной открытостью, результатами их мероприятий и действий, а также их репутацией и узнаваемостью среди населения.

На вопрос: *«Из каких источников Вы узнаете о деятельности некоммерческих организаций?»* были получены следующие ответы:

- мессенджеры (Viber, WhatsApp, Telegram и т.д.). Иркутская область — 11,3 %, Бурятия — 16,7 %, ХМАО-Югра — 8 %, по итогу — 36 %;
- средства массовой информации (Газеты, телеканалы и т.д.). Иркутская область — 15,3 %, Бурятия — 17,3 %, ХМАО-Югра — 11,3 %, по итогу — 44 %;
- социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники и т.д.). Иркутская область — 19,3 %, Бурятия — 20 %, ХМАО-Югра — 13,3 %, по итогу — 52,7 %;
- официальные сайты организаций. Иркутская область — 5,3 %, Бурятия — 2 %, ХМАО-Югра — 0,7 %, по итогу — 8 %;
- знакомые, друзья, семья и т.д. Иркутская область — 12 %, Бурятия — 10,7 %, ХМАО-Югра — 16,7 %, по итогу — 39,3 %;
- сам принимаю участие в этой деятельности. Иркутская область — 2,7 %, Бурятия — 2 %, ХМАО-Югра — 0 %, по итогу — 4 %;
- другое (ответы «Не знаю» — 4%).

Таким образом, следует отметить «социальные сети», «СМИ» и «знакомых, друзей, семью» как преобладающие источники получения информации о деятельности некоммерческих организаций. Интересным является то, источники различаются в зависимости от территории. Так, например, если по Иркутской области и Бурятии среди источников преобладают «социальные сети», то по ХМАО-Югре преобладает именно источник получения новостей через «знакомых, друзей, семью и т. д.

На втором этапе проведен вторичный анализ исследований по выделенной теме. Так, обратимся к социологическому исследованию, проведенному И. В. Бабичевым, С. В. Деминой «Деятельность некоммерческих организаций в современных российских условиях: социолого-управленческий аспект». Где авторами производится оценка их деятельности с целью определения факторов, тенденций и стереотипов, формирующих отношение москвичей к НКО. Особое внимание в исследовании уделяется выявлению степени вовлеченности респондентов в работу третьего сектора, анализу опыта реальных практик взаимодействия москвичей с НКО, оценке уровня информированности респондентов о деятельности НКО и третьем секторе в целом. Ведущим методом исследования выступил телефонный опрос респондентов на основе случайной генерации телефонных номеров [\[8, с. 24\]](#). Обратив внимание в данном исследовании на аспект изучения именно представления о функциях НКО, можно сделать следующие выводы:

- общественное мнение позиционирует НКО как ведущие организации в оказании помощи нуждающимся и по вопросам благотворительности, но при этом 49 % респондентов посчитали, что НКО занимаются больше частными проблемами, что показывает как осторожное со стороны половины населения отношение к ним, так и слабую информированность об их работе.

- по результатам сравнительного анализа ответов на вопрос: «Скажите, с какими из следующих суждений о роли и деятельности некоммерческих организаций Вы согласны, а с какими — нет?». Использованы данные по ответу «скорее согласен» массового опроса ВЦИОМ в 2014 г. (выборка — 1600 чел.) и авторского опроса 2018 г. (выборка — 1006 чел.). Так, можем утверждать, что имеется недоверие граждан Москвы по отношению к деятельности некоммерческих организаций, а именно людей старшего возраста.

Далее следует обратить внимание на результаты эмпирического исследования, проведенного Ю. В. Ухановой и К. Е. Косыгиной в работе «Некоммерческий сектор в оценках населения региона: социально-демографический аспект», где целью является выявление особенностей восприятия населением региона (Вологодской области) деятельности некоммерческих организаций с точки зрения социально-демографических характеристик. Само исследование осуществлено на основе данных мониторингов общественного мнения, организуемых Вологодским научным центром Российской академии наук (ВолНЦ РАН) [\[9, с. 30\]](#). По результатам анализа динамики оценок жителей Вологодской области по выделенному аспекту, можно сделать следующие выводы:

- только 30 % считают деятельность НКО значимой, данная оценка может быть объяснена низкой осведомленностью граждан [\[9, с. 33\]](#).

