

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

Коллективная монография

под редакцией
О.И. Бородкиной, А.В. Старшиновой



Санкт-Петербург
2021

УДК 316.4
ББК 60.84; 60.94
А43

Рецензенты: Л. А. Осьмук (Новосибирский технический государственный университет), доктор социологических наук, профессор, директор Института социальных технологий НГТУ
М. Классен (Университет прикладных наук Рейн-Майн, Германия), доктор философских наук, профессор

А43 Актуальные проблемы цифровизации социальных услуг, коллективная монография/под ред. О.И. Бородкиной, А.В. Старшиновой — СПб.: Скифия-принт, 2021 — 232 с.

ISBN 978-5-98620-561-8

Авторский коллектив:

Архипова Е. Б. (УрФУ) — глава 3, Бородкина О. И. (СПбГУ) — Предисловие, глава 1, глава 4, Иванова М. М. (СПбГУ) — глава 4, Старшинова А. В. (УрФУ) — Предисловие, глава 1, глава 5, Чикова Е. В. (УрФУ) — глава 6, Чулков С. С. (РГПУ) — глава 2.

В основу коллективной монографии легли результаты исследования различных аспектов цифровизации в сфере социального обслуживания и социальной защиты, проведенные в рамках реализации проекта «Вызовы трансформации социального государства в России: институциональные изменения, социальное инвестирование, цифровизация социальных услуг». Эмпирическую базу исследований составили нормативные правовые акты федерального и региональных уровней; статистические данные, результаты фокус-групп, анкетного опроса, экспертных интервью, проведенных в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, в Хабаровском крае, Республика Саха (Якутия) и других российских регионах, а также данные мониторинга социальных сетей.

Книга рекомендуется социологам, специалистам по социальной работе, сотрудникам СО НКО, а также всем, интересующимся проблемами цифровизации и развития сферы социальных услуг.

Монография может быть использована в процессе подготовки бакалавров и магистров по направлениям «социология», «социальная работа», на курсах повышения квалификации работников социальной сферы.

*Монография подготовлена и издана при поддержке
Российского научного фонда; проект 19-18-00246
«Вызовы трансформации социального государства в России:
институциональные изменения, социальное инвестирование,
цифровизация социальных услуг».
Проект выполнялся в СПбГУ*

ISBN 978-5-98620-561-8

© Авторы монографии, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	4
Глава 1. Цифровизация сферы социального обслуживания как направление государственной социальной политики	7
Глава 2. Цифровое неравенство в доступе к информационно-коммуникационным технологиям	20
1. Теоретические подходы к проблеме цифрового разрыва в современной социологии.....	21
2. Проблема цифрового неравенства в России.....	23
3. Факторы, влияющие на цифровой разрыв среди пожилых.....	29
4. Цифровой разрыв в результатах использования ИКТ.....	45
5. Факторы неравенства в использовании ИКТ.....	54
Заключение	60
Глава 3. Оценка уровня цифровизации социальных служб	66
1. Международные методики оценки уровня цифровизации	66
2. Российские методики оценки уровня цифровизации	80
3. Цифровой паспорт социальных учреждений.....	96
Заключение	104
Глава 4. Цифровые технологии в социальной работе	117
1. Исторический аспект цифровизации социальной работы.....	118
2. Европейский контекст цифровизации социальной сферы.....	120
3. Модель принятия технологий (Technology Acceptance Model)	126
4. Цифровые технологии как средство коммуникации в социальной работе	131
5. Цифровые технологии как инструмент социального вмешательства	140
Заключение	152
Глава 5. Региональные практики цифровизации некоммерческого сектора социальных услуг	158
1. Проект «Социальный кластер» (АНО «Ассоциация “Особые люди”», г. Екатеринбург, Свердловская область)	159
2. Цифровая платформа «Атлас НКО» (АНО «Центр инноваций социальной сферы “Атлас НКО”», г. Ростов-на-Дону, Ростовская область)	166
3. Цифровое развитие социально ориентированных НКО Республики Саха (Якутия) и Хабаровского края	171
Заключение	176
Глава 6. Социально ориентированные некоммерческие организации в цифровом пространстве: опыт использования социальных сетей	181
1. Динамика роли социальных сетей в деятельности некоммерческих организаций.....	182
2. Цифровое развитие некоммерческих организаций: потенциал использования социальных сетей.....	186
3. Эффективность групп СО НКО ВКонтакте: региональные кейсы.....	192
4. SWOT-анализ групп СО НКО в социальной сети ВКонтакте	214
Заключение	222

ПРЕДИСЛОВИЕ

В коллективной монографии «Актуальные проблемы цифровизации социальных услуг» представлены результаты исследований, проведенных в рамках реализации проекта РНФ «Вызовы трансформации социального государства в России: институциональные изменения, социальное инвестирование, цифровизация социальных услуг». Цифровизация является одним из наиболее динамично развивающихся и обсуждаемых процессов. Вместе с тем многие аспекты цифровизации в сфере социального обслуживания не получили должного внимания со стороны научного сообщества. Целью представленной работы является попытка отчасти восполнить этот пробел. Структура монографии продиктована задачей, с одной стороны, охватить наиболее значимые направления цифровизации социальных услуг, а с другой — продемонстрировать разнообразие проблематики в этой области.

В первой главе в качестве одного из ключевых показателей цифровизации сферы социального обслуживания на федеральном уровне представлены основные электронные сервисы, напрямую связанные с социальными услугами, в первую очередь Единая государственная информационная система социального обеспечения (ЕГИССО), а также наиболее успешные пилотные проекты по созданию социальных цифровых сервисов. В этом же разделе выделяются основные барьеры развития социальной цифровой среды, преодоление которых требует не только развития цифровой инфраструктуры и повышения компьютерной грамотности, но и просвещения различных слоев населения по вопросам цифровых технологий.

Вторая глава посвящена вопросам цифрового неравенства в доступе к информационно-коммуникационным технологиям. Данная проблема имеет особое значение в области социальной работы, поскольку одной из основных целевых групп социального обслуживания являются пожилые граждане, чей цифровой капитал существенно ниже, чем у более молодого поколения. В данной главе исследуются теоретические подходы к проблеме цифрового неравенства

и разрыва, анализируется значительный объем статистических данных, связанных с цифровой инфраструктурой и цифровыми компетенциями российских граждан, и выявляются основные факторы, влияющие на цифровое неравенство в России.

В третьей главе монографии рассматривается проблема оценки уровня цифровизации социальных служб. Помимо анализа международных и национальных методик оценки процессов цифровизации, применимых к социальной сфере, в данной главе представлена авторская методика оценки уровня цифровизации организаций, предоставляющих социальные услуги, а именно цифровой паспорт социальных учреждений, который позволяет оценить основные параметры цифровизации организации. Результаты апробации данной методики в 70 различных организациях (48 государственных социальных учреждений и 22 НКО) позволили выявить основные тенденции цифровизации поставщиков социальных услуг, которые также обсуждаются в данном разделе.

Цифровые технологии все чаще используются в социальной работе, существенным образом меняя методы работы и формы взаимодействия с клиентами. Данному вопросу посвящена четвертая глава монографии. В ней представлены краткая история цифровизации социальной работы, современный контекст диджитализации, а также наиболее интересные цифровые технологии (онлайн-консультирование, геймификация, кибертерапия, сетевая интервенция и др.), которые достаточно широко используются в зарубежной социальной работе и все чаще появляются в деятельности российских социальных служб. Эпидемия COVID-19 в значительной степени способствовала развитию цифровых технологий в социальной работе, поскольку они создают новые возможности взаимодействия между профессионалами и клиентами, между различными специалистами социальных служб, а также между членами отдельных целевых групп и общества в целом.

Пятая глава посвящена региональным проектам цифровизации сферы социальных услуг. Для анализа были отобраны четыре региона: проект «Социальный кластер» в Свердловской области, проект цифровой платформы «Атлас НКО», разработанный в Ростовской области, и опыт цифровизации сектора социальных услуг в Республике Саха (Якутия) и в Хабаровском крае. Результаты исследования показали заинтересованность в развитии цифровых инструментов как жителей регионов, так и региональной власти, поскольку

цифровизация сферы социального обслуживания способствует качественному решению социальных проблем населения.

Неотъемлемой частью современного цифрового пространства являются социальные сети, поэтому неслучайно последняя глава монографии посвящена опыту использования социальных сетей в деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций. Социальные сети являются не только одним из важнейших инструментов продвижения организации на рынке социальных услуг, но и способствуют развитию партнерских отношений с другими организациями, организуют достаточно эффективную внутри-секторную коммуникацию.

Авторский коллектив надеется, что представленная монография будет интересна широкому кругу читателей, занимающихся проблемами цифровизации социальной сферы, а также послужит основой дальнейших исследований в данной области.

Г Л А В А 1 .

Цифровизация сферы социального обслуживания как направление государственной социальной политики

Для современного общества цифровизация является ключевым драйвером развития. Информационные технологии активно развиваются и уже интегрированы в нашу повседневную жизнь. В 2018 г. Центр стратегических разработок выпустил доклад «Государство как платформа», рассматривающий вариант государственного управления на основе единой цифровой платформы (Государство как платформа, 2019). Традиционно в основе концепции «правительство как платформа» лежит идея повышения эффективности предоставления государственных (муниципальных) услуг. Центр стратегических разработок исходил из более широкого и амбициозного понимания роли платформенных решений в государственном управлении. Государство как платформа — это не только инструмент предоставления государственных (муниципальных) услуг, но и система поддержки принятия решений во всех сферах экономической и социальной жизни, основанная на обработке данных соответствующих информационных систем (Государство как платформа, 2019).

Управление социальной сферой не является исключением. Все больше социальных процессов преобразовывается в цифровой формат, и со временем диджитализация затронет даже самые консервативные области социального обслуживания. Получатели и поставщики социальных услуг постоянно сталкиваются с проблемами недостатка или избытка информации; данных становится все больше, а вот ориентироваться во всем этом объеме информации довольно сложно. Современные электронные сервисы создают доступную среду с точки зрения получения информации, тем самым позволяя упростить процесс получения социальных услуг. Благодаря внедрению цифровых технологий социальная сфера становится

мобильной, гибкой, способной к изменениям, а значит, помимо повышения качества, уменьшается стоимость оказываемых услуг.

Применение цифровых технологий на государственном уровне должно решить ряд важнейших задач: максимально упростить и ускорить процесс предоставления и получения услуг, усовершенствовать и унифицировать систему информирования граждан, расширить состав цифровых сервисов и т.д. Принципиально важную роль в решении данной задачи играет национальный проект «Цифровая экономика», который сейчас активно реализуется. Он включает в себя, в частности, федеральный проект «Цифровое государственное управление». Последний предусматривает в том числе цифровую трансформацию государственных (муниципальных) услуг и сервисов. Оптимизация государственных услуг ведется по двум направлениям: комплексное решение жизненных ситуаций граждан и бизнеса (далее — суперсервисы) и цифровая трансформация приоритетных государственных и муниципальных услуг (моносервисы). Для решения данной задачи разрабатывается новый формат госуслуги — 25 суперсервисов, охватывающих основные вопросы взаимодействия граждан с государством, в том числе начисление пенсий, а также оформление пособий и льгот. Они определяют, что нужно человеку в данной жизненной ситуации, подбирают услуги, напоминают о положенных выплатах и присылают уведомления, когда все готово.

Внедрение суперсервисов с неизбежной необходимостью влечет за собой не только изменение баз данных и информационных систем органов власти, но и приводит к изменению нормативной базы, которая лежит в основе этого процесса и его цементирует. В результате формируется единая национальная система управления данными и база данных, содержащая цифровые профили всех граждан РФ. В идеале потребителю социальной услуги вообще не будет нужно предоставлять какие-то документы, так как вся необходимая информация должна содержаться в его цифровом профиле. Решение этих задач невозможно без развития государственно-частного партнерства. Это предполагает активное использование реестровой модели не только для инвалидов, но и для других категорий, нуждающихся в социальной поддержке со стороны государства. В данном случае физический документ заменяется на запись в соответствующем государственном реестре.

Стоит отметить еще одну важную новацию: на смену заявительному подходу со стороны потребителя услуги, который предполагает

для ее получения предоставление соответствующего пакета документов и написание заявления, приходит проактивный со стороны государства, когда услуга предоставляется без обращения гражданина, а иницируется самим госорганом. Так, например, с 01.12.2020 в России изменился порядок оповещения о льготах. Если раньше граждане могли не знать, какие социальные услуги и выплаты им положены, теперь вся информация доступна на портале госуслуг. При этом развитие портала «Госуслуги» не отменяет существования сети МФЦ. В будущем появится возможность получить необходимые сведения при личном посещении МФЦ.

Необходимость внедрения такой системы трудно переоценить. Далеко не все граждане в силу разных причин знают о положенных им льготах и выплатах, что вполне объяснимо, если учесть, что сегодня число мер социальной поддержки, оказываемых государством, превышает три тысячи, и они охватывают более трети населения. Первый шаг в реализации проактивного подхода позволяет получить всем гражданам России полную, достоверную и оперативную информацию обо всех мерах господдержки федерального и регионального уровня, на которые может рассчитывать человек в своей жизненной ситуации (рождение ребенка, многодетность, инвалидность, наступление предпенсионного или пенсионного возраста). В качестве примера можно привести проактивный подход к выдаче сертификатов материнского капитала. Чтобы семьи не только быстрее получали материнский капитал, но и не тратили усилия на его оформление, после появления ребенка материнский капитал оформляется ПФР автоматически, и семья сможет приступить к распоряжению средствами, не обращаясь за самим сертификатом. Все необходимое для этого Пенсионный фонд сделает самостоятельно. Сведения о появлении ребенка, дающем право на материнский капитал, поступают в ПФР из государственного реестра записей актов гражданского состояния. Данная система персонального информирования о положенных социальных выплатах и мерах поддержки запускается на базе единой государственной информационной системы социального обеспечения (далее — ЕГИССО).

Помимо совершенствования механизмов предоставления государственных (муниципальных) услуг приоритетным направлением развития социальной политики является цифровизация механизма получения адресной социальной помощи на основе критериев нуждаемости.

Это означает, что роль и значение Единой государственной информационной системы социального обеспечения будет кардинально меняться. ЕГИССО является федеральной государственной информационной системой, позволяющей получать гражданам и органам власти актуальную информацию о мерах социальной поддержки, оказываемых из бюджетов всех уровней, как в отношении отдельно взятого человека, так и в целом по стране, а также получать сведения, необходимые органам власти для планирования мер социальной поддержки.

ЕГИССО была создана на основании Федерального закона от 17 июля 1999 г. № 178-ФЗ «О государственной социальной помощи» (гл. 2.1 в редакции Федерального закона от 29 декабря 2015 г. № 388-ФЗ) и постановления Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2017 г. № 181. Оператором и разработчиком ЕГИССО является Пенсионный фонд России. Таким образом, ПФР стал национальным центром индивидуального учета прав и расходов всей государственной социальной сферы — от муниципального до федерального уровня.

В ЕГИССО консолидируются сведения, содержащиеся в федеральных, региональных и муниципальных реестрах, иных государственных информационных системах в сфере соцзащиты и информационных системах организаций, оказывающих меры социальной защиты и предоставляющих социальные услуги гражданам. Внедрение данной системы позволило существенно повысить эффективность государственного управления в области государственной социальной помощи за счет совершенствования учета, анализа и планирования бюджетных социальных расходов, исключив дублирование информации. Для цифровизации социальной помощи сформирован и ведется классификатор мер социальной защиты (поддержки) и перечень категорий получателей мер социальной защиты (поддержки), социальных услуг, предоставляемых в рамках социального обслуживания и государственной социальной помощи, иных социальных гарантий и выплат. Это позволило, с одной стороны, разгрузить органы исполнительной власти от непрофильной деятельности и избыточных функций и, с другой стороны, повысило уровень информированности граждан об их правах на социальное обеспечение. Пользователи системы в дальнейшем будут иметь возможность снижать временные затраты при получении тех или иных мер социальной поддержки.

Кроме того, данная система позволит проводить аналитику по интересующим показателям в сфере социальной поддержки граждан

и, как следствие, прогнозировать расходы бюджетов в части выполнения социальных обязательств государства. Органы управления социальной сферой в перспективе получают возможность последовательного применения принципов адресности и критериев нуждаемости при предоставлении мер социальной поддержки. Структура ЕГИССО представлена на рисунке 1.

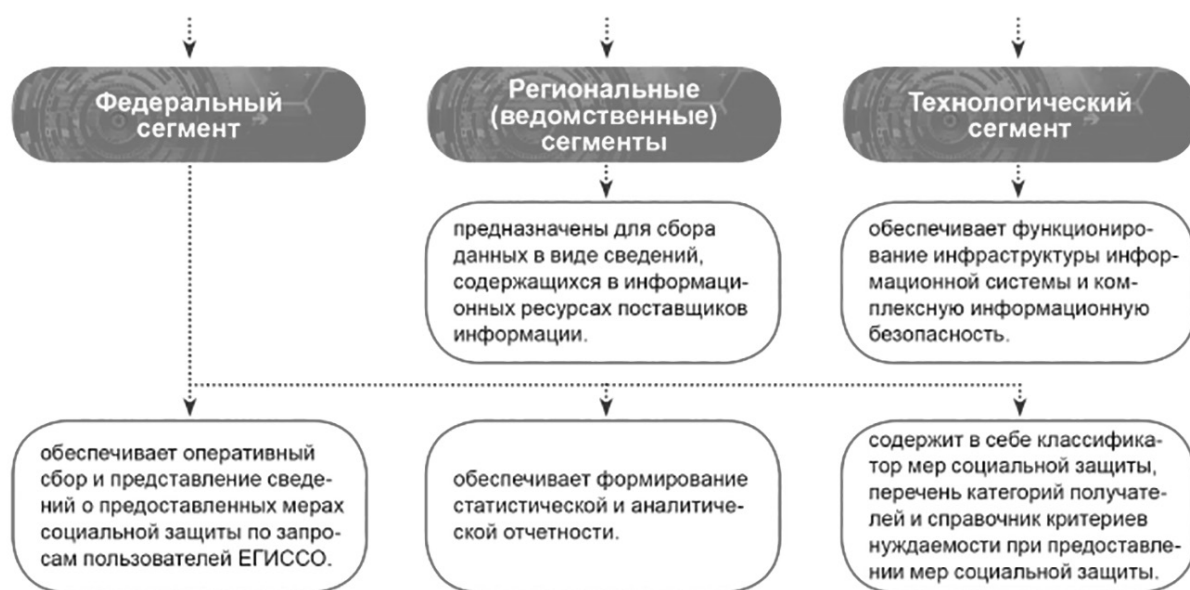


Рис. 1. Структура ЕГИССО

Сбор и предоставление информации в федеральном и региональном сегментах ЕГИССО осуществляется на основании СНИЛС — страхового номера индивидуального лицевого счета в системе обязательного пенсионного страхования — гражданина — получателя мер социальной защиты.

Основные принципы функционирования ЕГИССО:

- обеспечение полноты, достоверности, актуальности и целостности данных, получаемых через информационную систему;
- централизация сбора и безвозмездность предоставления информации в ЕГИССО для всех пользователей в соответствии с их правами доступа;
- однократность ввода информации и многократность ее использования;
- открытость для интеграции с существующими и создаваемыми государственными и иными информационными

ресурсами, ведомственными и межведомственными информационными системами на основе единых форматов информационного взаимодействия;

- модульность построения, адаптируемость, модифицируемость информационной системы;
- использование системы межведомственного электронного взаимодействия.

Основные компоненты ЕГИССО приведены ниже на рисунке 2.



Рис. 2 Компоненты ЕГИССО

Основным элементом является *кабинет поставщика* информации, которым пользуются органы власти, органы местного самоуправления и подведомственные им организации, которые осуществляют назначение мер социальной защиты (поддержки) в соответствии с Федеральным законом от 17 июля 1999 г. № 178-ФЗ «О государственной социальной помощи».

Данные органы и организации являются поставщиками информации в ЕГИССО и обязаны передавать информацию в ЕГИССО с 01.01.2018. Переданная информация носит открытый характер. Каждый может с ней ознакомиться.

Органы власти, в свою очередь, имеют не только большой доступ к имеющейся информации, но и с помощью встроенного в систему

аналитического блока могут не только проводить анализ, но и использовать полученные данные для планирования социальных расходов.

Кабинет потребителя позволяет получить из данной информационной базы любому гражданину РФ информацию о полагающихся ему мерах социальной поддержки. Через свой личный кабинет каждый гражданин РФ имеет возможность получить персонифицированную информацию о предоставляемых (представленных) мерах социальной защиты, а также сведения о мерах социальной защиты, на которые гражданин имеет право. Для получения доступа к системе используется единая система идентификации и аутентификации (ЕСИА) пользователей.

Кроме данной системы ПФ РФ является также оператором Федерального регистра инвалидов (далее — ФРИ). Это единая база данных для граждан, признанных в установленном порядке инвалидами, и для органов власти, которые оказывают услуги или меры социальной поддержки инвалидам. Наличие данной самостоятельной информационной системы, интегрированной с ЕГИССО, обусловлено тем, что после пенсионеров инвалиды являются второй по численности группой получателей социальной помощи, имеющей свою специфику. Данная система ориентирована, прежде всего, на органы власти. Встроенный аналитический блок позволяет анализировать численность и структуру инвалидов по возрасту и полу, а также их занятость (см. рис. 3).

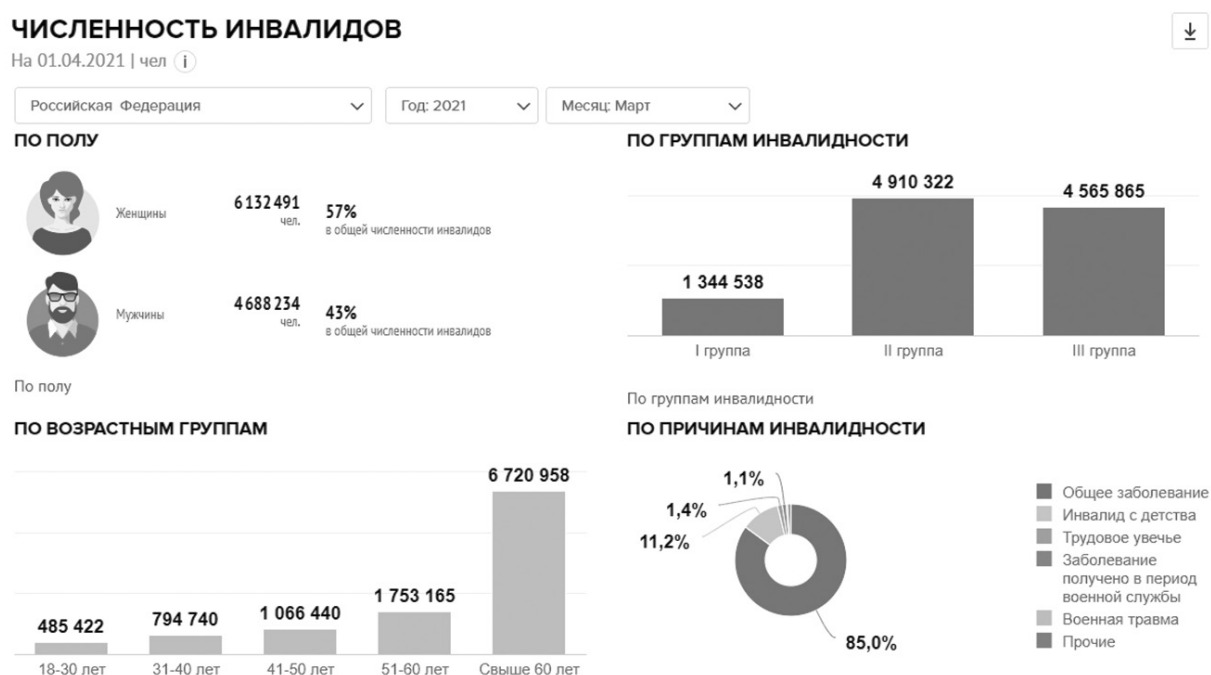


Рис. 3. Открытые данные по численности инвалидов в РФ, апрель 2021 г.

Безусловно, создание ЕГИССО — важнейший этап перехода к цифровой системе социальной поддержки, которая исключает дублирование сведений в различных ведомствах. Она позволяет в едином формате обеспечивать актуальность и полноту данных обо всех мерах социальной защиты (поддержки) граждан, выплатах и компенсациях, которые предоставляются в соответствии с нормативными правовыми актами Российской Федерации, субъектов РФ и муниципальных образований, а также об их получателях и их правах на такие меры социальной защиты. Система не только помогает упорядочить всю имеющуюся информацию, но и позволяет государству иметь в режиме реального времени полное представление об объеме и структуре оказываемой им социальной помощи в РФ. На ее основе можно понять не только эффективность действующих мер социальной поддержки, но и оценить влияние на бюджетную систему различных вариантов отмены старых и введения новых мер социальной поддержки, ограничение и дополнение целевых групп социальной поддержки за счет изменения критериев нуждаемости и адресности, предлагаемых экспертным сообществом для оптимизации расходов и направления высвободившихся ресурсов на достижение социальных приоритетов, т.е. социальных задач, которые признаются обществом на данном этапе его развития наиболее срочными, требующими первоочередного решения. Разработанная ЕГИССО позволяет решать многие существующие проблемы в социальной сфере и получать значительную экономию средств бюджета.

Совершенно очевидно, что в современных антикризисных и посткризисных условиях эпохи COVID-19 государство вынуждено при существующих ограничениях отказаться от патерналистской архаической модели, оптимизируя меры социальной поддержки и социальной помощи, сделав их предельно адресными. Данные обстоятельства объективно обуславливают необходимость реформирования системы социального обслуживания, используя возможности цифровизации.

Основным трендом развития ЕГИССО является создание на ее базе социального казначейства — «единой системы информационного сопровождения принятия решений в области социальной защиты населения и управления государственными расходами в области социальной защиты населения». Это позволит определить причины бедности той или иной социальной группы и отдельного домохозяйства и соответственно выработать эффективные способы ее преодоления.

Также одной из пока декларируемых задач, поставленных перед информационной системой, является совершенствование применения принципов адресности и критериев нуждаемости при предоставлении мер социальной поддержки. В ЕГИССО (ФРИ) предусматривается формирование и ведение справочника критериев нуждаемости, применяемых при предоставлении мер социальной защиты (поддержки), порядок формирования, ведения и использования которого устанавливается ПФР РФ как оператором информационной системы (п. 19 Положения о ЕГИССО). Однако пока еще он не создан.

Данное направление реформирования социальной поддержки населения является приоритетным для нового российского правительства. Соответственно, сейчас уже принят закон о создании единого федерального информационного реестра, содержащего сведения о населении Российской Федерации. Его оператором выступит ФНС. Служба будет вести централизованную базу данных о россиянах, а также об всех, кто временно или постоянно проживают в РФ либо работают в ней. Интеграция этой информации с данными ФНС о доходах и имуществе граждан, об их крупных расходах позволит более адекватно оценить уровень жизни получателей мер социальной поддержки.

Сейчас также формируется единый подход к определению состава семьи и перечня доходов для предоставления мер. В его рамках данные о доходах отдельных граждан будут сгруппированы по их домохозяйствам (семьям). Именно домохозяйства являются основной статистической единицей при оценке уровня среднедушевых доходов, на основе которых выделяются нуждающиеся (бедные) и назначаются социальные выплаты. Это позволит государству с помощью собранных им данных выдавать помощь и льготы не автоматически, а согласно реальным потребностям каждой семьи. Для этого по аналогии с классификатором мер социальной защиты (поддержки) в рамках данной системы целесообразно разработать классификатор критериев нуждаемости на основе обобщения федерального и регионального опыта.

Это позволит оказывать гарантированную адресную социальную поддержку действительно нуждающимся в ней гражданам государством на основе социального реестра. В этой связи государству нужно очень ответственно подходить к установлению соответствующей «формулы бедности», рассчитанной на основе критериев нуждаемости: это может быть среднедушевой доход или прожиточный минимум. Отдельный вопрос: нужно ли учитывать при их назначении принадлежащее

гражданам имущество и т.д. Сейчас основополагающий критерий «бедности» — среднедушевые официальные доходы домохозяйства (семьи) ниже прожиточного уровня. Именно он положен в основу оказания социальной помощи со стороны государства.

Модели обслуживания значительно меняются под влиянием цифровых технологий. Развитие государственных сервисов предоставления социальных услуг не противоречит усилению роли негосударственных игроков в сфере социальных услуг, деятельность которых направлена на создание и расширение индивидуальных возможностей для получения необходимых услуг. Уравнивание возможностей государственных и негосударственных поставщиков социальных услуг должно усилить конкуренцию, а значит, качество и доступность услуг для потребителей. Механизм социального заказа позволяет распределять имеющийся объем государственных услуг и выделенных на них бюджетных средств не только между государственными, но и частными структурами.

Активную поддержку со стороны государства получают различные пилотные проекты, направленные на удобство получения социальных услуг путем создания социальных цифровых сервисов. В качестве примера можно привести прежде всего «Кнопку жизни» для экстренной связи с пожилыми и детьми, а также платформу SOL («Сурдо-онлайн») и т.д.

«Кнопка жизни» — это первая в России система мониторинга и экстренного вызова помощи для различных «групп риска», то есть пенсионеров (инвалидов), людей, страдающих различными видами заболеваний. Сегодня у «Кнопки жизни» на обслуживании более 500 000 пользователей в 60 регионах России, профессиональный медико-социальный диспетчерский центр 24/7 и современная ИТ-платформа для обслуживания пользователей в любой точке России. Тревожная кнопка (система медицинской сигнализации с датчиком падения) размещается на специальном устройстве (смартфоне, браслете и т.д.), которое носится с собой. Достаточно всего одного нажатия или срабатывания встроенного датчика падения, и сигнал о помощи поступает на пульт врача-оператора call-центра, который отслеживает местоположение пользователя с помощью GPS/ГЛОНАСС и определяет причину вызова по отображаемым на мониторе симптомам и данным паспорта здоровья.

Проект SOL «Сурдо-онлайн» переводит жестовой язык на русский и обратно. Платформа призвана значительно упростить жизнь глухих и слабослышащих людей посредством предоставления сурдоперевода

в режиме реального времени с помощью видеосвязи. Для этого используются услуги облачных сервисов, штат сурдопереводчиков и возможности современных средств связи передавать видео на мобильные устройства. При использовании данной платформы сурдопереводчикам не нужно сопровождать глухих и слабослышащих людей постоянно, а достаточно связываться с ними по смартфону в режиме видеосвязи в случае необходимости.

В России цифровизация услуг и сервисов станет одним из главных трендов социальной сферы как в государственном, так и в частном сегменте. Таким образом, информатизация социальной сферы предполагает создание единой экосистемы государственных, муниципальных и частных информационных и сервисных ресурсов, направленных на решение стратегической задачи улучшения качества и доступности социальных услуг.

Общество за несколько лет претерпело существенные изменения, в большинстве своем за счет цифровизации как среды, так и коммуникаций. Пандемия лишь усилила эти процессы. Однако цифровизация в социальной сфере идет непросто. Система мер социальной поддержки населения в России очень сложная. Мер крайне много, они администрируются разными ведомствами, которые слабо координируют работу между собой. Кроме того, цифровизация формирует новые общественные отношения, которые зачастую требуют не только изменения поведенческих моделей, но и правового регулирования.

Существует целый ряд барьеров для развития социальной цифровой среды. Условно их можно разбить на три группы. Барьеры *первой группы* связаны с цифровизацией в целом и носят системный характер. К ним можно отнести:

- уровень развития информационной инфраструктуры;
- «цифровое неравенство»;
- отсутствие консолидированного подхода к ее разработке;
- несовершенство НПА в части регулирования отношений, возникающих в связи с развитием цифровой социальной сферы;
- существующие проблемы в сфере подготовки кадров для цифровой социальной среды;
- недостаток финансирования и т.д.

Вторая группа связана с кадровыми ресурсами, уровнем компьютеризации, отсутствием мотивационной готовности руководителей

и персонала социальных служб к внедрению инновационных информационных технологий.

Третья группа обусловлена неготовностью значительной части населения интегрироваться в новые цифровые отношения в силу социально-психологических барьеров (непониманием и недоверием у населения) к цифровым технологиям. Особенно это касается пенсионеров и инвалидов.

И для преодоления этих барьеров требуется не только развитие инфраструктуры и повышение компьютерной грамотности населения, но и системная работа по информированию и просвещению граждан по вопросам цифровых технологий. Для успешного развития цифровизации социальной сферы государству следует определить долгосрочную стратегию целенаправленной работы в этой области с четкими целями.

Преимущество цифровизации состоит в повышении эффективности функционирования всей системы обслуживания за счет снижения стоимости социальных услуг, их большей доступности, качества и конкурентоспособности. Эпидемия COVID-19 способствовала развитию диджитализации социальной помощи, и система социального обслуживания стала развиваться под лозунгом «доступность без барьеров в условиях ограничений», в частности, сегодня большинство мер социальной поддержки оформляются дистанционно, а материнский капитал — без заявления в проактивном режиме. В результате повышается удовлетворенность получателей социальных услуг, расширяется охват нуждающихся в помощи, что позитивно сказывается на уровне социального благополучия в обществе в целом.

Список источников

1. Федеральный закон от 17 июля 1999 г. № 178-ФЗ *О государственной социальной помощи*. Гл. 2.1 «Единая государственная информационная система социального обеспечения».
2. Федеральный закон от 8 июня 2020 г. № 168-ФЗ *«О едином федеральном информационном регистре, содержащем сведения о населении Российской Федерации»*.
3. Федеральный закон от 01.03.2020 N35-ФЗ *«О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам, связанным с распоряжением средствами материнского (семейного) капитала»*.
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2017 года № 181 *«О Единой государственной информационной системе социального обеспечения»* // Российская газета. 2017. No 42.

5. *Государство как платформа: Люди и технологии* / под ред. Шклярук М. С., — М.: РАНХиГС, 2019 — с.111
6. *Развитие эффективной социальной поддержки населения в России: адресность, нуждаемость, универсальность* / Под ред. к.э. н. В. Назарова и А. Пошарац. Научный доклад. М.: Научно-исследовательский финансовый институт; Всемирный банк. 2017, 152.
7. Емцов Р. *Современные методы оценки нуждаемости: существующая практика и ее эволюция* / Семинар "От единого реестра к эффективной системе социальной защиты: российский и международный опыт". 21–23 марта 2016 г.; Всемирный банк, НИФИ Минфина России. Режим доступа: URL: https://www.nifi.ru/images/FILES/NEWS/adresnost_21-23_0316/Emzov2_WB.pdf (10.12.2020)
8. Овчарова Л. Н., Горина Е. А. Развитие адресной социальной поддержки нуждающихся в России: барьеры и возможности // *Вопросы экономики*. 2017. № 3. С. 5–21.
9. Феоктистова О. А., Андреева Е. И., Бычков Д. Г. Социальное казначейство: модель на основе интегрированного реестра (2017). *Иннов: электронный научный журнал*. 4(33). URL: <http://www.innov.ru/science/economy/sotsialnoe-kaznacheystvo-model-na-o/>
10. Феоктистова О. А., Андреева Е. И., Бычков Д. Г. От социального реестра к социальному казначейству (2017) *Иннов: электронный научный журнал*, №4 (33). URL: <http://www.innov.ru/science/economy/sotsialnoe-kaznacheystvo-model-na-o/>
11. Госуслуги. Единая система идентификации и аутентификации // <https://esia.gosuslugi.ru/>
12. «Кнопка жизни» // <https://кнопка24.ru/>
13. Официальный сайт Стратегия24 // <https://strategy24.ru/>
14. Официальный сайт автономной некоммерческой организации (АНО) «Цифровая экономика» // <https://data-economy.ru/2024>
15. Официальный сайт Пенсионного Фонда // <http://www.pfrf.ru/>
16. Официальный сайт ЕГИССО // <https://esia.gosuslugi.ru/>
17. Официальный сайт Федерального регистра инвалидов // <https://sfri.ru/>
18. Официальный сайт онлайн-издание D-russia.ru (от Digital Russia) // <http://d-russia.ru/>

Г Л А В А 2 .

Цифровое неравенство в доступе к информационно-коммуникационным технологиям

В современном российском обществе актуализировался вопрос цифровизации социальной сферы. Этот процесс проходит в нескольких направлениях: с одной стороны — оцифровка существующих социальных услуг, с другой — появление новых услуг, которые дополняют существующие. Цифровизация социальной сферы — позитивный процесс, который приводит к тому, что у большого количества людей появляются новые возможности воспользоваться услугами, которые не были для них доступны или которые вообще не существовали офлайн.

Актуальность темы цифровизации социальной сферы многократно повысилась во время эпидемии COVID-19. Людям стало намного сложнее получать привычные услуги в офлайн-формате, начиная с того, что существуют временные законодательные запреты на посещение публичных мест, и заканчивая повышенной угрозой заражения во время физического контакта с людьми. Этот процесс привел к серьезным социальным изменениям, которые, вероятно, будут иметь долгосрочные последствия. Люди привыкли пользоваться онлайн-услугами во время действия ограничительных мер и сохранили эту привычку и после частичного снятия ограничений. Развитие онлайн-образования, сервисов доставки, удаленный формат работы привели к ускорению темпов цифровизации общества.

В этой связи становится все более актуальным вопрос цифрового неравенства. Оно негативно влияет на цифровизацию социальной сферы. Ведь эффективность и полнота проникновения цифровизации социальной сферы во многом зависят от того, насколько этими услугами смогут воспользоваться потенциальные получатели (Borodkina, 2021). В данном контексте наиболее острая проблема цифрового неравенства среди пожилых людей, которые, с одной стороны, являются

наиболее нуждающимися в получении социальных услуг и даже их переводе в онлайн-формат, особенно в контексте угрозы заражения COVID-19, а с другой стороны, их уровень цифровых капиталов ниже, чем у других категорий населения.

Эта проблема требует подробного изучения. Для ее анализа мы рассмотрим, что такое цифровое неравенство, уровень цифрового неравенства среди пожилых в доступе к ИКТ, какие факторы влияют на доступ к ИКТ, а также уровень цифрового неравенства в результатах пользования технологиями.

1. Теоретические подходы к проблеме цифрового разрыва в современной социологии.

Проблема цифрового неравенства изучается в социологии с 90-х гг., когда Интернет стал все сильнее проникать в повседневную жизнь людей. На первых этапах проблема цифрового неравенства рассматривалась в социологической литературе через призму наличия или отсутствия физического доступа у человека к ИКТ (Wresch, 1996; Comptaine, 2001; Rogers, 2001). Чаще всего для описания этой проблемы в западной литературе используют термин «цифровой разрыв». Под цифровым разрывом понимается «разрыв между людьми, которые имеют и не имеют доступа к формам информационно-коммуникационных технологий» (Van Dijk, 2017: 1).

В данном контексте социологи большое внимание уделяли изучению проблемы пространственного фактора цифрового неравенства, когда в одних странах уровень доступа к технологиям был намного выше, чем в других (Warf, 2001; Cruz-Jesus, Oliveira, Vasco, 2018; Ziemba, Becker, 2019). Постепенно развитые страны преодолевали цифровой разрыв в доступе к технологиям, и большинство жителей этих стран имеют доступ к технологиям.

Причиной цифрового неравенства в доступе принято считать социально-демографические факторы (Min, 2010). Одним из самых важных факторов цифрового разрыва является возраст (Huxhold, Hees, 2020; Ball, 2019). Это актуально для цифрового разрыва и первого, и второго уровня. Пожилые люди намного меньше используют ИКТ, даже когда у них есть к ним физический доступ (Walker, 2020). К другим факторам, которые сильнее всего влияют на цифровое неравенство, исследователи относят уровень образования, доходов, пол, расу, место жительства и др. (Tsetsi, Rains, 2017).

На первый взгляд, цифровой разрыв был преодолен, но социологи приходят к выводу, что просто сам по себе доступ не является доказательством отсутствия неравенства. Сам по себе физический доступ не гарантирует равенство результатов, которые получает человек от такого использования (Warschauer, 2002; Hargittai, 2003; Cullen, 2001). Сейчас цифровой разрыв понимается не только как неравенство в доступе к ИКТ, но и как неравенство между людьми, имеющими формальный доступ (DiMaggio, 2001). Не менее важно и то, как именно люди используют технологии, какие результаты от этого использования они получают. Компьютер и Интернет, как сложные устройства, агрегируют у себя огромный набор различных функций и возможностей. Сам по себе доступ к ним не является гарантией, что человек будет использовать все эти возможные функции, поэтому огромную роль играет не само по себе наличие доступа, а как именно этот доступ используется (Van Deursen, Van Dijk, 2019). Такой вывод постепенно формирует понимание, что простого доступа недостаточно, и появляется концепция формирования разрыва второго уровня.

Главной причиной цифрового разрыва второго уровня можно назвать уровень компетенций, которыми обладает человек (Min, 2010; Van Deursen, 2011). На примере поиска информации Эсзтер Харгиттай показывает, что наличие навыков при использовании ИКТ является одной из важнейших тем для изучения темы неравенства (Hargittai, 2001).

При этом многие социологи склонны считать, что разрыв второго уровня — разрыв компетенций — более усугубляет неравенство, чем разрыв первого уровня (Van Dijk, 2017; DiMaggio, 2012; Mossberger, 2009).

Социологи рассматривают, как цифровое неравенство влияет на доступ людей различных социальных слоев к общественным благам, и различные исследования показывают, что неравенство в ИКТ может быть намного серьезнее, несмотря на то, что кажется, что технологии открывают для пользователей огромные возможности (Birdsall, 2000; Tregeagle, 2008; James, 2016; Shao, 2021). Например, исследования культурного цифрового участия в Великобритании показали, что Интернет только усиливает имущественный разрыв в доступе к культурным ценностям (Mihelj, 2019).

Проблема цифрового неравенства становится особенно актуальной, когда мы рассматриваем цифровизацию социальной сферы,

что особенно ярко проявилось во время пандемии коронавируса, когда по всему миру социальные услуги стали оказываться онлайн (Lai, Widmar, 2021).

В сфере здравоохранения наблюдается подобная ситуация. Например, использование итальянскими врачами телемедицины для диагностирования коронавируса выявило важную проблему, что система телемедицины создала дополнительные препятствия для доступа части пациентов, причем доступ к ней был затруднен у тех, чье здоровье было наиболее уязвимо от COVID-19 (Ramsetty, Adams, 2020: 1147). В целом социологи обращают довольно большое внимание на то, как различные группы используют ИКТ для решения проблем со здоровьем, ведь это в теории могло бы предоставить доступ для многих людей к медицинской помощи, от которой они могут быть отрезаны (Marcin, Shaikh, Steinhorn, 2016). Но на практике, например, пожилые люди неактивно пользуются онлайн-сервисами оказания медицинской помощи (Mitchell, 2019; Fox, Connolly, 2018).

Можно заключить, что под цифровым неравенством мы понимаем неравенство как в доступе к ИКТ, так и неравенство в его использовании.

Мы применяем статистический метод описательного анализа данных исследований Росстата КОУЖ (Комплексное наблюдение условий жизни населения) и ИКТ (выборочное обследование по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей) за 2018–2019 гг.

2. Проблема цифрового неравенства в России.

Неравенство в доступе к ИКТ является первым уровнем неравенства. Отсутствие непосредственного доступа к компьютеру и Интернету очевидно лишает человека даже теоретической возможности воспользоваться цифровыми сервисами. Исследователи выделяют несколько основных факторов овладения современными технологиями. К ним относятся образование, доход, включенность в социальные отношения и возраст. «Существует также сильная цифровая пропасть среди пожилых людей. Использование Интернета более ограничено среди женщин, людей с низким уровнем образования, низким доходом и лиц с серьезными нарушениями здоровья» (Lelkes, 2013). Цифровое неравенство в доступе фиксируется социологами еще с начала 2000-х (Cutler, Hendricks, Guyer, 2003).

Таблица 1.

Наличие доступа к компьютеру и Интернету в зависимости от возраста в России

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80+
Наличие персонального компьютера в домашнем хозяйстве	90%	85%	83%	82%	85%	85%	84%	77%	69%	62%	54%	45%	34%	32%
Наличие доступа в сеть Интернет в домашнем хозяйстве	96%	94%	93%	93%	93%	92%	91%	87%	80%	71%	61%	50%	39%	37%

Базовыми характеристиками использования современных технологий является наличие компьютера и доступ к Интернету, при этом оба фактора коррелируют друг с другом. Наличие компьютера подразумевает наличие Интернета, а наличие Интернета лишь немного превышает наличие компьютеров.

Как видно из таблицы, с возрастом процент домохозяйств с доступом к компьютеру и Интернету падает: если до 50 лет Интернет есть у 90%, а компьютер у 84%, то после этот процент уменьшается примерно на 5% до 70 лет и резко падает после 75 лет, до менее 40%.

По данным ИКТ-2019 о том, когда респондент использовал в последний раз компьютер, видна довольно четкая зависимость, что либо пожилой человек имеет доступ к компьютеру, либо он его не имеет. Доля тех, кто время от времени пользуется компьютером, почти не меняется с возрастом и составляет 10–15% после 20 лет.

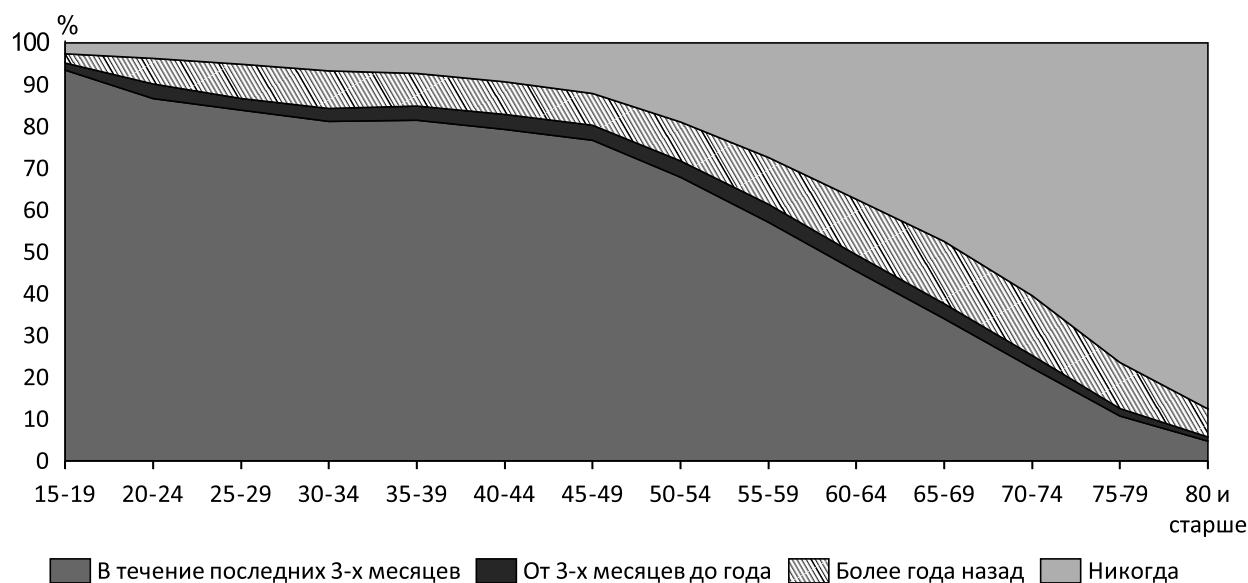


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Когда последний раз Вы использовали компьютер?» в зависимости от возраста (Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, 2019)

Также важнейшим фактором наличия или отсутствия доступа к компьютеру является наличие компьютера у пожилого человека дома. Как видно из графика, который представлен ниже (рис. 2), если до 60 лет у человека есть хоть какая-то альтернатива

домашнему компьютеру, то после 60 таких альтернатив почти нет, более популярными становятся другие места, но они составляют мизерный процент. Также вариант ответа «у друзей», который популярен среди молодых людей, редко встречается среди пожилых людей.

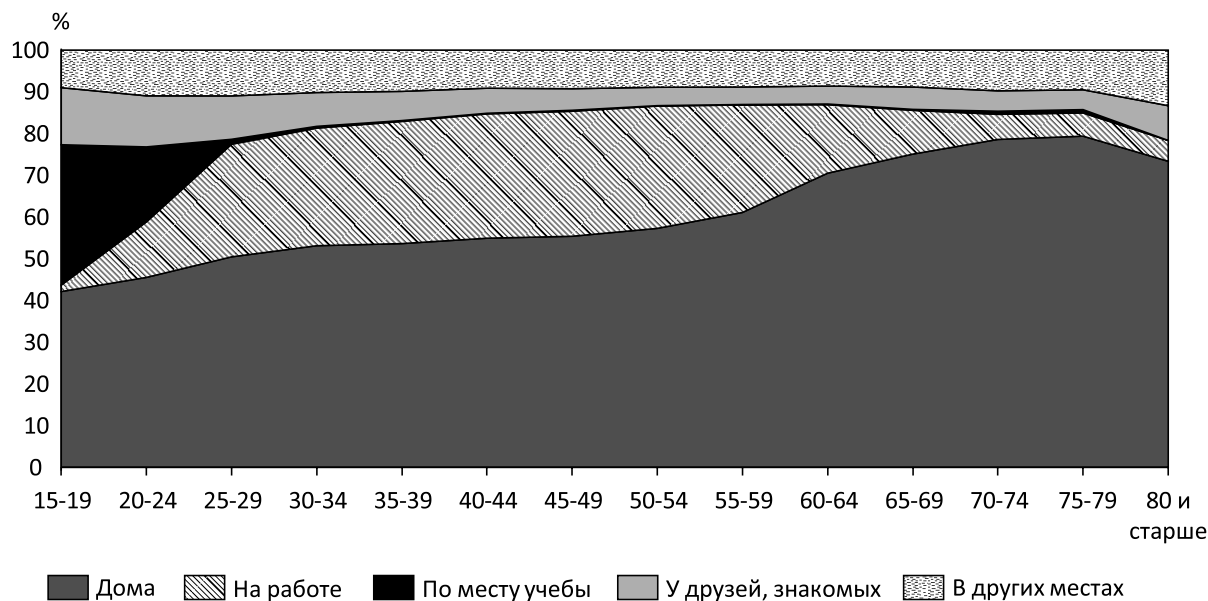


Рис. 2. Место доступа к компьютеру в зависимости от возраста

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, 2019)

Подобные данные мы можем видеть, говоря о частоте использования сети Интернет за последние 3 месяца (дома, на работе или в любом другом месте). Как видно, пожилые люди уже несколько иначе используют Интернет. Тут можно говорить, что появляется категория людей, которая имеет доступ к Интернету, но не пользуется им постоянно. Причем в возрасте 50–69 лет таких людей около 15%.

Значительно уменьшается категория пользователей, использующих Интернет на регулярной основе. По данным исследования 2016 г., среди пожилых «26% пользуются им каждый день, 10% — несколько раз в неделю, 4% — несколько раз в месяц и реже. 4% заявили, что не пользуются, но хотят научиться или учатся уже сейчас, 7% — не пользуются и не хотят учиться, 49% ответили, что не пользуются Интернетом, не уточняя про заинтересованность

в обучении» (Потехина, Чижов, 2016: 17–18). По данным ИКТ-2019, доля регулярных пользователей Интернета с возрастом значительно уменьшается.

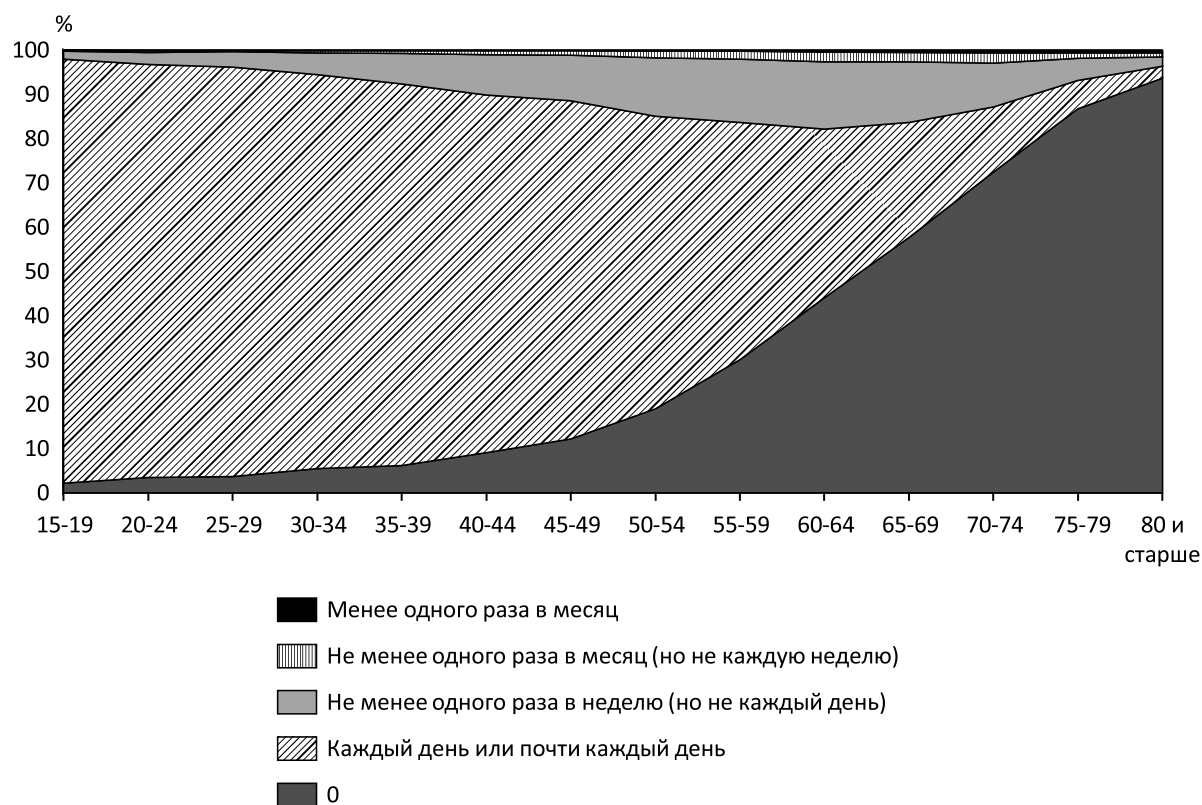


Рис. 3. Частота использования сети Интернет в зависимости от возраста

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, 2019)

Место использования сети Интернет за последние 3 месяца — также преимущественно дом, и опять-таки, если у других категорий людей есть альтернативы дому, то у пожилых таких альтернатив нет.

Относительной популярностью у пожилых людей пользуются отделения почты России и публичные библиотеки. Если среди молодежи эти точки доступа почти не встречаются, то среди пожилых уже есть такие пользователи, но их подавляющее меньшинство. Пожилые люди почти не используют Интернет на работе, что в первую очередь связано с тем, что они просто не работают.

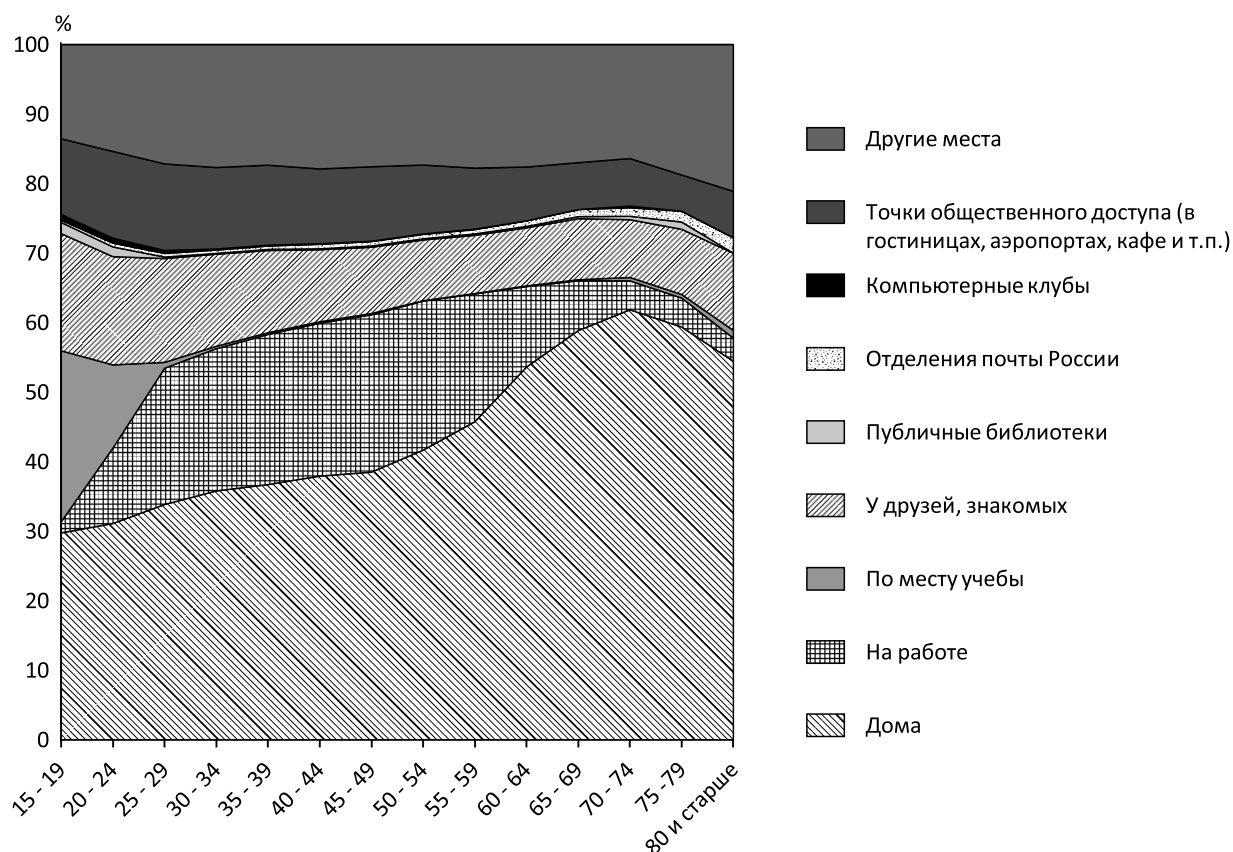


Рис. 4. Место использования сети Интернет в зависимости от возраста

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, 2019)

При этом наличие точки доступа дома определяет характер взаимодействия с техникой. Те, кто пользуется Интернетом регулярно, почти с 100%-ной вероятностью имеют возможность делать это из дома.

Картина меняется для нерегулярных пользователей. Пожилые люди не могут воспользоваться точкой доступа у друзей, и поэтому им приходится либо пользоваться другими местами, либо точками общественного доступа.

Значительная доля людей старше 55 лет не имеет физического доступа к компьютеру и Интернету. Причем отсутствие такого доступа дома приводит к тому, что пожилые люди с намного меньшей вероятностью вообще будут иметь доступ к ИКТ.

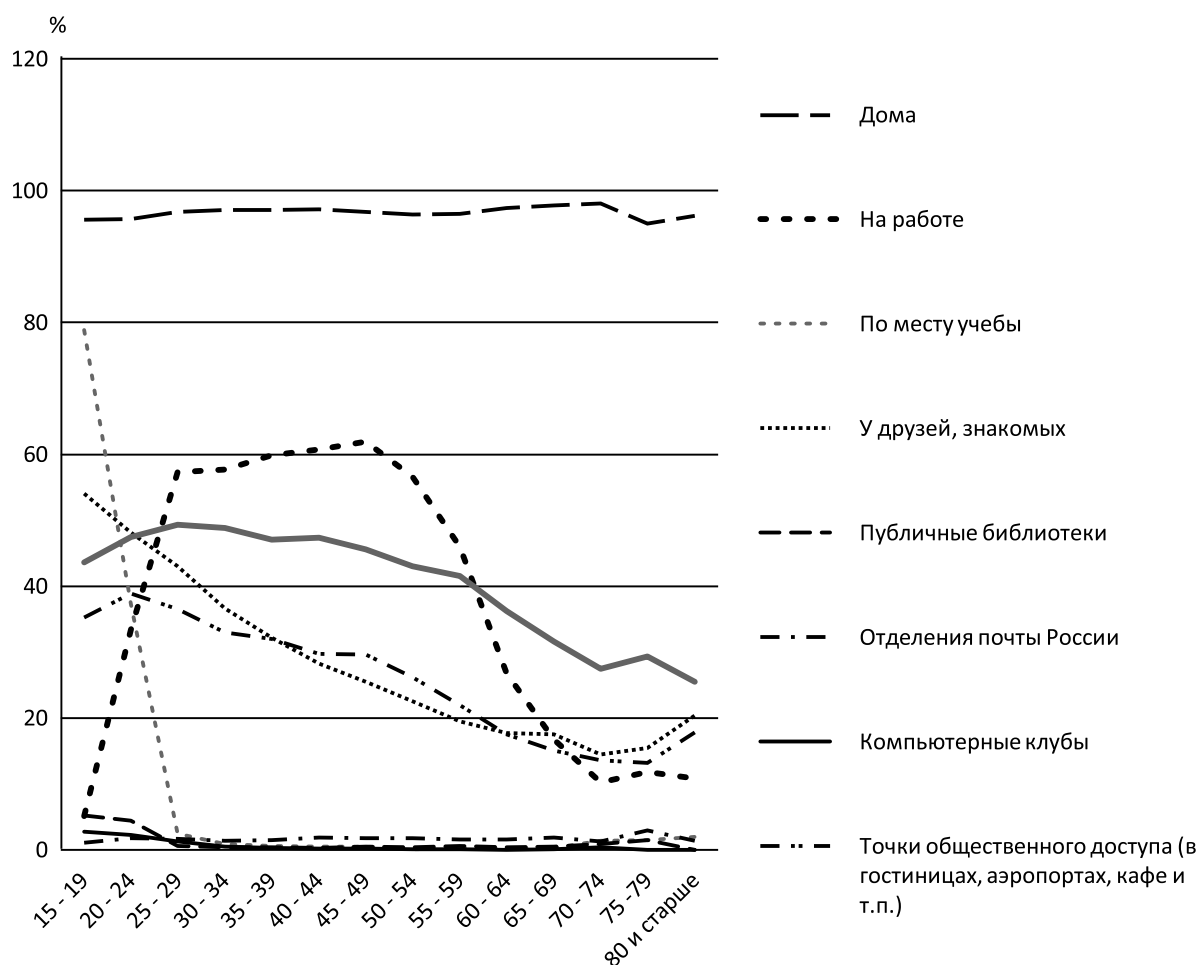


Рис. 5. Место использования компьютера среди тех, кто пользуется компьютером «каждый день или почти каждый день»

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, 2019)

3. Факторы, влияющие на цифровой разрыв среди пожилых.

