



## Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Волонтерское движение как объект популяризации в публикациях массмедиа.....	9
1.1 Волонтерская деятельность как тематика СМИ.....	9
1.2 Методы, формы и каналы популяризации в массмедиа .....	23
Глава 2 Формы и методы популяризации волонтерского движения в массмедиа.....	48
2.1 Типологический анализ сайтов волонтерских объединений .....	48
2.2 Анализ публикаций, популяризирующих волонтерское движение ..	81
Заключение .....	101
Список используемой литературы и используемых источников.....	106

## Введение

В последнее время наша страна переживает рост добровольческого движения. В России благодаря спортивным волонтерам на высочайшем уровне были проведены крупномасштабные мероприятия мирового уровня: XXVII Всемирная летняя Универсиада 2013 в Казани, Эстафета олимпийского огня XXII зимних Олимпийских игр 2014, XXII Олимпийские зимние игры в Сочи, Кубок Конфедераций FIFA 2017, Чемпионат мира по футболу 2018, XXIX Всемирная зимняя универсиада, которая прошла в городе Красноярске [48].

В течение последних 5 лет добровольческий корпус Всероссийского общественного движения «Волонтеры Победы» принимает активное участие в проведении большого количества патриотических мероприятий и акций. Его деятельность направлена на сохранение исторической памяти о Великой Отечественной войне, на гражданско-патриотическое воспитание молодежи и, конечно же, на помощь ветеранам. Сегодня региональные отделения данной общественной организации представлены в каждом субъекте Российской Федерации.

В марте 2020 года, когда в нашей стране был введен режим повышенной готовности в связи с пандемией COVID-19 и практически одновременно была объявлена акция взаимопомощи «Мы вместе». Помимо этого, сразу были развернуты волонтерские штабы для помощи пожилым людям, которые вынуждены оставаться дома. Одним из инициаторов данной идеи выступило Всероссийское общественное движение «Волонтеры-медики». Активисты данного объединения работают также на передовой пандемии наравне с опытными врачами в медицинских учреждениях.

Очевидно, что государство заинтересованно в развитии добровольческой деятельности. Так, например, 2018 год в нашей стране был торжественно объявлен как Год добровольца и волонтера. В начале 2020 года Президент России В.В. Путин внес в Госдуму законопроект о поправках в

Конституцию РФ. Одна из них касается деятельности добровольцев. В начале июня 2020 года Владимир Путин внес пункт про добровольчество в положение «О знаке отличия «За благодеяние»». Теперь знак станет государственной наградой для представителей добровольческого движения. На фоне пристального внимания государства к волонтерской деятельности возросла и роль популяризации добровольческих движений, которая стала одной из задач массмедиа.

Влияние массмедиа на формирование позитивного отношения к волонтерскому движению и его популяризации можно рассматривать, как наиболее важный феномен для привлечения молодых людей в ряды волонтеров. В современном обществе на восприятие добровольческой деятельности сильно влияют доступные им информационные ресурсы и тот образ, который они создают: положительный, нейтральный или негативный во многом зависит от массмедиа [23].

Поэтому в процессе формирования положительного отношения к волонтерскому движению очень важно, как освещаются те или иные мероприятия, проводимые с участием волонтеров, какие ресурсы используются как коммуникационная площадка, какими предстают перед аудиторией добровольцы. Немаловажно так же привлечение внимания к волонтерству путем объяснения целей и задач добровольцев, специфики их деятельности, тех преимуществ, которые они имеют.

Таким образом, *актуальность исследования* складывается из повышенного внимания к добровольческому движению со стороны государства, востребованности аудитории к работе волонтеров, заинтересованности в продвижении своей деятельности объединений добровольцев с одной стороны, и необходимости научного осмысления каналов, форм и методов популяризации добровольческих организаций в массмедиа.

*Объектом исследования* популяризация волонтерского движения в российских массмедиа.

*Предметом исследования* являются формы и методы популяризации волонтерского движения в публикациях российских массмедиа.

*Цель диссертационного исследования:* проанализировать используемость форм и методов популяризации волонтерского движения в публикациях массмедиа.

Достичь поставленной цели позволят сформулированные нами *задачи*:

1. Рассмотреть волонтерскую деятельность как объект тематики СМИ.
2. Определить формы, методы и каналы популяризации волонтерского движения в публикациях массмедиа и разработать критерии анализа публикаций, популяризирующих волонтерское движение в массмедиа.
3. Сделать типологический анализ сайтов крупнейших волонтерских объединений.
4. Проанализировать публикации, которые популяризируют волонтерское движение в массмедиа и описать используемые ими формы и методы.

*Теоретико-методологическая база* исследования основана на научных публикациях, посвященных исследованию феномена волонтерского движения таких авторов как А.С. Евсигнеева, Т.В. Павлова, Д.Г. Ващенко, А.В. Шафикова и Г.В. Галавова, популяризации в массмедиа таких авторов как Е.Е. Макарова, А.А. Тертычный, М.Р. Желтухина, влиянию массмедиа на формирование положительного отношения общества к волонтерскому движению таких авторов как Л.А. Шварцман, К.Ю. Королева и Е.С. Сазонова, Е.В. Тарасенко.

В работе применялись следующие *методы*. Метод синтеза помог синтезировать научные знания о формах и методах популяризации в массмедиа и применить их к популяризации волонтерской деятельности. Теоретико-типологический метод позволил описать сайты волонтерских объединений, на которых отбирались публикации для анализа. Метод контент-анализа позволил отобрать необходимые для анализа публикации.

Метод комплексного анализа текста был использован для анализа используемости форм и методов популяризации в публикациях.

*Эмпирическую базу* исследования составили публикации, которые популяризируют волонтерское движение. Всего за период с 1 января по 31 мая 2020 года было проанализировано 710 материалов, опубликованных на портале DOBRO.RU и сайтах крупнейших российских добровольческих организаций «Волонтеры Победы», «Волонтеры-медики», «Волонтеры культуры», Ассоциация волонтерских центров, «Волонтеры Конституции», СФЕРА, «Мосволонтёр», «Даниловцы», «Клуб волонтеров».

*Новизна работы* заключается в том, что впервые предпринята попытка комплексного анализа материалов, которые популяризируют волонтерское движение в российских массмедиа с целью выявления специфики использования форм и методов популяризации.

*Научная обоснованность и достоверность исследования* обеспечиваются применением научной методологии, описанной в методах исследования, а также большим количеством эмпирического материала и источников по тематике исследования, представленных в списке используемой литературы и источников.

*Теоретическая значимость диссертационного исследования* заключается в том, что его результаты расширяют представление о роли массмедиа в процессе популяризации волонтерского движения и описывают используемые формы и методы.

*Практическая значимость диссертационного исследования* заключается в том, что его результаты могут использоваться в повседневной практике журналистов при написании текстов, популяризирующих добровольческую деятельность в массмедиа.

*Положения, выносимые на защиту:*

1. Результативность популяризации волонтерской деятельности зависит от качества публикаций, которое в свою очередь определяется

полнотой использования в них методов и форм популяризации, отвечающих современным запросам аудитории.

2. Сайты волонтерских объединений, имеющие целевую направленность на популяризацию волонтерского движения, используют не востребованный потенциал форм и методов популяризации доступный массмедиа.

3. Наиболее полное использование в текстах форм и методов популяризации встречается на тех сайтах, которые наряду с информативностью текста заботятся о его привлекательности для аудитории, обращаются к чувственному восприятию информации.

*Апробация результатов работы.* Основные результаты исследования были представлены в докладах на конференциях «Студенческие дни науки в ТГУ» в 2019 и 2020 годах. А также опубликованы в научных сборниках:

1. Наумов, Д. В. Социальная сеть как способ коммуникации волонтерских объединений / Д. В. Наумов. – Текст : непосредственный // «Студенческие Дни науки в ТГУ» : научно-практическая конференция (Тольятти, 1–30 апреля 2019 года) : сборник студенческих работ. – 2019. – С. 616–619.

2. Наумов, Д. В. Освещение деятельности волонтеров в период введения режима повышенной готовности в связи с пандемией коронавируса / Д. В. Наумов. – Текст : электронный // Аллея науки. – 2020. – Т. 1. – № 5 (44). – URL: [https://alley-science.ru/domains\\_data/files/Collection\\_of\\_journals/1\\_tom\\_May\\_2020.pdf](https://alley-science.ru/domains_data/files/Collection_of_journals/1_tom_May_2020.pdf) (дата обращения: 27.05.2020).

*Структура работы* обусловлена целями и задачами. Работа состоит из введения, 2-х глав, заключения и списка используемой литературы и источников.

В первой главе «Волонтерское движение как объект популяризации в публикациях массмедиа» изучаются теоретические подходы к исследованию публикаций посвященных добровольческим движениям. В первом параграфе «Волонтерская деятельность как тематика СМИ» дано определение понятия

«добровольчество», описана история волонтерского движения в нашей стране, виды добровольческой деятельности и ее роль в российском обществе, рассматривается добровольчество как тематика СМИ. Во втором параграфе «Методы, формы и каналы популяризации в массмедиа» описываются научные теории, изучающие формы, методы и каналы популяризации в массмедиа.

Во второй главе «Формы и методы популяризации волонтерского движения в массмедиа» представлены результаты анализа сайтов крупнейших добровольческих объединений в России. В первом параграфе «Типологический анализ сайтов волонтерских объединений» приведена характеристика сайтов по типологическим признакам. Во втором параграфе «Анализ публикаций, популяризирующих волонтерское движение» представлены результаты анализа публикаций, выявляющий формы и методы, используемые в них для популяризации добровольчество.

В заключение формируются выводы по результатам всей проделанной работы.



## **Глава 1 Волонтерское движение как объект популяризации в публикациях массмедиа**

### **1.1 Волонтерская деятельность как тематика СМИ**

В настоящее время, тема волонтерской (добровольческой) деятельности как никогда популярна и интересна россиянам. Практически у всех людей на слуху такие слова, как «добровольчество», «волонтерство», «доброволец» и «волонтер». Привлечение трудоспособного населения и не только, в процесс социальных преобразований, а также рост социальных инициатив – это то, чем сейчас характеризуется развитие современного общества. Свидетельство подобного явления характеризует во всем мире, в частности, развитие и распространение волонтерского (добровольческого) движения. Стоит отметить, что молодое поколение всегда участвовало в общественно значимых делах на всех этапах развития мирового сообщества.

Исследователи Е. Трункова и Е. Процкая в своей научной статье «Волонтерство среди студенческой молодежи: осведомленность и готовность к волонтерской деятельности» отмечают, что волонтерской (добровольческой) деятельностью чаще всего занимаются энергичные молодые люди в возрасте 16-30 лет. Так как данная возрастная категория наиболее мотивированна для создания и открытия чего-то нового [51].

Авторы Т. Н. Поддубная и С. А. Микитась считают, что заниматься волонтерской (добровольческой) деятельностью стало модно и популярно в последнее время. Все чаще добровольцы привлекаются для помощи в проведении крупных культурных и спортивных событий, где они вносят свой неоценимый и важный вклад. «Именно волонтеры создают праздничную атмосферу, придают открытость и особое восприятие любого мероприятия, а также помогают погрузиться в атмосферу позитива и хорошего эмоционального настроения. Волонтерство как социальный институт – это базис личностного развития человека. Волонтеры сегодня – это люди, готовые

жертвовать личным временем, не жалея сил на выполнение той или иной работы» [41, с. 258].

Авторы Т. Н. Поддубная и С. А. Микитась также подчеркивают, что понятия «волонтерская работа» и «добровольческая деятельность» будут равнозначными, ссылаясь на ученых Л. Вандышева, И. Зарева и А. Акимова.

В своем научном труде «Волонтерство в России, его сущность и особенности: история и современность» исследователь Т. В. Павлова приводит следующую трактовку понятия «добровольчество». «Концепция трактует добровольчество как деятельность, на основе свободного выбора, осуществляемую безвозмездно в интересах общества» [37, с. 720].

Автор А. С. Евсигнеева в своей научной работе «Волонтерство как образ жизни студенческой молодежи» предлагает свое определение волонтерской деятельности. «Добровольчество или волонтерство – это участие людей независимо от возраста, расы, пола и вероисповеданий в мероприятиях, направленных на решение социальных, культурных, экономических, экологических проблем в обществе, не связанных с извлечением прибыли» [13, с. 279].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что понятия «добровольчество», «волонтерство», «волонтерская деятельность» и «добровольческая деятельность» равнозначны. И они обладают множеством определений. Стоит также акцентировать внимание на то, что волонтерская (добровольческая) деятельность имеет свою интересную и богатую историю развития в нашей стране.

Авторы О. П. Кветко и С. С. Кулапина в своей научной публикации «Волонтерство как фактор развития христианских ценностей и профессиональных компетенций у студентов педагогических вузов» подчеркивают тот факт, что волонтерская (добровольческая) деятельность зародилась с принятием христианства на Руси. С того времени, добровольчество развивалось и было тесно связано «с принципами христианской добродетели. Следуя традициям, добровольцы выполняли при

монастырях работы во славу Божию, обучали детей-сирот, занимались сбором милостыни на содержание сиротских приютов» [20, с. 51].

По мнению Т. В. Павловой, одним из ярких примеров добровольческой деятельности в начале семнадцатого века является подвиг Кузьмы Минина и князя Пожарского. Люди на протяжении долгих веков хранили традиции взаимовыручки и взаимопомощи. «Когда у кого-то случалась беда, ему помогали всем миром» [37, с. 722].

В своей научной статье «Волонтерство как средство инклюзивного образования» Д. Г. Ващенко рассматривает продолжение развития волонтерской (добровольческой) деятельности в годы СССР. Автор отмечает то, что подобного рода деятельность проявлялась в работе пионеров и студентов-комсомольцев [6].

