



**Институт Развития  
Свободы Информации**  
[www.svobodainfo.org](http://www.svobodainfo.org)

## **Методика мониторинга сайтов некоммерческих организаций**

**Санкт-Петербург  
2011**

## **Авторы:**

Павлов И.Ю., Голубева Е.Г., Голубев В.О., Пестова А.О., Толстенева Т.А.  
Под редакцией канд. юрид. наук И.Ю. Павлова

## **Аннотация**

Мониторинг сайтов некоммерческих организаций — исследование, позволяющее дать объективную оценку состоянию порталов НКО, оценить уровень открытости/закрытости каждой конкретной организации в частности и некоммерческого сектора в целом, а также оценить возможности доступа граждан к информации о деятельности некоммерческих организаций и к значительному объему социально значимых сведений, которые в ходе своей работы аккумулируют и создают сотрудники НКО.

Основным инструментом мониторинга сайтов некоммерческих организаций является методика, позволяющая определять степень информационной доступности сайтов НКО. Предлагаемая методика мониторинга является средством получения основных индикаторов, показывающих реальное положение дел в сфере внедрения ИКТ в деятельности некоммерческих организаций.

Данная методика была разработана на основе методики мониторинга официальных сайтов органов власти, причем последняя неоднократно проверена в процессе исследовательской деятельности Института Развития Свободы Информации, в том числе при исполнении государственного заказа в интересах Российской Федерации.

Авторы методики являются экспертами Института развития свободы информации.

## **Оглавление**

<b>ОГЛАВЛЕНИЕ .....</b>	<b>4</b>
<b>ОГЛАВЛЕНИЕ .....</b>	<b>4</b>
<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>5</b>
<b>ОПИСАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ МОНИТОРИНГА.....</b>	<b>11</b>
<b>ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МОНИТОРИНГА .....</b>	<b>13</b>
<b>ЦИКЛ, ЭТАПЫ И ЗАДАЧИ МОНИТОРИНГА .....</b>	<b>13</b>
<b>ТРЕБОВАНИЯ К ИСПОЛНИТЕЛЯМ ПРОВЕДЕНИЯ МОНИТОРИНГА .....</b>	<b>15</b>
<b>ПОРЯДОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЗНАЧЕНИЙ КОЭФФИЦИЕНТОВ СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ И РЕЛЕВАНТНОСТИ .....</b>	<b>17</b>
<b>ПАРАМЕТРЫ И КРИТЕРИИ МОНИТОРИНГА .....</b>	<b>18</b>
<b>ПОРЯДОК ОЦЕНКИ ПАРАМЕТРОВ .....</b>	<b>22</b>
<b>ПОРЯДОК РАСЧЕТА ИТОГОВОГО КОЭФФИЦИЕНТА ИНФОРМАЦИОННОЙ ДОСТУПНОСТИ САЙТА НКО .....</b>	<b>23</b>
<b>ФОРМИРОВАНИЕ РЕЙТИНГА ИНФОРМАЦИОННОЙ ДОСТУПНОСТИ САЙТОВ НКО</b>	<b>25</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>26</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В НАСТОЯЩЕЙ МЕТОДИКЕ .....</b>	<b>29</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ОСНОВНЫЕ НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ, ДЕЙСТВУЮЩИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ЗАТРАГИВАЮЩИЕ ВОПРОСЫ ДОСТУПА К ИНФОРМАЦИИ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ .....</b>	<b>30</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ПЕРЕЧЕНЬ КОЭФФИЦИЕНТОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ИССЛЕДОВАНИИ.....</b>	<b>31</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ПРИМЕР РАСЧЕТА ЗНАЧЕНИЯ КОЭФФИЦИЕНТА ИНФОРМАЦИОННОЙ ДОСТУПНОСТИ .....</b>	<b>34</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ОБЗОР МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ РЕЙТИНГОВАНИЯ САЙТОВ НКО.....</b>	<b>37</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 6. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДИКИ МОНИТОРИНГА САЙТОВ ДЛЯ</b>	

## **Введение**

Основные направления информационной политики России на ближайшие годы сформулированы в «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации» - документе, подготовленном с учетом международных обязательств Российской Федерации, Доктрины информационной безопасности Российской Федерации, федеральных законов, а также нормативных правовых актов Правительства Российской Федерации, определяющих направления социально-экономического развития, повышения эффективности государственного управления и взаимодействия органов государственной власти и гражданского общества в Российской Федерации. Стратегия развития информационного общества основывается прежде всего на том факте, что достижение определенных положительных результатов в сфере построения в нашей стране информационного общества невозможно без «совместных целенаправленных усилий органов государственной власти, бизнеса и гражданского общества».

Документ обобщает и имеющийся международный опыт, убедительно доказывающий, что в XXI веке высокие технологии — информационные и телекоммуникационные — стали локомотивом социально-экономического развития многих стран мира.

На сегодняшний день осуществление взаимодействия государство-бизнес-НКО-граждане значительно упрощают информационные технологии, получившие удобное и простое воплощение в форме сайтов в глобальной сети «Интернет». При современном уровне развития информационных технологий обязательным атрибутом и важнейшим источником информации о деятельности каждого государственного органа, органа местного самоуправления, коммерческой либо некоммерческой организации становятся их сайты. Отсутствие собственного представительства НКО в виртуальном пространстве значительно снижает качество ее работы и усложняет взаимодействие как с ведомствами, так и с партнерскими организациями, гражданами.

Сайты в сети «Интернет» играют сегодня значимую роль и в деятельности отечественных НКО. Наличие качественного сайта, наполненного соответствующей достоверной информацией, поддерживаемого в актуальном состоянии, позволяет не только повысить эффективность самой некоммерческой организации, но и помогает решить проблему доступа граждан к информационным ресурсам НКО, сделать некоммерческие организации более прозрачными по отношению к обществу, повысить социальную ответственность сотрудников НКО. Все это, в свою очередь, повышает доверие граждан к «третьему сектору».

По содержанию сайтов некоммерческих организаций можно судить об уровне открытости или закрытости конкретных НКО и «третьего сектора» в целом, о возможностях доступа граждан к информации о деятельности некоммерческих организаций, о прозрачности в сфере финансирования и управления бюджетом НКО, а также об общей открытости организации по отношению к обществу.

В настоящее время сеть «Интернет» является самым эффективным средством для

взаимодействия. Она позволяет НКО наиболее оптимальным, быстрым и самым экономичным способом распространять информацию о своей деятельности и доводить до сведения общественности свою точку зрения по тем или иным вопросам. Более того, участие в едином информационном пространстве является единственно возможным путем обеспечить гражданам, организациям, органам власти равную общедоступность информационных ресурсов некоммерческого сектора, независимо от мест проживания и расположения адресатов.

Некоммерческие организации, которые рассказывают о своей деятельности в режиме он-лайн, снимают тем самым целый ряд наиболее болезненных вопросов, нивелируют распространение слухов и домыслов, окружающих в силу различных причин российский некоммерческий сектор, становятся более ответственными по отношению к исполнению своих обязанностей и более прозрачными и подотчетными для граждан.

Иные средства распространения информации, в том числе СМИ, могут лишь представлять собственную интерпретацию собственной точки зрения некоммерческой организации, не всегда совпадающую с позицией первоисточника. Наличие общедоступных сайтов НКО позволяет даже неискушенному гражданину в кратчайшие сроки отыскать требуемую информацию.

Однако до сих пор информирование населения о деятельности некоммерческих организаций в России носит ограниченный и нерегулярный характер. Непосредственный (личный) доступ к информации о деятельности НКО может, в лучшем случае, получить ограниченный круг граждан, проживающих в регионе, в котором работает некоммерческая организация. Сведения о деятельности НКО, публикуемые в СМИ, также обычно носят случайный и нерегулярный характер.

Таким образом, мы можем говорить об определенном противоречии между возрастающей социальной ролью сети «Интернет» как одного из основных информационных источников и недостаточным представлением информации о деятельности организаций «третьего сектора» в виртуальном пространстве. Для разрешения данного противоречия прежде всего необходимо оценить текущее состояние присутствия некоммерческих организаций в глобальном информационном пространстве, для чего и был разработан инструментарий мониторинга сайтов НКО.

Мониторинг сайтов НКО базируется на трех основных «китах»: это действующее законодательство Российской Федерации, международный и отечественный опыт в сфере информационной открытости НКО, а также мнение авторитетных экспертов, имеющих значительный опыт работы, как в исследовательской сфере, так и в вопросах деятельности некоммерческих организаций.

#### *Законодательное регулирование:*

Здесь необходимо представлять следующее: в России до сих пор не существует единого закона, регулирующего обязательства и ответственность некоммерческих организаций в сфере информационного взаимодействия с органами власти, партнерскими организациями и гражданами, соответственно, нет и единых правил размещения информации на сайтах НКО. Также отсутствуют нормы, обязывающие некоммерческие организации создавать и вести свои сайты в сети «Интернет».

Что же легло в таком случае в основу методики исследования?

Во-первых, это Федеральный Закон «О некоммерческих организациях», в частности, статья 32, предусматривающая предоставление информации о деятельности НКО соответствующим ведомствам, а также обязательную публикацию ежегодных отчетов о деятельности некоммерческой организации в сети «Интернет» или в средствах массовой информации.

Также имеет смысл упомянуть в этом контексте Приказ Минюста России от 07.10.2010 № 252 «О порядке размещения в сети «Интернет» отчетов о деятельности и сообщений о продолжении деятельности некоммерческих организаций».

Данными нормативными правовыми актами предусматривается устремление информационного потока от НКО к официальным ведомствам, но не от НКО к гражданам, хотя конечный потребитель «услуг» некоммерческих организаций — это именно пользователь, гражданин. При этом сведения о работе НКО не составляют ни государственную, ни коммерческую тайну, что позволяет сделать логичный вывод о возможности открытия информации не только для контролирующих ведомств, но и для граждан, тех, для кого и работают НКО.

Дополнительные нормативные правовые акты перечислены в Приложении 2 к данной методике.

Во-вторых, мы взяли за основу релевантные нормы законодательства, регламентирующего вопросы доступа к информации о деятельности органов власти. Основные задачи, которые призваны решать как официальные ведомства, так и некоммерческие организации, — это задачи по защите социальных интересов и прав граждан. Вышеупомянутые структуры являются прежде всего социально ориентированными и публичными, что позволяет в известной степени проводить аналогии и сравнения в тех аспектах, которые касаются информационной открытости и информационного же взаимодействия.

#### *Международный и отечественный опыт:*

Внедрение информационных технологий в деятельность некоммерческих организаций является одним из приоритетных направлений в работе НКО многих государств. Очевидно, что информационные технологии способны стать связующим звеном при взаимодействии некоммерческих организаций, государства и общества, обеспечить открытость НКО и предоставить новые возможности для работы граждан как с некоммерческим сектором, так и в самом некоммерческом секторе. В перспективе, распространение информации о деятельности некоммерческой организации в сети «Интернет» может и должно привести к становлению гражданского общества, открытому участию граждан с активной позицией в различных социальных проектах. Иными словами, реальное обеспечение прав граждан на свободный поиск и получение информации — в том числе и информации о деятельности некоммерческих организаций — является одним из важнейших условий развития демократии и построения правового государства.

Существует множество НКО, ориентированных на повышение уровня открытости и подотчетности «третьего сектора». Одни занимаются разработкой рекомендаций о составе и форме предоставления информации о деятельности НКО, необходимой для размещения на сайтах, другие проводят оценку сайтов НКО для определения уровня открытости как отдельных организаций, так и сектора в целом. Приведем наиболее яркие примеры зарубежных практик.

Во-первых, ведется работа по исследованию сайтов НКО. Так, в США независимые аналитики Charities Navigation (<http://www.charitynavigator.org>) на регулярной основе исследуют как сайты некоммерческих организаций, так и дополнительную информацию о деятельности НКО, взятую из открытых источников. На основе полученных сведений составляются аналитические материалы, позволяющие дать оценку прозрачности и подотчетности деятельности некоммерческих организаций в США.

Во-вторых, публикуются официальные заявления о том, какой должна быть подотчетная и прозрачная организация. Подобного рода документы позволяют НКО определить вектор информационной направленности на ближайшие годы. В качестве примера можно привести «Манифест о прозрачности» Impact Coalition ([http://www.civilsociety.co.uk/docs/ImpACT\\_Coalition\\_Transparency\\_Manifesto.pdf](http://www.civilsociety.co.uk/docs/ImpACT_Coalition_Transparency_Manifesto.pdf)) — программный документ, в котором изложено девять базовых принципов раскрытия информации о деятельности некоммерческих организаций.

