

ЦИФРОВИЗАЦИЯ

DOI: [10.14515/monitoring.2020.6.1732](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1732)



И. В. Мерсиянова, А. С. Брюхно

ЦИФРОВЫЕ ВОЛОНТЕРСКИЕ ПЛАТФОРМЫ: ГОТОВНОСТЬ РОССИЯН И ПОТЕНЦИАЛ ПРИМЕНЕНИЯ

Правильная ссылка на статью:

Мерсиянова И. В., Брюхно А. С. Цифровые волонтерские платформы: готовность россиян и потенциал применения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 357—375. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1732>.

For citation:

Mersianova I. V., Briukhno A. S. (2020) Digital Volunteer Platforms: Russians' Willingness to Use Them and Application Potential. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 357–375. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1732>. (In Russ.)

ЦИФРОВЫЕ ВОЛОНТЕРСКИЕ ПЛАТФОРМЫ: ГОТОВНОСТЬ РОССИЯН И ПОТЕНЦИАЛ ПРИМЕНЕНИЯ

МЕРСИЯНОВА Ирина Владимировна — кандидат социологических наук, директор Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора, зав. кафедрой экономики и управления в негосударственных некоммерческих организациях департамента политики и управления факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: imersianova@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-0275-4717>

БРЮХНО Александра Сергеевна — стажер-исследователь научно-учебной лаборатории междисциплинарных исследований некоммерческого сектора Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: abryuhno@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-9590-6037>

Аннотация. В статье рассматривается потенциал использования цифровых волонтерских платформ в России на основе данных количественного и качественного исследований, проведенных в период самоизоляции в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (апрель — май 2020 г.) Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ «Высшая школа экономики» в рамках проекта «Самоорганизация и взаимопомощь в условиях

DIGITAL VOLUNTEER PLATFORMS: RUSSIANS' WILLINGNESS TO USE THEM AND APPLICATION POTENTIAL

*Irina V. MERSIANOVA*¹ — *Cand. Sci. (Soc.), Director of the Center for Studies of Civil Society and the Nonprofit Sector; Head of the Department for NGO Economy and Management of the Faculty of Social Sciences*

E-MAIL: imersianova@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-0275-4717>

*Aleksandra S. BRIUKHNO*¹ — *Research Intern at the Research Laboratory for Interdisciplinary Studies in the Nonprofit Sector of the Center for Studies of Civil Society and the Nonprofit Sector*

E-MAIL: abryuhno@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-9590-6037>

¹ National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

Abstract. The article examines the potential for using digital volunteer platforms in Russia and is based on quantitative and qualitative research conducted during the coronavirus lockdown (April – May 2020) by the HSE Centre for Studies of Civil Society and the Non-Profit Sector. Relying on the data from a Russian nationwide survey ($N=2012$), the authors conclude that the interest to register with the platform offering volunteer opportunities and activities is rather high. The key factors behind the willingness to

противодействия распространению коронавирусной инфекции».

На основе данных всероссийского опроса населения ($N = 2012$) выявлено, что уровень готовности зарегистрироваться на специализированном сайте, позволяющем добровольцам узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе подходящую волонтерскую работу, достаточно высок. Ключевыми факторами, влияющими на готовность к использованию подобных сайтов, являются половозрастные параметры, уровень образования, род занятий, а также вовлеченность в добровольческую деятельность. Результаты онлайн-фокус-групп (с обычными гражданами и с волонтерами) также демонстрируют востребованность волонтерских онлайн-платформ. Определены основные желаемые характеристики сайта-агрегатора, такие как возможность выбирать из большого числа разнообразных волонтерских активностей, доступность, безопасность и прозрачность.

Ключевые слова: волонтеры, волонтерская деятельность, цифровые волонтерские платформы, онлайн-волонтерство, волонтерская идентичность

Благодарность. Исследование выполнено при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ «Высшая школа экономики».

use such websites are sex and gender parameters, educational background, occupation as well as involvement in volunteering. Results of online focus groups (conducted among ordinary citizens and volunteers) show that online platforms dedicated to volunteering are in demand. The study also defines desirable characteristics of the aggregator website, such as a wide variety of volunteer activities to choose from, availability, safety and transparency.

Keywords: volunteers, volunteering, digital volunteer platforms, online volunteering, volunteer identity

Acknowledgments. The study is supported by HSE Basic Research Program.

Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 в значительной степени активизировала распространение новых коммуникационных технологий во всех сферах общественной жизни. Необходимость поддерживать тех, кто во время пандемии оказался в особенно уязвимом положении во время эпидемии, а также связанные с пандемией ограничения передвижения и личных контактов спровоцировали рост

интереса к волонтерским онлайн-платформам — сайтам-агрегаторам, позволяющим собирать заявки от людей, нуждающихся в помощи, и от людей, желающих такую помощь оказать.

За рубежом существуют многочисленные успешные примеры организации подобных платформ, как локальных, так и национального, и международного масштаба: к примеру, швейцарский сайт «Вместе против COVID-19»¹, объединяет более 4 млн человек в локальные группы взаимопомощи [Климова, Мерсиянова, Телицына, 2020]. Аналогичные инициативы возникают и в нашей стране: например, всероссийская акция взаимопомощи #МыВместе², которая набирает волонтеров для доставки нуждающимся лекарств и продуктов, или проект «Ковидарность»³, объединяющий волонтеров из разных регионов в локальные группы для совместного оказания помощи. При этом процессы цифровизации волонтерского движения начались задолго до пандемии, которая лишь ускорила их развитие, и это дает основания полагать, что возникшие в кризисный период инициативы имеют все шансы получить продолжение на постоянной основе [там же].