Одной из тем исследований социологов относительно проблемы доступа к ИКТ является изучение факторов, которые влияют на цифровое неравенство. К основным факторам, которые влияют на цифровое неравенство, относится возраст, о котором мы достаточно подробно говорили в предыдущем параграфе. Также к факторам относят образование, пол, уровень дохода, род занятий, место проживания, семейное положение и состояние здоровья. Далее исследуем факторы цифрового неравенства в доступе в России.

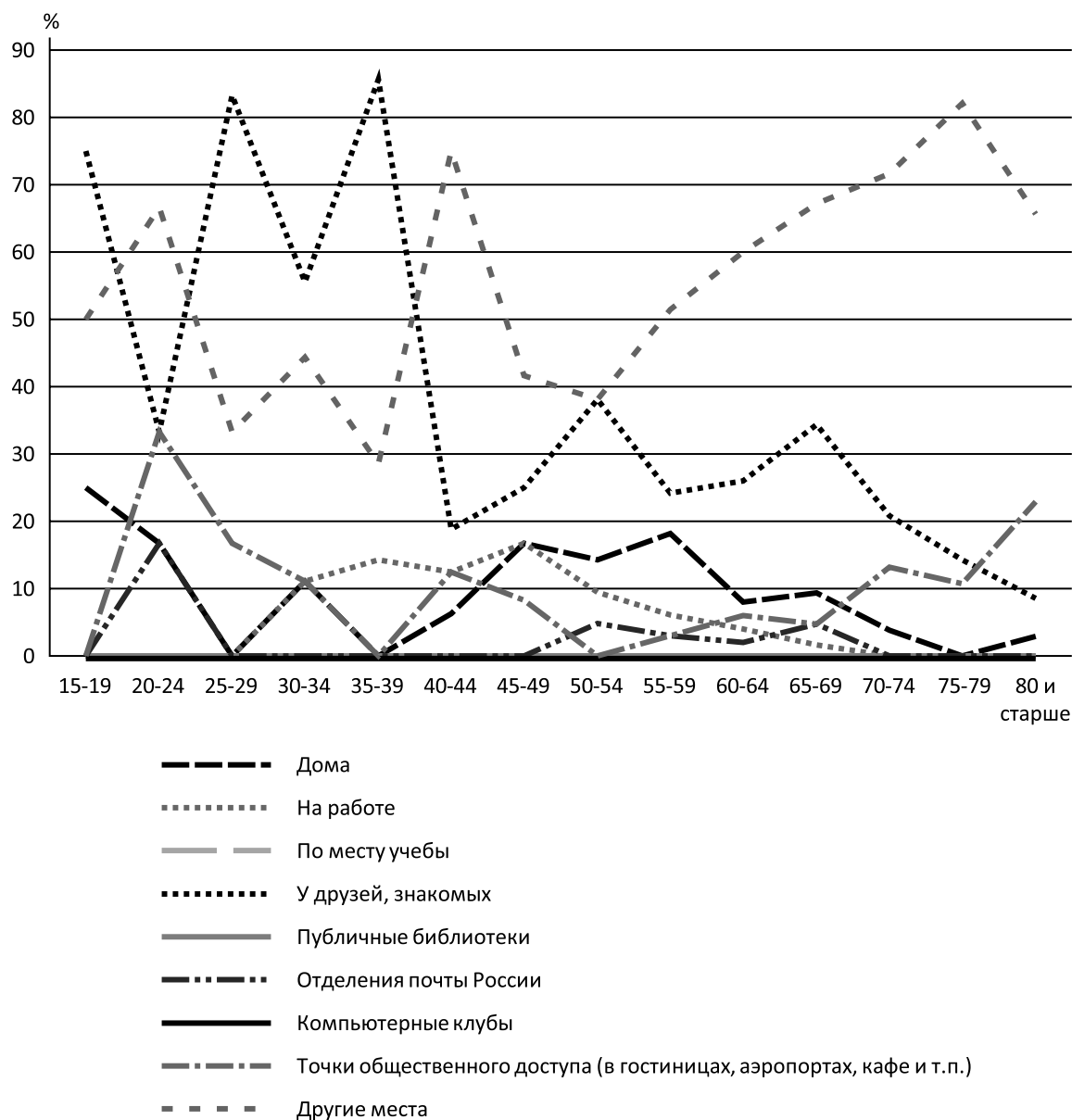


Рис. 6. Место использования компьютера среди тех, кто пользовался компьютером «менее одного раза в месяц»

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, 2019)

Влияние образования на доступ к ИКТ

Образование, наряду с возрастом, является одним из важнейших факторов, определяющих доступ людей к ИКТ. «Национальные репрезентативные опросы показали, что образование является последовательным положительным предиктором использования компьютеров и Интернета, а возраст является постоянным негативным предиктором» (Charness, Boot, 2009: 255). Этот вывод подтверждают

и многочисленные западные исследования. Они говорят, что «во всех моделях существует значительная положительная корреляция между уровнем образования и доступом в Интернет» (Peacock, Künemund, 2007: 197).

И это особенно было заметно на заре компьютерной эры. В 2005 г. исследование в Германии показало, что существует «ярко выраженная связь между использованием компьютера и Интернета и образованностью. Люди с высшим образованием чаще встречаются среди пионеров, которые использовали новые компьютерные и интернет-технологии. Такой разрыв сохраняется на протяжении нескольких лет, что указывает на возможную консолидацию цифрового разрыва. Люди с высшим образованием более компетентны в работе с Интернетом. Они чаще используют компьютер в образовательных целях, а люди с более низким уровнем образования — чаще для досуга» (Kogurr, Künemund, Schupp, 2006: 294). То есть среди пионеров технологий также было намного больше людей, которые имеют высшее образование.

Наличие персонального компьютера в зависимости от уровня образования.

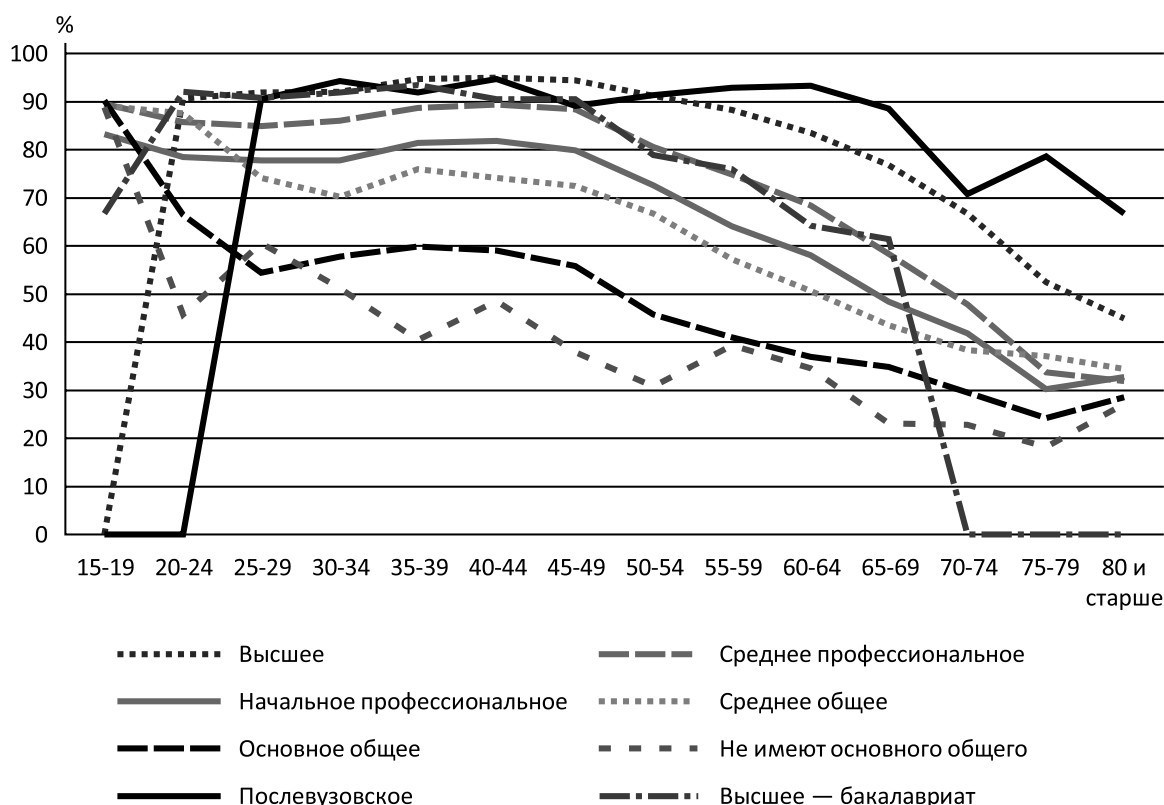


Рис. 7. Взаимосвязь наличия компьютера в домашнем хозяйстве и уровня образования, по возрастным группам

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Уменьшение процента домохозяйств, в которых есть компьютер, в зависимости от возраста все еще присутствует, но оно уже более плавное, т.е. можно сделать вывод, что хотя возраст и является значимым фактором наличия компьютера, если мы берем во внимание фактор образования, — получаем более равномерную картину.

Если говорить о влиянии образования на доступ к Интернету, то оно становится еще более явным. В одинаковых образовательных группах уменьшение доступа к Интернету и компьютеру с возрастом происходит медленнее.

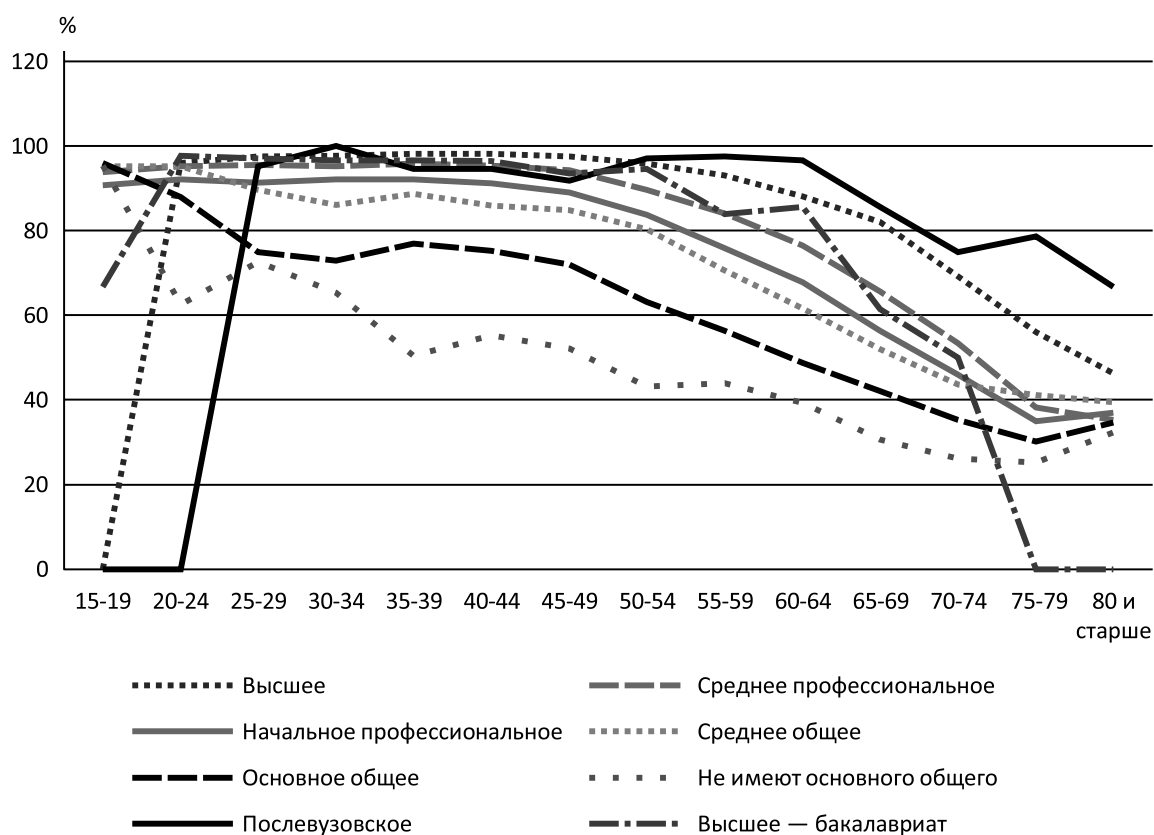


Рис. 8. Взаимосвязь доступа в Интернет в домашнем хозяйстве в зависимости от уровня образования, по возрастным группам (Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Почему же на общей таблице мы видим такую разницу у пожилых людей и особенно молодых? В первую очередь это связано с тем, что пожилых людей с высшим образованием гораздо меньше, а многие не имеют даже основного общего образования.

Если говорить о специфике некоторых видов образования, стоит отметить, что пожилые люди с послевузовским образованием намного дольше остаются в числе тех, у кого уровень доступа к компьютеру

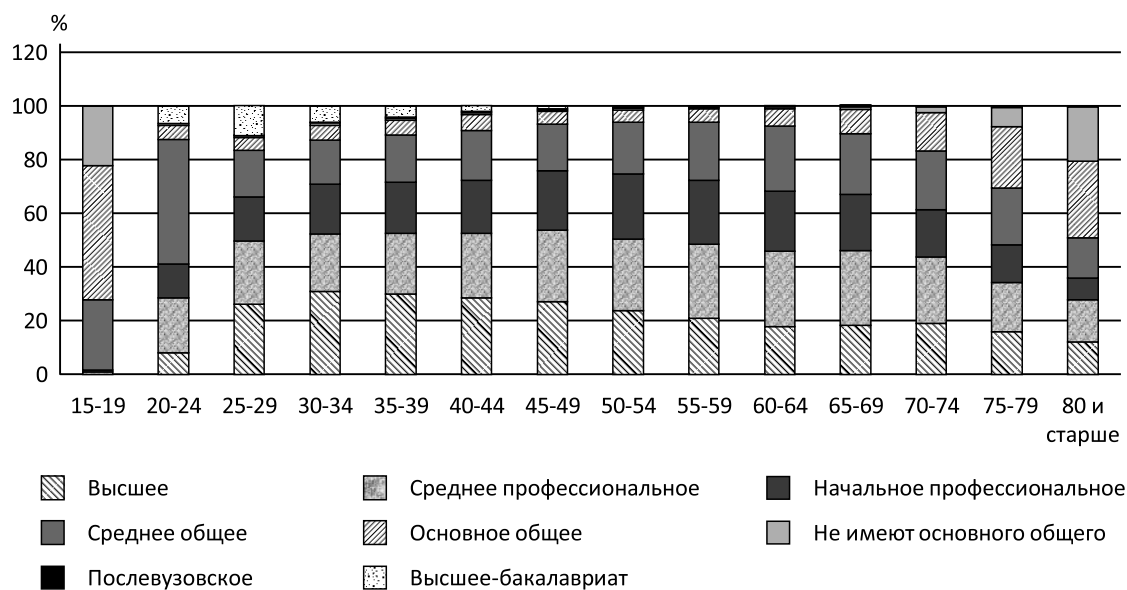


Рис. 9. Уровень образования по возрастным группам

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

и Интернету достигает почти 80%, только после 65 лет уровень использования компьютера опускается ниже, а Интернета — после 70. Стационарный компьютер у 55–65-летних встречается почти чаще всех. Можно предположить, что люди, получающие послевузовское образование, более склонны к получению новых знаний и для них более характерно «любопытство», которое приводит к тому, что они больше мотивированы получать доступ к ИКТ.

Влияние пола на доступ к ИКТ

Влияние пола на доступ к ИКТ — одна из дискусионных тем в социологической литературе. Западные исследователи приходят к выводу, что женщины остаются позади на пути к освоению информационных технологий (Cooper, Weaver, 2003). Ведь «мужчины и женщины, независимо от их возраста, происхождения или компетентности в области технологии, знают, что широкая общественность считает, что мужчины и мальчики более заинтересованы и более компетентны в использовании компьютеров» (Cooper, 2006: 328). В России пол не так сильно влияет на пользование компьютером и Интернетом. Как мы уже обращали внимание, существуют разные взгляды на этот вопрос. Если Ю. В. Раскина говорит, что у женщин цифровой барьер выше (Раскина, 2018: 89), то Г. Л. Воронин и М. М. Курячьева, наоборот, замечают, что у женщин вероятность быть пользователем Интернета больше, чем у мужчин (Воронин, Курячьева, 2018: 63).

Согласно данным ИКТ-2019, нет существенной разницы между мужчинами и женщинами ни в доступе к Интернету, ни в доступе к компьютеру.



Рис. 10. Наличие компьютера в домашнем хозяйстве в зависимости от пола, по возрастным группам

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, 2019)

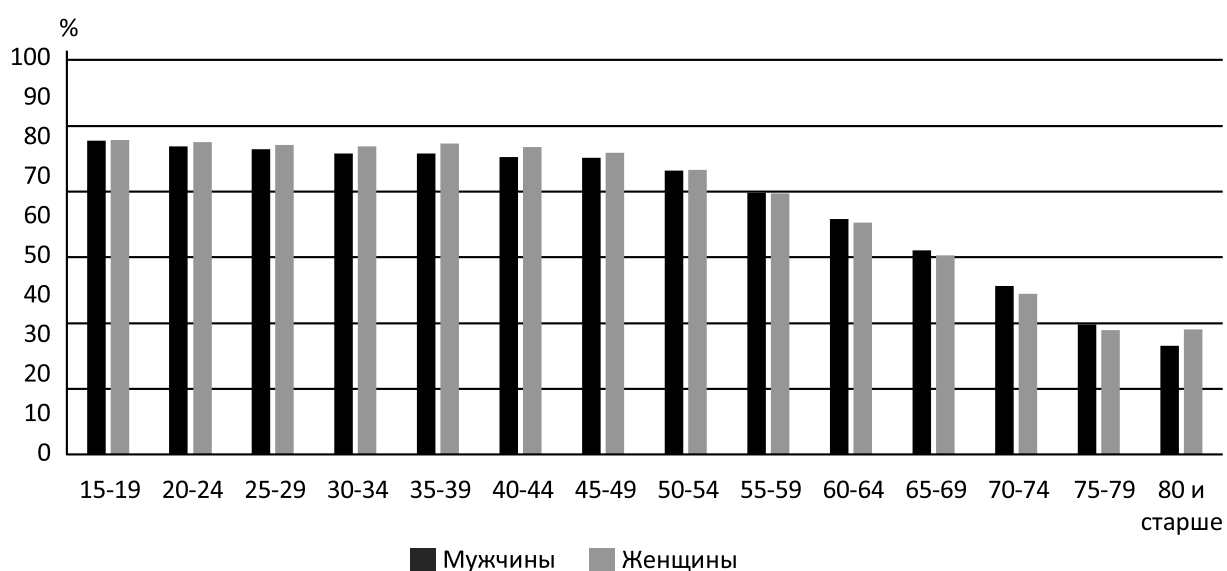


Рис. 11. Наличие доступа в сеть Интернет в домашнем хозяйстве в зависимости от пола, по возрастным группам

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей, 2019)

В самой старшей возрастной группе пожилые женщины немного чаще являются пользователями Интернета и имеют доступ к компьютеру, чем мужчины, но разница не является существенной и составляет всего 5%.

Влияние уровня дохода на доступ к ИКТ

В целом уровень дохода является очень значимым фактором наличия Интернета, а именно — чем выше уровень дохода, тем больше вероятность, что у человека будет доступ к Интернету (Paul, Stegbauer, 2005).

Тут стоит отметить несколько возрастных особенностей. Для молодежи уровень дохода не так значим, как для среднего возраста, а также его значение постепенно падает с возрастом 60–70 лет.

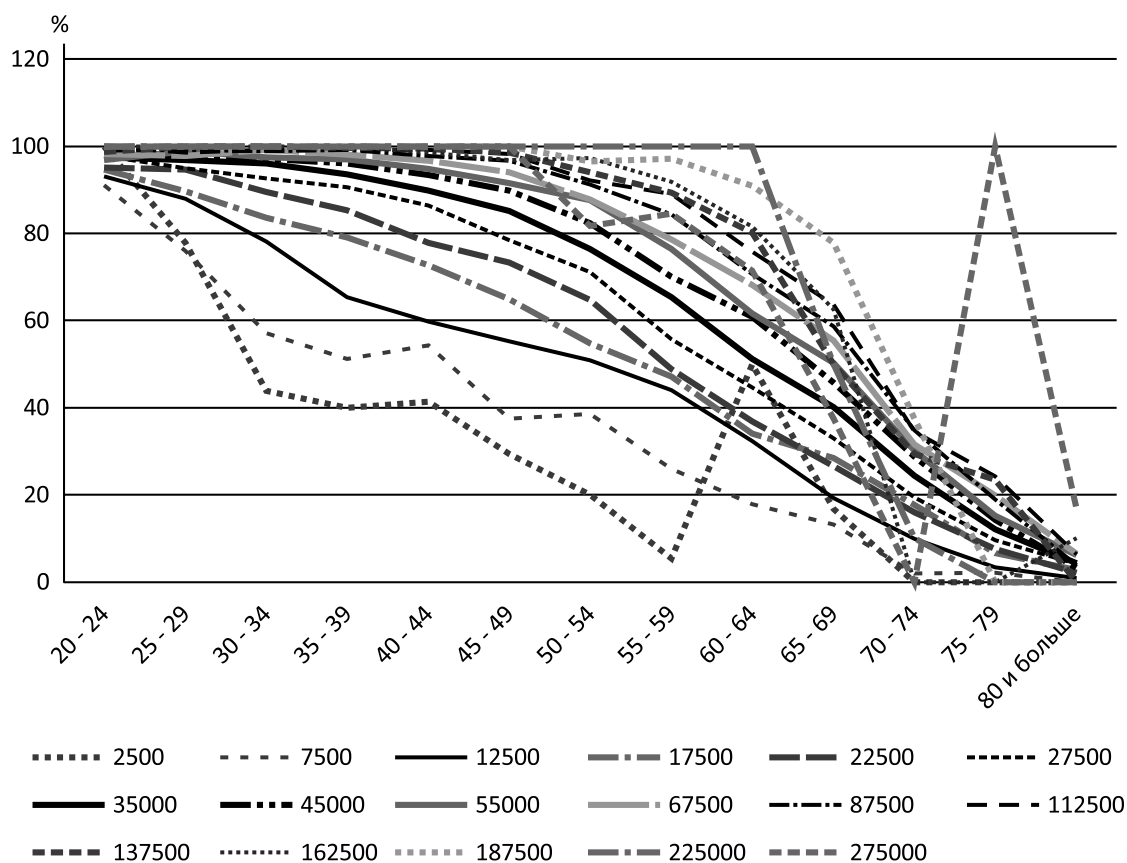


Рис. 12. Наличие доступа в Интернет в домашнем хозяйстве в зависимости от уровня доходов, по возрастным группам (Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Если для молодежи вне зависимости от уровня дохода овладение Интернетом составляет почти 100%, то для пожилых разница у самых бедных 69-летних составляет 16,7%, а с увеличением уровня дохода

достигает 77,8% у более богатых. Таким образом, доход является достаточно значимым фактором вовлеченности пожилых людей в Интернет, но не таким значимым, как уровень образования.

Как видно из следующего графика, с ростом доходов вовлеченность в Интернет увеличивается.

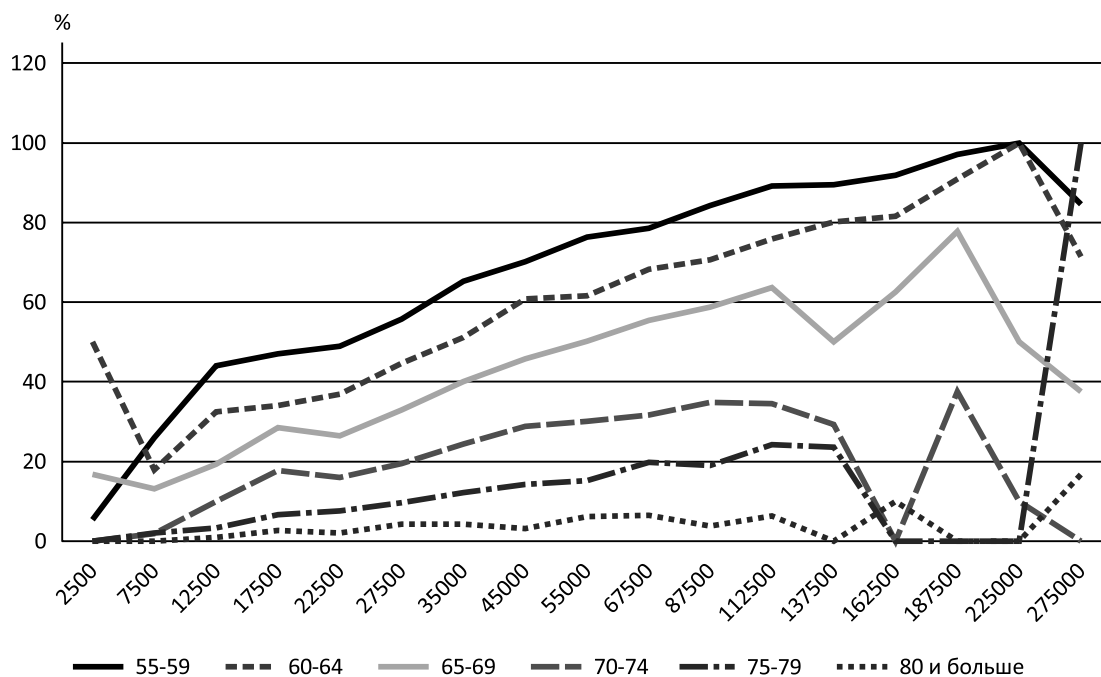


Рис. 13. Процент имеющих доступ к сети Интернет в зависимости от среднего дохода домохозяйства в месяц, по возрастным группам, старше 55 лет

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Уровень дохода является значимым фактором для доступа к ИКТ, с увеличением уровня дохода увеличивается процент имеющих физический доступ к Интернету. Это характерно для всех возрастных групп.

Влияние места проживания на доступ к ИКТ

Многие исследователи говорят о большом значении территории проживания для доступа к Интернету. Некоторые исследователи указывают, что сельские жители активнее используют интернет-технологии, чем городские жители, мотивируя это тем, что в сельской местности меньше возможностей для развлечений и средств коммуникации. (Потехина, Чижов, 2016:18). Но исходя из проведенного нами анализа, уровень доступа к интернету выше у городских жителей, чем у сельских. При этом эта зависимость характерна для всех возрастных групп, в том числе и для молодежи. Из диаграммы

видно, что чем крупнее населенный пункт, в котором живет пожилой человек, тем выше вероятность, что у него будет Интернет. Если в городе более 1 миллиона человек в возрасте 55–59 лет Интернет есть у 78,3% населения, в городе менее 100 тыс. человек — уже только у 65,8%, а в деревне менее 1000 человек — только у 44,5% населения. Для возраста 75–79 лет разница между городом-миллионником (15,8% населения с доступом к Интернету) и деревней меньше 200 человек (2,4%) составляет 7 раз, т.е. у сельского жителя в разы меньше возможностей стать пользователем Интернета, чем у пожилого жителя мегаполиса. Для 60–74 лет такая разница составляет почти 2 раза. Это объясняется несколькими факторами. Во-первых, в больших городах выше процент жителей с высшим образованием, более высокий доход, чем в деревне, доступность новых технологий намного выше, чем в сельской местности, где могут возникать проблемы даже с таким привычным для нас электричеством, а уж тем более с доступом к Интернету.

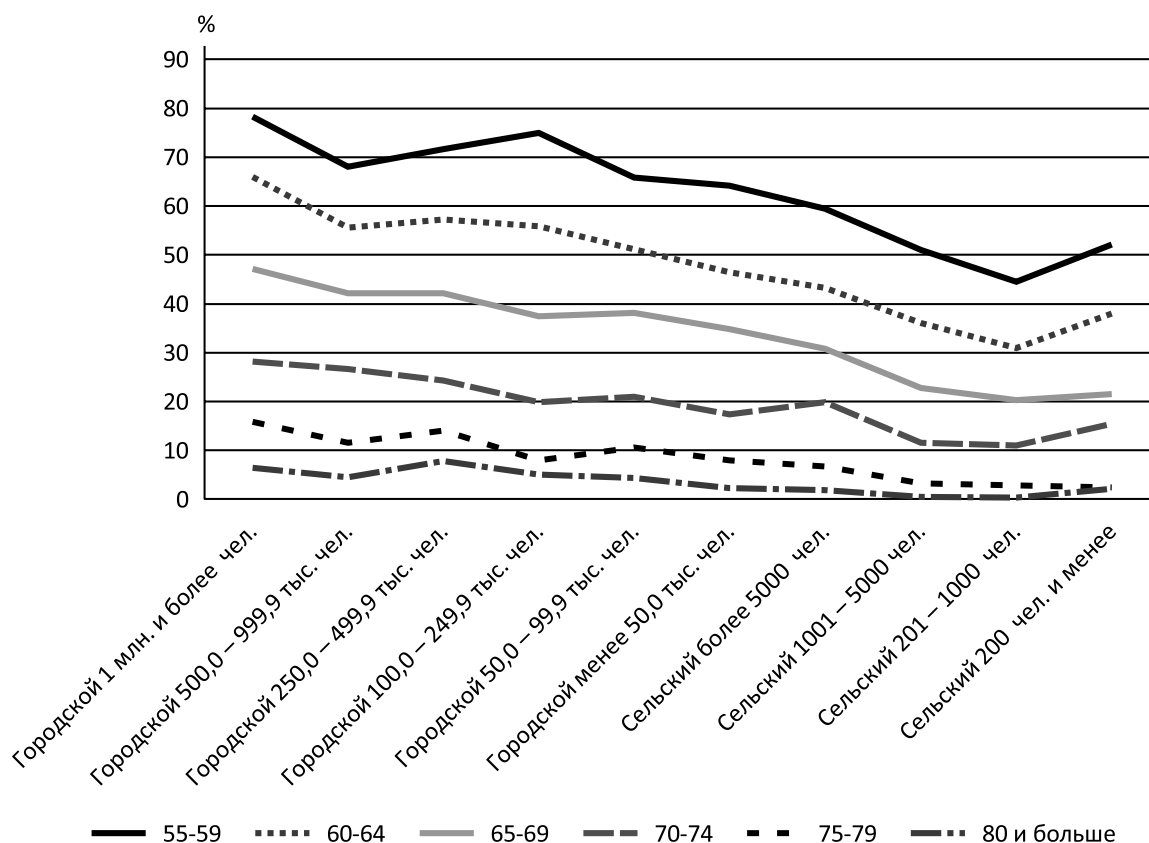


Рис. 14. Наличие доступа в Интернет в домашнем хозяйстве в зависимости от размера населенного пункта, в котором проживает человек, по возрастным группам

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Размер населенного пункта является значимым фактором, который определяет физический доступ к Интернету для людей. Этот фактор значим для всех возрастных групп. Чем меньше населенный пункт, тем меньше процент людей, которые имеют физический доступ к Интернету. Важно отметить, что играет роль не просто статус населенного пункта — город это или деревня, а именно размер, т.е. количество людей, которые в нем проживают.

Использование компьютера на работе как фактор доступа к ИКТ

Еще одним значимым фактором доступа в Интернет является возможность использовать компьютер на рабочем месте. Так, Кастельс пишет, что «у индивидуумов старше 50 лет было почти в три раза больше шансов стать пользователями Интернета, если они относились к категории работающих. Иными словами, все большее значение в определении возможностей доступа к Сети приобретает не вопрос возраста, а отношение индивидуума к работе, поскольку Интернет превращается в необходимый профессиональный инструмент» (Кастельс, 2004: 289). К таким же выводам приходит и О. В. Сергеева: «Лидирующим стимулом для освоения компьютера выступает производственная необходимость» (Сергеева, 2012: 81). Во многих исследованиях подтверждается точка зрения, что работа является одним из фундаментальных факторов доступа к ИКТ. «В группе интернет-пользователей 43,3% работающих, в другой группе — только 11,5%» (Корнилова, 2018: 66–68).

Если для молодежи этот фактор не имеет значения (99,8% использующих компьютер на рабочем месте и 94,4% не использующих компьютер на рабочем месте 25–29-летних пользуются Интернетом), то для пожилых людей разница усиливается буквально с каждым годом. Если для тех пожилых, кто использует компьютер на рабочем месте, доля интернет-пользователей не опускается ниже 90% для любого возраста, то в возрасте старше 80 все работающие пользуются компьютером. В целом гипотеза, согласно которой пожилые люди чаще всего знакомятся с новыми технологиями именно на рабочем месте, полностью подтверждается. «Более молодые работающие пенсионеры толерантнее к ускоренному темпу жизни» (Алексеева, Бестужева, Вершинская, Скворцова, 2018: 155).

Использование компьютера на работе приводит к тому, что люди имеют доступ к ИКТ. Особенно это значимо для пожилых людей. Если для молодых людей не так важно, используют они компьютер

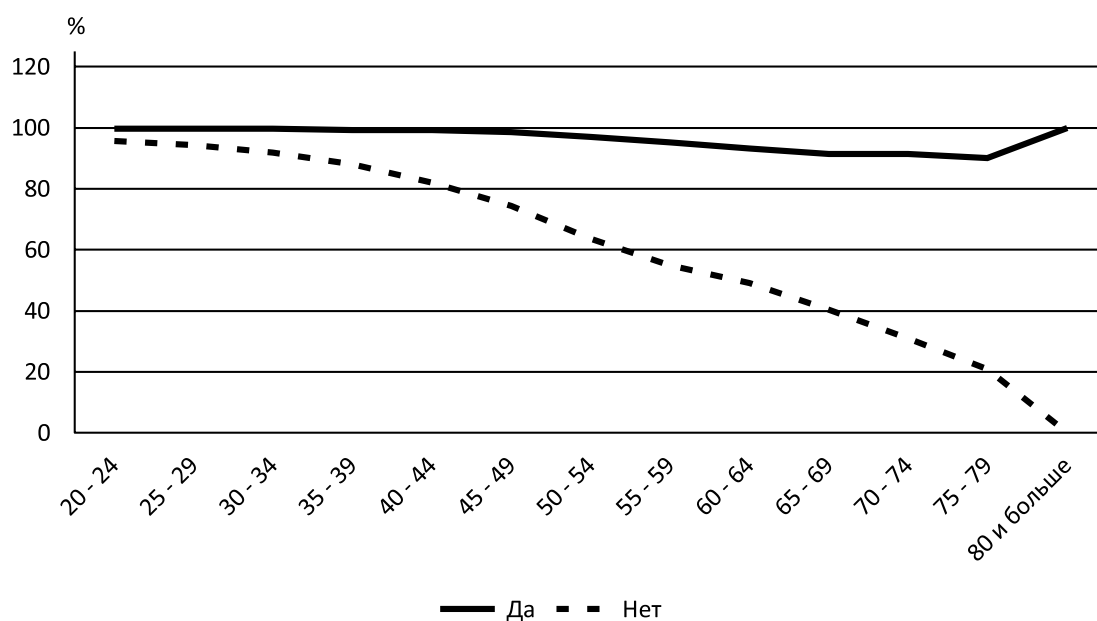


Рис. 15. *Использование компьютерной техники на основной работе хотя бы один раз в неделю, по возрастным группам*

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

на работе или нет, они все равно будут иметь доступ к ИКТ, то пожилые, не использующие компьютер на работе, с меньшей вероятностью будут иметь доступ к ИКТ. Причиной этого можно назвать то, что знакомство с технологиями на рабочем месте снимает барьеры у пожилых людей.

Влияние рода занятий на доступ к ИКТ

Также очень немаловажным для доступа к Интернету является род занятий пожилого человека. Согласно западным исследованиям, «у белых воротничков, менеджеров или самозанятых людей шансы на выход в Интернет значительно выше» (Reasock Künemund, 2007: 197). В России это тоже заметно. Руководители (представители) органов власти и управления в любом возрасте продолжают пользоваться Интернетом, и уровень проникновения Интернета не опускается ниже 90%. То же самое характерно и для специалистов высшего уровня квалификации: у них только после 70 лет уровень проникновения Интернета опускается ниже 90%, но остается довольно высоким — 82,70% и 77,80% в 70–74 и 75–79 лет соответственно.

Интересны данные 2006 г. «Чаще обладателями компьютеров являются руководители и заместители руководителей предприятий

или учреждений, руководители среднего звена, специалисты с высшим образованием, офицеры. Компьютер служит рабочим инструментом для лиц с высоким уровнем образования: 50% обладателей дипломов о высшем образовании имеют дома компьютер. Владение одним дефицитным навыком коррелирует с усвоением других дефицитных навыков и знаний: практикующие работу на компьютере гораздо чаще (20%), чем в среднем, применяют в работе иностранный язык» (Социальное неравенство в социологическом измерении).

Несколько хуже обстоят дела у работников среднего уровня квалификации. У специалистов среднего уровня квалификации и «работников, занятых подготовкой информации, оформлением документов, уровень проникновения Интернета в 55–59 лет немного превышает 80% и достигает примерно половины к 70–74 годам.

«Неквалифицированные рабочие» хуже всего инкорпорированы в интернет-пространство, меньше половины из них имеет доступ к Интернету уже в возрасте 55–59 лет, а к 70–75 годам — 25%.

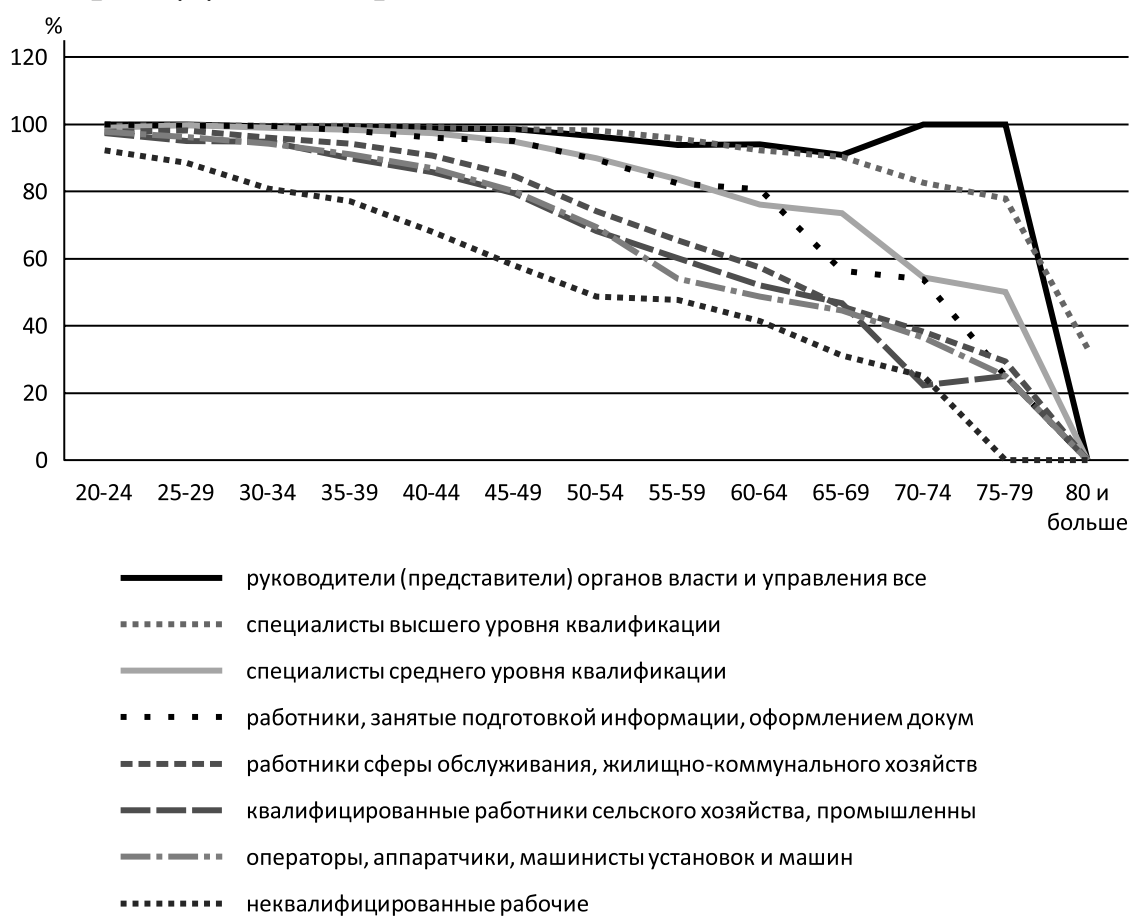


Рис. 16. Наличие доступа в Интернет в домашнем хозяйстве в зависимости от рода занятий, по возрастным группам (Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Мы можем сделать вывод, что не только сам по себе факт работы пожилого человека является значимым в освоении современных технологий, но и еще специфика работы. То есть если пожилой человек занимается интеллектуальным трудом, то, очень вероятно, он будет иметь доступ к Интернету, а если он занимается трудом физическим, то такая вероятность опускается ниже 50%.

Влияние семейного положения на доступ к ИКТ

В литературе часто встречается точка зрения, что семейное положение влияет на то, использует человек современные технологии или нет. При этом встречаются противоречивые мнения. Одни исследователи утверждают, что «наибольшую активность в сети Интернет проявляют одиноко проживающие пожилые женщины, меньшую — женщины, живущие вместе с супругом, детьми и внуками, обремененные домашней работой и заботой о близких» (Птицына, 2018: 86).

Другие же, наоборот, считают, что наличие семьи позитивно сказывается на мотивации пожилого человека в освоении современной техники. «Данные о семейном статусе (наличие супруга/партнера/сожителя, детей, внуков, близких и дальних родственников) позволяют сделать некоторые выводы относительно социального самочувствия исследуемых. В группе пользователей Интернета преобладают семейные пожилые люди, а среди тех, кто не пользовался возможностями глобальной сети за 12 месяцев, предшествующих проведению исследования, больше тех, кто не имеет пары» (Корнилова, 2018: 66–68).

Западные исследователи не единодушны в том, что для пожилых людей социальные связи являются важнейшим фактором приобщения к технологиям почти во всех регионах. «В Европе пожилые люди без партнера значительно реже получают доступ к Интернету. Только в странах Средиземноморья коэффициент отсутствия партнера указывает на противоположную тенденцию» (Peacock Künemund, 2007: 197). Проживание в одиночестве оказывает «сильное негативное влияние на использование компьютеров и Интернета» (Korup Szydlik, 2005: 416).

И это легко объяснимо, ведь «пенсионеры, работающие и живущие в семье, имеющие большее количество социальных связей, обладают большими возможностями интегрирования в интернет-среду. Они демонстрируют более активное в этом отношении поведение. Одинокие и неработающие пенсионеры менее активны, более подвержены страхам и рискам, связанным с безопасностью в сети

и ее функционированием, недооценивают свои возможности в плане освоения Интернета» (Алексеева, Бестужева, Вершинская, Скворцова, 2018: 161).

Как видно из графика ниже, такой зависимости не обнаружено, и одинокие, и вдовствующие, и состоящие в браке примерно одинаково пользуются Интернетом.

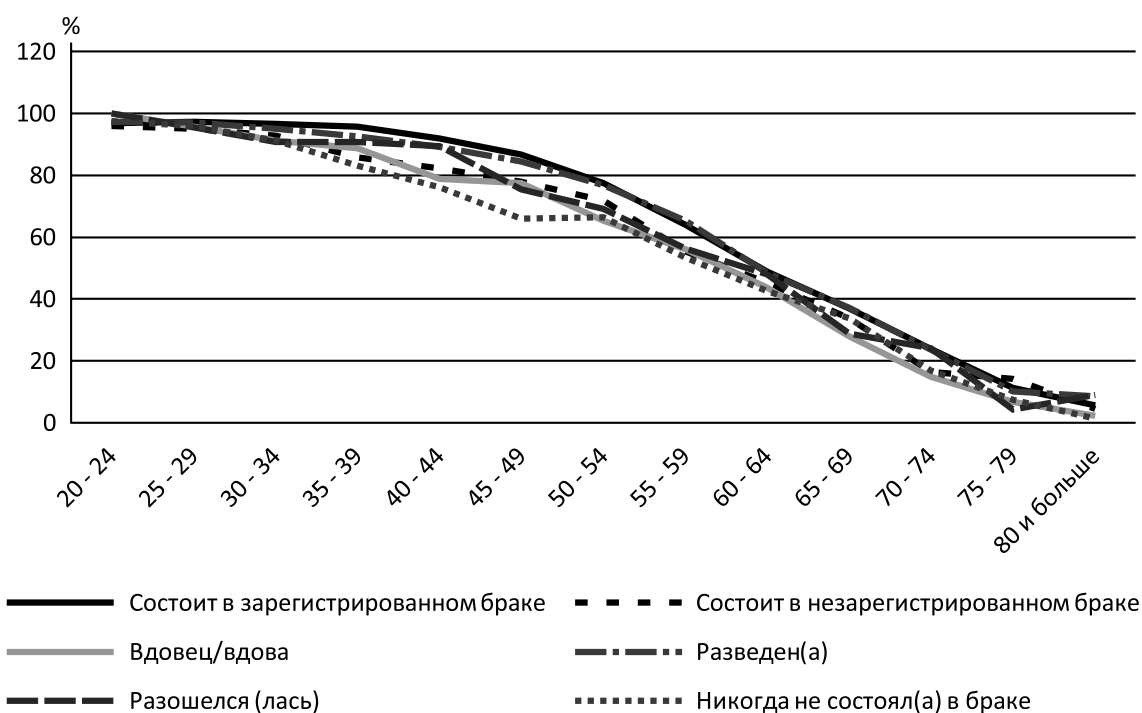


Рис. 17. Наличие доступа в Интернет в домашнем хозяйстве в зависимости от семейного положения, по возрастным группам (Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Также, например, встречается точка зрения, что общение (нянченье) с внуками позитивно сказывается на вовлечении пожилых людей в современные технологии. «Как оказалось, более успешному освоению учебной программы способствует проживание пенсионера в семье совместно с внуками или частое общение с ними. Интересным наблюдением поделился один из экспертов: «...В практике наблюдала любопытную особенность... в зависимости от того, насколько близко и часто пожилой человек общается с внуками, в его поведении и восприятии информации проявляются навыки “продвинутой бабушки”» (Ж., 42 года)» (Птицына, 2018: 83). Эта гипотеза также не нашла своего подтверждения. Как видно из диаграммы, только в возрасте 55–59 лет среди помогающих в воспитании внуков пользователей

Интернета больше, чем в среднем, во всех остальных категориях их намного меньше.

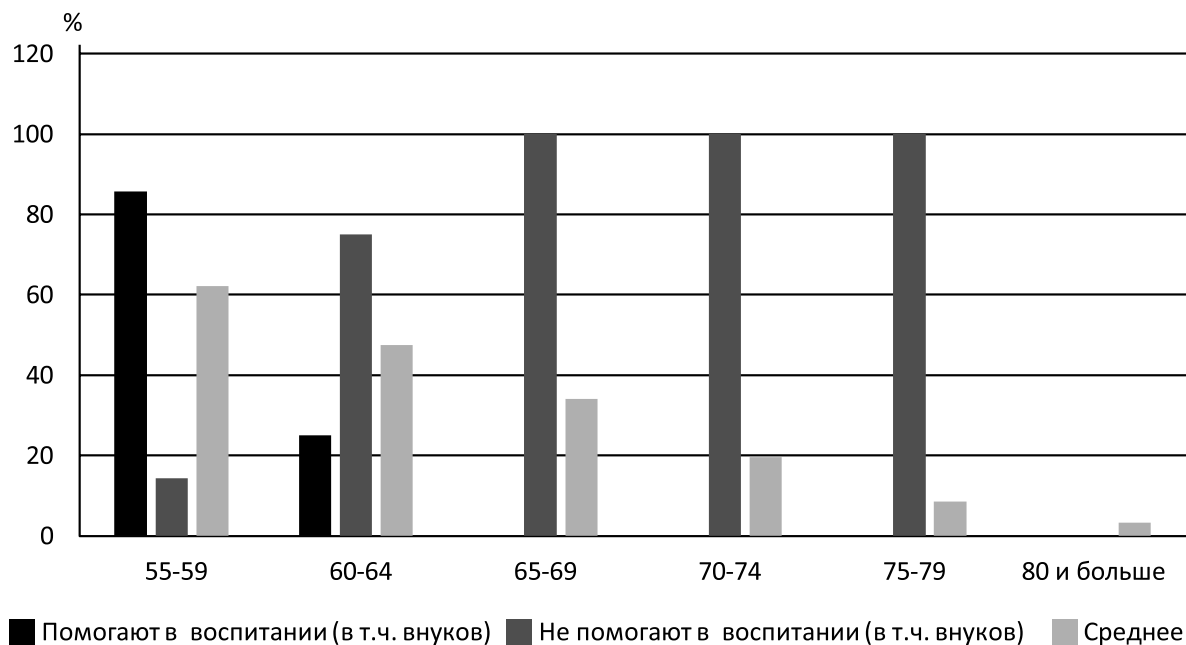


Рис. 18. Наличие доступа в Интернет в домашнем хозяйстве в зависимости от того, помогает или нет пожилой человек в воспитании внуков, по возрастным группам

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Возможно, большее значение имеет то, какой социальный капитал они передают. Если дети мотивируют пожилого родственника на освоение ИКТ, то не так важно, живут они рядом или далеко. С одной стороны, совместное проживание способствует непосредственной помощи в освоении ИКТ, но и проживание близких родственников отдельно мотивирует пожилых людей использовать технологии, чтобы восстановить утраченные связи.

Влияние состояния здоровья на доступ к ИКТ

Многие исследователи указывают на то, что серьезным барьером в использовании современных технологий пожилыми людьми является состояние здоровья. Но, с другой стороны, это также является и точкой роста. Адаптация гаджетов и программного обеспечения для нужд людей с плохим состоянием здоровья в перспективе позволит преодолеть этот фактор, ограничивающий доступ людей к ИКТ.

Плохое здоровье — от упавшего зрения до просто худшей возможности двигать мышкой — действительно может сильно мешать. Это

подтверждают данные разных исследований. К примеру, «среди представителей старшего поколения, пользующихся Интернетом, меньше и доля лиц с инвалидностью (14,9% против 26,6%). Общее состояние здоровья респонденты оценивают как среднее (73,4% в группе пользователей, 56,7% — в группе не пользующихся Рунетом). Совокупная доля по ответам «очень хорошее», «хорошее» в группе пользователей — 12,4%, непользователей — 6,8%. Соответственно, и физические нагрузки разной частоты и интенсивности совершают только 19,5% в группе опрошенных, не использующих Интернет, и 35,7% пользователей глобальной сети» (Корнилова 2018: 66–68).

Согласно данным КОУЖ-2018, состояние здоровья также имеет принципиальное значение при освоении новых технологий. Так, если 82,3% людей с очень хорошим и 73,3% с хорошим состоянием здоровья в возрасте 55–59 лет имеют доступ к Интернету, то с очень плохим — только 31,3%, а с плохим — 45,3%, т.е. почти в 3 и в 2 раза меньше. Такая же закономерность прослеживается и в других возрастных категориях, только нет разницы между очень хорошим состоянием здоровья и просто хорошим состоянием здоровья. В возрасте 65–69 и 75–79 лет среди людей с хорошим состоянием здоровья больший процент людей имеет доступ в Интернет, чем с очень хорошим состоянием здоровья.

Такая же закономерность есть между очень плохим и плохим состоянием здоровья. В категории 70–74 лет людей с доступом к Интернету с очень плохим состоянием здоровья больше, чем просто с плохим.

Поэтому можно сделать вывод, что хорошее и очень хорошее состояние здоровья позитивно влияет на освоение Интернета, а плохое и очень плохое — негативно. При этом удовлетворительное состояние здоровья в целом соответствует среднему значению во всех возрастных категориях, и разница составляет не более нескольких процентов.

Можно заметить, что плохое здоровье является фактором доступа к технологиям, но таким, который характерен для всех возрастных групп. Хорошее здоровье в пожилом возрасте хотя и увеличивает шансы на использование ИКТ, но незначительно. Возможно, это связано с субъективностью оценки «хорошего» здоровья, ведь то, что будет для 20-летнего удовлетворительным здоровьем, может быть для 70-летнего просто пределом мечтаний.

Как мы выяснили, для России одними из самых значимых факторов цифрового неравенства являются уровень образования, уровень

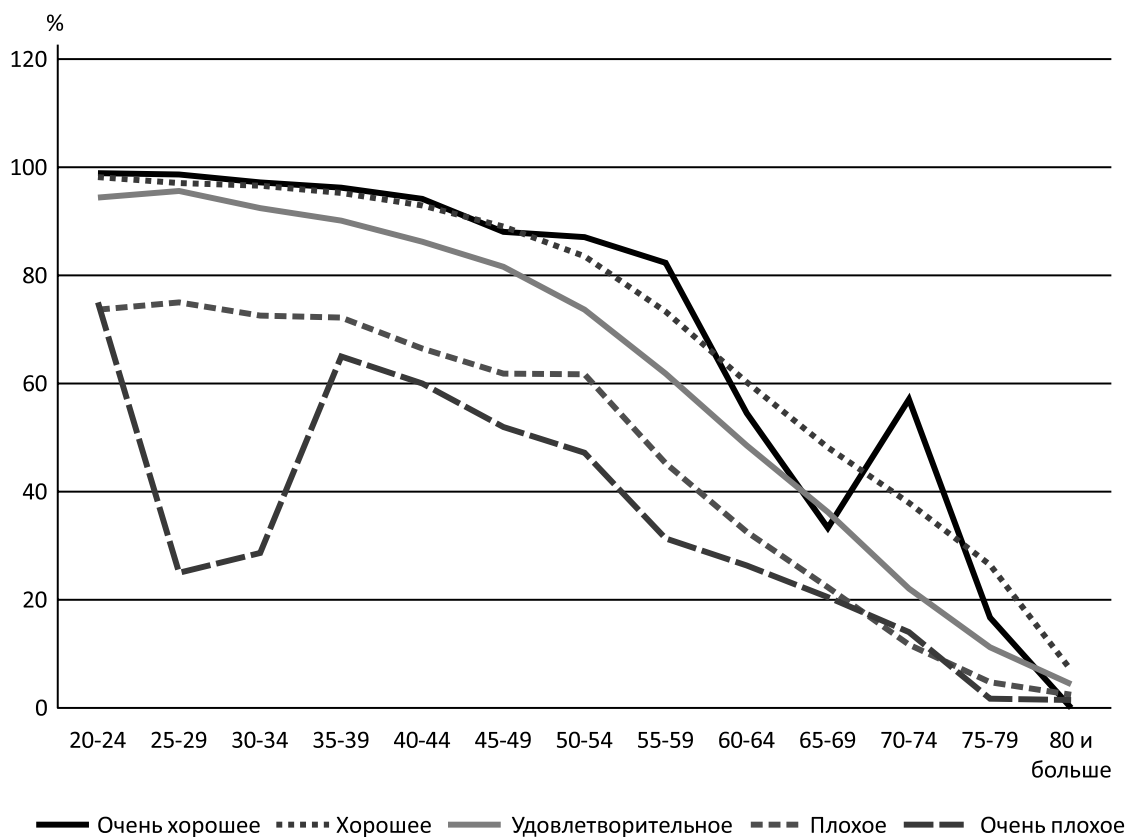


Рис. 19. Наличие доступа в Интернет в домашнем хозяйстве в зависимости от самооценки состояния здоровья респондента, по возрастным группам

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

дохода, размер населенного пункта, в котором проживает человек, род занятий и состояние его здоровья.

4. Цифровой разрыв в результатах использования ИКТ.

Цифровое неравенство на уровне результатов использования ИКТ следует после того, как у человека появился физический доступ к ИКТ. Но сценарии того, как разные люди используют технологии, могут значительно отличаться, а значит, отличается и то, к каким результатам приводит это использование. К выводу, что фактор возраста оказывает значительное влияние на неравенство результатов, социологи пришли еще в начале века (Loges, Jung, 2001: 556). Сейчас в России мы можем наблюдать подобную картину.

Пожилые люди намного хуже, чем представители других возрастных групп, владеют современными телекоммуникационными средствами, от компьютера до смартфона.

Для анализа глубины использования компьютера среди пожилых людей мы выбрали вопрос из данных Росстата ИКТ-2019 «Какие действия, связанные с работой на персональном компьютере, Вы выполняли за последние 12 месяцев?». Мы рассчитали среднее количество функций, которыми пользуются люди в зависимости от их возраста. Как видно на графике, количество функций, которыми пользуются люди, заметно снижается с возрастом. Резкое падение происходит после 50 лет. А после 60 лет видно, что пожилые люди начинают использовать в среднем менее одной из 13 возможных функций.

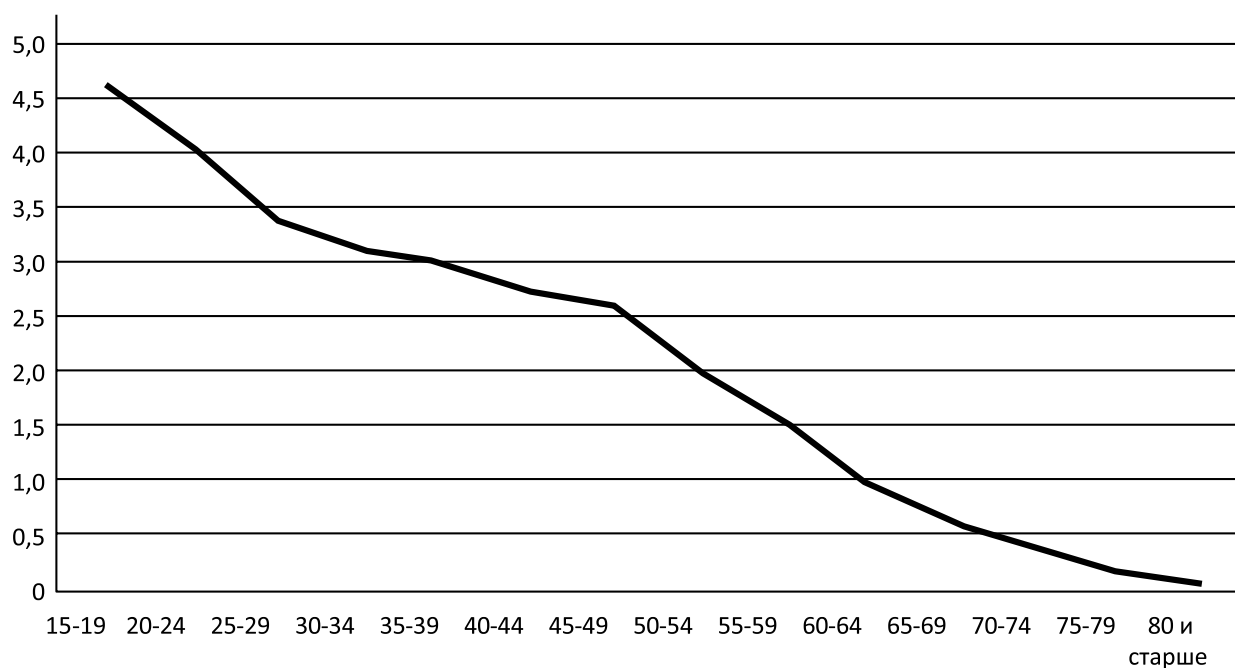


Рис. 20. Среднее число используемых функций компьютера в зависимости от возраста

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей)

Чем старше становится человек, тем заметнее рост относительной популярности функции «Работа с текстовым редактором» и «Отправка электронной почты с прикрепленным(-и) файлом(-ами) (например, с документами, фото-, видео-, аудиофайлами или другими файлами)». Эти функции используются пожилыми людьми чаще всего наряду с функцией «Копирование или перемещение файла или папки»

и «Передача файлов между персональным компьютером и периферийными устройствами (цифровая камера, плеер, мобильный телефон)», а также «Использование инструмента копирования и вставки для дублирования или перемещения информации в документе». Причем три последних используются и пожилыми, и людьми среднего возраста примерно с одинаковой частотой, и их можно отнести к базовому функционалу.

Функции, которые используются со средней частотой, — «Использование программ для редактирования фото-, видео- и аудиофайлов» — 20% и «Работа с электронными таблицами (например, использование таких функций работы с данными, как фильтрация, сортировка, формулы, создание диаграмм и т.д.)» — 20%. Они используются пожилыми людьми намного реже, чем молодыми, обычно их популярность среди стариков в два раза ниже, чем среди более молодых.

Также есть ряд функций, которые мало используются всеми возрастными категориями: «Подключение и установка новых устройств» (например, модем, камера, принтер или другие устройства) — 14% и совсем редко используемая — «Установка новой или переустановка операционной системы» — 3%. Примерно одинаковая частота использования этих функций прослеживается во всех возрастах.

Также существует ряд более экзотических функций, таких как «Поиск, загрузка, установка и настройка программного обеспечения» — 5%; «Создание электронных презентаций с использованием специальных программ (например, Power Point)» — 9% и «Самостоятельное написание программного обеспечения с использованием языков программирования» — 9%.

Эти функции очень редко используются пожилыми людьми, их относительная популярность намного ниже, чем у молодых людей или людей среднего возраста.

Как видно, пожилые люди довольно сильно ограничены в функционале использования компьютера, многие вообще не используют его полностью, а те, кто использует, в основном пользуются только базовыми функциями.

Мы проанализировали показатель «Среднее количество используемых возможностей». Максимальное количество возможностей используется в возрасте 20–24 года и постепенно снижается до уровня менее одной возможности. Также как и с использованием функций компьютера, в возрасте после 50 лет начинается резкое сокращение количества функций Интернета.