В-третьих, разрабатываются особые программы, позволяющие осуществить взаимодействие между НКО и различными структурами, а также выработать универсальные подходы к решению проблемы доступа к информации. Здесь можно вспомнить программу «Легитимность, прозрачность, подотчетность (ЛПП)» (<http://lta.civicus.org/component/content/article/40-about-lta>) — результат партнерства CIVICUS и Центра некоммерческих организаций Хаузера (The Hauser Center for Nonprofit Organizations) при Гарвардском университете (<http://www.hks.harvard.edu/hauser/>). CIVICUS координирует взаимодействие и обмен опытом в сфере ЛПП между национальными ассоциациями и сетевыми организациями, разработчиками концепций ([Keystone](#), [OWT](#)) и научными работниками, которые занимаются поиском универсальных подходов к решению задач в области подотчетности и прозрачности организаций гражданского общества.

Налицо в целом очень успешное информационное развитие зарубежных стран — и, в частности, информационное развитие зарубежных НКО — следовательно, можно и нужно учитывать накопленный опыт и в ходе мониторинга сайтов российских некоммерческих организаций.

Также при создании данной методики были учтены отечественные исследования и разработки в сфере повышения открытости и подотчетности НКО.

В частности, разработанная методика базируется на Принципе открытости деятельности НКО, который сформулирован в документе «Основные принципы деятельности некоммерческих организаций в РФ»<sup>1</sup>, созданном в 2007 году. В соответствии с этим принципом некоммерческая организация принимает меры к тому, чтобы все заинтересованные стороны:

- знали о деятельности НКО и имели доступ к ее контактной информации;
- могли получить по запросу краткую актуальную информацию о миссии, целях, задачах, структуре расходов и доходов и основной деятельности НКО;
- имели возможность ознакомиться с регулярным (годовым) отчетом НКО.

Некоммерческая организация вправе ограничивать доступ к информации, разглашение которой может привести к негативным последствиям, либо может быть

---

<sup>1</sup> <http://nkozakon.ru/coords/text/>

расценено как вторжение в личную жизнь граждан (в том случае, если такое ограничение доступа к информации прямо не запрещено законом).

Результаты актуальных отечественных работ в области прозрачности и подотчетности НКО также были приняты во внимание. Например, в процессе подготовки данной методики были учтены данные исследования «Общественная поддержка НКО в российских регионах: проблемы и перспективы» (вторая волна), проведенного в мае – июне 2010 года АНО «Социологическая мастерская Задорина» (группа ЦИРКОН) по заказу Агентства социальной информации (АНО «АСИ»)<sup>2</sup>, а также [итоги диалогов НКО с заинтересованными](#) экспертами «Прозрачность НКО глазами стейкхолдеров: нужна ли она?».<sup>3</sup>

#### *Экспертное мнение:*

На сегодняшний день большое значение имеет мнение экспертов, работавших как в некоммерческой сфере, так и в сфере защиты прав граждан на доступ к информации. Накопленные знания и полученный в ходе проведенной работы опыт позволяют составить авторитетное мнение и предложить свое видение информационного развития некоммерческих организаций, в том числе и на их сайтах в сети «Интернет». Все эксперты, участвующие в проведении мониторинга, также имеют значительный опыт в проведении анализа различных интернет-ресурсов, в том числе официальных сайтов органов власти.

*Также считаем нужным отметить крайне важный нюанс — вопрос обоснованных границ открытости информации о деятельности НКО.*

Говоря о необходимости большей открытости информации о деятельности НКО, в том числе в сети «Интернет», важно помнить, что специфика деятельности некоторых организаций может накладывать определенные обоснованные ограничения.

Например, высокая степень открытости и доступности информации о деятельности правозащитных организаций на Северном Кавказе может быть опасна для жизни и здоровья сотрудников таких организаций. НКО, занимающаяся защитой женщин от домашнего насилия на территориях, где доминирующей религией является ислам, также может быть справедливо не заинтересована в распространении информации о своей деятельности в отношении неограниченного круга лиц. Кроме того, частный жертвователю любой некоммерческой организации по субъективным причинам может возражать против публичного распространения информации о факте поддержки им деятельности той или иной НКО.

То есть, если информация о деятельности некоммерческой организации недоступна на сайте по соображениям безопасности сотрудников организации или ее отсутствие может быть объяснено спецификой деятельности НКО, такие границы открытости представляется целесообразно считать обоснованными.

Таким образом, использование в ходе мониторинга сайтов НКО трех основных

---

<sup>2</sup> <http://www.zircon.ru/upload/File/russian/publication/4/100709.zip>

<sup>3</sup> [http://nkozakon.ru/cms\\_content/news/3463/files/Rezultaty\\_dialogov\\_po\\_prozrachnosti\\_NKO\\_so\\_stejkhold](http://nkozakon.ru/cms_content/news/3463/files/Rezultaty_dialogov_po_prozrachnosti_NKO_so_stejkhold)  
..ppt

позиций — законодательной базы, международного и отечественного опыта, экспертной точки зрения — позволяет дать грамотную объективную оценку состоянию информационного развития современных российских некоммерческих организаций, а также задать вектор этого развития на ближайшее время.

Итак, хотелось бы поставить следующие вопросы: насколько в настоящее время реализован важнейший с точки зрения построения информационного общества принцип открытости и общедоступности информации о деятельности некоммерческих организаций? Насколько готовы НКО контактировать как с органами власти, так и с гражданами посредством новых информационных технологий? Какой объем информации предоставляется некоммерческими организациями на уже действующих сайтах в сети «Интернет»?

## **Описание методологии Мониторинга**

Методология мониторинга сайтов некоммерческих организаций (далее Мониторинга) включает в себя исследование и оценку информационного наполнения и технологических свойств сайтов некоммерческих организаций, вычисление коэффициента, характеризующего степень информационной доступности каждого сайта, формирование рейтинга информационной доступности сайтов НКО, а также выработку рекомендаций для некоммерческих организаций по поводу ведения ими своих сайтов.

При исследовании содержания сайтов некоммерческих организаций используется метод вэб-контент-анализа. Данный метод представляет собой изучение экспертами содержания сайтов в сети «Интернет» в режиме он-лайн для определения наличия или отсутствия на них выбранных количественных и качественных характеристик. Эффективность данного метода обусловлена максимальной его приближенностью к тем способам поиска информации, к которым прибегают обычные пользователи сайтов некоммерческих организаций.

Исследование содержания сайтов некоммерческих организаций проводится путем его сопоставления с рекомендациями экспертного сообщества по содержанию и оформлению сайтов НКО, (далее — Рекомендации к сайтам НКО), с учетом полноты, актуальности, навигационной и форматной доступности, социальной значимости контента. Рекомендации к сайтам НКО формулируются в виде перечня определенных параметров, характеризующих доступность информации о деятельности некоммерческих организаций на их сайтах.

Используемые в Мониторинге Рекомендации к сайтам НКО основаны на отдельных положениях действующего российского законодательства, накопленном международном опыте, а также позиции экспертов, имеющих значительный опыт работы как в некоммерческом секторе, так и в исследовательских проектах, а также проектах, связанных с реализацией права граждан на доступ к информации.

Таким образом, в рамках Мониторинга исследование сайтов НКО происходит по перечню параметров, которые оцениваются по определенным критериям.

Результатом Мониторинга являются интегрированные оценки сайтов некоммерческих организаций, которые в процентном соотношении отображают, насколько совокупность их количественных и качественных характеристик информационной доступности соответствует Рекомендациям к сайтам НКО.

Мониторинг базируется на следующих основополагающих принципах:

*Принцип открытости:* описание методики Мониторинга и его результатов публикуется для всеобщего сведения.

*Принцип независимости:* результаты Мониторинга зависят исключительно от оценок независимых экспертов.

*Принцип объективности:* результаты Мониторинга отражают текущую ситуацию в исследуемой сфере и не зависят от субъективного мнения и воли проводивших исследование лиц. Эксперты, участвующие в мониторинге, обладают соответствующими квалификацией и знаниями.

*Принцип законности:* Рекомендации к сайтам НКО не должны противоречить действующему законодательству.

Основным инструментом мониторинга сайтов НКО является методика, позволяющая определять степень информационной доступности данных сайтов.

Методика Мониторинга сайтов НКО позволяет проводить комплексное сравнительное исследование и оценку содержания сайтов НКО с точки зрения их информационной доступности. Кроме того, методика позволяет отслеживать динамику развития информационной доступности сайтов как отдельных некоммерческих организаций, так и всех некоммерческих организаций, входящих в объект одного цикла Мониторинга.

Важнейшим элементом при проведении Мониторинга является расчет итоговой оценки содержания сайта НКО (коэффициента информационной доступности). Каждый сайт НКО по совокупности оценок параметров получает свою оценку коэффициента информационной доступности. На основании данных оценок выстраивается рейтинг информационной доступности сайтов НКО путем их сортировки от первого к последнему по убыванию значения коэффициентов информационной доступности.

Полученные в ходе Мониторинга результаты позволяют судить об эффективности применяемых НКО мер, направленных на обеспечение доступности информации об их деятельности.

## Основные характеристики Мониторинга

**Предмет Мониторинга** - соответствие содержания сайтов некоммерческих организаций Рекомендациям к сайтам НКО.

**Объект Мониторинга** - сайты некоммерческих организаций в сети «Интернет».

В рамках Мониторинга исследуются сайты некоммерческих организаций в сети «Интернет», на которых размещается информация о деятельности НКО. В мониторинге участвуют сайты некоммерческих организаций, действующие на момент проведения исследования и подведения результатов мониторинга.

**Цель Мониторинга** - определение комплексной оценки степени информационной доступности сайтов НКО посредством их количественных и качественных характеристик.

## Цикл, этапы и задачи Мониторинга

**Цикл Мониторинга** - период времени, за который проводятся все этапы Мониторинга по сайтам выбранных некоммерческих организаций.

Мониторинг состоит из трех этапов:

1. Подготовительный этап, в ходе которого готовится экспертно-инструментальная база предстоящего цикла Мониторинга.
2. Прикладной этап, в ходе которого происходит непосредственное исследование и оценка сайтов НКО.
3. Заключительный этап, в ходе которого подводятся итоги Мониторинга.

### **Задачи Мониторинга:**

#### *Подготовительный этап:*

- Формирование группы экспертов (Группа А), которая будет разрабатывать или дорабатывать (с учетом опыта предыдущих циклов Мониторинга) и утверждать инструментарий для проведения Мониторинга в рамках предстоящего цикла (перечень параметров).
- Разработка или доработка (с учетом опыта предыдущих циклов Мониторинга) перечня параметров для оценки содержания сайтов НКО.
- Присвоение экспертами Группы А каждому параметру для каждой НКО коэффициента релевантности параметра.
- Присвоение экспертами Группы А каждому критерию по каждому параметру коэффициента релевантности критерия.
- Присвоение экспертами Группы А каждому параметру коэффициента социальной значимости.
- Формирование группы экспертов (Группа Б), которая проведет оценку параметров содержания сайтов НКО.

#### *Прикладной этап:*

- Первоначальная оценка экспертами (Группа Б) параметров содержания сайтов НКО в соответствии с перечнем и шкалой критериев.
- Вторичная<sup>4</sup> оценка экспертами (Группа Б) параметров содержания сайтов НКО в соответствии с перечнем и шкалой критериев.

*Заключительный этап:*

- Вычисление коэффициентов информационной доступности для каждого параметра по каждому сайту НКО.
- Вычисление итоговых коэффициентов информационной доступности для каждого сайта НКО.
- Вычисление среднего коэффициента информационной доступности сайтов НКО.
- Формирование рейтинга информационной доступности сайтов НКО.
- Формирование рейтингов сайтов НКО по различным параметрам и критериям, а также выявление зависимостей различных характеристик.
- Выработка рекомендаций для некоммерческих организаций по развитию своих сайтов.
- Выработка рекомендаций для производства следующего цикла Мониторинга.

## **Требования к исполнителям проведения мониторинга**

В Мониторинге задействованы две группы экспертов. Первая группа (Группа А) обеспечивает проведение подготовительного и заключительного этапов Мониторинга. Вторая группа (Группа Б) обеспечивает проведение прикладного этапа Мониторинга. Квалификационные требования к экспертам обусловлены характером задач, решаемых в рамках Мониторинга.

В Группу А входят эксперты, обладающие знаниями и имеющие значительный практический опыт в сфере некоммерческой деятельности, а также в области обеспечения доступа к информации.

Квалификация экспертов, входящих в Группу А, может подтверждаться:

- 1) наличием высшего образования;
- 2) наличием опыта работы (не менее 3 лет) в некоммерческой сфере;
- 3) наличием опыта (не менее 3 лет) научно-исследовательской деятельности в сфере обеспечения доступа к информации;
- 4) наличием опыта участия в судебных процессах, связанных с реализацией и защитой права на доступ к информации.

