

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ

УДК 364.07

Елена Вячеславовна Ляпунцова,
д.т.н., профессор, Экспертный совет Государственной Думы по образованию
Эл. почта: lev77@me.com

Олия Михайловна Белозерова,
к.э.н., доцент Государственного университета управления
Эл. почта: avuzto@yandex.ru

Раскрываются вопросы необходимости выработки новых подходов к социальной работе с молодежью путем применения современных информационных технологий. Приводится фактический материал, подтверждающий актуальность темы исследования. Разработаны рекомендации, которые касаются расширения присутствия контента социальной направленности в сети Интернет, использования технологий социальных сетей и компьютерных игр в целях формирования высокой духовно-нравственной и патриотической основы российского общества, привлечения молодых людей к социальной работе, оказания им помощи в решении широкого круга проблем.

Также приводятся рекомендации по развитию социального молодежного туризма как высоко эффективной и востребованной технологии работы с молодежью.

Ключевые слова: социальная работа, информационные технологии, социальный туризм, геймификация, социальные сети.

Elena V. Lyapunova,
Doctorate of Technical Sciences, Professor, the Expert Education Council of the State Duma
E-mail: lev77@me.com

Yulia M. Belozerova,
PhD in Economics, Associate Professor, State University of management
E-mail: avuzto@yandex.ru

THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE EFFECTIVENESS INCREASING OF SOCIAL WORK WITH YOUNG PEOPLE

Uncovers the need to develop new approaches to social work with young people through the use of modern information technologies.

Find the actual material, confirming the relevance of the research topic. Recommendations concerning the expansion of the content of social orientation in the Internet, use of social networking technologies and computer games in order to form a high moral and Patriotic foundations of Russian society, attracting young people to social work, to assist them in addressing a wide range of problems.

Also provides guidance on the youth social tourism development as a highly effective and popular with young people method of social work.

Keywords: social work, information technology, social tourism, gamification, social networks.

Российская молодежь сегодня – это около 37 млн. человек в возрасте от 14 до 30 лет, что составляет 34 процента трудоспособного населения страны. Очевидно, что молодежь в значительной части обладает тем уровнем мобильности, интеллектуальной активности и здоровья, который выгодно отличает ее от других групп населения. Именно молодые люди быстрее приспосабливаются к новым условиям жизни. Молодежь обладает широким позитивным потенциалом: мобильностью, инициативностью, восприимчивостью к инновационным изменениям, новым технологиям, способностью противодействовать современным вызовам.

Численность постоянного населения Российской Федерации на 1 ноября 2014 г. по данным Росстата составила 146,3 млн. человек, из них 2,4 млн. человек – жители Крымского федерального округа. По сравнению с началом 2014 года число жителей России возросло на 264,4 тыс. человек, или на 0,2%. Это произошло как за счет роста рождаемости в январе-октябре 2014 год на 19,6%, уменьшения числа умерших на 3,6%, и миграционного прироста (86% влияния на рост показателя). Несмотря на рост входящего миграционного потока на 1,3% (в основном за счет прибывающих граждан Республики Беларусь и Украины), в результате прирост мигрантов за период январь-октябрь 2014 года уменьшился на 9,7% преимущественно из-за возросшего числа выбывших эмигрантов из стран – участниц СНГ.

В целом, развитие демографической ситуации сегодня может быть оценено как положительный тренд, однако, естественный прирост населения отмечается только в 43 субъектах Российской Федерации. Да и возрастной состав населения нашей страны далек от желательных пропорций (таблица 1).

Количество детей и молодежи в структуре населения нашей страны к началу двухтысячных годов значительно сократилось, а сегодня составляет порядка 17%. А ведь именно эта группа населения определяет будущее страны, ее благополучие, сохранение и процветание нации.

Поэтому видится стратегически верным поставить молодежь в фокус приложения максимальных усилий государства в сфере социальной работы. Кроме того, большинство молодых людей можно отнести к социально незащищенным группам населения, т.к. данные лица часто не имеют собственного постоянного заработка или их доходы относительно низки [8].

Социально незащищенные группы граждан – категории населения, нуждающиеся в социальной поддержке: малоимущие граждане; дети и подростки до 18 лет; инвалиды; семьи, имеющие детей-инвалидов; матери-одиночки; выпускники детских домов; лица, освобожденные из мест лишения свободы в течение двух лет; пенсионеры; люди, страдающие наркоманией и алкоголизмом.

Количество лиц в возрасте, старше трудоспособного с каждым годом растет при снижении количества детей и молодежи. Подобная тенденция, согласно прогнозам, сохранится и в будущем. В таблице 2 приведены данные прогноза Росстата относительно численности населения по отдельным возрастным группам по среднему варианту сценария. Это еще раз подтверждает то, что перспективной задачей социальной работы сегодня и в будущем остается забота о детях и молодежи, их оздоровление и воспитание.

Таблица 1

Количество и состав населения Российской Федерации

| Количество населения на 1 января | 1970 | | 2002 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | |
|-----------------------------------|-----------|----|-----------|----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|
| | Тыс. чел. | % | Тыс. чел. | % | Тыс. чел. | % | Тыс. чел. | % | Тыс. чел. | % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Все население, | 129941 | | 145167 | | 143056 | 100 | 143347 | 100 | 143667 | 100 |
| в том числе население в возрасте: | | | | | | | | | | |
| моложе трудоспособного | 37145 | 29 | 26327 | 18 | 23568 | 16 | 24110 | 17 | 24717 | 17 |
| трудоспособном | 72752 | 56 | 88942 | 61 | 87055 | 61 | 86137 | 60 | 85162 | 59 |
| старше трудоспособного | 19987 | 15 | 29778 | 21 | 32433 | 23 | 33100 | 23 | 33788 | 24 |

Источник: Росстат, 2015.