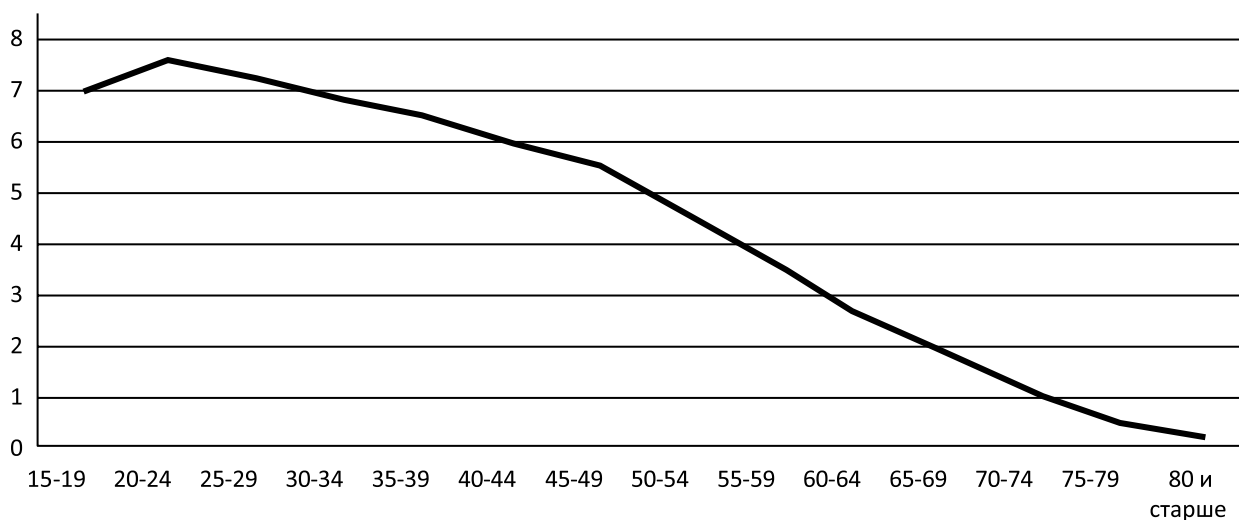


Рис. 21. Среднее число используемых функций Интернета в зависимости от возраста

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей)

Если говорить о том, какие функции Интернета используют пожилые люди в Интернете, то заметно, что у пожилых людей есть определенные особенности в использовании Интернета.

Таблица 2.

Доля использующих различные функции компьютера в возрасте старше 55 лет

(Источник данных: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей)

Участие в социальных сетях (например, «ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой мир», Facebook, Twitter, Instagram или других социальных сетях)	56,20%
Телефонные звонки или видеоразговоры через сеть Интернет (используя, например, Skype, Facetime, WhatsApp, Viber или другие приложения)	50,80%

Продолжение таблицы 2.

Общение с помощью систем мгновенного обмена сообщениями (чаты, ICQ, WhatsApp, Viber и др.)	42,10%
Поиск информации о товарах и услугах	38,70%
Осуществление банковских операций (например, денежные переводы, платежи, просмотр информации о счете через личный кабинет и другое, за исключением операций в рамках услуг страхования, операций с акциями и иными ценными бумагами)	35,10%
Скачивание фильмов, изображений, музыки; просмотр видео; прослушивание музыки или радио	34,40%
Отправка или получение электронной почты	28,70%
Получение знаний и справок на любую тему с использованием Википедии, онлайн-энциклопедий или другого аналогичного источника информации	27,80%
Загрузка личных файлов (книг/статей/журналов, фотографий, музыки, видео, программ и другого контента) на любые сайты, в социальные сети для публичного доступа	23,30%
Покупка товаров или услуг (в том числе через интернет-аукционы, например, eBay, Amazon, агрегаторы объявлений, например, Avito, «Яндекс.Маркет» и др.)	22,20%
Игра в видео- или компьютерные игры / игры для мобильных телефонов или их скачивание	20,20%
Чтение или скачивание онлайн газет или журналов, электронных книг	14,90%
Другие цели	13,90%
Использование пространства в сети Интернет для хранения документов, изображений, музыки, видео и других файлов (например, на таких сервисах, как «Яндекс.Диск», «Облако Mail.ru», Google Drive, Dropbox, iCloud и др.)	9,70%
Культурные цели (поиск информации об объектах культурного наследия и культурных мероприятиях, прохождение виртуальных туров по музеям и галереям и т.п.)	8,80%
Поиск информации об образовании, курсах обучения, тренингах и т.п.	6,90%
Поиск вакансий (в том числе с использованием таких сервисов, как hh.ru, Rabota.ru, Superjob)	5,00%

Окончание таблицы 2.

Продажа товаров или услуг (в том числе через интернет-аукционы, например, eBay, Amazon, агрегаторы объявлений, например, Avito, «Яндекс.Маркет» и др.)	4,40%
Скачивание программного обеспечения (не компьютерные игры)	4,40%
Поиск жилья для аренды (комнаты, квартиры, дома, коттеджа и т.д.), в том числе с использованием таких сайтов, как Airbnb, Domofond.ru, Avito, «Из рук в руки», ЦИАН и др.	2,90%
Участие в онлайн-голосованиях или консультациях по общественным и политическим проблемам (по вопросам городского планирования, подписывание петиций и обращений)	2,60%
Дистанционное обучение	2,40%
Участие в профессиональных сетях (например, LinkedIn, Xing, E-xecutive.ru и т.д.)	1,40%
Публикация мнений по общественным и политическим проблемам через веб-сайты, участие в форумах	1,40%
Ведение блога (регулярное его пополнение записями, изображениями или мультимедиа)	1,30%

По данным Росстата, есть несколько основных тенденций и отличительных черт, которые характерны именно для пожилых людей. У пожилых людей явно виден акцент в использовании Интернета для целей общения, причем он различен в разные возрастные промежутки.

Существуют только два вида деятельности, которыми занимаются больше половины пользователей Интернета, это «участие в социальных сетях (например, «ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой Мир», Facebook, Twitter, Instagram или других социальных сетях)» — 56,2% и «телефонные звонки или видеоразговоры через сеть Интернет (используя, например, Skype, Facetime, WhatsApp, Viber или другие приложения)» — 50,8%. Третье место занимает также средство общения — «общение с помощью систем мгновенного обмена сообщениями (чаты, ICQ, WhatsApp, Viber и др.)» — 42,10%. Причем социальные сети почти во всех возрастах остаются лидерами, но у тех, кто старше 50, постепенно снижается разница в количестве пользователей социальных

сетей и телефонных звонков, а среди людей старше 65 лет самыми популярными становятся именно телефонные звонки.

Максимальная относительная популярность социальных сетей — среди 55–69-летних. Среди этой же аудитории максимальная относительная популярность и у «общения с помощью систем мгновенного обмена сообщениями (чаты, ICQ, WhatsApp, Viber и др.)». А вот среди пользователей 70–80 лет наиболее популярно использование телефонных или видеоразговоров. То есть, более молодые пожилые общаются преимущественно с помощью мессенджеров или социальных сетей, а старшие пожилые — с помощью телефонной связи и видеозвонков.

Тут можно сказать о первой особенности пожилых людей как пользователей. Получается, что многие из них используют новое устройство привычным для них способом — просто как телефон. И вообще, для многих пожилых характерно использование ИКТ исключительно как телефона. Другая особенность заключается в том, что пожилые люди чаще всего используют Интернет именно для общения.

Другим кластером является использование Интернета для развлечений. Сюда можно отнести «скачивание фильмов, изображений, музыки; просмотр видео; прослушивание музыки или радио», «игра в видео- или компьютерные игры / игры для мобильных телефонов или их скачивание». Другими возрастными группами, особенно молодежью, интернет-пространство, судя по данным использования функций Интернета, воспринимается как пространство для развлечения, но у пожилых людей такого восприятия нет. В целом развлекательный контент в полтора раза популярнее, чем игры, 34,4% против 20,2%. Также каждый из них популярнее среди молодых, и с возрастом их популярность заметно уменьшается.

А вот популярнее среди пожилых людей, использующих ИКТ, чем для других групп населения, — культурные и познавательные цели использования ИКТ: «получение знаний и справок на любую тему с использованием Википедии, онлайн-энциклопедий или другого аналогичного источника информации» — 27,80%; «чтение или скачивание онлайн-газет или журналов, электронных книг» — 14,90%; «культурные цели (поиск информации об объектах культурного наследия и культурных мероприятиях, прохождение виртуальных туров по музеям и галереям и т.п.)» — 8,80%. У всех трех указанных способов использования интернет-пространства относительная популярность растет с возрастом и достигает пика в возрасте 70–80 лет (только у Википедии высокая популярность среди 15–19-летних).

Также пожилые люди больше используют Интернет, чем молодые, для обсуждения общественно-политических вопросов. «Участие в онлайн-голосованиях или консультациях по общественным и политическим проблемам (по вопросам городского планирования, подписывание петиций и обращений)» — 2,60% и «публикация мнений по общественным и политическим проблемам через веб-сайты, участие в форумах» — 1,40%. Тут тоже заметно, что рост популярности данных видов деятельности происходит с возрастом и достигает пика к 80 годам. Это подтверждается другими исследованиями, которые говорят о том, что пожилые люди наиболее активно участвуют в общественно-политической жизни и являются активными избирателями.

Пожилые люди неактивно используют Интернет для образования (эта категория самая популярная среди молодых людей до 25 лет) и, естественно, для работы (ее поиск популярнее всего у выпускников — 20–24-летних и 25–34-летних). А вот «участие в профессиональных сетях (например, LinkedIn, Xing, E-xcutive.ru и т.д.)» наиболее популярно у 30–50-летних, хотя для этого используют Интернет всего 1,40% населения, имеющего доступ к сети.

Электронную почту тоже можно считать средством именно делового общения, именно поэтому чаще всего ее используют с 35 до 60 лет, хотя уровень ее использования довольно ровный, что в молодом, что в пожилом возрасте. Можно сказать, что для многих пожилых людей электронная почта остается средством общения, нежели работы.

А вот использование Интернета для экономической деятельности довольно неоднозначно. Если, например, «поиск информации о товарах и услугах» (38,70%) — в целом один из самых популярных видов деятельности и почти в два раза относительно популярнее, чем у молодежи, то остальные виды деятельности заметно менее популярны среди пожилых.

Покупают товары и услуги в сети Интернет в основном в возрастном диапазоне 25–49 лет. Продают товары или услуги, хотя и намного реже, но также в этом возрасте. Пожилые люди в целом довольно неохотно пользуются такими возможностями.

Поиск жилья для аренды — тоже не самая популярная операция в Интернете, только 2,90% используют Интернет для этого. Чаще всего это делают в возрасте 20–29 лет, что также логично, ведь в этом возрасте люди чаще всего переезжают. К слову, среди всех опрошенных респондентов старше 80 лет нет ни одного человека, который бы искал жилье в Интернете.

А вот совершение банковских операций в сети Интернет довольно популярно среди молодых пожилых, хотя люди во все возрастные периоды данным видом функций Интернета пользуются довольно активно, и 70–74-летние так же часто, как 20–24-летние. В общей сложности с 35 до 65 лет эти операции самые популярные. Только до 19 лет их используют мало.

Скачивают программное обеспечение в основном молодые люди и делают это намного чаще пожилых, хотя это один из важнейших показателей глубокого владения ИКТ. Точно так же «использование пространства в сети Интернет для хранения документов, изображений, музыки, видео и других файлов (например, на таких сервисах как «Яндекс.Диск», «Облако Mail.ru», Google Drive, Dropbox, iCloud и др.)» намного популярнее у молодых людей, а пожилые люди намного реже пользуются такой возможностью.

Блок возможностей, который предполагает делиться информацией с незнакомыми окружающими людьми, намного популярнее среди молодых людей, чем среди пожилых. Так, «загрузка личных файлов (книг/статей/журналов, фотографий, музыки, видео, программ и другого контента) на любые сайты, в социальные сети для публичного доступа» используется 23,30% пользователей Интернета и наиболее популярна среди тех, кому нет 20 лет. С возрастом интерес к этой возможности заметно падает, примерно в 2 раза.

Ведение блога (1,30%) — самая непопулярная среди возможностей Интернета, также привлекательна только для молодежи. Среди пожилых людей только единицы ведут блоги, а среди 75–79-летних респондентов таковых почти не оказалось.

Подводя итоги, можно сказать, что в общем пожилые люди намного менее разнообразно используют возможности, которые предоставляет Интернет. Если 20–24-летние в среднем используют 7,5 возможности, то те, кому 75–79 лет, — меньше 0,5 возможности, а те, кому больше 80 лет — только 0,2% возможности. То есть многие пожилые люди вообще не используют функции Интернета.

Если же говорить о пожилых людях, использующих функции Интернета, то будет заметна определенная специфика. Важно отметить, что в основном они используют его для общения, но больше для общения по телефону, а также в мессенджерах. То есть они используют новое устройство с помощью тех функций, которые им знакомы по телефонам кнопочным — SMS и телефонные звонки. С одной стороны, да, это удовлетворение их основных потребностей в общении, так как многие

старики живут одни и им не хватает общения со своими родными и близкими, но также мы видим и влияние культурного капитала, который, по большому счету, определяет возможности использования ИКТ.

Два кластера, по которым пожилые люди опередили молодых, и это можно считать большим успехом, — использование для культурных целей и для обсуждения политики. Это может показывать также особенности офлайн-мира пожилых людей и что доступ к максимальному количеству возможностей ИКТ получают люди с большим количеством культурного капитала.

Также пожилые люди не используют Интернет для развлечений, они относятся к нему довольно серьезно.

5. Факторы неравенства в использовании ИКТ.

Ранее нами были рассмотрены факторы неравенства в доступе. Как и при рассмотрении факторов неравенства в доступе, мы можем заметить, что практически идентичные факторы влияют на то, что человек, даже имея доступ к Интернету и компьютеру, будет пользоваться намного меньшим количеством из возможных их функций.

Образование является одним из самых значимых факторов, которые определяют то, каким количеством функций компьютера и Интернета будет пользоваться пожилой человек. Послевузовское и вузовское образование повышают количество используемых функций компьютера и Интернета пожилыми людьми в разы, по сравнению с теми пожилыми, которые не имеют такого образования. Если в возрасте 65–69 лет пожилой человек с послевузовским образованием использует в среднем 2,5 функции компьютера, то человек с начальным профессиональным образованием — только 0,3 функции компьютера. В той же возрастной категории пожилые люди с послевузовским образованием используют в среднем 5,17 функции Интернета, а человек с начальным профессиональным образованием только 1,9 функции.

Но важно отметить, что образование для пожилых людей не нивелирует возрастные детерминанты в использовании функций компьютера и Интернета. В данном случае не существует такой специфики, что пожилые люди с послевузовским образованием лишь ненамного меньше используют функции компьютера, чем их более молодые товарищи с таким же уровнем образования. 30–34-летний человек с послевузовским образованием использует около 11 функций Интернета и 5,7 функции компьютера, а в 70–74 года только 4 функции Интернета и 1,7 функции

компьютера. Разница между 30- и 70-летним человеком, имеющим после-вузовское образование, в количестве используемых функций ИКТ огромна.

Также большое значение имеет, в каком по размеру населенном пункте проживает пожилой человек. Если пожилой человек живет в городской местности, он будет использовать большее количество функций компьютера и Интернета.

Рассмотрение различных факторов, влияющих на неравенство как в доступе, так и в использовании ИКТ, свидетельствует, что наименее социально защищенные люди, у которых выше потребность в получении социальных услуг, с большей вероятностью не будут иметь доступа к ИКТ.

Для того, чтобы проверить справедливость данного утверждения, мы проанализируем данные из уже упомянутого КОУЖ-2018, а именно, ответы на вопросы «Наличие необходимости обратиться в отделение Фонда социального страхования», «Наличие необходимости обратиться в Пенсионный фонд РФ», «Наличие необходимости обратиться в органы социальной защиты населения». И постараемся понять, как ответы на эти вопросы связаны с тем, имеет ли доступ человек к компьютеру и Интернету.

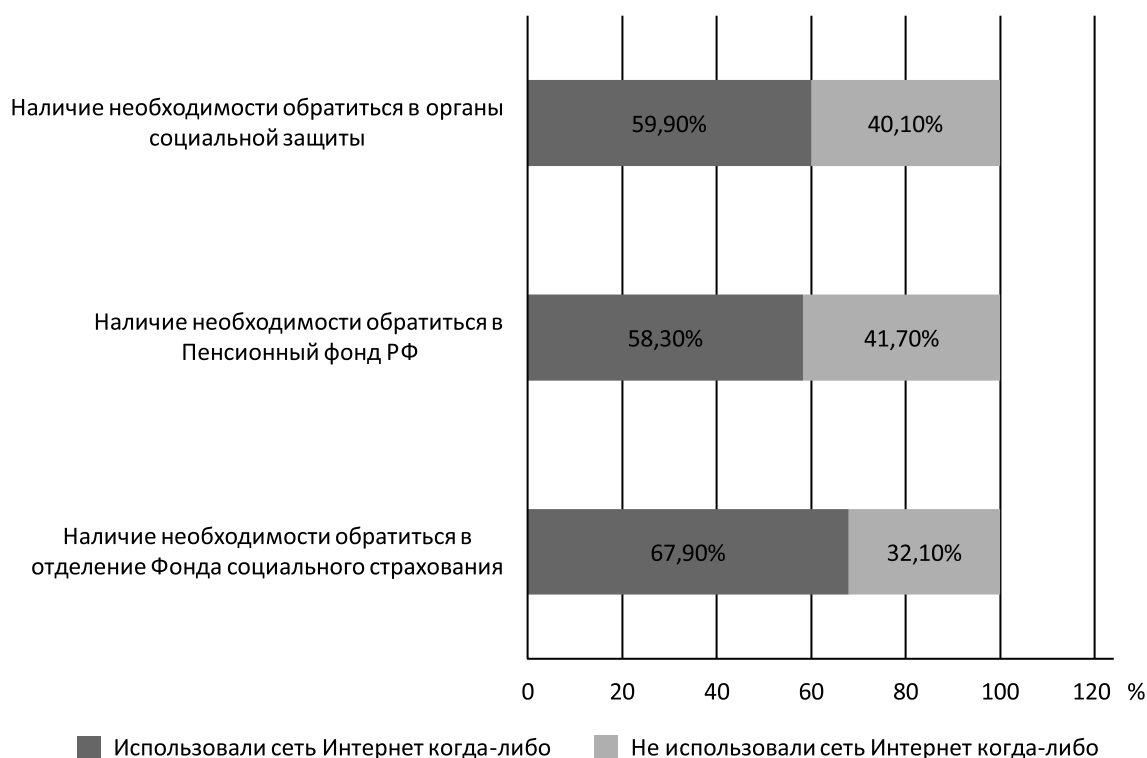


Рис. 22. Соотношение пользователей и непользователей Интернета среди тех, у кого есть необходимость обращения в органы социальной сферы

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

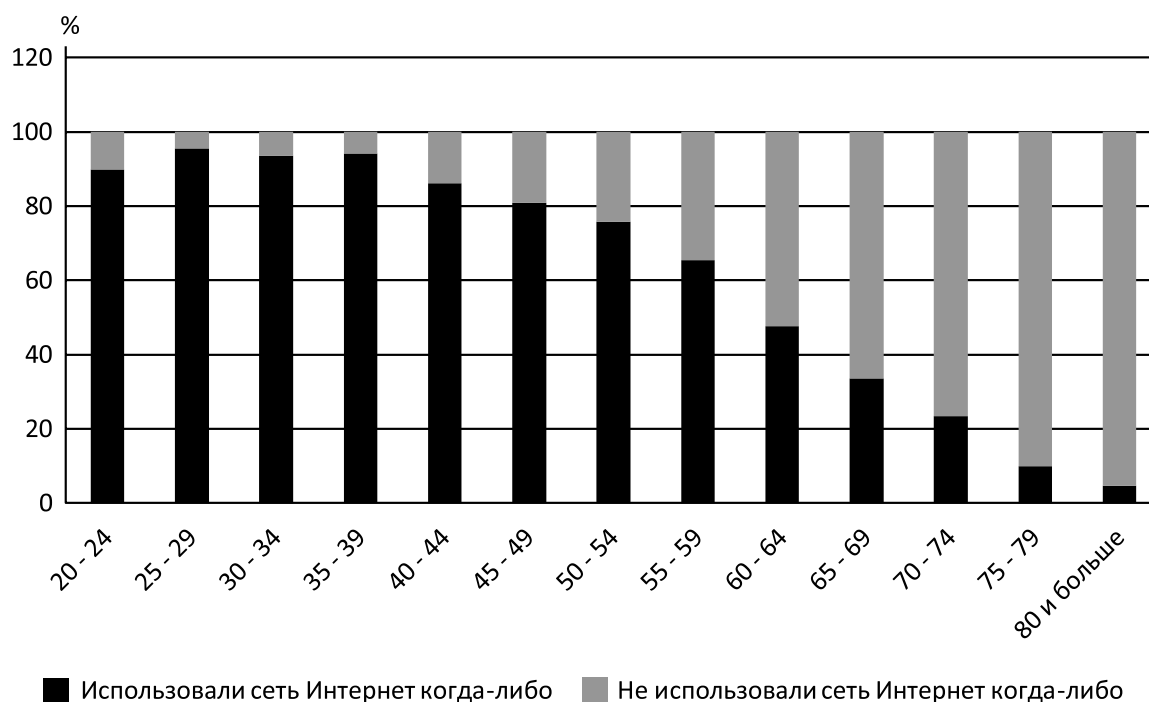


Рис. 23. Соотношение пользователей и непользователей Интернета среди тех, у кого есть необходимость обращения в органы социальной защиты, по возрастным группам (Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

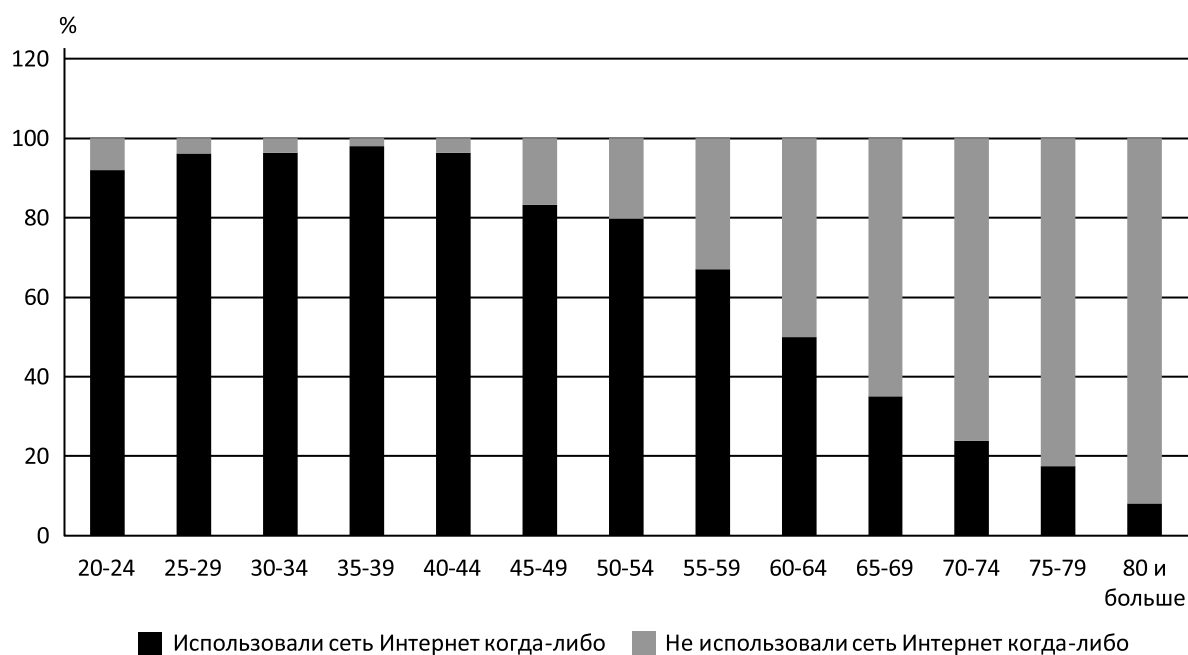


Рис. 24. Соотношение пользователей и непользователей Интернета среди тех, у кого есть необходимость обратиться в отделение Фонда социального страхования, по возрастным группам (Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Среди тех, кому требуется обратиться в различные органы государственной власти, будь то Пенсионный фонд или органы социальной защиты, велик процент людей, не имеющих доступ к Интернету, и он доходит до 40%.

Если мы посмотрим на график, который показывает зависимость от возраста среди тех, у кого есть необходимость обратиться в органы социальной защиты населения, и то, пользовались ли они доступом в Интернет, то мы увидим, что с возрастом также растет процент тех, кто не имеет доступ к Интернету. В возрасте старше 60 лет уже больше половины желающих обратиться в органы социальной защиты никогда не пользовались Интернетом, а в возрасте старше 70 лет — таких уже 3/4.

Среди тех, кому необходимо обратиться в отделение Фонда социального страхования, процент людей, не пользующихся Интернетом, минимальный, по сравнению с другими услугами. Но изучение зависимости проникновения Интернета в разных возрастных группах также показывает, что с возрастом количество людей, имеющих доступ к Интернету, резко падает и достигает минимальных значений в старшей возрастной группе. Как и у тех, у кого есть необходимость обратиться в органы социальной защиты, меньше 1/4 имеет доступ к Интернету среди тех, кто старше 70 лет.

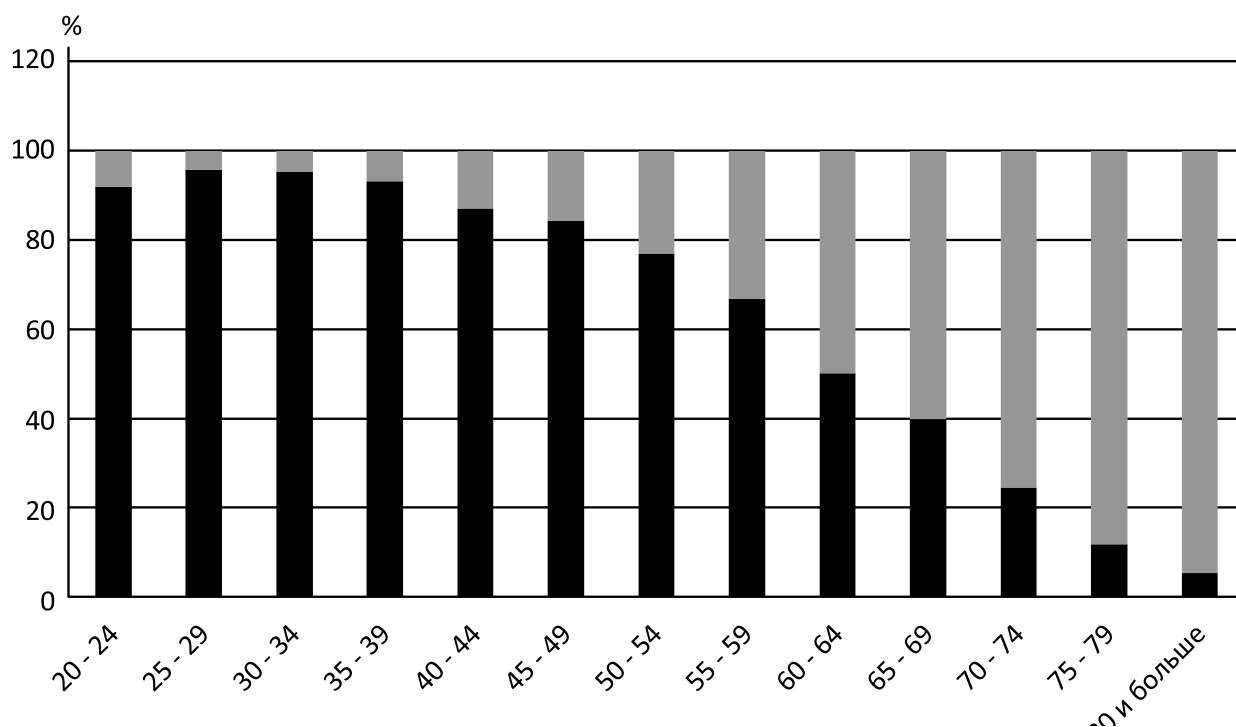


Рис. 25. Соотношение пользователей и непользователей Интернета среди тех, у кого есть необходимость обратиться в Пенсионный фонд РФ, по возрастным группам

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Для тех, у кого есть необходимость обратиться в Пенсионный фонд РФ, свойственны все предыдущие выводы, среди них также снижается процент имеющих доступ к Интернету с увеличением возраста, и также в возрастной группе старше 70 лет только 1/4 имеет доступ к Интернету.

Исходя из этих данных, мы можем наблюдать, что среди пожилых людей существует значительное неравенство в доступе к Интернету. Большой процент пожилых людей, у которых есть необходимость обратиться в различные государственные органы власти, не имеют доступа к Интернету и никогда им не пользовались, а значит, они будут отрезаны от большого количества услуг.

Также интересно проанализировать, насколько пожилые люди, которые имеют доступ к Интернету, используют его. Выше мы уже обсуждали вопрос, что, кроме неравенства в доступе, существует серьезное неравенство в результатах использования ИКТ. Для того, чтобы ответить на этот вопрос, мы анализируем, насколько часто пользуются интернет-технологиями люди, которые также ответили положительно на следующие три вопроса: «Наличие необходимости обратиться в отделение Фонда социального страхования», «Наличие необходимости обратиться в Пенсионный фонд РФ», «Наличие необходимости обратиться в органы социальной защиты населения».

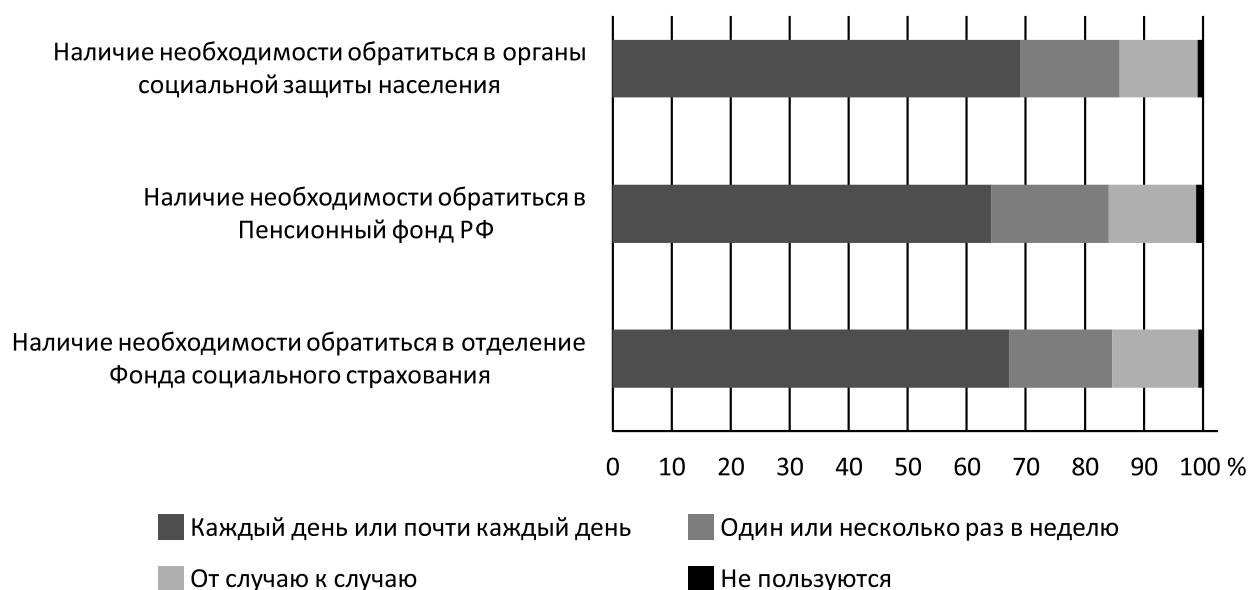


Рис. 26. Частота выхода в сеть Интернет среди тех, у кого есть необходимость обращения в органы социальной сферы

(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Мы также можем наблюдать, что среди тех, кто имеет доступ к сети Интернет, многие пользуются им нерегулярно. Это можно считать индикатором существующего неравенства в доступе. Отсутствие постоянной практики использования Интернета при наличии доступа к нему, с одной стороны, может служить причиной неуверенного использования Интернета, а с другой стороны — следствием. Человек из-за страха и непонимания интернет-пространства не пользуется им, а отсутствие практики, в свою очередь, приводит к тому, что уровень неуверенности становится еще выше, и у человека возникает масса трудностей при освоении интернет-пространства. Это должно приводить к тому, что люди пользуются меньшим количеством функций Интернета и, соответственно, не могут полноценно заменить с помощью виртуального мира привычные практики, присущие миру реальному. Незримый барьер неиспользования продолжает сохраняться: даже когда у человека существует доступ к сети, он остается в реальности не подключенным к нему.

Для того, чтобы понять, как возраст влияет на частоту использования Интернета, мы проанализировали зависимость частоты использования Интернета в зависимости от возраста.

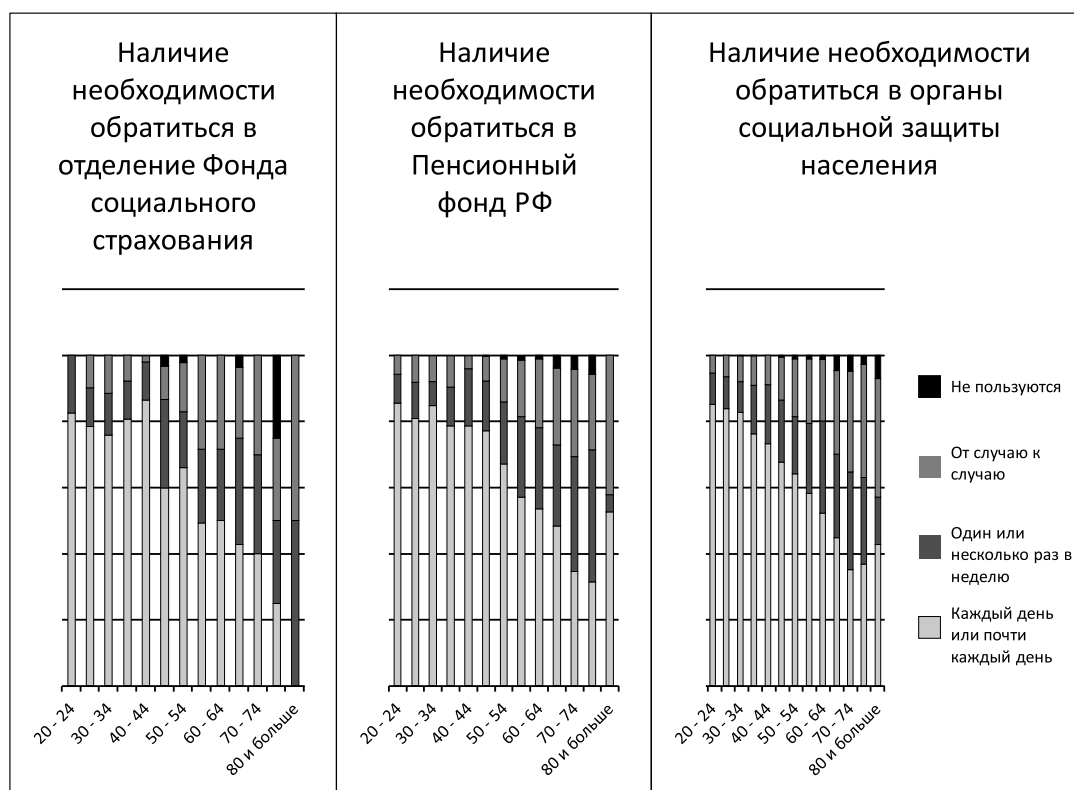


Рис. 27. Соотношение пользователей и непользователей Интернета среди тех, у кого есть необходимость обращения в органы социальной защиты, по возрастным группам
(Источник данных: Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018)

Среди тех, у кого есть необходимость обратиться в различные структуры, которые занимаются социальным обслуживанием населения, те, кто пользуется реже, чем «каждый день или почти каждый день», — в основном пожилые люди. Около 60 лет почти половина нуждающихся в социальных услугах не использует Интернет каждый день. И постепенно растет процент людей, которые пользуются Интернетом «от случая к случаю».

Как мы видим, именно пожилые люди сильнее всего страдают от цифрового неравенства. Постепенная цифровизация общества, начиная от социального взаимодействия, которое все сильнее переходит в онлайн-пространство, заканчивая цифровизацией социальной сферы, может привести к тому, что не имеющие доступ к интернет-пространству пожилые люди окажутся на обочине жизни. При этом, как мы видим, среди тех, кто нуждается в получении социальных услуг, велика доля тех, у кого доступа к Интернету нет, и даже если этот доступ имеется, то им пользуются нерегулярно. Только около 40% тех, кто нуждается в получении социальных услуг от государства, пользуются Интернетом регулярно. Но среди пожилых людей этот показатель еще ниже. Среди тех 70–74-летних, у кого есть «необходимость обратиться в отделение Фонда социального страхования», всего около 10% пользуются Интернетом «каждый день или почти каждый день». Эти данные свидетельствуют, что при цифровизации социальной сферы и переводе социальных услуг на «цифру» необходимо очень трепетно относиться к пожилым людям, и даже показатель формального доступа к ИКТ не является достаточным, чтобы утверждать, что пожилой человек действительно может воспользоваться современными технологиями.

Устранение цифрового неравенства позволит быстрее и эффективнее внедрять цифровые социальные услуги, что будет приводить к росту уровня благополучия среди пожилых людей.

Заключение

Анализ приведенных данных позволяет выделить следующие проблемы.

Цифровое неравенство в доступе к технологиям до сих пор остается острой проблемой для России. Доступ ни к компьютеру, ни к Интернету пока не стал стопроцентным, и особенно эта проблема актуальна для пожилых людей, значительная часть которых не имеет доступ

к ИКТ. Если среди более молодого поколения у подавляющего большинства есть доступ и к Интернету, и к компьютеру, то с возрастом соотношение имеющих доступ и не имеющих его сильно меняется. Только треть людей старше 75 лет имеет доступ к компьютеру и Интернету. В целом мы можем говорить, что неравенство в доступе — это в первую очередь проблема, связанная с возрастом.

Отсутствие доступа к ИКТ в домашнем хозяйстве невозможно компенсировать с помощью государственного сектора или другими способами. Пожилые люди, не имеющие доступ к ИКТ дома, с меньшей вероятностью смогут пользоваться компьютером и Интернетом в других местах, хотя для многих это остается единственной возможностью получить доступ к ИКТ.

К значимым факторам, определяющим доступ пожилого человека к технологиям, прежде всего относятся уровень образования, уровень доходов, размер населенного пункта, в котором проживает человек, его профессиональная деятельность и уровень здоровья. Чем выше уровень образования, дохода, наличие работы и уровень здоровья, тем вероятнее, что у человека будет доступ к компьютеру и Интернету. При этом к категории людей, больше всего нуждающихся в социальной поддержке и помощи, относятся именно те, кто не имеет доступа к технологиям. Исключенные из Интернета и не имеющие компьютера острее всего нуждаются в социальных услугах.

Даже физический доступ пожилого человека к ИКТ не гарантирует, что он будет использовать их возможности. С возрастом люди начинают использовать все меньшее количество функций компьютера и Интернета, а негативными факторами, еще сильнее усугубляющими это положение, являются низкий уровень образования и проживание в сельской местности.

Среди тех, у кого есть необходимость в получении социальных услуг, — серьезная доля тех, кто не имеет доступ к Интернету. Если среди молодых людей таких минимальное количество, то среди пожилых людей, не имеющих доступ к Интернету, — большинство. Причем эта тенденция характерна для получателей совершенно разных видов услуг.

Для решения проблемы цифрового неравенства и обеспечения всеобщего доступа к технологиям, а также эффективного использования этих технологий необходимы серьезные меры.

Для того, чтобы повысить уровень проникновения ИКТ в жизни пожилых людей, необходимо помочь им получить физический доступ

к компьютеру и Интернету. Возможные льготные программы смогут улучшить положение дел.

Кроме этого, повышение компетенций, внедрение различных образовательных программ для пожилых людей сможет снизить уровень цифрового неравенства среди пожилых людей, которые уже имеют доступ к технологиям.

Цифровизация социальной сферы, а также информирование населения о том, что получение многих социальных услуг теперь возможно и с помощью ИКТ, также приведет к росту уровня мотивации и, с одной стороны, поможет некоторым пожилым получить доступ к ИКТ, а с другой стороны, уже имеющие доступ к Интернету смогут воспользоваться этими услугами.

Большое внимание следует уделить адаптации гаджетов и приложений для нужд пожилых людей и людей с ослабленным здоровьем. Возможно даже внедрение специальных версий сайтов органов власти и сервисов предоставления социальных услуг.

Список источников

1. Алексеева О. А., Бестужева О. Ю., Вершинская О. Н., & Скворцова Е. Е. (2018) Адаптация пенсионеров к интернет-среде. *Социальная психология и общество*, 9 (2). 150–164.
2. Воронин Г. Л., & Курячьева М. М. (2018) Интернет-пространство старшего поколения: анализ проблемы вхождения в цифровую эпоху. *Вестник Нижегородского университета им. НИ Лобачевского. Серия: Социальные науки*, (3 (51)). 55–65.
3. Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей. *Федеральная служба государственной статистики (Росстат)* [Электронный ресурс]. Доступ по ссылке: https://gks.ru/free_doc/new_site/business/it/fed_nabl-croc/index.html.
4. Кастельс М. (2004) Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе.
5. Комплексное наблюдение условий жизни населения, 2018. *Федеральная служба государственной статистики (Росстат)* [Электронный ресурс]. Доступ по ссылке: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/KOUZ18/index.html.
6. Корнилова М. В. (2018) Компьютерные и интернет-технологии в жизни пожилых людей: возможности и риски. *Власть*, 26 (6). 62–69.
7. Потехина И. П., & Чижов Д. В. (2016) Потенциал старшего поколения как составляющая национального человеческого капитала (по материалам исследования в регионах ЦФО). *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, (2 (132)). 2–23.

8. Птицына Н. А. (2018) Освоение пожилыми людьми компьютерной грамотности: гендерный аспект. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки*, (4 (52)). 81–89.
9. Раскина Ю. В. (2018) Цифровой барьер и социально-экономическое неравенство в России: исследование по данным КОУЖ-2016. *Статистика в цифровой экономике: обучение и использование*. 87–89.
10. Сергеева О. В. (2012) Люди «третьего возраста» в их движении от экрана к монитору. *Наука телевидения*, (9). 74–85.
11. Ball C., Francis J., Huang K. T., Kadylak T., Cotten S. R., & Rikard R. V. (2019) The physical–digital divide: Exploring the social gap between digital natives and physical natives. *Journal of Applied Gerontology*, 38 (8). 1167–1184.
12. Birdsall W. F. (2000) The digital divide in the liberal state: A Canadian perspective. *First Monday*.
13. Borodkina O. I., Sibirev V. A. (2021) The digital capital of social services consumers: Factors of influence and the need for investment. *The Journal of Social Policy Studies*, 19 (1). 129–142.
14. Charness N., & Boot W. R. (2009) Aging and information technology use: Potential and barriers. *Current Directions in Psychological Science*, 18 (5). 253–258.
15. Compaine B. M. (Ed.). (2001) *The digital divide: Facing a crisis or creating a myth?* Mit Press.
16. Cooper J. (2006) The digital divide: The special case of gender. *Journal of computer assisted learning*, 22 (5). 320–334.
17. Cooper J., & Weaver K. D. (2003) *Gender and computers: Understanding the digital divide*. Psychology Press.
18. Cruz-Jesus F., Oliveira T., & Bacao F. (2018) The global digital divide: evidence and drivers. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 26 (2). 1–26.
19. Cullen R. (2001) Addressing the digital divide. *Online information review*.
20. Cutler S. J., Hendricks J., & Guyer A. (2003) Age differences in home computer availability and use. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 58 (5). S271–S280.
21. DiMaggio P., & Garip F. (2012) Network effects and social inequality. *Annual review of sociology*, 38. 93–118.
22. DiMaggio P., & Hargittai E. (2001) From the ‘digital divide’ to ‘digital inequality’: Studying Internet use as penetration increases. Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies, Woodrow Wilson School, Princeton University, 4 (1). 4–2.
23. Fox G., & Connolly R. (2018) Mobile health technology adoption across generations: Narrowing the digital divide. *Information Systems Journal*, 28 (6). 995–1019.
24. Hargittai E. (2001) Second-level digital divide: Mapping differences in people's online skills. arXiv preprint cs/0109068.
25. Hargittai E. (2003) The digital divide and what to do about it. *New economy handbook, 2003*. 821–839.
26. Huxhold O., Hees E., & Webster N. J. (2020) Towards bridging the grey digital divide: changes in internet access and its predictors from 2002 to 2014 in Germany. *European Journal of Ageing*, 17 (3). 271–280.
27. James J. (2016) Mobile phone use in Africa: Implications for inequality and the digital divide. In *The impact of mobile phones on poverty and inequality in developing countries* (pp. 89–93). Springer, Cham.

28. Korupp S. E., & Szydlik M. (2005) Causes and trends of the digital divide. *European Sociological Review*, 21 (4). 409–422 [Электронный ресурс]. Доступно по ссылке: https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/155286/1/ZORA_NL_155286.pdf.
29. Korupp S. E., Künemund H., & Schupp J. (2006) Digitale Spaltung in Deutschland: geringere Bildung-seltener am PC. *DIW Wochenbericht*, 73 (19). 289–294 [Электронный ресурс]. Доступно по ссылке: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/151440/1/06-19-1.pdf>.
30. Lai J., & Widmar N. O. (2021) Revisiting the digital divide in the COVID-19 era. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 43 (1). 458–464.
31. Lelkes O. (2013) Happier and less isolated: Internet use in old age. *Journal of Poverty and Social Justice*, 21 (1). 33–46.
32. Loges W. E., & Jung J. Y. (2001) Exploring the digital divide: Internet connectedness and age. *Communication research*, 28 (4). 536–562.
33. Marcin J. P., Shaikh U., & Steinhorn R. H. (2016) Addressing health disparities in rural communities using telehealth. *Pediatric research*, 79 (1). 169–176.
34. Mihelj S., Leguina A., & Downey J. (2019) Culture is digital: Cultural participation, diversity and the digital divide. *New Media & Society*, 21 (7). 1465–1485.
35. Min S. J. (2010) From the digital divide to the democratic divide: Internet skills, political interest, and the second-level digital divide in political internet use. *Journal of Information Technology & Politics*, 7 (1). 22–35.
36. Mitchell U. A., Chebli P. G., Ruggiero L., & Muramatsu N. (2019) The digital divide in health-related technology use: The significance of race/ethnicity. *The Gerontologist*, 59 (1). 6–14.
37. Mossberger K. (2009) Toward digital citizenship. Addressing inequality in the information age. *Routledge handbook of Internet politics*. 173–185.
38. Paul G., & Stegbauer C. (2005) Is the digital divide between young and elderly people increasing? *First Monday* [Электронный ресурс]. Доступно по ссылке: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/1286/1206>.
39. Peacock S. E., & Künemund H. (2007) Senior citizens and Internet technology. *European journal of ageing*, 4 (4). 191–200 [Электронный ресурс]. Доступно по ссылке: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5546370/pdf/10433_2007_Article_67.pdf.
40. Ramsetty A., & Adams C. (2020) Impact of the digital divide in the age of COVID-19. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 27 (7). 1147–1148.
41. Rogers E. M. (2001) The digital divide. *Convergence*, 7 (4). 96–111.
42. Shao X., Yang Y., & Wang L. (2021) Digital Divide or Digital Welfare?: The Role of the Internet in Shaping the Sustainable Employability of Chinese Adults. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 29 (5). 20–36.
43. Tregeagle S., & Darcy M. (2008) Child welfare and information and communication technology: Today's challenge. *British Journal of Social Work*, 38 (8). 1481–1498.
44. Tsetsi E., & Rains S. A. (2017) Smartphone Internet access and use: Extending the digital divide and usage gap. *Mobile Media & Communication*, 5 (3). 239–255.
45. Van Deursen A. J., & Van Dijk J. A. (2019) The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access. *New media & society*, 21 (2). 354–375.
46. Van Deursen A., & Van Dijk J. (2011) Internet skills and the digital divide. *New media & society*, 13 (6). 893–911.

47. Van Dijk J. A. (2017) Digital divide: Impact of access. *The international encyclopedia of media effects*. 1–11.
48. Walker D. M., Hefner J. L., Fareed N., Huerta T. R., & McAlearney A.S. (2020) Exploring the digital divide: age and race disparities in use of an inpatient portal. *Telemedicine and e-Health*, 26 (5). 603–613.
49. Warf B. (2001) Segueways into cyberspace: Multiple geographies of the digital divide. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 28 (1). 3–19.
50. Warschauer M. (2002) Reconceptualizing the Digital Divide. *First Monday*, 7 (7) [Электронный ресурс]. Доступно по ссылке: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/967/888>.
51. Wresch W. (1996) *Disconnected: Haves and have-nots in the information age*. Rutgers University Press.
52. Ziemba P., & Becker J. (2019) Analysis of the digital divide using fuzzy forecasting. *Symmetry*, 11 (2). 166.

ГЛАВА 3.

Оценка уровня цифровизации социальных служб

Цифровизация на современном этапе развития общества является неизбежным условием функционирования всех секторов экономики, включая социальную сферу. Что приводит к целому ряду проблем, связанных с безопасностью клиентских данных, необходимостью адаптации современных цифровых технологий к сфере социального обслуживания, со спецификой клиентских групп и их уровнем владения цифровыми навыками и т.д. Очень часто социальные службы бывают не готовы к данным инновациям: персонал сам не владеет необходимым цифровым капиталом, клиенты не мотивированы на дистанционное взаимодействие, а техническая инфраструктура устарела и требует обновления. Для профилактики рисков, связанных с цифровой трансформацией сферы социального обслуживания, крайне актуально проведение регулярных мониторингов уровня цифровизации социальных служб, динамики перехода с аналоговых услуг на цифровые, удовлетворенности клиентов процессами цифровизации и т.п.

Поэтому цель данной главы — *рассмотреть различные международные и национальные индексы и методики оценки процессов цифровизации, обозначить их потенциал для анализа сферы социальных услуг, а также предложить авторскую методику, разработанную непосредственно для сферы социального обслуживания.*

1. Международные методики оценки уровня цифровизации

Для оценки эффективности процессов цифровой трансформации общества и экономики за рубежом разработаны и продолжают разрабатываться различные индексы, направленные на оценку уровня цифровизации.

Первая группа методик анализирует тенденции цифровой трансформации общества и экономики на уровне региона, страны или ее отдельных субъектов. Такие индексы очень важны для сравнения темпов цифровизации на межстрановом уровне, для выявления лидеров и аутсайдеров цифровой трансформации.

Индекс цифровой экономики и общества Европейского союза (International digital economy and society index — DESI).

Это составной индекс, публикуемый ежегодно Европейской комиссией с 2014 года и измеряющий прогресс цифровизации экономики и общества стран Евросоюза. DESI состоит из пяти основных блоков, которые объединяют в общей сложности 34 показателя (EU4Digital, 2018):

1. Возможности подключения (широкополосная связь и цены на нее).
2. Человеческий капитал (базовые и продвинутые навыки использования Интернета).
3. Использование гражданами интернет-услуг (контент, общение и онлайн-транзакции).
4. Интеграция цифровых технологий (оцифровка бизнеса и электронная коммерция).
5. Цифровые государственные услуги (электронное правительство и здравоохранение).

Расчитанные показатели сравниваются с 17 странами, не входящими в ЕС, в том числе с Россией, поскольку за основу взяты универсальные показатели, которые фиксируются государственными органами статистики большинства стран (рис. 1).

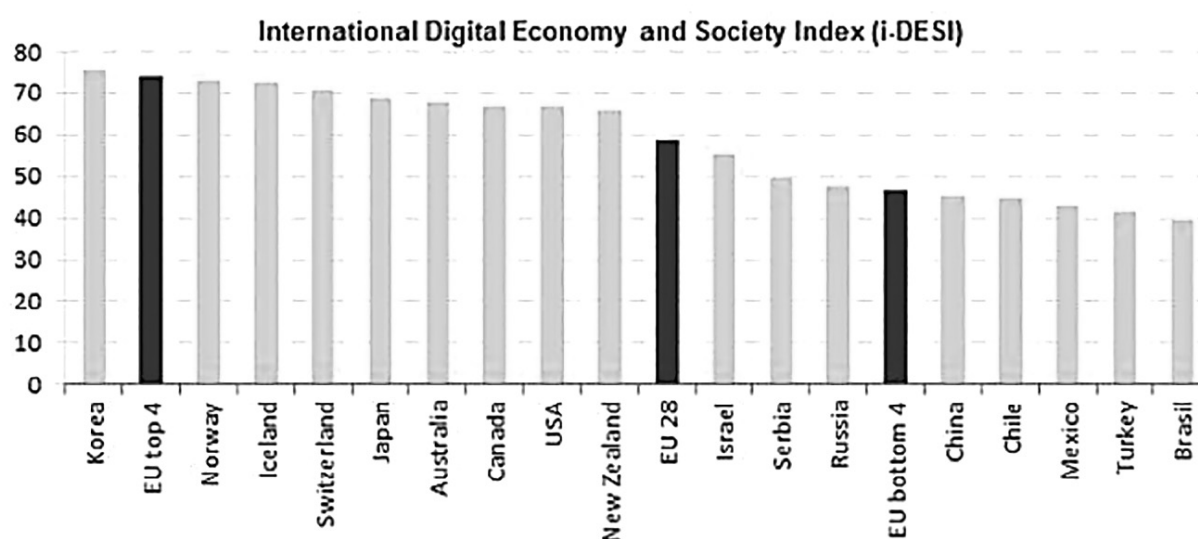


Рис. 1. Результаты DESI-2018. Цит. по: (EU4Digital 2018)

Расчеты, сделанные в 2018 г., демонстрируют, что четыре ведущих страны ЕС (Дания, Финляндия, Швеция и Нидерланды) входят в число мировых лидеров. Их уровень цифровизации уступает только Корею и превосходит такие страны, как США и Япония. В то же время сравнение показывает, что среднее значение цифровых показателей в странах ЕС (EU28) значительно ниже. Россия по уровню цифровой экономики и общества уступает 32 странам Евросоюза, опережая только Грецию, Италию, Болгарию и Румынию.

В целом данная методика оценивает в первую очередь техническую составляющую развития цифровых технологий, не принимая во внимание социальный эффект от их внедрения. Тем не менее результаты, полученные в рамках этой методики, можно использовать для оценки процессов цифровизации сферы социального обслуживания, например, для анализа готовности потенциальных клиентов к цифровому взаимодействию, степени доступности современных цифровых решений для организаций и граждан.

Ключевые параметры индекса — степень использования гражданами интернет-услуг в целом и цифровых государственных услуг в частности. Можно сказать, что это первый этап формирования у населения навыков цифрового взаимодействия в процессе получения социальных, общественно-полезных услуг. Активное развитие электронного правительства и здравоохранения является предпосылкой для ускоренной цифровой трансформации сферы социального обслуживания населения.

Индекс развития информационно-коммуникационных технологий (IDI — ICT Development Index).

Данный индекс рассчитывается по многим странам, в том числе и России, и включает в себя 11 показателей, сгруппированных в 3 категории: доступ, потребление, навыки. Каждому показателю и категориям присваивается свой вес в расчете общего индекса (International Telecommunication Union — a 2017).

1. Инфраструктура ИКТ и показатели доступа (количество пользователей фиксированной и мобильной связи на 100 жителей, доля компьютеризации и интернетизации домохозяйств, пропускная способность Интернета).
2. Показатели потребления ИКТ (доля граждан, пользующихся Интернетом, доля пользователей широкополосного и беспроводного Интернета на 100 граждан).

3. Показатели навыков использования ИКТ (уровень грамотности/образования взрослого населения — количество лет, потраченных на получение образования, доля граждан со средним и высшим образованием).

Таким образом, IDI — ICT Development Index используется преимущественно при оценке доступности ИКТ-технологий для граждан и уровня их внедрения в домохозяйства. Индекс можно использовать также для оценки потенциала внедрения цифровых и дистанционных социальных услуг при работе с гражданами.

Россия, согласно финальным расчетам по итогам 2017 г., находится на 45-м месте по уровню развития ИКТ из 176 стран (IDI 2017 Rank, 2017).

Таблица 1.

Результаты Индекса развития информационно-коммуникационных технологий (IDI) по итогам 2017 г.

Источник: (IDI 2017 Rank, 2017)

Страна	IDI 2016 Rank	IDI 2017 Rank	Страна	IDI 2016 Rank	IDI 2017 Rank
Россия	43	45	Россия	43	45
Исландия	2	1	Израиль	22	23
Республика Корея	1	2	Мальта	25	24
Швейцария	4	3	Бельгия	23	25
Дания	3	4	Макао	29	26
Великобритания	5	5	Испания	27	27
Гонг Конг	6	6	Кипр	31	28
Нидерланды	10	7	Канада	26	29
Норвегия	7	8	Андорра	28	30
Люксембург	9	9	Бахрейн	30	31
Япония	11	10	Беларусь	32	32
Швеция	8	11	Словения	33	33
Германия	13	12	Барбадос	37	34

Окончание таблицы 1.

Страна	IDI 2016 Rank	IDI 2017 Rank	Страна	IDI 2016 Rank	IDI 2017 Rank
Новая Зеландия	12	13	Латвия	40	35
Австралия	16	14	Хорватия	42	36
Франция	17	15	Сент-Китс и Невис	35	37
США	15	16	Греция	38	38
Эстония	14	17	Катар	36	39
Сингапур	20	18	ОАЭ	34	40
Монако	18	19	Литва	41	41
Ирландия	19	20	Уругвай	48	42
Австрия	24	21	Чехия	39	43
Финляндия	21	22	Португалия	44	44

Как можно увидеть из таблицы 1, Россию по уровню развития ИКТ-технологий опережают практически все страны Европы и мировые лидеры из других регионов. Тем не менее российский телекоммуникационный рынок динамично развивается, и государство стремится преодолеть цифровой разрыв между регионами и предоставить населению современные телекоммуникационные услуги путем создания благоприятной конкурентной среды, принятия нормативных актов и поддержки инфраструктуры. Несмотря на большие территории, услуги электросвязи доступны для большинства населения, а цены остаются на относительно низком уровне, по сравнению с другими странами. Поэтому барьером перед активным внедрением цифровых и дистанционных услуг в сферу социального обслуживания скорее является психологическая неготовность реальных и потенциальных клиентов, а также специалистов к такому формату взаимодействия, нежели ограничения технической инфраструктуры.

Вторая группа зарубежных методик и индексов концентрируется на оценке цифровизации организаций. Многие из них имеют большой потенциал для анализа учреждений сферы социального обслуживания, однако требуют существенной корректировки с учетом специфических особенностей деятельности и клиентских групп.

В первую очередь для организаций важна оценка цифровой зрелости, на основе которой выделяются ключевые направления для дальнейших трансформаций, изменений бизнес-процессов и формирования цифровой экосистемы. Существует несколько моделей оценки цифровой зрелости организации, которые представлены в сводной таблице 2.

Таблица 2.

Методики оценки цифровой зрелости организации

Название методики	Организация разработчик	Показатели оценки
Модель цифровой зрелости Digital Maturity Model (Kane et al., 2017)	Компания Deloitte	Включает в себя 179 показателей, объединенных в 5 групп — потребители, стратегия, технологии, производство, структура и культура организации. Это самый первый инструмент оценки цифровой зрелости организаций. Его можно использовать на любом этапе процесса цифровой трансформации, чтобы помочь определить слабые и сильные места, на которых нужно сосредоточить внимание
Индекс цифровой трансформации Digital Transformation Index (Little, 2015)	Аналитическое агентство Arthur D. Little	Индекс предполагает несколько направлений оценки: а) стратегия и руководство (<i>Strategy & Governance</i>); б) продукты и сервисы (<i>Products & Services</i>); в) управление клиентами (<i>Customer Management</i>); г) операции и цепочки поставок (<i>Operations & Supply Chain</i>); д) корпоративные сервисы и контроль (<i>Corporate Services & Control</i>); е) информационные технологии (<i>Information Technology</i>); ж) рабочее место и культура (<i>Workplace & Culture</i>). Результаты оценки представляются для каждой обследованной компании отдельно в виде диаграммы с учетом отраслевой специфики, что является существенным преимуществом методики, так как это позволяет организации видеть свои сильные и слабые стороны в сравнении с конкурентами и более эффективно выстраивать стратегию позиционирования

Продолжение таблицы 2.

Название методики	Организация разработчик	Показатели оценки
<p>Модель оценки цифровых способностей Digital Business Aptitude — DBA (KPMGInternational, 2016)</p>	<p>Компании KPMG</p>	<p>Модель предполагает 5 блоков оценки: видение и стратегия (<i>Vision & Strategy</i>), цифровые таланты (<i>Digital Talent</i>), ключевые цифровые процессы (<i>Digital First Processes</i>), гибкие источники и технологии (<i>Agile Sourcing & Technology</i>), руководство (<i>Governance</i>). Каждый блок включает в себя несколько показателей. Этот диагностический инструмент находится в открытом доступе и его можно, в отличие от предыдущих методик, использовать для самооценки. По итогам данные визуализируются в виде радара, на котором каждый блок показателей выделяется отдельным цветом. На графической схеме отражается также средний показатель среди всех организаций, прошедших самооценку, что дает руководству важную информацию для принятия решений по выбору направлений для дальнейшей цифровой трансформации</p>
<p>Цифровое пианино Digitization Piano (Global Center for Digital Business Transformation, 2015)</p>	<p>Глобальный центр трансформации цифрового бизнеса (Global Center for Digital Business Transformation)</p>	<p>Методика измеряет 7 категорий (нот) (<i>Transformation Category</i>): бизнес-модель (<i>Business Model</i>), организационная структура (<i>Structure</i>), сотрудники (<i>People</i>), процессы (<i>Processes</i>), ИТ-возможности (<i>IT Capability</i>), предложения (<i>Offerings</i>), модель взаимодействия (<i>Engagement Model</i>).</p> <p>По каждой из 7 категорий имеется перечень вопросов, ответив на которые можно составить план цифровых преобразований. Методика позволяет в большинстве случаев выявить разрыв между реальным и необходимым состоянием. В качестве рекомендаций для достижения максимального эффекта обычно предлагаются комплексные преобразования (музыкальные аккорды в терминологии методики)</p>

Окончание таблицы 2.

