

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОЦЕССЫ

УДК 316.4 JEL O17, L31

DOI 10.26425/1816-4277-2021-12-157-167

**Косыгина Ксения
Евгеньевна**

научный сотрудник, ФГБУН
«Вологодский научный
центр Российской академии
наук», г. Вологда, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0001-5875-8912

e-mail: sene4ka.87@mail.ru

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА В ОНЛАЙН-УЧАСТИЕ: ОПЫТ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В исследовании рассматриваются практики и проблемы онлайн-вовлеченности населения в деятельность организаций некоммерческого сектора (далее – НКО) в зависимости от социально-демографических характеристик на основе результатов статистического наблюдения, а также данных социологического опроса, проводимого на территории Вологодской области. Обосновано, что при реализации социально значимых проектов и мероприятий, НКО целесообразно оценивать территориальные особенности цифровизации, возможности потенциальной и целевой аудиторий. Предложен инструментарий оценки вовлеченности населения в деятельность НКО в цифровой среде на основе анализа трех параметров: информированности, целеполагания, эффективности, онлайн-площадок, и проведена его апробация. Представлен портрет пользователя сетевых ресурсов некоммерческих организаций. Сделан вывод, что сегодня общество в большей степени ориентировано на реализацию практик гражданского участия в реальном, а не в виртуальном пространстве, что показывает опыт некоммерческих организаций.

Ключевые слова: гражданское участие, диджитализация, цифровизация, некоммерческий сектор, Интернет, сетевые ресурсы, регион

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований и Экспертного института социальных исследований в рамках научного проекта № 21-011-31702.

Для цитирования: Косыгина К.Е. Вовлеченность населения региона в онлайн-участие: опыт некоммерческих организаций // Вестник университета. 2021. № 12. С. 157–167.

Kseniya E. Kosygina

Researcher, Vologda Research
Center of the Russian Academy
of Sciences, Vologda, Russia

ORCID: 0000-0001-5875-8912

e-mail: sene4ka.87@mail.ru

INVOLVEMENT OF THE POPULATION OF THE REGION IN ONLINE PARTICIPATION: EXPERIENCE OF NON-PROFIT ORGANISATIONS

Abstract. The study examines the practices and problems of online involvement of the population in the activities of non-profit sector organisations depending on socio-demographic characteristics based in statistical observation, and data from a sociological survey on the territory of the Vologda region. It has been substantiated that when implementing socially significant projects and events, it is advisable for non-profit organisations to assess the territorial features of digitalisation, the possibilities of potential and target audiences. A toolkit for assessing the involvement of the population in the activities of non-profit organisations in the digital environment has been proposed based on the analysis of three parameters: awareness, goal-setting, and the effectiveness of online platforms and its approbation has been carried out. A portrait of a user of the network resources of non-profit organisations has been presented. It has been concluded that at present society is more focused on the implementation of the practices of civic participation in real, and not in the virtual space, which is shown by the experience of non-profit organisations.

Keywords: civic participation, digitalisation, digitalisation, non-profit sector, Internet, network resources, region

Acknowledgements. The reported study was funded by Russian Foundation for Basic Research and the Expert Institute for Social Research, project number 21-011-31702

For citation: Kosygina K.E. (2021) Involvement of the population of the region in online participation: experience of non-profit organisations. *Vestnik universiteta*, no. 12, pp. 157–167. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-12-157-167

© Косыгина К.Е., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Kosygina K.E., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

Сеть «Интернет» (далее – Интернет) получила широкое распространение по всему миру как одно из самых значимых современных технологических достижений, что привело к всеобъемлющей цифровизации хозяйственной деятельности и повседневной жизни человека. Статистика показывает, что на первый квартал 2021 г. в мире насчитывается более 5,2 млрд активных пользователей сети, их число составляет 66 % от всего населения и увеличивается в среднем на 8,2 % в год [16]. Россия также демонстрирует существенный прирост доли интернет-пользователей и практически не отличается от развитых стран мира по вовлеченности населения в цифровое пространство [3]. Глобальные и общероссийские тренды, отражающие расширение использования Интернета, обусловили внедрение новых информационных технологий и в деятельность организаций, что привлекло внимание ученых и практиков [1; 8; 21]. Однако большая часть текущих исследований сосредоточена на коммерческих компаниях и их действиям по покупке и продаже товаров, расходных материалов и услуг, обслуживанию клиентов, обработке платежей, управлению производством, сотрудничеству с деловыми партнерами, обеспечению информационной безопасности и др. [7; 9]. Меньше внимания уделяется другим организационным формам, таким как некоммерческий сектор [22], который играет важную роль в жизни общества и непосредственно включен в интернет-коммуникации с потребителями услуг, населением, партнерами, но со свойственными ему особенностями.