Таблица 2

Прогноз численности населения по отдельным возрастным группам (на начало года)

| Годы | Моложе трудоспособного возраста | | Трудоспособного возраста | | Старше трудоспособного возраста | |
|------|---------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|
| | тыс. человек | в процентах от общей численности населения | тыс. человек | в процентах от общей численности населения | тыс. человек | в процентах от общей численности населения |
| | Средний вариант прогноза | | | | | |
| 2015 | 25193,7 | 17,5 | 84140,3 | 58,5 | 34481,0 | 24,0 |
| 2016 | 25698,1 | 17,8 | 83046,5 | 57,7 | 35274,7 | 24,5 |
| 2017 | 26068,0 | 18,1 | 82157,5 | 57,0 | 35962,5 | 24,9 |
| 2018 | 26420,6 | 18,3 | 81290,3 | 56,3 | 36613,3 | 25,4 |
| 2019 | 26630,8 | 18,4 | 80566,3 | 55,8 | 37219,1 | 25,8 |
| 2020 | 26746,9 | 18,5 | 79986,8 | 55,4 | 37739,6 | 26,1 |
| 2021 | 26808,5 | 18,6 | 79397,3 | 54,9 | 38291,2 | 26,5 |
| 2022 | 26846,5 | 18,6 | 78949,9 | 54,6 | 38700,4 | 26,8 |
| 2023 | 26862,4 | 18,6 | 78595,0 | 54,4 | 39005,1 | 27,0 |
| 2024 | 26731,4 | 18,5 | 78397,8 | 54,3 | 39269,6 | 27,2 |
| 2025 | 26489,1 | 18,4 | 78352,3 | 54,3 | 39463,1 | 27,3 |
| 2026 | 26214,9 | 18,2 | 78249,0 | 54,3 | 39714,0 | 27,5 |
| 2027 | 25940,1 | 18,0 | 78210,7 | 54,3 | 39870,4 | 27,7 |
| 2028 | 25528,2 | 17,7 | 78289,5 | 54,4 | 40024,4 | 27,8 |
| 2029 | 25009,2 | 17,4 | 78470,9 | 54,6 | 40162,2 | 28,0 |
| 2030 | 24529,1 | 17,1 | 78584,4 | 54,8 | 40312,3 | 28,1 |
| 2031 | 24096,1 | 16,8 | 78537,6 | 54,8 | 40560,5 | 28,3 |

Источник: Росстат, 2014 г.

Другой категорией социально незащищенных групп населения являются инвалиды, немало их среди детей и молодежи. В 2012 году в Российской Федерации впервые были признаны инвалидами 805 тыс. человек. В таблице 3 приведены данные о приросте количества инвалидов в период с 1970 по 2012 год, которые показывают увеличение числа лиц, впервые признанных инвалидами, несмотря на снижение данного показателя в процентах от общей численности населения. С точки зрения социальной работы

важно понимать, что количество потенциальных потребителей услуг растет и эта тенденция сохраняется в течение последних 42 лет.

Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» (далее – Закон № 442-ФЗ)* [12], вступивший в силу с 01.01.2015 г.,

* В ред. Федерального закона от 21.07.2014 № 256-ФЗ// Собрание законодательства Российской Федерации, 2014, № 30 (Часть I), ст. 4257.

указывает следующие виды социальных услуг:

1) социально-бытовые, направленные на поддержание жизнедеятельности получателей социальных услуг в быту;

2) социально-медицинские, направленные на поддержание и сохранение здоровья получателей социальных услуг путем организации ухода, оказания содействия в проведении оздоровительных мероприятий, систематического наблюдения за получателями социальных услуг для выявления отклонений в состоянии их здоровья;

3) социально-психологические, предусматривающие оказание помощи в коррекции психологического состояния получателей социальных услуг для адаптации в социальной среде, в том числе оказание психологической помощи анонимно с использованием телефона доверия;

4) социально-педагогические, направленные на профилактику отклонений в поведении и развитии личности получателей социальных услуг, формирование у них позитивных интересов (в том числе в сфере досуга), организацию их досуга, оказание помощи семье в воспитании детей;

5) социально-трудовые, направленные на оказание помощи в трудоустройстве и в решении других проблем, связанных с трудовой адаптацией;

6) социально-правовые, направленные на оказание помощи в получении юридических услуг, в том числе бесплатно, в защите прав и законных интересов получателей социальных услуг;

7) услуги в целях повышения коммуникативного потенциала по-

Численность лиц, впервые признанных инвалидами

| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Всего: | | | | | | | | | | | | | |
| тыс. человек | 1109 | 1200 | 1184 | 1092 | 1463 | 1799 | 1474 | 1109 | 966 | 934 | 893 | 842 | 805 |
| на 10 000 человек населения | 98,5 | 106,1 | 104,3 | 95,8 | 128,0 | 156,9 | 128,0 | 95,9 | 83,3 | 80,3 | 76,6 | 72,2 | 69,1 |
| В процентах от общей численности инвалидов: | | | | | | | | | | | | | |
| инвалиды I гр. | 12,6 | 11,9 | 12,9 | 12,9 | 11,3 | 10,7 | 9,4 | 9,6 | 10,5 | 11,7 | 15,3 | 15,6 | 15,9 |
| инвалиды II гр. | 63,3 | 63,9 | 62,9 | 61,6 | 63,9 | 59,9 | 54,7 | 53,5 | 52,2 | 49,8 | 43,9 | 41,9 | 40,9 |
| инвалиды III гр. | 24,0 | 24,2 | 24,2 | 25,5 | 24,8 | 29,4 | 35,9 | 36,8 | 37,4 | 38,5 | 40,8 | 42,5 | 43,2 |
| инвалиды в трудоспособном возрасте: | | | | | | | | | | | | | |
| всего, тыс. человек | 552,7 | 567,3 | 549,9 | 536,5 | 529,1 | 565,9 | 544,8 | 454,3 | 431,8 | 436,6 | 441,0 | 417,2 | 395,2 |
| в процентах | 49,8 | 47,3 | 46,4 | 49,1 | 36,2 | 31,5 | 37,0 | 41,0 | 44,7 | 46,7 | 49,4 | 49,5 | 49,1 |

Источник: данные Минтруда России, расчет Росстата, 2013 г.

лучателей социальных услуг, имеющих ограничения жизнедеятельности, в том числе детей-инвалидов;

8) срочные социальные услуги.