Руководитель Группы А должен соответствовать следующим квалификационным требованиям:

- 1) знания и опыт в сфере деятельности некоммерческих организаций, как в Российской Федерации, так и за рубежом;
- 2) стаж работы по юридической специальности не менее десяти лет;
- 3) опыт участия в судебных процессах, связанных с реализацией и защитой прав на доступ к информации;

---

<sup>4</sup> Данная задача может входить в прикладной этап Мониторинга в случае обеспечения коммуникации между участниками экспертной группы и представителями некоммерческих организаций, в ходе которой могут быть исправлены как ошибки в оценках экспертов, так и недостатки в содержании сайтов НКО.

4) опыт участия в научно-исследовательских работах, непосредственно связанных с исследованием сайтов;

5) наличие публикаций в рецензируемых научных изданиях по теме информационной открытости, а также по проблемам доступа к информации.

В Группу Б входят эксперты, обладающие знаниями в области обеспечения доступа к информации.

Квалификация экспертов, входящих в Группу Б, может подтверждаться:

- 1) наличием высшего образования;
- 2) наличием незаконченного высшего образования при наличии опыта работы в сфере оценки содержимого интернет-ресурсов;
- 3) наличием незаконченного высшего образования при наличии опыта научно-исследовательской деятельности в сфере обеспечения доступа к информации.

Руководитель Группы Б должен соответствовать следующим квалификационным требованиям:

- 1) знания в сфере деятельности некоммерческих организаций, как в Российской Федерации, так и за рубежом;
- 2) опыт участия в научно-исследовательских работах, непосредственно связанных с исследованием сайтов;
- 3) наличие публикаций в рецензируемых научных изданиях по теме информационной открытости.

Кандидаты в эксперты Группы Б проходят конкурсный отбор, организованный экспертами и руководителем Группы А. Конкурсный отбор проходит в два этапа. Первый этап проводится в форме собеседования по следующим теоретическим вопросам:

- правовое обеспечение доступа к информации;
- основы деятельности некоммерческих организаций;
- основы информационных технологий и сети «Интернет»;
- основные способы поиска информации в сети «Интернет»;
- основы навигации в сети «Интернет».

Второй этап конкурсного отбора - практический. Этот этап включает в себя выполнение кандидатом задания по поиску определенных категорий информации и сервисов на предложенном сайте.

Успешно проходят конкурсный отбор те кандидаты в эксперты Группы Б, которые показали наличие у них соответствующих знаний, а также наличие необходимых навыков для поиска информации на сайтах.

Перед каждым новым циклом Мониторинга эксперты Группы А проводят обучающий тренинг для лиц, успешно прошедших конкурсный отбор. В ходе тренинга обсуждаются особенности устройства и функционирования некоммерческих организаций, входящих в объект предстоящего цикла Мониторинга, изучаются положения Методики Мониторинга с уклоном на разбор существа параметров и критериев предстоящего цикла Мониторинга, а также проводится пилотный анализ сайтов нескольких НКО, входящих в предмет предстоящего цикла Мониторинга, с последующим разбором результатов пилотного анализа. После прохождения тренинга его участники проходят тест на понимание существа параметров и критериев соответствующего цикла Мониторинга. В Группу Б зачисляются эксперты, успешно прошедшие тест.

## Порядок определения значений коэффициентов социальной значимости и релевантности

Для повышения объективности исследования и учета неравнозначности оцениваемых параметров с точки зрения востребованности соответствующих информации или сервиса вводится **Коэффициент социальной значимости (Ксз)**. Этот коэффициент отражает степень социальной важности той или иной информации или сервиса и уровень общественного интереса к ним. Необходимость использования данного показателя обусловлена тем, что не все параметры являются равнозначными с точки зрения их социальной значимости. Например, сведения о точном адресе местонахождения некоммерческой организации более важны по сравнению с инструкцией по проезду на общественном транспорте к месту ее нахождения. Коэффициент социальной значимости имеет одно из трех значений:

- низкая степень социальной значимости –  $K_{сз} = 1$ ;
- средняя степень социальной значимости –  $K_{сз} = 2$ ;
- высокая степень социальной значимости –  $K_{сз} = 3$ .

Другим средством повышения объективности исследования является использование **Коэффициента релевантности параметра (Крп)** и **Коэффициента релевантности критерия (Крк)**. Их введение в методику объясняется двумя обстоятельствами:

- возможными различиями в структуре и организационно-правовой форме различных некоммерческих организаций, сайты которых оцениваются в рамках одного цикла Мониторинга (для этого используется Крп);
- спецификой параметра, связанной с возможностью его оценки только по части критериев (для этого используется Крк).

Для учета этой разницы эксперты Группы А проводят анализ положений действующего законодательства, определяющего правовой статус каждой некоммерческой организации. На основе такого анализа эксперты Группы А определяют те параметры, по которым эксперты не должны проводить оценку по всем критериям. Иными словами, эксперты с помощью данного показателя определяют, имеет ли данный параметр отношение к работе конкретной некоммерческой организации или нет.

Кроме того, некоторые параметры могут быть оценены не по всем критериям, а только по одному или нескольким из них. Это обстоятельство обусловлено существом информации или сервиса, которые определены соответствующим параметром.

Коэффициент релевантности параметра может иметь два значения:

- если параметр для определенного НКО не участвует в оценке сайта НКО –  $K_{рп} = 0$ ;
- если параметр для определенного НКО участвует в оценке сайта НКО –  $K_{рп} = 1$ .

Коэффициент релевантности критерия может иметь два значения:

- если критерий для определенного параметра не участвует в оценке сайта НКО –  $K_{рк} = 0$ ;
- если критерий для определенного параметра участвует в оценке сайта НКО –  $K_{рк}$

= 1.

## **Параметры и критерии Мониторинга**

Параметр для мониторинга сайтов НКО (далее параметр) – это свойство сайта некоммерческой организации, подлежащее оценке в рамках Мониторинга.

Параметры бывают двух типов: содержательные и технологические.

Под содержательным параметром понимается выявленное экспертами свойство сайта НКО, характеризующее его информационное наполнение.

Под технологическим параметром понимается выявленное экспертами свойство сайта НКО, характеризующее технологические, программные и лингвистические средства обеспечения пользования сайтами НКО.

Подготовке полного перечня параметров должно предшествовать следующее:

- анализ законодательства регулирующего деятельность некоммерческих организаций, а также законодательства об обеспечении доступа к информации;
- анализ международного и отечественного опыта в сфере создания, разработки и ведения сайтов;
- анализ позиций экспертов, касающихся вопросов обеспечения доступа к информации о деятельности некоммерческих организаций посредством сети «Интернет».

Соответствие содержания сайта НКО перечню параметров характеризует информационную доступность этого сайта. При этом каждый параметр получает свою интегрированную оценку информационной доступности.

Параметры оцениваются экспертами Группы Б по следующим критериям:

- наличие;
- полнота;
- актуальность;
- навигационная доступность;
- HTML доступность;
- файловая доступность;
- графическая доступность.

Использование данных критериев обусловлено задачами, которые стоят перед Мониторингом. Определенное сочетание данных критериев позволяет дать строгую, математическую оценку каждому параметру.

Критерии в зависимости от их существа разделяются на два типа: количественные (наличие и полнота) и качественные (актуальность, навигационная доступность и HTML доступность, файловая доступность, графическая доступность).

Критерии оцениваются путем выбора из заранее определенных вариантов значений. Количество вариантов значений по каждому критерию не превышает трех, что существенно облегчает работу экспертов и делает ее результаты более объективными.

Объективность результатов оценки критериев обусловлена выбором обоснованной, устойчивой и точной шкалы измерения:

- выбор ранговой шкалы обоснован, так как использование ее в исследовании обеспечивает изучение выбранного для исследования свойства объекта мониторинга;
- устойчивость шкалы характеризуется повторяемостью результатов измерения;
- точность шкалы означает, что она достаточно чувствительна для правильности измерения.

При мониторинге сайтов НКО оптимально чувствительной является трехбалльная система (шкала), что было определено эмпирическим путем. Использование в исследовании более чувствительной шкалы приведет к систематическим погрешностям.

При этом оценке подлежат только те критерии параметров, для которых Коэффициент релевантности критерия  $K_{rk} = 1$ .

**«Наличие»** – количественный критерий, характеризующий факт размещения на сайте НКО информации или сервиса, соответствующих параметру. При анализе параметра по критерию «Наличие» эксперты оценивают **Коэффициент наличия параметра ( $K_1$ )**, который может иметь два значения:

- в случае, если соответствующие параметру информация или сервис присутствует на сайте НКО –  $K_1 = 1$ ;
- в случае, если соответствующие параметру информация или сервис отсутствует на сайте НКО –  $K_1 = 0$ .

**«Полнота»** – количественный критерий, характеризующий достаточность объема размещенной на сайте НКО информации, для формирования целостного представления по соответствующему параметру.

Достаточная для формирования целостного представления информация характеризуется следующими признаками:

- 1) Количественный состав информации, размещенной на сайте некоммерческой организации, должен соответствовать составу сведений, созданных НКО в пределах своих полномочий за весь период ее деятельности. Например, если некоммерческой организацией за предшествующий период было подготовлено пять отчетов, то все пять отчетов должны быть размещены на сайте НКО;
- 2) Содержание информации, размещенной на сайте НКО, должно отражать весь необходимый объем информации по тому или иному параметру. Например, отчеты должны размещаться на сайте полностью, а не в виде извлечения или выдержки.

При определении полноты объема и состава информации необходимо исходить из буквального понимания параметра, основываясь на:

- требованиях нормативных правовых актов;
- логическом определении концептуального значения параметра.

При анализе параметра по критерию «Полнота» эксперты оценивают **Коэффициент полноты информации ( $K_2$ )**, который может принимать одно из трех значений в зависимости от степени полноты информации:

- высокая степень полноты (90-100%) –  $K_2 = 1$  (представлен весь необходимый состав сведений и вся информация изложена в полном объеме);
- средняя степень полноты (30-90%) -  $K_2 = 0,5$  (представлен весь необходимый состав сведений, но информация изложена не в полном объеме; либо представлен не весь необходимый состав сведений, но информация изложена в полном объеме);
- низкая степень полноты (5-30%) -  $K_2 = 0,2$  (представлена обрывочная информация).

**«Актуальность»** - качественный критерий, характеризующий степень частоты обновления информации на сайте НКО и сохранения ценности информации на момент ее анализа экспертами. Данный критерий зависит от динамики изменения характеристик информации во времени. При анализе параметра по критерию «Актуальность» эксперты оценивают **Коэффициент актуальности информации ( $K_3$ )**, который может принимать одно из трех значений в зависимости от степени актуальности информации:

- высокая степень актуальности –  $K_3 = 1$  (размещенная на сайте НКО информация является последней версией такой информации; учтены все изменения информации на момент оценки);
- средняя степень актуальности –  $K_3 = 0,85$  (на сайте НКО размещена предпоследняя версия информации; не учтены последние изменения, произошедшие не ранее, чем за 1 месяц до оценки);
- низкая степень актуальности –  $K_3 = 0,7$  (на сайте НКО размещены устаревшие сведения; не учтены изменения, произошедшие ранее, чем за 1 месяц до оценки).

**«Навигационная доступность»** - качественный критерий, характеризующий удобство поиска размещенной на сайте НКО соответствующей параметру информации. При анализе параметра по критерию «Навигационная доступность» эксперты оценивают **Коэффициент навигационной доступности ( $K_4$ )**, который может принимать одно из трех значений в зависимости от степени навигационной доступности размещенной на сайте НКО информации:

- высокая степень навигационной доступности –  $K_4 = 1$  (информация доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы сайта НКО. Количество таких переходов – не более 3);
- средняя степень навигационной доступности –  $K_4 = 0,95$  (информация доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы сайта НКО. Количество таких переходов – более 3 но менее 6);
- низкая степень навигационной доступности –  $K_4 = 0,9$  (информация доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы сайта НКО. Количество таких переходов – более 6, либо информация не доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы сайта НКО, или размещена в не соответствующем ее содержанию разделе).

**«HTML доступность»** - качественный критерий, характеризующий факт размещения на сайте НКО соответствующей параметру информации в формате HTML, который обеспечивает пользователям удобство ее поиска. При анализе параметра по критерию «HTML доступность» эксперты оценивают **Коэффициент HTML доступности ( $K_5$ )**, который может принимать одно из двух значений в зависимости от размещения или не размещения на сайте НКО информации в формате HTML:

- информация размещена на сайте НКО в формате HTML –  $K_5 = 1$ ;

- информация не размещена на сайте НКО в формате HTML –  $K_5 = 0,2$ .