Другой масштабный волонтерский онлайн-проект в России — DOBRO.RU, платформа, поддерживаемая Ассоциацией волонтерских центров⁴. Она предлагает пользователям регистрироваться в качестве добровольцев, отслеживать волонтерские мероприятия, организуемые по месту жительства и онлайн, а также выбирать направления, интересные лично им. Онлайн-платформы, подобные DOBRO.RU, позволяют эффективно распределять волонтерские усилия, дают возможность гибкой занятости и обеспечивают решение широкого спектра задач: обеспечение нуждающихся вещами первой необходимости и помощью в повседневных делах, оказание консультационной поддержки, привлечение волонтеров к работе в медицинских центрах [Соколышник, 2020]. Тем не менее для успешного долгосрочного развития существующих проектов, а также возможного создания других аналогичных платформ, необходимо иметь представление, что именно привлекает в них людей и какие возникают барьеры.

Цель данной статьи заключается в том, чтобы оценить готовность россиян к использованию волонтерских онлайн-платформ и охарактеризовать потенциал их применения в России. В первом разделе рассмотрены основные теоретические предпосылки востребованности волонтерских онлайн-платформ. Второй раздел посвящен характеристике эмпирической базы исследования. В третьем и четвертом разделах представлены результаты количественного опроса населения: оценивается уровень востребованности специализированных сайтов о волонтерстве, рассматриваются основные социально-демографические характеристики и поведенческие факторы, связанные с посещением и готовностью регистрироваться на волонтерских сайтах. В пятом разделе анализируется отношение населения к волонтерским платформам на основе данных проведенных онлайн-фокус-групп. В заключении представлены основные выводы, а также намечены перспективные направления дальнейшей работы по данной тематике.

¹ Подробнее см. URL: <https://www.aide-maintenant.ch/> (дата обращения: 26.08.2020).

² Подробнее см. URL: <https://мывместе2020.пф> (дата обращения: 28.11.2020).

³ Подробнее см. URL: <https://covidarnost.ru/> (дата обращения: 28.11.2020).

⁴ DOBRO.RU. подробнее см. URL: <https://dobro.ru/> (дата обращения: 26.08.2020).

Предпосылки развития волонтерских платформ

Многие исследователи во всем мире в последние десятилетия отмечают трансформацию организованной волонтерской деятельности, выделяя такие моменты, как рост эпизодического волонтерства [Anheier, Salamon, 1999; Dekker, Halman, 2003; Hustinx, 2010; Eimhjellen et al., 2018], расширение спектра волонтерских активностей [Wilson et al., 2001; Hustinx, Lammertyn, 2003], возникновение новых подходов к рекрутингу волонтеров [Anheier, Salamon, 1999; Rochester et al., 2011; Heley, Yarker, Jones, 2019]. Значительную роль в этих изменениях играют появление и активное развитие цифровых практик коммуникации с волонтерами:

1) использование некоммерческими организациями веб-сайтов [Yeon, Choi, Kiouisis, 2007; Slattery, Finnegan, Vidgen, 2019] и социальных медиа [Hovey, 2010; Briones et al., 2011; Raja-Yusof et al., 2016] для рекрутинга и поддержания отношений с волонтерами;

2) развитие специализированных цифровых платформ, служащих посредниками между некоммерческими проектами и организациями, которые желают получить помощь волонтеров, и самими волонтерами [Ilten, 2015]; среди них можно выделить VolunteerMatch (США), vostel.de (Германия), GoVolunteer (Австралия), DOBRO.ru (Россия) и другие;

3) появление практик онлайн-волонтерства, которые могут осуществляться как посредством вышеупомянутых краудсорсинговых платформ, так и через прямое взаимодействие с организацией [Ihm, 2017]; в том числе микроволонтерства, под которым понимается краткосрочное участие в добровольческой деятельности посредством использования мобильных приложений [Liu et al., 2016].

Вышеперечисленные изменения происходят не в вакууме: они тесно связаны с социально-культурной трансформацией, которой подвергается общество в целом. Экономическая децентрализация, гибкость рынка труда, новые коммуникационные возможности обуславливают ситуацию, которую Ульрих Бек назвал «рефлексивной модернизацией» [Beck, 1992]. Индивид в обществе «рефлексивной современности» менее вовлечен в традиционные коллективные институты, обретает свободу независимого принятия решений и конструирования собственной идентичности [Beck, 1992; Beck, Giddens, Lash, 1994]. Происходящие в обществе изменения манифестируют себя через информационные технологии. Согласно широко используемой в социологии концепции «сетового общества», основная форма организации современного социума — это гибкая сетевая структура, поддерживаемая посредством новых коммуникационных технологий, в первую очередь интернета [Castells, 2000, 2011]. Коммуникация, опосредованная цифровыми сетями (как межличностная, так и массовая), постепенно приближается по своей значимости к общению лицом к лицу; цифровизация затрагивает все основные сферы общественной жизни. При этом сетевая взаимозависимость и тенденция к индивидуализации, как замечает Я. ван Дейк, не антагонистические процессы, а две стороны одной медали [Van Dijk, 2012]. «Индивидуумы, — пишет М. Кастельс, — строят свои сети, онлайн-овые и офлайн-овые, основываясь на своих интересах, ценностях, склонностях и проектах» [Кастельс, 2004: 158].

Волонтерская деятельность также подвергается влиянию вышеуказанных процессов индивидуализации и цифровизации; на первый план выходят персо-

нальные интересы и индивидуальный выбор, что заставляет некоммерческие организации и государственные структуры искать новые способы заинтересовать потенциальных волонтеров, в том числе активно используя онлайн-технологии [Anheier, Salamon, 1999; Hustinx, 2003]. Традиционный взгляд на добровольческую деятельность предполагает тесную устойчивую связь волонтера и организации, однако современные волонтеры демонстрируют больший интерес к временным, не предполагающим долгосрочных обязательств активностям [Anheier, Salamon, 1999].