Каждое из названных направлений напрямую касается социальной работы с молодежью, особенно, если речь идет о молодых людях из малообеспеченных семей с детьми. По данным на 2013 год 18,2% детей проживают в семьях со среднестатистическими денежными доходами ниже величины прожиточного минимума (таблица 4).

Как показано в таблице 5, сложнее всего свое финансовое положение оценивают многочисленные семьи с 2-мя и более детьми, а также многодетные неполные семьи. Данная категория социально незащищенных групп населения также

довольно многочисленна и может быть отнесена к нуждающимся в социальной поддержке. В целом, в Российской Федерации в 2013 году насчитывалось более пятнадцати миллионов человек с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, что составляет 11% населения страны.

Социальное обслуживание, осуществляется на следующих принципах, определенных ст. 4 Закона № 442-ФЗ:

1) равный, свободный доступ граждан к социальному обслуживанию вне зависимости от их пола, расы, возраста, национальности, языка, происхождения, места жительства, отношения к религии, убеждений и принадлежности к общественным объединениям;

2) адресность предоставления социальных услуг;

3) приближенность поставщиков социальных услуг к месту жительства получателей социальных услуг, достаточность количества поставщиков социальных услуг для обеспечения потребностей граждан в социальном обслуживании, достаточность финансовых, материально-технических, кадровых и информационных ресурсов у поставщиков социальных услуг;

4) сохранение пребывания гражданина в привычной благоприятной среде;

5) добровольность;

6) конфиденциальность.

Одним из наиболее перспективных инструментов социальной работы, удовлетворяющим выше указанным принципам, и наилучшим образом, отражающим интересы и ценности молодежи, сегодня являются информационные технологии.

Роль информационных технологий в социальной работе растет с каждым годом по мере вовлечения населения России в современные средства коммуникации.

Как указывается в работе Тесленко А.Н. [11], в условиях кризиса духовности и культуры особое значение в системе социальной работы с молодежью приобретает механизм и технология анализа ценностной ориентации и поведенческих особенностей целевой группы, суть которого заключается в следую-

Доля детей в возрасте до 16 (18) лет, проживающих в домашних хозяйствах со среднестатистическими денежными доходами ниже величины прожиточного минимума

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| Доля детей в возрасте до 16 лет, проживающих в домашних хозяйствах со среднестатистическими денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, в процентах от общей численности детей в возрасте до 16 лет | 19,9 | 17,9 | 18,2 |
| из них: | | | |
| детей в возрасте до 7 лет (в процентах от общей численности детей в возрасте до 7 лет) | 18,7 | 15,8 | 15,9 |
| детей в возрасте от 7 до 16 лет (в процентах от общей численности детей в возрасте от 7 до 16 лет) | 21,1 | 19,8 | 20,3 |

Источник: Росстат, 2014 г. Показатель рассчитан на основе материалов выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств и макроэкономического показателя среднестатистических денежных доходов населения, начиная с итогов за 2014 год – по итогам (ежегодного) выборочного наблюдения доходов населения и участия в социальных программах.

Таблица 5

Распределение домашних хозяйств, имеющих детей в возрасте до 16 (18) лет, по степени удовлетворенности своим финансовым положением
процентов

| | Домашние хозяйства, оценившие своё финансовое положение следующим образом | | | | | |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------|
| | не хватает денег даже на еду | затруднительно покупать одежду и оплачивать жилищно-коммунальные услуги | не могут позволить покупку товаров длительного пользования | не хватает денег на покупку автомобиля, квартиры | средств достаточно, чтобы купить все, что считают нужным | затрудняюсь ответить |
| 2013 | | | | | | |
| Все домашние хозяйства | 1,2 | 18,9 | 45,1 | 30,9 | 3,1 | 0,8 |
| из них имеющие детей в возрасте 16 (18) лет: | | | | | | |
| Из числа домохозяйств с детьми, состоящие: | | | | | | |
| из 2 человек с 1 ребенком | 2,8 | 31,4 | 43,2 | 21,3 | 0,7 | 0,6 |
| из 3 человек | | | | | | |
| с 1 ребенком | 0,8 | 14,5 | 42,3 | 37,9 | 3,3 | 1,3 |
| с 2 детьми | 7,0 | 34,4 | 49,6 | 3,8 | 3,7 | 1,6 |
| из 4 человек | | | | | | |
| с 1 ребенком | 0,7 | 15,2 | 44,0 | 33,0 | 5,8 | 1,3 |
| с 2 детьми | 1,2 | 15,1 | 41,6 | 36,4 | 5,2 | 0,6 |
| с 3 детьми | 9,4 | 67,0 | 21,6 | 0,5 | 0,0 | 1,5 |
| из 5 и более человек | | | | | | |
| с 1 ребенком | 0,4 | 12,1 | 50,9 | 34,0 | 2,4 | 0,2 |
| с 2 детьми | 0,8 | 18,6 | 49,0 | 30,6 | 1,0 | 0,1 |
| с 3 детьми | 3,4 | 23,5 | 39,3 | 19,7 | 13,3 | 0,8 |
| с 4 и более детьми | 4,9 | 27,4 | 57,9 | 9,8 | 0,0 | 0,0 |

Источник: Росстат, 2014 г., по данным выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств

шем: определение социальных ценностей в социальной культуре молодежи; характеристика структуры ценностей и системы ценностного отношения молодежи ко всем объектам реального мира; разработка критериев оценок социальных фактов, явлений, мыслительных и предметных действий молодежи как особой социально-демографической группы; разработка механизма формирования и реализации ценностных ориентаций молодежи; установление характера связи между социальными ценностями молодежи разного порядка, различного уровня и масштаба; определение эффективности той или иной деятельности молодежи; определение псевдоэффективности или антиэффективности по гуманистическому критерию; характеристика и оценка негативных ценностей, определение тенденций в этом направле-

нии; определение возможностей регуляции ценностного отношения молодых людей к миру, в котором они живут, формирование системы ценностей в процессе прогрессивного развития общества и других социальных объектов (в том числе на микроуровне).