**«Файловая доступность»** - качественный критерий, характеризующий факт размещения на сайте НКО соответствующего параметру документа в формате, обеспечивающем его сохранение на технические средства пользователя и допускающем возможность поиска и копирования фрагмента текста в документе (далее формат файла для скачивания), которая обеспечивает для пользователей дальнейшее использование информации. При анализе параметра по критерию «Файловая доступность» эксперты оценивают **Коэффициент файловой доступности ( $K_6$ )**, который может принимать одно из двух значений в зависимости от размещения или не размещения на сайте НКО документа в формате файла для скачивания:

- документ размещен на сайте НКО в формате файла для скачивания –  $K_6 = 1$ ;
- документ не размещен на сайте НКО в формате файла для скачивания –  $K_6 = 0,85$ .

**«Графическая доступность»** - качественный критерий, характеризующий факт размещения на сайте НКО соответствующего параметру документа в графическом формате точного образа документа, который обеспечивает для пользователей возможность ознакомиться с оригиналом документа (далее графический формат). При анализе параметра по критерию «Графическая доступность» эксперты оценивают **Коэффициент графической доступности ( $K_7$ )**, который может принимать одно из двух значений в зависимости от размещения или не размещения на сайте НКО документа в графическом формате:

- документ размещен на сайте НКО в графическом формате –  $K_7 = 1$ ;
- документ не размещен на сайте НКО в графическом формате –  $K_7 = 0,95$ .

*Полный список коэффициентов с описанием их существа и вариантов значений можно посмотреть в Приложении 3.*

## **Порядок оценки параметров**

Эксперты Группы Б самостоятельно анализируют каждый параметр каждого сайта НКО в соответствии с перечнем и шкалой критериев. Это исследование заключается в определении экспертами значений коэффициентов каждого релевантного критерия по каждому релевантному параметру для каждого сайта НКО.

Руководитель экспертной Группы Б по своему усмотрению может провести выборочную проверку полученных результатов. В случае расхождения оценок, руководитель Группы Б организует их обсуждение между всеми экспертами своей группы. Окончательное решение принимается на основе консенсуса после обсуждения аргументированного мнения каждого эксперта Группы Б. Если консенсуса достигнуть не удалось, то окончательное решение принимается голосованием большинством голосов всех экспертов Группы Б и руководителя этой группы. При равенстве голосов определяющим является мнение экспертов, к которому присоединяется руководитель экспертной Группы Б.

После того, как определены значения всех коэффициентов по всем релевантным критериям и параметрам для всех сайтов в рамках одного цикла Мониторинга, руководитель экспертной Группы Б утверждает результаты цикла Мониторинга.

При проведении Мониторинга могут использоваться средства автоматизации.

## Порядок расчета итогового коэффициента информационной доступности сайта НКО

В ходе выполнения подготовительного и прикладного этапа работ были определены значения всех необходимых для подготовки результатов исследования уникальных коэффициентов. Таким образом, перед заключительным этапом Мониторинга должны быть определены значения:

- Коэффициентов социальной значимости ( $K_{сз}$ ) по каждому параметру.
- Коэффициентов релевантности критерия ( $K_{рк}$ ) по каждому критерию каждого параметра.
- Коэффициентов релевантности параметра ( $K_{рп}$ ) для каждого параметра у каждого сайта НКО.
- Коэффициентов наличия параметра ( $K_1$ ) по каждому параметру (у которого значение  $K_{рп}=1$ ) для каждого сайта НКО.
- Коэффициентов полноты информации ( $K_2$ ) по каждому критерию полноты (у которого значение  $K_{рк}=1$ ) каждого параметра (у которого значение  $K_{рп}=1$ ) для каждого сайта НКО.
- Коэффициентов актуальности информации ( $K_3$ ) по каждому критерию актуальности (у которого значение  $K_{рк}=1$ ) каждого параметра (у которого значение  $K_{рп}=1$ ) для каждого сайта НКО.
- Коэффициентов навигационной доступности ( $K_4$ ) по каждому критерию навигационной доступности (у которого значение  $K_{рк}=1$ ) каждого параметра (у которого значение  $K_{рп}=1$ ) для каждого сайта НКО.
- Коэффициентов HTML доступности ( $K_5$ ) по каждому критерию HTML доступности (у которого значение  $K_{рк}=1$ ) каждого параметра (у которого значение  $K_{рп}=1$ ) для каждого сайта НКО.
- Коэффициентов файловой доступности ( $K_6$ ) по каждому критерию файловой доступности (у которого значение  $K_{рк}=1$ ) каждого параметра (у которого значение  $K_{рп}=1$ ) для каждого сайта НКО.
- Коэффициентов графической доступности ( $K_7$ ) по каждому критерию графической доступности (у которого значение  $K_{рк}=1$ ) каждого параметра (у которого значение  $K_{рп}=1$ ) для каждого сайта НКО.

Оценка сайта НКО происходит на основании совокупности оценок отдельных параметров и критериев и осуществляется с помощью коэффициента информационной доступности ( $K_{ид}$ ), который рассчитывается по формуле:

$$K_{ид} = \frac{\sum_{i=1}^n \left( \prod_{j=1}^7 (K_{ij} \times K_{ркj} + 1 - K_{ркj}) \times K_{рпi} \times K_{сзi} \right)}{\sum_{i=1}^n (K_{рпi} \times K_{сзi})} \times 100$$

Где:

$i$  – порядковый номер параметра (от 1 до  $n$ );  
 $j$  – порядковый номер критерия (от 1 до 7);  
 $K_{ij}$  – коэффициент критерия под номером  $j$  по параметру под номером  $i$   
 $K_{рk;ij}$  – коэффициент релевантности критерия под номером  $j$  по параметру под номером  $i$ ;  
 $K_{рi}$  – коэффициент релевантности параметра под номером  $i$ ;  
 $K_{сзi}$  – коэффициент социальной значимости параметра под номером  $i$

В представленной формуле каждый из критериев, по которым оценивается параметр, играет роль «штрафа», который может снизить значение коэффициента информационной доступности конкретного параметра и всего сайта в целом. Размер «штрафа» варьируется в зависимости от важности критерия.

Критерий наличия является самым важным, поскольку негативная оценка параметра по этому критерию сводит его информационную доступность к нулю.

Критерий полноты также является одним из самых значимых в группе критериев, отражающих количественные характеристики информации, размещенной на сайте НКО. Это объясняет столь значимые величины «штрафа» - 50% или 80%, который может быть снят за недостаточный объем информации.

Размер «штрафа» за недостаток HTML доступности размещенной на сайте НКО информации также является существенным – 80%, что объясняется тем, что в этом случае информация становится практически недоступной для поиска с помощью традиционных поисковых средств в сети «Интернет» (Google, Яндекс и т.п.), что, в свою очередь, негативно сказывается на возможностях пользователей искать и использовать такую информацию.

Актуальность информации оказывается в меньшей степени значимой по сравнению с полнотой и HTML доступностью. Поэтому размер «штрафа» за недостаточную актуальность оказывается менее существенным – 15% или 30%, а недостаток файловой доступности, «штрафуется» всего на 15%.

Критерии навигационной доступности и графической доступности среди всех критериев являются менее значимыми. Размеры «штрафов» за недостатки сайта по этим критериям минимальны: для навигационной доступности - 5% и 10%, а для графической доступности - 5%.

Диапазон значений **Кид** - от «0%» (обычно значит, что сайт отсутствует), до «100%», что свидетельствует о том, что сайт некоммерческой организации полностью соответствует Рекомендациям к сайтам НКО.

## **Формирование рейтинга информационной доступности сайтов НКО**

Процедура оценки через присвоение коэффициента информационной доступности выполняется в отношении каждого сайта НКО из выбранной совокупности сайтов некоммерческих организаций в рамках одного цикла Мониторинга.

Рейтинги информационной доступности сайтов НКО формируются путем их сортировки от первого к последнему по убыванию значения коэффициента информационной доступности. Если два или более сайта имеют одинаковые значения коэффициента информационной доступности, они занимают одно и то же место, размещаясь в рейтинге в алфавитном порядке.

Рейтинг информационной доступности сайтов НКО является основным результатом проводимого Мониторинга.

Разработчики методики исходят из предположения, что любой сайт некоммерческой организации может теоретически получить оценку коэффициента открытости 100%. Математические процедуры взвешивания, выравнивания, коррекции данных (коэффициентов информационной доступности) в рейтинге не используются. Ранжирование происходит на основании «чистых» значений коэффициента информационной доступности. Никакие процедуры по исключению «отклоняющихся значений» также не используются. Расчет шкалы ранжирования идет именно от теоретического значения 100% коэффициента информационной доступности **Кид** («идеальный сайт»), а не от существующего максимального значения **Кид** в данной группе сайтов.

Ранжирование применяется ко всем сайтам НКО из выбранной совокупности. Исключение – по содержательным, политическим или методологическим причинам – каких-либо сайтов НКО (или значений коэффициента информационной доступности) из анализа не допускается. Исключение каких-либо сайтов НКО из данной совокупности может привести к искажению результатов и, как следствие, к снижению доверия к исследованию в целом.

## **Заключение**

Представленная методика может быть использована для мониторинга сайтов НКО с целью выявить степень их соответствия Рекомендациям к сайтам НКО с учетом полноты, актуальности, навигационной и форматной доступности, социальной значимости размещенной информации и сервисов, а также специфики деятельности самих некоммерческих организаций.

Основные сильные стороны данной методики – это ее ориентирование на положения действующего законодательства, акцент на высоком качестве исследования, которое выражается в полноте охвата данных сайтов НКО, а также универсальность, понимаемая как способность охватить сайты всех некоммерческих организаций одного уровня.

Методика мониторинга официальных сайтов органов власти, которая легла в основу настоящей методики, успешно себя зарекомендовала на протяжении многих лет проведения мониторинга Институтом развития свободы информации, о чем свидетельствует все большее внимание к ней со стороны органов власти, экспертного сообщества в данной области и активных граждан.

Проведение мониторинга сайтов НКО носит не только научный, но и гражданский характер, а потому служит куда более важной цели, позволяя напрямую влиять на становление гражданского общества в России, а также на его информационное развитие.

Понятно, что принятие идеи абсолютной прозрачности некоммерческими организациями не может произойти одномоментно. Приведем очень показательный пример: в США действуют около 11 тысяч различных фондов, но до сих пор лишь 29% из них имеют собственные сайты в сети «Интернет»<sup>5</sup>. Чтобы понять, почему в виртуальном пространстве работает меньшинство некоммерческих организаций, было проведено небольшое исследование, одним из результатов которого стало выявление ключевых причин нежелания работать с сайтами. Большинство этих причин мы слышим и от российских НКО. Например:

- мы слишком малы и незначительны, чтобы обзаводиться собственным сайтом;
- если мы откроем сайт — нас завалят жалобами и предложениями;
- мы хотим защитить свою частную жизнь;
- мы не можем тратить время на то, чтобы осваивать новые технологии;
- мы не желаем быть открытыми перед властью.

В основе практически всех перечисленных причин лежит лишь нежелание тратить ресурсы на информационное развитие, хотя именно оно, в конечном счете, позволяет реализовывать многие самые смелые некоммерческие проекты.

Можно полагать, что результаты проведенного мониторинга помогут задуматься над тем, сколь значительны в современной жизни информационные технологии и сколько пользы могут они принести некоммерческим организациям при грамотном управлении ресурсами.

Пока не существует конкретных нормативных правовых актов, которые закрепляли бы за некоммерческими организациями обязанность быть открытыми и прозрачными по отношению к гражданам, а также закрепляли бы сайты в сети «Интернет» в качестве основного источника информации о деятельности НКО. Но вот на что хотелось бы обратить внимание: из самой сути, основы работы некоммерческой организации вытекает та самая открытость, которая позволяет упростить процесс налаживания прямого контакта с конечным пользователем услуг НКО, с гражданами, как обладающими активной жизненной позицией, так и с теми, кто только открывает для себя некоммерческий сектор.

Обеспечение свободного доступа к информации о деятельности некоммерческих организаций позволяет повысить уровень доверия населения к некоммерческому сектору, нивелировать распространение слухов и домыслов, обеспечить гарантированную поддержку населения в ходе различных социально ориентированных проектов и инициатив.

---

<sup>5</sup>

<http://pndblog.typepad.com/pndblog/2010/05/philanthropys-digital-divide.html>

## **Приложение 1. Основные понятия, используемые в настоящей методике**

**Доступ к информации** – возможность получения информации и ее использования.

**Интерактивность** – способность к взаимному обмену информацией.

**Информационная доступность сайта некоммерческой организации** - характеристика сайта некоммерческой организации, отражающая качественные и количественные показатели его информационного наполнения и технологических свойств.

**Информация о деятельности некоммерческих организаций** - информация (в том числе документированная), созданная в ходе работы организаций, либо поступившая извне.