Исследователь А. Г. Семашко также в своей научной работе «Волонтерство в России: правовое регулирование на современном этапе» рассматривает развитие добровольчества в советские годы. В качестве примера, автор приводит безвозмездный труд студентов-комсомольцев. В то время, добровольцы поднимали сельское хозяйство и работали на стройках, «а также занимались другими видами безвозмездного труда на благо советского общества» [42, с. 376].

В своей научной статье «Добровольчество (волонтерство) и дополнительные общеразвивающие программы» Х. Т. Загладина считает, что волонтерское движение стало вновь развиваться в современной России в начале 2000-х. «Показателем роста гражданской активности стала подготовка и проведение в нашей стране в 2001 г. Международного Года Добровольчества и результаты I Гражданского Форума (Москва 2001 г.)» [18, с. 55].

Исследователь С. В. Ибрагимова в своей научной публикации «Добровольчество (волонтерство) в контексте общесоциальных функций права» подчеркивает, что волонтерское движение очень активно развивается в последнее время. Стали появляться новые социальные акции и проекты,

которые направлены на помощь детям, пожилым людям и бездомным животным. «Среди волонтерских инициатив можно отметить: сбор денежных средств для лечения больных детей, поддержка пожилых людей, охрана окружающей среды, защита животных и многие другие» [19, с. 40].

Автор А. С. Евсигнеева в своем научном труде «Волонтерство как образ жизни студенческой» отмечает, что помощь волонтеров стала более глобальной и может встретиться во многих сферах жизнедеятельности человека. «Труд волонтеров используется в различных областях — ликвидация последствий стихийных бедствий, поиск людей, помощь социально незащищенным слоям населения, распространение информации об опасных заболеваниях; пропаганда здорового образа жизни; помощь многодетным семьям, пенсионерам и ветеранам; помощь в сборе средств для детей, больных трудноизлечимыми болезнями и в других сферах, где государство не имеет возможности в полной мере удовлетворить потребности граждан» [13, с. 279].

В своей научной работе «Добровольчество (волонтерство) и дополнительные общеразвивающие программы» исследователь Х. Т. Загладина выделяет шесть основных видов волонтерской (добровольческой) деятельности:

- 1) гражданско-правовое волонтерство;
- 2) спортивное волонтерство;
- 3) экологическое волонтерство;
- 4) волонтерство в сфере культуры;
- 5) социальное волонтерство;
- 6) волонтерство в сфере здоровьесбережения [18].

Авторы А. В. Шафикова и Г. В. Галавова в своей научной публикации «Спортивное волонтерство как вид деятельности, направленный на формирование толерантной личности в молодежной среде» выделяют следующие направления волонтерской (добровольческой) деятельности:

- 1) Событийное волонтерство;

- 2) Донорство;
- 3) Спортивное волонтерство;
- 4) Корпоративное волонтерство;
- 5) Медиаволонтерство;
- 6) Экологическое волонтерство;
- 7) Волонтерство в сфере культуры;
- 8) Социальное волонтерство;
- 9) Волонтерство в сфере общественной безопасности [54].

По мнению исследователей С. Е. Сыромятниковой и Г. Г. Алексеевой волонтерская деятельность в сфере культуры еще мало распространена в современной России. Но у данного направления добровольчества очень большие перспективы и планы. Так безвозмездная помощь будет оказываться, например, библиотекам, музеям, театрам и другим заведениям сферы культуры [45].

По мнению автора Т. В. Павловой «одной из основных причин активного участия молодежи и других категорий населения в волонтерской деятельности – это свобода выбора, что наряду с возможностью самореализации и получением дополнительных профессиональных навыков во многом способствует мотивации к участию в мероприятиях» [37, с. 720]. Также исследователь подчеркивает, что основными принципами волонтерства являются социальная активность и добровольность.

Автор Д. Г. Ващенко в своей научной статье «Волонтерство как средство инклюзивного образования» подчеркивает, что «ценность каждого волонтера, каждого добровольца не зависит от его способностей и состояние здоровья. Участвуя в волонтерском движении, люди с ограниченными возможностями получают возможность улучшить свое социальное положение, также улучшается взаимодействие в социальной, карьерной и межличностной сфере» [6, с. 393]. И добавляет, что участие в волонтерской (добровольческой) деятельности – это накопление делового и жизненного опыта, а также развитие организаторских способностей.

Автор Е.Р. Мясищева в своей научной работе «Волонтерство – тренд современной молодежи» отмечает, что «направленность на самореализацию в новых областях, помогает молодым людям раскрывать свои потенциальные возможности и умения» [34, с. 221].

В своем научном труде «Спортивное волонтерство как вид деятельности, направленный на формирование толерантной личности в молодежной среде» исследователи А. В. Шафикова и Г. В. Галавова особо подчеркивают, что занятие в волонтерском движении помогает формировать толерантную личность. Помимо этого, добровольчество способствует решению противоречий современного многонационального и мультикультурного общества [54].

По мнению авторов А. Ж. Айдарбековой и А. К. Тайшиновой «волонтерство полезно не только для тех людей, которым оказывается помощь, но и для общества в целом, волонтер активно преобразует социум и самого себя» [1, с. 102]. Авторы особо подчеркивают, что волонтерскую (добровольческую) деятельность нельзя воспринимать как помощь только одной стороне. Эту помощь в первую очередь человек оказывает сам себе.

В своей научной работе исследователи Е. Н. Габибуллаева и А. А. Городнянская отмечают тот факт, что у волонтера (добровольца) формируются навыки оратора и лидера в процессе коммуникаций с другими участниками [8].

Авторы О. П. Кветко и С. С. Кулапина в своей научной работе «Волонтерство как фактор развития христианских ценностей и профессиональных компетенций у студентов педагогических вузов» считают, что волонтерская (добровольческая) деятельность позволяет раскрыть творческий потенциал, формирует креативно мыслящую личность, позволяет находить оригинальные подходы к решению поставленных задач [20].

По мнению исследователя Ю. А. Григорьевой, волонтерская (добровольческая) деятельность «обогащает жизнь человека, связывая его с

другими людьми, может способствовать профессиональной ориентации, приносит радость и удовлетворение в жизни» [9, с. 60].

Авторы О. И. Логвиненко и М. И. Никулина в своем исследовании выделяют те качества человека, которые наиболее ценны для добровольца:

- 1) забота и бережное отношение к природе;
- 2) милосердие;
- 3) трудолюбие;
- 4) отзывчивость;
- 5) доброжелательность к окружающим людям [31].

Исследователи О. Г. Жукова и Т. В. Клейус отмечают тот факт, что «добровольческая работа позволяет молодому человеку получить реальное представление о предполагаемой будущей профессии или выбрать направление профессиональной подготовки, а также лучше сориентироваться в различных видах профессиональной деятельности» [16, с. 68]. Также благодаря волонтерской (добровольческой) деятельности человек приобретает полезные знания, умения и навыки, которые могут пригодиться ему в карьере и в повседневной жизни.

В своем научном труде «Волонтерство в России, его сущность и особенности: история и современность» автор Т.В. Павлова трактует понятие «неорганизованное волонтерство» как эпизодическую и спонтанную помощь коллегам, друзьям или соседям [37].

Исследователи Е. Н. Габибуллаева и А. А. Городнянская в своей научной публикации отмечают, что «существуют некоммерческие негосударственные организации, которые занимаются развитием и поддержкой волонтерства» [8, с. 211]. Авторы выделяют тот факт, что волонтерская (добровольческая) деятельность иногда позволяет своим активистам посещать необычные и интересные объекты культуры и спорта. А также путешествовать по субъектам России и по различным странам Мира.

Сычева А. В. выделяет следующие две формы развития волонтерского потенциала в субъектах России:

1) событийная форма (проведение в регионе масштабного мероприятия с привлечением добровольческого корпуса, после которого происходит получение информационного стимула и дополнительных ресурсов для дальнейшего развития волонтерства);

2) эволюционная форма (системная работа по детализированной программе) [46].

Исследователь Е. В. Ульянова выделяет следующие институциональные элементы волонтерского движения: правовые акты и решения в области волонтерской деятельности, фонды поддержки и развития добровольческого движения, волонтерские программы и проекты, добровольческие объединения (союзы, ассоциации), традиционные волонтерские мероприятия, государственные и муниципальные программы поддержки волонтерских инициатив, специализированные добровольческие организации, которые поддерживают и развивают инициативы волонтеров, специализированные форумы по проблемам развития добровольческой деятельности в нашей стране [52].

По мнению Кучешевой И. Л. и Татаркиной Т. В. ключевыми задачами добровольческих организаций и волонтерских объединений должны входить:

1. Популяризация добровольческой деятельности;
2. Пропаганда идей добровольчества;
3. Создание положительного имиджа активиста добровольческого объединения;
4. Сбор средств на реализацию особо сложных и значимых социальных проектов [28].

Исследователь Овчарова К. И. считает, что добровольческая деятельность в России набирает все новые и новые обороты, и поэтому считает важной задачей решение проблемы привлечения молодого поколения к волонтерскому движению и упрощение коммуникационных связей между добровольческими организациями. По мнению исследователя,



можно использовать следующие два способа для привлечения граждан к волонтерской деятельности:

1. Публикация объявлений, включающих информирование через стенды информации;
2. Использование наглядной агитации, например, яркие буклеты и флаеры [35].

Важную роль в информировании молодого поколения играют социальные сети, блоги и информационные ресурсы в Интернете. Поэтому именно они могут стать мощным и действенным способом привлечения активного населения к добровольческой деятельности. Именно в социальных сетях можно будет:

1. Осуществлять поисковую работу;
2. Размещать актуальную и интересную информацию (например, фотографии и видеоматериалы с различных мероприятий, акций и проектов).

Исследователи Е. А. Кручинина и С. Ф. Лобарева в своей научной работе рассматривают такое направление добровольческой деятельности как семейное волонтерство. Авторы отмечают, что «начиная с семейных добрых дел и участия семей в добровольческих акциях сами участники получают моральное удовлетворение, вовлекая младших членов семьи в социально значимые дела, такая деятельность поощряется государством» [26, с. 237].

Также стоит отдельно упомянуть о волонтерах (добровольцах) «серебряного» возраста, которые также наравне с молодым поколением, принимают активное участие в различных акциях и мероприятиях.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что волонтером (добровольцем) может стать абсолютно любой человек, который по-своему зову сердца совершает позитивные и добрые дела. И при этом необязательно состоять в каком-либо добровольческом объединении. Уже сейчас можно начать проявлять свое доброе и активное участие в жизни конкретного человека или в жизни целой страны.

Исследователь Белякова Ю. К. в своем научном труде «Тема волонтерства на страницах общественно-политической газеты "Рязанские ведомости"» считает, что средства массовой информации играют очень важную роль в жизни человека. Так, они могут оказывать на него активное и повышенное влияние на формирование его мировоззрения о внешнем мире. Также средства массовой информации могут воздействовать как положительно, так и отрицательно на психологию людей, в частности отдельного человека.

Белякова Ю. К. отмечает, что добровольческая деятельность в Рязанской области затрагивается довольно часто и активно в местных СМИ. Далее, автор делится подробно своими результатами, которые были получены в ходе анализа общественно-политической газеты «Рязанские ведомости» за три первых месяца 2016 года. За данный период времени в газете и на информационном ресурсе издания в Интернете были опубликованы 11 материалов, в которых затрагивается добровольческая деятельность. Исследователь предлагает разделить эти материалы на аналитические и информационные, т.е. с точки зрения жанров журналистики. Проанализировав их, Белякова Ю. К. приходит к выводу о том, что 9 из 11 материалов относятся к информационному жанру, а 2 оставшихся материала – к аналитическому. По мнению автора проблемы, затрагиваемые рязанскими средствами массовой информации и волонтерами, также различные. Так, например, затрагивается тема помощи бездомным животным, тема инвалидов, тема экологии и тема детей из детских домов.

Освещение добровольчества зависит от информационного повода, т.е. чем больше будет масштабных мероприятий с участием волонтеров, тем больше будет материалов об их деятельности в средствах массовой информации. Также Белякова Ю. К. считает, что тема волонтерства «в ряде случаев является предметом отображения журналистов, однако аналитические материалы о проблемах и путях развития волонтерского движения пока отсутствуют» [4, с. 338].

Автор Е. А. Душина в своей научной публикации «Основные понятия и категории, признаки и характеристики состояния социальной журналистики в современных условиях» приводит определение понятия «социальная журналистика». Данное понятие трактуется, как многокомпонентная и многоаспектная ветвь журналистской деятельности, занятая главным образом отражением в прессе проблем социальной сферы, анализом любой информации с позиций общественного большинства, а также вовлечением самих граждан в процесс информационного обмена [12]. Тесное взаимодействие с аудиторией – это один из ключевых аспектов деятельности социальной журналистики. Общественно-ответственная журналистика имеет веское отличие от других видов журналистики – это строгая направленность на ведущую роль в урегулировании отношений между людьми и социальными общностями, стремление позитивно повлиять как на сами эти отношения, так и на социальные институты, управляющие различными сферами жизни.

Автор Байчурина А.И. в своей научной публикации «Тематика социальной направленности в СМИ» подробно исследует тематику социальной направленности, в частности тему благотворительности, которая в последнее время иногда обсуждается в средствах массовой информации. Например, через публикации в СМИ можно узнать о новых благотворительных программах и фондах. Ведь средства массовой информации можно назвать одним из самых важных партнеров, который может распространять информацию о деятельности благотворительной организации, благодаря чему происходит ее успешное развитие в нашей стране.