Дифференцированный подход в социальной работе с молодежью дает возможность более целенаправленно анализировать особенности отдельных социокультурных и возрастных групп молодого поколения, вникать в специфику их жизненных проблем. На практике это требует осознание социальным работником многообразия позиций и ориентаций молодых людей и групп, и использование (а при необходимости и разработки) специальных технологий социальной работы, учитывающих специфику конкретной категории молодых людей.

Технология социальной работы с конкретными группами молодежи должна учитывать три уровня дифференцированного подхода: категориальный (безработная молодежь, беспризорные подростки, молодые наркоманы и т.д.), групповой (неформальные объединения молодежи, дворовые «команды», группы «фанатов» и т.д.), индивидуальный (личность молодого человека), каждый из которых требует от социального работника соответствующих знаний и умений.

В условиях глобализации и модернизации общественной жизни многие традиционные социальные технологии уже не работают. Время требует социальных инноваций, нетрадиционных подходов к решению нарождающихся проблем.

Одной из таких технологий может служить работа с молодежью через активное формирование, управление и наполнение социальных информационных сетей, образовательных ресурсов сети Интернет и посредством гейм-технологий.

Умелое применение действенных технологий социальной работы может обеспечить прогрессивное развитие государства и выбор наиболее оптимального механизма общественного функционирования, приведет к недопущению критического уровня развития опасных социальных явлений (криминализация, безработица, апатия, отсутствие интереса к своей стране и ее будущему, нежелание учиться, алкоголизм и наркомания) [9].

Профилактика асоциальных явлений в молодежной среде представляет систему социальных, правовых, педагогических и иных мер, направленных на выявление и устранение причин и условий, способствующих антиобщественным действиям молодежи, которые осуществляются в совокупности с индивидуальной профилактической работой с людьми, находящимися в социально опасном положении. Данный вывод подтверждает социологическое исследование, проведенное В.Л. Воронниковым [4]. Опрос 373-х респондентов, из которых 52,1% – юноши и 47,9% – девушки (средний возраст опрошиваемых

составил 20 лет) показал, что 49,3% опрошенных не склонны к асоциальному поведению, 37% – предрасположены к такому поведению в средней степени и 13,7% – склонны к такому поведению всегда.

Таким образом 50,7% испытуемых из числа молодежи находятся в группе риска принятия ненормативного асоциального решения, что дает серьезные основания заявлять о необходимости совершенствования процесса формирования активной гражданской позиции молодежи и неприятия ими асоциальных явлений.

Результаты исследования В.Л. Воротникова также убедительно доказывают, что формирование активной гражданской позиции молодежи будет проходить эффективно при условии реализации системного педагогического воздействия, и оправдывают использование потенциала методов организации досуга для активизации творческой и профессиональной деятельности молодежи. Автор исследования делает вывод о востребованности и актуальности информационно-просветительской деятельности центров досуга в молодежной среде. Программа профилактики асоциальных явлений в молодежной среде в процессе информационно-просветительской деятельности центров досуга является эффективным способом переориентации молодежи с асоциальным поведением на социально полезную деятельность и дает возможность включить их в общественное развитие, создавая гуманистически ориентированное культурно-досуговое пространство, способствующее саморазвитию и самореализации, формируя социально значимые нравственные ценности, развивая установки личности на самокоррекцию проявления асоциального поведения.

Однако, современные информационные технологии позволяют значительно расширить горизонты досуговой, просветительской и воспитательной работы с молодежью.

Также одной из целей социальной работы с молодежью посредством информационных технологий

является формирование гражданской идентичности.

В настоящее время гражданская идентичность справедливо рассматривается в науке в первую очередь как фактор интеграции вокруг интересов страны, поэтому степень её укоренённости в сознании и поведении граждан выступает как залог политической и духовной консолидации, а также единства общества. Под гражданской идентичностью мы понимаем осознанный процесс соотносительности или тождественности человека с определенной государственной общностью в конкретном социально-политическом контексте. Гражданская идентичность обеспечивает интеграцию, единство и целостность самосознания личности как гражданина поликультурного общества на основе присвоения системы общечеловеческих нравственных ценностей, свободу его самовыражения на основе учета многообразия социальных установок, норм и ценностей.

К технологиям формирования гражданской идентичности относятся:

- технология социального проектирования, где социальный проект – это творческий метод управления изменениями, необходимыми для достижения социально значимой цели, являющийся выражением ценностей авторов и их отношения к существующей реальности;

- мыследеятельностная игра, направленная на формирование понятийного аппарата, выработку собственного понимания и отношения, формирование группового языка коммуникации;

- «дебаты» – технология убеждения других в правильности подхода к решению проблемы, проведение дебатов развивают чувство уверенности в своей способности повлиять на общественное мнение или изменить проводимую политику;

- технология «гражданский форум» – это один из способов участия молодых людей в общественной жизни путем обсуждения важных, общественно значимых проблем, суть технологии заключается в тщательном многостороннем анализе трех-четырех подходов к решению какой-либо

общественно значимой проблемы в ходе направленного диалога; форум используется для обсуждения сложных проблем, которые касаются интересов всего сообщества, и для решения которых необходимы совместные действия людей.

Все эти методы наиболее массово, полно, ярко и привлекательно для молодежи можно реализовать посредством современных информационных технологий.

Подростки и молодые люди сегодня являются наиболее динамичной, активной аудиторией полностью адаптированной к среде информационных коммуникаций, имеющей навыки не только уверенного пользования, но и анализа, формирования и изменения существующих технологий общения. Молодежная аудитория во всем мире выступает в роли новаторов, первооткрывателей и популяризаторов новых товаров, услуг, идей, поэтому являются основными потребителями нематериальных ресурсов, а с позиций государства сами представляют собой нематериальный ресурс нации [7]. Данная часть общества наиболее остро реагирует на удачные маркетинговые идеи, активно формируя модели поведения и целые субкультуры, перенося вновь созданные ценности в различные сферы жизни.