Л. Хастинкс и Ф. Лэммертин [Hustinx, Lammertyn, 2003] выделяют следующие основные черты нового типа волонтерской вовлеченности, так называемого рефлексивного волонтерства:

- 1) индивидуализированный характер — основной субъект волонтерской деятельности не сообщество (группа), а отдельный индивид;
- 2) основная мотивация — стремление к самореализации;
- 3) краткосрочность, нерегулярность участия в добровольческой деятельности;
- 4) повышение роли децентрализованных инициатив и самоорганизации, снижение роли привязанности к конкретной организации;
- 5) желание самостоятельно выбирать сферу активности и образ действий.

Таким образом, в обществе «сетевого индивидуализма» ослаблено влияние традиционных коллективных организаций и сообществ, однако возникают новые, более гибкие цифровые формы кооперации, которые позволяют вовлечь в волонтерскую деятельность даже большее число людей, чем раньше [Dekker, Halman, 2003].

Одна из ярко выраженных современных тенденций в коммерческой сфере — «уберификация» экономики, то есть активное развитие *онлайн-платформ* — виртуальных площадок, которые агрегируют информацию о предложении различных товаров и услуг частными лицами или организациями, позволяя покупателям и продавцам находить друг друга и взаимодействовать согласно унифицированным алгоритмам [Frenken, Schor, 2017]. К таким площадкам относятся, к примеру, компания Uber, объединяющая водителей-частников и пассажиров, или Airbnb, обеспечивающая коммуникацию собственников недвижимости и арендаторов. Онлайн-платформа выгодна для стороны предложения тем, что снижает издержки на организацию собственной инфраструктуры и PR, а для покупателей — возможностью поиска услуг или товаров среди многочисленных поставщиков, не разбросанных по разным источникам, но собранных на одной площадке, которая является также гарантом благонадежности сделки [David, Chalon, Yin, 2016]. Данный коммерческий опыт активно заимствуется некоммерческими организациями: в частности, в формате краудфандинговых и волонтерских платформ, которым посвящена настоящая статья.

Волонтерские онлайн-платформы, агрегирующие запросы различных людей и организаций, могут стать одним из важнейших инструментов, предлагающих необходимую «рефлексивным волонтерам» свободу выбора и возможность гибко регулировать свою вовлеченность, при этом позволяя добровольческим организациям объединять свои ресурсы и избегать необходимости организовывать с нуля собственную онлайн-инфраструктуру по привлечению добровольцев.

Методология и эмпирическая база исследования

Эмпирическую базу статьи составили материалы исследований качественного и количественного характера, проведенных Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ «Высшая школа экономики» в рамках проекта «Самоорганизация и взаимопомощь в условиях противодействия распространению коронавирусной инфекции».

Количественные данные представлены результатами всероссийского опроса населения, проведенного в период с 1 апреля по 3 мая 2020 г. по всероссийской репрезентативной выборке взрослого населения России (18 лет и старше) в формате компьютеризированного телефонного интервью (CATI), при котором интервьюер зачитывает респонденту вопросы и фиксирует ответы в программе, отмечая номера соответствующих кодовых позиций. Выборка составляет 2012 респондентов, в опросе использовалась двухосновная выборка мобильных и стационарных телефонных номеров. В качестве основы выборки (полного перечня номеров, из которых проводится отбор) был использован актуальный перечень мобильных и стационарных номеров, размещенный на официальном сайте Федерального агентства связи⁵. Каждый телефонный номер из каждого диапазона, размещенного на сайте Федерального агентства связи, имел равную вероятность попадания в выборку. Репрезентативность выборочной совокупности контролировалась по трем переменным: пол и возраст респондентов, а также тип населенного пункта. Статистическая погрешность не превышает 2,5%.

Качественная часть исследования представлена материалами четырех онлайн-фокус-групп: с обычными гражданами (не волонтерами) в 1) Москве и 2) Казани, 3) с волонтерами, которые оказывали помощь находящимся на самоизоляции людям, и 4) с волонтерами-медиками. Москва и Казань были выбраны для проведения фокус-групп с их жителями, поскольку именно в этих городах во время сбора информации уже наиболее ярко проявлялась ситуация самоизоляции с введенными ограничениями и пропускным режимом. В то же время работа волонтеров и волонтеров-медиков через штабы всероссийской акции «Мы вместе» была организована во всех регионах страны практически одинаково, поэтому респонденты из этих целевых групп рекрутировались без учета географии их деятельности. В каждой онлайн-дискуссии участвовало по 15 человек.

Выбор онлайн-фокус-групп обусловлен тем, что он позволяет участвовать в исследовании из дома, а также отвечать на вопросы через интернет в удобное для участников время с учетом образа жизни, разницы в часовых поясах, личных возможностей, что особенно актуально, когда в ситуации эпидемиологической угрозы граждане находятся на самоизоляции.

С гражданами, не имеющими опыта волонтерской деятельности, связанной с помощью людям в условиях распространения коронавирусной инфекции, были проведены две групповые дискуссии онлайн. Социально-демографическая структура участников фокус-групп следующая: возраст от 18 до 70 лет; 45% мужчин и 55% женщин; 60% состоят в браке; 40% имеют детей до 18 лет; не менее 40% имеют высшее образование. Одна фокус-группа была проведена с жителями Москвы, вторая — с жителями Казани в сроки со 2 по 4 апреля 2020 г.

⁵ URL: www.rossvyaz.ru.

Третья фокус-группа включала в себя волонтеров, то есть граждан, имеющих опыт волонтерской деятельности, связанной с помощью людям в условиях распространения коронавирусной инфекции, и/или готовыми к осуществлению такого рода деятельности. В фокус-группе приняли участие семь мужчин и восемь женщин в возрасте от 19 до 35 лет, проживающие в Санкт-Петербурге, Белгороде, Брянске, Воронеже, Иванове, Калининграде, Краснодаре, Курске, Липецке, Москве, Орле, Уфе, Симферополе, Тамбове, Екатеринбурге. Онлайн-дискуссия была проведена в период с 5 по 7 апреля 2020 г.