- в динамике авторы исследования отметили, что, сравнивая данные ВЦИОМ 2012 г. и данное исследование 2017 г. в целом по стране наблюдается положительная динамика оценок значения НКО.

- на восприятие деятельности НКО в Вологодской области в большей степени влияют не

гендерные и возрастные факторы, а образование и материальное положение, то есть, чем выше уровень образования и дохода, тем выше осведомленность о деятельности НКО, и в целом оценка значимости респондентами [\[9, с. 36\]](#).

Рассмотрим подробнее социологическое исследование П. В. Пак в работе «Общественное мнение о негосударственных некоммерческих организациях и осуществление ими общественного контроля» в Республике Узбекистан. Так, по результатам проведенного опроса 38 % респондентов высказались о наличии пользы от работы общественных организаций, 32 % критически оценили деятельность НКО [\[10, с. 217\]](#). В связи с чем, можем предположить, что это связано как с низкой осведомленностью граждан, так и низким уровнем информационной открытости данных организаций. В целом, исследование показало зависимость полученных оценок от региона проживания респондента и разной активностью в них НКО.

Выводы

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Более половины респондентов (65,3 %) осведомлены о действующих в их регионе некоммерческих организациях. Самый низкий уровень информированности о некоммерческих организациях был выявлен среди жителей Иркутской области, где только 44 % опрошенных были осведомлены о них. С другой стороны, жители Республики Бурятия и ХМАО-Югры проявили высокую осведомленность, превышающую 70 %.
2. Большинство российских граждан не проявляют доверия к некоммерческим организациям, и это наблюдается в разных регионах страны. Только 22,67 % респондентов утверждают, что им доверяют, в то время как 25,33 % выразили недоверие, и 52 % отметили, что, хотя они доверяют, они делают это с осторожностью.
3. Большинство участников опроса верно указали сферы деятельности некоммерческих организаций. Самыми распространенными ответами были: оказание помощи людям, проведение благотворительных мероприятий, забота о животных и сбор средств для поддержки определенных социальных групп. Тем не менее, небольшое количество респондентов (4 человека) выразили мнение, что некоммерческие организации могут быть связаны с мошенничеством и обманом, в то время как 32 человека не смогли дать четкий ответ на этот вопрос. Это может свидетельствовать о недостаточной прозрачности информации, предоставляемой этими организациями.
4. Большинство респондентов считают, что деятельность некоммерческих организаций приносит какую-либо пользу обществу — 62 %. В то время как 24 % отметили, что эта польза является существенной, а 14 % — что польза от организаций отсутствует.
5. Что касается источников информации, от которых население Российской Федерации получает сведения о деятельности некоммерческих организаций, следует отметить, что основными источниками являются «социальные сети», «средства массовой информации» и «знакомые, друзья и семья». Эти источники преобладают при передаче информации о работе некоммерческих организаций.

На основе выводов исследования можно сформулировать следующие рекомендации:

1. Для увеличения осведомленности граждан о деятельности некоммерческих организаций, предлагается углубить сотрудничество НКО с СМИ и расширить проведение информационных мероприятий, охватывая не только активных участников НКО, но и

широкую аудиторию обычных граждан.

2. Для повышения доверия общества к своей деятельности, можно предложить публиковать отчеты единой формы о расходовании денежных средств и ресурсов, и сделать такие отчеты доступными не только для официальных органов, но и для обычных граждан.

3. Для обеспечения максимальной информационной прозрачности и повышения доверия со стороны общества, некоммерческим организациям следует активно и регулярно обновлять информацию о проведенных мероприятиях и акциях.