С одной стороны, некоммерческие организации (далее – НКО) являются неотъемлемой частью экономики, предоставляя общественно полезные услуги в здравоохранении, образовании, социальном обеспечении, культуре и прочих отраслях социальной сферы [5; 11]. Некоммерческие организации имеют значение в повышении качества жизни населения не только из-за ценных услуг и социального воздействия, они являются работодателем и выступают генератором заработной платы [23], что способствует экономическому росту любой страны. С другой стороны, НКО артикулируют «интересы людей, активных членов общества, объединяющихся на основе своих интересов и укрепляющие нормы сплоченности, взаимопомощи, плодотворного сотрудничества и гражданской вовлеченности» [13, с. 53]. Участие в некоммерческих организациях расширяет возможности граждан в выражении своих потребностей и интересов, а также применении своих навыков и знаний в решении социальных проблем. Наиболее распространенные формы участия в НКО: добровольчество, финансовые пожертвования и членство в общественных объединениях [20].

Постановка проблемы

Ключевой отличительной особенностью формирования некоммерческих организаций является то, что они создаются по добровольной инициативе граждан на основе их объединения для достижения общей цели и выступают формой ассоциированного (организованного) гражданского участия [10]. Учитывая специфику деятельности НКО и общие условия цифровой трансформации, обуславливающие широкое использование Интернета, в этом исследовании рассматриваются практики и проблемы онлайн-вовлеченности населения в деятельность организаций некоммерческого сектора в зависимости от социально-демографических характеристик.

Материалы и методы

Для анализа выбран российский регион – Вологодская область, так как именно на региональном и локальном уровнях активизируются основные инициативы некоммерческих организаций более приближенные к проблемам общества. Кроме того, по результатам рейтинга развития некоммерческого сектора «Регион–НКО» (Общественная палата РФ, 2021 г.) Вологодская область заняла второе место из 85-ти субъектов, уступив только г. Москве [18]. Представляет интерес изучение ситуации с онлайн-участием населения в деятельности НКО на территории региона-лидера. Эмпирическую базу исследования составили два массива данных.

Во-первых, это выборочное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей за 2020 г. (ИКТ – 2020). Объем выборки при проведении обследования ИКТ составляет около 154 тыс. человек в возрасте от 15 лет и старше (приблизительно 64 тыс. домашних хозяйств), территория – 85 субъектов РФ.

Во-вторых, использовались результаты мониторинга общественного мнения, посвященного оценке экономического положения и социального самочувствия населения Вологодской области. При проведении мониторинга применяется анкетный опрос, который проводится на территории двух крупных городов региона (г. Вологда и г. Череповец), а также в восьми типичных муниципальных районах. Выборка составляет 1 500 человек (ошибка выборки не превышает 3 %) [19]. В 2021 г. разработан блок вопросов о цифровизации гражданского участия, в том числе и вовлеченности населения в онлайн-работу НКО. Результаты социологического опроса нашли отражение в настоящем исследовании.

Исходя из эмпирической базы и поставленной цели, дизайн исследования выглядит следующим образом. На первом этапе проводится анализ включенности населения в цифровое пространство на основе информации, собираемой официальной статистикой в целом по России, и социологических данных на уровне Вологодской области. На втором этапе осуществляется оценка включенности населения региона в деятельность НКО в формате онлайн-участия с учетом социально-демографических характеристик и основных показателей развития некоммерческого сектора.

Основные результаты исследования

Включенность населения в цифровое пространство

Выполняя оценку онлайн-участия граждан в работе организаций некоммерческого сектора, прежде всего, необходимо изучить показатели использования населением информационных технологий Интернета и степени их доступности. Анализ позволит определить условия гражданского участия в цифровом пространстве с учетом региональной специфики. Исследования М. А. Груздовой показывают, что Россия располагается в группе стран, где проникновение Интернета в жизнь общества находится на уровне «выше среднего» [3]. На 2016–2018 гг. положение Вологодской области менее выигрышное, регион относится к группе с показателями «ниже среднего» и «средний» по доступности подключения и по доле активных пользователей Интернета [12].

В целом Интернет на 2020 г. доступен 80 % населения страны в различных форматах подключения. На уровне Вологодской области доступность сети несколько ниже: доля домашних хозяйств с установленным соединением составляет 72 %. Практически 30 % жителей региона не имеют возможности постоянного и устойчивого подключения к информационно-коммуникационной сети [14]. Сложившаяся ситуация отчасти объясняется территориальным фактором по линии «город – село», который оказывает влияние на проникновение и доступность Интернета для жителей. Вологодская область относится к регионам с высокой долей сельского населения [12]. На территории малых населенных пунктов и сельских районов охват жителей в части возможностей подключения к всемирной сети общего пользования отстает от аналогичного показателя для городского населения [2].