Название методики	Организация разработчик	Показатели оценки
Индекс зрелости Индустрии 4.0 Acatech (Wahlster et al., 2017)	Национальная академия наук и техники Германии	Индекс анализирует четыре ключевых направления цифровой трансформации: ресурсы, информационные системы, культуру и организационную структуру. Методика оценки достаточно сложная. Индекс рассчитывается в соответствии с этапами развития Индустрии 4.0 (информатизация, связанность, наглядность, прозрачность, предсказуемость, самокоррекция) с анализом корпоративных процессов по пяти областям (развитие, производство, логистика, обслуживание, маркетинг и продажи). Особое внимание уделяется анализу организационной структуры и культуры, так как от них зависит принятие и развитие цифровых инноваций
Блоки цифровой трансформации Blocks of Digital Transformation (Ionology, 2018)	Компания <i>Ionology</i>	Индекс включает в себя 5 блоков изменений: стратегия и культура (<i>Strategy & Culture</i>), персонал и клиенты (<i>Staff & Customer</i>), процессы и инновации (<i>Process & Innovation</i>), технологии (<i>Technology</i>), данные и аналитика (<i>Data & Analytics</i>). Методика позволяет быстро оценить готовность организации к цифровой трансформации и сравнить ее с аналогами в отрасли. Результатом тестирования по данной методике являются рекомендации по формированию стратегии цифровой трансформации

Наличие стратегии цифровой трансформации организации — это очень важный аспект ее конкурентоспособности. В современном мире эффективность деятельности напрямую зависит от используемых цифровых решений, которые необходимо воспринимать в первую очередь как инструменты, обеспечивающие рост и развитие организации. Цифровая зрелость предполагает выстраивание всех рабочих и управленческих процессов в логике цифровых решений. Достижение определенного уровня цифровой зрелости поднимает компанию на более высокий уровень среди конкурентов, обеспечивает финансовую устойчивость, способствует продвижению среди клиентов и партнеров, иными словами, становится необходимым условием выживания и конкурентоспособности.

Социальным учреждениям, в первую очередь НКО, также необходимо целенаправленно формировать и оценивать уровень своей цифровой зрелости в условиях глобальных процессов цифровой трансформации. В секторе социальных услуг цифровая зрелость может проявляться в использовании специализированных цифровых решений для планирования и управления финансовыми потоками, закупками, пожертвованиями, для ведения баз данных о благополучателях, донорах, стейкхолдерах и т.п.

Для первичной оценки готовности социальной организации к цифровизации можно выбрать «готовые модели» оценки цифровой зрелости, разработанные мировыми экспертами и компаниями, представленными в таблице 2. В дальнейшем, после апробации эти методики могут подвергаться коррекции с учетом специфики сферы социального обслуживания и типа учреждения.

Третья группа существующих методик разработана специально для сферы социальных услуг. Однако здесь речь идет о различных исследованиях (с проведением опроса или интервью), так как отдельные методики оценки уровня цифровизации социальной сферы, с расчетами сложных индексов на основе объективной статистической информации, на данный момент пока системно не разрабатываются.

Проблематика цифровизации НКО за рубежом изучается уже не первый год. Основная причина выбора некоммерческого сектора для подобных исследований, на наш взгляд, заключается в том, что НКО вольны самостоятельно определять стратегию и темпы цифровой трансформации, в отличие от государственных учреждений. Поэтому некоммерческие организации демонстрируют различные модели цифровизации, используют цифровые технологии дифференцированно и остро нуждаются в информации, которая позволит им быть более успешными в цифровой среде. Наибольший интерес представляют глобальные международные исследования, позволяющие делать межстрановые сравнения.

Цифровая платформа Nonprofit Tech for Good проводит подобные исследования с 2011 г. В 2019 г. в нем приняло участие 5721 НКО из 160 стран. Опрос был опубликован на английском, французском, португальском и испанском языках для охвата большего количества организаций. Доклад *The Global NGO Technology* (Глобальные технологии НКО), подготовленный по итогам исследования, содержит данные об использовании цифровых технологий в сфере фандрайзинга, коммуникаций посредством web-сайта, email и социальных сетей,

применении современных цифровых решений (блокчейн, машинное обучение, виртуальная и дополненная реальность, облачные вычисления и т.п.) в управлении организацией. Статистика приводится по каждому укрупненному региону (США и Канада, Латинская Америка, Африка, Азия, Австралия и Новая Зеландия, Европа) в отдельности. Российские НКО в данном исследовании отдельно не анализировались, а рассматривали в категории «Азия».

Общие выводы свидетельствуют о том, что НКО активно используют возможности онлайн коммуникаций и онлайн фандрайзинга, они представлены практически во всех социальных сетях и активно взаимодействуют со своей аудиторией (Nonprofit Tech for Good, 2019).

Достоинством данной методики является большой объем собираемых данных. Ее можно использовать не только как прикладной инструмент для планирования собственных исследований, а как рекомендации и руководство к деятельности для российских НКО. В частности, сводные результаты содержат пул эффективных цифровых инструментов фандрайзинга, протестированных тысячами НКО по всему миру. К таким технологиям относятся: официальные сайты (с возможностью сделать пожертвование), email-рассылки, все виды краудфандинга, социальные сети, мессенджеры, фандрайзинговые видео, инфографика, подкасты, кейсы и многое другое. Российские НКО после знакомства с результатами данного исследования смогут скорректировать свою коммуникационную и фандрайзинговую политику в соответствии с современными мировыми трендами.

На данный момент проходит сбор данных очередной исследовательской волны. Опросник опубликован на сайте Nonprofit Tech for Good¹. Предварительные результаты обрабатываются в реальном времени и находятся в открытом доступе для всех желающих и могут быть использованы в любом виде в соответствии с политикой Open data. НКО и благотворительные организации могут использовать данные для разработки стратегий цифрового маркетинга и фандрайзинга, для разработки стратегии контент-маркетинга (сообщения в блогах, отчеты, вебинары и т.п.), для написания статей в рамках исследовательских проектов и т.д.

¹ [Электронный ресурс]. Режим доступа: The Global NGO Technology, <https://www.nptechforgood.com/open-data-project>.

Другое международное исследование *Information and Communication Technology for Non Government Organization-ICT4NGO* («Информационные и коммуникационные технологии для неправительственных организаций») (Dani et al., 2019) было проведено в пяти европейских странах при поддержке программы Европейского союза Erasmus+. Оно предполагало проведение полуструктурированных интервью с экспертами, анализ статистических данных, отчетов, официальных сайтов НКО и представляло собой обзор «лучших цифровых практик». Были описаны цифровое управление, облачные сервисы, 3D-печать, Mozilla Open Badges, Интернет вещей и оценена их актуальность внедрения в деятельность НКО. Перспективными были признаны: цифровое управление персоналом и волонтерами, облачные инструменты для привлечения партнеров и бенефициаров, цифровые краудфандинговые платформы. Все эти решения обеспечивают масштабируемость, более легкий доступ к ресурсам, снижают финансовую нагрузку.

Выделенные цифровые технологии сопровождаются подробным описанием успешных кейсов, поэтому результаты исследования актуальны для ознакомления с последующей адаптацией и тиражированием в других некоммерческих организациях. Методология «лучших практик» — это эффективный инструмент оценки инноваций не только в сфере бизнеса, но и в сфере социальных услуг, который достаточно легко реализовать. Однако для этого необходим предварительный анализ и глубокое погружение в проблему, чтобы сформулировать критерии для описания и оценки кейсов. Эти критерии российские НКО и исследователи могут сформулировать самостоятельно, а могут на начальных этапах воспользоваться методологическими принципами ICT4NGO. Базируясь на результатах данного исследования, была разработана методика самодиагностики уровня цифровой зрелости, которая размещена на официальном сайте проекта². По итогам оценки автоматически формируются рекомендации и образовательные материалы для развития цифровых компетенций и навыков.

Британская организация Skills Platform с 2017 г. проводит исследование *Charity Digital Skills* («Благотворительность в области цифровых технологий»), посвященное стимулам и барьерам в развитии цифровых навыков благотворительных организаций

² [Электронный ресурс]. Режим доступа: ICT4NGO, <https://www.ict4ngo.org>.

В 2020 г. в исследовании приняло участие 429 экспертов благотворительной сферы Великобритании. Параметры, по которым производились измерения, включали в себя: цифровые потребности в период пандемии, цифровое финансирование, инвестиции в цифровые технологии, барьеры цифровизации, наличие/отсутствие стратегии цифровизации, цифровые приоритеты, цифровое лидерство и цифровое продвижение, цифровые навыки персонала, доноров и бенефициаров, цифровые коммуникации и фандрайзинг, авторские цифровые продукты (Skillsplatform, 2020).

В 2021 г. из-за неблагоприятной эпидемиологической ситуации количество экспертов сократилось до 365, при этом расширились исследовательские задачи и параметры анализа. А именно, как повлияла пандемия на темпы внедрения цифровых технологий и в какой поддержке нуждаются благотворительные организации в процессе их цифровой трансформации, в том числе в период постпандемии для сохранения тех цифровых инноваций, которые были вынужденно внедрены в их деятельность (Skillsplatform, 2021)?

Данное исследование имеет комплексный характер, затрагивает самые различные аспекты цифровизации, включает в себя как открытые, так и закрытые вопросы, что позволяет, с одной стороны, провести количественную оценку и визуализировать полученные данные в виде графиков, а с другой стороны, детализировать некоторые спорные и сложные моменты с помощью полных и развернутых комментариев. Несмотря на то что Charity Digital Skills концентрируется только на благотворительных организациях, в целом фиксирует достаточно схожие тенденции для всего некоммерческого сектора.

Для оценки цифровой зрелости американская некоммерческая организация The NetHope Solutions Center разработала инструмент *The Digital Nonprofit Ability (DNA) Assessment* — «Оценка цифровых возможностей НКО». Методика измеряет готовность организации к цифровой трансформации, оценивает слабые и сильные стороны цифровизации по 6 категориям (готовность, процессы, технологии, данные, инвестиции, люди). Опросник размещен на сайте организации³ и включает в себя 76 высказываний относительно цифровой культуры и стратегии организации, которые нужно оценить по 5-балльной шкале, где 0 — отсутствует, 4 — имеется в полной мере. Это

³ The Digital Nonprofit Ability (DNA) Assessment [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nethope.typeform.com/to/dUfqgg>.

эффективный инструмент для самооценки и понимания уровня своей цифровой зрелости в сравнении с другими организациями некоммерческого сектора. То есть, по сути это технология бенчмаркинга, позволяющая отследить свое место в сравнении с более сильными и слабыми игроками третьего сектора и в дальнейшем выстроить эффективную стратегию развития.

По итогам заполнения опросника организация получает персональные результаты с построением карты уровня цифровизации, которая разбита на 4 сектора (The NetHope Solutions Center, 2018):

1. Технологические (Tech-Enabled). Первый этап на пути цифровой трансформации, когда организация использует технологии как вспомогательное средство для достижения цели. Поэтому персонал часто обучается только минимальным цифровым навыкам, основной функционал выполняют IT-специалисты. Организации не доверяют современным технологиям, используют их периодически, предпочитают аналоговые формы работы, подстраивают цифровые решения под существующие процессы.
2. Автоматизированные (Automated). Акцент делается на внутренних информационных ресурсах управления, контроля финансов и клиентской базы. Данные собираются, но не используются для принятия стратегических решений. Такие организации отличает предсказуемость, разделение функционала сотрудников в автоматизированных системах, ограниченные технические навыки персонала (заточенность на выполнение определенной функции).
3. Взаимодействующие (Connected). Такие организации ориентируются, в первую очередь, на получателей услуг. Основная задача — предоставить качественные услуги клиентам посредством цифровых сервисов и решений, обучить персонал цифровым навыкам взаимодействия. Технологии используются для выявления предпочтений клиентов, получения от них обратной связи. Инвестиции в цифровизацию определяются социальным эффектом от их внедрения. Часто используются авторские технологии ввиду нецелесообразности их тиражирования и заимствования.
4. Цифровые (Digital). Такие организации имеют гибкую цифровую культуру, ориентированную одновременно и на внутреннее управление, и на благополучателей. Характерны

свободный обмен данными, оптимизация всех процессов посредством цифровых технологий, работа на цифровых платформах, в том числе и создание собственных. Цифровые навыки считаются обязательными для персонала, поощряется совместная работа над одной задачей.

Результатом всех расчетов является карта позиционирования, на которой нанесена точка среднего значения по всему массиву, которая наглядно демонстрирует уровень цифровизации НКО, принявших участие в исследовании (рис. 2).

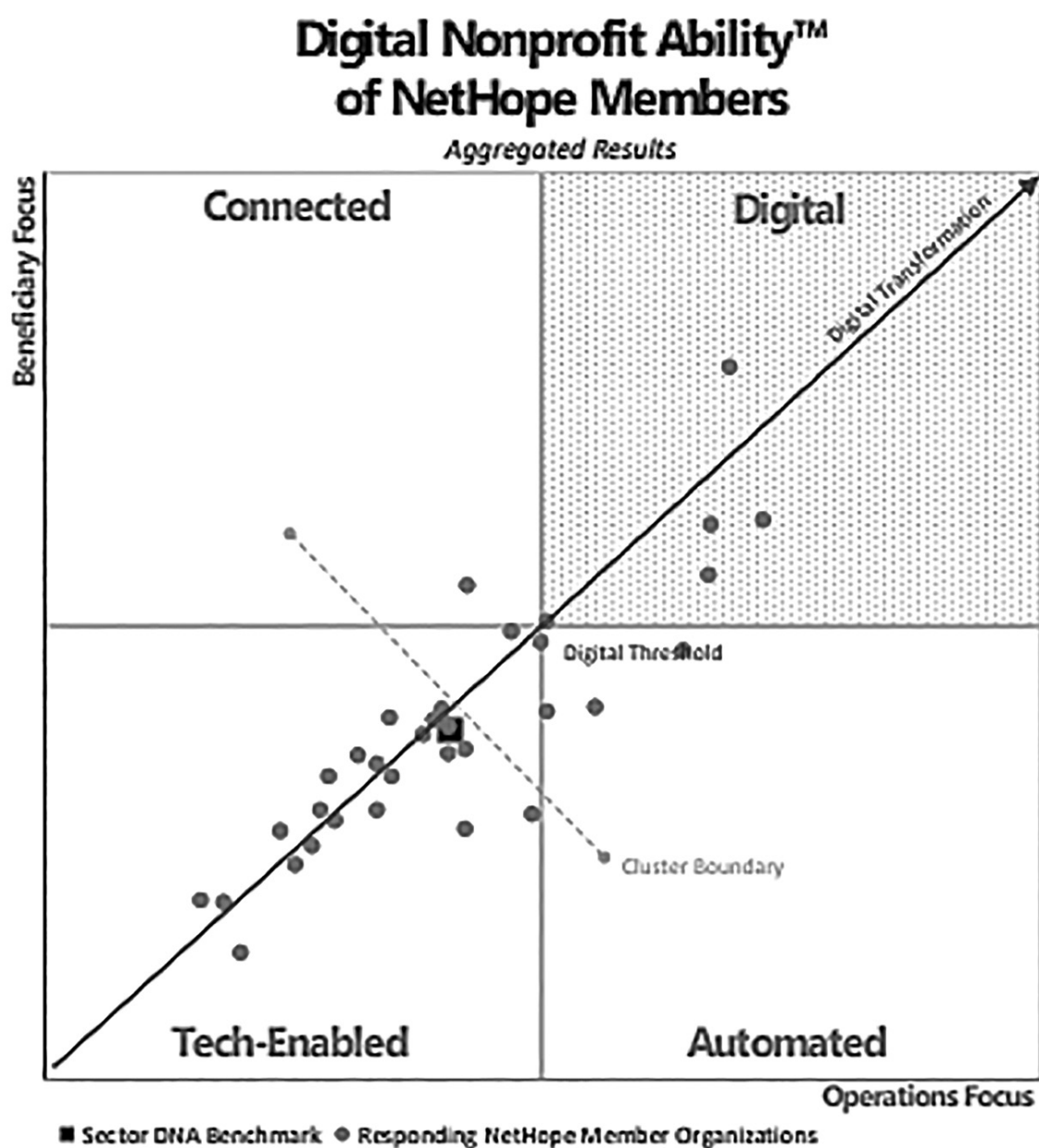


Рис. 2. Квадранты цифровых возможностей НКО

Цит. no: (The NetHope Solutions Center, 2018)

Таким образом, исследование *Digital Nonprofit Ability (DNA) Assessment* показывает, с одной стороны, отношение НКО к цифровым преобразованиям, а с другой стороны, позволяет типологизировать некоммерческие организации по уровню цифровизации. Российские НКО, пройдя самодиагностику по данной методике, смогут не только увидеть уровень своей готовности к цифровой трансформации, но и увидеть свою позицию среди других организаций, принявших участие в данном исследовании.

Подводя итоги анализа зарубежных методик, можно отметить, что системная оценка уровня цифровизации за рубежом проводится уже в течение нескольких лет. Приоритет отдается межстрановым методикам, которые позволяют проводить сравнения различных регионов и рейтинговать их в зависимости от масштабов цифровой трансформации. Большинство подобных исследований включают в себя и Россию, что важно для понимания динамики внедрения цифровых технологий в нашей стране и темпов отставания от стран — лидеров цифровизации. Несмотря на то что общие межстрановые индексы не рассматривают социальную сферу в отдельности, тем не менее их результаты могут свидетельствовать о готовности российских граждан к работе и взаимодействию в цифровой среде, которая на данный момент пока недостаточно высокая.

Большой интерес заслуживают методики оценки цифровой зрелости организаций и особенно цифровой трансформации некоммерческого сектора. На выходе данные исследования предлагают профессиональному сообществу пул успешных цифровых практик, которые будут полезны российским НКО, находящимся еще только в начале процесса цифровой трансформации.

2. Российские методики оценки уровня цифровизации

Российские индексы цифровизации разрабатываются с учетом национальной специфики и тех тенденций, которые характерны непосредственно для нашей страны. Значимую роль в обосновании методологии и создании инструментариев оценки играют различные образовательные и научно-исследовательские организации, выступая профессиональным экспертным сообществом.

Используемые в России методы оценки уровня цифровизации можно типологизировать в несколько групп.

В первую очередь, стоит выделить всероссийские и региональные индексы, которые анализируют уровень цифровизации в целом по стране, с детализацией информации по отдельным субъектам РФ. Часть из них разрабатывается совместно с зарубежными партнерами (например, с Всемирным банком) и применяется для межстранового сравнения, как и международные индексы, представленные в предыдущем параграфе.

Московская школа управления СКОЛКОВО предложила *методологию расчета индекса «Цифровая Россия»*, направленную на оценку восприятия процессов цифровизации, происходящих в субъектах РФ.

Данная методика предполагает оценку уровня цифровизации всех 85 субъектов РФ и представляет собой сложный индекс на основе 7 параметров/факторов (Методология расчета индекса «Цифровая Россия» субъектов Российской Федерации, 2018):

1. Нормативное регулирование и административные показатели цифровизации.
2. Специализированные кадры и учебные программы.
3. Наличие и формирование исследовательских компетенций и технологических заделов, включая уровень научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.
4. Информационная инфраструктура.
5. Информационная безопасность.
6. Экономические показатели цифровизации.
7. Социальный эффект от внедрения цифровизации.

Принципиальная особенность индекса «Цифровая Россия» заключается в том, что базой для его расчета являются открытые данные и источники, а также документы, опубликованные на различных справочных, информационных и прочих ресурсах. По сути, в данном случае оценивается уровень рефлексии процессов цифровизации в публичном пространстве каждого отдельно взятого региона РФ. Подобная методология, с одной стороны, позволяет включить разнообразные источники данных, которые будут выходить далеко за пределы официальной государственной статистики, но, с другой стороны, она имеет высокий уровень субъективности, так как базируется на экспертной оценке на всех стадиях расчета показателей и не применима в чистом виде для оценки уровня цифровизации отдельных секторов экономики и типов организаций. Однако сам алгоритм работы с открытыми данными можно адаптировать под более узкие задачи, отрасли и сектора экономики, используя его, в частности, для анализа публичного обсуждения результатов цифровизации сферы

социального обслуживания на региональном уровне, поскольку на данный момент это не измеряется.

В данном случае в качестве первичных данных могут быть использованы публикации из трех типов источников: официальные документы, законы и иные нормативные акты, а также публикации из официальных ресурсов органов государственной власти (gov.ru) и публикации из наиболее достоверных открытых источников (информационные базы государственных информагентств, а также наиболее репрезентативные местные СМИ).

Вторая методика — *DECA Russia — Digital Economy Country Assessment* («Оценка страновой цифровой экономики») была разработана Всемирным банком специально для РФ в сотрудничестве с Институтом развития информационного общества, Национальным центром цифровой экономики МГУ, Финансовым университетом при Правительстве РФ и др. профильными научными подразделениями. Идея создания данной методики появилась одновременно с подготовкой программы «Цифровая экономика Российской Федерации». DECA Russia включает в себя три основных блока показателей (Анализ текущего состояния развития цифровой экономики в России, 2018):

1. Факторы развития цифровой экономики:
 - нецифровые факторы (государственная политика, человеческий капитал, деловая среда, информационная безопасность, доверие и т.п.);
 - цифровая инфраструктура;
 - производство цифровых товаров и услуг.
2. Уровень использования цифровых технологий в ключевых сферах деятельности, а также домохозяйствами и населением.
3. Воздействие цифровых технологий на социально-экономическое развитие (экономический рост, рабочие места, качество услуг и т.д.).

В анализе учитываются данные Росстата и ведомственная статистика (Минкомсвязь, Минздрав, Минобрнауки и т.д.), данные глобальных рейтингов (Глобальный индекс кибербезопасности Международного союза электросвязи, Индекс человеческого капитала Всемирного экономического форума, Индекс развития электронного правительства Департамента экономического и социального развития ООН и многих других), а также результаты экспертных интервью.

В докладе, подготовленном по результатам апробации данной методики, представлен итоговый уровень цифровизации РФ по всем критериям (рис. 3) с использованием 5-балльной шкалы, где 1 — начальный уровень, а 5 — высокий уровень.



Рис. 3. Интегральный набор оценок по основным направлениям анализа уровня развития цифровой экономики РФ, согласно методике DECA Russia.

Цит. по: (Анализ текущего состояния развития цифровой экономики в России, 2018)

Из рисунка 3 видно, что в России наблюдается неравномерность процессов цифровой трансформации. Можно отметить, что на момент экспертизы выявилась ориентация нашей страны на техническую сторону цифровизации (технологии, инфраструктура, платформы, безопасность) и кадровое обеспечение. Очевидно, что акцент делается на «оцифровке» аналоговых услуг и данных, а также подготовке технических специалистов, которые будут способны работать в цифровой среде, с цифровыми устройствами и данными.

При этом цифровая трансформация государственного сектора, бизнеса, науки существенно отстает, также как уровень цифровой грамотности граждан.

Таким образом, методика DECA Russia демонстрирует позицию России по множеству показателей и позволяет понять, какое место она занимает в общем страновом рейтинге цифровизации. Несмотря на то что DECA Russia не сосредотачивается на детальной оценке отдельных секторов экономики, ее результаты позволяют косвенно оценить потенциал цифровых инноваций в социальной сфере. Например, можно использовать критерий «Цифровые граждане» для оценки готовности широких слоев населения к получению социальных услуг, взаимодействию с учреждениями и специалистами в цифровом виде. Согласно последним данным, значение этого показателя находится на среднем уровне (3 балла по 5-балльной шкале), что косвенно свидетельствует о том, что доля реальных и потенциальных клиентов социальных служб, готовых к дистанционному взаимодействию, вряд ли будет превышать 50%.

Схожим потенциалом и функционалом с DECA Russia обладает **Национальный индекс развития Цифровой экономики для межстранового сопоставления (Госкорпорация «Росатом»)**.

Данный национальный индекс во многом повторяет методику Всемирного банка и включает в себя показатели готовности страны к использованию цифровых технологий, степень их проникновения в различные отрасли экономики, оценку социально-экономических эффектов цифровой трансформации с учетом стратегических приоритетов Российской Федерации в сфере развития цифровой экономики.

Таким образом, Национальный индекс также нацелен на комплексный анализ общего уровня цифровизации с акцентом на некоторые отрасли экономики.

Пилотные расчеты были произведены и опубликованы в 2018 г., к учету было принято около 200 показателей. Россия из 32 стран заняла 23-е место.

На рисунке 4 (Национальный индекс развития цифровой экономики, 2018) представлен уровень развития цифровой экономики, на котором видно, что наша страна имеет как очевидные сильные стороны — достижения в сфере цифрового правительства и кибербезопасности, так и слабые зоны — в сфере цифровизации науки, государственной политики и цифровой грамотности граждан.

Таким образом, первая группа национальных методик предполагает расчет сложных, составных индексов, которые позволяют оценить общий уровень цифровизации нашей страны. Схожесть с зарубежными методиками позволяет сравнить позицию России с другими



Рис. 4. Интегральный набор оценок по основным направлениям анализа, согласно методике Национальный индекс развития Цифровой экономики.

Цит. по: (Национальный индекс развития цифровой экономики, 2018)

странами. Результаты приведенных выше индексов демонстрируют в целом схожие результаты, несмотря на разную методологию сбора данных. Следует обратить внимание на низкие цифровые компетенции граждан, что может стать серьезным барьером на пути активной цифровой трансформации всех сфер экономики, в том числе и сферы социального обслуживания.

Вторая группа национальных методик детально оценивает цифровую грамотность граждан, их умение контактировать с цифровой средой (работать, взаимодействовать, общаться, искать информацию и т.п.) и пользоваться возможностями цифровой инфраструктуры.

Пятифакторная методика оценки уровня цифровой грамотности НАФИ.

В рамках данной методики под цифровой грамотностью понимается система знаний, навыков и установок, позволяющая человеку

эффективно решать задачи в цифровой среде (Баймуратова и др., 2018). Для расчета уровня цифровой грамотности в 2018 г. использовались (Баймуратова и др., 2018) данные кабинетного исследования по открытым источникам, результаты экспертного телефонного опроса представителей бизнеса ($n = 500$) и репрезентативного опроса населения ($n = 1600$). То есть, в отличие от предыдущих методик, данный индекс рассчитывался не только на количественных статистических данных, но и на основе информации, полученной непосредственно от пользователей цифровых данных и технологий. Все показатели адаптированы экспертами НАФИ для российской цифровой реальности, учитывая отечественное законодательство, особенности информационной инфраструктуры, государственные цифровые сервисы и пр.

С 2020 г. опросник доступен для всех желающих оценить свои цифровые компетенции на онлайн-платформе «Цифровой гражданин»⁴. В процессе тестирования необходимо ответить на 64 вопроса содержательного характера. Общая база содержит более 1000 вопросов, поэтому каждый тестируемый получает уникальный набор вопросов. В результате можно самостоятельно оценить свой уровень цифровой грамотности и получить рекомендации по его повышению.

Содержательно данная методика берет за основу пять составляющих цифровой грамотности:

1. Информационная грамотность (умение работать с цифровым контентом, а именно создавать, находить, комбинировать и анализировать информацию).
2. Компьютерная грамотность (понимание устройства компьютера и ПО, технические умения работы за компьютером).
3. Коммуникативная грамотность (навыки общения в цифровой среде, в социальных сетях).
4. Медиаграмотность (способность оценивать, ориентироваться в медиа-среде, а также создавать контент).
5. Отношение к инновациям (использование в жизни разных технологий и инструментов для работы в цифровом пространстве).

Результаты расчета индекса показали, что цифровая грамотность россиян находится на среднем уровне (51,6 из 100 возможных).

4 Пятифакторная методика оценки уровня цифровой грамотности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://it-gramota.ru>.

Значимых гендерных различий нет. Однако по типу населенного пункта наблюдаются существенные различия: так, в Москве и Санкт-Петербурге, а также в городах-миллионниках индекс цифровой грамотности россиян равен 59, а в сельской местности — 49. Значение индекса также коррелирует с уровнем образования и возрастом. Молодежь и люди с высшим образованием демонстрируют более высокий уровень цифровых компетенций.

Данные показатели необходимо учитывать при внедрении цифровых инноваций в социальную сферу, так как большая часть клиентов (пожилые, жители сельских территорий, малообразованные люди в трудной жизненной ситуации и т.п.) будут не готовы к цифровым услугам и цифровому взаимодействию.

Оценка уровня цифровой грамотности граждан Российской Федерации (РОЦИТ, 2017).

Региональная общественная организация «Центр интернет-технологий» (РОЦИТ) ставила перед собой цель — измерение уровня знаний и умений населения, необходимых для безопасного и эффективного использования цифровых технологий и ресурсов Интернета. Методика включала в себя три блока параметров:

1. Цифровое потребление (охват фиксированного и мобильного Интернета, наличие цифровых устройств в личном потреблении, уровень потребления социальных сетей, цифровых государственных услуг, новостной информации в Интернете, количество зарегистрированных СМИ на душу населения);
2. Цифровые компетенции (поиск информации и проверка ее на достоверность, социальные сети, мобильные средства коммуникации, онлайн торговля и банкинг, создание мультимедийного контента для Интернета);
3. Цифровая безопасность (защита персональных данных, отношение к пиратскому ПО и медийному контенту, навыки защиты и борьбы с вирусами, культура взаимодействия в социальных сетях, соблюдение этических норм при размещении цифрового контента).

Таким образом, индекс РОЦИТ позволяет рассчитать среднюю оценку уровня цифровой грамотности всех россиян с детализацией по каждому федеральному округу, с последующим их рейтингованием.

Данные собирались с помощью специализированного онлайн-опроса населения по квотной выборке, а также были использованы

результаты двух проектов «TNS Россия», в которых замерялся охват стационарного и мобильного Интернета, уровень потребления социальных медиа. Для расчета некоторых параметров задействовалась официальная статистика Росстата и Роскомнадзора.

Индексы НАФИ и РОЦИТ позволяют оценить уровень и качество цифрового капитала у реальных и потенциальных клиентов социальных служб, в первую очередь их коммуникативную, компьютерную и информационную грамотность, умение ориентироваться и работать в онлайн-среде, находить и отбирать информацию, взаимодействовать с социальными учреждениями дистанционно и впоследствии получать часть услуг в цифровом виде.

Третья категория национальных методик предполагает оценку спроса и предложения на цифровую инфраструктуру.

Индекс цифровой жизни (СКОЛКОВО)

Исследование проводилось в 2014–2015 гг. (Цифровая жизнь российских мегаполисов, 2016) и 2020 г. (Цифровая жизнь российских регионов, 2020). Для составления индекса в 2015 г. были выбраны 15 российских городов, население которых, согласно данным Федеральной службы государственной статистики, составляло на 2014 г. более 1 млн человек: Москва, Санкт-Петербург, Казань, Волгоград, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Самара, Челябинск, Омск, Ростов-на-Дону, Уфа, Красноярск, Пермь, Воронеж.

В 2020 г. перечень городов для анализа увеличился до 31, в выборку были включены вторые крупные города в регионах, а также выборочно малые и средние города.

В каждом городе оценивались семь сфер применения цифровых технологий: транспорт, финансы, торговля, здравоохранение, образование, медиа, государственное управление. Все показатели были разделены на два блока: спрос и предложение на объекты цифровой инфраструктуры.

Для анализа спроса использовались данные, свидетельствующие о степени активности и заинтересованности интернет-пользователей в имеющейся цифровой инфраструктуре: количество поисковых запросов в системах Google и «Яндекс», связанных с интересующими жителей города цифровыми сервисами, активность жителей городов в социальных сетях.

Для анализа предложения использовались показатели, свидетельствующие о наличии и степени развития цифровой инфраструктуры: онлайн-функционал интернет-ресурсов по 7 блокам исследования,

удобство использования порталов и полнота предоставляемых услуг, количество услуг на региональных порталах государственных и муниципальных услуг, количество образовательных массовых открытых онлайн-курсов (МООС), которые предоставляют высшие учебные заведения, количество отделений банков и пунктов выдачи интернет-магазинов, цитируемость региональных СМИ.

Таким образом, методика нацелена в первую очередь на анализ процессов вторичной цифровизации, которая подразумевает интенсивность использования существующей инфраструктуры, наличие навыков и цифровых компетенций у пользователей. Исследователи выявили существенные цифровые разрывы между российскими регионами. И их расчеты показали, что экономические факторы не играют существенной роли в развитии вторичной цифровизации. Определяющими являются факторы человеческого капитала и качества региональной цифровой политики, что вполне согласуется с данными других международных исследований. Поскольку конкретных количественных метрик, описывающих фактор качества региональной цифровой политики, на данный момент не существует, то в рамках Индекса цифровой жизни был использован ряд прокси-метрик, выражающих общее состояние политической ситуации — качество городской среды, длительность пребывания губернатора на посту, место губернатора в «Национальном рейтинге губернаторов», результаты «Единой России» на предыдущих выборах.

Если говорить о сфере предоставления социальных услуг, то уровень предложений цифровой инфраструктуры на региональном уровне еще незначительный, спрос на цифровые услуги у потенциальных клиентов социальных служб еще не сформировался, поэтому данная методика еще пока обладает низким потенциалом для анализа процессов цифровой трансформации социальной сферы. Однако в дальнейшем, с переходом данной сферы на этап вторичной цифровизации, анализ спроса и предложения на цифровую инфраструктуру будет чрезвычайно актуальным направлением исследования.

Четвертая группа методик и индексов концентрируется на оценке цифровизации организаций сферы социального обслуживания населения.

Оценка процессов цифровой трансформации государственного сектора проводится отдельно от некоммерческого, что не позволяет увидеть общие тенденции, провести детальное сравнение и выделить модели цифровой трансформации. Однако работа в данном

перспективном направлении проводится, хотя на данный момент ей не хватает комплексности и системности.

Несмотря на то что социальные учреждения стали объектом подобного анализа относительно недавно, российскими исследователями уже получены определенные результаты. В частности, Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ВШЭ под руководством Ирины Мерсияновой разработал **Индекс цифровых компетенций НКО**. Это специализированная методика, направленная на анализ использования некоммерческими организациями современных цифровых технологий, которая предполагает среднюю оценку по 4 направлениям:

- 1) информирование о деятельности организации («цифровое присутствие»);
- 2) обеспечение внутренних рабочих процессов («цифровая инфраструктура»);
- 3) коммуникации с целевыми аудиториями («цифровые коммуникации»);
- 4) привлечение ресурсов («цифровой фандрайзинг»).

Оценка для каждой организации рассчитывается по десятибалльной шкале пропорционально количеству инструментов, используемых НКО.

Замеры, произведенные по этой методике в 2019 и 2021 гг., свидетельствуют о том, что уровень цифровизации некоммерческого сектора еще относительно невысок и положительная динамика за период пандемии COVID-19 очень незначительная (+0,4 балла). Максимально высокие значения НКО имеют по показателю цифровой коммуникации с клиентскими группами, используя для этого самые разнообразные источники. А ситуация вынужденной изоляции и карантина в период пандемии частично простимулировала НКО к развитию цифровой инфраструктуры в части использования облачных сервисов, программ-планировщиков, цифровых платформ и корпоративных порталов (Агентство социальной информации, 2021).

Подобную методику целесообразно использовать и для государственных социальных учреждений, чтобы провести сравнение уровня цифровых компетенций поставщиков социальных услуг разных организационно-правовых форм.

Процессы цифровизации российских НКО становятся предметом анализа и других исследований. Так, Фонд целевого капитала «Истоки» и Ассоциация грантодающих организаций «Форум Доноров»

в 2019–2020 гг. провели **комплексную диагностику вовлеченности российских благотворительных организаций в цифровую трансформацию** (Форум Доноров, 2020). В исследовании приняла участие 71 благотворительная организация из 24 регионов России. В методику были заложены следующие параметры: цель использования цифровых технологий, наличие стратегии цифровой трансформации, направления деятельности с использованием цифровых решений, операционные процессы, переведенные в цифровой формат, планируемые цифровые инновации, барьеры цифровизации и т.д. В числе прочих показателей была представлена цифровая зрелость российских благотворительных организаций (рис. 5). Однако это не расчетный индекс по целому ряду показателей, как это было представлено в предыдущем параграфе, посвященном международным методикам, а самооценка руководителями наличия/отсутствия в организации стратегии цифровой трансформации.



Рис. 5. Степень цифровой зрелости благотворительных организаций.

Цит. по: (Форум Доноров, 2020)

Исследование показало, что только малая доля обследованных НКО (4%) достигла стадии цифровой зрелости, и это преимущественно крупные корпоративные фонды с большим количеством сотрудников, клиентов и доноров. 25% отметили, что уже разработали стратегию

цифровой трансформации и находятся на той или иной стадии ее реализации. Это достаточно высокие показатели даже для сферы бизнеса, который раньше встал на путь цифровизации. Все-таки самооценка руководителя вместо детального анализа всех рабочих процессов обладает высоким уровнем субъективности и существенно уступает методикам, в рамках которых рассчитываются сложные многосоставные индексы.

В 2020–2021 гг. Центр оценки общественных инициатив ИППИ НИУ ВШЭ при поддержке программы «Центр развития филантропии» Благотворительного фонда Владимира Потанина и в партнерстве с Благотворительным фондом поддержки и развития социальных программ «Социальный навигатор» провел исследование **«Цифровизация некоммерческого сектора: готовность, барьеры и эффекты»**. В нем приняло участие 142 НКО. Одной из задач была типологизация некоммерческих организаций по уровню цифровизации. Для этого использовался кластерный анализ на базе 17 утверждений, оцененных по 5-балльной шкале, а также вопроса о частоте использования в практической деятельности 24 цифровых технологий. Часть утверждений были заимствованы и адаптированы из опросника Digital Maturity Matrix, т.е. фактически и в этом исследовании была предпринята попытка оценить уровень цифровой зрелости. В таблице 3 представлены результаты кластерного анализа уровня цифровизации НКО (Скокова, Корнеева, Краснопольская и др., 2021).

Таблица 3.

Типология НКО по уровню цифровизации

Цит. по: (Скокова, Корнеева, Краснопольская и др., 2021)

Уровни цифровизации	Типы НКО	Ср. кол-во используемых решений
ЛИДЕРЫ (13%): высокий уровень цифровизации НКО	Фонды, НКО, работающие на уровне РФ в целом С большим числом сотрудников (10+) и волонтеров (30+) С руководителем не старше 40 лет НКО с диверсифицированной структурой финансирования (5+)	18

Окончание таблицы 3.

Уровни цифровизации	Типы НКО	Ср. кол-во используемых решений
ДОГОНЯЮЩИЕ (71%): средний уровень цифровизации НКО	АНО НКО с количеством сотрудников до 10 человек С руководителем в возрасте 51–60 лет Нет финансирования	12
ОТСТАЮЩИЕ (16%): низкий уровень цифровизации НКО	Локальные, общественные Нет сотрудников и волонтеров Возраст руководителя старше 60 лет	9

Таким образом, уровень цифровизации напрямую зависит от размера организации, возраста руководителя и особенностей финансирования. На практике отдельный бюджет на цифровизацию могут позволить себе только крупные НКО, фандрайзинговые и благотворительные фонды, имеющие много доноров, особенно из числа физических лиц. Если доминирование доноров — физических лиц стимулирует НКО на ускоренное внедрение цифровых решений для автоматизации финансовых потоков, то наличие партнеров-спонсоров, наоборот, «удлиняет» инвестиции в цифровизацию.

В целом исследования цифровизации некоммерческого сектора более глубокие, нежели государственных учреждений, методики оценки которых имеют формальный характер. Это связано с тем, что деятельность НКО более многогранна, некоммерческие организации могут самостоятельно выбирать цифровую политику и те цифровые решения, которые они хотят внедрить в свою практику. Очень часто НКО испытывают финансовые трудности, которые не позволяют им системно работать над формированием цифровой зрелости и цифровизации своих услуг. То есть некоммерческий сектор сталкивается с большим количеством барьеров и противоречий на пути цифровой трансформации, проигрывает государственному сектору по многим показателям цифровизации, и поэтому становится более интересным объектом для различных исследований.

Деятельность государственных учреждений, в свою очередь, predetermined формальными, унифицированными требованиями

к качеству социальных услуг, которые в том числе предписывают и определенные стандарты технического оснащения и информации.

Региональные министерства социальной политики ежегодно реализуют **оценку качества оказания социальных услуг** в подведомственных государственных учреждениях, выполняемую по контракту независимыми исследовательскими организациями под контролем общественных палат и советов. Методика независимой оценки предполагает анализ удовлетворенности клиентов, а также условий оказания социальных услуг. В числе прочих анализируется показатель **«открытость и доступность информации об организации социального обслуживания»**, который характеризует одну из сторон цифровизации учреждений — взаимодействие с получателями услуг в дистанционном формате. В обязательном порядке анализируются официальные сайты организаций социального обслуживания, официальный сайт для размещения информации о государственных и муниципальных учреждениях, дистанционные способы обратной связи и взаимодействия с получателями услуг.

В 2021 г. независимую оценку качества предоставления социальных услуг в Свердловской области проводил Департамент политологии и социологии Уральского федерального университета. Анкетирование клиентов включало в себя вопросы:

1. Пользовались ли Вы официальным сайтом организации, чтобы получить информацию о ее деятельности? (ответы: да, нет)
2. Удовлетворены ли Вы открытостью, полнотой и доступностью информации о деятельности организации, размещенной на ее официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети Интернет? (ответы: да, нет)
3. Пользовались ли Вы какими-либо дистанционными способами взаимодействия с организацией (телефон, электронная почта, электронный сервис (форма для подачи электронного обращения (жалобы, предложения), получение консультации по оказываемым услугам), раздел «Часто задаваемые вопросы», онлайн анкета для опроса граждан на сайте и т.п.)? (ответы: да, нет)
4. Удовлетворены ли Вы доброжелательностью и вежливостью работников организации, с которыми взаимодействовали в дистанционной форме (по телефону, по электронной почте, с помощью электронных сервисов (для подачи электронного

обращения (жалобы, предложения), получения консультации по оказываемым услугам) и в прочих дистанционных формах)? (ответы: да, нет)

подавляющее большинство государственных организаций социального обслуживания в Свердловской области получили высокие баллы, т.е. обеспечили достаточно высокую открытость, доступность и полноту информации на стендах, расположенных внутри помещения организации, и на официальном сайте в сети Интернет. Все организации публикуют на сайте информацию о дистанционных способах взаимодействия, однако, по мнению клиентов, размещенная информация на сайте в целом не всегда соответствует ее фактическому содержанию и форме (Министерство социальной политики Свердловской области, 2021).

Достоинствами независимой оценки являются массовость, охват большого количества государственных учреждений, унификация критериев для различных регионов и типов учреждений. Недостатками являются игнорирование негосударственных поставщиков социальных услуг и простота методики. Фактически в инструментарий закладываются формулировки, прописанные в стандарте ГОСТ Р 52142–2013 «Социальное обслуживание населения. Качество социальных услуг. Общие положения», клиентам не предоставляется возможность указать степень удовлетворенности. Не оценивается частота и цель обращения к сайту и дистанционным формам взаимодействия, а также многие другие нюансы, которые бы позволили более детально изучить данные аспекты информатизации социальных учреждений. Стоит принимать во внимание и сам способ сбора данных при тесном взаимодействии с региональными министерствами социальной политики, что может повлиять на объективность сведений, полученных от информантов, которые, будучи заинтересованными в дальнейшем сотрудничестве, могут завышать свою оценку. Тем не менее база данных независимой оценки качества позволяет проанализировать динамику информационной открытости и доступности государственных социальных служб в течение 5 последних лет внутри региона и провести межрегиональное сравнение.

Подводя итог, отметим, что российские индексы цифровизации, так же как и зарубежные, в первую очередь нацелены на расчеты интегральных показателей, по которым можно сравнивать Россию с другими странами, сравнивать различные субъекты РФ по уровню развития и внедрения цифровых и ИКТ-технологий. Расчеты, произведенные

по представленным методикам, характеризуют внешнюю среду цифровой трансформации социальной сферы, опосредованную доступностью цифровых решений в различных регионах и среди разных клиентских групп.

В меньшей степени уделяется внимание разработке методик оценки уровня цифровизации организаций, в первую очередь цифровой зрелости, до осознания необходимости формирования которой большинство представителей бизнеса, конечно, еще не дошли. Учреждения социальной сферы еще в меньшей степени созрели для разработки стратегии цифровой трансформации и оценки социальной зрелости, хотя единичные примеры (в частности, исследование ИППИ НИУ ВШЭ при поддержке программы «Центр развития филантропии» Благотворительного фонда Владимира Потанина) уже встречаются в исследовательской практике.

Основная проблема выделенных нами национальных методик оценки уровня цифровизации сферы социальных услуг — это изучение каждого из секторов (государственного и некоммерческого) в отдельности, независимо друг от друга, что не позволяет оценить процессы цифровой трансформации социальной сферы в комплексе.

Чрезвычайно важно отслеживать уровень цифровизации и цифровой зрелости всех типов учреждений социальной сферы для детального сравнения и выявления специфичных моделей и стратегий цифровизации. Поэтому необходимо разрабатывать профильные, комплексные методики оценки уровня цифровизации социальных служб, модернизировать и адаптировать существующие индексы под специфические особенности сферы социального обслуживания и клиентских групп. Одна из таких методик — «Цифровой паспорт социальных учреждений» — будет представлена в следующем параграфе.

3. Цифровой паспорт социальных учреждений

Признавая ограниченность существующих индексов цифровизации для оценки социальной сферы в целом, исследовательский коллектив, работающий в рамках гранта РФФИ № 19-18-00246 «Вызовы трансформации социального государства в России: институциональные изменения, социальное инвестирование, цифровизация социальных услуг», предложил авторскую методику оценки уровня цифровизации социально-сервисных служб в российских условиях. Предлагаемая методика «**Цифровой паспорт социальных учреждений**»

(Приложение 1), основываясь на ключевых инструментах оценки уровня цифровизации стран / регионов / территорий / секторов экономики, концентрирует свое внимание исключительно на процессах цифровой трансформации государственных и негосударственных поставщиков социальных услуг.

Основные параметры оценки уровня цифровизации социальных служб:

1. Минимальная цифровая корзина учреждения:
 - перечень цифровых и ИКТ-ресурсов, используемых в деятельности учреждения;
 - наличие авторских цифровых проектов и разработок;
 - направления деятельности организации, использующие цифровые и ИКТ-ресурсы.
2. Инфраструктурная, технологическая и кадровая готовность учреждений к цифровизации:
 - доля цифровых услуг учреждения к аналоговым услугам;
 - технологическая оснащенность учреждения, в том числе с точки зрения цифровой безопасности данных;
 - степень проникновения ИКТ и цифровых сервисов в повседневную деятельность сотрудников (Интернет, облачные сервисы, суперсервисы, голосовые ассистенты, электронный обмен данными, автоматизированные системы и сервисы и т.д.);
 - доля сотрудников, владеющих digital skills (базовые навыки и расширенные);
 - готовность кадрового состава к цифровой трансформации;
 - регулярность проведения мониторинга уровня удовлетворенности потребителей социально-сервисных служб процессами их цифровизации.
3. Инвестиции в цифровую трансформацию:
 - объем материальных и нематериальных инвестиций в развитие ИКТ и цифровых технологий, применяемых в деятельности учреждения;
 - источники инвестиций в цифровую трансформацию учреждения;
 - готовность к развитию digital skills персонала посредством содействия их образованию и обучению.

В 2020–2021 гг. была проведена апробация данной методики в государственных учреждениях социального обслуживания населения и социально ориентированных некоммерческих организациях, расположенных во всех федеральных округах РФ. В выборку попали города федерального значения (Москва, Санкт-Петербург), крупные и малые города (Владивосток, Екатеринбург, Нефтекумск, Новосибирск, Новороссийск, Пятигорск, Северобайкальск, Сызрань, Тольятти, Улан-Удэ и др.), а также населенные пункты сельской местности (Белгородская обл., Забайкальский край, Ленинградская обл., Самарская обл., Ставропольский край и др.), что позволило рассмотреть уровень цифровизации социальных служб в зависимости от региональных особенностей.

Для анализа были отобраны цифровые паспорта 48 государственных учреждений социального обслуживания и 22 некоммерческих организаций, большая часть которых являлись поставщиками социальных услуг. Организации, попавшие в нашу выборку, варьировались по стажу деятельности, типам клиентов, организационно-правовым формам, видам услуг и территории их предоставления, благодаря чему мы смогли достичь статистического разнообразия, компенсировав тем самым относительно небольшой объем выборки.

Были выявлены существенные различия в процессах цифровизации поставщиков социальных услуг в зависимости от типа организации (Архипова, Бородкина, 2021).

Тенденции цифровизации государственных поставщиков социальных услуг

Государственные учреждения социального обслуживания населения — это крупные подведомственные организации, часто имеющие отдельные подразделения, предоставляющие широкий перечень услуг и имеющие большое количество клиентов. Их деятельность жестко регламентируется и регулируется вышестоящими организациями. Все это определяет основные тенденции их цифровизации.

- 1. В первую очередь, для них характерна автоматизация и цифровизация самого процесса предоставления социальных услуг.*

Это проявляется в том, что в своей деятельности они ежедневно используют электронный обмен данными, автоматические сервисы, CRM-системы (Customer Relationship Management — Управление взаимоотношениями с клиентами) и прочие программы ведения клиентской базы, голосовые ассистенты.

Для того чтобы вести статистический учет посещений граждан, обращающихся в органы социальной защиты, регистрировать заявления, фиксировать получение услуги или пособия, формировать отчеты и выполнять аналитические расчеты, государственные социальные учреждения используют такие автоматизированные системы и сервисы, как: «Адресная социальная помощь» (АС «АСП»), «Электронный социальный регистр населения» (АИС «ЭСРН»), многофункциональная адаптируемая информационная система «Сонет», автоматизированная информационная система государственного заказа (АИС «ГЗ») и ряд других. Данные системы созданы для повышения эффективности работы с клиентами, упрощения процесса принятия управленческих решений, оптимизации расходования бюджетных средств при реализации различных социальных программ. Некоммерческие организации обычно имеют гораздо меньшее количество клиентов, поэтому они не испытывают необходимости в подобных автоматизированных системах ведения клиентской базы. Хотя активное вхождение их в реестр поставщиков социальных услуг и расширение объема выполняемых ими работ, нуждающихся в ежедневном учете и контроле, со временем может привести к активной автоматизации и цифровизации процесса предоставления услуг в рамках деятельности НКО.

2. Ориентация на киберустойчивость рабочих мест и персональных данных клиентов

Большое количество персональных данных, с которыми работают сотрудники государственных учреждений, обосновывает необходимость повышенного внимания к цифровой безопасности. Поэтому в государственных учреждениях запрет на самостоятельную установку сотрудниками программного обеспечения на рабочие компьютеры, запрет на подключение к открытым (т.е. таким, на которые не установлен пароль) Wi-Fi сетям без использования VPN является распространенной практикой.

3. Унификация официальных web-сайтов

После 2015 г. большинству подведомственных учреждений социальной сферы были созданы официальные сайты по единому шаблону, включающему в себя обязательные разделы, гиперссылки на вышестоящие организации, что сделало информацию, представленную на них, более доступной и презентабельной. Официальный сайт имеют 97,9% обследованных нами государственных учреждений, что на 29,7%

больше, чем среди НКО, которые больше предпочитают создавать публичные страницы в сети «ВКонтакте», которые сейчас выступают аналогом официального web-ресурса некоммерческой организации.

4. Периодическое получение обратной связи от клиентов о цифровых нововведениях

Подведомственность и подотчетность государственных учреждений диктует им необходимость периодического мониторинга отношения клиентов к происходящим процессам цифровизации социального обслуживания. В регионах практикуется независимая оценка качества социальных услуг среди поставщиков, входящих в реестр, в которой учитывается удовлетворенность техническим оснащением и условиями предоставления услуг, в частности. 1/3 обследованных нами государственных учреждений проводят ежеквартальный мониторинг доступности цифровых услуг реальным и потенциальным клиентам, 1/4 — мониторинг уровня восприятия потребителями процессов цифровизации и мониторинг цифровой грамотности реальных и потенциальных клиентов. 1/5 часть государственных учреждений в нашей выборке проводят 2 раза в год мониторинг готовности клиентов получать социальные услуги в цифровом виде. Конечно, данные показатели незначительны, однако в негосударственном секторе социального обслуживания вопросам обратной связи относительно процессов цифровизации уделяется еще гораздо меньшее внимание по причине более нестабильного и ограниченного финансирования.

5. Формирование digital skills у персонала

Как минимум половина сотрудников государственных учреждений социального обслуживания населения, согласно самооценке их руководителей, способна работать с информационными ресурсами на базовом уровне, а 1/5 часть — на продвинутом уровне. Несмотря на то что основной способ формирования цифровой грамотности сотрудников социальной сферы — это самообразование, в государственных учреждениях чаще организуют специализированные курсы внутри организации и чаще отправляют сотрудников на внешние курсы повышения квалификации (в том числе и на дистанционные образовательные программы).

Тенденции цифровизации некоммерческих поставщиков социальных услуг

СО НКО — в большинстве своем небольшие, молодые и более независимые организации, по сравнению с государственными

учреждениями. Эта отличительная особенность, с одной стороны, открывает для них большие возможности и свободу в использовании современных цифровых технологий, так как они могут адаптировать для своих нужд множество бизнес-инструментов (таких как CRM-системы), выходящих далеко за пределы министерских разработок, а с другой стороны, снимает необходимость применения сложных систем учета клиентов и формирования отчетности, хотя они в своей деятельности руководствуются теми же стандартами социального обслуживания, что и государственные организации. С учетом вышесказанного можно выделить следующие особенности цифровизации некоммерческих поставщиков социальных услуг:

1. Богатая онлайн-корзина представленности СО НКО в сети Интернет

Это опосредовано необходимостью формирования положительного имиджа некоммерческих организаций, популяризации их вклада в решение социальных проблем и в улучшение социального благополучия граждан.

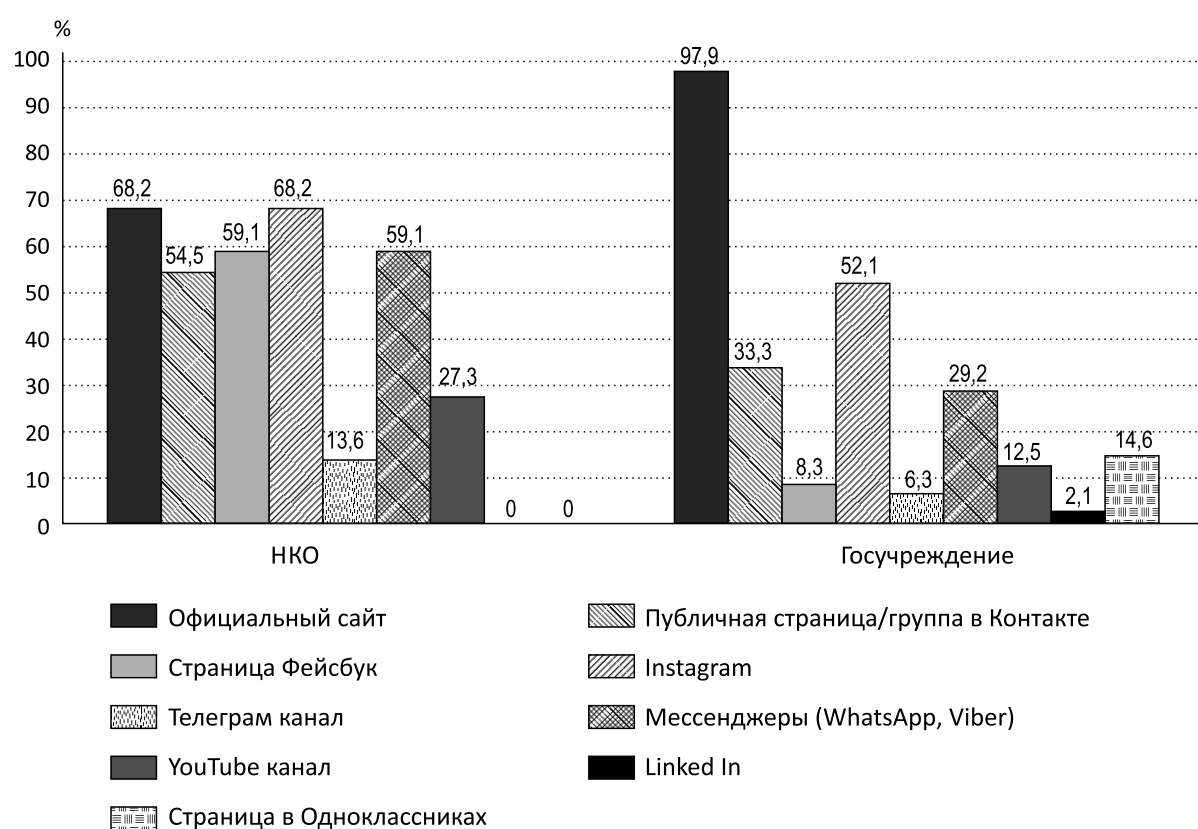


Рис. 6. Онлайн-корзина государственных учреждений социального обслуживания и НКО, в % от общего числа обследованных организаций

Как видно на рисунке 6, НКО представлены практически во всех социальных сетях, но они на 50,8% чаще, чем государственные учреждения, имеют публичные страницы в социальной сети Facebook, на 21,2% чаще имеют публичные страницы/группы во «ВКонтакте», на 16,1% — аккаунты в Instagram, на 29,9% чаще используют различные мессенджеры для общения с целевой аудиторией. Несмотря на то, что такие ресурсы, как Telegram-канал и YouTube-канал, наименее популярны среди социальных учреждений, НКО также активнее используют данные онлайн-ресурсы в своей профессиональной деятельности, чем государственные учреждения. Официальные сайты в обязательном порядке имеются у тех НКО, которые уже на данный момент интегрированы в социальную политику, являются поставщиками социальных услуг или ориентированы на получение президентских грантов, так как такой критерий, как информационная прозрачность, может выступать конкурентным преимуществом при подаче заявки. Информационная прозрачность обеспечивает также государственную поддержку социально ориентированных некоммерческих организаций и доверие граждан. Те же НКО, которые еще не работают системно, не включены в систему социального обслуживания, соответственно, не испытывают необходимости в создании и модерировании официальных онлайн-сайтов, выбирают более простые и менее затратные способы коммуникации с целевой аудиторией, такие как социальные сети.

2. Зависимость уровня цифровизации от бюджета НКО

Финансирование некоммерческих организаций менее стабильное, что не позволяет им системно внедрять современные ИК и цифровые технологии в свою деятельность. И это при том, что инвестиции в цифровую трансформацию социальной сферы и так составляют в среднем по сектору около 10% от общей суммы средств, затрачиваемых на функционирование организаций социального обслуживания населения. Если речь идет о СО НКО, то затраты на ИК и цифровые технологии еще меньше либо равны нулю. Только 6% из обследованных нами некоммерческих организаций получали на данное направление своей деятельности финансирование из федерального бюджета, в то время как доля таких организаций среди государственного сектора составляет в 4 раза больше. Несмотря на то что федеральный бюджет не является основным источником финансирования цифровой трансформации социальных служб, шанс получить данные средства выше у государственных учреждений. Поэтому СО НКО активнее

привлекают спонсорскую поддержку и включают финансирование процессов цифровизации в свои заявки на различные гранты. Однако нужно понимать, что это приводит к бессистемности и фрагментарности цифровых инноваций, так как после завершения реализации гранта или потери заинтересованного в этом спонсора внедрение цифровых технологий замедляется.

3. Минимальный уровень цифровой безопасности данных

Цифровая безопасность данных в НКО включает в себя минимальный набор: пароль на вход в систему, установка антивируса и лицензионных операционных систем и их регулярное обновление, создание резервной копии диска. Половина обследованных нами некоммерческих организаций вообще не имеют отдельных специалистов, которые бы осуществляли техническую поддержку сотрудников, оборудования и ПО, в то время как в государственных учреждениях подобная ситуация присутствует только в единичных случаях.

Несмотря на те различия, которые мы выявили между государственными и некоммерческими организациями, в целом апробация нашей методики показала, что уровень цифровизации социальных служб находится еще на достаточно низком уровне и требует систематической деятельности как со стороны самих учреждений, так и со стороны государства. На данный момент доля цифровых социальных услуг к аналоговым минимальна и в среднем составляет не более 10% по всему сектору. Только около трети сотрудников учреждений готовы к цифровой трансформации, владеют расширенными навыками работы с цифровыми технологиями, при этом системной работы по формированию цифровой грамотности сотрудников социальных организаций не ведется, акцент делается на самообразование. Затраты на цифровую трансформацию составляют менее 10% от общего финансирования учреждения, источники финансирования ограничены, часто на эту статью расходов идут средства, заработанные учреждением самостоятельно, средства из федерального бюджета и средства спонсоров. А уровень цифровой грамотности клиентов социальных служб, доступности для них цифровых услуг, готовности получать социальные услуги в цифровом виде систематически не исследуется, особенно если речь идет об НКО.

Таким образом, наше исследование показало, что учреждения сферы социального обслуживания на данный момент находятся только на первой стадии цифровизации, когда происходит лишь оптимизация текущей деятельности с учетом современных требований,

«оцифровка» части аналоговых данных и процессов без модернизации организационных основ и цифровизации самих социальных услуг. То есть мы можем говорить только о «локальной цифровизации». В первую очередь это связано с характеристиками самих клиентов, которые обладают крайне низкими цифровыми компетенциями в силу возраста, особенностей здоровья и материального положения. А во-вторых, с низким уровнем заинтересованности государства в процессах цифровизации именно сферы социального обслуживания, так как она не выделяется в самостоятельную область цифровой экономики и рассматривается по всем отчетным показателям совместно со сферой здравоохранения. Справедливости ради стоит отметить, что объединение данных сфер характерно и для зарубежных стран, однако в последние 5 лет за рубежом все активнее обсуждается цифровая социальная работа (e-social work) и использование отдельных цифровых технологий непосредственно в предоставлении социальных услуг различным группам.