Вместе с тем, в настоящее время в молодежной среде существует целый комплекс проблем, который сдерживает ее развитие и приводит к снижению репродуктивного, интеллектуального и экономического потенциала российского общества:

- ухудшается состояние физического и психического здоровья молодого поколения, общая заболеваемость подростков за последние годы увеличилась на 29,4 процента;

- продолжается маргинализация и криминализация молодежной среды, увеличивается число молодых людей, склонных к правонарушениям, растет число беспризорных подростков;

- происходит деформация духовно-нравственных ценностей, размываются моральные ограничители на пути к достижению личного успеха;

Таблица 6

Структура возрастного состава социальных сетей Рунета, %

| Возраст, лет | ВКонтакте | Twitter | Одноклассники | Мой мир | Facebook |
|--------------|-----------|---------|---------------|---------|----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 12-17 | 11 | 12 | 8 | 8 | 7 |
| 18-24 | 20 | 23 | 15 | 14 | 15 |
| 25-34 | 28 | 21 | 29 | 29 | 26 |
| 35-44 | 19 | 19 | 22 | 23 | 22 |
| 45-54 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 55-64 | 7 | 9 | 9 | 8 | 11 |

Источник: TNS Web-Index, 2014 [14].

– слабо развивается культура ответственного гражданского поведения;

– у значительной части молодежи отсутствуют стремление к общественной деятельности, навыки самоуправления.

Одной из целей Государственной программы «Развитие образования» на 2013–2020 годы является повышение эффективности реализации молодежной политики в интересах инновационного социально ориентированного развития страны. В рамках данной цели пятой задачей данной Государственной программы определено обеспечение эффективной системы по социализации и самореализации молодежи, развитию потенциала молодежи. Одним из значимых инструментов по реализации данной задачи может стать развитие социальных Интернет-проектов для молодежи [8].

Аудитория Интернета растет стабильным темпом в 9–12% в год, что говорит о зрелой фазе развития данной коммуникации. По данным Фонда общественного мнения доля активной аудитории (выходящие в Сеть хотя бы раз за сутки) составляет 58,4 млн человек, а общее количество пользователей приближается к 70 миллионам человек старше 18 лет. Маленькие города постепенно догоняют миллионники по уровню проникновения Интернета, стираются различия между регионами по доступности услуг подключения к сети, все популярнее становятся мобильные устройства выхода в сеть. До 40% трафика Рунета приходится на мобильные устройства.

По возрасту аудитория Интернета может быть охарактеризована следующим образом: дети от 12–17 лет составляют около 10% аудитории, лица 18–24 года – 18%, 25–34 года – 27%, 35–44 года – 22%, 45–54 года – 15%, 55–64 года – 18% [6].

На государственном уровне в России также активно внедряются информационные технологии, лидером в данном направлении является Москва. Здесь 70% горожан знают о госуслугах в Интернете, большинство регулярно используют электронные формы документов и заявлений. Активно внедряются

все новые сферы применения информационных технологий в системе государственного управления: электронный дневник, активный гражданин, электронная отчетность и платежи, электронная приемная, крауд-сорсинг проекты и прочее, в том числе и в сфере социальной работы.

В каждом субъекте Российской Федерации на основании данных, предоставляемых поставщиками социальных услуг, формируется Регистр получателей социальных услуг, который содержит необходимую информацию о получателе социальных услуг:

- 1) регистрационный номер учетной записи;
- 2) фамилия, имя, отчество;
- 3) дата рождения;
- 4) пол;
- 5) адрес (место жительства), контактный телефон;
- 6) страховой номер индивидуального лицевого счета;
- 7) серия, номер паспорта или данные иного документа, удостоверяющего личность, дата выдачи этих документов и наименование выдавшего их органа;
- 8) дата обращения с просьбой о предоставлении социальных услуг;
- 9) дата оформления и номер индивидуальной программы;
- 10) наименование поставщика или наименования поставщиков социальных услуг, реализующих индивидуальную программу;
- 11) перечень социальных услуг, предоставленных и предоставляемых получателю социальных услуг в соответствии с заключенным договором о предоставлении социальных услуг с указанием тарифов, стоимости социальных услуг

для получателя социальных услуг, источников финансирования, периодичности и результатов их предоставления;

12) иная информация.

Ведение такого регистра также осуществляется с использованием информационных технологий.

Чаще всего интернет-пользователи ищут информацию (73% точной аудитории), 64% узнают новости, а 63% общаются в соцсетях. Так или иначе, почти 80% аудитории Рунета пользуются соцсетями. При этом подавляющая часть аудитории – лица от 12 до 34 лет (Таблица 6).

Наиболее активно используются молодежью до 24 лет социальные сети Twitter и «ВКонтакте». Сеть дает возможность не только общаться, но и представлять себя сообществу через индивидуальный профиль, достигать совместные цели путем кооперации, обмениваться информацией и ресурсами, проводить опросы мнений и голосования, наращивать и реализовывать профессиональные навыки (посредством обучающих программ и видеолекций, расширения круга профессиональных и личных контактов, распространения информации о себе). Все это необходимо использовать для повышения эффективности социальной работы, в том числе с привлечением волонтеров.

Сегментирование аудитории получателей социальных услуг по нескольким основаниям позволит разрабатывать и применять избирательный, дифференцированный подход к ведению социальной работы, что значительно повышает ее эффективность.