Автор также затрагивает проблему того, что средства массовой информации не всегда готовы писать в своих публикациях о благотворительной деятельности. Для того чтобы в изданиях появлялись материалы на тематику благотворительности необходимо сотрудничать, заинтересовывать и активно работать с ними напрямую. Стоит также

подчеркнуть, что знаменитости играют меньшую роль в привлечении денежных средств, чем средства массовой информации.

Чаще всего именно журналисты, которым интересна тематика социальной направленности, сами разрабатывают программу действий совместно с благотворительной организацией, которая может собрать высокую сумму денег в благотворительные фонды.

Публикации социальной тематики в средствах массовой информации по характеру упоминаний можно разделить на следующие группы:

1. «Разовые упоминания» о персонах, благотворительных фондах и социальных организациях;
2. «Короткие информационные сообщения» (например, анонсы о предстоящих волонтерских акциях и мероприятиях);
3. «Собственные проекты изданий», (например, публикации в поддержку благотворительно фонда);
4. Аналитические статьи.

Чаще всего средства массовой информации рассказывают об известных персонах, которые являются учредителями или кураторами конкретного благотворительно фонда или проекта.

Байчурина А. И. предлагает реализовать следующие полезные мероприятия, которые могут помочь в освещении социальной тематики средствами массовой информации:

1. Переместить внимание СМИ с политической тематики на социальную тематику.
2. Государство должно оказывать мотивационные действия в направлении освещения СМИ положительных примеров и историй, связанных с благотворительностью, даже если они коммерчески невыгодные.
3. Для повышения доверия населения к благотворительным фондам, СМИ должны выкладывать подробные отчеты о их деятельности.
4. Социальные проблемы должны не только активно обсуждаться, они должны достигать публичной сферы и вовлекать общество в решение

проблем, а не оставлять ему роль пассивного участника, как это часто происходит в наши дни.

5. Для того чтобы в публичных изданиях появлялись материалы на социальную тематику благотворительным фондам необходимо сотрудничать, интересовываться, распространять о себе информацию, активно работать с ними напрямую научиться рассказывать о своей деятельности более понятным языком для читателей. А также, организовывать на постоянной основе пресс-конференции и выпускать пресс-релизы.

«Таким образом, плодотворное сотрудничество благотворительных фондов и СМИ, позволит повысить знания населения о деятельности фондов, укрепит доверие к ним и активизирует благотворительную деятельность граждан страны» [2, с. 67].

Кононова Ю. П. и Летапурс Т. В. считают средства массовой информации мощнейшим инструментом влияния на общественное сознание, и они должны способствовать развитию идей волонтерского движения, быть проводником гуманистических тенденций, человеколюбия, освещать деятельность современных героев времени. Вопрос о качествах личности журналиста как проводника доброй воли, проповедника идей морали и участника формирования нравственной культуры, о позициях и принципах является весьма существенным [22].

Исследователь Дойникова К. О. в своем научном труде «Добровольческая деятельность как эффективный механизм в развитии социальной политики страны» утверждает, что в последнее время в информационном пространстве можно услышать о значимости добровольческого движения для развития для определенной местности. Все больше средства массовой информации пишут о тех масштабах, которые охватывают это явление, о той пользе, которую несет данное общественное движение человеческому сообществу [11].

Авторы Ермилова А. В. и Исакова И. А. в своей научной публикации «Специфика волонтерской деятельности в современной России:

региональные» отмечают, что для волонтеров важна развитая система моральной мотивации, выражающаяся в ощущении собственной полезности, а значит, морального поощрения, учета заслуг. По их мнению, информирование о добровольческой деятельности не должно носить пропагандистского характера. Источниками информации могут быть средства массовой информации, в том числе Интернет–СМИ, сообщения об успешных волонтерских проектах, действующие волонтеры, рассказывающие о том, что их побудило работать и что в результате они получили [14].

Исследователь Л. А. Кудринская в своей научной публикации «Добровольческий труд: масштабы, потенциал и факторы развития» отмечает тот факт, что в период с 1990-х по 2000-е годы в нашей стране волонтерская деятельность действовала в так называемой ситуации информационного вакуума. У большинства российских СМИ отсутствовал какой-либо интерес в освещении добровольческой деятельности. Особенно, у телевидения, которое было в то время самым влиятельным и массовым в стране. По мнению автора, это было прежде всего связано с тем, что СМИ делали ориентир на развлекательный формат вещания и сенсационность в ущерб осмыслению событий социальной направленности в общественной жизни [27].

В наши дни, мы наблюдаем существенное улучшение ситуации благодаря глобальной информационной сети и социальным сетям. При помощи Интернета теперь можно легко и быстро записаться в качестве волонтера на конкретную акцию или мероприятие. Но стоит подчеркнуть, что возможность использования сети Интернет ограничены низким уровнем жизни большинства россиян, которым им недоступен. Однако в наиболее популярных и влиятельных российских средствах массовой информации социальная тематика крайне узка и касается зачастую сбора средств для различных благотворительных фондов, прежде всего для больных детей.

Исследователь Сычева А. В. в своей научной публикации «Социальный портрет добровольца в современном обществе: региональный аспект» считает, что для развития и освещения волонтерской деятельности в нашей стране следует подключать средства массовой информации. Для волонтерских объединений важно быть легко узнаваемыми, чтобы привлечь в свои ряды не только новых активистов, но и спонсоров. И особенно важно - это привлечение внимания властей и общественности к актуальным социальным проблемам [47].

По мнению Сычевой А. В. решение проблемы недоверия населения к волонтерству заключается в том, чтобы добровольческие организации открыто делились новостями о своей деятельности и сотрудничали напрямую со средствами массовой информации. А через телевизионные ролики на ТВ и через статьи в газетах у аудитории будет создаваться общее положительное представление о добровольчестве.

## **1.2 Методы, формы и каналы популяризации в массмедиа**

Исследователи ни раз обращались к такому явлению как популяризация, находя в нем потенциал развития массмедиа. В научных работах российских ученых есть исследования, посвященные популяризации науки, экологических знаний, ЗОЖ, спорта и др. В своей научной статье «Популяризация науки в интернете: содержание, формы, тенденции развития» Е. Е. Макарова вводит следующую трактовку понятия «популяризация науки». Популяризация науки – это процесс распространения научных знаний в современной и доступной форме для широкого круга людей (имеющих определенный уровень подготовленности для получения информации) [32].

По мнению Е. Е. Макаровой, средства массовой информации являются основным каналом популяризации научного знания.

Профессор Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова А. А. Тертычный в своей научной публикации

«Методы популяризации научного знания в современных СМИ» предлагает следующую трактовку понятия «популяризация науки». Популяризация научного знания – это создание и распространение с помощью различных средств (лекций, семинаров, печатных изданий, радио, ТВ и прочего) научных знаний, изложенных в доступной для широкой аудитории форме [50].

Таким образом, популяризацию волонтерского движения можно определить, как создание и распространение с помощью различных каналов массмедиа публикаций о волонтерской деятельности, изложенных в доступной для широкой аудитории позитивной форме.

По мнению А. А. Тертычного методы научной популяризации можно разделить на две группы: базовые методы и художественно-экспрессивные методы.

К базовым методам относятся:

- 1) аналогия;
- 2) сравнение;
- 3) моделирование;
- 4) описание;
- 5) ассоциация.

При использовании базовых методов научной популяризации будет упрощаться научная картина явления, т.е. она будет более понятна, наглядна и детализирована.

К художественно-экспрессивным методам относятся:

- 1) литота (т. е. преуменьшение);
- 2) гиперболизация (т. е. преувеличение);
- 3) метод метафоры (т. е. «переносное значение»);
- 4) метод олицетворения (т. е. персонификация).

Для популяризации волонтерского движения в текстах публикаций на сайтах из предложенных методов можно использовать базовые методы



(аналогия, описание, сравнение, ассоциация) и художественно-экспрессивные (гиперболизация, метафоры, персонификация).

Исследователи Т. Э. Орлова и И. Н. Терентьева в своей научной статье «Популяризация науки – актуальная функция научной коммуникации» выделяют следующие формы популяризации науки:

1) вербальные и текстовые, понятийные формы (например, публичные лекции, научные кружки, научно-популярная литература);

2) визуальные и аудиальные, чувственные и образные формы (например, фотовыставки, научные фильмы);

3) событийные, активные и интерактивные формы (научные конкурсы и фестивали) [36].

В своей научной диссертации «Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений» Н. В. Дивеева предлагает следующие формы популяризации науки:

1) медийные формы (например, документальные фильмы, научные статьи и публикации, блоги, специализированные группы в социальных сетях, форумы);

2) организационно-событийные формы (например, фестивали науки, мастер-классы, научно-популярные лекции).

Таким образом, для популяризации волонтерского движения на сайтах добровольческих сообществ можно использовать следующие формы: медийные (тексты, аудио и видеопроизведения, мультимедийные публикации и т. д.) и событийно-организационные (сайты становятся площадкой для проведения образовательных мероприятий, реализации проектов, конкурсов, организации общения волонтеров, интерактива и т.д.).

По мнению Е. В. Барковой, зачастую журналисты воспринимают историков только в качестве ньюсмейкеров. И это является одной из острых проблем популяризации истории. К проблемам популяризации исторических

знаний в массмедиа также можно отнести: отсутствие единой концепции и системности популяризации истории [3].

В своем научном труде «Медиапространство в сфере массовой коммуникации: социокультурная реальность» В. Г. Водопьян использует следующую трактовку понятия «массмедиа». «Массмедиа – это организационно-технический комплекс, при помощи которого возможными становятся централизованное распространение и передача визуальной, словесной, звуковой информации» [7, с. 185].

К современным средствам массмедиа относятся:

- 1) кино;
- 2) телевидение;
- 3) электронные СМИ (Интернет-СМИ);
- 4) пресса.

В своей научной статье К. А. Кирилин и М. М. Скрипченко рассматривают основные тенденции научной популяризации в российских СМИ, а также изучают ее формы и методы. Также исследователи делятся результатами анализа, в ходе которого были изучены научно-популярные сайты [21]. Перечислим приемы популяризации, которые используют современные сетевые СМИ:

- 1) видеоматериалы (видеолекция);
- 2) текстовые материалы (в них используются иллюстрации, рисунки, gif-анимации, внутритекстовые заголовки);
- 3) используются прямые, вопросительные или «игровые» заголовки.

Авторы К. А. Кирилин и М. М. Скрипченко также отмечают, что зачастую материалы, популяризирующие науку, подаются в виде интервью эксперта в общественно-политических СМИ.

В своей научной работе М. Р. Желтухина рассматривает культуру как объект популяризации в публикациях современных массмедиа, а также знакомит своих читателей с таким медиажанром, как «популяризационная

статья» и его основными характеристиками. Среди основных языковых особенностей популяризационной статьи можно выделить:

- 1) использование эмоционально окрашенной лексики;
- 2) использование специальной терминологии (использование научно-технических терминов);
- 3) принципиальную неоднородность стилистических средств;
- 4) сочетание экспрессивных и стандартных средств языка;
- 5) применение одновременно конкретной и абстрактной лексики [15].

Исследователь М. Р. Желтухина выделила следующие основные стилистические признаки популяризационной статьи в современных массмедиа:

- 1) в популяризационных статьях присутствует высокая частота прямого цитирования;
- 2) в популяризационных статьях используется нейтральная общепотребительная лексика;
- 3) стиль популяризационной статьи не различен со стилем газетных заголовков (т. е. заголовок привлекателен, информативен, лаконичен и привлекателен для целевой аудитории).

Исследователи К. Ю. Королева и Е. С. Сазонова в своей научной статье «Проблемы массмедийного сопровождения волонтерской деятельности» поднимают проблему популяризации волонтерского движения в массмедиа. По мнению авторов, для успешного сопровождения волонтерской деятельности требуется:

1. волонтерские объединения должны самостоятельно разрабатывать небольшие пресс-релизы и фотоотчет с мероприятия для российских массмедиа;
2. разработка и распространение промоматериалов (футболки, значки, флажки, кепки, календари);
3. разработка и распространение социальной рекламы;

4. разработка и распространение графического материала через популярные социальные сети и сайты волонтерских объединений;

5. формирование имиджа добровольческой организации [23].

В 2018 году Ассоциация волонтерских центров (АВЦ) разработала и запустила информационный портал «Добровольцы России». В целях информационно-аналитического сопровождения деятельности добровольцев и создания механизмов вовлечения граждан в волонтерское движение. Через данный ресурс стало возможным обмениваться опытом и взаимодействовать с организаторами волонтерства, объединениями и добровольцами, получать полезную и актуальную информацию о предложениях и потребностях в помощи добровольцев [39].

Под основными медиаканалами (каналами СМИ) понимают совокупность взаимодополняющих однородных источников информации (например, все печатные издания). Отличительной особенностью между каналами СМИ является воздействие на разные каналы восприятия человека (зрительный, слуховой, осязательный, обонятельный) [44].

В своем научном труде «Средства популяризации волонтерского движения в детской и молодежной среде» Л. А. Шварцман следующие способы популяризации волонтерского движения в нашей стране:

- 1) расширение известности волонтерских объединений;
- 2) распространение добровольческих идей в обществе;
- 3) пропаганда добровольческих идей в обществе [55].

В качестве современных средств информирования используются:

- 1) наружная реклама;
- 2) телевидение;
- 3) радио;
- 4) пресса.

Среди важных средств популяризации волонтерского движения Л. А. Шварцман выделяет: личный пример добровольца, ежедневная

активность добровольцев, использование такого вида добровольческой деятельности как семейное волонтерство.

В своей научной статье «Наиболее эффективные пути популяризации волонтерской деятельности в XXI веке» А. А. Матросова выделяет следующие методы популяризации волонтерского движения: освещение волонтерской деятельности в средствах массовой информации и социальная реклама [33].