В Вологодской области доля интернет-пользователей от всего населения на 2020 г. составляет 86 %, при этом в 2015 г. показатель находился на уровне 69 % (рост на 17 п. п.). Однако регион незначительно уступает среднероссийским показателям: удельный вес использующих всемирную сеть в России – 90 %. Относительно активности и частоты потребления цифрового контента данные по Вологодской области показывают, что 75 % выходят в сеть ежедневно, 6 % несколько раз в неделю. Эпизодически или не пользуются Интернетом – 15 % населения. Значительная доля населения региона (67 %) применяет мобильные телефоны и смартфоны для выхода в виртуальное пространство через сеть сотовой телефонной связи [14].

Важную роль при определении потенциальной аудитории потребителей информации и услуг, предоставляющих некоммерческими организациями, играет анализ социально-демографических характеристик интернет-пользователей. В качестве индикаторов выбраны: возраст, гендерная принадлежность, уровень дохода, образование и место проживания. Рассматриваются ответы на вопрос: «Как часто Вы пользуетесь Интернетом?», задаваемый жителям Вологодской области в рамках опроса 2021 г. Результаты исследования, демонстрируют, что женщины чаще, чем мужчины заходят в цифровое пространство (55 % против 52 %). Однако разрыв в данных незначительный. Наибольшее значение играет фактор возраста. Распределение ответов выглядит следующим образом: 85 % регулярных пользователей интернета это лица в возрастной группе до 30 лет, 70 % – 30–55 лет, и только 21 % – лица старше 55 лет. Соответственно можно сделать вывод, что

старшее поколение заметно отстает от молодежи и людей среднего возраста в применении в своей жизни ресурсов Интернета. По индикатору образования и дохода выявляется тенденция, что чаще пользуются всемирной виртуальной сетью лица с высшим образованием и относящие себя к высокодоходным группам. Что касается места проживания, то в крупных городах (г. Вологде, г. Череповце) население чаще пользуется интернетом, чем на селе (66–63 % против 40 %, табл. 1).

Таблица 1

Частота использования сети Интернета

Вариант ответа	Пол		Возраст			Образование			Доходные группы			Территории			
	мужчины	женщины	до 30 лет	30–55 лет	старше 55 лет	среднее и н/среднее	среднее спец.	высшее и н/высшее	20% наименее обесп.	60% средне- обесп.	20% наиболее обесп.	Вологда	Череповец	районы	область
100 %↓															
Каждый день	52	55	85	70	21	43	49	72	53	46	69	66	64	40	53
Несколько раз в неделю	15	16	9	16	18	13	18	14	9	17	18	17	17	14	15
Несколько раз в месяц и реже	7	6	5	6	7	8	7	4	9	6	6	5	3	10	6
Не пользуюсь Интернетом	26	24	1	9	54	35	26	10	29	31	7	12	17	36	25

Составлено автором по материалам исследования

Для определения наиболее актуальных каналов коммуникаций между организациями некоммерческого сектора и населения следует обратиться к целям использования Интернета. Региональные данные опроса показали, что для жителей области самым востребованным является участие в социальных сетях (59 %) и телефонные переговоры через интернет-соединение посредством специализированных приложений – Skype, Zoom, WhatsApp и др. (42 %). В следующую группу по популярности входят: онлайн-покупки товаров и услуг; скачивание развлекательного контента; осуществление финансовых операций – такими возможностями пользуются свыше 38 % населения. Примечательно, что публикуют мнения по общественным и политическим проблемам через веб-сайты и форумы только 2 % опрошенных, а участвуют в онлайн-голосованиях или консультациях – 5 %.

Основываясь на проведенном анализе, можно говорить о постепенной интеграции цифрового пространства в повседневную жизнь человека, росте сетевых практик общения как внутри сообщества, так и с внешними агентами, организациями, государством. Тем не менее, некоторая часть населения остается в стороне от широкого использования Интернета и общения в современных коммуникационных сервисах.

Рассмотрим, по каким причинам 14 % населения региона не пользуются Интернетом или пользуются им эпизодически. Среди самых распространенных ответов: отсутствие необходимости и интереса к такому виду деятельности (30 %). Недостаток навыков ограничивает использование сети у 15 %, высокие затраты на подключение отмечают – 8 % живущих вне сети. Не используют Интернет по соображениям безопасности и конфиденциальности только 3 % ответивших.

Подводя итог первой части исследования, отметим, что анализ основных тенденций включенности населения в цифровое пространство является одним из приоритетов для некоммерческих организаций при решении задач выявления актуальных каналов коммуникации, повышения информированности населения о их работе, привлечения целевых благополучателей и партнеров, создании положительного имиджа, лоббировании интересов граждан.