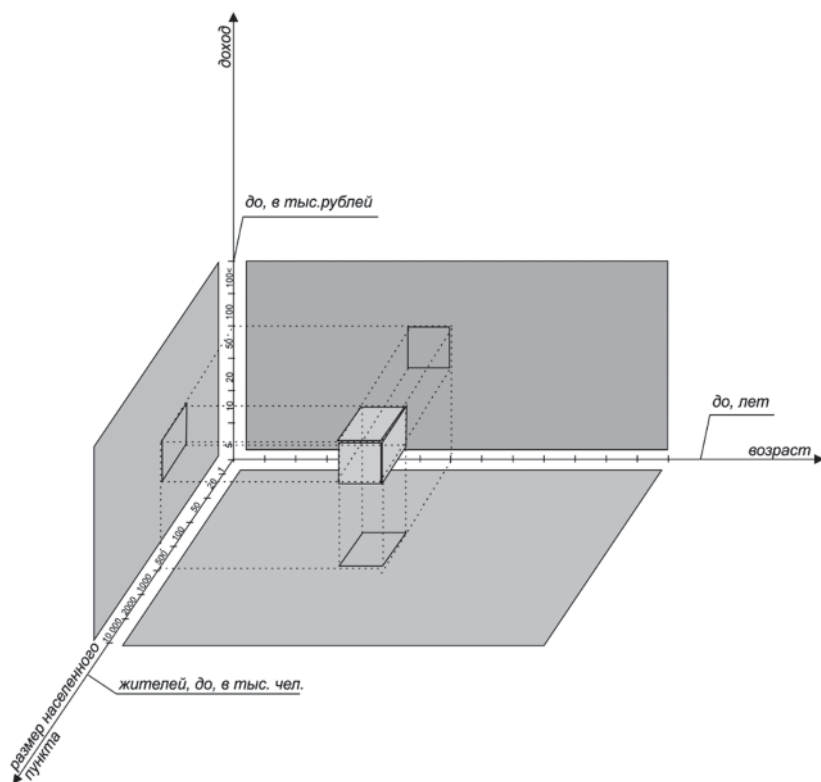


Рис. 1. Матрица сегментирования молодежной аудитории при помощи технологии социальных сетей

В представленной матрице сегментирование проводится по трем признакам: место проживания, возраст и доход. Матрицу можно расширить путем добавления дополнительных параметров для отбора более узких групп потребителей социальных услуг с целью оказания специализированной, практически адресной помощи. Для достижения данной цели также незаменимы информационные технологии.

Также не менее важным направлением социальной работы с использованием информационных технологий является определение актуальных направлений приложения сил и проявления гражданской ответственности, например, организация волонтерского движения. Также посредством социальных сетей можно эффективно организовывать поиск ресурсов для реализации различных социальных проектов (краудфантинг).

Краудфандинг (народное финансирование, от англ. crowd funding, crowd – «толпа», funding – «финансирование») – это коллективное

сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои ресурсы, чтобы поддержать некоммерческие проекты. Сбор средств может служить для различных целей – помочь пострадавшим от стихийных бедствий, поддержка со стороны болельщиков, поддержка политических кампаний, финансирование стартап-проектов малого предпринимательства, разработка общедоступного программного обеспечения, создание объектов культуры, получение прибыли от совместных инвестиций и др.

Так, с помощью социальных сетей можно стать волонтером, принять участие в совместном проекте или опубликовать свой собственный проект и найти единомышленников.

Такие инструменты дают возможность не только осуществлять различные программы, но и отслеживать, развивать наиболее актуальные проекты. При этом необходимо понимать, что мониторинг актуальности социальных проектов должен осуществляться как со сто-

роны потенциальных участников, так и потребителей. Реализация качественного мониторинга потребительской оценки социальных проектов возможно только в различных социальных сетях с их набором уже опробованного и широко используемого инструментария формирования групп, оценок и весов.

Современная социальная работа должна вестись с использованием самого широкого спектра информационных технологий, позволяющих осуществлять коммуникации, проводить мониторинг, определять рейтинг, проводить платежи, анализировать изменения и отслеживать географию участников.

Геймификация (игрофикации) – новый тренд развития самых разных социальных процессов. Основной принцип игрофикации – постоянная, измеримая обратная связь с пользователем, обеспечивающая возможность динамичной корректировки пользовательского поведения и, как следствие, быстрое освоение всех функциональных возможностей приложения и поэтапное погружение пользователя в задачи проекта.

Важным элементом игрофикации является создание темы, легенды, предыстории игры. Это способствует созданию у пользователей ощущения сопричастности, вклада в общее дело, интереса к достижению каких-либо поставленных в игре целей. Кроме того, при игрофикации применяется поэтапное изменение и усложнение целей и задач по мере приобретения пользователями новых навыков и компетенций, что обеспечивает развитие эксплуатационных результатов при сохранении пользовательской вовлеченности.

Основные аспекты игрофикации:

- динамика – использование сценариев, требующих внимания пользователя и реакции в реальном времени;
- механика – использование сценарных элементов, таких как виртуальные награды, статусы, очки, виртуальные товары;
- эстетика – создание общего игрового впечатления, способству-

ющего эмоциональной вовлеченности;

- социальное взаимодействие – широкий спектр техник, обеспечивающих межпользовательское взаимодействие, характерное для игр.

Игрофикация дает очень мощный стимул вовлечения в социальные процессы – социальные задачи, лежащие в основе игровых технологий, становятся разделяемыми участниками игры.

Игровые технологии могут изменять и формировать модели социального поведения, для чего необходимо, чтобы игры имели образовательную или воспитательную компоненту, их идея была основана на высоких духовных и культурных принципах.

Больше трети мужчин и почти половина россиян в возрасте 18–30 лет играют в компьютерные игры. Самыми популярными являются казуальные игры и головоломки, игры-симуляторы, гонки, футбол, на третьем месте боевики и экшн, аркады. При этом 18% суточной аудитории Интернета участвует в он-лайн играх. При этом 32% респондентов (из 59% опрошенных) не возражают против увлечения своих близких компьютерными играми, т.к. это отвечает духу времени и развивает ребенка, позволяет отдохнуть, если не злоупотреблять временем, проведенным возле компьютера. Респонденты также выражали озабоченность вредом от чрезмерного увлечения компьютерными играми (24%) из-за возникающей зависимости, вреда для психики, обилию агрессии и жестокости, отсутствию полезной информации [10].

Поэтому компьютерные игры, которые несомненно являются неотъемлемой частью современной действительности, необходимо использовать для решения культурных, образовательных, просветительских задач. Такой инструмент может стать наиболее эффективным для проведения социальной работы с детской и молодежной аудиторией. При этом следует понимать, что задействовать можно не только обеспеченные слои населения, но и более широкую аудиторию, т.к. мобильный телефон сегодня также яв-

ляется активно используемым устройством для игр и эти приложения доступны практически для всех.