В своей научной статье «К вопросу о целесообразности популяризации волонтерской и добровольческой деятельности российской молодежи средствами массовой информации» Е. В. Тарасенко считает, что в последнее время заметен рост числа публикаций волонтерской тематики в массмедиа. Но этих материалов недостаточно, поскольку информированность населения по данной тематике по-прежнему низкая [48].

В своем научном труде «Жанрово-тематические особенности подачи социальных материалов в интернет-издания» Е. Ю. Юдина подразделяет жанры/форматы на две группы «малую» и «большую». Основным критерием деления на подобные группы является полнота передаваемой информации. К первой группе исследовать относит следующие жанры/форматы:

- 1) комментарий;
- 2) письмо;
- 3) заметка;
- 4) зарисовка;
- 5) отчет.

Ко второй группе относятся следующие жанры/форматы:

- 1) социальное расследование;
- 2) социальный репортаж;
- 3) интервью;
- 4) аналитическая статья;
- 5) очерк
- 6) человеческие истории [56].

Исследователь А. Д. Кривоносов выделяет новости «первого порядка» и рядовые новости в современных массмедиа. Ключевым аспектом новостной публикации является ее содержание. Чтобы новостному материалу придать дополнительную весомость, можно использовать один из следующих приемов:

- 1) корпоративную проблему или событие можно трансформировать в особо важную новость для общества;
- 2) демонстрация разных подходов и взглядов к одной проблеме;
- 3) создание события или привязка новостного материала к круглой дате [24].

В настоящее время понятие «журналистика» приближено к понятиям «система СМИ» и «массмедиа», но не является их синонимом. Поскольку последние являются не только производителями, но еще и распространителями массовых информационных потоков [30].

В своей научной работе «Популяризация физического совершенства в современных российских медиа» исследователи Н. А. Чеботарёва и А. А. Александрова считают, что популяризация ЗОЖ в российских массмедиа способствует формированию интереса у аудитории к занятию спортом. А также развивает потребность человека к физическому совершенству и стремлению к здоровому образу жизни [53].

Массмедиа способны изменять массовое сознание аудитории, вводить в него новые идеалы и ценности посредством привлечения медийных персон – известных личностей.

В научной статье «Популяризация культурно-исторических знаний в сети Internet» автор Н. Т. Тарумова вводит следующую трактовку понятия «популяризация науки». «Это доступное, рассчитанное на широкую аудиторию, изложение фундаментальных научных знаний» [49, с. 342]. Среди основных средств популяризации исследователь выделяет периодические издания, научно-популярную литературу, телевидение и сеть Интернет. Благодаря современным технологиям на одном информационном

ресурсе (сайте или портале) можно одновременно увидеть аудиозаписи, тексты и визуальные ряды. В Интернете существует большое количество информационных порталов и сайтов, посвященных научным работам по различным областям знаний, которые представляют достоверную и актуальную информацию для ученых. В процессе популяризации происходит упрощение изложенной научной информации, чтобы она была доступна и рядовому интернет-пользователю.

Также по мнению Тарумовой Н. Т., чтобы сайт, популяризирующий культурно-исторические знания, стал достаточно популярным необходимо обратить внимание на один из существенных факторов, влияющих на его популярность, т.е. тематику новостного контента. При этом уровень и качество популяризаторской работы в отношении научных знаний в Интернете существенно зависит от объекта и от формы его представления.

Исследователь А. Д. Кривоносов определяет медиакommunikации как процесс создания, обработки, трансляции и обмена информацией в индивидуальном, групповом, массовом формате по различным каналам массовых коммуникаций с помощью различных коммуникативных средств (визуальных, аудиальных, аудиовизуальных и вербальных/невербальных). Медиакommunikации могут обеспечивать функционирование конкретной (территориальной) медиасистемы в определенной медиасреде [25].

При помощи различных средств образной выразительности (например, ирония, эпитет, метафора) русского языка, журналист может в своих новостных публикациях эстетически и эмоционально воздействовать на читателя. А также точно и эффективно выражать свои мысли. Автор новостной публикации может ввести цитату в заголовок для привлечения внимания массовой аудитории к содержанию материала. При этом выполняется контактоустанавливающая функция [29].

В своей научной работе «Популяризация науки в условиях современной социокультурной ситуации» автор Е. А. Панина считает, что популяризация научных знаний будет существовать до тех пор, пока

существует сама наука. В России взаимоотношения массовой аудитории и науки находятся под пристальным вниманием государства. Это вызвано тем, что данное направление актуально в сфере образования. Без сомнения, важно транслировать научную информацию массовой аудитории научную информацию в сложившихся обстоятельствах. При осуществлении процесса подготовки научно-популярного контента и выбора форм, методов и каналов популяризации в массмедиа необходимо отталкиваться от социально-демографических характеристик (профессиональный и семейный статусы, пол, возраст и т. д.) целевой аудитории, опираясь при этом, на базовые задачи и основы.

Большинство ученых согласно с тем мнением, что есть необходимость проведения систематической деятельности по популяризации научных знаний с целью перевода информации с научного языка на общедоступный язык широких масс. Среди исследователей, которые занимаются теоретическим изучением популяризации науки, можно выделить следующих деятелей науки: А. И. Акопова, А. Г. Ваганова, Ю. Д. Вяткину, В. Л. Гинзбург, Н. В. Дивееву, М. В. Загидуллину, Е. Г. Константинову, И. Ю. Лапину, Е. Е. Макарову, Т. Б. Пичугину, А. Л. Самсонову и Т. И. Фролову.

В настоящее время государство проявляет особый интерес к популяризации науки. В частности, интерес к популяризации научных знаний проявляет Российская академия наук (РАН). В феврале 2019 года в РАН состоялось первое заседание Комиссии Российской академия наук по популяризации научных знаний. Основными целями создания данной Комиссии являются:

- 1) теория и методология популяризации научных знаний;
- 2) поддержка научно-просветительских акций и мероприятий в субъектах Российской Федерации;
- 3) взаимодействие со средствами массовой информации (СМИ);
- 4) координация работы по научной популяризации;



5) взаимодействие с сотрудниками научно-исследовательских институтов (НИИ) и образовательных учреждений;

б) поддержка российских периодических изданий, научно-популярных журналов и издательской деятельности.

В 2018 году Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации совместно с Министерством просвещения Российской Федерации и рядом других министерств разработали Программу популяризации научной, научно-технической и инновационной деятельности (сроки реализации 2019–2024 годы).

«Основными целями Программы заявлены следующие:

– вовлечение молодежи в научную, научно-техническую и инновационную деятельность;

– рост информированности общества о значимых достижениях науки, выдающихся ученых, инженерах, технологических предпринимателях;

– рост интереса к науке и технике, повышение престижа научной, научно-технической и инновационной деятельности в обществе» [38, с. 174].

Среди основных средств распространения научно-популярной информации можно выделить следующие:

1. Научно-популярные лекции, которые обладают особенностью интерактивности и работой напрямую с научной информацией в реальном времени.

2. Научно-популярная литература (периодические издания, научно-популярные журналы).

3. Сеть Интернет – информационное пространство для поиска и создания новых форм подачи научно-популярного контента.

4. Средства массовой коммуникации, которым свойственна массовая аудитория и высокая степень коммуникативной эффективности.

Главной задачей средств популяризации является понятное изложение научно-популярного контента для массовой аудитории. На данной стадии возникает проблема соответствия изложения научной информации по

социально-демографическим характеристикам целевой аудитории. При упрощении научно-популярного контента к интересам общества актуальным становится и выбор форм, методов и каналов популяризации. При этом качество современного научно-популярного контента на научных сайтах и порталах, подготовленного для трансляции широкой аудитории, различается.

Современные исследователи выделяют ряд важных показателей качественного научно-популярного контента на научных сайтах и порталах, подготовленного для массовой аудитории через средства популяризации. К таким признакам можно отнести:

1) информация об апробации результатов научно-исследовательской работы (данные патентных служб, публикации в научных журналах и изданиях);

2) наличие ссылок на авторитетные источники научной информации (научные документы или издания);

3) комментарии инженерно-технических работников, исследователей, признанных научным сообществом экспертов в данной конкретной области науки, сотрудников известных научно-исследовательских институтов;

4) ссылки на признанные научные и образовательные учреждения (РАН, отраслевые академии, научно-исследовательские институты, части и лаборатории) и на субъекты научной активности (инженерно-технические работники, исследователи, ученые, работники сферы научного обслуживания).

Двумя важными проявлениями рекреативного начала популяризации научных знаний являются:

1. Интерактивность – особое коммуникативное явление, которое получило свое развитие на фоне новых информационных технологий. Данная коммуникативная форма может проявляться в организационных и событийных формах популяризации научных знаний.

2. Зрелищность. Данная форма состоит в том, что популяризация научных знаний все чаще приобретает черты современного масштабного

шоу. В основе этой тенденции лежит то, что отечественная научная популяризация традиционно использует увлекательность и яркость в качестве инструмента привлечения и удержания внимания массовой целевой аудитории.

В последнее время указанные выше формы получают все большее распространение в современном мире. Их главными отличиями являются то, что они гораздо более динамичны (по сравнению с традиционными формами), и они предполагают активное участие пользователя в процессе познания научных знаний.

Важной частью государственной политики в сфере просвещения служит теоретико-методологическое осмысление деятельности по популяризации научных знаний. Уже сегодня оно объединяет усилия представителей различных научных, исследовательских, образовательных организаций, научно-образовательных медиа, научных музеев и благотворительных фондов. На встрече, которая состоялась в 2018 году в Российской академии наук (РАН), ведущие популяризаторы страны рассказали о реализации своих проектов, направленных на вовлечение широкой аудитории в научную деятельность. Помимо этого, обсуждались и современные формы, методы и каналы популяризаторской деятельности.

В качестве примера формы популяризации научных знаний можно привести формат «научного кафе». Данный формат можно использовать как для общения ученых с представителями СМИ, так и для общения ученых с массовой аудиторией (людьми, которые интересуются научными открытиями и исследованиями). Также выделяют такие форматы, как:

- Science Bar Hopping (т. е. выступление ученых в барах);
- ScienceSlam (т. е. научный бой ученых на сцене ночного клуба или бара).

Также особый интерес представляет реализуемая в настоящее время программа, основной задачей которой служит создание в каждом субъекте Российской Федерации активных участников, вокруг которых будут

строиться интеллектуальные клубы. В них молодые популяризаторы науки смогут проходить профессиональную и качественную подготовку и учиться увлекательно и понятно рассказывать о последних достижениях и открытиях в науке. А также эффектно проводить научно-популярные мероприятия разных форматов (например, научные конкурсы, проекты, конференции, фестивали науки и научно-практические форумы) и представлять последние достижения научной деятельности.

Среди традиционных форм популяризации, которые до сих пор не утратили своей значимости, исследователи выделяют следующие формы: лектории, кружки, музеи и клубы. На сегодняшний день современные отечественные музеи продолжают выполнять свою популяризаторскую функцию на прежнем высоком уровне. Музеи, посвященные демонстрации научных открытий, являются главным компонентом коллективного разума, общественного сознания и национальной культуры. При этом они находятся в постоянном развитии. Поскольку требуется постоянная коммуникация с современным обществом и разработка новых форм и методов увлекательного предоставления научных знаний людям с различными социально-демографическими характеристиками.

В своей научной статье «Информационная графика как способ популяризации научного знания (на примере инфографики о космосе)» автор С. И. Болгова исследует современный способ популяризации научной информации в массмедиа – инфографику. Данный способ используют в своей работе традиционные средства массовой информации и цифровые медиа. Инфографика способствует научной популяризации и дает возможность сделать сложные научные данные более понятными и доступными массовой аудитории.

Процесс создания визуального продукта занимает большое количество времени, чем работа над стандартным текстовым форматом. Однако существуют практики, когда использование научной информационной графики позволяет читателю включиться в процесс научного исследования.

Особенно это можно проследить в интерактивной инфографике, где пользователь является важной частью самой работы, без которой этот медиа-продукт не сможет существовать. Используя доступные современные информационные и компьютерные технологии, можно получить возможность предоставить исследовательские данные наиболее доступным и понятным для аудитории способом, помогая тем самым точнее воссоздать объект истории. Данные меры помогут поспособствовать повышению уровня вовлеченности и образованности массовой аудитории к такой информации. А также включают их в процесс реконструкции и трансляции данных, помогут представить дальнейшие возможности научно-популярной сферы.

По мнению С. И. Болговой, инфографика как способ представления актуальной научной информации массовой аудитории активно используется как СМИ, так и различными ведомствами. В российской научно-популярной журналистике тема исследований о космосе актуальна во многих странах мира. В этом тематическом информационном пространстве информационная графика как явление позволяет удобно, доступно, понятно и привлекательно сообщить информацию об открытии, устройстве какого-либо космического аппарата или его значении для мировых исследований космической тематики. Если представить данную информацию преимущественно в текстовом формате, то большая часть научной информации будет непонятна читателю, а аргументы будут выглядеть ненадежными и менее убедительными.

Исследователь С. И. Болгова подчеркивает, что «информационная графика не является универсальным способом подачи информации, и поэтому не должна использоваться каждый раз, когда языковых средств недостаточно для простоты и понятности материала. Инфографика – это качественный метод, который должен в первую очередь соответствовать целям материала, т.е. выполнять разъяснительную функцию, помогая приблизить рядового читателя к большему пониманию материала, его значения и влияния на общество. Именно поэтому главным в таком виде

представления информации должны быть не эстетика, композиция и техническое исполнение полосы, а организация информации наиболее комфортным для прочтения способом при помощи текстовых и визуальных средств» [5, с. 305].