4. Для обеспечения доверия общества к своей деятельности, важно регулярно предоставлять отчеты не только об основной деятельности, но и о выполнении дополнительных программ. Однако не все организации делают это, и, как уже говорилось, не все отчеты доступны широкой аудитории.

5. Для повышения уровня доверия общества к деятельности некоммерческих организаций, необходимо уделить внимание назначению сотрудников, специализирующихся на PR-менеджменте и взаимодействии с общественностью, с целью обеспечения большей прозрачности информации и доверия со стороны граждан.

Библиография

1. Фролова Т. И., Гатилин А. С. Социальные проекты муниципальных СМИ как инструмент развития местных сообществ и территорий: стартовые особенности // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10, № 3. С. 500-513. EDN WJGDQS. <https://elibrary.ru/item.asp?id=47095777> (дата обращения: 21.11.23).
2. Бахматова Т. Г., Хроменкова А. Е. Проблемы информационного обеспечения деятельности некоммерческих организаций по работе с волонтерами: общие тенденции и анализ кейса // Известия Байкальского государственного университета. 2021. Т. 31, № 2. С. 230-240. EDN LYMHBL. <https://elibrary.ru/item.asp?id=46324634> (дата обращения: 21.11.23).
3. Кондря Т. И. Особенности работы кризисных центров с женщинами, пострадавшими от семейного насилия // Baikal Research Journal. 2017. Т. 8, № 4. С. 7.– EDN YNLNZY. <https://elibrary.ru/item.asp?id=32366279> (дата обращения: 21.11.23).
4. Енакиева Е. А., Анищенко К. Л. Инструменты PR-продвижения некоммерческих организаций // Россия и мир: развитие цивилизаций. Преобразования цивилизационных ценностей в современном мире. Материалы XI международной научно-практической конференции. В 2-х ч. – 2021. – С. 477.
5. Старшинова А. В., Бородкина О. И. Стратегии устойчивых социально-ориентированных НКО: механизм грантовой поддержки // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2022. Т.15, № 5. С. 221–236.
6. Тарабан О. В., Седых О. Г. Межсекторное взаимодействие: оценка со стороны негосударственного сектора // Известия Байкальского государственного университета. 2023. Т. 33, № 1. С. 100–108.
7. Шарков Ф. И., Михайлов В. А., Михайлов С. В. Общественное мнение: информационно-коммуникативный аспект // Коммуникология. – 2019. № 1. С. 66–77.
8. Бабичев И. В., Демина Д. С. Деятельность некоммерческих организаций в современных российских условиях: социолого-управленческий аспект // Социодинамика. 2020. № 2. С.24–34. – URL: https://e-notabene.ru/pr/article_32183.html. (дата обращения: 21.11.23).

9. Уханова Ю. В., Косыгина К. Е. Некоммерческий сектор в оценках населения региона: социально-демографический аспект // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2019. № 2. С.29–38.
10. Пак П. В. Общественное мнение о негосударственных некоммерческих организациях и осуществление ими общественного контроля // Журнал социальных исследований. 2021. Специальный выпуск 1. С. 214–223.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в представленной статье является анализ общественного мнения о деятельности некоммерческих организаций.

В качестве методологии предметной области исследования в данной статье были использованы теоретические методы, в том числе дескриптивный метод; метод категоризации; а также при подготовке статьи были использованы стандартизированный онлайн-опрос по авторской методике с последующим анализом полученных данных и вторичный анализ исследований по изучению общественного мнения о некоммерческих организациях (далее – НКО).