В четвертой фокус-группе принимали участие волонтеры-медики, готовые принимать участие в добровольческой деятельности, связанной с помощью людям в условиях распространения коронавирусной инфекции. Эта группа состояла из пяти мужчин и десяти женщин в возрасте от 19 до 46 лет, проживающих в Якутске, Всеволожске, Тюмени, Махачкале, Санкт-Петербурге, Чебоксарах, Назрани, Шадринске, Перми, Ханты-Мансийске, Хабаровске, Ноябрьске, Улан-Удэ, Астрахани и Смоленске. Онлайн-дискуссия была проведена в период с 5 по 7 апреля 2020 г.

Востребованность сайтов о волонтерстве

Вследствие введения режима самоизоляции, связанного с распространением COVID-19, значимость интернета возросла как для нуждающихся в помощи, так и для тех, кто хотел бы такую помощь оказать. Согласно результатам проведенного нами опроса россиян, каждый шестой (16 %) представитель интернет-аудитории⁶ за последние три месяца (январь — март 2020 года) обращался к каким-либо сайтам или другим сетевым ресурсам, где обсуждаются вопросы волонтерства и добровольчества (см. рис. 1).



Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Приходилось ли вам в последние три месяца посещать какие-то сайты или другие сетевые ресурсы, где обсуждаются вопросы волонтерства и добровольчества?» (% от числа пользующихся интернетом)

⁶ Активная интернет-аудитория составляет 81% от всех опрошенных.

Второй вопрос, задававшийся респондентам — интернет-пользователям, звучал следующим образом: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу „по душе“, зарегистрировались бы вы на таком сайте?». Как показано на рисунке 2, суммарно 40% респондентов положительно отнеслись к идее создания специализированного сайта для добровольцев и проявили готовность им воспользоваться (ответы «скорее всего, зарегистрировались бы» и «обязательно зарегистрировались бы»). Негативная оценка («не стали бы регистрироваться ни при каких условиях», «скорее всего, не зарегистрировались бы») характерна для 56% опрошенных. Только менее половины процента участников сообщили, что уже зарегистрированы на подобном сайте. Таким образом, доля потенциальных пользователей таких платформ многократно превышает долю реальных, следовательно, существует потенциал к увеличению аудитории, даже с поправкой на то, что далеко не все респонденты, заявляющие о готовности зарегистрироваться на сайте, действительно стали бы это делать.



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу „по душе“, зарегистрировались бы вы на таком сайте?» (% от числа пользующихся интернетом)

Субъективные характеристики, связанные с востребованностью россиянами волонтерских сайтов: результаты опроса населения

Согласно полученным в ходе опроса данным, наиболее активные посетители специализированных волонтерских сайтов — это:

- руководители высшего звена — 38% (против 16% по выборке в целом);
- студенты — 34%;
- женщины в возрасте от 18 до 24 лет — 32% (в целом доля женщин, посещающих волонтерские сайты, уменьшается с повышением возраста);
- представители неправославных христианских конфессий — 31%;
- россияне с неполным высшим образованием — 30%.

Чаще других посещают волонтерские ресурсы те, кто уже имеет опыт оказания помощи нуждающимся в связи с распространением коронавируса (25%), участвовали в волонтерском труде в прошлом году (25%) и сами считают себя добровольцами (26%).

Респондентов, выражающих интерес к регистрации на специализированном волонтерском сайте, отличают преимущественно те же социально-демографические характеристики, которые связаны с уровнем обращения к существующим сетевым ресурсам, посвященным добровольчеству, — это пол и возраст, уровень образования, род занятий, а также вовлеченность в волонтерскую деятельность.

Женщины моложе 55 лет в целом являются более активными сторонниками и потенциальными посетителями специализированного сайта, чем мужчины. Так, 67% женщин в возрасте 18—24 лет с той или иной степенью уверенности выразили желание зарегистрироваться на специализированном сайте против 40% по выборке в целом (из них большая часть — 54% — скорее всего зарегистрировались бы, в отличие от 32% среди всех). Среди женщин средней возрастной группы (от 25 до 54 лет) доля готовых прибегнуть к помощи сайта для поиска волонтерской работы также выше среднего — 49% (см. табл. 1). Меньшую заинтересованность к специализированному сайту проявляют россияне старше 55 лет обоих полов: они не только гораздо реже, чем остальные, используют интернет (26% мужчин и 44% женщин никогда не пользовались интернетом или не знают, что это такое, против 16% по выборке в целом), но среди интернет-пользователей старшего возраста треть и мужчин, и женщин не стали бы регистрироваться на сайте ни при каких условиях (33% и 31% против 20% среди всех).

Таблица 1. Ответы на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», зарегистрировались бы вы на таком сайте?»
(% от числа пользующихся интернетом в половозрастных группах, по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Половозрастные группы					
		Мужчины			Женщины		
		18—24	25—54	55+	18—24	25—54	55+
Доли групп	100	5	31	11	5	33	14
Не стали бы регистрироваться ни при каких условиях	20	17	20	33	4	13	31
Скорее всего, не зарегистрировались бы	36	39	36	38	29	32	44
Скорее всего, зарегистрировались бы	32	36	33	17	54	39	18
Обязательно зарегистрировались бы	8	7	7	8	13	10	3
Уже зарегистрировался	0.2	—	—	—	—	0.5	0.3
Затруднились ответить	4	1	4	4	0	5	4
Всего зарегистрировались бы	40	43	40	25	67	49	21

Готовность зарегистрироваться на сайте по поиску волонтерской работы выше у россиян с неполным высшим образованием — 60 % из них воспользовались бы таким ресурсом (большая часть с оговоркой «скорее всего» — 51 %). Меньше других заинтересованы возможностями подобного портала для волонтеров люди с начальным профессиональным образованием — среди них 39 % отказались пользоваться специализированным сайтом (против 20 % среди всех). Чаще других уверенно говорили о готовности пройти регистрацию на сайте россияне со средним общим образованием — 14 % (при 8 % среди всех опрошенных). Однако на общей доле положительных ответов это не отразилось: их столько же, как и среди всех (40 %).