Сложность создания научной информационной графики заключается, в подробной и длительной исследовательской работе представителя средства массовой информации. Главной задачей его работы служит сделать сложные данные (малоизвестные научные термины и явления) об открытиях, разработках или исследованиях, доступными и понятными читателю, не потеряв научной значимости самого научного информационного материала. При этом для визуального медиа-продукта журналистской деятельности имеют значение все основные и важные критерии качественного журналистского материала (в особенности, критерий наглядности и критерий достоверности, т.е. непротиворечивости).

В настоящее время инфографику о космосе создают сотрудники средств массовой информации (специалисты в области графического дизайна и визуальной журналистики), различные популярные компании и научно-исследовательские центры. Все они осознают весомую значимость и пользу этого современного и доступного способа подачи научной информации. Например, на своем официальном сайте ведомство National Aeronautics and Space Administration (NASA) создает собственный оригинальный медиаконтент на основе собранных в ходе различных космических исследований данных.

Популяризация научных знаний обладает большим количеством форм, инструментов, методов, возможностей и платформ. Сегодня многие средства массовой информации готовят свои материалы одновременно в печатном и электронном варианте. Благодаря наличию определенного наполнения элементами (кнопки, фотографии, аудиозаписи, видеозаписи и т. п.) в интерактивной графике есть огромное количество потенциальных

возможностей, чтобы существенно облегчить объяснение научной информации.

В качестве примера можно привести государственную корпорацию «Роскосмос», которая в 2016 году представила свой новый современный арт-проект, где использовались различные возможности веб-платформы. Благодаря им было создано простое и доступное взаимодействие сайта с его многочисленными пользователями. Популярная компания в отрасли информационных технологий «Яндекс» выпустила и представила свою интерактивную инфографику, посвященную теме космоса. Особое значение оказывает одновременное использование звукового сопровождения и визуальной составляющей медиа-продукта.

В своей научной статье «Способы популяризации науки в научно-популярных студенческих медиа» А. В. Соколова подробно изучает сферу научно-популярной журналистики. Также исследователь выделяет основные формы, методы и каналы, которые применяют в своей деятельности популяризаторы научных знаний. Также в работе А. В. Соколовой можно узнать об основных приемах и способах научной популяризации в студенческих медиа (в качестве примеров используются научно-популярные медиапроекты ведущих российских образовательных учреждений) [43].

Термин «популяризация» можно объяснить двумя определениями:

- это распространение чего-либо, стремление сделать что-либо широко известным, популярным;
- это изложение какого-либо вопроса в популярной, общедоступной форме.

Последнее представленное определение термина «популяризация» достаточно широко отражает суть задач научно-популярной сферы:

- 1) сделать учёных и исследователей известными медийными личностями, субъектами актуальных и правдивых знаний;

2) понятно и доступно донести до неподготовленной аудитории узконаправленные научные знания (объяснить научно-технический термин или явление);

3) создать тренд и спрос современной массовой аудитории на научные знания.

При этом стоит подчеркнуть, что в настоящее время науку уже недостаточно просто объяснять. Поскольку она должна конкурировать с другими современными медиапроектами и медиаизданиями. Новые цифровые медиа преимущественно ориентируются в первую очередь на эмоциональный отклик у аудитории, гибкость, персонализацию и интерактивность.

Исследователь Соколова А. В. предлагает следующий набор способов осуществления массовой коммуникации и популяризации науки, который может быть полезен современным медиапроектам:

- 1) создание и распространение инфографики и фотоматериалов;
- 2) создание и распространение научно-популярного контента в текстовом формате;
- 3) работа с различными форматами видео;
- 4) сопровождение научных сайтов и порталов, а также оформление публичных сообществ в популярных социальных сетях;
- 5) создание и распространение аудиозаписей (аудиоподкасты);
- 6) организация, проведение и информационное сопровождение научных мероприятий (например, научных конкурсов, проектов, конференций, фестивалей науки, научно-практических форумов).

Данный набор способов осуществления массовой коммуникации и популяризации науки интересен для журналистов тем, что научно-популярная сфера – это большой простор для творчества и самореализации.

Популяризация научных знаний в российских средствах массовой информации начала быстро развиваться в XX веке. В то время массово издавались научно-популярные журналы, позднее к популяризации науки



присоединилось и телевидение. Стоит отметить, что в течение длительного времени в данной сфере работали только профессиональные журналисты или сами исследователи и учёные. В настоящее время положение дел не изменилось. Чтобы заниматься научно-популярной журналистикой требуется огромный багаж фоновых научных знаний и высокий уровень владения языком, который будет отвечать требованиям науки. Иначе возрастет вероятность создания самых опасных научных мифов и заблуждений.

В своей работе «Научная популяризация в Интернете: эксперименты с новыми форматами (опыт создания видео-проектов о науке)» Е. С. Поданева делится исследованием популяризации научных знаний в сети Интернет. Автор проводит анализ способов подачи научного знания в цифровых медиа и изучает новаторские формы и трансформацию традиционных методов [40].

Популяризацию науки можно определить, как научно-популярную журналистику, так и другие источники популяризации научных знаний (например, видео-лекции, эксплейнеры, мультипликационные ролики и видео-блоги).

Критерии, по которым можно понять, что популяризация научных знаний работает эффективно:

- 1) наука начинает привлекать потенциальных инвесторов, которые готовы вложить свои финансовые ресурсы в научные разработки и в актуальные исследования;
- 2) в повседневной жизни общества начинают нередко появляться новые достижения науки и техники;
- 3) федеральные органы власти активно и ответственно разрабатывают новые стратегии развития страны;
- 4) наука – это престижная сфера деятельности человека, которая привлекает в свои ряды еще больше профессионалов, способных предложить новые изобретения и знания.

Интернет играет важную и позитивную роль в распространении научной информации. Также он является информационным пространством

для поиска и создания новых форм подачи научно-популярного контента. У интернета выделяют следующие преимущества: наличие широкой аудитории, мульти-инструментальность, высокая интерактивность.

Таким образом, научная популяризация является одним из актуальных направлений в российском Интернете, в котором научно-популярный дискурс пополняется новыми способами подачи научных знаний. С одной стороны, это создание новаторских форм, методов и инструментов, а с другой – трансформация традиционных способов.

На манеру подачи научной информации и характер научно-популярного контента оказывает воздействие статус автора и его профессиональные компетенции. В наше время выделяют два типа популяризаторов науки:

1. Ученые, которые осваивают различные инструменты коммуникации и пробуют самостоятельно рассказывать о научных исследованиях (или объяснить научно-технический термин или явление).

2. Журналисты, которые интересуются актуальными научными знаниями и открытиями. И изучают новые темы приемами самообучения.

Цифровой код, мультимедийность и интерактивность служат главными качествами цифровых медиа, которые сейчас развиваются в сети Интернет. Главным различием цифровых медиа от традиционных (т. е. ТВ, радио и печатных изданий) является возможность экспериментировать со средствами выразительности и с формой подачи разного рода информации.

В новых медиа можно подавать информацию в синтетической форме, совмещая интерактивные (вербальные, аудиальные и визуальные) элементы журналистского материала. При этом пользователь может генерировать содержание медиа-продукта и делиться своей обратной связью. Стоит также отметить, что цифровые медиа хоть и являются преемниками старых медиа, но в них есть элементы традиционных СМИ.

По мнению Е. С. Поданевой, цифровые медиа могут применять классические приемы подачи сложной научной информации.

В традиционной журналистике представлены следующие методы декодирования сложных терминов:

- 1) рассказ об истории открытия термина;
- 2) иллюстрирование понятия примером;
- 3) объяснение термина с помощью метафор и сравнения;
- 4) описание основных признаков конкретно термина.

Цифровые медиа используют те же приемы, что и традиционная журналистика, но в современной и доступной аудиовизуальной форме. В результате получаются очень эффектные видео-метафоры и сравнения. В наше время сеть Интернет предлагает совершенно новые типы научно-популярного и познавательного контента:

- 1) видео-лекции (например, одиночные выпуски или целые курсы);
- 2) эксплейнер (небольшое 2-х минутное видео, которое дает объяснение научным явлениям;
- 3) познавательная мультипликация (ролик, который оформляется в понятной, доступной и развлекательной форме с помощью мультипликационной анимации;
- 4) видео-блоги;
- 5) игровые формы подачи научных знаний (например, тесты на основе видеокурсов и видео-лекций).

Таким образом цифровые медиа помогают и способствуют развитию научно-популярных ресурсов. Благодаря им возникают новаторские формы подачи научных знаний, которые могут одновременно сочетать в себе текстовые и аудиовизуальные средства выразительности. Также они позволяют объяснить сложные научные термины в понятной, наглядной и современной форме. Эти данные могут говорить о позитивном развитии популяризации научных знаний в сети Интернет.

В своей научной статье «Популяризация науки в современной России» авторы Е. В. Журавлева и С. В. Фурсов утверждают, что популяризировать научные знания в обществе можно с помощью целого ряда инструментов:

1) проведение научных конкурсов, проектов, конференций, фестивалей науки, научно-практических форумов, различного рода образовательных мероприятий, круглых столов с участием известных ученых, дней открытых дверей в научно-исследовательских и образовательных учреждениях;

2) распространение публикаций, популяризирующих науку, в сети Интернет и в различных средствах массовой информации;

3) демонстрация выставочных и музейных экспозиций, посвященных научной теме [17].

Журавлева Е. В. и Фурсов С. В. выделяют следующие основные функции популяризации научных знаний:

– мировоззренческую функцию (формирование научного подхода к окружающей действительности, а также образа науки как одной из наиболее привлекательных форм деятельности человека);

– информационную функцию (подача научных знаний в понятной, доступной и современной форме).

Исследователи Е. В. Журавлева и С. В. Фурсов считают, что целевой аудиторией популяризации научных знаний может являться общество в целом, так и определенная его часть – молодые люди.

В советские годы молодое поколение не ограничивалась простым обучением в образовательном учреждении. Популяризация научных знаний среди детей и молодежи проводилась путем массового вовлечения школьников в различные дополнительные кружки. Так ребята могли заниматься судомоделированием, ракетным моделированием и робототехникой. Дополнительно изучать свои любимые школьные предметы во внеурочное время. Кружки открывались по всей стране в школах детского технического творчества, во дворцах и домах пионеров и на станциях юных техников и юных натуралистов.

В своей научной работе «Популяризация волонтерских программ в образовательных организациях с целью эффективной реализации

молодежной кадровой политики» исследователи А. А. Громова и Т. С. Демченко считают, что популяризация добровольческого движения в российских ВУЗах служит для студентов социально-педагогической базой для обучения, получения дополнительных профессиональных навыков и саморазвития. Участие в добровольческом движении важно не только для общества, но и для молодого поколения [10].

Для мотивации и стимулирования учащихся образовательных учреждений осознанно заниматься волонтерской деятельностью предлагаются следующие действия:

- на сайте образовательного учреждения описать преимущества участия в добровольческом движении;
- подготовить, напечатать и распространить листовки с достоинствами занятия волонтерской деятельностью;
- попросить преподавателей напоминать учащимся о том, что при образовательном учреждении присутствует свой центр добровольчества и волонтерства;
- указать в подготовленных информационных материалах то, что организация волонтерской деятельности проходит на высшем уровне, и студенты будут чувствовать себя комфортно.

Исследователи А. А. Громова и Т. С. Демченко предлагают описать следующие достоинства занятия волонтерской деятельности для учащихся:

- 1) возможность способствовать решению актуальных социальных проблем;
- 2) возможность получать достойную оценку себя;
- 3) возможность приобрести новый опыт, а также знания, умения и навыки для последующей профессиональной деятельности;
- 4) возможность проводить своё свободное время с наибольшей пользой для себя и для общества;
- 5) возможность использовать свои знания, умения и навыки;
- 6) возможность познакомиться и подружиться с новыми людьми;

7) возможность чувствовать себя полезным и успешным.

Если учащимся часто будут попадаться на глаза данные преимущества, то рано или поздно, обдумав данные аспекты и тщательно взвесив все «за» и «против», они начнут обращаться в центр добровольчества и волонтерства.

По результатам первой главы можно сделать следующие *выводы*.

Добровольчество – это безвозмездная социально-активная деятельность людей, которая направлена на решение социально-значимых проблем в обществе. Волонтеры – это активные, открытые, добрые и позитивные люди, которые не стремятся за денежной выгодой. Но которые желают помочь и внести свой личный вклад в общее дело. Поэтому в публикациях важно не просто осветить новость, но и необходимо передать ту особую положительную эмоциональную атмосферу, которая царит в волонтерском движении.

Популяризация волонтерского движения – это создание и распространение с помощью различных каналов массмедиа публикаций о волонтерской деятельности, изложенных в доступной для широкой аудитории позитивной форме.

Формы популяризации волонтерского движения, доступные для сайтов добровольческих сообществ можно разделить на две большие группы: медийные (тексты, билборды, плакаты, аудио и видеопроизведения, мультимедийные публикации и т. д.) и событийно-организационные (сайты становятся площадкой для проведения образовательных мероприятий, реализации проектов, конкурсов, организации общения волонтеров, интерактива и т. д.).

Популяризация волонтерского движения в текстах публикаций на сайтах может использовать базовые методы (аналогия, описание, сравнение, ассоциация) и художественно-экспрессивные (гиперболизация, метафоры, персонификация).

Целевая установка публикаций на сайтах добровольцев связана с вовлечением аудитории в ряды волонтеров (призыв к вступлению в ряды

движения), создание привлекательного образа добровольчества и добровольцев (персонификация через образы волонтеров, моральное удовлетворение, признание), мотивация к личностному росту, развитию (рост эрудиции, путешествия, расширение круга общения, участие в больших событиях, образование, получение опыта (в том числе и профессионального), единомышленники), информирование о текущей деятельности движения (конкретные акции и проекты, новости).