Заключение

В данной главе были представлены наиболее распространенные и значимые зарубежные и отечественные методики оценки современных процессов цифровой трансформации. Большая часть из них ориентирована в первую очередь на страновое сравнение, на комплексную оценку уровня цифровизации региона, на уровень цифрового капитала проживающего на его территории населения в целом. Отдельные отрасли цифровой экономики и категории граждан становятся объектом оценочной деятельности значительно реже. Особенно это касается сферы социальных услуг, которая зачастую и в данных официальной статистики, и в представленных индексах рассматривается в категориях «государство», «здравоохранение», «прочие отрасли» и т.п. (что ограничивает фокус исследовательского интереса) либо вообще полностью выпадает из логической модели. Это происходит по причине ярко выраженной специфичности данной сферы и клиентских групп, благодаря чему целый ряд современных цифровых технологий на данный момент имеют лишь условную перспективу внедрения и применения в сфере социального обслуживания, так как создаются в рамках (и для) высокоточных, технологичных отраслей экономики, имеющих соответствующие бюджеты и объемы производства. Тем не менее сфера социальных услуг сейчас находится

на стадии «примерки» современных цифровых технологий и сервисов к специфике инфраструктуры и осуществляемым видам деятельности и нуждается в мониторинге происходящих процессов цифровой трансформации. Регулярный мониторинг спроса и предложения на цифровые социальные услуги, уровня цифровой грамотности (как сотрудников, так и клиентов социальных служб) и других аспектов, связанных с цифровой трансформацией сферы социального обслуживания, может служить ключевым фактором для ускорения процессов цифровизации. Он должен быть организован на регулярной основе для своевременной коррекции и модернизации процессов внедрения цифровых решений в этот специфический сектор экономики. Поэтому все представленные в данной главе методики в той или иной степени имеют потенциал для анализа различных аспектов цифровизации социальных служб.

Общие страновые индексы цифровизации анализируют внешние условия для внедрения и использования цифровых и ИКТ-технологий в социальной сфере. Они характеризуют техническую сторону цифровизации, доступность цифровых технологий для отдельных сфер экономики, опыт цифрового взаимодействия и цифровые компетенции граждан и т.п. Базируясь на данных индексах, можно сделать вывод о спросе на цифровые социальные услуги, который объективно пока еще недостаточно сформировался, так же как и условия для развития цифровой инфраструктуры в сфере социального обслуживания.

Большой потенциал имеют зарубежные и международные исследования, посвященные анализу цифровой зрелости и цифровых компетенций НКО, практик использования ими современных цифровых решений в различных управленческих и организационных процессах, e-social work и др. В ситуации, когда российские поставщики социальных услуг еще только начинают формировать у себя и своих клиентов соответствующие компетенции и внедрять в свою деятельность различные цифровые решения, анализ «успешных» цифровых практик (например, в рамках ICT4NGO, The Global NGO Technology Report) будет служить эффективным и наглядным инструментом цифровой трансформации сферы социальных услуг в России.

Основная проблема выделенных нами национальных и зарубежных методик оценки уровня цифровизации сферы социальных услуг — это изучение каждого из секторов (государственного и некоммерческого) в отдельности, независимо друг от друга, что не позволяет оценить процессы цифровой трансформации социальной

сферы в комплексе, провести детальное сравнение и выделить модели цифровизации различных типов поставщиков социальных услуг. Так, например, наше исследование, в рамках которого были составлены цифровые паспорта социальных учреждений, показало, что, несмотря на то что все типы социальных служб испытывают схожие проблемы, связанные с недостаточностью финансирования цифровых инноваций, со слабыми цифровыми компетенциями персонала и в особенности клиентских групп, с отсутствием цифровой культуры и стратегии, государственные и некоммерческие поставщики социальных услуг практикуют различные модели цифровизации, опосредованные организационными аспектами их деятельности. Государственные службы идут по пути автоматизации внутренних процессов, а НКО — по пути выстраивания цифрового взаимодействия со своими благополучателями и партнерами, что в целом соответствует общемировым тенденциям. Соответственно, для разных типов социальных служб будут актуальны различные стратегии цифровой трансформации и среди них будут востребованы разные типы цифровых инноваций. Регулярный национальный мониторинг всех аспектов цифровизации социальной сферы позволит более рационально распределять в том числе бюджетные средства для повышения общего уровня социального обслуживания населения.

Список источников

1. Агентство социальной информации (2021) *Исследование: Уровень цифровой «продвинутой» НКО почти не изменился с 2019 года*. Доступно по ссылке: <https://www.asi.org.ru/news/2021/04/27/issledovanie-za-vremya-pandemii-czifrovye-kompetenczii-nko-pochti-ne-izmenilis/> (дата обращения: 19 июля 2021).
2. *Анализ текущего состояния развития цифровой экономики в России* (2018). М.: Институт развития информационного общества.
3. Архипова Е. Б., Бородкина О. И. (2021) Проблемы и противоречия цифровой трансформации социальных служб в России. *Социология науки и технологий*, 4.
4. Баймуратова Л. Р., Долгова О. А., Имаева Г. Р., Гриценко В. И., Смирнов К. В., Аймалетдинов Т. А. (2018) *Цифровая грамотность для экономики*. М.: Изд-во НАФИ.
5. *Методология расчета индекса «Цифровая Россия» субъектов Российской Федерации* (2018). М.: Московская школа управления СКОЛКОВО.
6. Министерство социальной политики Свердловской области (2021) *Итоги независимой оценки качества условий оказания услуг*. Доступно по ссылке: <https://msp.midural.ru/deyatelnost/socialnoe-obslyujvanie/>

- nezavisimaya-sistema-ocenki-kachestva-raboty-uchrejdeniy/itogi-nso-reytingi-informaciya.html (дата обращения: 23 июля 2021).
7. *Национальный индекс развития цифровой экономики: Пилотная реализация* (2018). М.: Госкорпорация «Росатом».
 8. РОЦИТ (2017) *Индекс цифровой грамотности*. Доступно по ссылке: <https://rocit.ru/uploads/769c4df4bc6f0bd6ab0fbe57a056e769b8be6bcf.pdf> (дата обращения: 12 августа 2020).
 9. Скокова Ю., Корнеева И., Краснопольская И. и др. (2021) *Цифровизация некоммерческого сектора: готовность, барьеры и эффекты*. Доступно по ссылке: https://www.fondrotanin.ru/upload/iblock/404/Цифровизация_некоммерческого_сектора_готовность_барьеры_и_эффекты.PDF (дата обращения: 19 июля 2021).
 10. Форум доноров (2020) *Первое в России исследование вовлеченности российских благотворительных организаций в цифровую трансформацию*. Доступно по ссылке: https://www.donorsforum.ru/wp-content/uploads/2020/03/TSifrovizatsiya-NKO_infografika.pdf (дата обращения: 24 июля 2021).
 11. *Цифровая жизнь российских мегаполисов. Модель. Динамика. Примеры* (2016) Доступно по ссылке: https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_IEMS/Research_Reports/SKOLKOVO_IEMS_Research_2016-11-30_ru.pdf (дата обращения: 12 августа.2020).
 12. *Цифровая жизнь российских регионов. Что определяет цифровой разрыв?* (2020) Доступно по ссылке: https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_IEMS/Research_Reports/SKOLKOVO_IEMS_Research_Digital_life_of_russian_regions_2020-06-09_ru.pdf (дата обращения: 25 июня 2021).
 13. Dani N. et al. (2019) *Research guide on the world's best technological and functional practices on the ICT competencies assessment standards*. Available at: <http://www.techsoupeurope.org/wp-content/uploads/2016/11/Research-guide-on-the-worlds-best-technological-and-functional-practices-on-the-ICT-competencies-assessment-standards.pdf> (accessed 25 July 2021).
 14. EU4Digital (2018) *Digital Economy and Society Index (DESI) — 2018*. Available at: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2019/10/Digital-Economy-and-Society-Index-DESI-2018.pdf> (accessed 12 August 2021).
 15. Global Center for Digital Business Transformation (2015) *Digital Business Transformation. A Conceptual Framework*. — Available at: <https://www.imd.org/contentassets/d0a4d992d38a41ff85de509156475caa/framework> (accessed 05 July 2021).
 16. International Telecommunication Union (2017) *Measuring the Information Society Report 2017*. Available at: https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2017/MISR2017_Volume1.pdf (accessed 12 August 2021).
 17. IDI 2017 Rank (2017) *Measuring the Information Society Report 2017. ICT country profiles*. Available at: <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html> (accessed 09 September 2021).
 18. Ionology (2018) *Digital transformation workshop*. Available at: <https://www.ictskillnet.ie/wp-content/uploads/2018/09/Digital-Transformation-Workshop-423.pdf> (accessed 20 July 2021).
 19. Kane G. C., Palmer D, Phillips A. N., Kiron D., Buckley N. (2017) *Achieving Digital Maturity*. Available at: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/za/Documents/technology/za_DUP_Achieving-digital-maturity.pdf (accessed 20 July 2021).

20. KPMG International (2016) *Are You Ready for Digital Transformation? Measuring Your Digital Business Aptitude*.— Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2016/04/measuring-digital-business-aptitude.pdf> (accessed 05 July 2021).
21. Little A.D. (2015) *Digital Transformation — How to Become Digital Leader. Study 2015 Results*.— Available at: https://www.adlittle.com/sites/default/files/viewpoints/ADL_HowtoBecomeDigitalLeader_02.pdf (accessed 05 July 2021).
22. Nonprofit Tech for Good (2019) *The Global NGO Technology Report*. Available at: https://assets-global.website-files.com/5d6eb414117b673d211598f2/5de82e1550d3804ce13ddc75_2019-Tech-Report-English.pdf (accessed 25 July 2021).
23. Skillsplatform (2020) *Charity Digital Skills Report 2020*.— Available at: https://www.skillsplatform.org/uploads/charity_digital_skills_report_2020.pdf (accessed 25 July 2021).
24. Skillsplatform (2021) *Charity Digital Skills Report 2021*.— Available at: https://www.skillsplatform.org/uploads/charity_digital_skills_report_2021.pdf (accessed 12 September 2021).
25. The NetHope Solutions Center (2018) *The Digital Nonprofit Ability Assessment*. Available at: https://cdn.logcluster.org/public/gm_files/the-dna-assessment-whitepaper-2018_microsoft.pdf (accessed 25 July 2021).
26. Wahlster W. (Eds.), Schuh G., Anderl R., Gausemeier J., Hompel M. (2017) *Industrie 4.0 Maturity Index. Managing the Digital Transformation of Companies (acatech STUDY)*. Munich: Herbert UtzVerlag.

Приложение 1.

Цифровой паспорт организации

Название учреждения _____

Стаж деятельности организации _____

Количество сотрудников _____

Количество клиентов на обслуживании _____

Группы клиентов:

- 1) семьи, в том числе неполные, и люди, которые переживают серьезные конфликты в связи с правонарушениями, насилием и другими трудностями;
- 2) люди, сталкивающиеся со случаями жестокого обращения в семье со стороны родителей, одного из супругов;
- 3) люди, оказавшиеся в нетипичной ситуации: наркотическая или алкогольная зависимость, ограниченные возможности, специальные нужды, кризис, конфликты;
- 4) индивиды и семьи, чей доход является недостаточным вследствие безработицы, отсутствия кормильца, физической неспособности, необученности и других факторов;
- 5) люди, прошедшие через наказание за нарушение закона, и их семьи;
- 6) незамужние беременные девочки-подростки;
- 7) индивиды или семьи, чья жизнь усложнена физическим или психическим заболеванием или инвалидностью;
- 8) лица, регулярно злоупотребляющие алкоголем или наркотиками, и их семьи;
- 9) опекуны и дети, чьи родители отказались от них или были лишены родительских прав;
- 10) иммигранты, беженцы и представители меньшинств, ресурсы и возможности которых снижены, жертвы дискриминаций и расизма;
- 11) безработные и их семьи;
- 12) престарелые, нуждающиеся в постоянной помощи;
- 13) мигранты и переселенцы, которые не в состоянии самостоятельно решать свои проблемы;
- 14) дети (и их семьи), имеющие проблемы в школе;

- 15) люди, которые переживают сильные стрессы, связанные с травмами или важными событиями в их жизни (выход на пенсию, смерть близкого), дети, убегающие из дома, участники военных действий и др.

Параметры оценки	Единицы измерения	Единицы измерения	Единицы измерения
Минимальная цифровая корзина учреждения			
Перечень цифровых и ИКТ-ресурсов, используемых в деятельности учреждения			
Интернет-трафик учреждения	Укажите, что из перечисленного есть в Вашем учреждении: <ol style="list-style-type: none"> 1. Официальный сайт 2. Публичная страница/группа во «ВКонтакте» 3. Страница Facebook 4. Instagram 5. Telegram-канал 6. Мессенджеры (WhatsApp, Viber) 7. YouTube-канал 8. Linked In 9. TikTok 10. Другое _____ 		
Облачные сервисы и суперсервисы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Используется 2. Не используется 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ежедневно 2. Несколько раз в неделю 3. Один раз в неделю 4. Несколько раз в месяц 5. Реже 1 раза в месяц 	Название и цель использования
Голосовые ассистенты	<ol style="list-style-type: none"> 1. Используется 2. Не используется 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ежедневно 2. Несколько раз в неделю 3. Один раз в неделю 4. Несколько раз в месяц 5. Реже 1 раза в месяц 	Название и цель использования

Параметры оценки	Единицы измерения	Единицы измерения	Единицы измерения
Электронный обмен данными	1. Используется 2. Не используется	1. Ежедневно 2. Несколько раз в неделю 3. Один раз в неделю 4. Несколько раз в месяц 5. Реже 1 раза в месяц	Название и цель использования
Автоматизированные информационные системы и сервисы	1. Используется 2. Не используется	1. Ежедневно 2. Несколько раз в неделю 3. Один раз в неделю 4. Несколько раз в месяц 5. Реже 1 раза в месяц	Название и цель использования
Системы и программы онлайн-приема («Скайп», «Зум», «Мит» и т.п.)	1. Используется 2. Не используется	1. Ежедневно 2. Несколько раз в неделю 3. Один раз в неделю 4. Несколько раз в месяц 5. Реже 1 раза в месяц	Название и цель использования
CRM-системы	1. Используется 2. Не используется	1. Ежедневно 2. Несколько раз в неделю 3. Один раз в неделю 4. Несколько раз в месяц 5. Реже 1 раза в месяц	Название и цель использования
Чат-боты	1. Используется 2. Не используется	1. Ежедневно 2. Несколько раз в неделю 3. Один раз в неделю 4. Несколько раз в месяц 5. Реже 1 раза в месяц	Название и цель использования

Параметры оценки	Единицы измерения	Единицы измерения	Единицы измерения
Наличие авторских цифровых проектов и разработок, включая специализированные (авторские) приложения для цифровых устройств, умные устройства и т.д.	1. Имеются 2. Отсутствуют	Если имеются, укажите, какие именно	Цель использования
Инфраструктурная, технологическая и кадровая готовность учреждений к цифровизации			
Доля цифровых услуг учреждения к аналоговым услугам	1. 0–10% 2. 11–20% 3. 21–30% 4. 31–40% 5. 40–50% 6. 51% и более		
Количество специалистов, осуществляющих техническую поддержку сотрудников и оборудования	1. Нет таких специалистов 2. Один 3. Два 4. Три и более		
Количество компьютеров на 1 сотрудника	_____ шт.		
Средний возраст компьютеров	_____ лет		

Параметры оценки	Единицы измерения	Единицы измерения	Единицы измерения
<p>Цифровая безопасность данных (меры, направленные на защиту конфиденциальности, целостности и доступности информации от вирусных атак и несанкционированного вмешательства)</p>			<p>Что из перечисленного используется в организации для цифровой безопасности данных (указать все, что имеется):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Установка лицензионных операционных систем и программного обеспечения. 2. Регулярное обновление операционной системы. 3. Установка антивируса на всех пользовательских устройствах. 4. Синхронизация локальных папок с облаком (архив ключей доступа, приватные ключи PGP). 5. Полнодисковое шифрование (FileVault для Mac OS X, BitLocker или VeraCrypt для Windows). 6. Создание резервной копии диска. 7. Двухфакторная авторизация для почты и социальных сетей. 8. Использование PGP. 9. Использование сложных и разнообразных паролей. 10. Локальное шифрование. 11. Пароль на вход в систему. 12. Запрет на использование флешек, SD-карт, USB-устройств и прочих носителей информации на рабочих компьютерах. 13. Запрет на выход в открытый Интернет в целом или на отдельные сайты. 13. Запрет на самостоятельную установку сотрудниками ПО на рабочие компьютеры. 14. Запрет на подключение к открытым (т.е. таким, на которые не установлен пароль) Wi-Fi сетям без использования VPN (OpenVPN, Cloak или др.). 15. Запрет на ввод пароля к ресурсам организации, если не установлено защищенное соединение по HTTPS. 16. Использование PGP для чувствительной переписки. В случае если вы отправляете персональную информацию о себе или третьих лицах (паспортные данные, именные билеты), пароли, пересылаете базы данных. 17. Другое _____

Параметры оценки	Единицы измерения	Единицы измерения	Единицы измерения
Готовность кадрового состава к цифровой трансформации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Все сотрудники полностью готовы и уже используют ИКТ и цифровые технологии в своей деятельности. 2. Только часть сотрудников готова к использованию ИКТ и цифровых технологий в своей деятельности. 3. Сотрудники не готовы к использованию ИКТ и цифровых технологий и нуждаются в переобучении. 		
Доля сотрудников, владеющих digital skills (базовые навыки и расширенные)	Владение базовыми навыками <ol style="list-style-type: none"> 1. 0–10% 2. 11–20% 3. 21–30% 4. 31–40% 5. 40–50% 6. 51% и более 	Владение расширенными навыками <ol style="list-style-type: none"> 1. 0–10% 2. 11–20% 3. 21–30% 4. 31–40% 5. 40–50% 6. 51% и более 	
Источники формирования и развития digital skills персонала	<ol style="list-style-type: none"> 1. Специализированные курсы повышения квалификации по цифровым технологиям в других организациях. 2. Специализированные курсы повышения квалификации, организованные в самом учреждении. 3. Самообразование сотрудников (личный опыт, чтение литературы и т.п.). 4. Дистанционные образовательные программы. 5. Конференции, форумы. 6. Практические семинары и мастер-классы. 7. Индивидуальные и групповые стажировки. 8. Другое _____ 		
Регулярность проведения мониторинга уровня удовлетворенности потребителей социально-сервисных служб процессами их цифровизации			
– цифровая грамотность реальных и потенциальных клиентов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ежеквартально 2. Раз в полгода 3. Раз в год 4. Не проводится 		

Параметры оценки	Единицы измерения	Единицы измерения	Единицы измерения
– доступность цифровых услуг реальным и потенциальным клиентам	1. Ежеквартально 2. Раз в полгода 3. Раз в год 4. Не проводится		
– готовность клиентов потреблять социальные услуги в цифровом виде	1. Ежеквартально 2. Раз в полгода 3. Раз в год 4. Не проводится		
– уровень положительного восприятия потребителями процесса цифровизации социально-сервисных служб	1. Ежеквартально 2. Раз в полгода 3. Раз в год 4. Не проводится		
Инвестиции в цифровую трансформацию			
Объем материальных и нематериальных инвестиций в развитие ИКТ и цифровых технологий, применяемых в деятельности учреждения	_____ рублей в год		
Доля затрат на развитие ИКТ и цифровых технологий, применяемых в деятельности учреждения от общего финансирования учреждения	1. 0–10% 2. 11–20% 3. 21–30% 4. 31–40% 5. 40–50% 6. 51% и более		

Параметры оценки	Единицы измерения	Единицы измерения	Единицы измерения
Источники инвестиций в цифровую трансформацию учреждения			<ol style="list-style-type: none">1. Средства федерального бюджета (укажите долю этого источника) _____%2. Средства регионального бюджета (укажите долю этого источника) _____%3. Средства, полученные от спонсоров (укажите долю этого источника) _____%4. Средства, полученные от грантов (укажите долю этого источника) _____%5. Средства, заработанные учреждением самостоятельно (укажите долю этого источника) _____%6. Другое (указать) _____

Г Л А В А 4 .

Цифровые технологии в социальной работе

Информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) становятся определяющим вектором преобразования экономической и социальной жизни людей. Современное цифровое общество значительно изменило информационный ландшафт, затрагивая все аспекты нашей жизни. Двадцать лет назад Мануэль Кастельс опубликовал свою главную работу об информационной эпохе и сетевом обществе (Castells, 1996, 1997, 1998), постулируя о том, что «возникновение нового общественного устройства является результатом структурной трансформации производственных отношений, отношений власти и отношений опыта» (Castells, 1998, p. 340). Цифровая эпоха, отождествленная с использованием ИК-технологий, представляет собой структурную трансформацию в XXI в. подобно важности электричества в XX в. и железных дорог в XIX в.

Цифровизация общественных отношений оказывает влияние на образ жизни людей, социальные институты, профессиональную деятельность, в том числе социальную работу. Внедрение новых технологий в социальную сферу происходит довольно медленно по сравнению с иными государственными институтами или отраслями бизнеса, тем не менее возрастает присутствие информационно-коммуникационных технологий в повседневной деятельности специалистов и потенциальных клиентов социальных служб. Цифровая среда трансформирует институт социальной работы, выступая стимулом для разработки новых стратегий диагностики, вмешательства и оценки.

В настоящее время мы сталкиваемся с ситуацией, в которой социальная работа должна быть сосредоточена на создании новых форм вмешательства для преобразования и развития цифрового общества на более независимом, творческом и преобразующем уровне в рамках профессии (Salazar, 2006). Информационные и коммуникационные технологии представляют собой полезный инструмент с множеством вариантов для осуществления профессиональной

деятельности социальных работников и решения повседневных задач (Chester, Glass, 2006; Lamendola, 2010; Menon, Miller-Cribbs, 2002). Роль профессионалов остается незаменимой и необходимой, при этом даже на технологическом уровне человек должен «запустить» машину и применить ее технологические возможности, продолжая думать о профессиональной деятельности, иногда чуждой или не связанной с ИКТ, и сопутствующих культурных изменениях, которые стали частью редукционистского мышления в социальной работе.

1. Исторический аспект цифровизации социальной работы

Профессиональная деятельность социальной работы имеет репутацию непринятия технологических инноваций, тем не менее с каждым появлением новой технологии в профессии учитываются возникающие риски и возможности. Так это произошло в начале XX в., когда телефонная связь стала широко доступной и используемой в качестве инструмента кризисного вмешательства и консультирования. Серьезные обсуждения в конце XX в. вызвало появление персонального компьютера; социальные работники по всему миру выражали опасения по поводу нарушения конфиденциальности и утраты личного контакта с клиентом, а также обеспокоенность по поводу мониторинга экспертными системами качества оказываемой помощи и знаний в области социальной работы.

Использование информационных технологий в работе социальных служб началось в 60-х гг. XX в.: интеграция информационных систем управления, позволяющих аккумулировать информацию об оказанной помощи, компилировать, а затем производить обработку и обобщение результатов для формирования отчетности.

Растущий интерес к использованию технологий в сфере социальных услуг привел к тому, что группа специалистов по изучению и разработке инноваций в социальной работе в 1981 г. сформировала профессиональное сообщество «Применение компьютеров в социальных службах» (Computer Use in Social Services Network — CUSSN). К концу 1981 г. сообщество насчитывало более 350 участников. Информационный бюллетень CUSSN продолжал печататься до 1992 г., далее он был объединен с первым академическим журналом по технологиям социального обслуживания «Компьютеры в социальных службах».

В начале 1982 г. в области клинической социальной работы появляются первые профессиональные службы диагностики психического

здоровья в форме онлайн-групп самопомощи (Kanani & Regehr, 2003). Наиболее известная коммерческая служба охраны психического здоровья в Интернете была создана Дэвидом Соммерсом в 1995 г. К концу 1990-х гг. группой врачей организованы клинические кабинеты, предоставляющие услуги онлайн-консультирования с использованием защищенных веб-сайтов (Skinner, Zack, 2004). С конца 90-х гг. XX в. возникает дискуссия о возможности использования практикующими социальными работниками информационных интернет-технологий (Schoech, 1999) и способах внедрения интернет-ресурсов, таких как онлайн-чаты и электронные рассылки, профессиональные сетевые сайты, группы новостей и электронная почта (Grant, Grobman, 1998; Martinez, Clark, 2000).

Джеки Рафферти (Великобритания), Робом Макфадденом (Канада) и Яном Стейартом (Нидерланды и Бельгия) организована первая ассоциация применения информационных технологий в сфере социальных услуг HUSITA (Human Services Information Technology Association) — международное сообщество, осуществляющее предварительные исследования в области эффективности технологий социальной работы; выпуск и распространение рецензируемого научного журнала по технологиям социальных услуг; продвижение запросов на исследования в области этического и эффективного применения цифровых технологий социального обслуживания; содействие научно обоснованным инновациям в развитии технологий социальной работы. В дополнение происходит формирование научного сообщества по исследованию возможности внедрения цифровых методов в практику социальной работы; Европейская сеть информационных технологий и социальных сервисов (The European Network for Information Technology in Human Services — ENITH) ежегодно организует серию глобальных и европейских конференций.

К концу XX в. происходит трансформация технологической среды: технологии становятся более удобными и дешевыми благодаря общедоступности сети Интернет, тем не менее двойственность в отношениях между цифровыми инновациями и социальной работой сохраняется. Во-первых, опасения «цифрового разрыва», в рамках которого наличие электронного устройства (компьютера, мобильного телефона) и доступа к Интернету становятся основой для нового социального неравенства. Во-вторых, доступность ИКТ и социальных сетей порождает новые потенциальные этические проблемы для социальных работников: риск нарушения профессиональных границ

при взаимодействии с клиентами; механизация процесса предоставления социальных услуг: цифровые технологии наделены фактором «обезличенности», который уводит социальных работников от их основных практических задач, тем самым происходит потеря социальной и психологической составляющей профессии.

С иной стороны, потенциал цифровых технологий в целях преобразования практики социальной работы побуждает профессионалов к их ускоренному принятию, одновременно порождая отрицательные прогнозы будущего, в котором реляционная динамика профессии заменяется механическим императивом управления информацией. По мнению исследователей, внедрение технологических инноваций происходит в первую очередь в форме инструмента управления ресурсами организации: большинство некоммерческих организаций социального обслуживания отслеживают финансовые и операционные данные, а также используют цифровые методы принятия решений по составлению бюджета или индивидуальных программ (Theeb, 2018). В атмосфере двойственного понимания цифровизации для социальной работы существует недостаток эмпирических исследований, рассматривающих информационно-коммуникативные технологии в практике оказания социальных услуг, что замедляет процессы принятия цифровых инноваций носителями профессиональных знаний и ресурсов: от образовательных учреждений, которые обеспечивают социальную работу профессиональными кадрами, до учреждений, непосредственно осуществляющих социальное обслуживание.

2. Европейский контекст цифровизации социальной сферы

В последнее десятилетие страны Европы улучшили свои показатели в области цифровизации общественных процессов. Индекс цифровой экономики и общества (Digital Economy and Society Index — DESI) отражает общую цифровую эффективность Европы и отслеживает динамику в странах ЕС в области цифровой конкурентоспособности. DESI рассчитывается как композитный индекс, который суммирует разные индикаторы цифрового развития:

1. Интернет — развертывание широкополосной инфраструктуры и ее качество.
2. Цифровые навыки — навыки, необходимые для использования возможностей, предлагаемых цифровым обществом.

3. Использование гражданами Интернета — разнообразие видов деятельности, выполняемых гражданами в Интернете.
4. Интеграция бизнес-технологий — оцифровка бизнеса и развитие канала онлайн-продаж.
5. Цифровые государственные услуги — оцифровка государственных услуг с направлением вектора на правительство.

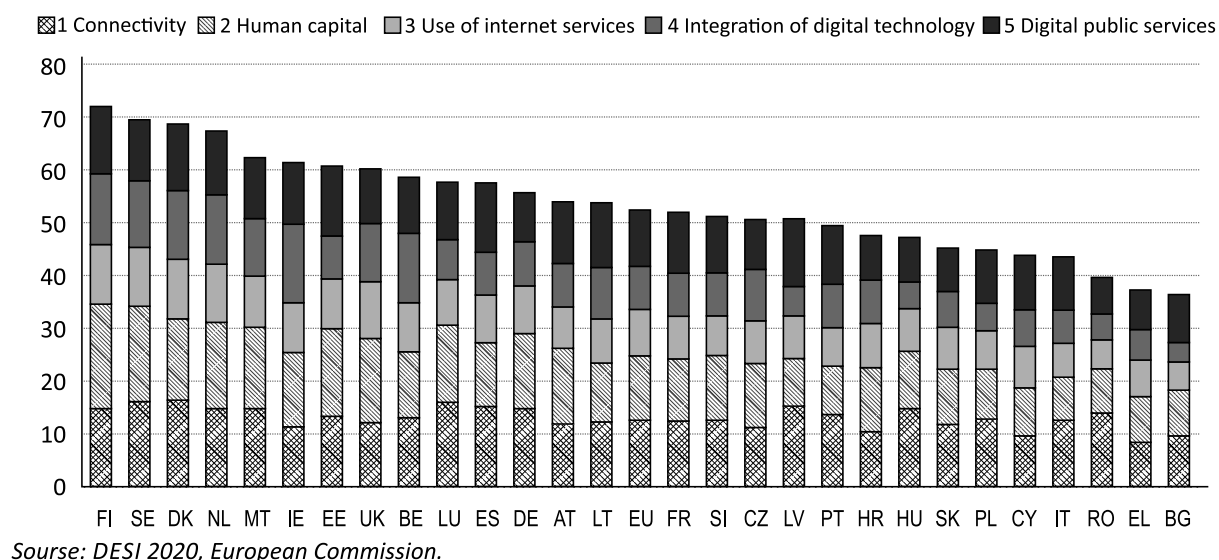


Диаграмма 1. Индекс цифровой экономики и общества (DESI), 2019.
Источник: DESI, Европейская комиссия

Доступ к быстрому и надежному широкополосному соединению (включая фиксированные и мобильные соединения) имеет ключевое значение в контексте предоставления социальных услуг посредством сети Интернет. Современная и надежная цифровая инфраструктура обеспечивает стабильную реализацию этих услуг. Параметр покрытия интернет-связью DESI учитывает как фиксированную, так и мобильную широкополосную связь. В первом случае оценивается использование общей и сверхбыстрой широкополосной связи со скоростью 100 Мбит/с, фиксированных сетей с высокой пропускной способностью (VHCN). В втором случае происходит оценка покрытия мобильной широкополосной связи (4G) и готовности инфраструктуры к 5G.

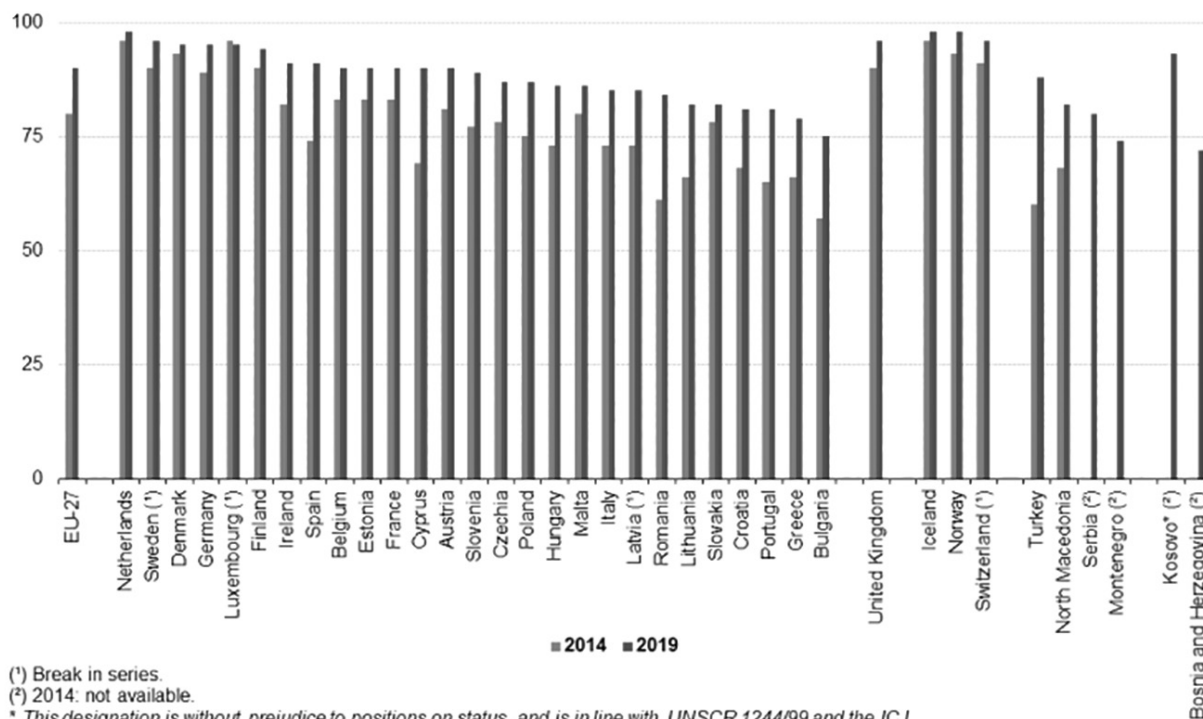
В 2019 г. охват сетью нового поколения (NGA) увеличился до 86% домохозяйств по сравнению с годом ранее (83%), в то время как фиксированные сети очень высокой мощности (VHCN) доступны лишь 44% домохозяйств. Поколение мобильной связи 4G охватывает

значительную долю европейского населения, кроме того, домохозяйства 17 государств — членов ЕС подключены к пятому поколению мобильной связи 5G (Финляндия, Германия, Венгрия, Италия, Дания, Швеция, Люксембург и т.д.).

Согласно данным статистической службы Европейского союза, в 2019 г. доля домохозяйств из 27 стран ЕС, имеющих доступ к сети Интернет, выросла до 90%, что примерно на 26 процентных пунктов выше, чем в 2009 г. (64%). В 2019 г. широкополосным доступом в Интернет пользовались 88% домохозяйств в 27 странах ЕС, что на 33 процентных пункта выше, чем в 2009 г. (55%). Доля лиц в возрасте от 16 до 74 лет в 27 странах ЕС, которые заказывали или покупали товары или услуги через Интернет для личного пользования, составляла 60% в 2019 г., что на 14 процентов выше, чем в 2014 г. (46%). Показатели отражают тенденцию локальной цифровизации европейского общества.

Internet access of households, 2014 and 2019

(% of all households)



(*) Break in series.

(*) 2014: not available.

* This designation is without prejudice to positions on status, and is in line with UNSCR 1244/99 and the ICJ Opinion on the Kosovo declaration of independence.

Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_in_h)

eurostat

Диаграмма 2. Доступ к сети Интернет в домохозяйствах стран ЕС, 2014–2019

Источник: Eurostat Statistics Explained (2021)

Цифровая грамотность и навыки использования электронных устройств являются основой развития цифрового общества. Параметр «цифровые навыки» включает оценку двух индикаторов: первый индикатор учитывает количество и сложность действий пользователей цифровых устройств в Интернете. Высокий уровень этих показателей дает возможность людям получать цифровые услуги и участвовать в различных мероприятиях в сети Интернет, в том числе в условиях ограниченной мобильности. Второе измерение относится к исследованию рабочей силы и ее потенциала для работы и развития цифровой экономики, при этом учитывается доля людей, обладающих профессиональными навыками в области ИКТ, включая отдельный показатель по женщинам и выпускникам вузов в области IT. Кризис эпидемии COVID-19 продемонстрировал, что достаточные цифровые навыки являются значимыми в области жизнеобеспечения всего населения. В 2019 г. процент людей, имеющих базовые цифровые навыки, достиг 58% (с 55% в 2015 г.).

Использование сети Интернет. Граждане, имеющие подключение к Интернету и обладающие необходимыми навыками, могут участвовать в широком спектре онлайн-действий. Данный параметр DESI измеряет количество людей, использующих Интернет, и то, какие действия они выполняют в Интернете. Примеры: потребление онлайн-контента (например, развлечения, такие как музыка, фильмы, телевидение или игры, получение мультимедийной информации или участие в социальном онлайн-взаимодействии), использование современных коммуникационных действий (например, участие в видеозвонках) и транзакционные операции, такие как покупки в Интернете и банковские операции. *Пользовательская активность* европейцев интернет-сервисами и приложениями продолжает увеличиваться. 85% граждан осуществляют интернет-серфинг не менее одного раза в неделю. Показатели варьируются от 67% в Болгарии до 95% в Дании, Швеции и Нидерландах. Наибольший рост имеет использование видеовызовов — 60% в 2019 г. Услуги интернет-банкинга и онлайн-покупок также являются достаточно популярными среди интернет-пользователей — 66% и 71% соответственно.

Цифровые технологии позволяют компаниям получить конкурентное преимущество за счет улучшения своих услуг, продуктов и расширения рынков. Эта цифровая трансформация бизнеса способствует развитию новых и заслуживающих доверия технологий, одновременно открывая для них новые возможности. Данный параметр

DESI измеряет цифровизацию компаний и деятельность электронной коммерции. В условиях пандемии COVID-19 интеграция цифровых технологий в предпринимательскую деятельность прежде всего направлена на снижение социального взаимодействия; предприятиям необходимо адаптироваться путем введения дистанционного осуществления рабочих процессов. Многие субъекты малого и среднего предпринимательства (в том числе микропредприятия) с низким уровнем цифровой интенсивности выявили невозможность предоставления своим сотрудникам удаленной занятости. Одним из главных препятствий к цифровизации МСП является цифровой разрыв знаний, который обусловлен низким уровнем цифровой грамотности между владельцами, менеджерами и сотрудниками.

Последний параметр DESI измеряет спрос и предложение цифровых государственных услуг, открытые данные, полноту онлайн-услуг, ориентированность на пользователя, ключевые факторы, такие как электронная идентификация, электронные документы, подлинники источники и цифровая почта, а также некоторые другие показатели. В 2019 г. использование *цифровых общественных сервисов* европейским населением увеличилось до 67%, в том числе оформление документов в государственных структурах через онлайн-каналы (с 57% в 2014 г.).

Эпидемия коронавируса вызвала потребность в социальном дистанцировании, тем самым способствуя активизации технологий в социальной сфере. Несмотря на то что эволюция уже происходила в профессиональном сообществе социальной работы, тем не менее изменения затронули технологические процессы предоставления социальных услуг. Социальная работа в условиях политики социального дистанцирования осуществила переход от высокотехнологичной области к цифровой формации.

Дополнительным стимулом развития процессов цифровизации в социальной сфере послужил вектор на **цифровой профессионализм**, основанный на профессиональных ценностях и четком видении преимуществ цифровой социальной работы. Европейскими исследователями подчеркивается существование определенного консенсуса в отношении важности отображения и встраивания цифровых возможностей в существующие профессиональные правила, стандарты и основы для осуществления современной профессиональной практики (Taylor, 2017).

Цифровые возможности являются неотъемлемой частью практики социальной работы, включая понимание того, как поведение

социальных работников в Интернете может влиять на профессиональную идентичность. Цифровые технологии предоставляют социальным работникам возможности для развития новых ролей: совместная разработка и производство технологий, приложений и систем с разработчиками технологий и непосредственно клиентами социальных служб.

Международные организации по аккредитации специалистов в области социальной работы, такие как Национальная ассоциация социальных работников (NASW), Ассоциация комитетов по социальной работе (ASWB) и Агентство по обеспечению качества высшего образования (QAA), установили новые стандарты и требования к квалификации социальных работников по использованию цифровых технологий: «выпускники в области социальной работы... должны уметь эффективно и надлежащим образом использовать информационные и коммуникационные технологии» и при наличии квалификации «понимать социальное влияние технологий, включая ограничения, конфиденциальность и осведомленность о наличии “цифрового разрыва”» (The Quality Assurance Agency for Higher Education, 2016, p.21).

В среде профессионального образования сформировалась **«цифровая готовность»** будущих специалистов по социальной работе к современной инновационной практике, тем не менее необходимо включение в учебные программы заданий по развитию этических компетенций в области применения цифровых технологий (Goldingay, Boddy, 2017). Стоит отметить возрастающую роль цифровых методов в процессе обучения потенциальных и повышении квалификации действующих специалистов по социальной работе.

В образовательной деятельности студенты все чаще используют аудиоподкасты в качестве дополнения к традиционным учебным материалам по социальной работе. Аудиоподкасты дают возможность «учиться на ходу» и удовлетворяют учебные потребности студентов с нарушениями зрения.

Исследования демонстрируют, что виртуальную реальность можно использовать для улучшения клинической подготовки и моделирования опыта работы в полевых условиях (Yellowlees, Cook, 2006; Reis, Freire, Monguet, 2010). Создание аватаров применяется для совершенствования обучения социальной работе и практики обратной связи (Eun-Kyoung Lee, 2014). Интеграция нескольких технологических платформ в учебное пространство подготавливает социальных работников к социальному взаимодействию с клиентами, на жизни которых серьезное влияние

оказывают технологии (Perron, Taylor, Glass, Margerum-Leys, 2016). Огромное количество людей вступают в отношения, которые опосредуются той или иной формой ИКТ, включая электронные сообщения (электронная почта), текстовые SMS-сообщения, социальные сети (например, Facebook), службу обмена мгновенными сообщениями или видеочат (например, Skype). Социальные работники должны понимать роль, которую такие цифровые технологии могут играть в жизни их клиентов, включая понимание того, чем процессы коммуникации отличаются от личных взаимодействий: использование смайлов, символов, используемых для выражения невербальных значений. В следующих разделах рассмотрим процесс коммуникации посредством цифровых технологий, а также наиболее эффективные цифровые практики социального вмешательства в кризисную ситуацию.

3. Модель принятия технологий (Technology Acceptance Model)

На современном этапе отсутствует единая теоретическая основа для всестороннего анализа и понимания цифровой трансформации социальной работы. Несмотря на широкую цифровизацию профессиональной деятельности, проблематика цифровизации практически не рассматривалась в развитии теории социальной работы (Kutscher et al., 2014). Одна из причин отсутствия теоретического базиса в социальной работе, который способствовал бы адекватному решению проблемы исследования данного процесса, заключается в преобладающей тенденции обсуждения технологий в других дисциплинах без устранения разрыва между их теоретическими предпосылками и теоретическими традициями социальной работы. Обзор текущего состояния теоретического обсуждения цифровых технологий в социальной работе демонстрирует опору на концептуальные идеи медийных наук, на социологические ориентированные подходы, такие как теории медиатизации Стига Хьярворда и Андреаса Хеппа и акторно-сетевую теорию Латура или подход Кастелла к сетевому обществу. Стоит отметить, что существующая литература не предполагает рассмотрение проблематики социального неравенства и асимметричного распределения власти: вопросов, лежащих в основе практики социальной работы. Таким образом, задача теоретиков социальной работы состоит в том, чтобы не просто брать за основу теории цифровизации и полагаться на них, а в том, чтобы более критически интегрировать теоретические

инструменты из цифровых исследований с теми, которые обосновывают существующую практику социальной работы.

Несмотря на существующие ограничения, наиболее приемлемой для анализа встраивания цифровых технологий в современную практику социальной работы является теоретически обоснованная методика оценивания технологически поддерживаемой практики социальной работы — Модель принятия технологий (Technology Acceptance Model).

Модель принятия технологий была разработана Фредом Дэвисом в 1985 г., является производной от теории обоснованного действия Фишбейна и Айзена (TRA). Теоретическая концепция TRA находит свое применение в исследовании различных областей взаимодействия человека с компьютером (Davis, Bagozzi, Warshaw, 1989). Модель принятия технологий (ТАМ) обеспечивает теоретическую взаимосвязь между внутренними убеждениями, отношениями, намерениями и поведением пользователей в целях определения принятия или отказа человека от новой технологии (Davis, 1989).



Рис. 1. Модель принятия технологии (Technology acceptance model (TAM) Davis, 1985)

ТАМ определяет, что поведение, связанное с принятием технологий, является результатом эмоциональной реакции человека на технологические инновации. ТАМ исследует принятие технологии пользователями и показывает взаимосвязь между воспринимаемой полезностью (U), воспринимаемой простотой использования (EOU), поведенческими намерениями использовать (BI) и фактическим использованием системы. Модель ТАМ прогнозирует, что поведение пользователя при принятии технологии основано на влиянии двух ключевых факторов: U и воспринимаемого EOU. Фактор воспринимаемой полезности (U) — степень доверия индивида, что конкретная система повысит эффективность его работы в рамках организационного контекста (Davis et al., 1989). Фактор воспринимаемой простоты (EOU) — это суждения индивида о том, что использование определенной системы не требует серьезных умственных усилий (Davis et al., 1989). U и EOU являются взаимосвязанными элементами: U фокусируется на влиянии использования технологий на общие организационные процессы и результаты; EOU затрагивает в первую очередь уровень интеллектуальной сложности использования технологии (Тео, 2012). Модель принятия технологий (ТАМ) предусматривает прямо пропорциональную зависимость между EOU и U: простота использования инновационного продукта способствует большей вероятности принятия технологии (Venkatesh, Davis, 2000). Кроме того, U и EOU являются ключевыми antecedентами, определяющими поведенческие намерения (BI) при использовании технологических систем (Kowitlawakul, 2008). BI — показатель, отражающий план выполнения или невыполнения определенного поведения в будущем (Davis et al., 1989).

Таким образом, модель принятия технологий (ТАМ) позволяет выявить намерение применения технологии, обусловленное отношением пользователя (U), фактическим использованием (EOU) и действиями пользователя (Willis, 2008). ТАМ обеспечивает основу для изучения ключевых детерминант, связанных с поведением социальных работников при принятии коммуникационных технологий (Davis et al., 1989). Процесс принятия или сопротивления технологической инновации в социальных организациях является многосторонним, поскольку включает анализ того, как технология использовалась в прошлом, можно ли ее рассматривать как инструмент подавления и как прошлый опыт влияет на эмоции и отношения сотрудников. В следующих разделах будут рассмотрены как проблемы, так и преимущества

использования цифровых технологий как средства коммуникации в социальной работе.

Поведенческие намерения (Behavioral intention (BI))

Отсутствуют сомнения в том, что практика социальной работы была, есть и будет зависеть от технологической общественной среды. Социальные работники довольно неохотно смотрели на потенциал цифровых технологий более позднего времени, например, систем передачи информации (Devlieghere, 2017). В то время как одни поддерживают цифровое развитие, другие выражают озабоченность по поводу более бюрократической и инструментальной социальной работы (Abramowitz, Zelnick, 2015; Gillingham, 2016; Hjärpe, 2017; Lauri 2016). Зачастую социальные работники рассматривают технологии как сложные системы, способствующие ухудшению отношений между клиентом и специалистом (Reardon, 2017). Практикующие специалисты утверждают, что тип связи, опосредуемый личным общением, не может быть воспроизведен в ходе виртуальной коммуникации (Hill, Ferguson, 2014).

Простота использования (Ease of use (EOU))

Исследователи отмечают разрыв в цифровых компетенциях между молодыми специалистами-практиками, которые имеют опыт работы с технологиями и чувствуют себя комфортно при их использовании, и более опытными социальными работниками, которые получали образование в отсутствие электронно-технических средств (Csiernik и др., 2006). Ранние исследования подтверждают, что недостаток технической грамотности со стороны социального работника усугубляется такими характеристиками, как пол работника, возраст и предыдущий опыт работы с информационными системами (Monnickendam, Eaglestein, 1993). Начинающих специалистов по социальной работе считают цифровыми аборигенами, поскольку они выросли в условиях цифровых технологий. Согласно Палфри и Гассеру, цифровые аборигены — это люди, родившиеся после 1980 г. и обладающие навыками использования цифровых технологий. Опытные практики являются цифровыми иммигрантами, поскольку родились до появления цифровых технологий. В некотором отношении цифровые аборигены имеют преимущество перед цифровыми иммигрантами, поскольку используют технологии с раннего возраста (Gillingham, 2014). Цифровые иммигранты по-прежнему предпочитают полагаться на бумажные носители для выполнения определенных задач, а не использовать новые

технологические инструменты. Слабое внедрение и отсутствие обучения технологическим инструментам также являются препятствиями принятия технологий социальными работниками (Baker, Warburton, Hodgkin, Pascal, 2014). Несмотря на растущее использование технологий в социальных услугах, уровень цифровых компетенций специалистов по социальной работе по-прежнему остается недостаточным.

Воспринимаемая полезность (Use (U))

Проблемы, связанные с внедрением новых коммуникационных технологий, могут включать традиционные противоречия между руководством и непосредственными работниками (Reardon, 2017). Руководство несет ответственность за технологические инициативы, а потому склонно внедрять системы, которые отражают исключительно административные потребности. Зачастую руководство не обсуждает запланированные изменения с практикующими социальными работниками. Из-за отсутствия контроля и участия многие специалисты рассматривают информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) как бесчеловечные и отвлекающие их от основных практических задач. Коммуникационные технологии также порождают потенциальные этические проблемы, связанные с профессиональными границами. Одной из самых серьезных проблем на пути интеграции коммуникационных технологий в практику социальной работы является появление электронного консультирования и электронной терапии (Csiernik et al., 2016). Специалисты выражают озабоченность как этическими, так и юридическими компонентами при проведении консультаций через Интернет, электронную почту или через чаты. Социальные работники, предоставляющие услуги с использованием электронной почты, живого чата и видеоконсультаций, должны использовать сложную технологию шифрования для предотвращения нарушения конфиденциальности (взлома) неавторизованными пользователями и должны соблюдать соответствующие законы и положения о конфиденциальности, что может стать серьезной проблемой для опытных социальных работников (цифровых иммигрантов) (Morgan, Polowy, 2011).

Цифровые коммуникационные технологии стали неотъемлемой частью повседневной социальной работы. Специалисты по социальной работе активно используют технологии электронной связи, чтобы повысить эффективность и результативность своего взаимодействия с получателями социальных услуг, а также при коммуникации с другими специалистами. Тем не менее в профессии сохраняется «цифровое разделение», поскольку повышенная пропаганда цифровой

грамотности и форсированные процессы цифровизации превращают включение технологий в социальную практику в безотлагательную необходимость. Для прогнозирования принятия инновационной технологии в практику социальной работы уместно использование модели принятия технологии (ТАМ). В рамках этого подхода действуют два компонента, которые определяют принятие пользователями нового цифрового инструмента, другими словами определяют приемлемость технологии — это воспринимаемая полезность и кажущаяся простота использования. Основная цель этой модели — подчеркнуть потенциал пользователей. При встраивании цифровых технологий требуется комплексное сочетание: простоты системы в использовании, готовности организации к инновациям и развитию квалификации персонала, а также установок и прошлого опыта использования цифровых технологий клиентами социальных служб.

4. Цифровые технологии как средство коммуникации в социальной работе

Информационно-коммуникационные технологии — инструмент, способствующий воспроизводству знаний и развитию профессиональных навыков. В последнее десятилетие интеграция технологий в социальную работу и создание практических инноваций через ИКТ оказали преобразующее влияние на социальную структуру. Внедрение цифровых технологий сформировало практику, включающую в себя гибкие, адресные и индивидуальные социальные услуги.

Социальная работа исторически занималась разработкой разнообразных и прогрессивных методов работы. Непосредственная коммуникация с клиентом, осуществляемая практикующими специалистами, ориентированными на ценности личности, стала основой для установления значимых и эффективных профессиональных отношений. В условиях формирования новой цифровой среды, в динамике развития сетевых технологий прослеживается взаимовлияние электронных средств и практики компьютерно-опосредованной коммуникации.

Специалисты по социальной работе продолжают признавать центральную роль взаимоотношений в практике социальной работы, но при этом пытаются выстроить коммуникацию с пользователями услуг в фундаментально изменившемся социальном контексте. Стремительное распространение различных форм электронной

коммуникации преобразует социальную структуру общества, включая способы, которыми люди взаимодействуют с другими. Выстраивание нового типа взаимоотношений в социальной работе не застраховано от «взрывного роста» социальных сетей и электронных коммуникаций, следовательно, необходимо уделять внимание влиянию цифровой среды на практику социальной работы.

Динамика выстраивания отношений между социальным работником и клиентом имеет высокую коммуникативную составляющую, однако этот процесс не сводится к простому предоставлению информации (Day, 2014). Принимая во внимание то, что многие люди воспринимают кризисную ситуацию как личное дело, требуется высокая способность к эмпатии (Romero, 2017). Ввиду этого клиенты решают предоставлять конфиденциальную информацию лишь профессионалам, стремящимся понять их реальное состояние. С другой стороны, многим получателем социальных услуг трудно в достаточной мере понять институционализированные и бюрократические процессы, лежащие в основе взаимоотношений между клиентом и специалистом по социальной работе. Заполнение документов и других инструментов для записи и сбора информации часто предполагает трудоемкий технический процесс. Точность сообщения, эффективность обмена информацией и понимание намерений и интересов участников являются ключевыми аспектами процесса коммуникации в социальной работе.

Ускорение процессов цифровизации во многих общественных сферах деятельности вызвало дискуссию по вопросам преобразования практики социальной работы, ее подходов и методов. Совершенно очевидно, что цифровое общество представляет собой динамическую, сосредоточенную на знаниях структуру, главной характеристикой которой является обмен информацией. Информационные и коммуникационные технологии позиционируют себя в современном мире как структурирующие факторы социальной жизни. Молина и др. рассматривают коммуникацию как компонент, моделирующий культуру, тем самым переход коммуникативного процесса в мир виртуальности приводит к модификации межличностных и институциональных отношений, созданию смысла иной культурной идентификации и новой этики (Molina et al., 2015). Коммуникация воспринимается не только как обмен информацией, но и трансляция жизненного опыта, опосредованного электронными средствами. Закономерным остается вопрос, каким образом коммуникация в цифровом пространстве

изменяет структуру межличностного взаимодействия в практике социальной работы.

Традиционно в научной литературе выделяют три уровня практической социальной работы: макро- (социально-административный), мезо- (групповой) и микро- (индивидуальный). Данные области практической деятельности имеют схожие задачи, тем не менее различия заключаются в методах, которые используют специалисты для осуществления социального вмешательства в кризисную ситуацию. Выявление и решение проблем в социальной практике осуществляется путем установления и поддержания коммуникации с представителями государственных служб, общественных организаций, гражданами и социальными группами, а также непосредственно нуждающимися в помощи, защите и поддержке. Цифровизация современного общества оказала существенное влияние на коммуникационные процессы в сфере социальной работы. На различных уровнях профессиональной деятельности внедряются цифровые методы коммуникации. Цифровая трансформация влияет на то, как специалисты по социальной работе взаимодействуют с клиентами социальных служб, профессиональным сообществом, различными государственными и общественными структурами. Рассмотрение и анализ процесса коммуникации в социальной работе посредством использования цифровых технологий возможен, исходя из трехуровневой структуры практической деятельности.

Цифровая коммуникация в социальной работе на микроуровне

Микросоциальная работа включает в себя взаимодействие с отдельными индивидами и малыми группами с целью оказания помощи через индивидуальное руководство и эмоциональную поддержку. Задачи, которые обычно выполняют социальные работники на этом уровне, включают индивидуальное и семейное консультирование, подключение к ресурсам и информационную поддержку.

Специалисты по микросоциальной работе, как правило, одновременно используют несколько инструментов коммуникации для доступа к потребителям социальных услуг. В современном технологическом мире возможности электронной связи значительно расширились, что предоставляет возможность оставаться на связи при физическом отсутствии, но при этом повышает риск использования ложного типа связи в конкретной кризисной ситуации. При проведении социального вмешательства специалисты анализируют, какой инструмент коммуникации лучше всего подходит отдельным потребителям социальных

услуг, и очень внимательно относятся к специфике взаимоотношений при выбранном цифровом инструменте коммуникации.

В исследованиях клинической социальной работы центром внимания стало обсуждение возможности использования Skype как средства общения между терапевтом и клиентом. В частности, Бейлс поставил под сомнение утверждение, что использование этой формы электронного общения может нарушить или поставить под угрозу способность специалиста наблюдать и интерпретировать важные физические сигналы и подсказки от клиента, а отсутствие физической близости, в свою очередь, будет препятствовать эффективности терапии и ограничивать ценность терапевтической встречи для клиента (Bayles, 2012). Ривз приходит к выводу о том, что некоторые особенности электронного общения могут внести потенциально положительный вклад в развитие терапевтических отношений. Размышляя о своем собственном опыте использовании Skype, ученый-практик утверждает, что в некоторых случаях эта форма электронного общения может действительно улучшить впечатления от терапии, особенно для тех клиентов, чье участие может быть прекращено или прервано, а также которые чувствуют себя более комфортно при соблюдении «дистанции» (Reeves, 2015).

Вопреки широкому использованию цифровых коммуникационных технологий среди различных слоев населения, отдельные группы могут быть ограничены в доступе к таким устройствам, как смартфоны или учетные записи электронной почты, что исключает возможность электронного общения.

Европейский исследователь Дженнифер Симпсон выводит дискуссию на новый уровень, предлагая социальным работникам «проактивно» внедрять технологии мобильной связи (например, использование смартфонов) в свою практику как средство достижения эффективных коммуникационных стратегий с потребителями социальных услуг. Ученый ссылается на исследование общественного мнения пользователей подобного сервиса, проведенного Бересфордом и другими, в рамках результатов которого информанты подчеркнули необходимость эффективной коммуникации со специалистами по социальной работе; включение цифровых форм взаимодействия в практику социальной работы воспринимается потребителями социальных услуг как предоставление более качественного обслуживания, отвечающего их потребностям, поскольку это способствует увеличению «социального присутствия» и доступности со стороны социального

работника (Beresford, 2008). Собственное исследование Симпсон выявило непринятие ситуации со стороны потребителей социальных услуг, когда им приходилось возвращаться к устаревшим способам коммуникации, таким как телефонные звонки на служебный номер организации с целью связи со своим специалистом (Simpson, 2017). Ретти рассуждает о том, что цифровое общение может способствовать усилению, а не разрушению ощущения социального присутствия (Rettie, 2008).

Стоит отметить, потенциал некоторых форм электронной коммуникации, к примеру службы обмена сообщениями, предоставляет пользователям услуг визуальный образ общения со специалистом, что способствует достоверности и ясности информации. Иными словами, доступность или потенциальная доступность технологий электронной связи расширила спектр способов, которыми социальные работники могут взаимодействовать с потребителями социальных услуг.

Построение отношений между поставщиками и потребителями социальных услуг может быть улучшено и укреплено в условиях, когда технологии используются профессионалами, обладающими пониманием того, как и почему такие формы общения могут способствовать развитию отношений. Мы рассматриваем это как парадоксальное преимущество электронного общения, потому что оно предполагает, что построение позитивных отношений возможно даже в ситуации, когда пользователь услуги может быть не в непосредственной близости или невидимым для социального работника.

Имеющиеся данные свидетельствуют о том, что многие молодые люди чувствуют себя более комфортно при общении со специалистами с помощью цифровых технологий (исследование PSW, 2020). Практики отмечают более открытую коммуникацию с детьми, молодыми людьми и родителями в Интернете. Так, молодые взрослые мужчины — демографическая группа, которая традиционно отказывается от психологической терапии, придерживаются мнения, что онлайн-пространство безопаснее, чем офлайн, и больше заинтересованы в обращении к клиническим службам социальной работы онлайн, чем в автономном режиме. Цифровая коммуникация способствует сокращению дистанции между специалистом и клиентом, а также создает основу для взаимоотношений при подготовке к взаимодействию на более глубоком уровне.

Цифровые инструменты коммуникации между клиентами и социальными работниками влияют не только на доступность помощи,

но и на сроки и степень терапевтических взаимодействий: краткость взаимодействий может быть компенсирована непрерывностью и круглосуточностью обмена.

Цифровая коммуникация в социальной работе на мезоуровне

Мезообласть практической деятельности включает в себя разработку и реализацию инициатив по предоставлению социальных услуг на местном уровне и уровне небольших сообществ (например, школ, муниципалитетов). В рамках мезосоциальной работы выявляются и оцениваются проблемы, затрагивающие уязвимые группы населения, такие как молодежь из групп риска, люди с низким доходом или матери-одиночки.

На современном этапе групповая социальная работа или работа на уровне community требует от специалистов организации как физических, так и виртуальных сообществ. Технологические инструменты, которые поддерживают организацию сообщества и осуществление практической деятельности, дифференцируются на две основные категории: (1) инструменты, которые опосредуют коммуникацию, такие как электронная почта, рассылки, социальные сети (например, Twitter, Facebook) и блоги, и (2) инструменты для сбора и визуализации данных; программное обеспечение для управления сообществом и автоматизированные системы оповещения на основе подписки. В действительности специалисты по социальной работе на мезоуровне были одними из первых, кто начал использовать технологии, определяющие цифровую коммуникацию. Виртуальные технологии для организаторов сообществ были недорогим способом общения и мобилизации ключевых заинтересованных сторон. Внедрение высокоскоростного Интернета и бесплатной видео-конференц-связи упрощает синхронные собрания онлайн. Социальные сети, такие как Twitter и Facebook, объединяющие текст с изображениями и видео, используются в качестве самостоятельной групповой терапии, уменьшая потребность в организации усилий, которые должны выполняться квалифицированным профессионалом.

Специалисты по социальной работе на мезоуровне используют группы сообществ в Facebook для анализа общественного мнения посредством сбора комментариев об инновационном предложении в области социальной политики и объявления публичных обсуждений. Технологии географических информационных систем, такие как 2ГИС, используются для анализа информации о конкретных географических районах города для определения областей, в которых необходимо

улучшить предоставление социальных услуг. Ряд веб-сайтов позволяет некоммерческим организациям удовлетворять организационные потребности сообщества, включая сбор средств, набор добровольцев, отслеживание законодательства, сбор подписей и проведение разъяснительной работы. Пользователи социальных сетей имеют более высокий уровень политического и гражданского участия, таким образом, социальные сети могут быть идеальным помощником для коллективных действий, политической мобилизации и построения сообщества. Основная причина, по которой различные социальные учреждения начинают использовать социальные сети, заключается в том, чтобы привлечь свою текущую аудиторию; такие веб-сайты, как Facebook, YouTube и Twitter, позволяют организациям легко и экономично развивать свое присутствие в Интернете, облегчают общение с новыми и действующими получателями социальных услуг.