Таблица 2. Ответы на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», зарегистрировались бы вы на таком сайте?»

(% от числа опрошенных по стране и в группах по материальному положению, по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Материальное положение семьи					
		Денег не хватает даже на питание	На питание денег хватает, но одежду, обувь купить не можем	На одежду и обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем	На бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем	На автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем	На квартиру или дом денег хватает
<i>Доли групп</i>	100	5	17	31	24	9	7
Не стали бы регистрироваться ни при каких условиях	20	25	26	18	14	16	26
Скорее всего, не зарегистрировались бы	36	28	36	38	39	32	32
Скорее всего, зарегистрировались бы	32	29	28	33	37	34	30
Обязательно зарегистрировались бы	8	13	7	6	7	13	10
Уже зарегистрировался	0.2	—	—	0.5	0.2	—	—
Затруднились ответить	4	5	3	4	3	5	2
<i>Всего зарегистрировались бы</i>	40	42	35	40	44	47	40

Если говорить о связи материального положения россиян и желания регистрироваться на ресурсах, предназначенных для волонтеров, то ярко выраженной тенденции не наблюдается (см. табл. 2). Тем не менее респонденты, чей доход позволяет покупать еду, но недостаточен для приобретения одежды и обуви, чаще отмечают нежелание регистрироваться на волонтерском сайте ни при каких обстоятельствах (в 26 % случаев против 20 % среди всех). Напротив, относительно

обеспеченные россияне, которые характеризуют свое материальное положение как «на автомобиль денег хватает, но квартиру или дом купить не можем», демонстрируют более высокую заинтересованность в специализированном добровольческом сайте — 13 % обязательно зарегистрировались бы (против 8 % среди всех), тогда как в целом готов или скорее готов зарегистрироваться практически каждый второй (47 %) в этой группе респондентов. При этом все остальные категории населения — и наименее обеспеченные («денег не хватает даже на питание»), и наиболее обеспеченные («на квартиру или дом денег хватает»), и находящиеся на срединных позициях («на одежду и обувь денег хватает, но крупную бытовую технику купить не можем», «на бытовую технику денег хватает, но автомобиль купить не можем») — по общим долям выразивших желание пользоваться волонтерским сайтом не отличаются ни от друг от друга, ни от населения в целом (40 %-44 %).

Сайт для добровольцев в большей степени востребован среди студенческого сообщества (66 % высказались с разной степенью уверенности о намерении регистрации на нем), а также среди специалистов (46 %). Добровольческий сайт, как и интернет в целом, менее всего заинтересовал неработающих пенсионеров (17 %).

Люди с внутренним локусом ответственности выражают готовность зарегистрироваться на волонтерском интернет-ресурсе чаще, чем люди с внешним локусом ответственности — 44 % против 35 % (см. табл. 3).

Таблица 3. Ответы на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», зарегистрировались бы вы на таком сайте?»

(% от числа опрошенных по стране и в группах по локусу ответственности, по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Локус ответственности за свое (своей семьи) материальное положение*		
		От внешних обстоятельств	Примерно в равной мере от меня и от внешних обстоятельств	От меня
Доли групп	100	26	31	38
Не стали бы регистрироваться ни при каких условиях	20	25	14	21
Скорее всего, не зарегистрировались бы	36	36	39	33
Скорее всего, зарегистрировались бы	32	30	37	32
Обязательно зарегистрировались бы	8	5	5	12
Уже зарегистрировался	0.2	0.2	0.4	0.2
Затруднились ответить	4	4	5	2
Всего зарегистрировались бы	40	35	42	44

* Формулировка вопроса: «Как по-вашему, от чего в большей мере зависит ваше материальное положение: лично от вас (от ваших усилий, характера) или от не зависящих от вас обстоятельств (от ситуации в стране, в вашем населенном пункте, от начальства и пр.)?».

Большее желание зарегистрироваться на специализированном сайте выражают россияне, уже помогавшие другим в период распространения коронавируса, участвовавшие в волонтерском труде за последний год, а также считающие себя волонтерами (см. табл. 4). У последних, как и у сомневающихся в своей волонтерской идентичности, самая высокая доля готовых зарегистрироваться на специализированном волонтерском сайте (64 % и 65 % соответственно).

Таблица 4. Ответы на вопрос: «Если бы существовал специализированный сайт, где добровольцы могли бы узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», зарегистрировались бы вы на таком сайте?» (% по группам поведенческих характеристик, по столбцу)

Варианты ответа	Население в целом	Приходилось помогать в период коронавируса (среди готовых помогать людям на самоизоляции)		Участвовали в волонтерском труде за последний год (среди всех опрошенных)		Считают ли себя волонтером, добровольцем (среди всех опрошенных)		
		Да	Нет	Да	Нет	Да, считаю	Вроде бы являюсь, но есть сомнения	Нет, не считаю
Доли групп	100	26	74	40	59	13	7	77
Не стали бы регистрироваться ни при каких условиях	20	14	13	13	24	7	11	23
Скорее всего, не зарегистрировались бы	36	35	31	34	38	27	21	39
Скорее всего, зарегистрировались бы	32	40	42	38	29	46	50	28
Обязательно зарегистрировались бы	8	8	11	11	6	19	15	5
Уже зарегистрировался	0.2	1	0.1	0.3	0.2	1	1	—
Затруднились ответить	4	2	4	4	3	1	2	4
Всего зарегистрировались бы	40	48	52	48	35	64	65	33

Примечательно, что люди, которым не приходилось помогать нуждающимся в период распространения коронавируса, но которые выразили готовность к этому, также проявили довольно высокий, на одном уровне с уже помогавшими (48 % и 52 % соответственно), интерес к регистрации на специализированном сайте по поиску волонтерской работы. Это свидетельствует о потребности россиян быть полез-

ными в общих сложных жизненных обстоятельствах и при этом — об отсутствии полноценного понимания возможностей самореализации в качестве добровольца.