## **Глава 2 Формы и методы популяризации волонтерского движения в массмедиа**

### **2.1 Типологический анализ сайтов волонтерских объединений**

Многие российские добровольческие организации обладают своими собственными официальными сайтами и порталами. Данные информационные ресурсы создаются с целью выстраивания отношений с заинтересованными лицами, которые желают заниматься добровольческой деятельностью. С помощью интернет-ресурсов можно продуктивно осуществлять работу по продвижению идей волонтерского движения в массовую аудиторию. Заходя на сайт, пользователь (например, потенциальный волонтер) должен беспрепятственно получить нужную и подробную информацию о деятельности добровольческой организации.

В своей работе мы проведем типологический анализ сайтов крупнейших российских добровольческих организаций. Для этого воспользуемся следующими критериями: цель сайта, целевая аудитория, общее назначение сайта, жанры публикаций, характеристика основных элементов сайта, структура сайта, тип и характеристика дизайна, система навигации, частота обновления контента, количество подписчиков и посещаемость (если данная информация будет доступна).

Для анализа были выбраны портал DOBRO.RU и сайты девяти крупнейших российских добровольческих организаций: «Волонтеры Победы», «Волонтеры-медики», «Волонтеры культуры», Ассоциация волонтерских центров, «Волонтеры Конституции», СФЕРА, «Мосволонтёр», «Даниловцы», «Клуб волонтеров». Следует отметить, что сайты отбирались таким образом, чтобы в них публиковались новостные материалы.

*Типологическая характеристика портала DOBRO.RU (рисунок 1)*



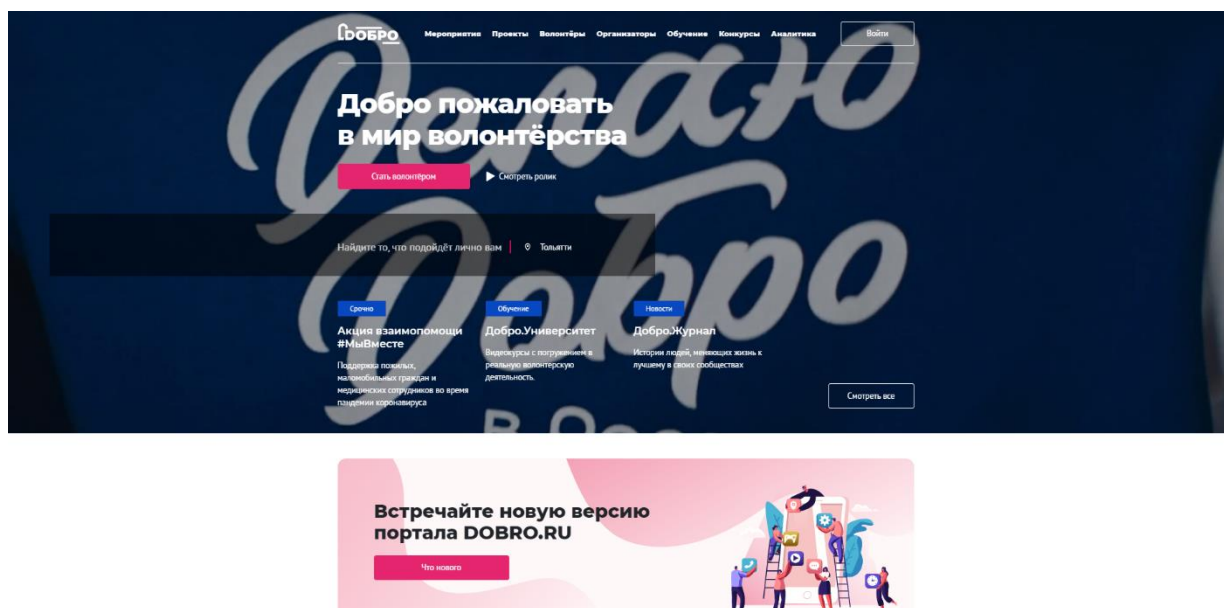


Рисунок 1 – Скриншот главной страницы портала DOBRO.RU

Данный информационно-аналитический ресурс был создан в 2016 году, и он является крупнейшей интернет-платформой в сфере добровольчества в России. В 2020 году состоялся перезапуск системы и была выпущена обновленная версия главного волонтерского портала страны.

1. Цель сайта – объединение на одном ресурсе всего волонтерского сообщества, привлечение различных групп населения к занятию добровольчеством и информационно-аналитическое сопровождение деятельности волонтеров России. Об этом говорит то, что большая часть материалов и иллюстраций посвящены добровольческому движению.

2. Целевая аудитория – портал ориентирован на граждан РФ, желающих заниматься или уже занимающихся добровольческой деятельностью.

3. Общее назначение сайта – предоставление актуальной и подробной информации пользователю о волонтерской деятельности в России. Помимо этого, через данный интернет-ресурс можно присоединиться к добровольческому движению.

4. Жанры публикаций – подавляющее большинство публикаций сделано в жанре новостной заметки, статьи, анонс и отчет.

5. Характеристика основных элементов – видео-баннер занимает центральное место в верхней части главной страницы портала и размещен на заднем фоне. При желании пользователь может кликнуть «Смотреть ролик», тогда видео переместится на передний план и его можно будет посмотреть со звуком. Поверх видео-баннера расположены ссылки на сайт акции взаимопомощи #МыВместе и на 2 сервиса. В сервисе «Добро.Журнал» выкладывается новостной контент добровольческой тематики. А в сервисе «Добро.Университет» размещаются курсы и различные материалы для волонтеров и организаторов добровольчества. В нижней части портала представлена форма, через которую можно подписаться на рассылку новостей. Для этого пользователю необходимо ввести адрес своей электронной почты. Чуть выше находится горизонтальная интерактивная лента «Кто такие волонтеры». Пролистывая ее пользователь может узнать о победителях Всероссийского конкурса «Доброволец России – 2019». Каждый элемент ленты состоит из фотографии, имени и фамилии волонтера и его краткой личной истории о добровольчестве. При клике на кнопку «Стань волонтером» пользователь переходит в раздел регистрации. Здесь он может заполнить небольшую анкету тем самым присоединиться к добровольческому движению.

6. Структура – верхняя шапка интернет-ресурса включает следующие разделы: «Мероприятия», «Проекты», «Волонтеры», «Организаторы», «Обучение», «Конкурсы», «Аналитика». В нижней части страницы продублированы разделы портала и представлены ссылки на партнеров и на социальные сети «Вконтакте», «Одноклассники» и Instagram.

В разделе «Мероприятия» пользователь может узнать о всех событиях, где требуется помощь добровольца. Разделы «Проекты», «Волонтеры» и «Организаторы» содержат соответственно данные о проектах, волонтерах и организаторах, которые зарегистрированы на портале. Во всех 4-х разделах есть система поисковых фильтров, помогающая пользователю быстро найти именно то, что ему подходит. Из раздела «Обучение» посетитель сайта

переходит в сервис «Добро.Университет». Здесь выложены курсы и различные материалы для волонтеров и организаторов добровольчества. Раздел «Конкурсы» перенаправляет на сайт Всероссийского конкурса «Доброволец России». В разделе «Аналитика» представлены открытые данные по развитию волонтерского движения в нашей стране. Здесь пользователь может ознакомиться с главными и точными показателями по развитию сферы добровольчества.

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону, наименование и логотип находятся в верхней части страницы, меню с разделами расположено сверху и снизу, шрифты подобраны скромные и без излишеств. Цветовая гамма фона сайта – гармоничная и выполнена преимущественно в ярких и светлых оттенках. На главной странице портала присутствует видео-баннер, который демонстрирует моменты из жизни глазами волонтера.

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы и элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону. Наличие направляющих гиперссылок (например, иконки социальных сетей, логотипы партнеров, текстовые ссылки на сервисы «Добро.Университет» и «Добро.Журнал»).

9. Частота обновления – в сервисе «Добро.Журнал» новостной контент публикуется ежедневно. В среднем выходит 1–13 материалов в день.

10. Количество подписчиков – на главной странице интернет- ресурса указано, что на портале зарегистрировано более 1 600 000 волонтеров и свыше 24 тысяч организаторов.

*Типологическая характеристика сайта волонтерыпобеды.рф (рисунок 2)*

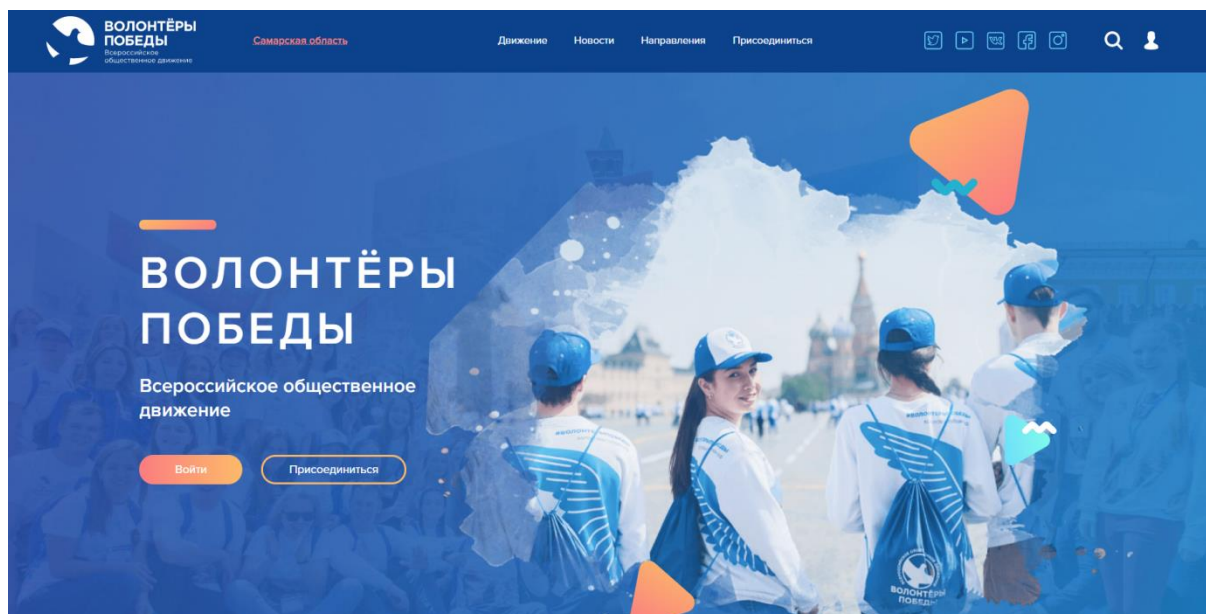


Рисунок 2 – Скриншот главной страницы сайта волонтерыпобеды.рф

Данный сайт является интернет-ресурсом Всероссийского общественного движения (ВОД) «Волонтеры Победы». Данное волонтерское движение было создано 5 лет назад, в год 70-летия Победы в Великой Отечественной войне.

1. Цель сайта – привлечение различных групп населения к патриотическому добровольчеству и информационно-аналитическое сопровождение деятельности ВОД «Волонтеры Победы». Об этом говорит то, что большая часть материалов и иллюстраций посвящены добровольческому движению.

2. Целевая аудитория – как обозначает интернет-ресурс, это люди разных политических взглядов, религиозных конфессий и общественных объединений.

3. Общее назначение сайта – предоставление подробной и актуальной информации пользователю о структуре и проектах ВОД «Волонтеры Победы», а также новостей о работе добровольцев. Помимо этого, через данный интернет-ресурс можно присоединиться к движению.

4. Жанры публикаций – ведущий жанр на сайте – отчет, большинство материалов написано именно в этом жанре. Так же на сайте в разделе «Новости» присутствуют публикации в жанре заметка.

5. Характеристика основных элементов – на главной странице сайта расположены 2 ленты новостей «Главные новости» и «Региональные новости», которые размещены на одном уровне. Первая находится слева и состоит из 4-х последних публикаций. Каждый материал в ленте представлен заголовком и датой публикации на синеватом фоне сопроводительного изображения. При наведении курсора на отдельную новость, в ней «выдвигается» анонс и фон становится оранжевым. При клике мышкой происходит переход на страницу с полным содержанием новости. Вертикальная лента «Региональные новости» находится рядом справа. Каждый ее элемент состоит из заголовка новости и даты ее публикации. При наведении курсора на отдельную новость, шрифт заголовка меняет свой цвет. При клике происходит переход на страницу с полным содержанием новости. В нижней части главной страницы пользователь может пролистать горизонтальную интерактивную ленту с партнерами «Волонтеров Победы». При клике на логотип открывается сайт партнера. Стоит отметить, что эффекты с изображениями при наведении курсора мыши встречаются на сайте практически везде. В подразделе «Задать вопрос» представлена форма обратной связи, через которую пользователь может отправить сообщение представителям аппарата Центрального штаба движения «Волонтёры Победы». Для этого необходимо указать фамилию, имя, отчество, телефон, E-mail и текст сообщения.

6. Структура – верхняя шапка сайта состоит из следующих разделов: «Движение», «Новости», «Направления» и «Присоединиться».

Раздел «Движение» включает в себя 6 подразделов: «О движении», «Структура», «Документы», «Задать вопрос», «Реквизиты», «Контакты». В подразделе «О движении» представлена информация о деятельности и функциях волонтеров. Здесь же можно ознакомиться с задачами,

актуальными цифрами, программами и с историей становления движения. В подразделе «Структура» можно получить сведения о руководстве и представителях Центрального штаба и Аппарата Центрального штаба ВОД «Волонтеры Победы». В подразделе «Документы» представлены 2 базовых документа организации: «Устав» и «Создание центров Волонтеров Победы в ВУЗе и ССУЗе». В подразделе «Задать вопрос» можно заполнить небольшую форму и в течении небольшого времени получить ответ на заданный вопрос от представителей аппарата Центрального штаба движения «Волонтеры Победы». В подразделе «Контакты» представлены данные для связи с Центральным и региональными штабами, а также с международными представительствами волонтерского движения.