**Коэффициент информационной доступности сайта некоммерческой организации** - показатель, отражающий соответствие сайта Рекомендациям к сайтам НКО (в процентном выражении).

**Сайт некоммерческой организации** — сайт, страница или совокупность страниц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о деятельности некоммерческой организации, размещенную этой некоммерческой организацией либо уполномоченным ею лицом.

**Параметр для мониторинга сайтов некоммерческих организаций** – свойство сайта НКО, подлежащее оценке в рамках Мониторинга.

**Рейтинг информационной доступности сайтов некоммерческих организаций** – перечень сайтов НКО, формируемый путем их сортировки от первого к последнему по убыванию значения коэффициента информационной доступности.

**Цикл Мониторинга** - период времени, за который проводятся все этапы Мониторинга по сайтам отобранных некоммерческих организаций

## **Приложение 2. Основные нормативные правовые акты, действующие в Российской Федерации, затрагивающие вопросы доступа к информации о деятельности некоммерческих организаций**

Конституция Российской Федерации;

Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»;

Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ «Об общественных объединениях»;

Федеральный закон Российской Федерации от 3 ноября 2006 г. N 174-ФЗ «Об автономных учреждениях»;

Федеральный закон от 12.01.1996 № 10-ФЗ «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности»;

Федеральный закон от 11.07.2001 № 95-ФЗ «О политических партиях»;

Федеральный закон от 20 июля 2000 г. N 104-ФЗ «Об общих принципах организации общин коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации»;

Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»;

Приказ Министерства юстиции Российской Федерации от 07.10.2010 № 252 «О порядке размещения в сети «Интернет» отчетов о деятельности и сообщений о продолжении деятельности некоммерческих организаций»;

Приказ Министерства юстиции Российской Федерации от 29.03.2010 № 72 «Об утверждении форм отчетности некоммерческих организаций»;

Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 16.11.2009 № 470 «О Требованиях к технологическим, программным и лингвистическим средствам обеспечения пользования официальными сайтами федеральных органов исполнительной власти»;

Приказ Министерства юстиции Российской Федерации от 31.03.2009 № 90 «Об утверждении Административного регламента исполнения Министерством юстиции Российской Федерации государственной функции по осуществлению контроля за соответствием деятельности некоммерческих организаций уставным целям и задачам, филиалов и представительств международных организаций, иностранных некоммерческих неправительственных организаций заявленным целям и задачам, а также за соблюдением ими законодательства Российской Федерации»;

Административный регламент исполнения Министерством юстиции Российской Федерации государственной функции по осуществлению контроля за соответствием деятельности некоммерческих организаций уставным целям и задачам, филиалов и представительств международных организаций, иностранных некоммерческих неправительственных организаций заявленным целям и задачам, а также за соблюдением ими законодательства РФ, утвержден приказом Минюста России от 31.03.2009 № 90 (зарегистрирован в Минюсте России 06.04.2009 № 13679);

Приказ Министерства юстиции Российской Федерации от 31.03.2009 № 97 «Об утверждении Административного регламента исполнения Министерством юстиции Российской Федерации государственной функции по принятию решения о государственной регистрации эмблем некоммерческих организаций и символики общественных объединений».

### Приложение 3. Перечень коэффициентов, используемых в исследовании

Наименование	Описание	Значение
<b>Коэффициент социальной значимости (Ксз)</b>	Отражает степень важности той или иной информации с точки зрения общественного интереса.	«1» - наименее социально значимый параметр «2» - параметр средней социальной значимости «3» - параметр высокой социальной значимости
<b>Коэффициент релевантности параметра (Крп)</b>	Отражает специфику деятельности каждой некоммерческой организации, которая определяется соответствующими документами, в том числе Уставом организации. Показывает, имеет ли данный параметр отношение к компетенции данной некоммерческой организации, или нет.	«0» - параметр не относится к компетенции данной некоммерческой организации и не подлежит оценке «1» - параметр относится к компетенции данной некоммерческой организации и подлежит оценке
<b>Коэффициент релевантности критерия (Крк)</b>	Отражает специфику каждого параметра. Показывает, оценивается ли параметр по конкретному критерию.	«0» - критерий не оценивается для данного параметра «1» - критерий оценивается для данного параметра
<b>Коэффициент наличия параметра (К<sub>1</sub>)</b>	Отражает наличие или отсутствие соответствующего параметру свойства (информации, сервиса и т.п.) на сайте НКО	«0» - свойство отсутствует на сайте НКО «1» - свойство присутствует на сайте НКО
<b>Коэффициент полноты информации (К<sub>2</sub>)</b>	Отражает достаточность объема размещенной на сайте НКО информации для формирования целостного представления по соответствующему параметру.	«0,2» - низкая степень полноты информации (представлена обрывочная информация) «0,5» - средняя степень полноты информации (информация представлена не в полном объеме) «1» - высокая степень полноты информации (представлен весь необходимый объем сведений и вся информация изложена в полном объеме)
<b>Коэффициент актуальности информации (К<sub>3</sub>)</b>	Характеризует степень частоты обновления информации на сайте НКО и сохранения ценности информации на момент ее анализа экспертами. Зависит от динамики изменения характеристик информации во времени.	«0,7» - низкая степень актуальности информации (на сайте НКО размещены устаревшие сведения; не учтены изменения, произошедшие ранее, чем за 1 месяц до оценки) «0,85» - средняя степень актуальности информации (на сайте НКО размещена предпоследняя версия информации; не учтены последние изменения, произошедшие не ранее, чем за 1 месяц до оценки) «1» - высокая степень актуальности информации (размещенная на сайте НКО информация является последней версией такой информации; учтены все изменения информации на момент оценки)
<b>Коэффициент</b>	Отражает удобство поиска информации	«1» - высокая степень навигационной

<p><b>навигационной доступности (К<sub>4</sub>)</b></p>	<p>и логичность ее размещения в соответствующем разделе сайта НКО</p>	<p>доступности (информация доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы сайта НКО. Количество необходимых переходов – не более 3);  «0,95» - средняя степень навигационной доступности (информация доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы сайта НКО. Количество необходимых переходов – более 3 но менее 6);  «0,9» - низкая степень навигационной доступности (информация доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы сайта НКО. Количество необходимых переходов – более 6 или информация не доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы сайта НКО, или размещена в не соответствующем ее содержанию разделе).</p>
<p><b>Коэффициент HTML доступности (К<sub>5</sub>)</b></p>	<p>Отражает размещение информации на сайте НКО в формате HTML</p>	<p>«1» - информация размещена на сайте НКО в формате HTML  «0,2» - информация не размещена на сайте НКО в формате HTML</p>
<p><b>Коэффициент файловой доступности (К<sub>6</sub>)</b></p>	<p>Отражает размещение документа на сайте НКО в формате, обеспечивающем его сохранение на технические средства пользователя и допускающем возможность поиска и копирования фрагмента текста в документе (формат файла для скачивания)</p>	<p>«1» - документ размещен на сайте НКО в формате файла для скачивания  «0,85» - документ не размещен на сайте НКО в формате файла для скачивания</p>

## Приложение 4. Пример расчета значения коэффициента информационной доступности

Перед началом проведения мониторинга эксперты Группы А формируют перечень параметров, присваивают по каждому параметру значение коэффициента социальной значимости, определяют значение коэффициента релевантности параметра для каждого параметра по каждому сайту НКО, а также определяют значения коэффициента релевантности критерия для каждого параметра.

В представленном ниже примере произведен расчет коэффициента информационной доступности для одного сайта НКО по трем параметрам.

1. Формирование экспертами Группы А перечня параметров и присвоение каждому параметру значения коэффициента социальной значимости:

Наименование параметра	Ксз
1 Состав правления (совета) НКО	Ксз=2
2 Протоколы заседаний правления (совета) НКО	Ксз=3
3 Наличие карты сайта	Ксз=1

2. Присвоение экспертами Группы А каждому критерию по каждому параметру значения коэффициента релевантности критерия:

Наименование параметра	К <sub>1</sub>	К <sub>2</sub>	К <sub>3</sub>	К <sub>4</sub>	К <sub>5</sub>	К <sub>6</sub>	К <sub>7</sub>
1 Состав правления (совета) НКО	Крк=1	Крк=1	Крк=0	Крк=1	Крк=1	Крк=0	Крк=0
2 Протоколы заседаний правления (совета) НКО	Крк=1						
3 Наличие карты сайта	Крк=1	Крк=0	Крк=0	Крк=0	Крк=1	Крк=0	Крк=0

3. Присвоение экспертами Группы А каждому параметру значения коэффициента релевантности параметра:

Наименование параметра	Крп
1 Состав правления (совета) НКО	Крп=1
2 Протоколы заседаний правления (совета) НКО	Крп=1
3 Наличие карты сайта	Крп=1

4. Далее, на основе данных, полученных в результате работы экспертов Группы А, эксперты Группы Б проводят оценку критериев, коэффициент релевантности которых  $K_{рк} = 1$ , по всем параметрам, коэффициент релевантности которых  $K_{рп} = 1$ .

Значения коэффициентов по каждому из критериев по результатам работы экспертов Группы Б:

Наименование параметра	К <sub>1</sub>	К <sub>2</sub>	К <sub>3</sub>	К <sub>4</sub>	К <sub>5</sub>	К <sub>6</sub>	К <sub>7</sub>
------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

1 Состав правления (совета) НКО	1	0,5	-	0,9	1	-	-
2 Протоколы заседаний правления (совета) НКО	1	0,2	0,85	0,95	0,2	1	0,95
3 Наличие карты сайта	1	-	-	-	1	-	-

Эксперты Группы Б не оценивают те критерии, у которых значения  $K_{rk} = 0$ , поскольку данные критерии не подлежат оценке по причине специфики параметра. Поскольку в настоящей методике все значения коэффициентов, отличающиеся от «1», носят характер штрафа, то в случае не подлежащих оценке критериев значения их коэффициентов должны быть равны «1». В этом случае данный критерий не будет оказывать негативного влияния на коэффициент информационной доступности параметра и сайта НКО в целом.

#### 5. Итоговая таблица оценок, необходимая для подсчета Кид:

Наименование параметра	$K_1$	$K_2$	$K_3$	$K_4$	$K_5$	$K_6$	$K_7$
1 Состав правления (совета) НКО	1	0,5	1	0,9	1	1	1
2 Протоколы заседаний правления (совета) НКО	1	0,2	0,85	0,95	0,2	1	0,95
3 Наличие карты сайта	1	1	1	1	1	1	1

6. Расчет коэффициента информационной доступности Кид:

$$\begin{aligned}
 \text{Кид} &= \frac{\sum_{i=1}^n \left( \prod_{j=1}^7 (K_{ij} \times K_{рКij} + 1 - K_{рКij}) \times K_{рПi} \times K_{сЗi} \right)}{\sum_{i=1}^n (K_{рПi} \times K_{сЗi})} \times 100 = \\
 &= \frac{\sum_{i=1}^3 \left( \prod_{j=1}^7 (K_{ij} \times K_{рКij} + 1 - K_{рКij}) \times K_{рПi} \times K_{сЗi} \right)}{\sum_{i=1}^3 (K_{рПi} \times K_{сЗi})} \times 100 = \\
 &= \frac{\sum_{i=1}^3 \left( \frac{(K_{i1} \times K_{рКi1} + 1 - K_{рКi1})(K_{i2} \times K_{рКi2} + 1 - K_{рКi2})(K_{i3} \times K_{рКi3} + 1 - K_{рКi3})}{(K_{i7} \times K_{рКi7} + 1 - K_{рКi7}) \times K_{рПi} \times K_{сЗi}} \right)}{\sum_{i=1}^3 (K_{рПi} \times K_{сЗi})} \times 100 = \\
 &= \frac{\left( \frac{(K_{11} \times K_{рК11} + 1 - K_{рК11})(K_{12} \times K_{рК12} + 1 - K_{рК12})(K_{13} \times K_{рК13} + 1 - K_{рК13})}{(K_{17} \times K_{рК17} + 1 - K_{рК17}) \times K_{рП1} \times K_{сЗ1} + (K_{21} \times K_{рК21} + 1 - K_{рК21}) \right. \\
 &\quad \left. \frac{(K_{14} \times K_{рК14} + 1 - K_{рК14})(K_{15} \times K_{рК15} + 1 - K_{рК15})(K_{16} \times K_{рК16} + 1 - K_{рК16})}{(K_{27} \times K_{рК27} + 1 - K_{рК27}) \times K_{рП2} \times K_{сЗ2} + (K_{31} \times K_{рК31} + 1 - K_{рК31})(K_{32} \times K_{рК32} + 1 - K_{рК32}) \right. \\
 &\quad \left. \frac{(K_{22} \times K_{рК22} + 1 - K_{рК22})(K_{23} \times K_{рК23} + 1 - K_{рК23})(K_{24} \times K_{рК24} + 1 - K_{рК24})}{(K_{37} \times K_{рК37} + 1 - K_{рК37}) \times K_{рП3} \times K_{сЗ3} \right)}{(K_{рП1} \times K_{сЗ1}) + (K_{рП2} \times K_{сЗ2}) + (K_{рП3} \times K_{сЗ3})} \times 100 = \\
 &= \frac{\left( \frac{(1 \times 1 + 1 - 1)(0,5 \times 1 + 1 - 1)(1 \times 0 + 1 - 0)(0,9 \times 1 + 1 - 1)(1 \times 1 + 1 - 1)}{(1 \times 0 + 1 - 0)(1 \times 0 + 1 - 0) \times 1 \times 2 + (1 \times 1 + 1 - 1)(0,2 \times 1 + 1 - 1)(0,85 \times 1 + 1 - 1)} \right. \\
 &\quad \left. \frac{(0,95 \times 1 + 1 - 1)(0,2 \times 1 + 1 - 1)(1 \times 1 + 1 - 1)(0,95 \times 1 + 1 - 1) \times 1 \times 3 +}{(1 \times 1 + 1 - 1)(1 \times 0 + 1 - 0)(1 \times 0 + 1 - 0)(1 \times 0 + 1 - 0)(1 \times 1 + 1 - 1)(1 \times 0 + 1 - 0)} \right. \\
 &\quad \left. \frac{(1 \times 0 + 1 - 0) \times 1 \times 1}{(1 \times 2) + (1 \times 3) + (1 \times 1)} \right) \times 100 = \\
 &= \frac{0,9 + 0,092 + 1}{2 + 3 + 1} \times 100 = \frac{1,992}{6} \times 100 = 33,20
 \end{aligned}$$