Отношение россиян к волонтерским сайтам: результаты фокус-групп

Приведенные данные количественного опроса могут быть рассмотрены сквозь призму результатов онлайн-фокус-групп, проведенных Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ.

Респонденты из числа «обычных граждан» в подавляющем большинстве не смогли назвать ни одного из известных им ресурсов о волонтерской деятельности. При этом многие участники фокус-групп отмечают, что зарегистрировались бы на специализированном сайте «ради интереса»: посмотреть на варианты участия, на потребности своего района (квартала) и т. д. Таким образом, отсутствие информированности о существующих волонтерских ресурсах говорят в большей степени о недостаточной медиаподдержке подобных сайтов — как в традиционных СМИ различных уровней, так и в интернет-изданиях, — чем о незаинтересованности людей вопросами добровольчества.

В ответах «обычных граждан» отражается неосведомленность о том, как именно можно было бы участвовать в добровольческой деятельности: «Многие люди готовы помочь, но не всегда знают, кому и как» (Р., 27 лет, Казань). Категоризация видов помощи, потребностей в помощи с привязкой к локации или конкретному потенциальному адресату является определяющей для большинства их точек приложения своих добровольческих усилий. Многие говорят, что готовы оказать адресную помощь нуждающимся людям в своем районе посредством отклика на размещение запросов о помощи от потенциальных подопечных:

У нас много людей, желающих помогать, участвовать в волонтерской активности. Поэтому да, сайт бы очень помог. Особенно, если бы там было структурирование по категориям волонтерской деятельности (помощь детям, помощь пожилым, уход за животными, уборка улиц, политическое волонтерство и т. д.). Я бы зарегистрировался. Есть некоторые вещи, к которым я равнодушен, поэтому, зная о них, возможно, принял бы участие. (Р., 22 года, Москва)

Да, я бы зарегистрировалась. Потому что, возможно, кто-то совсем рядом со мной нуждается в помощи, а я об этом даже не знаю. Например, в моем или соседнем доме одинокий пожилой человек, и ему нужно принести продукты или лекарства. Мне это труда не составит, а человеку будет польза. (Р., 45 лет, Москва)

Я думаю, что такой сайт нужен, где каждый нуждающийся в помощи мог обратиться туда и выбрать ту или иную для себя помощь, а каждый, кто хочет оказать эту помощь, смог бы тоже зарегистрироваться. Сам бы я там зарегистрировался. (Р., 53 года, Казань)

Думаю, что это просто великолепная идея, <...>. Уверен, что люди обязательно стали бы регистрироваться на таком ресурсе, главное — сделать его понятным, с хорошим цветовым решением, хорошей навигацией, информативным, с понятным интерфейсом, с обязательной оперативной обратной связью. Сейчас я сталкиваюсь лишь с разроз-

ненными сообществами, ориентированными, по сути, на какую-то одну сферу деятельности, с регистрацией таких групп во «ВКонтакте». (Р., 26 лет, Москва)

В значительной степени респондентов беспокоят вопросы безопасности. Поддержка сайта на федеральном уровне и использование федеральных ресурсов, по мнению участников фокус-групп, будут гарантией отсутствия мошенничества, повысят доверие к сайту. Некоторые респонденты (занимающиеся и не занимающиеся добровольческой деятельностью) предлагали идеи введения двусторонней обратной связи, которая поможет сориентироваться тем, кому требуется помощь волонтеров, или продемонстрировать высокий уровень репутации добровольца.

Сомнения у участников фокус-групп вызывает доступность информации о волонтерских сайтах, в первую очередь для нуждающихся в помощи. Некоторые респонденты опасаются злоупотреблений: по их мнению, мошенники будут пытаться извлечь выгоду, тогда как люди, которым необходима поддержка, не обратятся к сайту из-за неумения пользоваться интернетом или незнания о такой возможности:

Знаете, я не хочу скидываться людям на роды в Германии. И на закрытие кредита на авто, когда работаю на двух работах, когда работала с ребенком на руках. Но скидывалась девочке из параллели. У нее был рак, обнаружили после поездки на море. У нее была только мама. Я сдала деньги. В этом случае мне совсем не жалко денег. (Р., 30 лет, Казань)

Сайт с волонтерской помощью — это прекрасная идея. Можно было бы не искать, а делать попутно хорошие дела. Только всегда я задаюсь вопросом: бабушки, которым нужна помощь, не умеют пользоваться сайтами и интернетом, а кто умеет — использует это в мошеннических действиях. Как будут добавлять туда просьбы? (Р., 30 лет, Казань)

Подавляющее большинство волонтеров и волонтеров-медиков высказали желание зарегистрироваться на подобном сайте. В то же время существенная часть волонтеров и иногда волонтеры-медики, в отличие от обычных граждан, отмечают, что существует достаточно много сайтов и онлайн-групп, где они уже зарегистрированы, что рассеивает внимание и затрудняет оперативное получение информации о мероприятиях:

Как мне кажется, стоит заводить сервис/группу на базе «ВКонтакте», потому что даже сейчас у каждого направления добровольческой деятельности есть собственный сайт, на котором нужно регистрироваться, который нужно постоянно отслеживать (АИС «Росмолодежь», волонтерыпобеды.рф, добровольцыроссии.рф, садыпамяти.рф и т. д.). Лично мне и моим друзьям, которые на постоянной основе занимаются добровольческой деятельностью, весьма сложно отслеживать все мероприятия абсолютно на каждой площадке. (Р., волонтер, 23 года, Москва)