Включенность населения региона в деятельность НКО в формате онлайн-участия

Для справки: статистическое наблюдение фиксирует, что в Вологодской области на 2020 г. зарегистрировано 1 640 НКО, из которых 1 161 ед., или 71 % являются социально ориентированными (далее – СОНКО). Данные организации привлекли 4 млрд руб. за год на развитие региона, а именно социальной сферы. Не ме-

нее важным показателем выступает их работа с населением: в мероприятиях и проектах СОНКО поучаствовало 16 тыс. чел., а количество трудоустроенных в этих организациях составляет 4,6 тыс. чел. В то же время в 2014–2015 гг. число работников в рассматриваемой сфере составляло практически 1,5 % от рабочей силы области, но, начиная с 2016 г., число занятых снижается. Нарастивание числа добровольцев характерно для допандемийного периода 2018–2019 гг. [17].

Одновременно государственными органами на федеральном, региональном и местном уровнях ежегодно ведется работа по совершенствованию законодательной базы, направленной на расширение участия СОНКО в оказании услуг, улучшение инфраструктурной и финансовой поддержки, развитие благотворительности [15]. Сходная государственная политика ведется и по ускорению внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере (национальная программа «Цифровая экономика 2024»). Несмотря на разный объект регулирования, цель данных решений единая, и декларируется в документах как повышение качества жизни населения. Очевидно, что активное развитие некоммерческого сектора, гражданского участия, как и стремительное внедрение Интернета и цифровых технологий, является актуальным политическим трендом в современном российском обществе.

Рассмотрим распределение мнений жителей Вологодской области относительно их вовлеченности в деятельность НКО в цифровой среде на основе анализа трех параметров оценки: информированность, целеполагание, эффективность онлайн-площадок. Предложенный инструментарий в современных условиях выступает необходимой составляющей устойчивого, результативного функционирования и дальнейшего развития организаций некоммерческого сектора.

Первый параметр оценки – информированность, который определяется ответами на вопрос о посещении населением сайтов или иных сетевых ресурсов НКО. В среднем по области на цифровые площадки НКО заходили 28 % опрошенных пользователей интернета, напротив, 65 % никогда этого не делали. Распределение ответов по социально-демографическим группам демонстрирует, что в виртуальном пространстве больше женщины интересуются работой общественных организаций, чем мужчины. Из полученных данных видно, что возрастные характеристики респондентов оказывают влияние на активность интернет-посещения: молодежь чаще заходит на сетевые ресурсы НКО (40 % против 28 %). Уровень образования и дохода также являются значимыми факторами, воздействующими на заинтересованность онлайн-площадками НКО: чем выше уровень образования, тем чаще респонденты заходят на сетевые ресурсы данных организаций. Доля положительных ответов среди лиц по самооценкам доходов, относящимся к наименее обеспеченным группам, составила 19 %, наиболее обеспеченным – 40 %. Интернет-аудитория НКО сосредоточена преимущественно в крупных городах (Вологде и Череповце – 34–42 против 17 % в районах области) (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Приходилось ли Вам за последний год посещать сайты или иные сетевые ресурсы общественных организаций?», % от интернет-пользователей

Вариант ответа	Пол		Возраст			Образование			Доходные группы			Территории			
	мужчины	женщины	до 30 лет	30-55 лет	старше 55 лет	среднее и н/среднее	среднее спец.	высшее и н/высшее	наименее обеспеч.	средне-обеспеч.	наиболее обеспеч.	Вологда	Череповец	районы	область
100 %↓															
Да, посещаю такие ресурсы регулярно	3	7	6	6	4	4	4	9	2	5	12	7	7	3	5
Да, посещаю время от времени	17	18	27	21	10	12	17	26	13	16	24	27	23	9	18
Посещал один раз	5	6	8	6	4	4	5	8	4	6	4	8	4	5	5
Нет, никогда не посещал	68	63	56	60	76	75	67	52	73	67	57	55	62	74	65
Затруднились ответить	7	6	4	7	6	7	7	6	8	7	3	4	4	10	7

Составлено автором по материалам исследования

Таким образом, полученные социологические данные позволяют представить социально-демографический портрет пользователя сетевых ресурсов НКО – это женщины, проживающие в городской местности в возрасте до 30 лет и 30–55 лет с высоким уровнем образования и материального положения.

Второй параметр оценки – целеполагание и определяется распределением ответов респондентов на вопрос: «Если Вы посещаете сайты и другие сетевые ресурсы общественных организаций, то с какой целью?». Результаты исследования показывают, что посещение интернет-ресурсов НКО для населения региона во многом продиктовано личным интересом и желанием повысить знания о таких структурах (49 %). При этом значительных отличий по гендерному и образовательному фактору не выявляется, однако возраст, материальное положение и территориальная принадлежность оказывают влияние. Вторым по значимости является обращение для решения личного вопроса или проблемы (38 %). Помощью НКО через сетевые ресурсы пользуются наиболее обеспеченная часть женского населения в возрасте 30–55 лет, проживающая в г. Череповце. Существенная доля населения интернет-аудитории НКО использует их цифровой контент для поиска информации в исследовательских, управленческих, профессиональных целях.