7. Итоговое значение Кид = 33,20%

## 6. Обзор международной практики рейтингования сайтов НКО

Проведение регулярного анализа деятельности НКО необходимо, в первую очередь, для того чтобы оценить эффективность работы организации. Как следствие, это позволяет обеспечить свободный доступ к информации о деятельности НКО для представителей общественности, а также заинтересованных доноров, которые могут сделать выводы относительно целесообразности инвестирования средств в работу конкретной некоммерческой организации.

Оценкой деятельности НКО сегодня занимаются эксперты в разных странах мира, разрабатывая для этого собственные методики, используя положения местных нормативных правовых актов, а также учитывая опыт зарубежных коллег.

Также методика оценки сайтов некоммерческих организаций разрабатывается и в России. В рамках подготовки подобного документа в современных условиях представляется особенно значимым изучение и использование опыта анализа сайтов НКО, проводимого в других государствах как самостоятельно, так и в рамках более масштабных исследований деятельности организаций третьего сектора.

Определение сайта НКО как основного инструмента обеспечения прозрачности и подотчетности в отношении неопределенного круга лиц, закреплено рядом программных документов, содержащих выработанные внутри самого сектора принципы этичной работы.

Например, возьмем документ «Принципы надлежащего управления и этика работы: руководство для благотворительных учреждений и фондов» («Principles for Good Governance and Ethical Practice. A Guide for Charities and Foundations») <sup>6</sup> - далее, «Принципы», - разработанный Комиссией Некоммерческого Сектора («The Panel on the Nonprofit Sector») <sup>7</sup>. Принципом 7 данного документа закреплено, что благотворительная организация должна обеспечить доступность широкой общественности к информации о своей деятельности, в том числе к информации об управлении, финансировании, программах и мероприятиях. Также необходимо обеспечить свободный доступ к информации о тех методах, которые благотворительная организация применяет для оценки результатов своей работы и распространения информации об итогах такой оценки.

Данные «Принципы» также указывают, что в современном обществе основным инструментом обеспечения прозрачности является именно сеть «Интернет», и организации, желающие повысить уровень своей открытости, в первую очередь должны обратить внимание именно на Всемирную сеть. В качестве ключевого канала коммуникации и основного проводника информации, обеспечивающего прозрачность и подотчетность организации «Принципы» указывают веб-сайт организации, который может быть организован как самостоятельная площадка/сайт, как отдельный раздел крупного портала или даже как страница в социальной сети. Предполагается, что рекомендации к годовым отчетам некоммерческих организаций вполне могут быть экстраполированы и на сайты НКО. В частности, «Принципы» указывают, что обязательной для размещения на сайте является информация о миссии и целях организации, о сотрудниках и органах управления, этические принципы организации и политика конфиденциальности. Особенно важна публикация данных о деятельности организации и эффективности ее работы.

---

<sup>6</sup> <http://nkozakon.ru/materials/137>

<sup>7</sup> <http://www.nonprofitpanel.org>

Кроме разработанных этических принципов деятельности некоммерческих организаций существует ряд иных исследований, непосредственным или дополнительным объектом которых являются сайты НКО. Рассмотрим наиболее значимые из них.

### **Методология оценки сайтов НКО Charity Navigator**

Charity Navigator — ведущая некоммерческая организация в США в области независимой оценки деятельности НКО. Основным фокусом Charity Navigator — оценка финансового состояния благотворительных организаций Америки. Предметом оценки Charity Navigator — деятельность более 5500 крупнейших благотворительных организаций США.

Соответственно, целевая аудитория исследований Charity Navigator — грантодатели и доноры, которым доступ к объективной информации о финансовом состоянии НКО помогает принять взвешенное решение о поддержке деятельности той или иной организации. Особенное внимание Charity Navigator уделяет обработке результатов исследований таким образом, чтобы они были понятны широкой аудитории, например, гражданам, желающим поддержать организацию благотворительными взносами. Разумеется, данные результаты исследований распространяются свободно на безвозмездной основе.

Charity Navigator занимает следующую позицию: для обеспечения устойчивого развития некоммерческого сектора НКО и доноры должны работать в тандеме, в основу которого ляжет непрерывное информационное взаимодействие.

В основе методологии Charity Navigator — построение рейтинга НКО по признаку организационной эффективности и организационных возможностей, на основе анализа финансовой информации о деятельности организаций. Факультативным аспектом исследования, не оказывающим непосредственного влияния на позицию организации в рейтинге, является изменение состояния прозрачности и подотчетности в работе организации. Прозрачность НКО для доноров имеет ключевое значение и основным свидетельством того, что организация заслуживает доверия.

Соответственно, основным источником информации для оценки прозрачности и подотчетности организации является в первую очередь сайт НКО, а так же ее отчетность перед контролирующими органами.

В процессе анализа проверяется наличие и доступность на сайте НКО следующих категорий информации:

- 1) политика конфиденциальности организации;
- 2) список сотрудников;
- 3) финансовые документы (по крайней мере, за последний рабочий год);
- 4) наличие отчетности перед контролирующими органами (наличие прямой ссылки на отчетные документы считается достаточным);
- 5) информация о ведущих сотрудниках организации.

Важный момент: согласно действующему законодательству США, НКО обязаны предоставлять информацию о своей деятельности контролирующим органам, заполняя специально разработанную форму отчетности — так называемую «форму 990». Соответственно, в рамках рассматриваемого исследования проверяется обязательное

наличие «формы 990» на сайте, а также анализируется ее содержание.

Оценка актуальности и проверка достоверности информации не осуществляется. Исключение составляют только финансовые документы, актуальность которых имеет существенное значение при анализе сайта.

Говоря о влиянии индекса Charity Navigator на общественные отношения и состояние некоммерческого сектора в целом, необходимо отметить следующие факты: сайт данной организации ежегодно посещают более 4 млн посетителей, в федеральных СМИ появляются регулярные публикации, посвященные результатам исследования, причем число этих публикаций существенно возрастает в период между Днем Благодарения и Новым годом (до нескольких материалов в СМИ в день). Также можно отметить, что на сегодняшний день существует ряд отдельных исследований, доказывающих, что изменения в рейтингах Charity Navigator оказывают значительное влияние на успех деятельности благотворительных организаций по привлечению средств.

Журнал «TIME Magazine» называет интернет-ресурс Charity Navigator «одним из пятидесяти самых лучших сайтов Америки за 2006 год». Портал организации является двукратным лауреатом премии журнала «Forbes», а также был избран Reader's Digest одной из «100 лучших вещей в Америке». В 2007 году журнал «Business Week» включил Charity Navigator в свой «Зал славы благотворительности» за революцию в области филантропии.

В 2006, 2007 и 2008 годах журнал «Kiplinger's Financial Magazine» назвал сайт Charity Navigator «одним из лучших сервисов, которые облегчат жизнь», а в 2011 году включил его в список «20 Финансовых инноваций, которые Вы не можете позволить себе игнорировать». Журнал «Esquire» рассказал своим читателям, что Charity Navigator является одним из «41 способов спасти мир».

В контексте темы мониторинга сайтов НКО, большой плюс исследований Charity Navigator состоит в том, что эксперты анализируют более 5500 сайтов организаций. С другой стороны, можно указать и на следующий недостаток: наличие информации собственно о деятельности организации на сайте не оценивается, что не позволяет рассматривать данное исследование сайтов НКО как абсолютно полное и учитывающее все аспекты деятельности НКО<sup>8</sup>.

### **Аудит сайтов НКО Альянса BBB Wise Giving Alliance**

Организация Альянс BBB Wise Giving Alliance занимается разработкой и продвижением этических принципов ведения рыночной экономики, основанных на высоком уровне ответственности участников. Альянсом ведется разработка и имплементация Стандартов подотчетности благотворительных организаций, направленных на повышение общего уровня прозрачности и доверия в секторе (далее — Стандарты).

Альянсом разработаны 20 Стандартов в сфере подотчетности НКО, охватывающих различные сферы деятельности благотворительной организации: программную деятельность, организацию процесса управления и внутреннего аудита, самооценку эффективности деятельности организации, управление финансовыми потоками, годовую и промежуточную отчетность и пр.

---

<sup>8</sup> Обзор методик подготовлен по материалам сайта <http://www.charitynavigator.org>.

Один из Стандартов связан с работой организаций в сети «Интернет» и подразумевает:

- необходимость размещения на сайте организации, если он используется для привлечения пожертвований, той информации, которая рекомендуется для включения в годовой отчет;

- необходимость обеспечения на сайте доступа к отчетности благотворителя перед контролирующими органами.

В Стандартах сформулированы следующие рекомендации по содержанию ежегодных отчетов о деятельности НКО:

Информация о Миссии организации, заявление;

Резюме программы прошлого года, информация о достижениях и неудачах;

Список сотрудников и состав органов управления организации;

Финансовая информация, которая включает данные о совокупном доходе за предыдущий год, сведения о расходах;

Сведения об административных затратах;

Информация о средствах на счету организации, не израсходованных в текущем году и переходящих на следующий.

Также Стандарты рекомендуют размещать на сайте документы и материалы, которые позволяют проверить достоверность данных, указанных в годовом отчете.

В Стандартах акцентируется внимание на том, что данные рекомендации по размещению информации на интернет-ресурсах в большей степени актуальны для организаций, использующих сайты как инструмент привлечения денежных средств в благотворительных целях.

Специалисты Альянса проверяют сайты только на наличие указанной информации, не оценивая полноту, актуальность или доступность для пользователя.

Сам факт обращений в Альянс являются подтверждением того, что данный независимый анализ востребован «третьим сектором», причем как собственно донорами, так и самими НКО. Для доноров соответствие НКО стандартам Wise Giving Alliance является сильным аргументом в пользу принятия решения о поддержке деятельности организации. В свою очередь для НКО получение сертификата о соответствии стандартам Альянса становится стимулом для оптимизации рабочих процессов и ведет к повышению эффективности деятельности.

Основным отличием данной методики является во-первых, то, что анализ деятельности и сайтов НКО производится BBB Wise Giving Alliance только по запросу самой организации или донора, во-вторых, то, что данная методика оценки применяется лишь к сайтам благотворительных организаций, которые используются как инструмент фандрайзинга. Подобный механизм оценки подчеркивает, что и у доноров и у самих организаций сформирован запрос на проведение подобного аудита ресурсов в сети Интернет<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Обзор методики подготовлен по материалам сайта <http://www.give.org>.

## Исследование сайтов НКО Groundwire

Другую позицию в отношении организации анализа сайтов НКО занимает организация Groundwire, в сфере интересов которой находится некоммерческая активность в экологической сфере, а также использование современных информационных технологий в работе НКО.

Соответственно, организация не только занимается созданием сайтов для экологических некоммерческих организаций, но и осуществляет консультирование НКО в области IT-технологий, а также новых медиаинструментов в области защиты общественных интересов.