Некоторые волонтеры считают, что следует больше распространять информацию о возможностях существующих порталов, таких как #МыВместе, «Добровольцы

России» и многие другие, а не тратить дополнительные средства и ресурсы на создание еще одного портала. С другой стороны, волонтеры много говорят об отсутствии единой системы для всей страны: основные претензии относятся к дефициту «Грамотного менеджмента» или связующего административного аппарата для агрегации разнородных ресурсов в единую систему:

К счастью, такой сайт существует — DOBRO.RU. Единая информационная система «Добровольцы России» — это главный волонтерский интернет-ресурс страны, с помощью которого организации, осуществляющие развитие добровольческой деятельности, могут взаимодействовать с волонтерами страны. (Р., волонтер, 26 лет, Екатеринбург)

Нечто похожее сейчас — это платформа «МыВместе2020.рф». Люди оставляют заявки с самыми разными формулировками, будь они ИП, физическое лицо или представители НКО, представители добровольческой организации. (Р., волонтер-медик, 28 лет, Ханты-Мансийск)

Единая система волонтеров РФ, именно единая, чтобы она объединяла в себе все акции/мероприятия с помощью «ВКонтакте» либо сайта и приложения, оптимизированная, работающая как полноценный инструмент. Думаю, что таким механизмом должна управлять Ассоциация волонтерских центров, либо же специально созданный орган, который будет в себе совмещать все волонтерские НКО, движения и т. д. (какое-нибудь Добровольческое объединение России). (Р., волонтер, 23 года, Москва)

Волонтеры-медики и волонтеры по другим направлениям высказывают опасения, что обилие специализированных сайтов может ввести людей в заблуждение. Как и обычные граждане, они отмечают, что потенциальные благополучатели, как правило, плохо владеют навыками работы в интернете или вовсе не имеют к нему доступа:

Я считаю, что этого делать не стоит. Сейчас везде есть информация, как присоединиться к группе волонтеров и помогать. Я считаю, что это правильно, когда обработка данных людей проходит через официальные штабы. Это сократит мошенничество и позволит убедиться, что данная заявка была точно обработана. (Р., волонтер, 23 года, Москва)

В качестве возможного решения была предложена идея обратиться к помощи государственных социальных служб и служб ЖКХ для формирования релевантной базы потенциальных благополучателей.

Таким образом, информированность респондентов, в первую очередь из числа обычных граждан, о существующих волонтерских платформах (DOBRO.RU, #МыВместе), находится на невысоком уровне. При этом многие участники фокус-групп, как имеющие, так и не имеющие опыта волонтерской деятельности, положительно отнеслись к возможности появления единого информационного ресурса (портала, сайта) о волонтерской работе, который может поддерживать как нуждающихся, так и желающих помочь, в том числе оказать адресную по-

мощь в случае необходимости. Однако успешная реализация подобного проекта, по мнению респондентов, связана с рядом условий: сайт должен иметь федеральную поддержку в СМИ, быть понятен и прозрачен, исключать использование мошеннических схем, предлагать возможности рассмотреть разные виды волонтерской деятельности и выбрать наиболее приемлемые в соответствии с типом населенного пункта или даже в пределах района (улицы, дома). Возможно создание единого административного центра, который агрегировал бы работы волонтерских подразделений в регионах.

Заключение

Итак, заинтересованность в работе специализированного сайта, который позволил бы желающим узнавать о том, где и когда они могли бы оказать помощь нуждающимся, подобрать себе волонтерскую работу «по душе», находится на достаточно высоком уровне: 40% активных пользователей интернета готовы или скорее готовы зарегистрироваться на таком сайте. В большей степени интерес к такому волонтерскому сайту характерен для женщин в возрасте от 18 до 24 лет, россиян с неполным высшим образованием, студентов, специалистов, граждан с достаточно высоким материальным достатком. Также опыт оказания помощи в период распространения вируса COVID-19, участие в добровольческих мероприятиях и, в особенности, наличие волонтерской идентичности способствуют готовности жителей России зарегистрироваться на специализированном сайте для добровольцев. Вместе с тем ситуация эпидемии и самоизоляции сделала актуальным подобный интернет-ресурс по поиску волонтерской работы и для тех, кто еще не имел опыта оказания помощи в период распространения коронавируса. Среди них готовность зарегистрироваться на подобном сайте не ниже, чем у тех, кто уже помогал людям во время пандемии.

Категоризация видов помощи, потребностей в помощи с привязкой к локации или конкретному потенциальному адресанту является определяющей для большинства респондентов, которые еще не были вовлечены в волонтерскую деятельность. Это согласуется с предположением, выдвинутым в ходе анализа теоретических предпосылок востребованности волонтерских онлайн-платформ, что создание более гибких и персонализированных сервисов, позволяющих регулировать степень занятости и виды активности, позволит вовлечь в добровольческую деятельность большее число людей. Другим основополагающим критерием является доступность сайта и безопасность его с точки зрения возможного мошенничества. В этой связи видится перспективным изучение факторов, влияющих на доверие к подобным сервисам. Как показали результаты качественного исследования, информированность населения о существующих волонтерских платформах находится на достаточно низком уровне, притом что потенциал роста достаточно высок: это обуславливает необходимость дальнейших исследований, сфокусированных на анализе существующих в России инициатив по созданию волонтерских онлайн-ресурсов с целью выявить, какие факторы на практике препятствуют их широкому распространению и какие стратегии вовлечения населения в использование таких интернет-ресурсов могут быть признаны удачными.

Список литературы (References)

Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.

Castells M. (2004) *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*. Ekaterinburg: U-Factory. (In Russ.)

