**«Информационная открытость НКО в России»: мониторинг**

***Сейчас все больше внимания уделяется информационной открытости организаций, особенно НКО. В прошлом году на конкурсе Президентских грантов «информационная открытость организации» даже являлась одним из критериев оценки заявок. Что же такое «информационная открытость НКО» и как ее обеспечить?***

Комиссия Общественной палаты Российской Федерации по развитию информационного сообщества, СМИ и массовых коммуникаций проводит опрос российских некоммерческих организаций на тему «Информационная открытость НКО в России». Общественная палата Хакасии провела предварительный опрос среди участников Форума выпускников президентской программы, в рамках которого состоялась «Биржа социальных проектов Хакасии». И вот какие промежуточные результаты у нас получились.

Как показало настоящее исследование, уровень информированности о деятельности некоммерческих организаций (НКО) в Хакасии среди основной целевой аудитории остается выше среднего. Так считают более 60% опрошенных.

Сегодня современные некоммерческие организации продвигают себя сами: активно общаются со СМИ, ведут информационную работу в социальных сетях, Интернете. Официальный сайт НКО и публикации в соцсетях (ВКонтакте, Одноклассники и др.) – стропроцентные лидеры по информированию населения о деятельности организаций. Причем только у 70% опрошенных есть свой сайт.

Средства массовой информации – это большой помощник НКО в вопросах PR. 50% респондентов согласны с тем, что информационное сопровождение является приоритетом в деятельности некоммерческих организаций, 40% видят необходимость работы с медиа. Однако 75% опрошенных контактируют с представителями СМИ только на основе личных знакомств или партнерских отношений, 25% пользуются услугами третьих лиц – это пресс-службы региона или Общественной палаты Хакасии.

По данным опроса, основная целевая аудитория некоммерческих организаций Хакасии предпочитает местные медиа – газеты, ТВ и радио, как каналы коммуникации. Только 60% ответили, что пока добиться взаимодействия НКО с местными телеканалами и радио не удалось. Возможно, это связано с тем, что только у 30% опрошенных НКО предусмотрены средства на финансирование работы со СМИ. Да и участие в пресс-конференциях, круглых столах и других пресс-мероприятиях для НКО - это редкость, считают 60% респондентов. Более 50% процентов НКО имеют опыт в размещении социальной рекламы (ролики, баннеры и т.д.)

Органы власти разных уровней - одна из наиболее значимых целевых групп для большинства НКО. Это еще и источник финансирования для многих, и структура, которая формирует законодательную и налоговую среду для деятельности общественных организаций. Более 50% опрошенных организаций считают, что региональные органы власти в полной мере оказывают информационную поддержку НКО и только 20% не довольны состоянием дел. Информационный обмен хорошо налажен с Общественной палатой Республики Хакасия, так считают 75% участников опроса.

Большинство некоммерческих организаций Хакасии получают государственную поддержку в виде грантов или субсидий региональных органов власти – это 60% опрошенных НКО. Причем проекты они (85%) выбирают тоже региональные.

Для повышения доверия со стороны заинтересованных организаций около 70% некоммерческих организаций публикуют годовые отчеты о деятельность НКО за прошедший год.

Для налаживания контактов и открытости 85% участников опроса согласились принять участие в семинарах по работе со СМИ. Причем 70% заявили, что в некоммерческих организациях есть ответственные работники за распространение информации, взаимодействие со СМИ и столько же респондентов ответили, что принимают участие в курсах повышения квалификации, образовательных семинарах и тд.

Согласно опросу, более половины опрошенных НКО не использовали СМИ для сбора средств (публичный сбор средств, социальная реклама и тд), но готовы попробовать. Только у 25% респондентов есть опыт использования СМИ в этих целях. 50% опрошенных некоммерческих организаций заявили, что в течение года привлекали для своих проектов волонтеров численностью до 10 человек, а 30% - более 50 человек.

В итоге можно сказать, место и способы для информационной открытости каждая НКО выбирает самостоятельно. При этом нужно учитывать, что наличие официального сайта повышает доверие к организации. Ну, а если средств на поддержку собственного интернет-ресурса нет, Общественная палата республики предлагает использовать свои площадки для достижения информационной открытости.

В планах Общественной палаты Хакасии проведение следующего этапа опроса среди общественных организаций муниципальных образований Хакасии.