Безусловно, ресурсы Интернета необходимы некоммерческим организациям для информирования граждан о деятельности и привлечения их к активным конструктивным действиям, направленным на решение социальных проблем. Если обращение за помощью, личный и профессиональный интерес, желание пообщаться, жалобы выступают пассивными формами онлайн-участия, то внесение пожертвований, благотворительность, вступление в ряды волонтеров являются активной формой действий и влияют на процесс социальных изменений, повышения качества жизни населения. Осуществляя эти действия, население становится не потребителями, а производителями услуг НКО, включаясь в процессы оказания социальной взаимопомощи. Поэтому данные цели онлайн-участия требуют более подробного рассмотрения.

Некоммерческие организации, как правило, располагают небольшим штатом сотрудников 4–7 человек, и привлекают к выполнению проектов и проведению мероприятий волонтеров [4], в том числе с использованием различных онлайн-площадок (например, ЕИС «Добровольцы России» – Dobro.Ru), социальных сетей, сайтов. Полученные результаты свидетельствуют, что 16% опрошенных интересуется информация в Интернете о возможностях вступления в волонтерское движение для безвозмездной помощи, тем, кто в ней нуждается. По данным опроса в регионе поиском такой информации занимаются больше мужчины, чем женщины.

Пожертвования через онлайн-ресурсы НКО осуществляют 14 % в среднем по опросу. Оказание благотворительной помощи в сети Интернет характерно в большей степени для женщин среднего возраста с высшим образованием. Примечательно, высокодоходные группы граждан реже вносят пожертвования онлайн, чем люди с низким и средними доходами. Среди жертвователей большинство проживает в районах Вологодской области, а не в крупных городах (табл. 3).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Если Вы посещаете сайты и другие сетевые ресурсы общественных организаций, то с какой целью?», в % от тех, кто посещает

Вариант ответа	Пол		Возраст			Образование			Доходные группы			Территории			
	мужчины	женщины	до 30 лет	30–55 лет	старше 55 лет	среднее и н/среднее	среднее спец.	высшее и н/высшее	наименее обеспеч.	средне-обеспеч.	наиболее обеспеч.	Вологда	Череповец	районы	область
100 %↓															
Обращение по личному вопросу, проблеме	33	41	38	40	33	48	30	38	31	38	55	24	63	27	38
Внесение пожертвования на благотворительность	12	15	11	15	14	9	12	18	15	17	12	12	12	20	14
Поиск информации для вступления в ряды волонтеров или оказания помощи нуждающимся	18	15	14	16	20	14	18	16	14	21	15	12	18	21	16

Вариант ответа	Пол		Возраст			Образование			Доходные группы			Территории			
	мужчины	женщины	до 30 лет	30–55 лет	старше 55 лет	среднее и н/среднее	среднее спец.	высшее и н/высшее	наименее обеспеч.	средне-обеспеч.	наиболее обеспеч.	Вологда	Череповец	районы	область
100 %↓															
Поиск информации в исследовательских, управленческих, профессиональных целях	26	28	28	28	23	29	19	33	15	32	32	18	39	25	27
Личный интерес в том, чем занимаются такие структуры (для общего развития)	51	47	52	51	42	49	43	53	42	45	52	49	62	34	49
Желание пообщаться с единомышленниками, поиск новых знакомств	12	23	17	17	22	17	17	20	25	15	24	12	24	21	18
Оставить жалобу на работу самой организации	10	8	8	9	8	7	8	10	8	12	5	13	5	6	9
Предложить собственную инициативу	5	4	2	4	8	3	6	4	8	6	3	7	4	3	5
Затрудняюсь ответить	9	4	8	6	5	3	10	5	0	5	3	10	4	3	6

Составлено автором по материалам исследования

Третий параметр оценки основывается на результативности обращений жителей региона в общественную организацию через ее интернет-ресурсы. Услугами НКО в сетевом пространстве пользовались более четверти населения Вологодской области, из обратившихся превалирует доля тех, у кого вопрос был решен или находится на стадии рассмотрения. Распределение по социально-демографическим группам показывает, что получателям услуг НКО с применением онлайн-формата работы практически в равной степени являются как женщины, так и мужчины. Обращают на себя внимание факторы: возраста, образования, материального положения, места проживания. Выявляется, что цифровыми услугами НКО пользуется молодое поколение и лица среднего возраста с высоким уровнем образования и доходов, проживающие в г. Вологде и Череповце.

Тем не менее, 73 % респондентов отмечают, что никогда не получали помощь от организаций некоммерческого сектора через использование цифровых ресурсов данных структур. Причинами служит отсутствие необходимости, недостаточная информированность и неуверенность в результативности решения проблемы. Среди негативно ответивших большинство составляют наименее обеспеченные жители муниципальных районов (табл. 4).

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «Обращались ли Вы или ваши родственники, друзья за помощью (услугой) в общественную организацию через ее интернет-ресурсы (сайт, социальные сети)?»