Цифровая коммуникация в социальной работе на макроуровне

Макросоциальная работа — это обширная область, в которой основное внимание уделяется исследованию более масштабных социальных проблем, а также разработке и внедрению социальных вмешательств для достижения положительных изменений на уровне сообщества, района или региона. В гораздо большем масштабе макросоциальная работа направлена на косвенную помощь уязвимым группам населения через реализацию следующих профессиональных задач:

- исследование происхождения, устойчивости и последствий общегородских, государственных и/или национальных социальных проблем. Специалисты по социальной работе, изучающие данные проблемы, часто работают в университетах и других исследовательских учреждениях;
- создание и реализация программ социальных услуг для решения крупномасштабных социальных проблем. Специалисты по социальной работе, которые занимаются этой сферой макросоциальной работы, осуществляют профессиональную деятельность в государственных ведомствах, некоммерческих и других организациях, где есть ресурсы и инфраструктура для создания, реализации и оценки эффективности программ социального обслуживания;
- осуществление пропаганды изменений в области социальной политики на государственном уровне с целью улучшения

социальной поддержки уязвимых группы населения или создания программ, направленных на решение социальных проблем.

В условиях цифровизации общественной системы использование сетевых СМИ для социальных изменений становится все более распространенным явлением. Цифровые СМИ в макросоциальной практике выполняют следующие функции: исследование и сбор информации, информирование и просвещение общественности, создание транснациональных киберсообществ, организация и координация как сетевых, так и автономных сообществ, сбор средств и влияние на политические решения. Ни один из этих видов деятельности не является новым для специалистов социальной работы макропрактики, внедрение цифровых технологий позволяет эффективно управлять социальной деятельностью на уровне организации и на межорганизационном уровне.

Применение электронных форм коммуникации осуществляется не только в отношении получателей социальных услуг, но также при осуществлении супервизии, информационного обмена, координации действий и социального сопровождения в форме сетевого взаимодействия специалистов различных ведомств. Инновационные средства коммуникации способствуют распространению информации среди лиц, осуществляющих социальное сопровождение. Google-документы и Google-таблицы позволяют нескольким пользователям из неограниченного количества мест получать доступ к документам, комментировать и обмениваться информацией. Кроме того, умные приложения, такие как Trello, Basecamp, Slack и другие подобные платформы, помогают поддерживать организацию работы специалистов и имеют дополнительное преимущество, облегчая взаимодействие между группами людей.

Коммуникационные технологии предоставляют преимущества социальным работникам в макропрактике, поскольку инновационные технологические инструменты облегчают практикующим специалистам установление связей с заинтересованными сторонами и поиск поддержки для своих организаций (Hill, Ferguson, 2014). Это включает создание возможностей совместного участия специалистов социального учреждения, координацию предоставления услуг, поиск возможностей внешнего финансирования и разработку стратегического планирования. Все эти усилия могут быть выполнены по мере того, как заинтересованные стороны подключаются, взаимодействуют

и координируют свои действия при различном местоположении, что делает планирование более эффективным и своевременным. Специалисты по социальной работе предпринимают попытки к цифровой адвокации, осуществляя регулярную деятельность, направленную на представительство и защиту прав и интересов определенной социальной группы, а также на продвижение общественных интересов в органах власти. Цифровая адвокатура осуществляется с помощью таких средств, как блоги, электронная почта, электронные рассылки, группы новостей в Интернете, фотожурналистика и сайты социальных сетей. Используя подобную цифровую практику, специалисты по социальной работе способствуют продвижению социальной справедливости и равенства для уязвимых и маргинализированных групп населения (Dunlop, Fawcett, 2008). Информационно-пропагандистская деятельность также может проводиться на микроуровне, когда специалисты-практики выступают за улучшение доступа к ИКТ для своих клиентов (Baker et al., 2014). Подобное использование цифровых инструментов является одновременно эффективным и действенным, поскольку коммуникационные технологии требуют минимальных ресурсов, но при этом способны охватить глобальную аудиторию.

Практическая социальная работа осуществляется на микро-, мезо- и макроуровнях социального вмешательства. Коммуникация как ресурсная составляющая социальной работы играет значительную роль в проведении профессиональной деятельности. Выбор корректного метода коммуникации является обязательным для установления эффективных и уважительных отношений не только с получателями социальных услуг, но и с поставщиками услуг и другими заинтересованными сторонами. Это также необходимо для оценки, принятия решений и совместной работы с коллегами и специалистами других сфер деятельности. Современные достижения в области информационно-коммуникативных технологий изменили представление специалистов о социальных услугах и их предоставлении. Инновационные продукты снизили роль социальных работников в лечении психических заболеваний, общественной практике и защите интересов. В ближайшие несколько лет вполне вероятно, что некоторые службы социальной работы будут полностью компьютеризированы, тогда как другие будут иметь лишь минимальную интеграцию с технологиями. Современное поколение является завтрашним потребителем социальных услуг, как правило, оно в меньшей степени проводит различие между своей

идентичностью онлайн и офлайн, тем самым процесс коммуникации требует от специалистов по социальной работе использования современных технологий и демонстрации навыков работы с ИКТ для обеспечения реализации эффективного социального вмешательства в кризисную ситуацию.

5. Цифровые технологии как инструмент социального вмешательства

Глобальное использование информационно-коммуникативных технологий стимулирует разработку и внедрение новых цифровых методов в социальной работе. Цифровые инновации становятся не только источником расширения прав и возможностей получателей социальных услуг, но информационным ресурсом, позволяющим сократить дистанцию между потребностями различных социальных групп и институтом социальной работы. К тому же ситуация с эпидемией COVID-19 вызвала необходимость трансформации «традиционных» способов осуществления социальной работы. Меры, принятые для сдерживания распространения коронавируса, ускорили разработку альтернативных методов ведения социальной работы, основанной на виртуальном взаимодействии. Несмотря на то что новая реальность, несомненно, создала проблемы для практикующих в социальной сфере, она также сформировала новые возможности для обучения и развития более инклюзивной практики, устраняющей «цифровой разрыв».

Тенденция применения цифровых технологий в социальной сфере постоянно нарастала, вспышка коронавируса (COVID-19) и сопутствующая «изоляция» сосредоточила внимание специалистов на процессе цифровизации социальной деятельности. Пандемия стала катализатором быстрого развертывания ряда технологических ресурсов для смягчения негативных последствий мер социального дистанцирования, в том числе: Skype, Microsoft Teams, Slack, Google, Facetime, Telegram, WhatsApp, Whereby и Zoom. На сегодняшний день эти приложения активно используются специалистами по социальной работе для взаимодействия с получателями социальных услуг, для организации межведомственного взаимодействия и для создания пространства для онлайн-сообществ практикующих (Greenhalgh, Papoutsis, 2019) или онлайн-супервизии.

Цифровые платформы являются ценным инструментом для обеспечения продолжения работы учреждений социального обслуживания

во время «изоляции», позволяя специалистам сохранять контроль над кризисной ситуацией, а клиентам участвовать в ключевых процессах принятия решений. Технология в этом смысле позволяет практикующим специалистам придерживаться ключевых принципов инклюзивной совместной практики. Вспомогательные технологии продолжают играть жизненно важную роль в долгосрочном уходе, поддержке и (цифровой) интеграции пожилых людей и людей с ограниченными возможностями (Lariviere 2018; Oakley, Rose, 2019). В социальной работе с детьми или семьями цифровые технологии создают возможность виртуального взаимодействия, используя методы цифровой коммуникации, которые наиболее предпочтительны у данных социальных групп.

Согласно утверждениям Арриасу и Фернандес-Пачеко (2013), социальное вмешательство (интервенция) посредством цифровых технологий наиболее эффективно в следующих сценариях:

1. Ограничения в коммуникативном процессе: люди с нарушениями слуха или речи, для которых использование онлайн-мессенджеров (письменных) обеспечивает результативность коммуникации со специалистом по социальной работе.
2. Терапевтическое лечение людей с ограниченной подвижностью или определенными физическими недостатками.
3. Терапевтические мероприятия в ситуациях, характеризующихся несовместимостью времени и пространства, когда люди не могут посещать личные встречи из-за ограничений времени и пространства.

Таблица 1.

Преимущества и недостатки использования цифровых методов в социальном вмешательстве (социальная интервенция)

Преимущества	Недостатки
Гибкость, доступность и плавность во взаимоотношениях между специалистом по социальной работе и конечным получателем социальной услуги	Проблемы доступа и технической поддержки со стороны специалиста или лица, требующего помощи

Окончание таблицы 1.

Преимущества	Недостатки
Достигается более всесторонний анализ вербального компонента, который высоко ценится в различных моделях и подходах социального вмешательства	Сложность создания условий для сопереживания клиенту, позволяющих анализировать основные проблемы
Позволяет сформулировать четкую и продуманную модель вмешательства, в которой как специалист, так клиент имеют большой запас времени для объяснения проблемы и ее более поздней диагностики	Потеря невербальной коммуникации, которая мешает глобальному пониманию проблем пользователя Необходимость специализированного обучения профессиональных работников использованию и обращению с этим типом инструментов
Способствует анонимности и конфиденциальности пользователя при использовании Интернета	Необходимо понимать правовые рамки контекста клиента, если социальное вмешательство должно проводиться в разных географических контекстах

Современная практика социальной работы включает широкий спектр цифровых и технологических опций, включая большое количество инструментов по доставке услуг клиентам. Далее рассмотрим наиболее эффективные практики цифровизации социальных услуг.

Онлайн-консультирование (Online counseling)

Метод онлайн-консультирования является современной практикой европейской социальной работы. Получатели социальных услуг, которые борются с депрессией, зависимостью, конфликтами в семье и партнерских отношениях, тревогой, расстройствами пищевого поведения, личностными и другими проблемами психического здоровья, могут использовать электронные платформы социальных учреждений, которые предлагают консультационные услуги клинических социальных работников, используя онлайн-чат. Данная услуга предусматривает анонимное консультирование через чат, посредством письменного обращения с описанием собственного психологического состояния и незамедлительным ответом индивидуального онлайн-терапевта. Онлайн-консультирование предполагает участие нескольких специалистов (специалиста по социальной работе, психотерапевта, медицинского

работника) в одном чате (групповом). Это позволяет обеспечить междисциплинарный подход к ситуации клиента, что способствует оперативности в решении проблемы. Онлайн-чат является примером того, что эксперты в области информационных технологий называют синхронным общением, т.е. одновременно, в режиме реального времени. Это контрастирует с асинхронной связью, когда связь не синхронизируется или происходит с задержкой (например, когда клиент отправляет специалисту по социальной работе сообщение с клиническим описанием проблемы и ожидает ответа с задержкой по времени).

В условиях ограничительных мер в отечественной практике социальной работы ускорились процессы цифровизации социальных услуг. В частности, многие государственные учреждения социального обслуживания перешли на дистанционный формат проведения консультаций. Консультационные услуги предоставляются посредством таких онлайн-платформ, как Zoom, WhatsApp, Skype.

Видеоконсультация онлайн (Online video-counseling)

В Северной Европе с нарастающей частотой специалистами социального обслуживания осуществляется дистанционное консультирование в режиме реального времени с использованием веб-камер, мониторов и информационных программ, таких как Skype и Vyzit. Например, Vyzit позволяет поставщикам социально-медицинских услуг проводить безопасные видеоконсультации с пациентами и лицами, обеспечивающими уход, корректируя методы их работы. Данная практика актуальна для систематичной диагностики состояния для клиентов с физическими ограничениями здоровья или отдаленно проживающих от учреждений социального обслуживания.

Геймификация, или гейминг (Gamification & Gaming)

Увеличивается число случаев применения геймификации как метода интеграции игрового пространства с реальной социальной средой для изучения специфического поведения молодежи. Системы вознаграждения и распознавания в виртуальной реальности в форме сигнализирующих значков, обозначающих положительное, общепринятое поведение, способствуют его актуализации в реальной социальной среде. Зарубежные исследования показали эффективность игрофикации в лечении депрессии, токсикомании и профилактики насилия среди молодого населения. Дальнейшее расширение терапевтических вмешательств, основанных на виртуальных игровых мирах, предоставляет возможности для симуляции и ролевых игр.

Проведенные исследования подтверждают эффективность использования VR/игровых систем пожилыми людьми в домашних условиях для облегчения физической активности, устранения нарушений, ограничений активности (Miller, Adair, Pearce, 2015).

Современная практика российской социальной работы исключает применение геймификации как метода коррекции и диагностики асоциального поведения клиентов. Тем не менее данная технология находит свое применение в различных бизнес-структурах как совокупность приемов повышения мотивации сотрудников и их дальнейшее вовлечение в трудовую деятельность.

Кибертерапия (Cybertherapy)

Специалисты клинической социальной работы оказывают индивидуальные и групповые консультационные услуги клиентам, используя трехмерный виртуальный мир, в рамках которого получатели социальных услуг и практики взаимодействуют друг с другом с помощью аватаров, а не реальных фотографий или живых изображений. Аватар — это цифровое графическое изображение или карикатура, которое клиенты и социальные работники используют для представления себя в виртуальном мире, появляющееся на экране их компьютера. Клиенты и социальные работники присоединяются к сообществу онлайн-терапии, создают свои аватары и в электронном виде попадают в виртуальную терапевтическую комнату для индивидуального или группового консультирования. Многие провайдеры используют программное обеспечение, известное как Second Life, — огромная многопользовательская вселенная, установленная в трехмерном виртуальном мире.

Виртуальная реальность (VR) и интерактивные технологии

Виртуальная реальность (VR) и интерактивные технологии являются эффективным инструментом реабилитации людей, перенесших инсульт, поскольку дают возможность практиковать познавательную и двигательную деятельность, которая обычно не может быть осуществлена в клинической среде, например, тренировка способности внимания в ситуациях перехода улиц, исполнительные функции путем посещения супермаркета или выполнения моделирования реальных сценариев и действий в городских виртуальных средах. Преимущества VR для лечения нарушений, связанных с инсультом, выходят за рамки обоснованности тренировок, появляется все больше доказательств эффективности интерактивных технологий, особенно в области двигательной реабилитации. Виртуальные среды созданы, чтобы максимально приблизить пациента

к реальной обстановке, демонстрируя большой терапевтический и практический эффект, чем обычные методы реабилитации. Введение игровых элементов и немедленная обратная связь по производительности усиливают мотивацию, тем самым поощряя большее количество повторений. Кроме того, метод виртуальной реальности позволяет систематически представлять стимулы и проблемы в иерархической форме, задачи могут варьироваться от простых до сложных, в зависимости от способностей пациента. Кроме того, люди, пережившие инсульт, зачастую страдают гемипарезом ведущей руки, это мешает им выполнять задания с бумагой и карандашом, что, в свою очередь, может препятствовать когнитивной тренировке. Таким образом, еще одним значительным преимуществом VR является возможность интеграции с доступными интерфейсами, такими как адаптированные джойстики, естественные пользовательские интерфейсы или роботизированные системы.



Рис. 2. Виртуальная реабилитация — *Reh @ City*, виртуальная симуляция города

Вмешательство на основе виртуальной реальности включает в себя виртуальную симуляцию города — Reh @ City, — где обучаются нескольким повседневным практикам. Reh @ City обеспечивает комплексный и персонализированный процесс когнитивной реабилитации, нацеленный на несколько когнитивных областей, таких как память, внимание, исполнительные функции и зрительно-пространственные способности. Кроме того, Reh @ City делает взаимодействие с виртуальным миром доступным через свой интерфейс, а сложность сценариев адаптируется к профилю пациентов.

GPS (Global Positioning System)

«Традиционные» социальные услуги ограничены жестким регламентом и временными рамками. Веб-программы или программы на основе приложений позволяют клиентам учреждений социального обслуживания получать необходимые услуги в удобное для них время. Исследования выявили, что кризисная интервенция в индивидуальном порядке повышает личную приверженность и участие в лечении (Proudfoot, 2017). Современные программы и приложения на основе ввода личных данных пользователем обеспечивают индивидуальный подход к лечению. Мобильные устройства предоставляют постоянный доступ, имеют возможность установки предупреждений, могут выполнять запись и оценку в текущий момент времени, а также оказывать помощь в установленное время. Дополнение традиционных приложений технологией глобальной системы позиционирования (GPS) (присутствующей на многих мобильных устройствах) позволяет отслеживать поведение, которое может даже иметь встроенные предупреждения для уведомления пользователя, когда он находится в запретной зоне (например, в баре или казино). Исследования показывают, что социальная интервенция, предусматривающая подобные инструменты, в том числе GPS и интернет-модули с когнитивно-поведенческим вмешательством, гарантирует положительные результаты и повышает эффективность (Griffiths, Farrer).

Специалисты по социальной работе осуществляют социальное сопровождение семей с детьми, как правило, их деятельность носит мобильный характер, выходы в адреса, школы, медицинские учреждения и т.д. Тем не менее растущая бюрократическая составляющая, менеджмент и рабочая нагрузка — все вместе вынуждает социальных работников выполнять все больший объем работы в нерабочее время. Подобная ситуация приводит к тому, что специалисты по социальной работе большую часть своего рабочего времени проводят за офисным



Рис. 3. GPS-устройство Holux RCV-3000

столом. Такая иммобилизация социальных работников имеет серьезные последствия, ограничивая возможности личного контакта, необходимого для построения отношений с семьями. До определенного времени не существовало исследований о влиянии реальной мобильности, как и ее отсутствия, на способность специалистов к эффективной социальной практике. Первым инновационным подходом стало проведение исследования с использованием устройств GPS (Global Positioning System), отслеживающего мобильность специалистов и использование рабочего времени.

Цель заключалась в том, чтобы охватить весь объем работы и мобильности специалистов по социальному сопровождению семей с детьми. В ходе исследования применялось GPS-устройство Holux как инструмент для измерения производительности труда.

Сетевая интервенция (Network intervention)

На базе специализированного веб-сайта специалисты по социальной работе оказывают помощь людям с различными видами зависимостей. Например, веб-сайт, известный как *Drinker's Check-up*, предоставляет поддержку людям, имеющим алкогольную или наркотическую зависимость. Миссия информационной платформы гласит: «Поможем осознать влияние употребления алкоголя, в том числе любые риски, которые он может представлять для вас; подумайте, не захотите ли вы изменить свою жизнь и понять, как вы можете измениться, если решите не употреблять алкоголь» (www.drinkerscheckup.com). Пользователи

заполняют онлайн-анкеты, касающиеся их употребления и привычек, а затем получают электронную обратную связь и ресурсы, которые могут помочь решить их проблему (медицинские и социальные учреждения, группы самопомощи и НКО). Другой веб-сайт, *Personal Investigator*, предназначен для мониторинга специалистами психического здоровья молодежи. Многие подростки находят услуги онлайн-сервисов более привлекательными, чем услуги стационарных учреждений, учитывая их склонность к компьютерным технологиям, информационная платформа *Personal Investigator*, используя принципы терапии, ориентирована на решение проблем подростков. В онлайн-игре подростки посещают детективную академию и играют роль личного следователя собственной кризисной ситуации, ищущего улики, которые позволят им решить проблему. Игрокам предоставляют детективный блокнот, где просят записать свои мысли и идеи. Пять ориентированных на решение диалоговых стратегий отображаются в пяти различных игровых областях. В каждой области игрок встречает персонажа, который неформально разговаривает с игроком и просит игрока ответить на вопросы в блокноте. Три разговора включают видео подростков, описывающие преодоление личных проблем, используя описанные стратегии. Для того чтобы завершить игру и окончить академию, игроки должны выполнить задачи, поставленные каждым персонажем.

Веб-ресурс RareICT является платформой для поддержки самообслуживания людей с редкими врожденными заболеваниями. Цель разработчиков — создание ресурса для обмена и производства совместных знаний подобно онлайн-энциклопедии, где пациенты, члены семей и социальные работники обмениваются практическими рекомендациями, повседневным опытом и знаниями. Сценарий для разработки *RareICT* заключался в том, чтобы предложить систематизированную, обновленную информационную систему в качестве источника, где пациенты и члены их семей могут вносить или извлекать практические стратегии, обучаться на опыте других и получать дополнительные знания о самопомощи в повседневной жизни.

Социальные сети (Social media)

Во многих отношениях возможности социальных сетей для специалистов социальных служб беспрецедентны. Как отмечалось ранее, процессы цифровизации характерны не только для сферы социальных услуг, однако проблемы, связанные с использованием социальных сетей, настолько размыты, что чреваты потенциальными рисками для профессионалов.

Особое значение для специалистов по социальной работе имеет понимание ландшафта и потенциальных преимуществ социальных сетей для социального вмешательства, тем не менее исследования и рекомендации по использованию этого инструмента не соответствуют растущему спросу со стороны тех, кто работает в социальном секторе. Единичные случаи показывают, что социальные сети широко используются индивидуально для улучшения и совершенствования практики.

Термин «социальные сети» сразу ассоциируется с такими веб-сайтами, как Facebook, «ВКонтакте», Instagram, Twitter и LinkedIn. Социальные сети являются онлайн-платформами, которые, прежде всего, используются в социальной работе для взаимодействия и выстраивания коммуникации с получателями социальных услуг. Такая цифровая платформа предусматривает загрузку контента, обмен информацией и взаимодействие с другими пользователями, кроме того, она тесно связана с ростом использования электронных технологий, включая смартфоны и планшеты.

Социальные сети применяются для скрининга и идентификации пользователей с суицидальным поведением. В частности, Facebook осуществляет сотрудничество с исследователями Forefront: Innovations in Suicide Prevention, междисциплинарной организации, базирующейся в Школе социальной работы одного из европейских университетов.

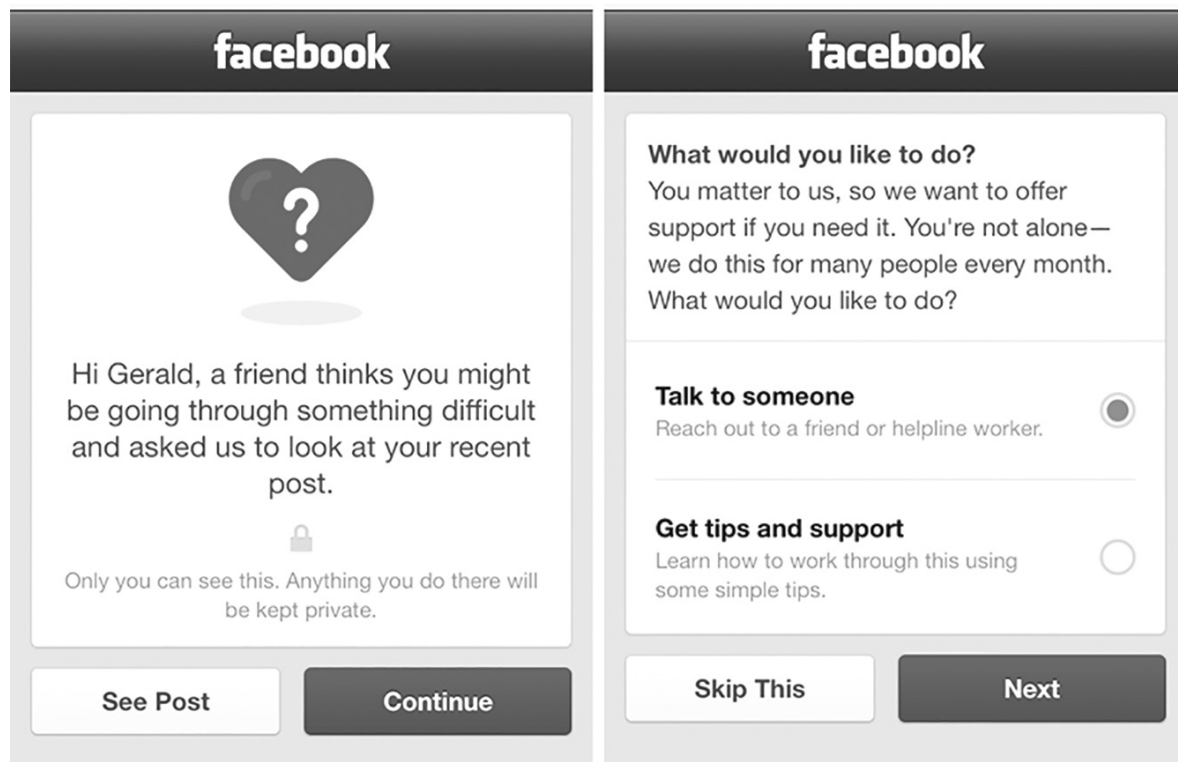


Рис. 4. Сотрудничество Facebook и Forefront (механизм скрининга людей с суицидальным поведением)

Сотрудничая с Forefront и другими экспертами в области психического здоровья, Facebook сформировал свой набор инструментов для поддержки людей с суицидальным поведением. Механизм скрининга состоит в следующем: когда кто-то видит сообщение, в котором предполагается, что его автор подумывает о самоубийстве, пользователь может щелкнуть раскрывающееся меню и сообщить о публикации в Facebook.

Информация о возможном суицидальном поведении предусматривает серию вариантов. Человек, отметивший сообщение, увидит экран со ссылками, которые позволят ему написать потенциальному самоубийце, связаться с другим другом в Facebook для поддержки или связаться с обученным профессионалом на горячей линии для потенциальных самоубийц с целью получения рекомендаций. Затем Facebook проверит сообщение, о котором было заявлено. Если информация подтвердится, то при следующем входе этого человека в Facebook автоматически запустится информационное табло с данными о том, как получить помощь. Эти инструменты направлены как на людей с суицидальным поведением, так и на поддержку заинтересованных лиц или членов семьи в ситуации, с которой большинство из них просто не в состоянии справиться.

Цифровое повествование (Digital storytelling)

Цифровое повествование представляет технологию современной коммуникации: основным продуктом применения данного метода является цифровой рассказ — мультимедийное произведение, которое может содержать фотографии и другие графические изображения, видео- и аудиозаписи, музыку, текст, голосовое сопровождение. Примером успешной интеграции технологии цифрового повествования в социальную работу может служить и британский проект The Patient Voices («Голоса пациентов»), созданный П. Харди и Т. Саммером в 2013 г. при поддержке профсоюза медицинских работников Великобритании. В проекте участвуют пациенты, сиделки, врачи и медсестры, которые рассказывают о своем личном опыте, переживаниях и проблемах в форме аудио- и видеорассказов, которые могут также содержать изображения и музыкальное сопровождение. Цифровые рассказы создаются в рамках небольших семинаров (2–4 дня), где участников обучают приемам их создания и помогают им справиться с технической реализацией своего замысла. Цель данного проекта — привлечь внимание врачей, чиновников и политиков к проблемам

здравоохранения, предоставив возможность пациентам и медработникам высказать свое мнение.

Цифровое повествование зачастую применяется в социальной практике как метод социального вмешательства, позволяющий клиентам провести анализ своего жизненного опыта, мыслей и чувств. Далее рассмотрим некоторые характеристики цифрового повествования: 1) оно относится к использованию оцифрованных изображений, текстов, звуков и других интерактивных элементов; 2) вовлекает клиентов социальных учреждений, которые не являются техническими экспертами; 3) относится к широкому спектру жанров, например к коротким мультимедийным роликам, интерактивным текстам и фотоэссе; 4) включает в себя удобные для пользователя средства производства и редактирования мультимедиа в виде оборудования (например, мобильные телефоны) и программного обеспечения (например, бесплатные приложения для редактирования фотографий); 5) распространяется через различные платформы, включая веб-сайты, социальные сети (например, YouTube) и автономный просмотр; 6) принимает как групповые, так и индивидуальные формы; 7) предполагает участие фасилитатора, использующего определенные шаги или рабочие модели.

Цифровые технологии в повседневной российской практике социальной работы находят свое применение как в стационарных условиях, так и в полустационарных, а также на дому. Они вполне универсальны и практически необходимы в оказании профессиональной помощи людям разных возрастных групп, разного социального положения. Ключевая форма цифровой социальной работы — презентация социальных услуг с использованием веб-сайта, одновременно функционирующего как площадка для фандрайзинга с подключением электронной платежной системы. Веб-платформа способствует транслированию прозрачной деятельности организаций социального обслуживания, поскольку предполагает публичное обнародование финансового отчета и отчета об оказанных услугах учреждением. Иным элементом использования информационных технологий в работе российских организаций социального обслуживания можно обозначить онлайн-платформы («ВКонтакте», Facebook, Instagram). Многие имеют собственные страницы в социальных сетях, применяемые для общения с клиентами, привлечения волонтеров, публикации информационного новостного, репутационного и образовательного (полезная информация и ресурсы для клиентов) контента.

В то же время используемые электронные средства, компьютерные программы, цифровая техника пока во многом сосредоточены на организационном обеспечении самого процесса трудовой деятельности сотрудников, нежели непосредственно на различных технологиях и способах помощи клиентам. Доступность цифровой практической социальной работы на микроуровне сейчас зависит от индивидуально-личностных факторов ее непосредственных участников: организаторских способностей руководителя и успешности его усилий по цифровизации учреждения, личной цифровой компетентности сотрудников, обеспеченности современной техникой организаций и клиентов, их пользовательской грамотности и т.п.

В сложившихся условиях борьбы с общемировой эпидемиологической проблемой COVID-19 можно прогнозировать рост использования цифровых технологий в отечественной практике социальной работы.

Заключение

Цифровые технологии изменили облик социальной работы XXI в. Инновационные продукты используются на самых разных уровнях практики и коренным образом трансформируют способ реализации социальной работы. Социальная работа, сферы ее деятельности, учреждения, специалисты и группы клиентов во многом зависят от цифровых преобразований, происходящих в обществе. Цифровизация как открывает новые возможности, так и создает определенные проблемы в различных областях практики. Теоретические подходы и этические принципы социальной работы, которые должны заложить основы профессиональной деятельности и практических действий, лишь отчасти относятся к цифровой эпохе, тем не менее необходима основа для анализа и внедрения цифровых инновационных методов в социальную работу.

Одним из современных концептуальных подходов, позволяющих определить, какие переменные влияют на принятие новой технологии индивидом, является модель принятия технологий (Technology Acceptance Model). Модель ТАМ используется непосредственно для исследования технологической среды, однако ее принципы вполне применимы во многих других областях. Влияние на намерение использовать цифровые технологии основывается на воспринимаемой полезности (U), воспринимаемой простоте использования (EOU), поведенческих намерениях использовать (BI) и фактическом

использовании системы. При внедрении цифровых технологий в практику социальной работы требуется комплексное сочетание: простоты системы в использовании, готовности организации к инновациям и развитию квалификации персонала, а также установок и прошлого опыта пользователей.

Знание современных методов и приемов коммуникации в профессиональной социальной работе на микро-, мезо- и макроуровнях ее реализации обеспечивает своевременное и эффективное воздействие на социальную проблему. Цифровизация создала новые возможности для налаживания взаимодействия между членами общества. Процессы цифровизации сделали возможным возникновение новых социальных структур, которые заменяют государственные институты и традиционные форматы коммуникации. Цифровизация способствует прямой организации взаимодействия получателей социальных услуг и специалистов различных уровней социальной работы.

Центральным требованием к цифровому обеспечению социальной работы должно стать создание и реализация эффективной коммуникации, построение сообщества и понимание кризисных ситуаций. Программное обеспечение должно разрабатываться при междисциплинарном сотрудничестве с IT-специалистами, инженерами и руководителями социальных организаций с целью раскрытия и систематического использования потенциала цифровых технологий. Различные заинтересованные стороны — получатели социальных услуг и профессионалы — должны быть вовлечены в разработку программного обеспечения. Следует придерживаться подхода, ориентированного на пользователя, который ставит во главу угла потребности клиентов и социальных работников как центральных целевых групп, получающих выгоды от любых цифровых инструментов.

Существенным аспектом использования цифровых технологий в практике социальной работы является защита личной информации. Получатели социальных услуг должны быть всесторонне проинформированы о целях и способах использования личных данных. Конфиденциальная информация о клиентах должна передаваться и храниться только на безопасных цифровых платформах. Цели сбора, оценки и использования личных данных в социальной работе должны быть определены на основе этических принципов профессии.

Цифровизация рассматривается как неотъемлемая часть обучения и повышения квалификации в области социальной работы. Основное внимание должно быть уделено не только навыкам использования

конкретных программных приложений, но также теоретическим и этическим вопросам. Особое значение имеет критическое обсуждение сценария использования цифровых технологий в социальной работе для создания единой терминологии с целью описания, критики и инновационного развития цифровых технологий в социальной работе.

В научной области социальной работы необходимы дальнейшие исследования того, как цифровые технологии трансформируют процессы предоставления социальных услуг, и в какой степени выводы о рисках и текущие технологически сформированные разработки в различных сферах влияют на применение цифровых технологий в социальной работе. Несмотря на то, что исследования формальных систем ИКТ в социальной работе уже существуют, сохраняется и глубокая потребность в исследованиях трансформации коммуникации, социального вмешательства и неформальных образовательных процессов в различных областях социальной работы.

Мобильные технологии, социальные сети, робототехника, игры, геймификация представляют собой инструменты специалистов социальной сферы по интервенции, изменению и пониманию социальных проблем клиентов. Таким образом, практические возможности информационных технологий — это не методы или сами технологии, а то, что эти технологии могут значить для области социальной работы. Новые технологии могут формировать возможности обучения, менять подходы к вмешательству в социальную ситуацию, а также изменять отношения между профессионалом и клиентом. Это, в свою очередь, может изменить отношение потребителей социальных услуг к социальному обслуживанию и улучшить результаты работы. В ходе эволюции практических методов социальной работы некоторые специалисты по социальной работе перешли от предоставления услуг исключительно очно к предоставлению услуг с использованием цифровых и других информационных инструментов. Тем не менее было бы ошибкой утверждать, что социальные работники должны избегать всех инструкций традиционной практики социальной работы при применении цифровых технологий; творческие и эффективные инновации в профессии требуют от специалистов расширить границы традиционной практики в конструктивных усилиях по созданию, внедрению и оценке новых, но эффективных способов помощи людям.

Важнейшая задача цифровой социальной работы — не переходить тонкую грань между ценными инновациями, которые имеют терапевтическую пользу, и обезличенным, возможно, эксплуататорским

отношением к уязвимым клиентам. Задача социальной работы заключается во вдумчивой и конструктивной критической оценке, насколько приемлемы цифровые, онлайн- и электронные инструменты.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Abramovitz, M., Zelnick, J. (2013). Privatization in the human services: Implications for direct practice. *Clinical Social Work Journal*, 43 (3), 283–293.
2. Arriazu Muñoz, R., y Fernández-Pacheco Sáez, J.L. (2013). Internet en el ámbito del Trabajo Social: formas emergentes de participación e intervención socio-comunitaria. *Cuadernos de Trabajo Social*, 26 (1), 149–158.
3. Baker, J., Hodgkin, J. (2014). Reimagining the Relationship between Social Work and Information Communication Technology in the Network Society. *Australian Social Work*, 67(4), 467–478. DOI:10.1080/0312407X.2014.928336.
4. Baker, S., Warburton, J., Hodgkin, S., Pascal, J. (2014). Technology in the network society. *Australian Social Work*, 67 (4), 467–478.
5. Bayles, M. (2012). Is physical proximity essential to the psychoanalytic process? An exploration through the lens of Skype. *Psychoanalytic Dialogues*, 22, 569–585.
6. Beresford, P., Croft, S., Adshead, L. (2008). ‘We don’t see her as a social worker’: A service user case study of the importance of the social worker’s relationship and humanity. *British Journal of Social Work*, 38 (7), 1388–1407.
7. Castells, M. (1998). End of Millennium, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. 3. Malden, MA; Oxford, UK: Blackwell. ISBN978-0-631-22139-5.
8. Castells, M. (1996). The Rise of the Network Society. *The Information Age: Economy, Society and Culture* Vol. 1. Malden, MA; Oxford, UK: Blackwell, 1996. ISBN978-0-631-22140-1.
9. Castells, M. (1997). The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol.2. Malden, MA; Oxford, UK: Blackwell, ISBN978-1-4051-0713-6.
10. Chester, A., Glass, C. (2006). Online counseling: A descriptive analysis of therapy services on the internet. *British Journal of Guidance and Counseling*, 34, 145–160.
11. Csiernik, R., Furze, P., Dromgole, L., Rishchynski, G. (2006). Information technology and social work- the dark side or the light side? *Journal of Evidence Based Social Work*, 3 (3/4), 9–25.
12. Davis, F. (1989). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Massachusetts, United States: Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
13. Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13 (3), 319–340.
14. Davis, F., Bagozzi, R., Warshaw, R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35, 982–1003.
15. Day, P. (2014). *Communication in Social Work: The Commonwealth and International Library: Social Work Division*, Pergamon Press.
16. Devlieghere, J. (2017). *The Logic of the Database: In Search of Responsive Social Work*. Ghent University. Faculty of Psychology and Educational Sciences.
17. Dunlop, F. (2008). Technology-Based Approaches to Social Work and Social Justice, *Journal of Policy Practice*, 7: 2–3, 140–154. DOI:10.1080/15588740801937961.

18. Eun-Kyoung, Lee, O. (2014). Use of avatars and a virtual community to increase cultural competence. *Journal of Technology in Human Services*, 32 (1–2), 93–107. DOI:10.1080/15228835.2013.860364.
19. Eurostat Statistics Explained. Digital economy and society statistics - households and individuals (2021). [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals#Internet_access (дата обращения: 15.08.2021)
20. Gillingham, P. (2014). Electronic information systems and social work: Who are we designing for? *Practice: Social Work in Action*, 26 (5), 313–326.
21. Goldingay, F., Boddy, G. (2017). Preparing social work graduates for digital practice: ethical pedagogies for effective learning, *Australian social work, Special issue: eprofessionalism and the ethical use of technology in social work*, 7 (2), 209–220. DOI: 10.1080/0312407X.2016.1257036.
22. Grant, G., Grobman, L. (1998). *The social worker's Internet handbook*. Harrisburg, PA: White Hat Communications.
23. Greenhalgh, T., Papoutsi, C. (2019). *Spreading and scaling up innovation and improvement*. BMJ. 365. P. l2068. DOI:10.1136/bmj.l2068.
24. Hill, K., Ferguson, S. (2014). Web 2.0 in social work macro practice: Ethical considerations and questions. *Journal of Social Work Values & Ethics*, 11 (1), 2–11.
25. Kanani, K., Regehr, C. (2003). Clinical, ethical, and legal issues in e-therapy. *Families in Society*, 84, 155–62.
26. Kowitlawakul, Y. (2008). Technology acceptance model: Predicting nurses' acceptance of telemedicine technology (eICU). Available from Dissertation Abstracts International: Section B. Sciences and Engineering, 69 (04), 2230.
27. Kutscher, N., Ley, T., Seelmeyer, U. (2014). Mediatisierte, Lebens-und Arbeitswelten. *Blätter Der Wohlfahrtspflege*, 161 (3), 87–90.
28. LaMendola, W. (2010). Social work and social presentation online world. *Journal of Technology in Human Services*, 28, 108–119.
29. Lariviere, M. (2018). The role of technology in making care arrangements sustainable. Centre for International Research on Care, Labour & Equalities.
30. Martinez, R., Clark, C. (2002). *The social worker's guide to the Internet*. Boston: Allyn Bacon.
31. Mattison, M. (2015). Social Work Practice in the Digital Age: Therapeutic E-Mail as a Direct Practice Methodology, *Social Work*, 57 (3), 249–258.
32. Menon, G., Miller-Cribbs, J. (2002). Online social work practice: Issues and guidelines for the profession. *Advances in Social Work*, 3, 104–116.
33. Miller, K., Adair, B., Pearce, A., Said, C., Ozanne, E., Morris, M. (2015). Effectiveness and feasibility of virtual reality and gaming system use at home by older adults for enabling physical activity to improve health-related domains: A systematic review. *Age and Ageing*, 43, 188–195.
34. Molina, A.M., Roque, L., Garcés, B.R., Rojas, Y., Dulzaides, M.E., & Selín, M. (2021). 'El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social', *Medisur*, 13 (4), 481–493.
35. Monnickendam, M., Eaglestein, A. (1993). Computer acceptance by social workers: Some unexpected research findings. *Computers in Human Services*, 9 (3/4), 409–424.
36. Morgan, S., Polowy, C. (2011). *Social workers and Skype: Part I*. NASW Legal Defense Fund, Legal Issue of the Month.

37. Perron, B.E., Vaughn, M.G. (2010). Conclusions and Future Directions. In: Vaughn M., Perron B. (eds) *Social Work Practice in the Addictions. Contemporary Social Work Practice*. Springer, New York, NY. DOI//doi.org/10.1007/978-1-4614-5357-4_16.
38. Proudfoot, J., Clarke, J., Gunn, J., Fletcher, S., Sanatkar, S., Wilhelm, K., Campbell, L., Zwar N. (2017). A web-based public health intervention to reduce functional impairment and depressive symptoms in adults with type 2 diabetes (The Springboard Trial): randomized controlled trial protocol. *JMIR Res Protoc*, 6 (8), e145. DOI: 10.2196/resprot.7348.
39. Reardon, D. (2017). Data driven, people focused — technology takes on social work. *Social Work Today*, 10 (6), 6.
40. Reeves, N. (2015). The use of telephone and Skype in psychotherapy: Reflections of an attachment therapist. In L. Cundy (Ed.), *Love in the age of the internet: Attachment in the digital era*. 125–152. London: Karnac.
41. Rettie, R. (2008). Mobile phones as network capital: Facilitating connections. *Mobilities* 3 (2), 291–311.
42. Romero, L., Parra, A. (2018). 'Técnicas y comunicación durante la intervención social,' *Aldaba*, 3, 63–80. DOI: doi.org/10.5944/aldaba.42.2017.20808.
43. Schoech D. (1999). *Human services technology: Understanding, designing, and implementing computer and Internet application in social services*. Binghamton, NY: Haworth Press.
44. Simpson, J. E. (2017). Staying in touch in the digital era: New social work practice. *Journal of Technology in Human Services*, 35 (1), 86–98.
45. Skinner, A., Zack, J. (2004). Counseling and the Internet. *American Behavioral Scientist*, 48, 434–46.
46. Taylor, A. (2017). *Professionalism, social work and the connected age*. London: Sage.
47. Teo, T. (2012). A comparison of non-nested models in explaining teachers' intention to use technology. *British Journal of Educational Technology*, 44 (3), E81-E84. doi:10.1111/j.1467-8535.2012.01350.x.
48. *The Digital Economy and Society Index (DESI)*. [Электронный ресурс]. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi> (дата обращения: 15.08.2021)
49. *The Quality Assurance Agency for Higher Education, UK: Self-Assessment Report for Review by ENQA* (2018). [Электронный ресурс] URL: https://www.qaa.ac.uk/docs/qaa/news/enqa-2018-self-assessment-report.pdf?sfvrsn=4265f681_10 (дата обращения: 15.08.2021).
50. Theeb, A. (2018). The Role of information systems in human resource management. *Management of Information Systems*, 88–98.
51. Willis, T. (2008). An evaluation of the technology acceptance model as a means of understanding online social networking behavior. *Dissertation Abstracts International*, 69.
52. Yellowlees, P., Cook, J. (2006). Education about hallucinations using an Internet virtual reality system: A qualitative survey. *Academic Psychiatry*, 30, 534–539.

ГЛАВА 5.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ЦИФРОВИЗАЦИИ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

В данном разделе рассматриваются основные тенденции цифровизации системы социальной помощи, которые проявляются, с одной стороны, в инициативах НКО по разработке социальных проектов, связанных с цифровизацией социального обслуживания, а с другой — в повседневной практике освоения цифровых технологий социально ориентированными НКО. Для анализа были отобраны четыре российских региона. Первый кейс связан с проектом «Социальный кластер», который был поддержан правительством Свердловской области в качестве приоритетного регионального социального проекта. Проект разработан региональной некоммерческой организацией и содержит онлайн-сегмент в формате интернет-портала «Социо», на котором планируется сконцентрировать информацию обо всех социальных услугах и возможностях социальной помощи для благополучателей, проживающих на территории Свердловской области. Следующий пример связан с Ростовской областью, где при поддержке правительства Ростовской области, Общественной палаты Ростовской области, АСИ, представителей региональных некоммерческих организаций внедрена цифровая платформа «Атлас НКО», оператором которой в декабре 2018 г. зарегистрирована АНО «Центр инноваций социальной сферы “Атлас некоммерческих организаций”». В двух регионах Дальневосточного федерального округа (ДФО) — Республика Саха (Якутия) и Хабаровском крае, занимавших лидерские позиции в рейтинге регионов по развитию некоммерческого сектора в 2018 г., собран эмпирический материал, анализ которого раскрывает характер процессов цифровизации сектора социальных услуг в настоящее время.

Цель проведенных исследований, результаты которых представлены в главе, — проанализировать региональный опыт создания единых

цифровых платформ, их роль в решении задач по обеспечению более эффективной реализации социальных прав граждан на примере проектов «Социальный кластер» и АНО «Атлас НКО», рассмотреть возможности цифровых платформ для осуществления социальных прав граждан и ограничения, преодоление которых будет способствовать совершенствованию применения данных технологий. Анализ цифрового развития СО НКО в регионах ДФО, не отмеченных разработкой крупных цифровых проектов в сфере социального обслуживания, проведен в контексте концептуальных подходов о стадиях цифровизации СО НКО и возможностей, которые содержатся в цифровых технологиях по мере движения социальных организаций в направлении цифровой трансформации.

Сбор социологической информации осуществлялся из открытых источников и данных качественного исследования, включавшего экспертные интервью и фокус-группы, участниками которых стали представители региональных проектов, руководители и специалисты СО НКО, эксперты из законодательных и исполнительных региональных органов управления. Всего в представленных в разделе кейсах использованы данные 15 интервью и одной фокус-группы. Для кейса «Социальный кластер» Свердловской области были проведены 8 интервью, из них 5 интервью — с представителями и руководителями НКО, участвующих в разработке и внедрении проекта, 3 экспертных интервью состоялись с представителями областных органов управления. Основу кейса «Атлас НКО» составило интервью с заместителем директора этой организации. Для изучения цифровизации регионов Дальневосточного округа были проведены интервью с шестью руководителями СО НКО Хабаровского края и Республики Саха (Якутия) и фокус-группа с руководителями СО НКО Хабаровского края. Помимо этого, были собраны и проанализированы данные, полученные с помощью цифрового паспорта социальных учреждений и СО НКО этих двух регионов. Цифровой паспорт рассылался в онлайн-форме, в период проведения исследования паспорт заполнили 11 организаций, включая некоммерческие организации, государственные учреждения и коммерческую организацию, предоставляющую социальные услуги.

1. Проект «Социальный кластер» (АНО «Ассоциация “Особые люди”», г. Екатеринбург, Свердловская область)

Формирующиеся в настоящее время региональные подходы к продвижению цифровых технологий в сфере социальной защиты

нацелены на повышение качества жизни детей и взрослых людей с инвалидностью, в целом на создание условий с помощью цифровых инструментов для большей доступности социальных услуг людям, оказавшимся в трудных жизненных обстоятельствах и нуждающимся в социальной поддержке. На достижение отмеченных целей направлен проект «Социальный кластер». В информации, размещенной на официальном сайте правительства Свердловской области, о начальном этапе реализации проекта «Социальный кластер», который разработан региональной АНО «Ассоциация “Особые люди”» и поддержан областным правительством в рамках реализации национальной программы «Цифровая экономика», выделено несколько направлений проектной деятельности: создание цифровой платформы, на которой будет размещена вся необходимая информация о социальной помощи людям, нуждающимся в ней; разработка цифровых инструментов (приложений), размещенных на платформе, которые помогают в каждом индивидуальном случае сформировать алгоритм действий для получения помощи/услуг; создание филиалов АНО «Ассоциация “Особые люди”» в 14 муниципальных образованиях, предоставляющих социальные услуги гражданам, для объединения усилий по предоставлению услуг действующих разрозненно в настоящее время региональных СО НКО. (В «Социальный кластер» войдут 2020.)

Презентация проекта, ставшего результатом совместной работы государственных региональных органов управления, Уральской торгово-промышленной палаты и Ассоциации «Особые люди», прошла в 2018 г. на международной выставке ИННОПРОМ в Екатеринбурге, демонстрируя на практике возможности социального партнерства государства, некоммерческого сектора и бизнеса в ответ на объективный запрос формирования в регионе рынка социальных услуг в целях повышения их качества и, соответственно, качества жизни получателей услуг (рис. 1). Согласно указу губернатора Свердловской области, проект был признан приоритетным для развития социальной сферы региона и создан проектный офис как организационная форма реализации проекта (Указ Губернатора, 2019). Рабочей группой подготовлен паспорт проекта «Социальный кластер» для презентации в 2021 г. на международной выставке ИННОПРОМ и последующего утверждения базовых показателей паспорта. Среди них такие контрольные индикаторы, как количество поставщиков социальных услуг, охват граждан

и формирование инновационных технологий оказания услуг, к которым относятся в первую очередь цифровые технологии.



Рис. 1. Бренд проекта «Социальный кластер», АНО «Ассоциация «Особые люди»» в партнерстве с правительством Свердловской области и Уральской торгово-промышленной палатой

Проект «Социальный кластер» включает два основных сегмента. Первый, имея в настоящее время первоочередное финансирование, предполагает создание единой онлайн-платформы (веб-сайт «Социо»), объединяющей некоммерческие организации региона по секторам социальных услуг, которыми планируется охватить более восьмидесяти категорий граждан, нуждающихся в социальной поддержке. Платформа «Социо», прежде всего, аккумулирует всю необходимую информацию о социальной помощи и услугах для нуждающихся в поддержке граждан, проживающих на территории региона, а также будет предоставлять алгоритм действий для получателей, обеспечивающий минимальные временные затраты. Основная концептуальная идея онлайн-платформы — своеобразная «маршрутизация» получения помощи и услуг с учетом индивидуальной ситуации человека, оказавшегося в трудных жизненных обстоятельствах или семейной ситуации. Один из участников интервью, оценивая преимущества этого регионального социального «мегапроекта», таким образом сформулировал данный подход:

«Это жизненные маршруты, которые мы должны прописать от и до, чтобы каждый человек, который столкнулся с какой-то

сложной жизненной ситуацией, мог найти выход из нее» (руководитель проекта «Социальный кластер», специалист АНО «Ассоциация “Особые люди”», 2021 г.).

Все информанты подчеркивали, что речь идет об удобстве и доступности социальной помощи и услуг населению:

«Сейчас речь о маршрутизации, <...> это помощь населению без каких-то тяжелых надрывов, тяжелых испытаний получать помощь доступно, быстро, с максимальной эффективностью со стороны тех структур, которые этим занимаются» (эксперт, представитель государственных органов управления Свердловской области, 2021 г.).

Для решения поставленной задачи планируется разработка приложения, которое будет встроено в цифровую платформу, а также предусмотрена его мобильная версия. Говоря о достижении социального эффекта и конкретных показателях такого эффекта, одним из информантов было отмечено следующее:

«Социальный эффект, которого мы хотим добиться, если говорим про платформу, мы говорим о порядка пятидесяти тысячах человек, которые будут пользоваться этой платформой уже в будущем году. <...> Если брать Свердловскую область, то мы рассчитываем как минимум на пятьдесят миллионов потребителей <...> через пять лет» (руководитель проекта «Социальный кластер», специалист АНО «Ассоциация “Особые люди”», 2021 г.).

Второй сегмент кластера будет представлен сетью социальных центров помощи и поддержки в 14 муниципальных образованиях Свердловской области. Первый центр, созданный на базе АНО «Ассоциация “Особые люди”», открылся в конце 2020 г. в Екатеринбурге. Все муниципальные центры будут непосредственно работать с населением, оказывая необходимые услуги, и выполнять функции поставщиков информации о предоставленных услугах, их получателях, востребованности населением тех или иных видов услуг, что, как ожидается, существенно повысит уровень управления системой социального обслуживания, планирования расходов на социальные нужды граждан, проживающих на территории региона, межведомственного взаимодействия при организации социальной поддержки жителям региона.

Объединяя региональные организации, образующие некоммерческий сектор социальных услуг области, Ассоциация «Особые люди» становится своеобразной зонтичной организацией, ресурсы которой усиливаются не только за счет интеграции с другими НКО,

но и благодаря государственно-частному партнерству как механизму, кардинально меняющему качество социального обслуживания и социальной помощи населению.

Муниципальные социальные центры, возникнув как центры помощи, со временем должны стать общественными центрами развития гражданских инициатив и технологических инноваций. Подчеркивая важность развития центров для создания современной инфраструктуры муниципалитетов региона, один из экспертов, отвечавший на вопросы в ходе интервью, отметил:

«Эти центры нужно развивать по-особому, пусть в этих центрах проходят мероприятия не только социальной направленности, но и общественные, чтобы это были центры притяжения» (член рабочей группы «Социальные проекты» совета по улучшению инвестиционного климата Свердловской области, 2021 г.).

Следовательно, по мнению эксперта, центры будут способствовать социальной интеграции «проблемных» социальных групп, их более полному включению в экономические и другие сегменты общественной жизни региона, что также составляет важный социальный эффект внедрения регионального проекта. Более того, эксперты не исключают, что они могут стать драйверами обновления и инноваций в муниципальных сферах социального обеспечения и социального обслуживания, включая цифровое развитие этой сферы.

Вместе с тем участники интервью обращали внимание на риски внедрения крупного социального проекта, подготовленного некоммерческой организацией, на уровне региона. Один из ключевых рисков связан с финансированием цифрового сегмента проекта. Региональные власти заинтересованы в первую очередь в развитии инноваций, которые представлены в проекте цифровой платформой, поэтому проект получил бюджетное финансирование на внедрение платформы уже на начальном этапе своей реализации:

«У нас субсидия сейчас на платформу «Социо». Ну, то есть, на сайт «Социо». Все. Других денег пока нет. <...>. Пока единственный источник финансирования — это министерство социальной политики <...>. В планах это, конечно, привлечение крупного бизнеса, инвесторов, меценатов, спонсоров, благотворителей» (руководитель проекта «Социальный кластер», специалист АНО «Ассоциация “Особые люди”», 2021 г.).

Следовательно, одним из источников финансирования для реализации цифрового сегмента проекта является субсидия из регионального

бюджета, однако, не вполне ясно, насколько данный источник финансирования сохранится как постоянный. Областным правительством была предоставлена и значительная имущественная поддержка для реализации проекта. По решению правительства региона АНО «Ассоциация “Особые люди”» получила в безвозмездное пользование сроком на 49 лет здание в центре города Екатеринбурга, на ремонт которого были собраны частные средства. Существенную помощь на реконструкцию помещения предоставило бизнес-сообщество в лице Союза промышленников, были привлечены другие пожертвования, составившие сумму свыше 20 млн рублей. Тем не менее бизнес-сообщество и другие спонсоры не стремятся вкладывать средства непосредственно в цифровое развитие АНО.

В информации, размещенной на сайте областного министерства социальной политики, не содержится разъяснений о том, как будет происходить финансирование проекта в последующем, в частности муниципальных центров, о развитии которых идет речь в проекте и позиционированных в качестве филиалов АНО «Ассоциация “Особые люди”». Наши информанты также не смогли дать четкого представления по этому вопросу, кроме сведений о том, что в настоящее время на разработку и внедрение цифровой платформы АНО получила субсидию. Можно предположить, что деятельность формирующихся в рамках проекта муниципальных центров, которые будут работать непосредственно с нуждающимися в помощи гражданами, планируется финансировать из регионального бюджета, но это во многом будет определяться организационно-правовым статусом центров. При массовой перерегистрации действующих государственных центров в АНО/НКО, а такая практика характерна для ряда регионов, центры могут получать субсидии из регионального бюджета за выполнение государственного заказа или в форме возмещения затрат за предоставленные услуги благополучателям, в том числе в виде грантов из бюджетов разного уровня, т.е. в формах, установленных действующим законодательством. Получив статус некоммерческой организации, НКО в соответствии с законом наделяются правом привлекать средства в виде частных и общественных пожертвований, а также от деятельности, приносящей доход, при условии включения такой деятельности в устав организации, тогда как государственные социальные учреждения не имеют такого преимущества. Тем не менее представители НКО считают, что должны иметь постоянное финансирование из областного бюджета, поскольку высказывали

уверенность, что некоммерческий сектор в перспективе будет основным поставщиком социальных услуг для нуждающихся в социальной помощи граждан. Отсутствие полной информации о финансовой стороне проекта, получившего сегодня статус областного социального «мегапроекта», само по себе можно рассматривать как фактор потенциальных рисков претворения проекта в жизнь.

Специалисты, работающие с населением, усматривают основные риски в отсутствии возможностей у людей, нуждающихся в помощи, использовать цифровую платформу для получения информации и услуг:

«Люди, которые живут в трудных жизненных ситуациях, у них элементарно нет техники, элементарно нет телефона, который поддержал бы это, чтобы человек мог воспользоваться этой платформой» (исполнительный директор АНО «Ассоциации “Особые люди”», 2021 г.).

При этом информант отметил, что для обучения навыкам работы с инструментами цифровой платформы потенциальных получателей социальных услуг уже запланирована подготовка волонтеров силами специалистов некоммерческой организации.

Представители государственных органов управления связывают риски с уровнем подготовленности самих некоммерческих организаций к реализации заявленных в проекте амбициозных задач, в том числе готовности к выполнению лидирующей роли одной организации в формирующемся секторе некоммерческих услуг, предполагающей объединение и соответствующую активную работу всех НКО по реализации проекта:

«Рисков несколько. Прежде всего, сама мотивация. Мы должны понять, в чем она состоит <...>. Еще не успели его [проект] создать — начали делиться опытом. <...> Второй риск — это, наоборот, отстать от требований времени, пока мы его создаем, кто-то возьмет да опередит, потому что создавать его надо было позавчера <...>. И третий <...> я не вижу сплоченности вокруг него именно большого количества “общественников”. То есть у нас хорошо, и промышленники готовы поддержать, и предприниматели, так скажем, средней руки, и малый бизнес. А вот мало самих “общественников”» (эксперт, представитель государственных органов управления Свердловской области, 2021 г.).

Тем не менее, по мнению всех участников интервью, преимущества, которыми обладает проект «Социальный кластер», и ожидаемые результаты от его внедрения оправдывают возможные риски.

Муниципалитеты, по мнению экспертов, могут стать самыми заинтересованными, мотивированными участниками проекта, поскольку они «ближе к людям», а модернизация учреждений социальной помощи привлекает муниципальных руководителей как одно из направлений развития территорий. Замысел разработчиков проекта состоит в его тиражировании в другие регионы, но региональные власти ориентированы на данном этапе на социальные нужды граждан своей территории, что также создает определенные трудности для реализации проектных целей в условиях всеобщего цифрового развития.

2. Цифровая платформа «Атлас НКО» (АНО «Центр инноваций социальной сферы “Атлас НКО”», г. Ростов-на-Дону, Ростовская область)

Успешную региональную практику разработки цифровой платформы в целях развития некоммерческого сектора социальных услуг и повышения качества социального обслуживания населения демонстрирует Автономная некоммерческая организация «Центр инноваций социальной сферы “Атлас НКО”» города Ростова-на-Дону, позиционируя себя как наиболее крупный «высокотехнологичный ресурсный центр по поддержке НКО на Юге России» (Официальный сайт АНО «Атлас НКО», 2021). Организация является оператором отраслевой цифровой платформы, созданной в соответствии с направлениями программы «Цифровая экономика РФ» (рис. 2). Проект «Цифровая платформа “Атлас НКО”» — веб-портал, обеспечивающий бесплатный доступ к данным о деятельности всех некоммерческих организаций в России, реализован при поддержке правительства Ростовской области, Общественной палаты Ростовской области, АСИ.

Деятельность АНО, как и цифровая платформа, ориентирована на решение таких задач, как интеграция всех участников некоммерческой сферы; разработка и внедрение инструментов цифровизации третьего сектора экономики и предоставление инфраструктурных услуг — ведение бухгалтерской и кадровой документации, финансовой отчетности, юридической поддержки деятельности организаций, продвижение НКО в сети Интернет, проведение совместных мероприятий; образовательная деятельность для участников некоммерческой сферы и социального предпринимательства; экспертиза в сборе открытых данных и принятии решений, основанных на больших данных (Официальный сайт АНО «Атлас НКО», 2021).

Основные источники финансирования АНО «Атлас НКО», как и любой другой некоммерческой организации, связаны с привлечением дополнительных средств, деятельностью, приносящей доход, в данном случае речь идет об услугах, предоставляемых по сопровождению деятельности НКО, и как ресурсный центр организация получает гранты для выполнения соответствующих функций.

		2019	2018	
1	Образовательный фонд «Талант и успех»	12774,86	26586,55	-51,95%
2	ОО Краснодарского края по содействию в развитии физической культуры, спорта и творчества среди молодежи «Атлет без границ»	4908,71	0,40	1242611,14

Рис. 2. Информация о цифровой платформе «Атлас НКО» (фрагмент официального сайта <https://www.atlas-nko.ru>)

Идея разработки цифровой платформы, появившись в 2018 г., была связана с тем, чтобы жители региона имели возможность составить наиболее полное и адекватное представление о деятельности социально ориентированных НКО, которые сегодня принципиально отличаются от некоммерческих организаций периода 1990-х гг.

«Больше уклон мы делаем на цифровизации некоммерческого сектора и на развитии прозрачности его, чтобы не было отношения к НКО как к каким-то деструктивным организациям из 90-х годов, ну, там, осталось к ним такое отношение» (заместитель директора АНО «Атлас НКО», 2021 г.).