Раздел «Новости» делится на 2 подраздела: «Главные новости» и «Региональные новости». Здесь выкладывается новостной контент, подготовленный ВОД «Волонтеры Победы». В каждой новостной текстовой публикации присутствуют визуально-графические материалы. Преимущественно это тематические картинки и фотографии с проведенных мероприятий и акций. На большинстве фотографий добровольцы движения одеты в форму (манишки, кепки, ветровки, кофты, футболки) с символикой ВОД «Волонтеры Победы».

В разделе «Направления» можно подробно узнать об актуальных направлениях работы волонтеров Победы: «Моя история», «Моя победа», «Наши победы», «Связь поколений», «Великая Победа» и «Медиапобеда».

В разделе «Присоединиться» можно пройти регистрацию и авторизацию на сайте. Таким образом, вступить в ряды активистов ВОД «Волонтеры Победы».

На главной странице сайта своими мнениями о деятельности волонтеров Победы делятся известные люди нашей страны: Президент Российской Федерации Владимир Путин, Министр иностранных дел Российской Федерации Сергей Лавров, Герой России Вячеслав Бочаров, Герой России, летчик-космонавт Максим Сураев и другие персоны. В

верхней и нижней частях страницы присутствуют ссылки на социальные сети «ВКонтакте», Facebook, Instagram, Twitter и на YouTube-канал.

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону, наименование и логотип находятся в верхней части страницы, меню разделов расположено в шапке сайта, шрифты подобраны скромные. Цветовая гамма фона сайта – гармоничная и выполнена преимущественно в белом и синем оттенках. Присутствуют красочные иллюстрации волонтеров, которые передают позитивную атмосферу добровольческой деятельности.

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы и элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону. Наличие формы поиска и направляющих гиперссылок (например, иконки социальных сетей, логотипы партнеров «Волонтеров Победы»).

9. Частота обновления – новостной контент публикуется ежедневно. В среднем выходит 1–18 материалов в день.

10. Количество подписчиков и посещаемость – в подразделе «О движении» указано, что на сайте зарегистрировано более 200 тысяч волонтеров.

### *Типологическая характеристика волонтеры-медики.рф (рисунок 3)*



Рисунок 3 – Скриншот главной страницы сайта волонтерыпобеды.рф

Сайт является информационным ресурсом Всероссийского общественного движения (ВОД) «Волонтеры-медики», которое является одним из крупнейших добровольческих объединений в России. Региональные отделения данной общественной организации представлены в каждом субъекте Российской Федерации. Одной из главных целей ВОД «Волонтеры-медики» является развитие волонтерской деятельности в сфере здравоохранения. В настоящее время в движении состоят более 50 тысяч человек. Преимущественно это студенты, которые учатся в медицинских ВУЗах и колледжах.

Сайт является информационным ресурсом Всероссийского общественного движения (ВОД) «Волонтеры-медики», которое является одним из крупнейших добровольческих объединений в России. Региональные отделения данной общественной организации представлены в каждом субъекте Российской Федерации. Одной из главных целей ВОД «Волонтеры-медики» является развитие волонтерской деятельности в сфере здравоохранения. В настоящее время в движении состоят более 50 тысяч человек. Преимущественно это студенты, которые учатся в медицинских ВУЗах и колледжах.

Во время своего участия в добровольческой деятельности, волонтеры-медики могут:

- проводить профориентационную работу среди школьников;
- обучать правилам оказания первой медицинской помощи;
- помогать в медицинских учреждениях (логистика, пациентов, выдача медицинских препаратов, оформление документации, помощь в перевязочных и процедурных кабинетах);
- заниматься профилактикой заболеваний (организация и проведение открытых диалогов с населением и просветительских спортивно-образовательных программ, направленных на профилактику социально значимых заболеваний);



- популяризировать здоровый образ жизни (ЗОЖ) среди широких слоев населения;
- содействовать развитию и популяризации донорства крови, костного мозга и гемопоэтических стволовых клеток;
- сопровождать спортивные и массовые мероприятия (Парад Победы, акция «Бессмертный полк», спортивные соревнования по различным видам спорта).

1. Цель сайта – из публикуемых материалов можно сделать вывод, что целью сайта является привлечение студентов медицинского профиля к волонтерской деятельности в сфере здравоохранения и информационно-аналитическое сопровождение деятельности ВОД «Волонтеры-медики».

2. Целевая аудитория – как указано на сайте, это люди разного возраста, профессий и социального статуса, которых объединяет желание помогать другим и делать свою страну лучше.

3. Общее назначение сайта – предоставление подробной информации пользователю о деятельности ВОД «Волонтеры-медики» и добровольчестве в сфере здравоохранения. Помимо этого, через данный интернет-ресурс можно присоединиться к движению.

4. Жанры публикаций – ведущий жанр новостная заметка, чуть меньше публикаций в жанре отчет и анонс, редко встречается интервью.

5. Характеристика основных элементов – на главной странице сайта находится лента новостей, которая состоит из 6 последних публикаций. Здесь каждый материал в ленте представлен заголовком и датой публикации на фоне сопроводительного изображения. При наведении курсора на отдельную новость, ее заголовок меняет свой цвет с белого на красный. При клике происходит переход на страницу с полным содержанием новости. Чуть ниже расположена горизонтальная интерактивная лента «Акции». Пролистывая ее пользователь может ознакомиться со всеми всероссийскими акциями, проводимыми волонтерами-медиками. Каждый элемент ленты состоит из названия акции, ее краткого описания и сопроводительного изображения.

При клике пользователь может перейти на страницу с подробным содержанием акции. Чуть ниже ленты «Акции» расположена горизонтальная интерактивная лента «Планы». Пролистывая которую посетитель сайта может ознакомиться с акциями и проектами, которые будут проводиться в течении года. Каждый элемент ленты состоит из названия мероприятия, его даты проведения и сопроводительного изображения.

б. Структура – Верхняя шапка состоит из следующих разделов: «Деятельность», «Стать волонтером», «Новости», «Контакты».

Раздел «Деятельность» состоит из подразделов: «Направления», «Международное сотрудничество», «Акции», «Спецпроекты», «Форумы», «Обучение», «Конкурсы», «Поддержка проектов», «Отчеты о деятельности». В подразделе «Направления» можно узнать более подробнее об основных направлениях деятельности ВОД «Волонтеры-медики»: «Популяризация здорового образа жизни (ЗОЖ)», «Добровольческая помощь медицинским учреждениям», «Популяризация кадрового донорства», «Санитарно-профилактическое просвещение», «Обучение первой помощи и сопровождение мероприятий», «Программы для школьников». В подразделе «Международное сотрудничество» выложены презентационные материалы для создания и развития международных волонтерских центров в сфере здравоохранения. В подразделе «Акции» можно узнать о всероссийских программах и акциях, которыми занимается ВОД «Волонтеры-медики». В подразделе «Спецпроекты» перечислены те проекты, которые реализуются данной организацией. В подразделе «Форумы» дана информация о всех международных, всероссийских и окружных форумах, где могут принять участие волонтеры-медики. В подразделе «Обучение» можно более подробно об образовательных программах и их форматах, которые разработала дирекция ВОД «Волонтеры-медики». В подразделе «Конкурсы» представлены положения различных конкурсов, учрежденных дирекцией данного волонтерского движения. Здесь же можно узнать об итогах и победителях 2019 года. В подразделе «Поддержка проектов» можно

заполнить форму для отправки заявки на предоставление поддержки социально значимых проектов в сфере здравоохранения. В подразделе «Отчеты о деятельности» доступны презентация итогов и отчеты о деятельности ВОД «Волонтеры-медики».

В разделе «Стать волонтером» можно заполнить формы для отправки заявки, чтобы стать волонтером или организатором добровольческой деятельности. Также здесь доступна форма регистрации школьного отряда волонтеров-медиков.

В разделе «Новости» выкладывается новостной контент, подготовленный ВОД «Волонтеры-медики». В каждой новостной текстовой публикации присутствуют визуально-графические материалы. Преимущественно это тематические картинки и фотографии, сделанные во время активной деятельности волонтеров-медиков. На большинстве фотографий добровольцы движения одеты в форму (манишки, футболки, ветровки, толстовки) с символикой ВОД «Волонтеры-медики». Каждая новостная публикация подкреплена тематическими хэштегами.

Раздел «Движение» состоит из подразделов: «О нас», «Команда», «Награды», «Вакансии», «Фото», «Видео», «Документы» и «Контакты». В подразделе «О нас» можно узнать о целях, задачах и миссии данного волонтерского движения. В подразделе «Команда» можно получить сведения о руководстве и представителях Дирекции ВОД «Волонтеры-медики». В подразделе «Награды» представлены благодарственные письма и благодарности в адрес движения. В подразделах «Фото» и «Видео» выкладываются соответствующие материалы о деятельности волонтеров-медиков.

В разделе «Контакты» представлены данные для связи с Дирекцией и отделами ВОД «Волонтеры-медики», а также с региональными координаторами движения.

В нижней части главной страницы сайта представлены ссылки на социальные сети «ВКонтакте», Instagram, Facebook, «Одноклассники»,

TikTok и на YouTube–канал. Также здесь даны контакты пресс-службы ВОД «Волонтеры-медики» для партнеров и средств массовой информации.

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону, наименование и логотип находятся в верхней части страницы, меню разделов расположено сверху и снизу, шрифты подобраны скромные и без излишеств. Цветовая гамма фона сайта – гармоничная и выполнена преимущественно в ярких и светлых оттенках.

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы и элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону. Наличие направляющих гиперссылок (например, иконки социальных сетей, логотипы партнеров «Волонтеров-медиков») и формы поиска. В шапке информационного ресурса расположена языковая навигация (русская и английская), что позволяет сделать вывод о том, что сайт направлен и на иностранных пользователей.

9. Частота обновления – ежедневно в среднем выходит 1-6 материалов в день.

*Типологическая характеристика сайта волонтеры-культуры.рф (рисунок 4).*

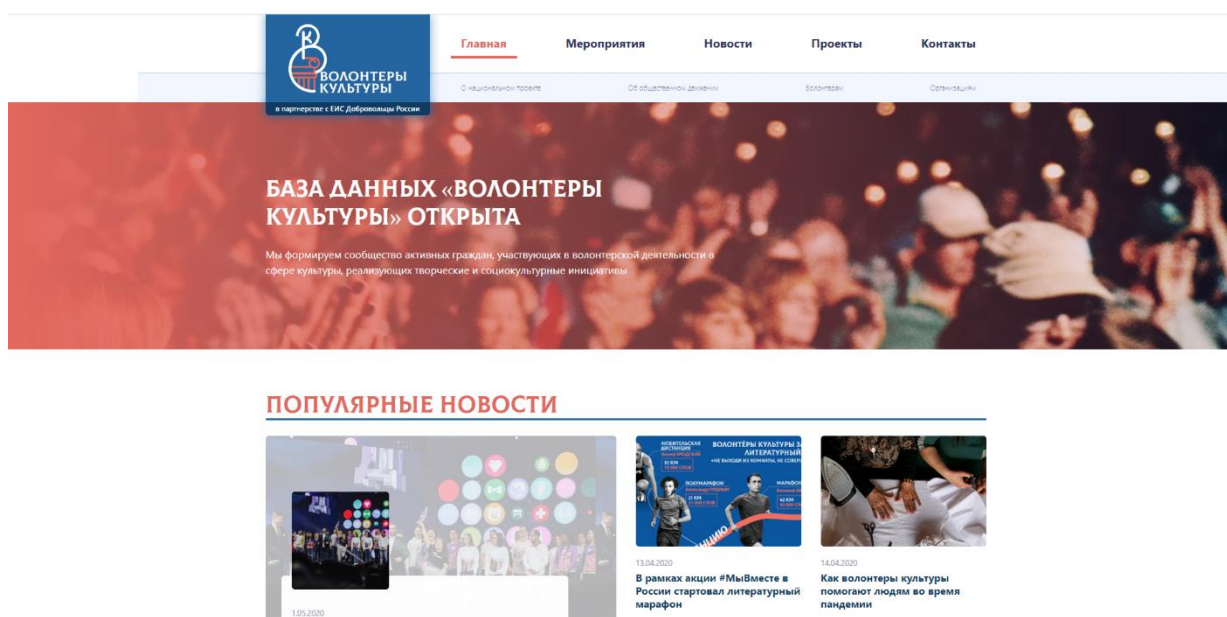


Рисунок 4 – Скриншот главной страницы сайта волонтеры-культуры.рф

Сайт является информационным ресурсом Федеральной программы «Волонтеры культуры», направленной на обеспечение поддержки добровольческих движений, в том числе в сфере сохранения культурного наследия народов Российской Федерации, включая деятельность по сохранению исторического облика малых городов. Данное направление добровольчества оказывает безвозмездную помощь библиотекам, музеям, театрам и другим заведениям сферы культуры. С посылom создания добровольческого объединения в сфере культуры выступали Президент Российской Федерации Владимир Путин и министр культуры Российской Федерации Владимир Мединский.

#### Типологическая характеристика сайта волонтеры-культуры.рф

1. Цель сайта – привлечение граждан к волонтерской деятельности в сфере культуры и информационно-аналитическое сопровождение деятельности федеральной программы «Волонтеры культуры». Об этом говорит то, что большая часть материалов посвящена добровольчеству в сфере культуры.