В 2010 году специалисты Groundwire провели исследование сайтов 43 экологических некоммерческих организаций, направленное на изучение эффективности сайта как одного из инструментов деятельности организации. Эксперты анализировали данные, касающиеся посещаемости сайта и его «ресурсоемкости».

В частности, была проанализирована следующая информация:

- посещаемость сайта и его отдельных страниц за два последних года с разбивкой по месяцам, динамика посещаемости;
- число новых и «постоянных» посетителей сайта, количество визитов через Facebook и мобильные устройства;
- годовой бюджет организации и объем средств, выделяемых на сайт (создание, ведение, поддержка, продвижение);
- общее число сотрудников организации и число сотрудников полностью или частично занимающихся ведением сайта;
- частоту новых публикаций на сайте и пр.

С полной таблицей первичных данных можно ознакомиться на сайте организации<sup>10</sup>.

Информация для исследования была собрана на основе данных сервиса Google Analytics и анкет, заполненных организациями-участниками. При этом собственно содержание размещаемой на сайтах информации не являлось предметом оценки.

Основной вывод, сделанный в ходе исследования: колебания общего числа посетителей сайта находятся в прямой зависимости от временных и финансовых ресурсов, вложенных в работу ресурса, а число посетителей, обращающихся к сайту более одного раза, не зависит от ресурсов, потраченных на создание и ведение сайта.

Среди прочих, Groundwire получили следующие результаты.

В среднем организации тратят на ведение сайта 8,5 человеко-часов в неделю.

Более половины посетителей находят сайт с помощью поисковых систем, при этом лишь 1% посетителей заходят на сайт с помощью мобильных устройств. Более 40% посетителей заходят только на главную страницу портала, а в среднем пользователь просматривает лишь 2-3 страницы сайта. В среднем, более трети (32,67%) посетителей сайта — «постоянные» (обращаются к ресурсу чаще одного раза), при этом зависимость

---

<sup>10</sup> <http://groundwire.org/resources/articles/2010-website-benchmarks-report/2010-website-benchmarks-public-data.xls/view>

между увеличением инвестиций в сайт и повышением количества его постоянных посетителей не выявлена.

И хотя в рамках исследования не ставилась задача разработать рекомендации по повышению эффективности сайта как инструмента деятельности НКО, собранные данные позволяют сделать выводы о том, как лучше использовать имеющиеся ресурсы, чтобы повысить посещаемость сайта.

Выводы данного исследования экспериментально подтверждают отсутствие прямой взаимосвязи между увеличением затрат на разработку/развитие сайта и увеличением количества его посетителей. Тем не менее, результатом определенных финансовых вливаний, затрат человеко-часов и акцент НКО на IT-развитие в организации, в том числе, и развитие сайта НКО, - пусть и косвенным результатом — зачастую становится именно увеличение посещаемости сайта. Впрочем, многое также зависит и от актуальности для общества тех проблем, которыми занимается организация.

Таким образом, оценка сайта НКО по данной методологии позволяет лишь скорректировать вектор развития организации в электронном пространстве, но не дает возможности ни оценить содержание сайта, ни понять как используется сайт НКО в целях повышения прозрачности и подотчетности<sup>11</sup>.

### **Проект GuideStar и доклад «Состояние прозрачности в некоммерческом секторе, 2008: практика добровольного раскрытия информации»**

Рассказывая об иностранных сайтах НКО, нельзя не упомянуть проект GuideStar<sup>12</sup>.

Проект GuideStar реализует общественная благотворительная организация Philanthropic Research, Inc. Цель проекта — стимулирование раскрытия информации о работе НКО, и, как следствие, развитие благотворительной и некоммерческой деятельности. Интернет-ресурс GuideStar представляет собой базу данных из 1,7 млн зарегистрированных некоммерческих организаций. НКО может опубликовать свои данные на ресурсе бесплатно, заполнив специальную форму. Разрешается регулярное обновление размещенной информации. Сведения, предоставленные некоммерческой организацией, GuideStar стремится дополнить своими аналитическими данными. Правда, получение аналитического отчета о какой-либо НКО является платной услугой.

Бесплатная информация о содержащихся в базе данных НКО предоставляется в ограниченном объеме. В основном, это сведения о названии, местоположении, контактах, количестве сотрудников, миссии, задачах, программах и кратких результатах работы. К бесплатным услугам ресурса относятся также: подписка на ежемесячный новостной бюллетень, знакомство с публикациями сайта. Более подробную информацию о руководстве организации, ее доходах, финансовых ресурсах, фискальном годе и пр. возможно получить за плату от 30 долларов США в месяц. В перечне платных услуг GuideStar предлагает также поисковые программы, возможность рекламы среди подписчиков новостного бюллетеня, создание собственных поисковых страниц с нужным дизайном и пр.

---

<sup>11</sup> Обзор исследования подготовлен по материалам доклада «2010 Website Benchmarks Report An Analysis of 43 Environmental Organizations' Website Statistics»:

<http://groundwire.org/resources/articles/2010-website-benchmarks-report>, а также сайта <http://groundwire.org>.

<sup>12</sup> <http://www2.guidestar.org>

Бесплатные данные ресурса размещены не только на сайте GuideStar, но и на сайтах партнеров организации, а также в компьютерных приложениях, используемых фондами и частными компаниями, работающими с НКО.

В 2008 году на основе данных GuideStar было проведено исследование «Состояние прозрачности в некоммерческом секторе, 2008: практика добровольного раскрытия информации»<sup>13</sup>. Этот документ считается первым опытом систематического анализа содержания сайтов некоммерческих организаций. Доклад обобщает информацию о содержании сайтов более 1800 некоммерческих организаций, а так же аккумулирует рекомендации, разработанные GuideStar с целью повышения прозрачности сектора в Интернет.

Для проведения исследования были отобраны организации, имеющие наиболее посещаемые страницы на Guidestar и удовлетворяющие одному условию: информация об организации на Guidestar была обновлена не более 12 месяцев назад.

Сайты анализировались на наличие следующих сведений:

- Информация о программах организации и услугах, которые она оказывает;
- Список руководителей организации;
- Список ключевых сотрудников, занимающихся реализацией программ;
- Годовой отчет о деятельности организации;
- Аудиторский финансовый отчет;
- Отчетность в налоговые органы;
- Политика конфиденциальности<sup>14</sup>.

Кроме того сотрудникам тех организаций, чьи сайты стали предметом исследования, был задан ряд вопросов о конкретном ресурсе НКО.

Организации, сайты которых стали предметом анализа, были разделены на 4 категории, в зависимости от размера бюджета:

- меньше 1 млн долларов;
- от 1 до 5 млн долларов;
- от 5 до 10 млн долларов;
- более 10 млн долларов.

Анализ показал, что большинство организаций (1769 или 93%) размещают значительную часть информации о своей деятельности on-line.

Информация о программах и услугах, предлагаемых некоммерческими организациями, размещена практически на всех сайтах. Списки руководителей и сотрудников были доступны на сайтах более чем 70% организаций. Однако более подробная, детализированная информация о деятельности организации размещается на сайтах НКО значительно реже.

---

<sup>13</sup> Доклад доступен для скачивания по ссылке <http://gems.imelda.sococo.org/renaissance/StateOfNPTrmsprncy08.pdf>

<sup>14</sup> Под политикой конфиденциальности понимается политика НКО в отношении личной (персональной) информации лиц и организаций, которая становится известна данной НКО в процессе ее деятельности: правила сбора и обработки такой информации, правила ее использования, распространения и тд.

Только 43% организаций разместили свои годовые отчеты на сайтах в Интернет, и еще меньшее число — 13% - разместили документы об аудиторских проверках. Налоговая отчетность доступна только на 3% проанализированных сайтов.

Преимуществом данного исследования является охват значительного количества организаций, чьи сайты являются предметом анализа, а также установление непосредственного контакта (по телефону или электронной почте) с представителями организации: это позволяет проверить достоверность контактной информации на сайте, задать вопросы о причинах отсутствия той или иной информации.

Однако доклад «Состояние прозрачности в некоммерческом секторе, 2008: практика добровольного раскрытия информации» является разовым исследованием и не отражает динамику развития ситуации.

В данном контексте отметим также, что в методологии оценки сайтов НКО, разработанной Институтом Развития Свободы Информации, установление непосредственного контакта с представителями организаций, чьи сайты выступают предметом исследования, возможно реализовать с помощью АИС ЕХМО. Эта система предусматривает наличие так называемого «периода взаимодействия» в ходе проведения исследования: определенный отрезок времени, когда представители НКО и специалисты, анализирующие сайты НКО, получают возможность получить обратную связь, обсудить имеющиеся проблемы, выявить ошибки.

#### **Академические исследования сайтов некоммерческих организаций**

Сайты некоммерческих организаций также становятся предметом академических исследований.

Так, исследование, проведенное профессором Университета Буффало Грегори Д.Сакстона (Gregory D. Saxton) и профессором Университета Джорджии Чао Гуо (Chao Guo) носит название «Подотчетность on-line: практика интернет-подотчетности некоммерческих организаций»<sup>15</sup>. Работа была представлена авторами на заседании Ассоциации Исследователей некоммерческих организаций и волонтерского движения в Филадельфии в 2008 году.

Объектом исследования стали сайты 117 фондов местных сообществ США.

В основе исследования — сложная математическая модель: результатом обработки данных является совокупный индекс интернет-прозрачности деятельности НКО, который формируется из 4 промежуточных индексов.

1) индекс финансовой открытости, при подсчете которого учитывается размещение на сайте следующей информации:

1. годовой отчет,
2. аудиторский финансовый отчет,
3. политика конфиденциальности,
4. данные об эффективности инвестиций,
5. информация об административных расходах,
6. отчетность перед государственными органами.

---

<sup>15</sup> [Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly April 2011 vol. 40 no. 2 270-295](http://nvs.sagepub.com/content/40/2/270.abstract) [Статья доступна для скачивания по адресу. http://nvs.sagepub.com/content/40/2/270.abstract](http://nvs.sagepub.com/content/40/2/270.abstract)

2) индекс открытости информации об эффективности работы организации, при подсчете которого анализируется наличие следующих данных:

- 3) информация о миссии организации;
- 4) информация о выданных грантах;
- 5) описание главной цели фонда местного сообщества;
- 6) информация об эффективности программ и грантов;
- 7) «истории успеха».

3) он-лайн вовлечение заинтересованных сторон: форма обратной связи на сайте, форум, возможность оставить комментарий и добавить ссылку, ссылки на сайты партнеров.

4) интерактивное взаимодействие, оцениваемое по группе критериев, отражающих возможности сайта по организации коммуникации.

Важно отметить, что предлагаемая методология оценки интернет-подотчетности сайтов некоммерческих организаций учитывает различия между организациями, вводя в математическую модель исследования различные уравнивающие коэффициенты:

- а) возрастной коэффициент: учитывает, сколько лет функционирует организация;
- б) территориальный коэффициент: учитывает, какие территории охватывает деятельность организации (вся страна, регион, локальный уровень);
- в) бюджетный коэффициент: разделяет организации по размеру бюджета;
- г) коэффициент «качества жизни» населения той территории, на которую распространяет свое действие организация: помогает повысить объективность выставляемых оценок как организациям из более прогрессивных регионов, так и организациям из менее развитых регионов;
- в) коэффициент плотности некоммерческой деятельности: учитывает отношение числа НКО, действующих на данной территории, к ВВП данной территории (применимо в масштабах всего государства или региона).

В результате исследования была выявлена интересная закономерность: чем большее количество фондов поддержки развития местных сообществ действует на территории штата, тем меньший уровень прозрачности демонстрируют сайты этих фондов. И наоборот: чем меньше на данной территории организаций, тем прозрачнее они стараются быть. С точки зрения авторов исследования, этот факт говорит о том, что подотчетность и прозрачность служат фактором повышения доверия к НКО при низкой «конкуренции» между ними.

Принимая во внимание то, что объектом данного исследования стали сайты организаций одного типа (фонды поддержки развития местных сообществ), к безусловно сильным сторонам данной методики относится наличие стабилизирующих коэффициентов, позволяющее сравнивать между собой организации разного «возраста» и «бюджета», учитывающее характеристики региона, на территории которого НКО осуществляет свою деятельность.

### **О методике оценки сайтов НКО Института развития свободы информации**

Качественным отличием данной методики от всех проанализированных выше является возможность оценки информации на сайтах НКО не только по ее наличию или отсутствию, но и по таким критериям, как полнота, актуальность и доступность. Часто оценки имеющейся информации только по наличию недостаточно, так как критерий наличия не всегда может отразить содержательную сторону размещенной информации.

Гибкость методики состоит в том, что вышеназванные критерии могут учитываться полностью, учитываться частично или не учитываться совсем при проведении конкретного исследования. Например, «актуальность» может оцениваться только в отношении информации о годовых отчетах организации или финансовой информации. Включение в исследование критерия «доступность информации» помогает организациям третьего сектора сделать свои сайты более дружественными для пользователей, позволяя оценить легкость/затрудненность поиска информации на сайте, а также то, в каких форматах представлена эта информация.