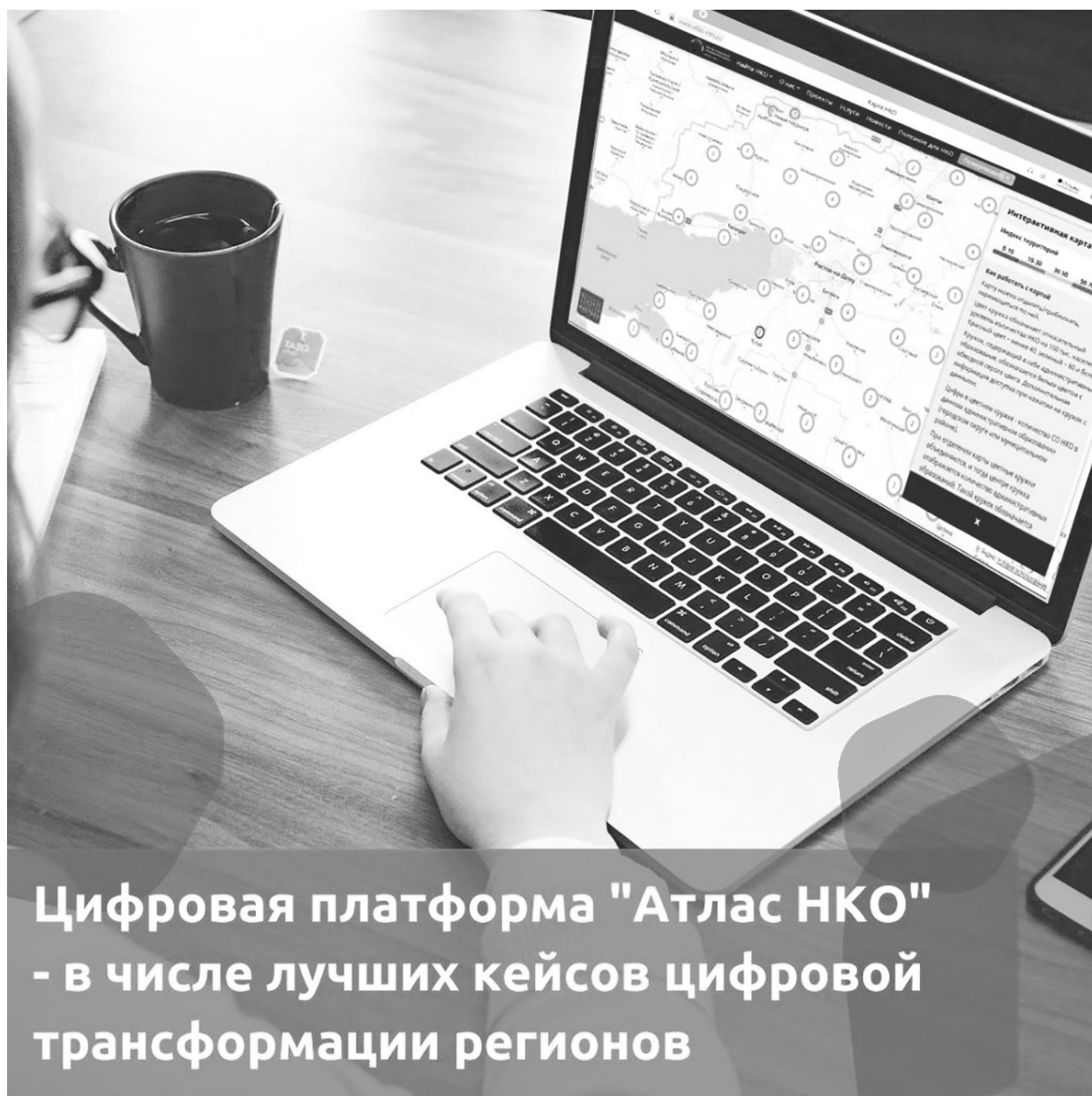
Уровень цифровизации в регионе, по мнению информанта, остается относительно невысоким не только среди некоммерческих организаций, но и государственных социальных учреждений, что и определило выбор приоритетных направлений развития сектора социальных услуг.

«Особой цифровизации в нашем секторе нет. <...> Мало у кого в Ростовской области [из числа занятых социальным обслуживанием] будут цифровые продукты, с чем бы они работали. Только сейчас об этом все начинают задумываться» (заместитель директора АНО «Атлас НКО», 2021 г.).

В условиях COVID-19 некоммерческим организациям, предоставляющим социальные услуги населению, удалось освоить для работы с получателями услуг платформу Zoom, а также оценить преимущества и увидеть новые возможности CRM-системы для повышения эффективности организации собственной деятельности. В регионе в настоящее время для стимулирования цифрового развития проводятся конкурсы среди НКО, работающих в социальной сфере, участие в которых предусматривает финансирование победителей для разработки и внедрения цифровых инструментов, предназначенных для работы с населением или совершенствования своей внутриорганизационной работы.

На цифровой платформе «Атлас НКО» размещена интерактивная карта НКО, которая дает возможность на основе визуальной «картинки» составить представление о количественных показателях и сосредоточенности НКО в административных образованиях, к примеру, Южного федерального округа и Северо-Кавказского региона. Одновременно платформа содержит базу данных об НКО по всей стране и посредством поиска можно получить необходимую информацию о любой некоммерческой организации, зарегистрированной Минюстом РФ (рис. 3). С помощью сервиса «Живые НКО» пользователи получают данные о каждой отдельной региональной организации, в «карточке» которой содержится информация о правовой форме, месте регистрации и адресе, руководителе, достижениях в получении грантов разного уровня и т.п. Цифровая платформа и размещенные на ней сервисы, таким образом, создают условия большей доступности к социальным услугам и самим гражданам, нуждающимся в помощи, способствуя тем самым повышению качества социального обслуживания некоммерческим сектором.

Целевое предназначение цифровой платформы «Атлас НКО» — комплексное сопровождение организаций, начиная с регистрации, и включает юридическое и бухгалтерское сопровождение, консультирование по вопросам фандрайзинга и обучение разработке социальных проектов, подготовке заявок на гранты, проведение предгрантовой экспертизы. Вместе с тем большое место на платформе отведено развитию социально-предпринимательской деятельности бизнеса, взаимодействию данного типа коммерческих предприятий с СО НКО, взаимодействию всех участников социального обслуживания с региональными органами управления.



Цифровая платформа "Атлас НКО" - в числе лучших кейсов цифровой трансформации регионов

Рис. 3. Карта-сервис «Живые НКО» — цифровая премия России в номинации «Разработка года» (фрагмент официального сайта <https://www.atlas-nko.ru>)

«Есть <...> тенденция — к нам приходят индивидуальные предприниматели и говорят, то, что они хотят НКО открыть, <...> они видят в этом потенциал. Потом они становятся социальными предпринимателями, то есть НКО, ИП — нормальная история» (заместитель директора АНО «Атлас НКО», 2021 г.).

Следует подчеркнуть, что решение непосредственно функциональных вопросов способствовало достижению и других целей развития некоммерческого сектора, создание цифровой платформы

существенно повлияло на интеграцию региональных НКО, хотя прежде НКО к объединению не стремились.

«Не стремились, но сейчас уже стремятся. <...> У нас в “Атласе” в одной группе сто пятьдесят где-то, <...> более ста, ключевые сотрудники НКО, мы как-то объединяем их, они общаются все, а до этого не было» (заместитель директора АНО «Атлас НКО», 2021 г.).

На платформе размещается актуальная информация о повседневной деятельности и достижениях региональных НКО, среди которой представляют интерес материалы об акселераторе социальных проектов «СоцАксель», конкурсе годовых публичных отчетов НКО Ростовской области, «Благоконференции». Планируется разработка и размещение новых сервисов, в частности сервиса, помогающего НКО в составлении заявок на получение грантов. Анализ контента, размещенного на платформе, свидетельствует о поиске и освоении АНО «Атлас НКО» наиболее продвинутых форм развития некоммерческого сектора в Ростовской области в интересах получателей социальных услуг. Как следует из информации, размещенной на сайте, в 2020 г. цифровая платформа «Атлас НКО» была включена в сборник лидерских проектов АСИ «100 лидеров развития социальной сферы», а сервис-карта проекта «Живые НКО» вошла в пятерку лучших по повышению качества жизни людей с помощью больших данных. В 2021 г. платформа стала обладателем главной цифровой премии России CIPR DIGITAL в номинации «Разработка года» (Официальный сайт АНО «Атлас НКО», 2021). В этом году в конкурсе Фонда президентских грантов в номинации «Развитие институтов гражданского общества» «Атлас НКО» выиграл грант в объеме 952 329,00 руб. на реализацию проекта «Атлас PRO НКО», направленного на привлечение некоммерческих организаций Ростовской области к повышению прозрачности и эффективности их деятельности. В рамках проекта планируется проведение Конкурса публичных годовых отчетов НКО Ростовской области, цель которого состоит в том, чтобы сформировать ядро сообщества НКО, демонстрирующих прозрачность своей деятельности во взаимоотношениях общества и НКО. Разработчики проекта исходят из того, что прозрачность укрепляет репутацию каждой организации и ее узнаваемость, способствует развитию обратной связи, доверия и поддержки со стороны общества, государства и бизнеса, а также инициирует личное участие граждан в добровольной поддержке деятельности НКО. Проект включает и разработку Открытого

руководства по самооценке эффективности деятельности НКО (Официальный сайт Фонда президентских грантов, 2021). В целом поддержанный Фондом президентских грантов проект будет способствовать дальнейшему развитию регионального некоммерческого сектора социальных услуг в Ростовской области.

3. Цифровое развитие социально ориентированных НКО Республики Саха (Якутия) и Хабаровского края

Одна из отличительных особенностей регионов Дальневосточного федерального округа, выбранных для изучения процессов цифровизации СО НКО, состоит не только в удаленности от центра России, но и в относительной малочисленности населения, разбросанности и неравномерности распределения поселений на территории. В Хабаровском крае проживает 1 301 127 человек, а в Республике Саха (Якутия) — 972 000 человек. В повседневном взаимодействии жители предпочитают непосредственное общение, люди знакомы друг с другом и по-прежнему следуют сложившимся способам передачи информации. К этому добавляется недостаточно развитая цифровая инфраструктура, отсутствие постоянного доступа к сети Интернет, что сдерживает применение некоммерческими организациями, предоставляющими услуги нуждающимся в помощи гражданам, цифровых технологий. Далеко не все население, следовательно, получает информацию о деятельности СО НКО с помощью Интернета. Представители СО НКО, участвующие в исследовании, говорили, что, реагируя на эти особенности, приспособливаются, «диверсифицируя» источники информации о своей деятельности. В ходе интервью они отмечали наличие у СО НКО официальных сайтов, где подробно представлены технологии работы, социальные услуги, порядок их предоставления, юридический адрес, фактический адрес. Многие организации используют социальные сети, часть организаций работают со СМИ.

«У нас есть свой сайт официальный dobrosakha.ru, потом есть страница в “Инстаграме” “Добрая страница”, во “ВКонтакте”, в “Фейсбуке”, во всех социальных сетях и в “Ютубе” тоже есть канал “Харысхал”. Везде, где есть коммуникация, стараемся непрерывно информировать. У нас же еще есть местное телевидение “НБК-Саха”, и там у нас есть вестник “Харысхал”, передача о семьях детей с инвалидностью» (председатель СО НКО, г. Якутск, 2020 г.).

Информанты подчеркивали, что государственные органы власти оказывают информационную поддержку СО НКО, предоставляя на безвозмездной основе эфирное время на региональных телеканалах.

Разразившаяся пандемия коронавирусной инфекции послужила своеобразным стимулом к более активному внедрению интернет-технологий, и большинство НКО перешли на дистанционную работу с населением. Именно с этого момента начинают проводиться вебинары, видеочаты, онлайн-тренинги и курсы. Благодаря переходу на цифровые технологии организациям удалось сохранить число потребителей услуг.

«В настоящее время мы очень много работаем онлайн. Используем Zoom для консультаций групповых и для проведения вебинаров» (председатель правления СО НКО, г. Хабаровск, 2020 г.).

В этот период часть организаций столкнулась и с определенными ограничениями своей деятельности с помощью цифровых инструментов:

«Ну, в нашем случае, если взять пандемию, то мы были закрыты и в большей части не оказывали своих услуг, потому что у нас консультирование детей-инвалидов и детей с ОВЗ логопедом, психологом, дефектологом в нашем случае было практически невозможно, потому что здесь идет индивидуальная работа с каждым ребенком, с каждой мамой отдельно, а сделать это на удаленке очень сложно. <...> Наша практика показывает, что связь очень плохая, ничего не слышно, ничего не件нятно, <...> связь зависит» (руководитель СО НКО, г. Хабаровск, 2020 г.).

Преимущество цифровых технологий в распространении информации о своих услугах представители СО НКО усматривают прежде всего в том, что они могут рекламировать себя бесплатно и привлечь больше получателей своих услуг. Все организации создают странички и группы в различных социальных сетях для привлечения клиентов и для рекламы своих услуг. Организация «Маяк надежды» Хабаровского края, например, разработала на своем официальном сайте способ онлайн-пожертвования путем одного клика на кнопку сайта.

«Сайт у нас есть, там мы выкладываем информацию о наших мероприятиях, все наши отчеты, ну, возможно, он не такой продвинутый и красивый, как хотелось бы, потому что, опять же, все упирается в денежные средства, на сегодняшний день мы делаем его на тех площадках, где можно было бы это сделать бесплатно, и программист у нас его ведет бесплатно по максимуму. <...> В этом году

благодаря президентскому гранту мы смогли установить кнопку для пожертвования на нашем сайте официальном, через которую собираем денежные средства, потихонечку, но привлекаются. Работаем в социальных сетях, то есть выкладываем ту же самую информацию, что на сайте, в социальные сети, чтобы как можно больше людей узнали о нашей работе» (руководитель СО НКО, г. Хабаровск, 2020 г.).

Особенность СО НКО в этих регионах состоит и в том, что им удается успешно взаимодействовать с местными органами управления, в том числе и в использовании цифровых инструментов. В частности, СО НКО находят пути распространения информации посредством официального сайта министерств труда и социальной политики своих регионов, где размещаются данные о некоммерческой организации и предоставляемых услугах с указанием контактного телефона и остальных средств связи, а также фактического адреса нахождения организации.

«У нас есть аккаунты в “Инстаграме”, во “ВКонтакте”, в “Одноклассниках”, и мы распространяем информацию свою через официальные сайты, допустим, министерств, которые тоже этим вопросом заинтересованы, помогают нам» (председатель СО НКО, г. Якутск, 2020).

Участники интервью считают, что многие получатели услуг предпочитают непосредственное общение со специалистами, потому что консультации, полученные дистанционно, они воспринимают как менее качественные. В то же время нередко их клиенты не умеют пользоваться цифровыми носителями информации или проживают там, где нет соответствующей инфраструктуры. Иногда это связано с преклонным возрастом получателей услуг СО НКО или отсутствием финансовой возможности приобрести персональные цифровые устройства.

Наши информанты выделили еще один из важных аспектов цифровизации своей деятельности — для ведения, создания и хранения документов их организации используют цифровые платформы, что помогает им защищать конфиденциальную информацию путем двухфакторной аутентификации. *«Персональные данные все храним на компьютере»* (руководитель СО НКО, г. Хабаровск, 2020 г.).

На основе проведенного анализа результатов, полученных с помощью заполненных организациями цифровых паспортов, мы получили следующие характеристики цифрового развития региональных СО НКО. Самая используемая цифровая площадка организаций — это их официальный сайт, при этом организации

активно используют все виды цифровых площадок — мессенджеры, YouTube-канал, группу «ВКонтакте», страницу Facebook, Linked In, Instagram, Tik Tok, Telegram-канал. НКО таким образом действительно продвигают свои услуги широкой аудитории и привлекают в свои организации клиентов, опираясь на бесплатный маркетинговый способ. Такими программными обеспечениями, как облачные сервисы, электронный обмен данными, площадки для онлайн-приемов, пользуются все организации, а чат-боты и голосовой ассистент оказались непопулярными среди НКО. CRM-системы и автоматизированные системы и сервисы используют только государственные социальные учреждения, так как их применение предполагает постоянную финансовую поддержку, которой не всегда располагают НКО.

Для безопасности своих данных НКО используют лицензионные операционные системы, которые регулярно обновляют, а также антивирусные программы на всех имеющихся ПК. Почта и социальные сети организаций защищены двухфакторной аутентификацией, специалисты НКО используют сложные и разнообразные пароли для входа в систему. При сравнении обеспечения цифровой безопасности НКО с государственными социальными учреждениями выявлено, что у последних более широкий набор цифровых инструментов в этом отношении. В госучреждениях действует запрет на выход в открытый Интернет в целом, на ввод пароля к ресурсам организации, запрет на самостоятельную установку программного обеспечения сотрудниками на рабочий компьютер, происходит регулярное обновление операционной системы, осуществляется полное шифрование (File Vault, BitLocker), устанавливаются антивирусные программы на все устройства организации, предусмотрено создание резервной копии диска, использование сложных и разнообразных паролей, запрет на использование Flash-карт, SD-дисков, USB-устройств, запрет подключения к открытым интернет-точкам для сохранения безопасности цифровых данных, кроме PGP, локального шифрования.

В каждой некоммерческой организации имеется по одному персональному компьютеру на одного сотрудника, средний возраст этих компьютеров составляет три года. В НКО и государственных учреждениях, как правило, есть хотя бы один сотрудник, осуществляющий техническую поддержку использования персоналом цифровых технологий и оборудования.

В среднем доля тех сотрудников, которые владеют базовыми навыками работы с цифровыми технологиями, составляет 50% в НКО

и столько же в государственных учреждениях. Расширенными навыками работы с цифровыми технологиями владеют 40% сотрудников некоммерческих организаций. В государственных социальных учреждениях этот показатель составил 30%. Все НКО отметили, что их сотрудники повышают цифровую грамотность посредством самообразования: чтения литературы, приобретения практического опыта, дистанционного освоения образовательных программ, участия в конференциях и форумах, хотя часть сотрудников прошли обучение по программам специализированных курсов повышения квалификации. Однако работа с населением по развитию навыков применения цифровых устройств при получении услуг является скорее исключением — только в одной из НКО при заполнении цифрового паспорта было отмечено, что организация регулярно (ежеквартально) проводит такую работу.

Основными источниками финансирования цифрового развития для НКО является деятельность, приносящая доход. К этому добавляются небольшие средства, полученные от спонсоров, и очень незначительные субсидии из регионального бюджета и грантов. В то время как государственные учреждения осуществляют свое цифровое развитие по программам, финансируемым из регионального и федерального бюджетов.

Основываясь на получившем распространение подходе, в соответствии с которым выделяются своеобразные стадии цифрового развития некоммерческих организаций: «оцифровка» — «цифровизация» — «цифровая трансформация», можно говорить о том, что социально ориентированные некоммерческие организации Дальневосточного федерального округа, в частности Хабаровского края и Республики Саха (Якутия), перешли на вторую стадию цифрового развития и большинство из них выражают готовность к дальнейшему движению в сторону цифровой трансформации.

Применение цифровых технологий в процессе предоставления социальных услуг благополучателям следует рассматривать как фактор развития региональных СО НКО. Происходит формирование новых необходимых для современной социальной работы компетенций специалистов. Некоммерческие организации получают благодаря инновационным технологиям возможности расширения спектра предоставляемых населению услуг, повышения их доступности и качества, происходит переход на новый уровень управления деятельностью организаций.

Заключение

На региональном уровне цифровизация сферы социального обслуживания рассматривается властью как одно из наиболее актуальных направлений региональной социальной политики, реализация которого способствует не только повышению качества решения социальных проблем населения, но и модернизации системы социального обслуживания. Поэтому инициативы, идущие от НКО, в частности проекты «Социальный кластер» и «Атлас НКО», поддерживаются региональной властью и местным бизнес-сообществом.

Как следует из анализа практики реализации проекта «Социальный кластер», в настоящее время мотивация участников проекта различна и не всегда непосредственно связана с выражением интересов тех целевых групп, ради которых разработан проект. Возможно, данным обстоятельством объясняется отсутствие ярко выраженной заинтересованности в инновационном проекте остальных региональных НКО, хотя их объединение является одной из приоритетных целей мегапроекта. Проект АНО «Атлас НКО», напротив, уже стал фактором, во многом интегрирующим деятельность различных НКО региона, заметно усиливающим некоммерческий сектор социальных услуг и формирующим благоприятную среду для повышения доверия к нему населения. Кроме того, данный проект направлен на укрепление социального партнерства в социальной сфере, на развитие эффективного взаимодействия между НКО, региональными властями и местным бизнес-сообществом.

Результаты анализа развития некоммерческого сектора в двух регионах Дальневосточного федерального округа (Хабаровский край и Республика Саха) показывают, что некоммерческие организации, действующие совместно с государственными социальными учреждениями, в большей степени мотивированы к использованию цифровых технологий, так как благодаря цифровым технологиям происходит увеличение клиентской базы, что способствует финансовой устойчивости организации.

Совершенно очевидно, что в развитии цифровых инструментов для получения социальных услуг заинтересованы и сами жители регионов, в которых получили распространение и поддержку инициативы некоммерческих организаций. В то же время проанализированные региональные кейсы демонстрируют существование достаточно схожих барьеров на пути цифровизации сферы социальных услуг. Одна из объективно существующих в настоящем проблем — ограниченные

возможности граждан по приобретению цифровых устройств, которые позволяли бы им пользоваться цифровыми услугами в сервисных социальных организациях. Помимо этого, вызывает вопросы и уровень ИТ-компетенций как потребителей социальных услуг, так и значительной части сотрудников социальных служб.

В заключение следует подчеркнуть, что, несмотря на региональные особенности, в сфере цифровизации социальных услуг просматриваются общие тренды, в частности необходимость социального партнерства в данной области, повышение компьютерной грамотности потребителей и производителей социальных услуг, повышение информированности граждан о возможностях и преимуществах цифровых технологий.

Список источников

1. Постановление Правительства Российской Федерации (2017) *О Единой государственной информационной системе социального обеспечения*. № 181 от 14.02.2017.
2. Распоряжение Правительства РФ (2019) *Стандарт развития конкуренции в субъектах РФ*. № 768-р от 17.04.2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72128754/> (дата обращения: 27.08.2021).
3. Указ Губернатора Свердловской области (2019) *О реализации приоритетного проекта Свердловской области «Социальный кластер»*. № 453 от 18.09.2019.
4. Указ Президента Российской Федерации (2017) *О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы*. № 203 от 09.05.2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919/page/1> (дата обращения: 16.04.2021).
5. Федеральный закон (1999) *О государственной социальной помощи*. № ФЗ-178 от 17 июля 1999 г.
6. Федеральный закон (2015) *О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации в части учета и совершенствования предоставления мер социальной поддержки исходя из обязанности соблюдения принципа адресности и применения критериев нуждаемости*. № ФЗ-388 от 29.12.2015.
7. АНО Центр социальных инноваций социальной сферы «Атлас НКО» (2019) *Публичный годовой отчет за 2019 год*.— Ростов-на-Дону: Дизайн-студия «ФИРОН-Арт».
8. Белянцев А. Е., Лымар А. В. (2012) Интернет-пространство как фактор модернизации институтов гражданского общества. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 6 (1): 284–288.
9. Беневоленский В. Б., Шмулевич Е. О. (2013) Государственная поддержка социально ориентированных НКО в свете зарубежного опыта. *Вопросы государственного и муниципального управления*. 3: 66–73.
10. Бородкина О. И., Старшинова А. В. (ред.) (2020) *Социальное предпринимательство и инвестирование: от теории к практике, коллективная монография*.— СПб.: Скифия-принт.— 350 с. ISBN978–5–98620–479–6.

11. Видясова Л., Видясов Е., Тензина Я. (2019) Исследование социального доверия в области информационных технологий в сфере предоставления электронных государственных услуг и использования порталов электронного участия (Пример Санкт-Петербурга, Россия). *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные изменения*, 5: 43–57 [Электронный ресурс]. URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.03>.
12. Вишнева К. В. (2019) Цифровизация некоммерческого сектора. *Ученые заметки ТОГУ*. 10 (4): 49–52.
13. Володина О. И. (2017) Инструменты продвижения некоммерческих проектов в сети Интернет: современные тренды. *Коммуникология*. 1: 92–104.
14. Гражданское общество Хабаровска (2021) *Некоммерческие организации (НКО)*. [Электронный ресурс]. URL: <https://nko.khabarovskadm.ru/obshchestvennyeorganizatsii/baz%D0%B5-nko> (дата обращения: 05.08.2021).
15. Гражданское общество Хабаровского края (2021) *Информационно-консультационная поддержка гражданских инициатив* [Электронный ресурс]. URL: <https://nko27.ru> (дата обращения: 05.08.2021).
16. Единая государственная информационная система социального обеспечения (ЕГИССО) [Электронный ресурс]. URL: <http://egisso.ru> (дата обращения: 05.05.2021).
17. Козырева Л. Д. (2014) Роль государства и бизнеса в формировании системы социальной поддержки граждан. *Научные труды Северо-Западного института управления*. 2 (14): 113–118.
18. Корнеева И. Е. (2016) Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 4: 48–66.
19. Косыгина К. Е. (2019) Российский и зарубежный опыт применения информационно-коммуникационных технологий в работе некоммерческих организаций. *Society and Security Insights*. 2: 32–36.
20. Министерство социальной защиты Хабаровского края (2020) *Реестр поставщиков социальных услуг* [Электронный ресурс]. URL: <https://socslugi.mszn27.ru/sonhub/orglist.html> (дата обращения: 29.05.2021).
21. Министерство труда и социального развития Республики Саха (Якутия) *Реестр поставщиков социальных услуг* [Электронный ресурс].— URL: <http://reestr442.sakha.gov.ru/rpost/reestr.html> (дата обращения: 29.05.2021).
22. Официальный сайт АНО «Атлас НКО» (2021) *Атлас НКО* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atlas-nko.ru> (дата обращения: 28.06.2021).
23. Официальный сайт правительства СО (2021) *В «Социальный кластер» Свердловской области войдут 14 муниципалитетов региона. 07.09.2020* [Электронный ресурс]. URL: <http://midural.ru/news/list/document170778/> (дата обращения: 22.06.2021).
24. Официальный сайт Фонда президентских грантов (2021) *Проекты* [Электронный ресурс]. URL: <https://президентскиегранты.рф/public/home/about> (дата обращения: 05.09.2021).
25. Оцифровка, цифровизация и цифровая трансформация: разбираем понятия (2021) *ЕСМ-Journal. Журнал об электронном контенте, документах и бизнес-процессах* [Электронный ресурс]. URL: <https://esm-journal.ru/docs/Ocifrovka-cifrovizacija-i-cifrovaja-transformacija-razbiraem-ponjatija.aspx> (дата обращения: 24.08.2021).

26. Платформа SOL (2021) [Электронный ресурс]. URL: <http://sol-gos.ru/> (дата обращения: 06.05.2021).
27. Плюснина Л. К. (2017) Краудфандинг как социальный феномен информационного общества. *Теория и практика общественного развития*. 6: 18–21.
28. Приложение «Кнопка жизни» (2021) [Электронный ресурс]. URL: <https://kнопка24.ru/> (дата обращения: 06.05.2021).
29. Сесявин Е. А. (2015) Понятия «некоммерческая организация», «социально-ориентированная некоммерческая организация» и «третий сектор» в России. *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире*. 9 (2): 136–140.
30. Старшинова А. В., Бородкина О. И. (2020) Деятельность НКО в сфере социальных услуг: общественные ожидания и региональные практики, *Журнал исследований социальной политики*. 18 (3): 411–428. DOI: 10.17323/727-0634-2020-18-3-411-428.
31. Старшинова А. В., Платонова Л. А. (2020) Развитие НКО как поставщиков социальных услуг в регионах Дальневосточного округа. *Ойкумена. Регионоведческие исследования*. 4: 83–94. DOI: 10.24866/1998-6785/2020-4/83-94.
32. Устинович Е. С. (2017) Социальное государство в условиях информационного развития. *Социальная политика и социальное партнерство*. 11: 27–34.
33. Участие НКО в оказании услуг в социальной сфере (2019) (*Специальный доклад Общественной палаты Российской Федерации*). Общественная палата Российской Федерации; сост. и общ. ред. Е. А. Тополева-Солдунова. — М.: Современные информационные системы. — 96 с.
34. Феоктистова А., Андреева Е., Фокина Т. (2016) Зарубежный опыт использования «Единого реестра получателей социальной помощи» и перспективы создания такого реестра в России. *Международный бухгалтерский учет*. 16: 2–16.
35. Халин В. Г., Чернова Г. В. (2018) Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски. *Управленческое консультирование*. 10: 46–63.
36. Шарипова В. Д. (2020) Способ выбора CRM-системы как инструмента цифровой трансформации в некоммерческом секторе. *Системный анализ и логистика*. 3 (25): 9–17.
37. Abrahamson P. (1999) The welfare modeling business. *Social Policy & Administration*. 3 (4): 394–415. DOI: 10.1111 / 1467-9515.00160.
38. Abrahamson P. (1995) The Welfare Pluralism: Towards a New Consensus for a European Social Policy? *Current Politics and Economics of Europe*. 1 (5): 29–42.
39. Ahn M. J., Bretschneider S. (2011) Politics of E-Government: E-Government and the Political Control of Bureaucracy. *Public Administration Review*. 71 (3): 414–424 [Электронный ресурс]. URL: DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2011.02225.x>.
40. Boles B. (2013) Technology's Role. In *The Nonprofit Sector: Increasing Organizational Effectiveness And Efficiency Through Technology Innovations*. *Columbia Social Work Review*. 4: 69–79.
41. Castells M. (2009) *Communication Power*. [Электронный ресурс]. URL: <https://maestriacomunicacionibero.files.wordpress.com/2014/03/castells-power-in-the-network-society.pdf> (дата обращения: 12.04.2021).
42. E-Government Program of the Belgian Social Sector. Crossroads Bank for Social Security, (2005) [Электронный ресурс]. URL: <https://joinup.ec.europa.eu/collection/>

- egovernment/document/cbss-egov-program-belgian-social-sector-cbss (дата обращения: 07.05.2021).
43. Esping-Andersen G. (1996) *After the Golden Age? Welfare State Dilemmas in a Global Economy. Welfare States in Transition. National Adaptations in Global Economies*. London: UNRISD, pp. 157–189.
 44. Esping-Andersen G., Gallie D., Hemerijck A., Myles J. (2002) *Why We Need a New Welfare State*. Oxford: Oxford University Press.
 45. Prins C. (2007) E-government: A Comparative Study of the Multiple Dimensions of Required Regulatory Change. *Electronic Journal of Comparative Law*. 11 (3) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ejcl.org> (дата обращения: 25.08.2021).
 46. Rosanvallon Pierre (1997) *New social issue: Rethinking the state of universal Welfare*. [Transl. from fr.] Ad Marginem, B. G., Moscow [in Russian].
 47. Spelhaug J., Woodman L. (2017) *The New Imperative of Nonprofit Digital Transformation. A strategic approach for achieving exponential impact through people, process, and technology*, Available [Электронный ресурс]. URL: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/575821/Nonprofit%20Digital%20Transformation%20Whitepaper_9_23_17.pdf. (дата обращения: 14.04.2021).
 48. Taylor-Gooby P. (2008) The New Welfare State Settlement in Europe. *European Societies*. 10 (1): 3–24.

Г Л А В А 6 .

Социально ориентированные некоммерческие организации в цифровом пространстве: опыт использования социальных сетей

Социальные сети на сегодняшний день являются одним из важнейших инструментов продвижения любой организации, представленной в сетевом пространстве. Это утверждение остается верным, в том числе и для социально ориентированных некоммерческих организаций (СО НКО), перед которыми изменяющиеся реалии де-монополизации рынка социальных услуг на общем фоне вовлечения цифровых технологий в производственные отношения и структуры экономики ставят ряд сложных задач. В результате СО НКО выстраивают и поддерживают новые клиентские и партнерские связи, работают над увеличением числа доноров и волонтеров, организуют внутрисекторную коммуникацию с другими некоммерческими организациями и межсекторную с представителями органов власти и коммерческими структурами, лоббируют создание лояльного к их бренду сетевого сообщества и т.д.

Зачастую именно социальные сети выступают площадкой, позволяющей реализовать все вышеназванные задачи, однако, этим возможности, открываемые для некоммерческих структур, не исчерпываются. Они создают поддерживающее пространство для обсуждения социально значимой проблематики любого масштаба, апробации разрабатываемых НКО цифровых продуктов и услуг, повышения уровня транспарентности некоммерческих организаций и формирования культуры благотворительности пользовательской аудитории. Причем последняя в России, по оценкам агентства Brand Analytics, уже представлена в размере не менее 64 млн человек и с каждым годом увеличивается за счет появления новых участников таких социальных платформ, как Instagram, YouTube и TikTok.

Поэтому в данной главе поднимается целый спектр вопросов, связанных с разными аспектами внедрения социальных сетей в сферу некоммерческого сектора. Рост значимости социальных сетей в контексте разрастания цифровой среды и изменения запросов самих некоммерческих организаций находит отражение в исследованиях отечественных и зарубежных авторов и представлен в параграфе «Динамика роли социальных сетей в деятельности некоммерческих организаций». В разделе «Цифровое развитие некоммерческих организаций: потенциал использования социальных сетей» на основе собранных различными исследовательскими группами в период с 2017 по 2021 год эмпирических данных рассматриваются особенности, проблематика и возможности использования социальных сетей представителями НКО России и зарубежья в контексте общего процесса цифрового поворота некоммерческого сектора. В параграфе «Эффективность групп СО НКО ВКонтакте: региональные кейсы» на основе ряда ключевых показателей эффективности (KPI), метрик и демографических характеристик подписчиков оценке подвергается политика ведения групп/страниц СО НКО в социальной сети ВКонтакте. Отдельно с помощью методики SWOT-анализа выявлялись преимущества и слабые стороны, потенциальные возможности, опыт трех наиболее успешных в отношении KPI и метрик групп/страниц СО НКО в социальной сети ВКонтакте из ранее представленных.

Выбор для проведения исследования этой соцсети был обусловлен тем, что она занимает лидирующие позиции среди пользователей российского сегмента Интернета, сохраняет гендерный паритет (55% женщин и 45% мужчин-пользователей), и более 70% ее аудитории находятся в возрасте от 18 до 44 лет (Brand analytics, 2020: 5), который может быть определен как период наибольшей социальной активности индивида. Наконец, ВКонтакте пользуется популярностью и среди организаций некоммерческого сектора (Ходорова, Боброва, 2018).

В разделе «Выводы» представлены общие характеристики и базовые поведенческие модели ведения социальных сетей социально ориентированными некоммерческими организациями.

1. Динамика роли социальных сетей в деятельности некоммерческих организаций.

Профили в социальных сетях и сайт — это must have любой некоммерческой организации и одна из основных площадок ее репрезентации

в разрастающейся цифровой среде (Володина, 2017: 73). Более того, социальные медиа в современных условиях являются главным инструментом в реализации PR-технологий в социальной сфере (Крутицкая, 2016). В исследовательской литературе по отношению к социальным сетям также употребляется понятие «новые медиа», которые определяются как новая форма функционирования средств массовой информации, предполагающая активное участие пользователей в создании и распространении информации (Барабанова, 2016).

Несмотря на сравнительно небольшое количество отечественных публикаций, посвященных использованию социальных сетей некоммерческим сектором, динамика этого явления может быть отслежена. Так, если в 2018 году зарубежные НКО уже рассматривают социальные сети в качестве одного из ведущих инструментов, расширяющих спектр возможностей НКО, начиная от поиска волонтеров и заканчивая сбором необходимых ресурсов для проектов, то их российские коллеги обращаются к использованию социальных медиа с меньшим энтузиазмом. Во многом это объясняется отсутствием кадрового ресурса: многие российские НКО не могут себе позволить наём специалиста, владеющего навыками создания содержательного, уникального сайта/страницы со своевременно формируемой новостной повесткой НКО, с удобной навигацией и современным дизайном, а также не имеют возможности отдать эту деятельность на аутсорсинг. Обращает на себя внимание и то, что отечественные и зарубежные НКО для размещения информации о себе и контакта с аудиторией отдают предпочтение разному набору социальных медиа: в 2018 году зарубежные НКО интенсивнее всего обращались к Facebook, Twitter и YouTube, тогда как российские НКО отдавали предпочтение ВКонтакте, Facebook и Instagram (Косыгина, 2019). Спустя три года российские и зарубежные НКО сближаются в отношении приоритетов за счет параллельного использования обоими Facebook и Instagram. Тогда же, в 2018 году зарождается тренд стабильного использования видеоконтента, который быстро был подхвачен зарубежными и российскими НКО, оценившими такие его преимущества, как удобство формата, скорость распространения контента и реакции пользователей.

В 2019–2020 годах актуальность социальных медиа как канала продвижения НКО продолжает расти, поскольку они выполняют функцию создания и отражения социальных связей между пользователями на фоне того, что в России значительная часть населения активно обращается к социальным сетям для поиска и обмена

информацией (Ковина, Певная, 2020). С другой стороны, внимание к социальным медиа со стороны исследователей возрастает из-за актуализации для некоммерческого сектора таких явлений, как краудфандинг и фандрайзинг — привлечения ресурсов в виде денежной, интеллектуальной, волонтерской помощи физических и юридических лиц. Социальные сети, по мнению ряда авторов, играют ключевую роль в развитии краудфандинга как феномена коллективного сбора ресурсов для реализации социального или благотворительного проекта, поскольку выполняют функцию поиска и вовлечения доноров (Корнеева, Брюшно, 2019; Мироненко, Гашин, 2014). Исследовательский фокус также направлен на изучение способов коммуникации некоммерческого сектора и местного сообщества посредством социальных сетей в пределах отдельного региона (Крайнова, Прусов, 2021), пересечения аудиторий городских некоммерческих проектов (Стариков, 2017) и проблем и перспектив развития представленных в социальных сетях региональных координационных площадок некоммерческих организаций (Isaeva, Sokolov, 2021).

Зарубежные исследователи по сравнению с российскими коллегами изначально уделяли значительно больше внимания вопросам использования социальных сетей в деятельности неправительственных организаций (далее — НГО), что, на наш взгляд, связано с более ранним вхождением социальных медиа в обиход повседневной деятельности НГО. Прежде всего ими были затронуты вопросы конфиденциальности и безопасности клиентов и доноров НКО в Интернете, поскольку на примере ста некоммерческих организаций США было доказано, что через свои веб-сайты и страницы они собирают не меньшее количество личной информации о пользователях, чем коммерческие структуры, в силу чего представляется важным использовать инструментарий для оценки уровня безопасности сбора, использования и размещения личной информации на веб-сайтах НКО (Ной, Pheips, 2009). Параллельно внимание привлекла тема использования интернет-технологий в формировании отчетности о деятельности некоммерческих организаций: в качестве ключевых показателей выделялись информационные массивы и диалог с пользователями, причем на тот момент веб-сайты НКО были более эффективны в отношении формирования финансовой и организационной информации, а обратная связь с пользователями слабо поддавалась оценке (Saxton, Chao, 2009).

В дальнейшем исследователи проявили интерес к интенсификации внедрения таких технологий, как облачные сервисы, мобильные

приложения и социальные медиа в некоммерческом секторе для оптимизации рабочих процессов и повышения качества услуг. Отмечается, что технологический прорыв некоммерческого сектора сопровождался проблемами отсутствия компетенций у сотрудников негосударственных организаций, нехваткой ресурсов для обеспечения закупки и содержания оборудования необходимого уровня, повышенными требованиями к отчетности со стороны спонсоров. Разрешение указанной проблематики предлагалось обеспечить за счет плотного взаимодействия специалистов НКО и IT-сектора, подключения большего числа потенциальных благополучателей к цифровым сервисам, проведения образовательных треков для сотрудников некоммерческого сектора по темам, связанным с цифровыми технологиями (Boles, 2013). Другой авторский коллектив (Shafiee Nahrkhalaji, Shafiee, Shafiee, Hvam, 2018), обращаясь к проблематике цифровой трансформации НКО, отмечал, что для выживания некоммерческий сектор вынужден перенимать стратегии развития коммерческих предприятий и внедрять в свою деятельность новые технологии, в основном в области цифрового маркетинга с целью изучения потребительского поведения бенефициаров, доноров, волонтеров и иной аудитории сообществ. Тем не менее НКО, стремящееся к цифровизации собственной операционной деятельности, сталкивается со страхом коллектива перед изменениями, с нехваткой технических знаний, кадровых и финансовых ресурсов, с инертностью устоявшихся организационных процессов. Цифровое созревание для отдельно взятой НКО становится возможным только в контексте переосмысления ее бизнес-модели, готовности переориентироваться на производство новых продуктов и более крупные рынки, интенсифицировать взаимодействие с клиентами.

Упомянутый ранее цифровой маркетинг также тесно связан с брендингом деятельности некоммерческой организации, а точнее — с вопросом накопления капитала бренда некоммерческой организации за счет социальных сетей, которое становится возможным через поддержание на должном уровне четырех составляющих: удовлетворенности потребителей, эффективности маркетинговой стратегии, доверия к бренду и его узнаваемости (Belenioti, Vassiliadis, 2017). Наконец, в последние годы внимание зарубежных исследователей фокусируется на механизмах онлайн-фандрайзинга в части изучения стратегий сбора средств (Nageswarakurukkal, Gonçalves, Moshtari, 2019; Cheng, Cong, 2020), поведенческих характеристиках участников сообществ НКО в социальных сетях и оценке эффективности специфических

онлайн-продуктов, предназначенных для некоммерческого сектора и связанных с интерфейсами социальных сетей, например, цифровых волонтерских платформах (Saura, Palos-Sanchez, Martin-Velicia, 2020).

Таким образом, использование социальных сетей рассматривается отечественными и зарубежными исследователями как часть цифрового поворота с одной стороны, а с другой — в контексте результативности использования того или иного функционала социальных медиа для реализации повседневных задач и достижения стратегических целей некоммерческих организаций.

2. Цифровое развитие некоммерческих организаций: потенциал использования социальных сетей.

2.1. Модели цифрового созревания и цифровая компетентность некоммерческих организаций

Социально ориентированная некоммерческая организация, как и любая другая структура, вовлекающая цифровые технологии в свою операционную деятельность, проходит через несколько этапов цифрового развития, которые могут быть описаны в форме той или иной модели. Так, согласно первой из них, некоммерческие организации практически не используют информационно-коммуникационные технологии в повседневной работе на начальном этапе, но вместе с увеличением финансовых потоков и количества партнеров внедряют новые цифровые сервисы и инструменты, постепенно формируя из них единую управленческую систему, внутри которой решения принимаются на основе анализа данных, на втором. Наконец, финальный этап предполагает объединение НКО в единую сеть, использующую открытые данные (Архипова, 2016).

Несколько иная логика цифрового созревания разворачивается в контексте другой модели: некоммерческая организация проходит такие стадии, как оцифровка, цифровизация, цифровая трансформация. На первой стадии информация некоммерческой организации переводится из аналоговой в цифровую форму, т.е. вся или большая часть данных организации сохраняется в электронном виде. Вторая стадия основана на внедрении новых технологий в существующие логистические процессы организации для повышения эффективности ее деятельности, но это не меняет саму модель работы, а только повышает производительность труда. На третьей стадии происходит интеграция всех оцифрованных данных некоммерческой организации

и сопутствующих сервисов и приложений в единый автоматизированный процесс, меняющий логику управления организацией (Тырина, 2019).

Социальные сети могут рассматриваться, с одной стороны, как один из показателей цифрового созревания СО НКО, с другой — как инструмент, потенциально задействованный на любом этапе внедрения цифровых технологий в деятельность организации. Прежде всего, социальные сети могут быть активным актором стадии оцифровки, поскольку в рамках той же сети ВКонтакте возможен не только обмен документами в личных сообщениях, прикрепление оцифрованных документов к записям и комментариям, но и размещение их в специальном модуле «Документы» в группах. На стадии цифровизации различные возможности социальных сетей могут быть скомбинированы и использованы в зависимости от компетенций сотрудников СО НКО и задач, стоящих перед организацией в рамках ее присутствия в социальной сети, наличия какой-либо стратегии или отдельных элементов стратегии ведения группы в социальных сетях. Наконец, этап цифровой трансформации предполагает активное использование аналитических возможностей социальных сетей и приложений, позволяющих автоматически генерировать содержание контента и устанавливать календарный план выпуска последнего, соотносить публикационную и иную активности группы НКО в социальных сетях с ее ежедневными организационными задачами. Представляется, что к текущему моменту времени большинство некоммерческих организаций прошли этап оцифровки и находятся на разных стадиях этапа цифровизации, в разнообразных комбинациях используя возможности социальных сетей.

В целом некоммерческий сектор уже сформулировал, решению каких приоритетных задач должно способствовать использование социальных сетей, что нашло отражение в докладе Global NGO Technology report (Funraise, Nonprofit Tech for Good, 2019):

1. повышение узнаваемости бренда в Интернете;
2. привлечение новых сторонников (подписчиков) и доноров;
3. продвижение мероприятий;
4. генерирование социальных изменений;
5. привлечение волонтеров;
6. сбор средств в онлайн-формате.

Вместе с тем достижение поставленных перед некоммерческой организацией задач с помощью инструмента социальной сети во многом

может быть успешно осуществлено только при условии достижения определенного уровня цифровой компетентности НКО.

Центр исследований гражданского общества НИУ ВШЭ в 2020 году разработал индекс цифровых компетенций, включающий в себя четыре пункта: цифровое присутствие, цифровая инфраструктура, цифровой фандрайзинг и цифровые коммуникации. Индикатор цифровых коммуникаций, отображающий конфигурацию использования цифровых каналов для общения с целевыми аудиториями, органами власти, СМИ и другими заинтересованными сторонами, показал, что социальные сети остаются ведущим каналом коммуникации, поскольку их использует более половины опрошенных НКО (56%). С другой стороны, индекс цифрового присутствия, отражающий, каким образом организация представлена в Интернете, демонстрирует, что страницы организаций в социальных сетях уступают только собственным сайтам НКО в пропорции 45% против 52%. Среди информационных технологий, используемых в работе некоммерческих организации и ее сотрудников (индекс цифровой инфраструктуры), самым применяемым инструментом оказались чаты, группы в социальных сетях для сотрудников или волонтеров (43%). Социальные сети играют значительную роль в расчете индекса цифрового фандрайзинга, поскольку сборы посредством социальных сетей также заняли первую позицию в ответах на вопросы респондентов о методах онлайн-фандрайзинга — к упомянутому методу прибегает 15% опрошенных (Центр исследований... НИУ ВШЭ, 2020а).

Параллельно с НИУ ВШЭ свое исследование «НКО в цифровом пространстве. Уроки пандемии и точки роста» проводила осенью 2020 года Общественная палата РФ (Кирюхина, Тополева-Солдунова, Коротеева, 2020). При оценке общего уровня цифровизации некоммерческих организаций на основе ответов 564 респондентов, представителей НКО всех субъектов РФ, было установлено, что в условиях пандемии социальные сети в первую очередь используются для проведения прямых трансляций (39%). Более того, переход на дистанционные формы работы вынудил многих сотрудников НКО (40%) интенсифицировать использование социальных сетей для информирования населения о деятельности организации, что на практике означало освоение ими базовых и продвинутых инструментов ведения социальных сетей.

Отдельно стоит коснуться вопроса эффективности использования возможностей социальных сетей благотворительными организациями.

Совместное исследование Фонда целевого капитала «Истоки» и Ассоциации грантодающих организаций «Форум доноров» 2020 года, показало, что социальные сети относятся к базовым цифровым сервисам наряду с рассылками и облачными технологиями, которые используют 87% опрошенных организаций. Между тем социальные сети остаются и самой популярной составляющей цифрового функционала некоммерческих организаций: оказалось, что страницы в социальных сетях ведут 93% респондентов (ФЦК «Истоки», АГО «Форум доноров 2020»).

Данные зарубежного исследовательского проекта Charity Digital Skills Report 2021 (Skills platform, 2021) также подтверждают факт того, что совершенствование группы в социальных сетях, инвестирование в нее времени и финансовых средств как в цифровой канал, остается цифровым приоритетом для организаций, занимающихся благотворительностью. Большинство благотворительных организаций, высоко оценивающих свою деятельность в социальных сетях (31%), в рамках исследования в целом по совокупности цифровых компетенций могли быть оценены как высококвалифицированные. Но и у них возникают проблемы с отдельными элементами цифрового маркетинга социальной сети: около 40% полагают, что не разбираются в механизмах продвижения страниц и групп (SEO), аналитических инструментах, онлайн-фандрайзинге, и не понимают, как их аудитория использует цифровые технологии, что не позволяет в должной степени обратить внимание на разработку цифровых услуг.

2.2. ВКонтакте и российский некоммерческий сектор

Для российского некоммерческого сектора ВКонтакте остается одной из основных площадок коммуникации. По результатам исследования 2018 года, более 93% некоммерческих организаций отдают предпочтение данной социальной сети, но к этому показателю доверия постепенно приближаются Facebook (87%) и Instagram (61%). Одновременно стоит учитывать, что большинство социально ориентированных некоммерческих организаций не ограничивается использованием одной социальной сети (63%), но не менее трети опрошенных уделяли от года до трех лет, а половина — более трех лет именно развитию своей группы/страницы ВКонтакте (Ходорова, Боброва, 2018: 10–11).

В рамках того же исследования (Ходорова, Боброва, 2018: 12–16) опрошенные сотрудники СО НКО указали, что социальные сети

в целом должны помогать организации решать следующий в порядке убывания приоритета круг задач:

1. информирование о деятельности организации;
2. продвижение мероприятий;
3. привлечение новых сторонников, волонтеров;
4. информирование о социальной проблеме;
5. сбор пожертвований;
6. отчетность;
7. мобилизация сторонников для решения конкретной задачи;
8. прямая коммуникация с подписчиками;
9. изменение общественного мнения;
10. ведение виртуального фото- или видеоальбома.

Если же говорить о какой-то специфике ожиданий СО НКО от ВКонтакте как инструмента достижения определенных целей, то приоритеты информирования о повседневной деятельности, продвижения мероприятий, расширения аудитории подписчиков и вовлечения волонтеров остаются на своих местах, в то время как более ценной оказывается возможность сбора пожертвований по сравнению с функцией привлечения внимания к социальной проблеме.

При обращении к отдельным характеристикам ведения страниц СО НКО отмечается, что страницы ВКонтакте привлекают большее число подписчиков по сравнению с другими площадками, и вовлекаемая аудитория — это преимущественно представители молодого возраста, при этом данная социальная сеть удобна для поиска региональной аудитории и продвижения ленты событий организации. В то же время в качестве реальных результатов использования ВКонтакте более половины респондентов отметило повышение уровня транспарентности организации для благополучателей, доноров и партнеров, а также ее узнаваемости, благодаря которой выросло и число подписчиков, что в позитивном ключе повлияло на другие показатели, например, на расширение базы волонтеров.

Тем не менее СО НКО на низком уровне задействовали возможности ВКонтакте для сбора финансовых средств: из 50%, обратившихся к использованию предлагаемого функционала для сборов, всего 25% в течение года делали это на регулярной основе; 37% осуществляли сбор с помощью плагина «пожертвовать», тогда как $\frac{3}{4}$ опрошенных вводили подписчиков со страниц социальной сети на фандрайзинговые материалы. Только 12% СО НКО удалось собрать на уставные цели ощутимую сумму — более 1 млн рублей.

С нашей точки зрения, это также связано с показателями информированности СО НКО об инструментах поддержки социальной сетью некоммерческого сектора, таких как верификация, сообщество «Благотворительность ВКонтакте», приложения «Добро» и «Цели», кнопка «Пожертвовать» и т.д. Некоммерческие организации, задействующие эти инструменты, в результате привлекают больше ресурсов, легче выстраивают отношения с партнерами и трендсеттерами, чаще экспериментируют с форматами подачи материала аудитории, размещая на своих страницах аудио- и видео-контент, опросы, проводя прямые трансляции, подключая модули приложений, подарков и товаров, продвигая посты с помощью таргетинга. Самым используемым видом контента на момент проведения исследования, однако, оставались тексты и фотографии, тогда как большинство НКО ограничено размещали видео, инфографику и аудиозаписи.

Наконец, только 11% некоммерческих организаций, участвовавших в опросе, в течение года расходовали более 10 тыс. рублей в месяц на продвижение своих сообществ ВКонтакте, и только 26% на постоянной основе использовали аналитические инструменты данной социальной сети, тогда как 30% не использовали аналитику ВКонтакте или никогда не слышали о ней.

Все вышеперечисленное достаточно ярко свидетельствует о том, что значительная часть СО НКО, ведущих социальные сети, на момент 2018 года не имели какой-либо осознанной стратегии их использования в своей повседневной деятельности, но, осознавая ценность данных площадок как пространства привлечения дополнительных ресурсов, самопрезентации, обращались к ним для решения собственных задач в краткосрочной перспективе.

В целом использование социальных сетей представителями некоммерческого сектора до известной степени служит одним из индикаторов оценки цифровой зрелости НКО и позволяет заключить, какие функции организации были переведены в цифровую форму. Очевидно, что некоммерческие организации постепенно расширяют форматы активности в социальных сетях: не просто публикуют новости, но выстраивают общение с аудиторией с помощью ботов и мессенджеров социальной сети, публикуют истории и проводят трансляции, привлекают специализированные инструменты благотворительности. НКО начинают обращать внимание на менеджмент ведения социальных сетей, воспринимая все сделанные для продвижения страниц и групп шаги как вклад в улучшение имиджа

организации. Однако часть возможностей социальных сетей, как, например, использование редакционного календаря для публикации контента, отслеживание рентабельности ведения информационных компаний, аналитика привлеченных финансовых средств, остаются за гранью их операционной деятельности.

3. Эффективность групп СО НКО ВКонтакте: региональные кейсы.

3.1. Дизайн исследования

Для того, чтобы охарактеризовать модели использования социальных сетей социально ориентированными организациями, был проведен анализ групп/публичных страниц социально ориентированных некоммерческих организаций ВКонтакте на основе ряда ключевых показателей (KPI) и соответствующих метрик. Выбор социальной сети для анализа был обусловлен ее популярностью среди российских НКО.

Для более детального изучения проблематики использования социальной сети СО НКО было введено ограничение предметного поля исследования по географическому и хронологическому признакам. В Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде и Новосибирске, центральных городах Центрального, Северо-Западного, Уральского, Южного, Приволжского и Сибирского федеральных округов, соответственно, для анализа было отобрано по три социально ориентированные некоммерческие организации. Каждая из них располагается и ведет свою деятельность в указанных административных столицах федеральных округов и имеет активную группу в социальной сети ВКонтакте. Отметим, что внимание было сфокусировано на некоммерческих организациях регионального масштаба и на локальных филиалах крупных благотворительных фондов. Это позволило произвести сравнительный срез по регионам особенностей ведения групп и демографических атрибутов их подписчиков.

По ряду причин был опущен анализ страниц некоммерческих организаций Северо-Кавказского федерального округа и Дальневосточного федерального округа. В большинстве случаев обнаруженные страницы ВКонтакте действующих в пределах данных федеральных округов организаций регионального и городского масштаба находятся в неактивном состоянии — последние записи датированы 2019 или началом 2020 года, в то время как для

изучения был выбран период с 01.11.2020 по 30.04.2021. Также было обнаружено, что преобладающее число НКО данных регионов сосредоточилось на ведении страниц в Facebook или Instagram или собственного сайта. Поэтому не представляется возможным произвести соответствующий анализ групп ВКонтакте в рамках указанных территориальных образований.

Все СО НКО, чьи страницы были выбраны для проведения исследования, ориентированы на работу с детьми и подростками с нарушениями интеллектуального развития, в том числе с расстройствами аутистического спектра, с детьми, оставшимися без попечения родителей, и детьми-сиротами, с семьями, попавшими в трудную жизненную ситуацию и т.д. Подобный выбор обусловлен тем, что, во-первых, «детская» и «семейная» темы пользуются популярностью в публичном пространстве, частью которого являются социальные сети. Во-вторых, растет число людей, которые сознательно вовлекаются в социальную проблематику (Центр исследований... НИУ ВШЭ, 2020b) и в том числе делают благотворительные взносы, большая часть которых также идет в пользу детей (АСИ 2014; КАФ, 2020). Наконец, в массовом сознании, начиная уже с 2000-х годов, проблемы материнства, родительства и детства воспринимаются как одна из приоритетных зон ответственности организаций некоммерческого сектора (ВЦИОМ, 2005; ЦИРКОН, 2007–2008; ЦИРКОН, 2008). Все это в совокупности обращает наше внимание на группы ВКонтакте соответствующих социально ориентированных некоммерческих организаций как представляющих наибольший интерес с точки зрения взаимодействия НКО и ее аудитории.

Анализ производился по 6 ключевым показателям эффективности — КРІ (количество подписчиков, постов, просмотров, лайков, комментариев, репостов) и 5 метрикам, таким как вовлеченность публикации, дневная вовлеченность, вовлеченность по просмотрам, коэффициент привлекательности и коэффициент коммуникабельности.

Вовлеченность публикации (ER post) — это средний процент людей, вовлеченных в конкретную публикацию. Он позволяет оценить интерес к конкретной публикации у аудитории, сравнить между собой посты и активность в разных сообществах. Минус этого показателя состоит в том, что при росте числа подписчиков падает общий процент вовлеченности, поэтому стоит очень аккуратно сравнивать ER страниц с сильно разнящимся размером аудитории.

Дневная вовлеченность (ER day) демонстрирует примерный процент ежедневной публикационной активности страницы по отношению к числу подписчиков, другими словами, объем вовлечений страницы. Этот показатель, однако, очень зависим от частоты публикаций — чем их больше, тем больше их суммарная активность.

Вовлеченность по просмотрам (ER view) показывает итоговое процентное значение активности конкретной записи на основании показателя просмотров. Коэффициент привлекательности (LR) и коэффициент коммуникабельности (TR) позволяют оценить привлекательность публикации для аудитории с учетом количества лайков и комментариев по отношению к публикации. Метрики были собраны с помощью аналитического приложения для социальных сетей Popsters.

Для оценки значения полученных метрик можно ориентироваться на проведенные на основании агрегированных данных сервиса Popsters исследования относительной активности пользователей к разным форматам публикаций в социальных сетях за 2018, 2019 и 2020 годы (Popsters, 2018; Popsters, 2019; Popsters, 2020).

В 2018 году средние показатели вовлеченности аудитории для социальной сети ВКонтакте по показателям ER post и ER day для сообществ с контингентом до 10 тыс. подписчиков составляли 0,90 и 1,47%, соответственно, в 2019 — 0,91 и 1,41%, в 2020 — 0,96 и 1,42%. Для сообществ с количеством подписчиков свыше 10, но менее 20 тыс. эти цифры были другими: в 2018-м — 0,36 и 1,19%, 2019-м — 0,43 и 1%, 2020-м — 0,43 и 0,89% для ER post и ER day, соответственно. Наконец, для сообществ с количеством подписчиков от 20 до 50 тыс. динамика ER post и ER day представлена следующим образом: 0,29 и 1,42%, 0,34 и 1,05%, 0,35 и 1,42% в период с 2018 по 2020 годы включительно.

При этом, если сообщества с численностью аудитории до 10 тыс. в среднем неизменно публиковали по 2 поста в день, то число публикаций для групп с численностью от 10 до 20 тыс. фолловеров возросло с 3 до 4 в течение того же периода времени. Что касается групп численностью в 20–50 тыс. подписчиков, то в 2018 году они публиковали по 5 постов в день в среднем, в 2019–7, а в 2020–6.

Все это демонстрирует нам стабильный рост вовлеченности по постам и падение уровня дневной вовлеченности, что позволяет предположить появление у сообществ ВКонтакте более гибкой системы публикационной активности, рассчитанной на вовлечение аудитории не за счет количества, но за счет визуальной и содержательной

привлекательности публикаций. Падение уровня дневной вовлеченности, на наш взгляд, также может быть объяснено переключением внимания участников ВКонтакте на другие социальные сети.

Мы руководствуемся тем, что группы СО НКО ВКонтакте с более высокими, чем приведенные ранее, средними показателями ER post и ER day можно считать более результативными по сравнению с другими сообществами.

Что касается измерения демографических атрибутов подписчиков (пол, возраст, место жительства, семейное положение) групп СО НКО ВКонтакте, то стоит учитывать, что ряд подписчиков закрывает доступ к своим страницам либо не указывает свой возраст, семейное положение и т.д. Соответственно, их характеристики оказываются недоступными для подсчета.

3.2. KPI, метрики и демографические атрибуты групп СО НКО Центрального федерального округа (г. Москва)

В первых трех таблицах приведены результаты анализа ключевых показателей, метрик и демографических атрибутов групп трех московских СО НКО ВКонтакте: региональной общественной организации помощи детям с расстройством аутистического спектра «Контакт», автономной некоммерческой организации «Наш солнечный мир», которая также организует помощь детям и подросткам с РАС и другими нарушениями развития, и благотворительного фонда «Арифметика добра», специализирующегося на оказании помощи детям-сиротам.

Таблица 1.

КPI групп СО НКО г. Москвы (ЦФО) в социальной сети ВКонтакте за период с 01.11.2020 по 30.04.2021

	Контакт	Наш солнечный мир	Арифметика добра
Количество подписчиков	1 229	4 626	14 191
Количество постов	55	50	91
Количество просмотров	21 418	55 212	165 661
Количество лайков	382	904	2 490
Количество комментариев	9	16	152
Количество репостов	206	242	592

Таблица 2.

**Метрики групп СО НКО г. Москвы (ЦФО) в социальной сети
ВКонтакте за период за период с 01.11.2020 по 30.04.2021**

	Контакт	Наш солнечный мир	Арифметика добра
Вовлеченность публикации (ER post,%)	0,883	0,502	0,250
Дневная вовлеченность (ER day,%)	0,273	0,140	0,127
Вовлеченность по просмотрам (ER view,%)	2,485	2,124	1,917
Коэффициент привлекательности (LR,%)	0,565	0,391	0,193
Коэффициент коммуникабельности (TR,%)	0,013	0,007	0,012

В первую очередь обращает на себя внимание то, что РОО «Контакт», хотя и является самым маленьким по количеству подписчиков сообществом, пропорционально по ряду показателей не уступает двум другим организациям и даже превосходит их, сохраняя избирательный подход к пополнению сообщества новыми участниками. Очевидно, администраторы сообщества смогли сбалансировать контент в отношении содержания и частоты публикаций для постоянного привлечения внимания действующей аудитории. Показатели демонстрируют, что большая часть подписчиков стабильно обращается к информации, размещенной на странице, не является ботом или фолловером, редко посещающим страницу. Однако отметим, что коэффициент коммуникабельности, т.е. количество комментариев под постами, в сравнительном отношении остается невысоким у всех трех групп.