Вариант ответа	Пол		Возраст			Образование			Доходные группы			Территории			
	мужчины	женщины	до 30 лет	30–55 лет	старше 55 лет	среднее и н/среднее	среднее спец.	высшее и н/высшее	наименее обеспеч.	средне-обеспеч.	наиболее обеспеч.	Вологда	Череповец	районы	область
100 %↓															
Да, вопрос был решен	11	15	17	17	8	10	12	20	8	12	27	21	20	6	13
Да, вопрос еще находится на рассмотрении	6	5	7	7	4	4	5	9	1	7	8	6	9	3	6

Вариант ответа	Пол		Возраст			Образование			Доходные группы			Территории			
	мужчины	женщины	до 30 лет	30-55 лет	старше 55 лет	среднее и н/среднее	среднее спец.	высшее и н/высшее	наименее обеспеч.	средне-обеспеч.	наиболее обеспеч.	Вологда	Череповец	районы	область
100 %↓															
Да, но вопрос не был решен	7	8	8	9	6	5	7	12	10	7	9	12	7	6	8
Нет, не было необходимости	46	39	44	42	42	47	42	37	50	41	37	30	35	54	42
Нет, я не знаю куда обратиться	12	13	8	9	20	13	15	9	13	13	8	14	15	11	13
Нет, я не уверен(а), что они смогут помочь	19	18	16	17	21	22	19	14	20	19	12	17	15	21	18

Составлено автором по материалам исследования

Представляется значимым, что, несмотря на стремительное развитие информационных технологий и распространение сети Интернет, при выявлении предпочтительной формы участия в деятельности общественных организаций, результаты анализа общественного мнения демонстрируют ориентированность населения на оффлайн-работу НКО и личное присутствие при проведении мероприятий, получении услуг и реализации проектов, так считают 50 % опрошенных. Совмещение в равной степени оффлайн и онлайн-форм допускают треть респондентов. Предпочитают участвовать и взаимодействовать с НКО преимущественно через сеть Интернет незначительная доля населения (18 %).

Заключение

Организациям некоммерческого сектора при популяризации деятельности, привлечении добровольцев и продвижении товаров и услуг онлайн необходимо учитывать общие условия включенности населения в цифровое пространство. В то же время, реализовывая социально значимые проекты и мероприятия, НКО целесообразно оценивать территориальные особенности цифровизации, возможности потенциальной и целевой аудиторий. Проведенный анализ показал, что в сельской местности доступ к подключению Интернета ниже, чем у городского населения; наблюдается высокая доля использования мобильных телефонов, что создает потребность в адаптации сайтов и других веб-инструментов под данный формат; старшее поколение заметно отстает от молодежи и людей среднего возраста в применении в своей жизни ресурсов Интернета; люди с высшим образованием и более высоким уровнем дохода чаще пользуются Всемирной сетью; среди целей лидирует использование платформ социальных сетей. Вследствие установленных тенденций, можно констатировать, что одним из барьеров для онлайн-участия является существование цифрового разрыва, препятствующего и ограничивающего способность определенных социально-демографических групп присоединяться к работе некоммерческих организаций в цифровой среде.

В исследовании предложен инструментарий оценки вовлеченности населения в деятельность НКО в онлайн-среде на основе анализа трех параметров: информированность, целеполагание, эффективность онлайн-площадок, и проведена его апробация. Представлен социально-демографический портрет пользователя сетевых ресурсов НКО – это преимущественно женщины, проживающие в городской местности в возрасте до 55 лет с высоким уровнем образования и материального положения. Анализ региональных данных позволяет также сделать важный вывод о том, что сегодня общество в большей степени ориентировано на реализацию практик гражданского участия в реальном, а не виртуальном пространстве, на что указывает опыт некоммерческих организаций.

