

В конце 2018 года ассоциация «Все вместе» провела небольшое исследование. Мы связались с десятью экспертами некоммерческого сектора, не связанными со «Все вместе» напрямую и представляющими разные города: Белгород, Краснодар, Уфа, Пенза, Кострома, Elizovo, Самара, Кемерово, Владивосток. В интервью мы интересовались, как происходит сбор пожертвований в их регионах, как – на их взгляд – лучше доносить до жертвователей информацию о работе НКО и этичности разных методов фандрайзинговых сборов. Результаты [были опубликованы](#) в январе 2019 года. Прошел почти год, и мы вновь связались с респондентами, чтобы узнать, что же изменилось за это пусть и небольшое время.

Напомним, что объектом исследования являются некоммерческие организации, работающие на территории Российской Федерации, предметом — уровень доверия к ним в обществе.

Как показал сравнительный анализ интервью, проведенных с разницей в год, одной из основных проблем остается недопонимания сути работы некоммерческих, благотворительных организаций значительной частью жителей страны. Большинство экспертов рассказали, что отмечают положительные изменения в некоммерческой сфере, «само отношение к благотворительности меняется, это происходит не быстро, но постепенно». Из-за не быстрого течения этого процесса, по словам респондентов, увы, сохраняется стереотип, что НКО «отмывают деньги». Его подкрепляет активная деятельность недобросовестных фондов, мошенников, прикрывающихся благотворительностью.

Отмечено, что недоверие у граждан часто вызывают НКО, собирающие средства на лечение, реабилитацию, медикаменты — граждане указывают на то, что в России бесплатная медицина, а следовательно благотворительные сборы не нужны. То есть причиной неприязни является непонимание, непрозрачность.

Также несколько экспертов считают, что люди относятся лучше к тем организациям, у которых есть регулярная отчетность, деятельность которых прозрачна, «на виду». Также эксперты отметили, что наравне с ростом доверия, отмечается и рост НКО, спектр деятельности некоммерческих организаций становится шире. Все опрошенные занимаются популяризацией благотворительности, принимают участие в профильных секторальных мероприятиях или даже организуют их, участвуют в круглых столах, конференциях, волонтерских движениях, гражданских форумах и так далее.

Популяризация добровольной регулярной отчетности, как показали интервью, принесла плоды. Но эксперты подчеркнули, что содержательная отчетность большую роль играет для крупных спонсоров и партнеров, чем для частных жертвователей. Люди не так часто уделяют отчетами пристальное внимание. «Есть история про отчетность, она повысилась в отношении работодателей, или в отношении спонсоров, но не в отношении широкой общественности, то есть такой практики пока нет, скажем так системной».

Интервьюеры поинтересовались, насколько популярны в регионах благотворительные сборы на личные карты. Большинство респондентов ответили, что такие методы все

еще используются некоммерческими организациями, но отказываться от них стали чаще, НКО постепенно переходят к другим способам сбора денег, однако отправка пожертвований на личные карты пользуется популярностью у населения. Сами опрошенные эксперты негативно относятся к данному методу сборов, но некоторые все же признали, что он является более простым, особенно в экстренных случаях. В то же время респонденты отметили значительное сокращение сборов в ящики-копилки. В некоторых регионах они практически отсутствуют.

Эксперты высказались о взаимоотношениях между НКО и средствами массовой информации. Многие отметили, что регулярно встречали в информационном поле информацию о деятельности коллег из своего региона, но не всегда оставались довольны ее качеством. При ответе на вопрос «Растет ли доверие к НКО благодаря информации в СМИ?» мнения участников исследования разделились. Несколько человек заявили, что публикации в СМИ, напротив, вредит репутации НКО. Но большинство считает, что доверие к НКО все же растет благодаря сообщениям в СМИ, особенно люди доверяют федеральным телеканалам. Некоторые из экспертов указали на сложность установления контактов со СМИ, и если на региональные еще можно выйти, в случае с федеральными для НКО это крайне трудно. Несколько респондентов отметили роль социальных сетей в вопросе повышения доверия к благотворительным организациям.

При этом все эксперты согласились: необходимо продолжать информационные кампании о том, что нужно помогать через проверенные, надежные благотворительные фонды. Также важно объяснять, как именно понять, что фонд надежен, в том числе на конкретных примерах. «Нужны стандарты, для того чтобы люди могли отличить добросовестный фонд от недобросовестного», это важно для противостояния мошенникам. Как и год назад, респонденты считают, что для борьбы с мошенничеством в благотворительности также необходимы законодательные изменения, а также более активное взаимодействие с правоохранительными органами.