Показатели и метрики группы АНО «Наш солнечный мир», сопоставимые с таковыми РОО «Контакт», являются хорошей иллюстрацией того, что количество подписчиков не является определяющим индикатором успеха ведения сообщества в социальных сетях: часть подписчиков группы, формально сохраняя этот статус, остается малоактивной, поэтому администраторам необходимо либо внести изменения в тематику и формат публикаций для возобновления интереса действующей аудитории к сообществу, либо вовлекать новых подписчиков.

Наконец, благотворительный фонд «Арифметика добра» держится в рамках среднестатистических показателей группы с узконаправленной целевой аудиторией. Стоит учитывать, что для страниц в социальных сетях благотворительных фондов рядовой является ситуация, при которой подписчик, вступив в группу и единолично оказав финансовую помощь, абстрагируется от участия в ее деятельности в дальнейшем, в результате чего администраторы группы, чтобы повысить ее привлекательность, должны тщательно продумывать контент-план на предмет содержания, учитывать пики публикационной активности, длину постов по количеству знаков и иные показатели.

Таблица 3.

**Демографические атрибуты подписчиков групп СО НКО
г. Москвы (ЦФО) в социальной сети ВКонтакте**

		Контакт	Наш солнечный мир	Арифметика добра
Пол	Муж.	69	364	4 212
	Жен.	1 129	4 005	8 270
Возраст	0–17 лет	4	69	829
	18–24 года	56	159	3 087
	25–35 лет	328	1 498	4 045
	36–45 лет	508	1 637	2 383
	46–60 лет	167	592	1 123
	60–80 лет	7	70	265
Место жительства	Москва	257	1 024	1 829
	Другие населенные пункты	972	3 602	12 362
Семейное положение	Женат/замужем	498	1 675	3 009
	Другие варианты	731	2 951	11 482

Что касается демографических атрибутов, то страницы РОО «Контакт» и АНО «Наш солнечный мир» демонстрируют классическую картину соотношения лиц мужского и женского пола в группах

(первые составляют менее 10% от общего числа подписчиков), тематически связанных с освещением какой-либо социальной проблемы, а в данном случае с «детской» тематикой. Превалирующий возраст подписчиков в группах — 25–45 лет, только четвертая часть подписчиков проживает в месте локализации НКО, и более половины подписчиков не состоят в браке.

Несколько иная картина наблюдается, если рассматривать демографические атрибуты фонда «Арифметика добра». Во-первых, обращает на себя внимание значительная доля мужчин — участников группы. Во-вторых, группа является более молодой по составу: в нее активно вступают лица в возрасте от 18 до 24 лет, т.е. она представляет интерес для студенческого сообщества. В-третьих, жители Москвы составляют только 1/8 часть участников, что является рядовой ситуацией для крупного благотворительного фонда. Наконец только ¼ участников группы состоит в официальном браке.

3.3. KPI, метрики и демографические атрибуты групп СО НКО Северо-Западного федерального округа (г. Санкт-Петербург)

В следующих трех таблицах нашла отражение активность групп ВКонтакте Санкт-Петербургской ассоциации общественных объединений родителей детей-инвалидов (ГАООРДИ), фонда поддержки людей с аутизмом «Антон тут рядом» и благотворительного фонда нуждающимся детям Санкт-Петербурга «Солнце».

Таблица 4.

Количественные показатели активности групп СО НКО г. Санкт-Петербурга (СЗФО) в социальной сети ВКонтакте за период с 01.11.2020 по 30.04.2021

	ГАООРДИ	Антон тут рядом	Солнце
Количество подписчиков	7 973	28 903	1 851
Количество постов	135	172	31
Количество просмотров	206 500	1 289 471	17 487
Количество лайков	3 756	34 293	527
Количество комментариев	146	951	17
Количество репостов	699	5 392	38

Таблица 5.

**Метрики групп СО НКО г. Санкт-Петербурга (СЗФО)
в социальной сети ВКонтакте за период с 01.11.2020 по 30.04.2021**

	ГАООРДИ	Антон тут рядом	Солнце
Вовлеченность публикации (ER post,%)	0,427	0,817	1,014
Дневная вовлеченность (ER day,%)	0,321	0,777	0,185
Вовлеченность по просмотрам (ER view,%)	2,197	3,006	3,797
Коэффициент привлекательности (LR,%)	0,349	0,690	0,918
Коэффициент коммуникабельности (TR,%)	0,014	0,019	0,030

Все три организации демонстрируют более высокие по сравнению с московскими организациями КРІ и метрики, в особенности это касается значения охвата ER view, показывающего, что продуцируемый группами контент, скорее всего, отдельные качественно аранжированные публикации, оказывается привлекателен не только для подписчиков, но и для сторонних участников социальной сети. В ином случае участники групп неоднократно просматривают ленту публикации и увеличивают количество просмотров. Дополнительно благотворительные фонды «Антон тут рядом» и «Солнце» получают хорошую непрямую обратную связь от участников, что выражается в цифровом значении коэффициента привлекательности.

Но наиболее успешной среди представленных групп можно считать практику создания и продвижения контента благотворительного фонда «Солнце», выраженную через комбинацию метрик вовлеченности публикации и коэффициента привлекательности. В среднем выпуская по пять публикаций в месяц, они сосредотачивают внимание аудитории на своих публикациях и добиваются хорошей в хронологическом отношении совокупности реакций. Специфика деятельности организации позволяет предположить, что основной массив публикуемого материала — это прямые обращения, связанные со сбором средств, всегда привлекающие внимание в ленте социальной сети, посты-благодарности или отчетные

посты о полученной помощи, с включенным прямым обращением родственников ребенка, получившего помощь.

Таблица 6.

**Демографические атрибуты подписчиков групп СО НКО
г. Санкт-Петербурга (СЗФО) в социальной сети ВКонтакте
за период с 01.11.2020 по 30.04.2021**

		ГАООРДИ	Антон тут рядом	БФ Солнце
Пол	Муж.	1 054	4 252	167
	Жен.	5 904	19 518	1 450
Возраст	0–17 лет	96	866	4
	18–24 года	339	3 870	68
	25–35 лет	1 928	10 023	623
	36–45 лет	2 543	4 698	585
	46–60 лет	1 249	1 934	149
	60–80 лет	229	412	7
Место жительства	Санкт-Петербург	4 232	10 176	934
	Другие населенные пункты	3 741	18 727	917
Семейное положение	Женат/замужем	2 387	5 100	615
	Другие варианты	5 585	23 803	1 236

Что касается демографических атрибутов, то среди участников групп ГАООРДИ и «Антон тут рядом» по сравнению с благотворительным фондом «Солнце» больше представителей мужского пола. Возраст основной аудитории во всех трех группах составляет 18–45 лет. Добавим, что около трети подписчиков групп ГАООРДИ и благотворительного фонда «Солнце» состоят в официальных отношениях, тогда как только шестая часть фолловеров фонда «Антон тут рядом» имеет такой же статус.

Отличительной особенностью указанных групп в социальных сетях является и то, что в случае ГАООРДИ и благотворительного фонда «Солнце» не менее половины участников — жители Санкт-Петербурга, а в случае фонда «Антон тут рядом» — не менее трети. На наш

взгляд, это является показателем высокого уровня участия местного сообщества в благотворительных проектах и заинтересованности в решении социальных проблем. Другое объяснение такой вовлеченности может заключаться в том, что значительная часть подписчиков являются подопечными организаций либо членами их семей, людьми из дружеского круга, в особенности если мы говорим о ГАООРДИ.

3.4. KPI, метрики и демографические атрибуты групп СО НКО Уральского федерального округа (г. Екатеринбург)

Ключевые показатели и метрики групп СО НКО города Екатеринбурга, представленные в таблицах 7 и 8, а именно: автономной некоммерческой организации «Открытый город», региональной общественной организации «Добровольческое движение “Дорогами добра”» и межрегиональной общественной организации «Аистенок» — сильно разнятся, даже если принимать в расчет количественный показатель подписчиков групп.

Таблица 7.

KPI групп СО НКО г. Екатеринбург (УрФО) в социальной сети ВКонтакте за период с 01.11.2020 по 30.04.2021

	Открытый город	Дорогами добра	Аистенок
Количество подписчиков	636	10 091	3 261
Количество постов	35	160	117
Количество просмотров	17 800	155 317	111 276
Количество лайков	488	2 631	2 533
Количество комментариев	19	126	118
Количество репостов	124	158	181

Таблица 8.

Метрики групп СО НКО г. Екатеринбург (УрФО) в социальной сети ВКонтакте за период с 01.11.2020 по 30.04.2021

	Открытый город	Дорогами добра	Аистенок
Вовлеченность публикации (ER post,%)	2,835	0,181	0,742

Окончание таблицы 8.

	Открытый город	Дорогами добра	Аистенок
Дневная вовлеченность (ER day,%)	0,624	0,161	0,480
Вовлеченность по просмотрам (ER view,%)	3,315	1,806	2,404
Коэффициент привлекательности (LR,%)	2,192	0,163	0,664
Коэффициент коммуникабельности (TR,%)	0,085	0,008	0,031

Самые высокие показатели демонстрирует АНО «Открытый город», специализирующаяся на поддержке семей, в которых есть дети с РАС или нарушениями интеллектуального развития. Количество подписчиков группы позволяет предположить, что большинство из них являются клиентами НКО или участвовали в ее мероприятиях, благодаря чему стабильно проявляют интерес к тематическим публикациям группы, что находит отражение в высоких значениях вовлеченности публикации, коэффициента привлекательности и коэффициента коммуникабельности. Метрика дневной вовлеченности и вовлеченности по просмотрам в совокупности с редкой частотой выхода постов также позволяют заключить, что в группе публикуется оригинальный и визуально привлекательный контент, к просмотру которого обращаются не только участники группы, но и другие пользователи социальной сети.

Добровольческое движение «Дорогами добра», наоборот, стремится обеспечить рост метрик за счет внушительного количества участников группы и повышенной публикационной активности, при которой в течение всего рассматриваемого периода посты выходили практически каждый день. Подобная интенсификация деятельности группы, однако, снизила общий процент вовлеченности публикации и дневной вовлеченности: иными словами, данной организации для увеличения этих показателей следовало снизить темпы публикации, чтобы не примелькаться в новостной ленте и привлечь интерес пользователей за счет экспериментирования с форматами контента. Тем

не менее, такая поведенческая модель организации в социальной сети может быть рационально обоснована широтой спектра направлений, в рамках которых работает НКО и к которым необходимо привлекать внимание действующих и новых пользователей, чтобы обеспечить им дополнительные ресурсы для функционирования и развития.

Схожее с «Дорогами добра» поведение демонстрирует межрегиональная общественная организация «Аистенок», которая занимается комплексной профилактикой социального сиротства и оказывает помощь семьям с детьми в трудной жизненной ситуации. Очевидно, что «Аистенок», равно как и «Дорогами добра», сформировал свой пул подписчиков и делает расчет на узнаваемость бренда и лояльность аудитории, интенсифицируя количество публикаций.

Также некоторые уникальные элементы, присущие группам СО НКО Екатеринбурга, находят отражение в таблице демографических атрибутов.

Таблица 9.

Демографические атрибуты подписчиков групп СО НКО г. Екатеринбурга (УрФО) в социальной сети ВКонтакте

		Открытый город	Дорогами добра	Аистенок
Пол	Муж.	50	1 695	194
	Жен.	564	7 312	2 857
Возраст	0–17 лет	4	103	11
	18–24 года	58	634	187
	25–35 лет	219	4 037	85
	36–45 лет	190	2 245	1 468
	46–60 лет	72	538	185
	60–80 лет	3	505	13
Место жительства	Екатеринбург	385	6 033	2 087
	Другие населенные пункты	251	4 868	1 174
Семейное положение	Женат/замужем	204	2 706	1 202
	Другие варианты	432	8 195	2 059

Прежде всего, большинство участников групп — женщины. О возрасте основной группы аудитории «Аистенка» нельзя говорить с уверенностью, поскольку часть страниц пользователей вместе с данными не отображается, но не менее трети активной аудитории — это люди в возрасте от 36 до 45 лет. Основной массив пользователей «Открытого города» и «Дорогами добра» это люди 25–45 лет. Однако среди подписчиков последней наблюдается значительная доля лиц в возрасте от 46 до 80 лет: это объясняется тем, что на базе добровольческого движения организованы занятия для лиц пожилого возраста. При этом, так же как и в Санкт-Петербурге, более половины подписчиков во всех группах являются жителями Екатеринбурга, и 2/3 подписчиков не состоят в официальном браке.

3.5. КРІ, метрики и демографические атрибуты групп СО НКО Южного федерального округа (г. Ростов-на-Дону)

Таблицы с десятой по двенадцатую отражают состояние групп ВКонтакте трех СО НКО Ростова-на-Дону: общественной организации помощи детям с аутизмом и синдромом Дауна «Особые дети», благотворительных фондов «Я без мамы» и «Доброе дело».

Обращает на себя внимание то, что все три некоммерческие организации обладают сравнительно небольшой численностью подписчиков, но по сравнению с остальными двумя группами страница благотворительного фонда «Я без мамы», основной целью которого выступает профилактика социального сиротства и помощь малоимущим семьям, демонстрирует большую активность.

Таблица 10.

КРІ групп СО НКО в социальной сети ВКонтакте г. Ростова-на-Дону (ЮФО) за период с 01.11.2020 по 30.04.2021

	Особые дети	Доброе дело	Я без мамы
Количество подписчиков	324	2 459	5 172
Количество постов	13	35	88
Количество просмотров	0	11 912	74 213
Количество лайков	2	342	2 677
Количество комментариев	0	7	54
Количество репостов	1	41	328

Таблица 11.

**Метрики групп СО НКО г. Ростова-на-Дону (ЮФО)
в социальной сети ВКонтакте за период за период
с 01.11.2020 по 30.04.2021**

	Особые дети	Доброе дело	Я без мамы
Вовлеченность публикации (ER post,%)	0,071	0,453	0,672
Дневная вовлеченность (ER day,%)	0,006	0,089	0,330
Вовлеченность по просмотрам (ER view,%)	0	3,382	4,115
Коэффициент привлекательности (LR,%)	0,047	0,397	0,588
Коэффициент коммуникабельности (TR,%)	0	0,008	0,012

Высокое значение вовлеченности по просмотрам на фоне усредненных и низких значений остальных метрик в группах благотворительных фондов «Я без мамы» и «Доброе дело» сигнализирует о том, что администраторы публикуют контент, который до определенной степени поддерживает интерес действующих фолловеров и находит у них отклик, но расчет с определенной долей вероятности делается на привлечение внимания новой аудитории, даже если в последующем это не перерастет в постоянное членство в группе.

Сильнее всех по KPI и метрикам проседает общественная организация помощи детям с аутизмом и синдромом Дауна «Особые дети». Создается впечатление, что группа была создана под влиянием момента, но ресурсов на ее развитие у организации не хватает.

Низкий во всех трех группах процент коммуникабельности аудитории позволяет предположить, что выпускаемый ими контент по большей части носит отчетный характер и не вызывает необходимости комментирования или активной обратной связи, либо его визуальное оформление не позволяет подписчикам выделить его в личной ленте публикаций.

Демографические атрибуты групп представлены в таблице 12.

Таблица 12.

**Демографические атрибуты подписчиков групп СО НКО
г. Ростова-на-Дону (ЮФО) в социальной сети ВКонтакте**

		Особые дети	Доброе дело	Я без мамы
Пол	Муж.	20	408	600
	Жен.	267	1 911	3 837
Возраст	0–17 лет	1	11	79
	18–24 года	10	166	262
	25–35 лет	93	1 069	2 165
	36–45 лет	114	686	1 194
	46–60 лет	14	172	250
	60–80 лет	1	41	52
Место жительства	Ростов-на-Дону	149	1 270	1 028
	Другие населенные пункты	175	1 189	4 144
Семейное положение	Женат/замужем	111	835	1 630
	Другие варианты	213	1 624	3 542

Среди указанных демографических атрибутов сообществ обращает на себя внимание то, что в группах «Доброе дело» и «Я без мамы» студенческая аудитория составляет такой же объем подписчиков, что и люди в возрасте от 46 до 60 лет: вопросы, связанные с социальным сиротством, по разным причинам вызывают у них сопоставимый интерес. Также фонд «Доброе дело» очевидно активно вовлекает ростовчан в участие в собственных акциях и мероприятиях: в этой группе количество жителей Ростова-на-Дону превышает количество подписчиков из остальных населенных пунктов

*3.6. KPI, метрики и демографические атрибуты групп СО НКО
ВКонтакте Приволжского федерального округа (г. Нижний
Новгород)*

В таблицах № 13, 14 и 15 представлены данные групп в социальной сети СО НКО Нижнего Новгорода: благотворительного фонда «Жизнь без границ» и региональной общественной организации «Детский

проект — Помощь детям», которые специализируются на помощи детям и подросткам, находящимся в детских домах, коррекционных школах-интернатах, детям и молодым людям с инвалидностью и детям из малообеспеченных семей и групп риска в первом случае, а во втором — семьям в тяжелой жизненной ситуации, детям-сиротам Нижегородской области. Третья анализируемая страница принадлежит региональной общественной организации «Верас», ведущей работу с семьями, воспитывающими детей и молодых людей с нарушениями развития.

Таблица 13.

КРІ групп СО НКО г. Нижнего Новгорода (ПФО) в социальной сети ВКонтакте за период с 01.11.2020 по 30.04.2021

	Верас	Детский проект	Жизнь без границ
Количество подписчиков	946	2 676	3 067
Количество постов	13	113	171
Количество просмотров	9 368	53 358	286 027
Количество лайков	201	1 293	7 245
Количество комментариев	6	38	353
Количество репостов	23	143	473

Таблица 14.

Метрики групп СО НКО г. Нижнего Новгорода (ПФО) в социальной сети ВКонтакте за период с 01.11.2020 по 30.04.2021

	Верас	Детский проект	Жизнь без границ
Вовлеченность публикации (ER post,%)	1,870	0,487	1,539
Дневная вовлеченность (ER day,%)	0,157	0,308	1,470
Вовлеченность по просмотрам (ER view,%)	2,286	2,784	2,835

Окончание таблицы 14.

	Верас	Детский проект	Жизнь без границ
Коэффициент привлекательности (LR,%)	1,634	0,428	1,381
Коэффициент коммуникабельности (TR,%)	0,049	0,013	0,067

Успешным можно считать подход к ведению группы в социальных сетях благотворительного фонда «Жизнь без границ» по совокупности значений метрик, КРІ числа подписчиков и опубликованных в ограниченный период времени постов. Практически ежедневный выход публикаций обеспечивает хороший показатель дневной вовлеченности. Сильную позицию эта организация занимает и в отношении коэффициентов привлекательности и коммуникабельности, что на практике говорит об интенсивной обратной связи участников и администрации группы.

Подобное качественное сочетание высоких показателей свидетельствует о том, что наполнение группы контентом сопровождается использованием разнообразных форматов подачи информации в виде текстового, фото-, видео-, аудиоматериала. В то же время в тематическом отношении с высокой долей вероятности выпускаются посты с ярко выраженной позитивной или негативной коннотацией, вызывающие у аудитории сильный эмоциональный отклик, публикации личного характера, содержащие истории подписчиков, освещающие их участие в мероприятиях с применением функции отметки пользователя и т.д.

Сниженное значение метрики дневной вовлеченности вместе с малым количеством опубликованных за шесть месяцев постов в группе фонда «Верас» говорит о том, что она ориентирована на целенаправленную работу с локальной аудиторией подписчиков, которую преимущественно составляют подопечные организации и их близкое окружение. В этом случае достаточно сложно выдвигать какие-либо предположения о качестве оформления публикуемых материалов, но спектр освещаемых в группе сюжетов, вероятно, ограничен непосредственно рамкой мероприятий самой организации.

Интересными представляются показатели страницы «Детский проект — помощь детям»: при достаточно интенсивном темпе выпуска

публикаций (не менее 19 в месяц) и аудитории участников группы, приближающейся к 3 000 подписчиков, метрики вовлеченности публикации и дневной вовлеченности представляются посредственными. Одновременно качественно высокой остается метрика вовлеченности по просмотрам, утверждающая факт сохранения интереса к общему массиву публикуемых материалов, на фоне сочетания большой разницы между значениями коэффициентов привлекательности и коммуникабельности. Все это позволяет нам выдвинуть предположение о том, что тематически группа перегружена постами просветительского характера, т.е. информацией, которая в определенных жизненных обстоятельствах может представлять интерес не только для подписчиков группы, но и для сторонних пользователей, но не требует активного комментирования.

Демографические атрибуты участников сообществ социально ориентированных некоммерческих организаций Нижнего Новгорода представлены в следующей таблице:

Таблица 15.

**Демографические атрибуты подписчиков групп СО НКО
г. Нижнего Новгорода (ПФО) в социальной сети ВКонтакте**

		Ветеран	Детский проект	Жизнь без границ
Пол	Муж.	87	344	649
	Жен.	803	1 956	2 168
Возраст	0–17 лет	3	2	177
	18–24 года	49	97	600
	25–35 лет	326	1 041	1 035
	36–45 лет	366	767	588
	46–60 лет	106	154	217
	60–80 лет	6	11	10
Место жительства	Нижний Новгород	532	1 506	1 634
	Другие населенные пункты	414	1 170	1 433
Семейное положение	Женат/замужем	364	930	774
	Другие варианты	582	1 746	2 293

Складывается классическая для аудитории группы ВКонтакте региональной НКО картина: большинство подписчиков — это женщины в возрасте от 25 до 46 лет, и треть участников группы состоит в официальном браке, которая нарушается тем, что во всех трех сообществах половина участников — это жители Нижнего Новгорода, что обнажает кропотливую работу некоммерческих организаций по построению клиентских, партнерских, донорских и профессиональных связей в офлайн- и онлайн-пространстве в рамках городской локальности.

3.7. KPI, метрики и демографические атрибуты групп СО НКО Сибирского федерального округа (г. Новосибирск)

Результаты ведения ряда страниц ВКонтакте, принадлежащих социально ориентированным некоммерческим организациям города Новосибирска: автономной некоммерческой организации «Благотворительная организация “Журавлик”», городской общественной организации усыновителей «День аиста» и городской детской общественной организации семей с детьми-инвалидами «Лучик света», — выраженные в ключевых показателях эффективности и метриках, представлены в таблицах 16 и 17.

Таблица 16.

КPI СО НКО г. Новосибирска (СФО) в социальной сети ВКонтакте за период с 01.11.2020 по 30.04.2021

	Журавлик	День аиста	Лучик света
Количество подписчиков	340	1 620	1 742
Количество постов	68	45	253
Количество просмотров	12 074	13 505	48 654
Количество лайков	347	359	3 130
Количество комментариев	2	18	868
Количество репостов	75	35	70

Таблица 17.

Метрики групп СО НКО г. Новосибирска (СФО) в социальной сети ВКонтакте за период с 01.11.2020 по 30.04.2021

	Журавлик	День аиста	Лучик света
Вовлеченность публикации (ER post,%)	1,834	0,565	0,923

Окончание таблицы 17.

	Журавлик	День аиста	Лучик света
Дневная вовлеченность (ER day,%)	0,705	0,144	1,305
Вовлеченность по просмотрам (ER view,%)	3,576	2,713	6,656
Коэффициент привлекательности (LR,%)	1,501	0,492	0,710
Коэффициент коммуникабельности (TR,%)	0,009	0,025	0,197

В случае со страницей АНО БО «Журавлик», которая занимается разработкой инклюзивных социальных проектов для детей с ОВЗ, а также профилактикой травли и буллинга в детских учебных учреждениях, в том числе в детских домах, обращают на себя внимание значения метрик вовлеченности публикации, вовлеченности по просмотрам и коэффициента привлекательности. Подписчики демонстрируют устойчивый интерес ко всему публикуемому в группе контенту, а совокупность пониженной дневной вовлеченности в сочетании с высокой вовлеченностью по просмотрам сигнализирует, что переходы к материалам группы осуществляются значительным количеством сторонних участников социальной сети. В то же время превалирование коэффициента привлекательности над коэффициентом коммуникабельности снова обращает нас к распространению в группе постов информационного, просветительского характера, опускающих потребность в прямом комментировании.

Между тем страница НГДООСДИ «Лучик света» показывает высокую дневную вовлеченность и крайне высокую вовлеченность по просмотрам на фоне небольшого количества подписчиков, что легко объясняется чрезмерной в хронологическом отношении плотностью публикуемого контента. Отчасти по этой же причине растет числовое значение коэффициентов реакций: в ином случае в группе получил распространение контент, в котором содержится прямое обращение к аудитории, требующий определенного отклика.

KPI и метрики страницы организации НГООУ «День аиста», которая занимается профилактикой сиротства, могут быть охарактеризованы как среднестатистические на фоне остальных НКО.

В отношении демографических атрибутов указанных страниц в соответствии с представленными в таблице 18 данными можно сказать, что их аудитория практически ничем не выделяется.

Таблица 18.

**Демографические атрибуты подписчиков групп СО НКО
г. Новосибирска (СФО) в социальной сети ВКонтакте**

		Журавлик	День аиста	Лучик света
Пол	Муж.	50	138	255
	Жен.	283	1 307	1365
Возраст	0–17 лет	1	2	9
	18–24 года	7	50	80
	25–35 лет	98	376	637
	36–45 лет	138	661	598
	46–60 лет	18	212	167
	60–80 лет	0	7	4
Место жительства	Новосибирск	5	845	1 235
	Другие населенные пункты	345	775	507
Семейное положение	Женат/замужем	125	660	577
	Другие варианты	215	960	1 165

Основной массив участников — это по-прежнему женщины в возрасте от 25 до 45 лет. Однако в рамках атрибута места жительства возникает расхождение: если основными потребителями контента групп «День аиста» и «Лучик света» остается город Новосибирск, то деятельность НКО «Журавлик» явно получила признание среди жителей других городов и населенных пунктов, что говорит нам о том, что сами администраторы явно нацелены на всероссийский масштаб экстраполяции своей деятельности или производят материал по узкоспециализированной теме, в поле освещения которой у них не так много конкурентов. В отношении семейного статуса участников сохраняется стандартная ситуация превалирования людей, не состоящих в официальном браке.

3.8. Выводы

Разнообразие политики ведения групп в социальной сети ВКонтакте социально ориентированными некоммерческими организациями усложняет выделение устойчивых региональных особенностей. Тем не менее агрегированные показатели позволяют выделить ряд обобщающих поведенческих черт некоммерческих организаций в некоторых регионах.

В первую очередь обращают на себя внимание СО НКО города Санкт-Петербурга: при усредненном показателе частоты выпускаемых постов они получают хорошие показатели реакций, прежде всего лайков и просмотров. Это демонстрирует широкие возможности, которыми они располагают: ведется работа как по удержанию текущей аудитории, так и по привлечению новой. Отметим и то, что от СО НКО других регионов их отличает состав групп ВКонтакте: местные жители в целом и студенческая молодежь в частности более явно демонстрируют интерес к решению локальных социальных проблем.

Сопоставимые показатели у СО НКО города Екатеринбурга. Однако они, как показывает совокупность приведенных ключевых показателей и метрик, сосредотачиваются на удержании внимания уже сформированной в группе аудитории. Это подтверждается и тем фактом, что большая часть аудитории групп СО НКО ВКонтакте — жители города Екатеринбурга, в котором локализованы некоммерческие организации.

СО НКО Ростова-на-Дону на данный момент очевидно включены в процесс вовлечения новых подписчиков, поскольку сочетание ряда ключевых показателей апеллирует либо к факту стремительного увеличения числа участников, либо к наличию в группе большого количества малоактивных пользователей, что, само собой разумеется, побуждает администрацию к внесению изменений в политику управления страницей. Другая интересная особенность страниц ВКонтакте данных организаций состоит в том, что студенческая аудитория и подписчики зрелого возраста в одинаковой мере разделяют интерес к их деятельности.

Самые высокие показатели среди всех проанализированных групп ВКонтакте некоммерческих организаций демонстрируют СО НКО Нижнего Новгорода: очевидно, они практикуют гибкий подход к публикации контента и учитывают мнение своих подписчиков, число которых сравнительно невелико. Их успех, на наш взгляд, в большей

степени обусловлен не частотой выхода публикаций и не качеством оформления последних, но тем, что в группах практически нет мало-активных пользователей. Это подтверждается и за счет такого демографического атрибута участников, как «место жительства»: во всех трех сообществах половина участников являются жителями Нижнего Новгорода. Другими словами, выстроенные офлайн некоммерческими организациями партнерские и донорские связи находят отражение в пространстве социальной сети.

Сообщества ВКонтакте СО НКО города Новосибирска отображают различные подходы к политике ведения социальных сетей. Большое количество реакций и просмотров является свидетельством плотной работы администрации с ожиданиями аудитории. Однако если одна из СО НКО имеет в группе малое количество подписчиков и, как показывают демографические атрибуты, нацелена на всероссийский охват, то другие две сосредоточены на взаимодействии с местными жителями.

Наконец, представленные в рамках анализа социально ориентированные организации города Москвы используют свои группы как информационный стенд для уже сформированной аудитории и, на что может указывать низкая дневная вовлеченность, как архив для хранения файлов, фотографий, видеозаписей, к которому любой участник группы может обращаться в случае необходимости.

4. SWOT-анализ групп СО НКО в социальной сети ВКонтакте

SWOT-анализ (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) — это исследовательский алгоритм, который на основании выделения четырех базовых факторов позволяет проанализировать состояние организации в указанный промежуток времени. В рамках данного алгоритма выделяется четыре фактора: сильные стороны (преимущества, уникальные навыки, ценности организации), слабые стороны (недостатки деятельности, характеристики, тормозящие развитие организации), возможности (потенциальные действия, которые находятся под прямым контролем организации и направлены на нивелирование ее слабых сторон), угрозы (внешние факторы, приносящие ущерб, не поддающиеся контролю организации).

Для SWOT-анализа из ранее проанализированных страниц сообществ ВКонтакте были отобраны группы АНО «Открытый город», НГДООСДИ «Лучик света» и благотворительного фонда «Жизнь без границ». Отбор производился по двум критериям: первый из них — численность аудитории группы ВКонтакте: до 1 000 подписчиков, от 1 000 до 2 000 подписчиков и более 2 000 подписчиков, соответственно. Второй критерий связан с высокими КРІ и метриками данных групп.

Сильные и слабые стороны ведения страниц организации в социальной сети ВКонтакте, а также пул потенциальных возможностей и угроз раскрывался через анализ следующих параметров:

1. использование в группе официальной эмблемы организации и уникальных хештегов;
2. использование разных форматов (текст, фото, видео, аудио) при публикации материалов;
3. средние показатели публикационной активности (частота выхода постов и совокупность реакций на один пост за период с 01.11.2020 по 30.04.2021);
4. вовлечение подписчиков в создание и распространение контента (отметки и упоминания личностей подписчиков или участников социальной сети в постах, возможность подписчикам публиковать посты в группе);
5. полнота использования инструментальных возможностей страницы, в том числе специализированных (уровень заполненности информации в группе, размещение фото и видео в альбомах, документов в файлах, публикация больших текстов в лонгридах, использование сторис и сюжетов, подкастов, ссылки на мероприятия и партнеров, ведение обсуждений, использование внешних ссылок, перепост информации из других групп, верификация страницы, подключение плагинов для сбора средств на странице);
6. упоминание в постах информации о волонтерах, партнерах и спонсорах, других НКО;
7. форматы взаимодействия с подписчиками: конкурсы, просветительская информация, отчеты о деятельности, призывы к участию в мероприятиях.

На рисунке 1 представлены следующие результаты SWOT-анализа группы АНО «Открытый город» в социальной сети ВКонтакте.

<p>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Персонализация страницы • Качественная визуализация публикуемых материалов • Активное распространение информации о мероприятиях организации и вовлечение подписчиков в распространение контента 	<p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие стабильного администрирования группы • Широкий охват деятельности центра не находит отображения в публикациях • Низкий уровень прямой коммуникации с аудиторией из-за преобладания отчетных постов
<p>ВОЗМОЖНОСТИ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Взаимный обмен контентом с партнерами в интернет-пространстве • Использование группы как дополнительной площадки для рекламы проектов и товаров • Проработанный интерфейс группы 	<p>УГРОЗЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Предвзятое отношение общества к лицам с ментальными нарушениями развития • Ограничения на проведение массовых мероприятий в связи с распространением COVID-19 • Зависимость организации от внешнего финансирования

Рис. 1. SWOT-анализ группы АНО «Открытый город» ВКонтакте

В качестве одной из сильных ее сторон можно считать персонализацию: руководитель некоммерческой организации часто оформляет посты от первого лица, делает репост материалов своей личной страницы, публикует посты, связанные с деятельностью отдельных сотрудников АНО.

Успешно «Открытый город» использует инструменты визуализации результатов собственной деятельности, прежде всего оригинальные качественные фото и видео, что удовлетворяет ожидания аудитории, которая принимала фактическое участие в мероприятиях, отраженных в качестве материалов в постах группы, и это в среднем увеличивает количество просмотров страницы и реакций. Последнему способствует и достаточно активная жизненная позиция самой аудитории.

Среди слабых сторон может быть названо отсутствие активного администрирования группы в социальной сети: посты могут выходить с большим временным разрывом. Создается ощущение, что

на ее ведение у специалистов организации не хватает ресурсов и нет возможности отдать реализацию этой функции на аутсорсинг.

Другие слабости заключаются в том, что, хотя деятельность самой организации представлена в широком формате, это находит отражение только в описании группы, но не в ее ленте и не в полной мере в видеозаписях или фотоальбомах. В целом страницу отличает чрезмерная простота и слабость навигации. Наконец, еще одной проблемой остается низкий уровень прямой коммуникации с аудиторией из-за преобладания отчетных материалов в ленте группы.

В слабостях и сильных сторонах, однако, скрываются новые возможности для АНО: она уже имеет опыт репрезентации результатов совместных проектов с партнерами (например, с «Синара-центром», с театром «Провинциальные танцы») и может в дальнейшем расширять это партнерство в интернет-пространстве, например, в форме взаимного обмена контентом для увеличения охватов аудитории. Кроме того, лаконичные и сопровождаемые ярким фото- и видеоконтентом публикации привлекают внимание к деятельности группы со стороны потенциальной аудитории, «рекламируют» отдельные уникальные направления ее работы (товары). Группа также может быть серьезно доработана в отношении интерфейса: в ней может появиться меню или могут добавиться новые виджеты.

Существуют и угрозы, которые находятся вне компетенции организации, но оказывают опосредованное влияние на ведение группы: территориальная локализация АНО и предвзятое отношение общества к лицам с ментальными нарушениями развития остаются камнем преткновения в отношении расширения аудитории группы, ковидные ограничения на проведение массовых мероприятий сужают спектр потенциальных инфоповодов, также как и зависимость от финансирования крупных проектов АНО Фондом президентских грантов.

В целом можно сказать, что «Открытый город» во многом использует площадку ВКонтакте для того, чтобы заявить о себе, о нетривиальности своих проектов и услуг, в особенности на рынке, где у них практически нет конкурентов. Кроме того, страница АНО поддерживает интерес у подписчиков, удерживая их как действующих или потенциальных участников мероприятий в офлайн- и онлайн-пространстве.

Однако у организации пока явно не хватает ресурсов для целенаправленного, постоянного администрирования группы, создания контент-плана. Успех показателей группы «Открытый город» скорее

обусловлен тем, что среди потенциальной аудитории она является брендом и пользуется доверием, т.е. для них публикуемый контент является виральным в силу того, что сами подписчики принадлежат к определенной аудитории.

Новосибирская городская детская общественная организация инвалидов «Лучик света» по сравнению с «Открытым городом» имеет большее количество подписчиков и ведет иную политику позиционирования в социальных сетях (см. рис. 2).

<p>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Активное вовлечение подписчиков в создание контента • Укрепление имиджа через демонстрацию широких партнерских связей • Удобная навигация в группе 	<p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Игнорирование при создании контента формата видео при повышенном спросе на него • Чрезмерное использование ссылок на внешние ресурсы • Отсутствие в публикациях символики организации и некорректное использование инструмента «хэштег»
<p>ВОЗМОЖНОСТИ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Увеличение числа постов обращений для поиска новых партнеров и волонтеров • Обращение к форматам сторис, сюжет и подкаст • Увеличение числа постов с сильным мотивационным/дискуссионным посылом 	<p>УГРОЗЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зависимость организации от внешнего финансирования • Ограничения на проведение массовых мероприятий в связи с распространением COVID-19 <ul style="list-style-type: none"> • Общая публикационная политика Вконтакте: алгоритмы ранжирования публикаций

Рис. 2. SWOT-анализ группы НГДООСДИ «Лучик света» ВКонтакте

Преимущества группы заключаются в использовании ее возможностей для быстрого обмена информацией с клиентами, в том числе с помощью общения в комментариях, использования такого встроенного виджета, как «календарь мероприятий». Организация также грамотно извлекает пользу из публикации ссылок на сторонние ресурсы: на стене страницы их не много, но посты, содержащие этот формат, собирают большой процент просмотров.

Но плюсы во многом нивелированы слабыми сторонами: часть функций основной страницы, например, взаимодействие с волонтерами, отдана на «аутсорс» дочерней группе организации. Львиная доля внимания подписчиков сосредоточена всего на трех темах: распространении билетов на мероприятия, раздаче одежды и канцелярских товаров и на закреплённом посте, содержащем ссылку и контакты организации социального обслуживания на дому. Кроме того, участники группы «злоупотребляют» возможностью создавать и размещать собственный контент на странице: в результате в ленту попадает множество однородных постов, что снижает уровень виральности контента группы в целом.

Тем не менее администраторы группы могут экспериментировать с изменением тематического плана постов, например, ввести в оборот публикации просветительского характера. Они также могут объединять материалы, предлагаемые для публикации участниками группы, в единый отчетный пост, историю или сюжет и за счет этого увеличивать вовлеченность публикации. Наконец, еще одна возможность заключается в «верификации» партнерских связей организации: обмене контентом с партнерскими страницами и грамотном оформлении упоминаний о коллаборациях в ленте группы.

Угрозы, с которыми может столкнуться организация, заключаются в возможной утечке личных данных подписчиков, поскольку на странице сообщества публикуются списки с именами и фамилиями лиц, получивших разные виды материальной помощи, в конфликтных ситуациях между семьями, претендующими на получение материальной помощи, в правилах публикационной политики социальной сети ВКонтакте, которые могут выступить в качестве барьера, замедляющего распространение информации о деятельности НКО в интернет-пространстве.

Среди всех отобранных по ключевым показателям эффективности и метрикам групп СО НКО ВКонтакте самой результативной остается страница благотворительного фонда «Жизнь без границ» (см. рис. 3).

Одной из сильных сторон группы, представленных в таблице SWOT-анализа, является вовлеченность подписчиков в создание контента: в рамках того же проекта «Наставничество» публикуются истории, в том числе и видеоформата, о взаимодействии сирот и их наставников. С другой стороны, благотворительный фонд «Жизнь без границ» в полной мере демонстрирует широту своих партнерских связей как с представителями органов власти (управление социальной

<p>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Использование страницы как активного информационного стенда • Прямая связь с подписчиками через инструменты открытого публикации постов и комментариев • Грамотное использование формата ссылок 	<p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Распыление функционала группы по дочерним страницам организации <p>Интерес аудитории к ограниченному числу тематик группы</p> <ul style="list-style-type: none"> • Чрезмерная активность подписчиков в отношении создания контента
<p>ВОЗМОЖНОСТИ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Расширение тематики публикуемого контента • Введение ограничений на публикацию постов подписчиков в ленте новостей • «Верификация» страниц в социальных сетях и/или сайтов партнеров в публикациях группы 	<p>УГРОЗЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Угроза безопасности личных данных подписчиков • Конфликтные ситуации между семьями, желающими получить помощь от организации • Общая публикационная политика Вконтакте: алгоритмы ранжирования публикаций

Рис. 3. SWOT-анализ группы СО НКО «Жизнь без границ» «ВКонтакте»

защиты, районные комиссии по делам несовершеннолетних, администрация города, МВД), так и с коммерческими организациями и некоммерческими структурами, посвящая теме коллаборации множество постов. Однако, на наш взгляд, это объясняется не только личной позицией руководящего состава фонда, но и тем, что на его базе фактически развернут ресурсный центр «Академия наставничества в Нижегородской области» и к плотному взаимодействию со всеми акторами социальной сферы фонд обязывает новый статус. Еще одним несомненным преимуществом группы является удобная навигация: настроенные меню и панель виджетов.

Ослабляют позиции фонда в социальной сети игнорирование формата видеоконтента при повышенном спросе аудитории на него. Общие показатели охвата снижаются за счет чрезмерного введения в оборот внешних ссылок. Качественную базовую навигацию усложняет путаница с хештегами: только часть из них отображена в меню, множество постов публикуется без хештегов — все это усложняет

поиск нужной информации в группе. Проблемным моментом является и отсутствие в публикуемых постах символики организации, с учетом того, что они выходят достаточно часто и оформлены в яркой, но однообразной манере, и потому могут затеряться в общей ленте публикации подписчика.

Однако хороший отклик аудитории на посты-обращения, что выражается в показателе репостов, потенциально позволяет расширить пул волонтеров и партнерскую сеть. Высокий уровень интереса к историям взаимодействия сирот и их наставников актуализирует обращение к форматам сторис, сюжета и подкаста. Наконец, новый пласт аудитории может быть вовлечен в деятельность сообщества в социальной сети за счет увеличения в общей массе контента постов с сильным мотивационным или дискуссионным посылом, стимулирующим у аудитории определенный эмоциональный отклик и увеличивающим общее количество реакций.

В качестве угроз текущему успешному ведению группы ВКонтакте может рассматриваться зависимость благотворительного фонда «Жизнь без границ» от дотаций проекта «Наставничество. Регионы»; в случае сохранения или увеличения ковидных ограничений, сокращение количества инфоповодов для создания контента и общая публикационная политика самой социальной сети ВКонтакте, включая неудобство использования небольшими региональными организациями специализированного инструментария, разработанного социальной сетью для структур, занимающихся благотворительностью.

Выводы

Несмотря на то, что все некоммерческие организации имеют свои уникальные сильные и слабые стороны, можно выделить несколько типичных элементов ведения подобных сообществ в социальной сети. Никто из них не акцентирует внимание на числе подписчиков в группе, большинство работает с узкой прослойкой пользователей, для которых представляет интерес нишевая деятельность организации.

В том или ином формате все пытаются создать пространство для прямого контакта с аудиторией, чаще всего через инструмент комментирования постов. При этом самой ходовой в отношении формата публикации остается комбинация текста и фото, к которым периодически добавляются видео и ссылки, чаще всего на сайт самой НКО, на сторонний информационный ресурс и в последнюю очередь на партнерскую площадку. Однако по-прежнему практически не задействованными остаются подкасты, сторис и сюжеты,

а уровень применения хештегов и настройки навигации скорее свидетельствует о том, что эти инструменты также остаются в стороне. Не пользуются популярностью и виджеты сбора средств: донат подключен только в группе «Открытого города», а в случае благотворительного фонда «Жизнь без границ» виджет уводит донора на лонгрид с реквизитами. Наконец, подавляющее большинство НКО не использует фирменную символику при публикации материалов, в результате их сложно выделить в пользовательской ленте.

Поэтому создается устойчивое впечатление, что группы ВКонтакте социально ориентированных некоммерческих организаций остаются красиво оформленной промежуточной площадкой, позволяющей увести пользователя социальной сети на сайт организации либо подтолкнуть его к прямой коммуникации по телефону. Этот вывод также подтверждает тот факт, что стабильным ведением страницы социальной сети может похвастаться далеко не каждая СО НКО, например, среди рассмотренных в рамках SWOT-анализа организаций к таковым можно отнести только фонд «Жизнь без границ», но очевидно, что административный состав этой группы также не использует контент-план.

Тем не менее, некоммерческие организации с помощью присутствия в социальной сети как минимум решают задачи информирования населения о деятельности организации, анонсируют мероприятия, «отчитываются» о достигнутых результатах, как максимум — добиваются привлечения новых волонтеров, партнеров и доноров, работают с изменением общественного мнения в пользу преодоления той или иной социальной проблемы.

Заключение

Социальные сети остаются одним из действующих каналов коммуникации с аудиторией для некоммерческих организаций, значение которого с каждым годом возрастает во взаимосвязи с цифровизацией общества в целом и некоммерческого сектора в частности. Во многом группы в социальных сетях выполняют роль электронной визитной карточки СО НКО, которая способствует повышению узнаваемости некоммерческой организации как бренда и росту доверия к ней со стороны населения. Однако на пути включения социальных сетей в круг инструментов, используемых для решения повседневных задач, возникает несколько препятствий.

Во-первых, группы большинства СО НКО не отличаются функциональностью: используется только часть форматов, позволяющих публиковать контент, зачастую отсутствует или только частично представлен навигационный модуль сообщества, меню, позволяющее делать быстрый переход между разделами страницы. Вместо этого значительное внимание уделяется заполнению описания группы с указанием основных направлений деятельности, контактов, реквизитов, которое фактически представляет из себя компиляцию информации, взятой с сайта организации.

Во-вторых, транспарентность таких групп может быть описана как ограниченная, потому что хотя организация и предоставляет доступ к своим контактам, а иногда и контактам сотрудников, допускает свободное комментирование постов в обществе, но редко открывает для подписчиков действующий чат, не предоставляет, по крайней мере в обобщенном виде, информацию о своем финансовом положении и не актуализирует с помощью ответов администратора обсуждения в сообществе. То есть подписчики знакомятся с жизнью организации в «рафинированном» виде, чему способствует, за редким исключением, почти поголовно «позитивная» тональность постов.

В-третьих, некоммерческие организации испытывают сложности с наполнением сообщества, и тому есть несколько причин. Большинство НКО не может себе позволить содержать специалиста, который сосредоточился бы исключительно на ведении социальных сетей организации. Кроме этого, администраторы сообществ полагают, что видно из публикационного контента, что основной успех публикации зависит от ее эффектного визуального ряда — на практике это выливается, как уже было сказано, в штампование постов по однотипной схеме «текст + фотография». В совокупности с частой публикацией таких постов интерес аудитории к группе снижается.

Данная проблема могла бы быть решена за счет расширения спектра используемых форматов публикации: сюжетов, подкастов, статей, но на их создание у организации не хватает времени или специалист НКО просто не имеет опыта создания подобных материалов. В рамках ведения социальных сетей в СО НКО практически не задействована такая категория, как контент-план, схема создания и публикации контента, теряется и смысл использования функции тайминга публикации.

Таким образом, НКО не опираются в ведении групп в социальных сетях на четко разработанную стратегию, под которой мы понимаем

наличие продуманного общего плана, позволяющего выстроить эффективную коммуникацию с подписчиками и другими пользователями социальной сети. Хотя поддержание обратной связи с действующей и потенциальной аудиторией с целью получения ресурсов и откликов и за счет этого совершенствование деятельности организации, по сути, является одной из основных задач ведения страницы в социальных сетях.

Социальные сети позволяют подойти к оценке деятельности НКО с точки зрения результативности, как это делают представители бизнес-структур. Особенно это актуально, если социальная сеть для организации выполняет роль крауд-площадки, т.е. позволяет концентрировать ресурсы, прежде всего финансовые, но также и волонтерские, информационные и ряд других. Добавим, что эффективное ведение социальных сетей позволяет организации повысить лояльность и узнаваемость собственного бренда. На деле же мы наблюдаем не реализацию стратегий, но некий набор поведенческих моделей в социальной сети, иногда с элементами стратегии.

В ходе исследования нам попала как минимум одна организация, которая является ярким представителем «нулевой» модели: все ее КРІ и метрики стремятся к самому минимальному числовому значению. Это показывает нам, что группа, скорее всего, была создана под влиянием момента и либо данное НКО в принципе выпускает из своей деятельности момент ведения социальных сетей, либо не имеет специалиста, который мог уделить этому внимание, либо свои усилия организация сосредотачивает на ведении сайта или страницы в другой социальной сети.

Второй поведенческой модели можно было бы присвоить название «качественная», поскольку ведение группы в рамках этой модели сосредотачивается на работе именно с действующим контингентом подписчиков, среди которых много клиентов организации, ее доноров, волонтеров, партнеров. Такие организации не гонятся за числом подписчиков, зачастую меньше внимания обращают на частоту выпуска публикации, но они подготавливают такой контент, который вызывает повышенное число ответных реакций. Парадоксальным образом, если подписчики ведут себя активно на странице, лайкают посты, оставляют комментарии или даже сами публикуют записи, это все равно хорошо увеличивает число просмотров и повышает показатели вовлеченности, поскольку в оборот показателей группы включаются друзья и знакомые ее подписчиков.

Из этого мы можем сделать вывод о том, то персонификация постов как в отношении источника, когда пост публикует подписчик, так и в плане контента, когда в публикацию попадают истории конкретных людей, участников группы, освещаются события, в которых участвовали подписчики — все это работает на получение повышенных значений метрик.

Другая поведенческая модель может быть охарактеризована как «количественная»: в этом случае внимание акцентируется на наращивании числа подписчиков и увеличении количества постов. Предпочтение отдается вовлечению новых пользователей в деятельность группы, а коммуникация с уже действующими фолловерами представляется несколько ослабленной.

С другой стороны, большое количество подписчиков может объясняться активной внешней деятельностью организации, ее стабильным участием в событиях местного сообщества, большом количестве внешних контактов. В таком случае количество подписчиков является закономерным итогом ее деятельности, а высокая частота выпуска постов скорее обоснована необходимостью: организация напоминает о себе пользователям, побуждает не забывать участвовать в ее мероприятиях, оказывать ей помощь.

Приведенные демографические атрибуты говорят о том, что в массе своей участниками групп СО НКО являются женщины в возрасте 25–45 лет. Доля мужчин-участников не поднимается выше трети от общего числа подписчиков групп. В некоторых городах, например в Санкт-Петербурге, студенческая молодежь в возрасте от 18 до 24 лет сильнее вовлечена в деятельность некоммерческого сектора. А пример организации «Дорогами добра», в которой состав подписчиков страницы расширен за счет лиц в возрасте от 46 до 80 лет, говорит нам о том, что желательной ситуацией является вовлечение в деятельность страницы клиентской группы организации вне зависимости от ее возраста.

Интересно, что жители Санкт-Петербурга и большинства региональных столиц куда интенсивнее вовлечены в деятельность некоммерческих организаций, чем жители Москвы, что отчасти может быть объяснено присутствием большого количества некоммерческих организаций на территории столицы, а также тем, что мы фокусировали внимание на НКО регионального масштаба, тогда как во многом внимание потенциальных благотворителей, волонтеров и партнеров перетягивают на себя крупные организации всероссийского масштаба,

к которым мы практически не обращались. Наконец, общая для всех регионов тенденция — интерес к деятельности некоммерческого сектора со стороны лиц, не состоящих в официальном браке, что, на наш взгляд, представляется резонным, поскольку эта категория располагает большим временным ресурсом и, соответственно, склонна к большей социальной активности.

Список сокращений

АГО «Форум доноров» — Ассоциация грантодающих организаций «Форум доноров».

АСИ — Агентство социальной информации.

ВЦИОМ — Всероссийский центр изучения общественного мнения.

КАФ — благотворительный фонд развития филантропии «КАФ».

ФЦК «Истоки» — Фонд целевого капитала «Истоки».

Центр исследований... НИУ ВШЭ — Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Список источников

1. Агентство социальной информации (2014) *Благотворительность в водовороте статистики* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.asi.org.ru/news/2015/01/16/blagotvoritelnost-v-vodovorote-statistiki> (дата обращения: 15.06.2021).
2. АНО «Социологическая мастерская Задорина» (ЦИРКОН, 2007–2008) *«Третий сектор» в РФ: оценка влияния*. Аналитический отчет по результатам массового опроса населения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/a64/080330.pdf> (дата обращения: 16.06.2021).
3. Архипова З. В. (2016) Трансформация «Электронного правительства» в «Цифровое правительство». *Известия Байкальского государственного университета*. 26 (5): 818–824.
4. Барабанова Е. И., Ларионова В. А. (2016) New Media как один из инструментов фандрайзинга: проблемы и тенденции развития. *Научные записки молодых исследователей*. 2: 72–76.
5. Благотворительный фонд развития филантропии КАФ (2020) *Исследование частных пожертвований в России 2020. Обзор тенденций частной благотворительности* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cafrussia.ru/storage/files/file-105.pdf> (дата обращения: 15.06.2021).
6. Володина О. И. (2017) Инструменты продвижения некоммерческих проектов в сети Интернет: современные тренды. *Коммуникология*. 1: 92–104.
7. Всероссийский центр изучения общественного мнения (2005) *Некоммерческие организации в России: зачем они нужны и где им брать деньги?* Аналитический обзор [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/>

- analiticheskii-obzor/nekommercheskie-organizaczii-v-rossii-zachem-oni-nuzhny-i-gde-im-brat-dengi (дата обращения: 16.06.2021).
8. Исследовательская группа ЦИРКОН (2008) *Общественная поддержка НКО в российских регионах: проблемы и перспективы*. Аналитический отчет по результатам опроса населения [Электронный ресурс]. URL: http://oruo.ru/wp-content/uploads/drupal/nko_doc/obshchestvennaya_podderzhka_nko_v_regionah_problemy_i_perspektivy.pdf (дата обращения: 16.06.2021).
 9. Кирюхина Н. А., Тополева-Солдунова Е. А., Коротева О. В. (2020) *НКО в цифровом пространстве. Уроки пандемии и точки роста* [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=2Rl9hGPx_EU (дата обращения: 16.06.2021).
 10. Ковина А. В., Певная М. В. (2020) Характеристика виртуальной коммуникации специалистов и клиентов системы социальной защиты Свердловской области и ее перспективы. *Известия вузов. Поволжский регион. Общественные науки*. 1 (53): 89–96.
 11. Корнеева И. Е., Брюшно А. С. (2019) Онлайн-фандрайзинг в российских НКО: масштабы и влияющие факторы. *Мониторинг*. 153 (5): 58–80.
 12. Косыгина К. Е. (2019) Российский и зарубежный опыт применения информационно-коммуникационных технологий в работе некоммерческих организаций. *Society and Security Insights*. 2: 32–36.
 13. Крайнова Н. В., Прусов Д. А. (2021) Социальные сети как способ коммуникации НКО и общества (на примере Ярославской области). *PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект*. 24: 142–148.
 14. Крутицкая Е. В. (2016) PR-технологии как инструменты управления социальными проектами. *Власть*. 3: 186–193.
 15. Мироненко Н. В., Гашин А. А. (2014) Институциональные изменения межсекторного взаимодействия некоммерческих организаций. *Среднерусский вестник общественных наук*. 2 (32): 232–236.
 16. Стариков И. Г. (2017) Социальный капитал в сетях городских некоммерческих проектов: сетевой анализ аудиторий групп городских проектов в социальной сети «ВКонтакте». *Региональные проблемы преобразования экономики*. 85 (11): 24–32.
 17. Тырина Е. (2019) *Оцифровка, цифровизация и цифровая трансформация: разбираем понятия*. ЕСМ-Journal [Электронный ресурс]. URL: <https://esm-journal.ru/docs/Ocifrovka-cifrovizacija-i-cifrovaja-transformacija-razbiraem-ponjatija.aspx> (дата обращения: 18.06.2021).
 18. Фонд целевого капитала «Истоки», Ассоциация грантодающих организаций «Форум доноров» (2020) *Первое в России исследование вовлеченности российских благотворительных организаций в цифровую трансформацию* [Электронный ресурс]. URL: <https://cdn5.vedomosti.ru/application/2020/2c/zkchr/original-1a3r.pdf> (дата обращения: 19 июня 2021).
 19. Ходорова Ю., Боброва А. (2018) Роль социальной сети «ВКонтакте» в развитии и продвижении некоммерческих организаций.— М.: Фонд поддержки и развития филантропии «КАФ».
 20. Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ (2020) *Цифровая трансформация НКО: от аутсайдеров до передовиков* [Электронный ресурс]. URL: <https://grans.hse.ru/news/423663627.html> (дата обращения: 20 июня 2021).

21. Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ (2020) *Российское общество и НКО: что изменилось за 15 лет. Результаты Мониторинга состояния гражданского общества в 2020 году* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/news/community/428795755.html> (дата обращения: 19 июня 2021).
22. Belenioti Z.-Ch., Vassiliadis C. A. (2017) Social Media Impact on NPO Brand Equity: Conceptualizing the Trends and Prospects. *10th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (EMAB), Rome. 13–15 september 2017*.
23. Boles B. (2013) Technology's Role In The Nonprofit Sector: Increasing Organizational Effectiveness And Efficiency Through Technology Innovations. *Columbia Social Work Review*. 4: 69–79.
24. Brand analytics (2020) *Социальные сети в России 2020 году*. Аналитический отчет [Электронный ресурс]. URL: https://drive.google.com/file/d/1L51qJJYysVOHi_g2WaUtKC61ZvxXPA0ts/view (дата обращения: 10 июня 2021).
25. Cheng H., Cong L. (2020) How to turn lurkers into donors? A study of online social support interactions between nonprofit organizations and their followers. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. 17: 527–547.
26. Funraise, Nonprofit Tech for Good (2019) *Global NGO Technology report* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.funraise.org/techreport> (accessed 18 June 2021).
27. Hoy M. G., Pheips J. (2009) Online privacy and security practices of the 100 largest US nonprofit organizations. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. 14 (1): 71–82.
28. Isaeva E. A., Sokolov A. V. (2021) Communication Strategy of a Community of Non-Profit Organizations and Civic Activists on Social Network Sites: Problems and Perspectives. *IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS). 14 April 2021*.
29. Nageswarakurukkal K., Gonçalves P., Moshtari M. (2019) Improving Fundraising Efficiency in Small and Medium Sized Non-profit Organizations Using Online Solutions. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. 32 (3): 1–26.
30. Popsters (2020) *Активность русскоязычных пользователей в социальных сетях. Исследование относительной активности пользователей к разным форматам публикаций в социальных сетях за 2020 год* [Электронный ресурс]. URL: https://popsters.com/app/docs/social_media_users_activity_2020_popsters_research_russian.pdf (дата обращения: 23.06.21).
31. Popsters (2019) *Активность русскоязычных пользователей в социальных сетях. Исследование относительной активности пользователей к разным форматам публикаций в социальных сетях за 2019 год* [Электронный ресурс]. URL: https://popsters.com/app/docs/Popsters_research_2019_ru.pdf (дата обращения: 23.06.21).
32. Popsters (2018) *Активность русскоязычных пользователей в социальных сетях. Исследование относительной активности пользователей к разным форматам публикаций в социальных сетях за 2018 год* [Электронный ресурс]. URL: https://popsters.ru/app/docs/Popsters_research_2018_rus.pdf (дата обращения: 23.06.21).
33. Saura J. S., Palos-Sanchez P.R., Martin-Velicia F. (2020) What Drives Volunteers to Accept a Digital Platform That Supports NGO Projects? *Frontiers in Psychology*. 11: 1–14.

34. Saxton G. D., Chao G. (2009) Accountability Online: Understanding the Web-Based Accountability Practices of Nonprofit Organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 40 (2): 270–295.
35. Shafiee Nahrkhalaji S., Shafiee S., Shafiee M., Hvam L. (2018) Challenges of Digital Transformation: The case of the Non-Profit Sector. Proceedings of 2018. *IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), Bangkok*. 16–18 December 2018.
36. Skills platform (2021) *Charity Digital Skills Report* [Электронный ресурс]. URL: https://www.skillsplatform.org/uploads/charity_digital_skills_report_2021.pdf (accessed: 16 June 2021).

Список групп социально ориентированных некоммерческих организаций «ВКонтакте»

1. Аистенок. Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/aistenok_ekb (дата обращения: 23.06.2021).
2. АНО БО «Журавлик». Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/ano_zhuravlik (дата обращения: 23.06.21).
3. Благотворительный фонд «Арифметика добра». Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/arifmetika_dobra (дата обращения: 23.06.2021).
4. Благотворительный фонд «Доброе дело». Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vk.com/dobroedelo61> (дата обращения: 23.06.21).
5. Благотворительный фонд «Жизнь без границ». Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/zhizn_bez_granits (дата обращения: 26.06.21).
6. Благотворительный проект «Солнце малышам». Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/savebaby> (дата обращения: 26.06.21).
7. Благотворительный фонд «Я без мамы». Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/netmamy> (дата обращения: 26.06.21).
8. ГАООРДИ — Ассоциация родителей детей-инвалидов. Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/gaoordi> (дата обращения: 26.06.21).
9. Верас. Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/verasnn> (дата обращения: 26.06.21).
10. Волонтеры НГДООСДИ «Лучик света», Новосибирск [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/volonter_luchik_sveta (дата обращения: 26.06.21).
11. Детский проект — помощь детям. Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/club1145103> (дата обращения: 26.06.21).
12. Добровольческое движение «Дорогами добра». Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/dorogamidobra> (дата обращения: 26.06.21).

13. Особые дети. Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/childre autism> (дата обращения: 27.06.21).
14. РОО помощи детям с РАС «Контакт». Официальная группа «ВКонтакте». [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/rookontakt> (дата обращения: 28.06.21).
15. «Наш солнечный мир» / Our Sunny World. Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/solnechnymir> (дата обращения: 27.06.21).
16. НГДООСДИ «Лучик света», Новосибирск. Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/luchik_sveta_nsk (дата обращения: 28.06.21).
17. НГООУ «День аиста». Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/club10940843> (дата обращения: 28.06.21).
18. Студия движения «Открытый город». Официальная группа «ВКонтакте». [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/opencityekb> (дата обращения: 28.06.21).
19. Фонд «Антон тут рядом». Официальная группа «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/antontutryadom> (дата обращения: 27.06.21).

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

Коллективная монография

Под редакцией

О. И. Бородкиной, А. В. Старшиновой

Верстка — *А. А. Лубина*

Корректурa — *Т. К. Добриян*

Подписано в печать 01.12.2021. Заказ № 7399

Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная. Печать цифровая.

Тираж 100 экз. Усл. печ. л. 13,5.

Издательство «Скифия-принт».

Санкт-Петербург, ул. Большая Пушкарская, д. 10

Отпечатано в типографии «Скифия-принт».

Санкт-Петербург, ул. Большая Пушкарская, д. 10