Библиографический список

1. Антипина, Н. И. Трансформация российского бизнеса в условиях перехода к цифровой экономике: отраслевой и региональные аспекты // *Экономическая наука современной России*. – 2018. – № 2. – С. 102–114.
2. Былина, С. Г. Региональные особенности и детерминанты использования электронных услуг сельским населением // *Проблемы развития территории*. – 2018. – № 5 (97). – С. 84–98. <https://doi.org/10.15838/ptd.2018.5.97.6>
3. Груздева, М. А. Включенность населения в цифровое пространство: глобальные тренды и неравенство российских регионов // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. – 2020. – Т. 13, № 5. – С. 90–104. <https://doi.org/10.15838/esc.2020.5.71.5>
4. Косыгина, К. Е. Занятость населения в организациях некоммерческого сектора: российский и зарубежный опыт // *Вестник НГИЭИ*. – 2021. – № 1 (116). – С. 64–76. <https://doi.org/10.24411/2227-9407-2021-10006>
5. Кулькова, В. Ю. Статистические показатели в оценках некоммерческого сектора и предоставления социальных услуг социально ориентированными НКО в Российской Федерации // *Среднерусский вестник общественных наук*. – 2017. – Т. 12, № 5. – С. 82–95. <https://doi.org/10.22394/2071-2367-2017-12-5-82-95>
6. Махалина, О. М., Махалин В. Н. Цифровизация бизнеса увеличивает затраты на информационную безопасность // *Управление*. – 2020. – Т. 8, № 1. – С. 134–140. <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2020-1-134-140>
7. Мизякина, О. Б. Бизнес в сети интернет: основные формы и перспективы развития // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. – 2017. – № 4 (68). – С. 86–90.
8. Тимофеева, Т. Б., Оздоева Э. А. Анализ мирового опыта в создании цифровых платформ и связанных с ними рисков // *Управление*. – 2020. – Т. 8, № 3. – С. 112–122. <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2020-8-3-112-122>
9. Усков, В. С. К вопросу о цифровизации российской экономики // *Проблемы развития территории*. – 2020. – № 6 (110). – С. 157–175. <https://doi.org/10.15838/ptd.2020.6.110.10>
10. Уханова, Ю. В. Феномен гражданского участия в научном дискурсе: теоретические и методологические основания исследования // *Журнал социологии и социальной антропологии*. – 2020. – Т. 23, № 3. – С. 25–50. <https://doi.org/10.31119/jssa.2020.23.3.2>
11. Филиппова, А. В. Финансовая поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций в регионах России // *Вопросы государственного и муниципального управления*. – 2021. – № 2. – С. 61–86. <https://doi.org/10.17323/1999-5431-2021-0-2-61-86>
12. Шабунова, А. А., Груздева, М. А., Калачикова, О. Н. Поселенческий аспект цифрового неравенства в современной России // *Проблемы развития территории*. – 2020. – № 4 (108). – С. 7–19. <https://doi.org/10.15838/ptd.2020.4.108.1>
13. Ярская-Смирнова, Е. Р., Бодрова, О. А. Модели легитимации некоммерческих организаций как поставщиков социальных услуг // *Журнал социологии и социальной антропологии*. – 2021. – Т. 24, № 1. – С. 45–78. <https://doi.org/10.31119/jssa.2021.24.1.3>
14. Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей за 2020 год (ИКТ–2020) // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/ikt20/index.html (дата обращения: 09.10.2021).
15. Доклад о деятельности и развитии социально ориентированных некоммерческих организаций за 2020 год // Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/doklad_o_deyatelnosti_i_razvitiy_socialno_orientirovannyh_nekommercheskih_organizaciy.html (дата обращения: 10.10.2021).
16. Мировая статистика использования интернета и населения. Оценки за первый квартал 2021 года // *Internet World Stats* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.internetworldstats.com (дата обращения: 12.10.2021).
17. Основные сведения о деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций по Российской Федерации. Итоги выборочного обследования социально ориентированных некоммерческих организаций на основе формы № 1 – СОНКО // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/1-sonko2020.doc> (дата обращения: 12.10.2021).
18. Рейтинг субъектов Российской Федерации по уровню и качеству развития некоммерческого сектора «РЕГИОН–НКО». Выпуск 2021 года // *RAEX* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://raex-rr.com/pro/NKO/Region-nko/Region-nko/2021/> (дата обращения: 16.10.2021).
19. Эффективность государственного управления в оценках населения. Информационно-аналитический бюллетень, сентябрь 2021 // *ВолНЦ РАН* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gm.volnc.ru/issue/49> (дата обращения: 10.10.2021).

20. Gillespie, E. M. Citizen participation and nonprofit organizations // *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy and Government*. – 2017. – Pp. 1–7. https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5_2937-1
21. Holford, W. D. The future of human creative knowledge work within the digital economy // *Futures*. – 2019. – V. 105. – Pp. 143–154. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.10.002>
22. Pinho, J. C., Macedo, I. M. The benefits and barriers associated with the use of the Internet within the non-profit sector // *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. – 2006. – V. 16, No. 1. – Pp. 171–193. https://doi.org/10.1300/J054v16n01_09
23. Salamon, L. M., Newhouse, Ch. L. The 2019 Nonprofit Employment Report // *Nonprofit Economic Bulletin No. 47*. – Baltimore: Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, 2019. – 20 p.