Актуальность статьи не вызывает сомнения, поскольку сейчас в России стало появляться очень много различных некоммерческих организаций, которые стараются обеспечивать жизненно важные функции для общества — социальные, образовательные, культурные. Фактически некоммерческий сектор взял на себя удовлетворение тех потребностей общества, которые остались неохваченными двумя другими секторами — коммерческим и государственным. В данных условиях исследование общественного мнения о функционировании данных организаций представляется достаточно актуальным, поскольку позволяет определить отношение населения к ним. Именно это восприятие и взгляд на работу НКО имеют значение, так как неразрывно связаны как с их репутацией и имиджем, так и с выстраиванием стратегий развития и информационной политики.

Научная новизна исследования заключается в проведении по авторской методике онлайн-опроса, включавшего в себя восемь вопросов, которые затрагивали следующие аспекты: социально-демографические характеристики респондентов, включая пол и возрастную группу; место проживания в конкретном регионе Российской Федерации; знакомство с некоммерческими организациями и уровень доверия к ним; участие в деятельности некоммерческих организаций; восприятие их влияния на жизнь города; и источники информации, через которые респонденты получают информацию о деятельности некоммерческих организаций. Всего в проведенном опросе участвовало 150 респондентов из трех различных регионов Российской Федерации: Иркутской области, Республики Бурятия и Ханты-Мансийского автономного округа-Югры. В каждом из этих регионов было опрошено по 50 человек.

Статья написана языком научного стиля с грамотным использованием в тексте исследования изложения позиций известных ученых к изучаемой актуальной проблеме и анализом уже проведенных ими исследований, а также с применением терминов и дефиниций, характеризующих предмет исследования.

Структура выдержана с учетом основных требований, предъявляемых к написанию научных статей. Структура данного исследования включает введение, методы и результаты исследования, выводы и библиографию.

Содержание статьи отражает ее структуру. В частности, наиболее ценным является представленная в статье авторская методика, позволившая провести исследование,

направленное на изучение представления и восприятия деятельности некоммерческих организаций обществом, а также сравнение результатов по трем разным регионам Российской Федерации: Иркутская область, Республика Бурятия, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра. Особое значение и научный интерес имеют рекомендации, сформулированные на основе результатов исследования и представленных выводов. Библиография содержит 10 источников, включающих в себя отечественные периодические и неперидические издания.

В статье приводится описание и анализ исследований, проведенных рядом ученых, характеризующих различные аспекты общественного мнения о НКО, а также содержится апелляция к различным научным трудам и источникам, посвященных этой тематике, которая входит в круг научных интересов исследователей, занимающихся указанной проблематикой.

В представленном исследовании содержатся основные выводы, касающиеся предметной области исследования. В частности, отмечается, что более половины респондентов (65,3 %) осведомлены о действующих в их регионе некоммерческих организациях. Большинство российских граждан не проявляют доверия к некоммерческим организациям, и это наблюдается в разных регионах страны. Большинство участников опроса верно указали сферы деятельности некоммерческих организаций. Большинство респондентов считают, что деятельность некоммерческих организаций приносит какую-либо пользу обществу. Что касается источников информации, от которых население Российской Федерации получает сведения о деятельности некоммерческих организаций, следует отметить, что основными источниками являются «социальные сети», «средства массовой информации» и «знакомые, друзья и семья». Эти источники преобладают при передаче информации о работе некоммерческих организаций.

Материалы данного исследования рассчитаны на широкий круг читательской аудитории, они могут быть интересны и использованы учеными в научных целях, педагогическими работниками в образовательном процессе, руководством и работниками НКО, представителями СМИ, государственными и муниципальными служащими, профильными экспертами и аналитиками.

В качестве недостатков по данному исследованию следует отметить, что возможно было бы использовать современные зарубежные источники и включить их в библиографический список статьи. В тексте статьи результаты исследования можно было бы представить более наглядно, использовав рисунки и табличные формы. При оформлении библиографии особое внимание необходимо обратить на соблюдение требований ГОСТ для библиографических описаний в отношении источников в библиографическом списке, представляющих собой электронные ресурсы. Указанные недостатки не снижают высокой научной значимости самого исследования. Статью рекомендуется опубликовать.