Климова И. В., Мерсиянова И. В., Телицына А. Ю. Платформы-агрегаторы волонтеров в условиях пандемии: анализ российского и международного опыта // Аналитический бюллетень НИУ ВШЭ об экономических и социальных последствиях коронавируса в России и в мире. 2020. № 7. С. 95—100.

Klimova I., Mersianova I., Telitsyna A. (2020) *Volunteer Aggregator Platforms During a Pandemic: Analysis of Russian and International Experience*. *HSE Analytical Bulletin on the Economic and Social Consequences of the Coronavirus in Russia and Worldwide*. No. 7. P. 95–100. (In Russ.)

Соколыщик Л. Некоммерческая сфера за рубежом в период пандемии: цифровизация и волонтерский активизм // Аналитический бюллетень НИУ ВШЭ об экономических и социальных последствиях коронавируса в России и в мире. 2020. № 2. С. 131—134.

Sokolshchik L. (2020) *Non-Profit Sphere Abroad During a Pandemic: Digitalization and Volunteer Activism*. *HSE Analytical Bulletin on the Economic and Social Consequences of the Coronavirus in Russia and Worldwide*. No. 2. P. 131–134.

Anheier H. K., Salamon L. M. (1999) *Volunteering in Cross-National Perspective: Initial Comparisons*. *Law and Contemporary Problems*. Vol. 62. No. 4. P. 43–65. <https://doi.org/10.2307/1192266>.

Beck U. (1992) *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.

Beck U., Giddens A., Lash S. (1994) *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge: Polity Press.

Briones R. L., Kuch B., Liu B. F., Jin Y. (2011) *Keeping up With the Digital Age: How the American Red Cross Uses Social Media to Build Relationships*. *Public Relations Review*. Vol. 37. No. 1. P. 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.12.006>.

Castells M. (2000) *Toward a Sociology of the Network Society*. *Contemporary Sociology*. Vol. 29. No. 5. P. 693–699. <https://doi.org/10.2307/2655234>.

Castells M. (2011) *The Rise of the Network Society*. Chichester: Wiley-Blackwell.

David B., Chalon R., Yin C. (2016) *Collaborative Systems & Shared Economy (Uberization): Principles & Case Study*. In: *2016 International Conference on Collaboration Technologies and Systems (CTS)*. Orlando, FL: IEEE. P. 57–63. <https://doi.org/10.1109/CTS.2016.0029>.

Dekker P., Halman L. (eds.) (2003) *The Values of Volunteering: Cross-Cultural Perspectives*. Springer Science & Business Media.

Dijk J. van (2012) *The Network Society*. London: Sage.

Eimhjellen I., Steen-Johnsen K., Folkestad B., Ødegård G. (2018) Changing Patterns of Volunteering and Participation. In: Enjolras B., Strømsnes K. (eds.) *Scandinavian Civil Society and Social Transformations Nonprofit and Civil Society Studies*. Cham: Springer International Publishing. P. 25–65.

Frenken K., Schor J. (2017) Putting the Sharing Economy Into Perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. Vol. 23. P. 3–10. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>.

Heley J., Yarker S., Jones L. (2019) Volunteering in the Bath? the Rise of Microvolunteering and Implications for Policy. *Policy Studies*. <https://doi.org/10.1080/01442872.2019.1645324>.

Hovey W. L. (2010) Examining the Role of Social Media in Organization-Volunteer Relationships. *Public Relations Journal*. Vol. 4. No. 2.

Hustinx L., Lammertyn F. (2003) Collective and Reflexive Styles of Volunteering: A Sociological Modernization Perspective. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. Vol. 14. P. 167–187. <https://doi.org/10.1023/A:1023948027200>.

Hustinx L. (2010) Institutionally Individualized Volunteering: Towards a Late Modern Re-Construction. *Journal of Civil Society*. Vol. 6. No. 2. P. 165–179. <https://doi.org/10.1080/17448689.2010.506381>.

Ihm J. (2017) Classifying and Relating Different Types of Online and Offline Volunteering. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. Vol. 28. P. 400–419. <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9826-9>.

Ilten C. (2015) «Use Your Skills to Solve This Challenge!»: The Platform Affordances and Politics of Digital Microvolunteering. *Social Media + Society*. Vol. 1. No. 2. P. 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056305115604175>.

Liu H. K., Harrison Y. D., Lai J. J. K., Chikoto G. L., Jones-Lungo K. (2016) Online and Virtual Volunteering. In: *Palgrave Handbook of Volunteering, Civic Participation, and Nonprofit Associations*. London: Palgrave Macmillan. P. 290–310. https://doi.org/10.1007/978-1-137-26317-9_14.

Raja-Yusof R.-J., Norman A.-A., Abdul-Rahman S.-S., Nazri N., Mohd-Yusoff Z. (2016) Cyber-Volunteering: Social Media Affordances in Fulfilling NGO Social Missions. *Computers in Human Behavior*. Vol. 57. P. 388–397. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.029>.

Rochester C. et al. (2011) Volunteering and Society in the 21st Century. Palgrave Macmillan UK. Slattery P., Finnegan P., Vidgen R. (2019) Creating Compassion: How Volunteering Websites Encourage Prosocial Behaviour. *Information and Organization*. Vol. 29. No. 1. P. 57–76. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.02.001>.

Wilson C. et al. (2001) 'Lady Bountiful' and the 'Virtual Volunteers': The Changing Face of Social Service Volunteering. *Social Policy Journal of New Zealand*. No. 17. P. 124–146.

Yeon H. M., Choi Y., Kiouis S. (2007) Interactive Communication Features on Nonprofit Organizations' Webpages for the Practice of Excellence in Public Relations. *Journal of Website Promotion*. Vol. 1. No. 4. P. 61–83. https://doi.org/10.1300/j238v01n04_06.