References

1. Antipina N. I. Transformation of Russian business in the conditions of the transition to the digital economy: sectoral and regional dimensions, *Economics of contemporary Russia*, 2018, no. 2, pp. 102–114. (In Russian).
2. Bylina S. G. Regional characteristics and determinants of using electronic services among rural population, *Problemy razvitiya territorii*, 2018, no. 5 (97), pp. 84–98. (In Russian). <https://doi.org/10.15838/ptd.2018.5.97.6>
3. Gruzdeva M. A. Inclusion of population in digital space: global trends and inequality of Russian regions, *Economical and social changes: facts, trends, forecast*, 2020, no. 5, pp. 90–104. (In Russian). <https://doi.org/10.15838/esc.2020.5.71.5>
4. Kosygina K. E. Employment trends in nonprofit sector organizations: Russian and foreign experience, *Vestnik NGIEI*, 2021, no.1 (116), pp. 64–76. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2227-9407-2021-10006>
5. Kulkova V. Yu. Statistical indicators in estimation of the non-profit sector and providing social services by socially oriented non-profit organizations in the Russian Federation, *Central Russian journal of social sciences*, 2017, vol.12, no.5, pp. 82–95. (In Russian). <https://doi.org/10.22394/2071-2367-2017-12-5-82-95>
6. Makhalina O. M., Makhalin V. N. Digitalization of business increases the costs of information security, *Upravlenie / Management (Russia)*, 2020, vol. 8, no. 1, pp. 134–140. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2020-1-134-140>
7. Mizyakina O. B. Internet business: main forms and prospects for development, *Vestnik Saratov State Socia-Economic University*, 2017, no. 4 (68), pp. 86–90. (In Russian).
8. Timofeeva T. B., Ozdoeva E. A. Analysis of global experience in creating digital platforms and related risks, *Upravlenie / Management (Russia)*, 2020, vol. 8, no. 3, pp. 112–122. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2020-8-3-112-122>
9. Uskov V. S. On the issue of the Russian economy digitalization, *Problemy razvitiya territorii*, 2020, no. 6 (110), pp. 157–175. (In Russian). <https://doi.org/10.15838/ptd.2020.6.110.10>
10. Ukhanova Yu. V. The phenomenon of civic participation in scientific discourse: theoretical and methodological background of the research, *The Journal of sociology and social anthropology*, 2020, vol. 23, no. 3, pp. 25–50. <https://doi.org/10.31119/jssa.2020.23.3.2> (In Russian).
11. Filippova A. V. Financial support for socially oriented nonprofit organizations in Russian regions, *Public administration*, 2021, no. 2, pp. 61–86. (In Russian). <https://doi.org/10.17323/1999-5431-2021-0-2-61-86>
12. Shabunova A. A., Gruzdeva M. A., Kalachikova O. N. Settlement aspect of digital inequality in modern Russia, *Problemy razvitiya territorii*, 2020, no. 4 (108), pp. 7–19. (In Russian). <https://doi.org/10.15838/ptd.2020.4.108.1>
13. Yarskaya-Smirnova E. R., Bodrova O. A. Models of legitimation of non-profit organizations as social service providers, *The Journal of sociology and social anthropology*, 2021, no. 24 (1), pp. 45–78. (In Russian). <https://doi.org/10.31119/jssa.2021.24.1.3>
14. Selective Federal Statistical Observation on the Use of Information Technologies and Information and Telecommunication Networks by the Population for 2020 (ICT-2020), *Federal State Statistics Service*. Available at: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/ikt20/index.html (accessed 09.10.2021).
15. Report on the Activities and Development of Socially Oriented Non-Profit Organisations for 2020, *Ministry of Economic Development of the Russian Federation*. Available at: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/doklad_o_deyatelnosti_i_razvitiya_socialno_orientirovannyh_nekommercheskih_organizatsiy.html (accessed 10.10.2021).
16. World Statistics of Internet Use and Population. Estimates for the First Quarter of 2021, *Internet World Stats*. Available at: www.internetworldstats.com (accessed 12.10.2021).
17. Basic Information about the Activities of Socially Oriented Non-Profit Organisations in the Russian Federation. Results of a Sample Survey of Socially Oriented Non-Profit Organisations on the Basis of Form No. 1-SONPO, *Federal State Statistics Service*. Available at: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/1-sonko2020.doc> (accessed 12.10.2021).

18. Rating of the Constituent Entities of the Russian Federation by the Level and Quality of Development of the Non-Profit Sector “REGION-NPO”. Release of 2021, *RAEX*. Available at: <https://raex-rr.com/pro/NKO/Region-nko/Region-nko/2021/> (accessed 16.10.2021).
19. The Effectiveness of State Management in the Estimate of Population. Informational and Analytical Bulletin, September 2021, *Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences*. Available at: <http://gm.volnc.ru/issue/49> (accessed 10.10.2021).
20. Gillespie E. M. *Citizen participation and nonprofit organizations*, Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy and Government, 2017, pp. 1–7. https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5_2937-1
21. Holford W. D. The future of human creative knowledge work within the digital economy, *Futures*, 2019, vol. 105, pp. 143–154. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.10.002>
22. Pinho J. C., Macedo I. M. The benefits and barriers associated with the use of the Internet within the non-profit sector, *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 2006, no. 16. pp. 171–193. https://doi.org/10.1300/J054v16n01_09
23. Salamon L. M., Newhouse Ch. L. The 2019 Nonprofit Employment Report, *Nonprofit Economic Data Bulletin* no. 47, Baltimore, Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, 2009, 20 p.