Еще одним направлением социальной работы с использованием информационных технологий может стать образование и личное развитие молодежи. Сегодня россияне активно используют Интернет-библиотеки, обучающие сайты, специальные обучающие компьютерные программы и игры, видеоуроки и лекции, ролики, где рядовые граждане делятся своими достижениями в различных областях, обмениваются опытом, рецептами, секретами мастерства. Растет популярность дистанционных форм образования [13].

Данная тенденция должна быть использована органами государственной власти, отвечающими за социальную работу для того, чтобы дать возможность максимальному количеству молодых людей не только определиться в профессии, получить образование, повысить квалификацию, соответствовать современным требованиям рынка труда, но и найти себя в жизни, совершенствоваться и развиваться непрерывно.

Все сказанное выше подводит к выводу о необходимости ведения централизованной, управляемой, планомерной деятельности по совершенствованию методологии и инструментария социальной работы с молодежью. Наиболее целесообразно в данном контексте создание централизованного Интернет-ресурса, посвященного взаимоотношениям государства и молодежной аудитории. Данный ресурс должен объединить одновременно несколько сфер социальной работы:

- информирование и просвещение;
- организация взаимодействия органов государственной власти, некоммерческих организаций, волонтеров и получателей социальных услуг;
- выявление и учет нуждающихся в помощи;
- психологическая консультация, развитие личности;
- социальная адаптация воспитанников детских домов и молодых

людям, находящимся в трудной жизненной ситуации;

- противодействие асоциальному поведению;
- формирование культурных и духовных ценностей, развитие личности;
- профессиональная ориентация, образование, трудоустройство и развитие карьеры;
- формирование гражданской идентичности, воспитание патриотизма;
- Всероссийское волонтерское движение;
- популяризация здорового образа жизни;
- научные исследования по вопросам демографии и молодежной политики.

Реализация указанных выше функций социальной работы с молодежью должно осуществляться, с одной стороны, за счет популярных и эффективных методик взаимодействия пользователей современных технологий – социальных сетей и компьютерных игр, специально создаваемых для данной цели, а, с другой стороны, путем офф-лайн работы с молодежью. Такой подход позволит заинтересовать и привлечь молодых людей, наиболее сбалансированным образом охватить максимально широкую аудиторию, при этом не подорвать сложившуюся систему социальной помощи подросткам и не способствовать чрезмерному увлечению он-лайн общением в ущерб реальной жизни.

Поэтому мощным средством организации социальной работы является одновременное развитие привлекательных для молодежи офф-лайн программ, таких как отдых, поездки и экскурсии по территории России.

Туризм дает возможность молодым людям приобщиться к культурным и историческим ценностям, развивать чувство патриотизма, укрепить здоровье и увидеть, как живут люди в других уголках страны, узнать их нравы и обычаи, повысить толерантность к другой вере, культуре, убеждениям. Кроме того, выработанная привычка к путешествиям со временем становится потребностью, позволяет

значительно расширить кругозор и более осознанно сделать выбор профессии, успешно самореализоваться в обществе, встать на путь совершенствования и духовного развития личности. Также туризм включает большое количество сфер приложения предпринимательской активности и творческого потенциала молодежи.

Однако, исследование туристских предпочтений молодых людей в возрасте от 16 до 30 лет позволяют сделать вывод о слабой осведомленности российской молодежи о туристских ресурсах своей страны. Подавляющее большинство молодых людей являются активными путешественниками, но предпочитают поездки за границу. Туры по России ассоциируются с поездками к родственникам, скучным отдыхом, школьными экскурсиями. Вместе с тем, 68% опрошенных московских студентов никогда не были в Санкт-Петербурге, 43% ни разу не отдыхали на побережьях Черного, Азовского или Балтийского морей, 32% никогда не посещали города Золотого кольца. Большинство респондентов отзываются о турах по России как о неинтересном и немодном направлении, хотя и признают, что хотели бы узнать свою страну, интересуются историей и получали удовольствие от групповых школьных экскурсий.

Молодежный туризм мог бы стать продолжением социальных программ, осуществляемых на централизованном Интернет-ресурсе, когда результаты информационной работы закрепляются на практике, в формате живого общения.

Для развития молодежного туризма, кроме преодоления общих проблем, тормозящих развитие внутреннего и въездного туризма, необходимо реализовать комплекс специальных мероприятий.

Необходимо создать сеть специализированных молодежных туристских кластеров, представляющих из себя площадку для организации отдыха, проведения спортивных мероприятий и занятия спортом, проведения выездных обучающих программ, творческих и музыкальных фестивалей, развле-

чения, встреч и общения молодежи. Размещение молодежных туристских кластеров показано в районах, благоприятных по расположению природных рекреационных ресурсов и транспортной доступности, в том числе автомобильным, общественным и железнодорожным транспортом. Инфраструктура молодежного туристского кластера должна включать несколько категорий средств размещения: места для кемпинга, хостел, гостиницы разных категорий – для обеспечения альтернативы выбора условий отдыха и величины бюджета.

Все молодежные туристские кластеры должны быть объединены во Всероссийскую молодежную туристскую сеть. Во всех кластерах, независимо от их расположения, должен предоставляться единый минимум услуг, действовать одни правила безопасности, использоваться унифицированный стиль оформления, использоваться централизованная система продвижения.

Молодежные туристские кластеры должны быть рассчитаны на круглогодичный прием туристов, поэтому желательно избегать узкой сезонной специализации услуг предприятий туристской инфраструктуры кластера. Расширение спектра услуг позволит снизить сезонные колебания спроса.

Также активизировать спрос и привлечь молодежную аудиторию поможет организация ряда ежегодных мероприятий, проходящих на площадках данных кластеров. Мероприятия могут носить музыкальную, юмористическую, профессиональную, образовательную, этно-культурную, политическую, патриотическую, экологическую и другую направленность. Организация таких мероприятий возможна в форме семинаров, конкурсов, форумов, соревнований, смотров, слетов, вечеров знакомств, концертов, фестивалей и т.д. Полезно также рассмотреть вопрос о гастролировании некоторых событийных мероприятий по основным молодежным туристским кластерам в течение года.