Важной характеристикой методики также является ее легкая адаптация к целям конкретных исследований. Используя возможности выборки параметров для проведения анализа сайта, исследователь может оценить не только общую интернет-прозрачность деятельности НКО, но и сделать выводы относительно отдельных аспектов этой прозрачности: например, оценить степень раскрытия финансовой информации НКО или данных о текущей деятельности, использование современных интерактивных интернет-технологий в работе организации и пр.

Важно, что в зависимости от контекста исследования, различные параметры могут иметь свой «вес». Введение коэффициента «социальной значимости» параметра позволяет придавать большее или меньшее значение отдельным категориям информации, если это необходимо в рамках конкретного исследования.

Перспективой развития предлагаемой методики является введение уравнивающих коэффициентов для организаций, сайты которых выступают предметом анализа. Введение таких коэффициентов позволит выстраивать единый рейтинг организаций, имеющих различные качественные характеристики (бюджет, территорию действия и пр.). Отметим, что для корректного присвоения уравнивающих коэффициентов необходимо проведение отдельного исследования, поэтому рассматриваемый аспект не учитывается в предлагаемой методике.

Таким образом, сегодня для России, как и для зарубежных стран, актуальна проблема оценки эффективности деятельности НКО. Этот вопрос тесно связан с вопросом прозрачности и открытости деятельности некоммерческих организаций, в том числе, в сети Интернет, которая становится сегодня главным каналом информационного обмена как для государственных, так и для коммерческих и некоммерческих организаций.

Выше рассмотрен ряд методик исследования прозрачности НКО, в которых отдельное внимание уделяется изучению сайтов организаций в сети Интернет. Каждая из упомянутых методик обладает важными достоинствами, но имеет и ряд недостатков, что не позволяет их в чистом виде экспортировать для применения в современной России.

В частности, представленные методики акцентированы на анализе информации о финансовой составляющей деятельности НКО, размещенной на сайтах, и в большинстве не учитывают содержательный аспект активности НКО.

Для современной России в большей степени актуален подход к сайту НКО как к инструменту позиционирования организации, распространения актуальной информации о всех аспектах ее деятельности. Поэтому и подход к оценке сайтов должен быть несколько шире, чем это принято в зарубежных государствах.

Эту особенность учитывает разработанная Институтом методология оценки сайтов НКО, которая также отличается высокой степенью гибкости, что позволяет адаптировать и применять ее исследователям с различными целями и задачами, а так же корректировать в зависимости от объемов имеющихся ресурсов.

Методика обладает высокой степенью устойчивости, что дает возможность проводить исследования с ее использованием на регулярной основе для изучения динамики процессов, связанных с развитием представительства третьего сектора в сети «Интернет».

Кроме того, важной отличительной чертой методики является ее интерактивный элемент (период взаимодействия), который позволяет реализовать не только чисто исследовательскую составляющую, но и значительно повысить уровень информационной открытости сайтов НКО. Таким образом, благодаря использованию методики может быть достигнут не только сугубо научный, но и социально-ориентированный результат.

Методика оценки сайтов НКО, разработанная Институтом Развития Свободы Информации, обобщает и учитывает запросы профессионального сообщества (в том числе, доноров), международный опыт оценки сайтов НКО, нюансы законодательства в области подотчетности НКО, интересы граждан в области доступа к информации о деятельности организаций «третьего сектора». Отличительная черта методики — использование интерактивного элемента (периода взаимодействия). Его эффективность была убедительно доказана в ходе мониторингов официальных сайтов органов власти Российской Федерации, что подтверждается отзывами самих официальных структур. Предполагается, что на практике проведение исследования по данной методике способно обеспечить оптимальный результат для всех заинтересованных сторон.

# **Приложение 6. Применение методики мониторинга сайтов для стимулирования повышения степени открытости и прозрачности деятельности НКО и повышения уровня заинтересованности и осведомленности НКО в вопросах прозрачности и открытости деятельности НКО**

**(Сценарий применения Методики в целях повышения открытости НКО)**

## **Основные принципы применения Методики в целях повышения открытости НКО**

### **1. Принцип добровольного участия НКО в Мониторинге сайтов НКО**

Так как законодательно закрепленные требования к наличию и содержанию сайтов НКО отсутствуют, и создание и поддержание сайта в сети «Интернет» является самостоятельной и достойной поощрения инициативой каждой организации, а не исполнением требований закона или корпоративного правила, анализ сайта НКО и его последующее рейтингование должны быть основаны на добровольном участии организаций в данном процессе.

Принцип добровольности может быть реализован как активно, то есть в форме непосредственного выражения НКО своего желания предложить свой сайт для проведения исследования его содержания (например в форме подачи заявки), так и пассивно — в форме отсутствия отказа некоммерческих организаций на предложение организатора Мониторинга провести исследование их сайтов.

### **2. Принцип дифференцированного подхода к выбору НКО**

Очевидно, что деятельность, связанная с ведением сайтов для некоммерческой организации зачастую связана с рядом организационных и финансовых затрат. В связи с этим при анализе информационной доступности сайта НКО в сети «Интернет» необходимо учитывать как ресурсную обеспеченность организации – участника Мониторинга, так и территориальный масштаб ее деятельности (местный, региональный или федеральный). Также в ряде случаев для оценки сайта имеет определенное значение специфика деятельности НКО, в частности, если целевой аудиторией организации являются лица с ограниченными возможностями.

В связи с этим, во избежание существенной разницы в результатах Мониторинга и, как следствие, возможной напряженности между участниками Мониторинга, формирование выборки НКО для исследования их сайтов должно происходить с учетом вышеуказанных обстоятельств.

### **3. Принцип дополнительной мотивации**

Основными мотивирующими факторами для участия НКО в Мониторинге

являются такие качества как желание быть лучшими и здоровое соперничество в среде своих коллег.

Между тем, преимущества наличия информативного сайта сегодня для большинства организаций «третьего сектора» не очевидны. В связи с этим крайне положительно на процессе повышения информационной доступности сайтов НКО скажется наличие дополнительных мотиваций: проведение конкурсов различных уровней, затрагивающих вопросы открытости сайтов, распространение информации о победителях данных конкурсов, распространение сведений о «лучших практиках» в данной области и т.п.

В качестве поощрений в рамках конкурса могут использоваться не только денежные призы, но и предоставление возможности участия в тренингах по совершенствованию сайтов НКО или разработке программного обеспечения.

#### **4. Принцип эффективной коммуникации в процессе Мониторинга**

Обеспечение возможности коммуникации между экспертами и представителями НКО — участниками Мониторинга — после первоначальной оценки сайтов до подведения окончательных результатов позволит НКО исправить недостатки на своих сайтах и сообщить об этом экспертам, либо обратить внимание на возможные ошибки экспертов. В итоге корректировка оценок будет положительно отражаться не только на качестве и объективности исследования, но и на уровне открытости сайтов НКО. Такое взаимодействие можно рассматривать в качестве дистанционного тренинга для НКО по ведению своих сайтов.

Использование Периода взаимодействия - один из ключевых элементов применения методики, который может обеспечить позитивные изменения в сфере информативности сайтов НКО.

#### **5. Принцип открытости всех результатов Мониторинга**

Результатами Мониторинга являются оценки параметров по каждому из критериев, итоговые значения коэффициентов информационной доступности сайтов, а также рейтинг сайтов. После подведения окончательных результатов Мониторинга все указанные результаты становятся доступны для общественности. Свободный доступ к этим результатам обеспечит доверие к исследованию, привлечет дополнительное внимание НКО к проблеме их информационной открытости, способствует выявлению слабых сторон в методике и подходе к ее применению с целью их совершенствования.

**Конкретный пример проекта, связанного с применением методики мониторинга сайтов для стимулирования повышения степени открытости и прозрачности деятельности НКО и повышения уровня заинтересованности и осведомленности НКО в вопросах прозрачности и открытости деятельности НКО:**

Содержательно предлагаемый способ имплементации методики близок к известному конкурсу годовых отчетов НКО «Точка отсчета». Однако он предлагает переосмыслить подход к годовому отчету НКО как к единственной форме публичной отчетности некоммерческой организации и по новому взглянуть на роль сайтов НКО.

**Название конкурса:** Ежегодный конкурс сайтов НКО.

**Цель конкурса:** создание атмосферы, в которой НКО стремятся совершенствовать свои сайты в качестве эффективного средства для распространения информации о своей деятельности.

**Задачи конкурса:**

Определить состояние открытости сайтов НКО как инструмента публичной отчетности;

Предоставить НКО экспертные ресурсы для совершенствования своих сайтов с точки зрения их информативности;

Сформировать рейтинг информационной открытости сайтов НКО для определения и поощрения лидеров и выработки рекомендаций остальным участникам конкурса.

**Обеспечение основных принципов:**

**Принцип добровольности** будет обеспечен подачей заявок от НКО организатору конкурса.

**Принцип дифференцированного подхода к выбору НКО** будет обеспечен учреждением различных номинаций для НКО в зависимости от: ресурсной обеспеченности (размера годового бюджета) организации, территории деятельности (общероссийские, региональные, местные), сферы деятельности и других.

**Принцип дополнительной мотивации** может быть обеспечен награждением победителей конкурса денежными и ценными призами или предоставления возможности ряду его участников принять участие в специальном тренинге по вопросам усовершенствования сайта.

**Принцип эффективной коммуникации** будет обеспечен тем, что организациям, участвующим в конкурсе до подведения его итогов может быть предоставлена возможность ознакомиться с оценками сайта, выставленными экспертами и попытаться выполнить рекомендации экспертов и исправить недостатки своих сайтов, повысив свои итоговые оценки. После доработки сотрудниками НКО своего сайта, проводится его повторная оценка, которая и учитывается при подведении итогов конкурса. Для этих целей Институтом Развития Свободы Информации на платформе свободного программного обеспечения была разработана, активно развивается и используется автоматизированная информационная система EXMO (АИС EXMO) ([www.exmo.svobodainfo.org](http://www.exmo.svobodainfo.org)). При некоторой адаптации к решению задач мониторинга сайтов НКО с помощью этой системы может быть осуществлена эффективная коммуникация между экспертом и представителем НКО.

Однако, реализация принципа эффективной коммуникации возможна и вне рамок указанного специализированного программного обеспечения.

**Принцип открытости всех результатов Конкурса** будет обеспечен посредством публикации не только информации о победителях, но и всех оценок по всем организациям, которые будут доступны для ознакомления неограниченному кругу лиц.

**Этапы проведения конкурса**

### **Подготовительный этап**

- а) поиск доноров и спонсоров, готовых поддержать проведение конкурса;
- б) формирование организационного комитета конкурса, разработка положения о конкурсе;
- в) формирование экспертной Группы А, формирование и обучение экспертной Группы Б;
- г) формирование экспертами Группы А, членами организационного комитета конкурса и другими заинтересованными лицами тематической выборки из полного перечня параметров мониторинга для проведения по этой выборке исследования;
- д) организация и обеспечение функционирования площадки для проведения Мониторинга и реализации принципа эффективной коммуникации (например, АИС ЕХМО);
- е) обеспечение информационной поддержки проведения конкурса;
- ж) прием заявок на участие в конкурсе от некоммерческих организаций;
- з) формирование перечня номинаций конкурса;

### **Этап проведения исследования**

- а) проведение первоначальной оценки сайтов НКО, подавших заявки на участие в конкурсе;
- б) осуществление периода взаимодействия между экспертами и представителями НКО – участниками конкурса, в ходе которого первоначальные оценки могут быть изменены;
- е) подведение итогов конкурса, подготовка отчетных и презентационных материалов;

### **Этап публичного подведения итогов конкурса**

- а) опубликование итогов конкурса, объявление победителей по каждой номинации и их награждение;
- б) обеспечение распространения информации о лучших практиках на сайтах НКО;
- в) проведение для ряда НКО — участников конкурса — тренинга по вопросам совершенствования их сайтов.

Ощутимый эффект увеличения открытости сайтов некоммерческих организаций может быть достигнут даже после однократного проведения конкурса.

Однако, систематическое (предпочтительно ежегодное) проведение подобных конкурсов содержит потенциал стимулирования повышения уровня заинтересованности и осведомленности НКО в вопросах прозрачности и открытости в сети «Интернет».

**Институт Развития  
Свободы Информации**  
[www.svobodainfo.org](http://www.svobodainfo.org)

**Методика  
мониторинга сайтов  
некоммерческих организаций**

*Главный редактор* Павлов И.Ю.

Корректор Кремень И.З.

© Институт Развития Свободы Информации