Ввиду особой вовлеченности молодежной аудитории в инфор-

мационный обмен посредством Интернета, продвижение услуг молодежных туристских кластеров должно проводиться понятными и близкими для целевой аудитории методами. Для этого необходимо организовать работу в социальных сетях и сформировать специализированную социальную сеть, объединяющую путешественников молодежной аудитории. Также продвижение может осуществляться посредством разработки специализированного игрового контента. Создание ряда компьютерных игр с использованием тематики туристских ресурсов различных регионов России может стать удачным способом привлечения молодежной аудитории.

Кроме того, развитию молодежного туризма послужит разработка мер по повышению доступности туристских услуг для студентов и учащихся. Необходимо рассмотреть возможность установления льготных тарифов для учащихся дневной формы обучения на всех видах транспорта, включая авиационный и железнодорожный. Кроме того, следует ввести единый тариф стоимости посещения музеев и учреждений культуры для школьников и студентов. Отчасти данный вопрос может быть решен предоставлением комбинированного или комплексного доступа к туристским услугам, объединяя маркетинговые усилия различных участников туристского рынка. Примером могут служить международные студенческие карты ISIC (International Student Identify Card), карты преподавателей, ITIC (International Teacher Identify Card), молодежные карты IYTC (International Youth Travel Card) и EURO < 26, туристическая дисконтная карта «Moscow Pass», электронный туристический билет «Подорожник», действующий в Санкт-Петербурге и другие системы.

Финансирование создания Интернет-ресурса и объектов туристской инфраструктуры должно проходить на условиях государственно-частного партнерства, участие в таких проектах может быть весьма перспективным для коммерческих

компаний, ориентированных на работу с молодежной аудиторией.

Таким образом, сегодня необходимо активизировать применение современных технологий при организации социальной работы с молодежью. Это является не только залогом повышения эффективности таких мероприятий, но и необходимым условием жизнеспособности социальных проектов.

Литература

1. Белозерова Ю.М. Стратегическое управление сферой туристских услуг как частью культурной среды общества с целью социально-экономического развития регионов Российской Федерации: Монография. – М.: ГИТР, 2014. – 276 с.

2. Бугайчук Т.В., Тарханова И.Ю. Изучение социально-психологической активности современной молодежи (на примере Ярославской области) // Youth World Politic. – 2013. – № 1. – С. 81–85.

3. Бугайчук Т.В., Тарханова И.Ю. Роль образования в формировании гражданина // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 3. С. 235.

4. Воронников В.Л. Профилактика асоциальных явлений в молодежной среде (результаты опытно-экспериментальной работы) // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. № 3 (107). С. 162–165.

5. Ерохин Ю.С. Кризис в технологии социальной работы с молодежью: проблемы анализа и диагностики // Социальная политика и социология. 2010. № 7. С. 149–154.

6. Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2014. // fom.ru/SMI-i-internet/11740

7. Куценко А.А., Панов А.В., Ляпунцова Е.В. Операции с немате-

риальным ресурсом // Вестник развития науки и образования. – 2013. № 4. С. 122–128.

8. Ляпунцова Е.В. «Тонкая настройка» положений закона // Народное образование. – 2014. № 7. С. 57–58.

9. Москвичёва А.А. Технологии социальной работы с молодежью в Алтайском крае // Вестник ТОГИРРО. 2013. № 2. С. 469–470.

10. ТелеФОМ – телефонный опрос граждан РФ от 18 лет и старше. 25–26 мая 2013. // fom.ru/rultura-i-dosug/10991

11. Тесленко А.Н. Социальная работа с молодежью: социально-технологический подход // Современные технологии управления. – 2014. № 10 (46). С. 42–45.

12. Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» в ред. от 21.07.2014 № 256-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 2014, № 30 (Часть I), ст. 4257

13. ФОМнибус – опрос граждан РФ от 18 лет и старше. 01.09.2013. // corp.fom.ru/technologii/fomnibus.html

14. TNS Web-Index, 2014 // http://tns-global.ru

References

1. Belozerova Yu.M. Strategic management of the sphere of tourist services as part of the cultural environment of society for the purpose of social and economic development of regions of the Russian Federation: Monograph. M.: GITR, 2014. – 276 s.

2. Bugajchuk T.V., Tarhanova I.Yu. Studying of social and psychological activity of modern youth (on the example of the Yaroslavl region) // Youth World Politic. – 2013. – № 1. – S. 81–85.

3. Bugajchuk T.V., Tarhanova I.Yu. Education role in formation of the citi-

zen // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. 2014. № 3. S. 235.

4. Vorotneykov V.L. Prevention of the asocial phenomena in the youth environment (results of skilled and experimental work) // Vestneyk Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki. – 2012. № 3 (107). S. 162–165.

5. Erohin Yu.S. Crisis in technology of social work with youth: problems of the analysis and diagnostics. // Socialnaya politika i sociologiya. 2010. № 7. S. 149–154.

6. Internet v Rossii: dinamika proniknoveniya. Leto 2014. // fom.ru/SMI-i-internet/11740

7. Kucenko A.A., Panov A.V., Lyapunova E.V. Operations with a non-material resource // Vestneyk razvitiya nauki i obrazovaniya. – 2013. № 4. S. 122–128.

8. Lyapunova E.V. “Thin setting up” provisions of the law // Narodnoe obrazovanie. – 2014. № 7. S. 57–58.

9. Moskvichyova A.A. Technologies of social work with youth in Altai Krai // Vestneyk TOGIRRO. 2013. № 2. S. 469–470.

10. TeleFOM – telefonnyj opros grazhdan RF ot 18 let i starshe. 25–26 maya 2013 // fom.ru/rultura-i-dosug/10991

11. Teslenko A.N. Social work with youth: social and technological approach. // Sovremennye tehnologii upravleniya. – 2014. № 10 (46). S. 42–45.

12. The federal law of December 28, 2013 No. 442-FZ “About bases of social service of citizens in the Russian Federation” in an edition of 21.07.2014 No. 256-FZ // the Russian Federation Code, 2014, No. 30 (Part I), Art. 4257

13. FOMnibus – opros grazhdan RF ot 18 let i starshe. 01.09.2013. // corp.fom.ru/technologii/fomnibus.html

14. TNS Web-Index, 2014 // http://tns-global.ru