2. Целевая аудитория – как обозначает сайт, это активные граждане, участвующие в волонтерской деятельности в сфере культуры, реализующие творческие и социокультурные инициативы.

3. Общее назначение сайта – предоставление исчерпывающей информации пользователю о добровольчестве в сфере культуры и деятельности движения «Волонтеры культуры».

4. Жанры публикаций – большая часть публикаций написана в жанре анонс, новостной заметки, реже встречаются отчеты.

5. Характеристика основных элементов – на главной странице информационного ресурса представлены 3 интерактивных ленты. Пролистывая горизонтальную новостную ленту, посетитель сайта может ознакомиться с недавними публикациями. Каждый материал в ленте представлен заголовком, датой публикации и сопроводительным изображением. При наведении курсора на отдельную новость, она немного

меняет свое положение. При клике мышкой происходит переход на страницу с полным содержанием новости. С другими горизонтальными интерактивными лентами «Мероприятия региона» и «Проекты региона» пользователь может проделать те же самые действия, что и с лентой новостей. В разделе «Контакты» представлена форма обратной связи, через которую можно отправить сообщение представителям общественного движения «Волонтеры культуры». Для этого необходимо указать имя, E-mail и текст обращения.

б. Структура – Верхняя шапка состоит из следующих разделов: «Главная», «Мероприятия», «Новости», «Проекты», «Контакты». Чуть ниже расположены разделы: «О национальном проекте», «Об общественном движении», «Волонтерам», «Организациям». В нижней части сайта есть ссылки на социальные сети «Вконтакте», Instagram, Facebook, и «Одноклассники».

В разделе «Мероприятия» представлены анонсы запланированных событий и лента прошедших мероприятий. Здесь также представлен алгоритм для организаций, которые планируют подготовить и реализовать свой культурный проект. В разделе «Новости» ежемесячно выкладывается новостной контент. Также здесь можно осуществить поиск материалов по заголовку и содержанию или по определенному периоду. В разделе «Проекты» пользователь может ознакомиться с культурными, социокультурными и творческими проектами. Через интерактивную карту увидеть географию данных проектов. В разделе «Контакты» представлены данные для связи с общественным движением «Волонтеры культуры», а также с региональными координаторами добровольческого объединения.

В разделе «О национальном проекте» можно узнать о целях, целевых показателях, задачах и структуре национального проекта «Культура». В разделе «Об общественном движении» можно узнать о задачах, направлениях, флагманских проектах общественного движения «Волонтеры Культуры». В разделе «Волонтерам» можно узнать о преимуществах

добровольчества в сфере культуры и зарегистрироваться как волонтер. В разделе «Организациям» можно узнать о преимуществах организатора культурных мероприятий и зарегистрироваться как организатор.

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону, наименование и логотип находятся в верхней части страницы, меню разделов расположено сверху и снизу, шрифты подобраны скромные и без излишеств. Цветовая гамма фона сайта – гармоничная и выполнена в светлых оттенках. Есть версия сайта и для слабовидящих людей.

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы и элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону. Наличие направляющих гиперссылок (например, иконки социальных сетей, логотипы партнеров «Волонтеров культуры»).

9. Частота обновления – новостной контент публикуется ежемесячно. В среднем выходит 1-15 материалов в месяц.

*Типологическая характеристика авц.рф (рисунок 5)*

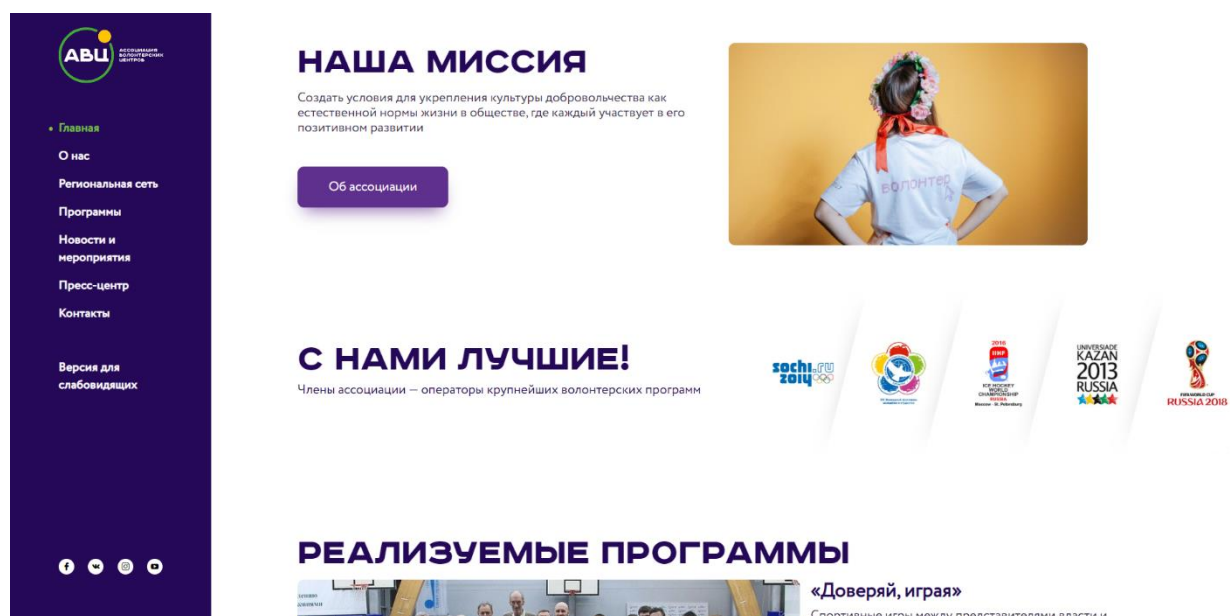


Рисунок 5 – Скриншот главной страницы сайта авц.рф

Сайт является интернет-ресурсом Ассоциации волонтерских центров (АВЦ), которая считается одной из самых крупных добровольческих организаций в нашей стране. В 2014 году АВЦ была учреждена по инициативе Президента Владимира Путина с целью сохранить наследие волонтерской программы сочинской Олимпиады и развивать волонтерское движение по всей нашей стране.

Сегодня АВЦ включает в себя 83 субъекта РФ, свыше 1 тысячи организаций, входящих в региональную сеть, и более 1 миллиона добровольцев по всей стране. АВЦ становилась всероссийским оператором волонтерских корпусов более сотни масштабных мероприятий и событий.

1. Цель сайта – из публикуемых материалов можно сделать вывод, что целью сайта является привлечение различных групп населения к занятию добровольчеством и информационное сопровождение деятельности Ассоциации волонтерских центров.

2. Целевая аудитория – как указано в интернет-ресурсе, это равнодушные люди всех возрастов.

3. Общее назначение сайта – предоставление полезной и актуальной информации пользователю о деятельности волонтерской организации АВЦ и добровольчестве в России.

4. Жанры публикаций – подавляющее большинство публикаций сделано в жанре новостной заметки, анонс и отчет.

5. Характеристика основных элементов – на главной странице информационного ресурса представлены 3 интерактивных ленты. В горизонтальной ленте «Реализуемые программы» пользователь может ознакомиться со всеми программами АВЦ в сфере добровольчества. Листая заголовки волонтерских программ вместе с тем меняется изображение и краткое описание программы. При клике мышкой по изображению или надписи: «О программе» происходит переход на страницу с полным описанием программы. Чуть ниже располагается горизонтальная лента новостей. Здесь представлены 3 последних публикации. Каждый материал в



ленте представлен заголовком и датой публикации на фоне сопроводительного изображения. При клике мышкой происходит переход на страницу с полным содержанием новости. Ниже находится вертикальная лента «Мероприятия». Здесь представлены 3 последних анонса событий. При наведении курсора на блок отдельного мероприятия, он начинает менять фон. При клике мышкой происходит переход на страницу с подробным содержанием события. В нижней части главной страницы можно подписаться на рассылку свежих новостей и обновлений. Для этого в окошке необходимо указать свой E-mail. В разделе «Контакты» представлена форма обратной связи, через которую можно отправить сообщение представителям АВЦ. Для этого необходимо указать имя, E-mail и текст обращения.

б. Структура – в меню сайта представлены следующие разделы: «Главная», «О нас», «Региональная сеть», Программы», «Новости и мероприятия», «Пресс-центр», «Контакты».

В разделе «О нас» представлена информация о миссии, целях, партнерах, документах, команде и Совете Ассоциации волонтерских центров. Здесь также расположена форма обратной связи. Раздел «Региональная сеть» знакомит пользователей с цифрами и преимуществами присоединения организации к АВЦ. Также раздел содержит интерактивную карту, на которой отображены все организации, входящие в АВЦ. В разделе «Программы» можно ознакомиться с федеральными волонтерскими программами. В разделе «Новости и мероприятия» выкладывается новостной контент добровольческой тематики. Здесь также представлены анонсы событий и архив прошедших мероприятий с участием волонтеров. В разделе «Пресс-центр» выложены контакты пресс-службы АВЦ, материалы программ и специальных проектов. Помимо этого, здесь публикуются видеоматериалы и фотогалерея. В разделе «Контакты» представлены данные для связи с АВЦ. С официального сайта авц.рф можно перейти в сообщества следующих популярных социальных сетей «Вконтакте», Facebook, Instagram и на YouTube–канал.

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону, наименование и логотип находятся в верхней части страницы, меню разделов расположено слева. Сайт выполнен в белом и темно-фиолетовом цветах. Есть версия ресурса и для слабовидящих людей.

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы и элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону. Наличие направляющих гиперссылок (например, иконки социальных сетей, логотипы партнеров АВЦ, ссылки на федеральные волонтерские программы).

9. Частота обновления – новостной контент публикуется ежемесячно. В среднем выходит 4-18 материалов в месяц.

*Типологическая характеристика сайта волонтерыконституции.рф (рисунок 6)*

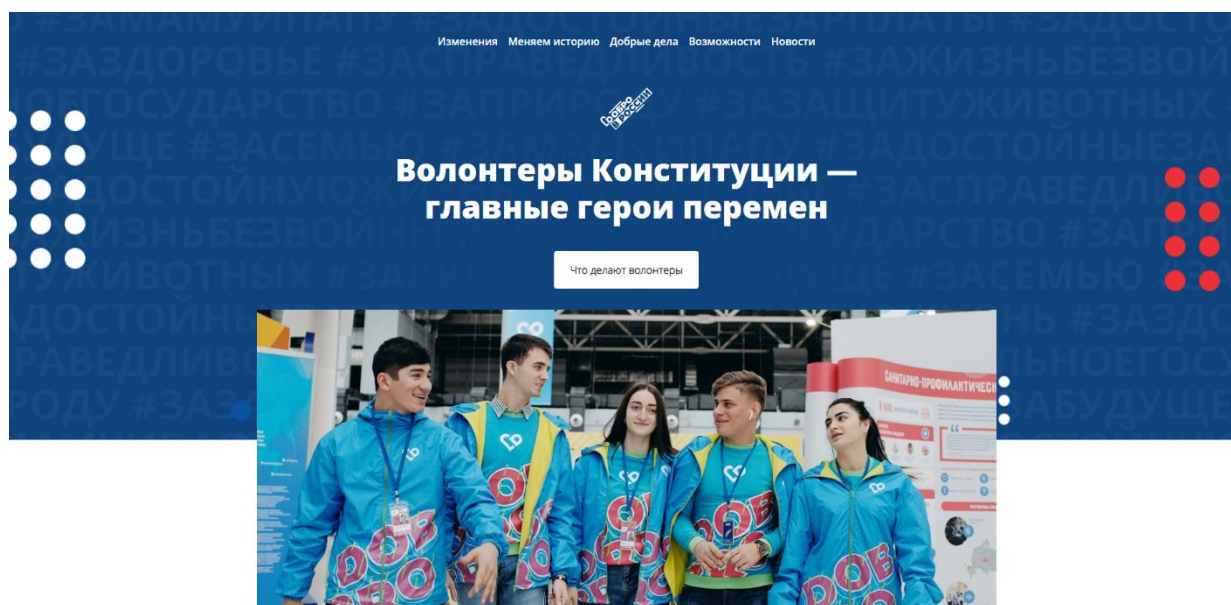


Рисунок 6 – Скриншот главной страницы сайта волонтерыконституции.рф

Данный сайт является информационным ресурсом Всероссийского общественного корпуса «Волонтеры Конституции», который был образован в 2020 году в связи с предложением внести поправки в Конституцию Российской Федерации и проведения референдума по этим изменениям.

## Типологическая характеристика сайта волонтерыконституции.рф

1. Цель сайта – из публикуемых материалов можно сделать вывод, что целью сайта является привлечение различных групп населения к волонтерству и информационное сопровождение деятельности проекта «Волонтеры Конституции».

2. Целевая аудитория – сайт ориентирован на граждан РФ, выразивших желание стать волонтерами Конституции.

3. Общее назначение сайта – предоставление исчерпывающей информации пользователю о деятельности проекта «Волонтеры Конституции» и предлагаемых поправках в Конституцию РФ.

4. Жанры публикаций – все материалы написаны в жанре анонс или новостной заметки.

5. Характеристика основных элементов – на главной странице сайта расположена горизонтальная интерактивная лента «Как изменится страна». Прокликая ее пользователь может ознакомиться с предлагаемыми поправками в Конституцию РФ. Ближе к низу находится лента новостей. Каждый материал в ней представлен заголовком на фоне сопроводительного изображения. При наведении курсора на отдельную новость, она немного меняет свое положение. При клике мышкой можно будет перейти на страницу с полным содержанием новости.

6. Структура – Верхняя шапка состоит из следующих вкладок: «Изменения», «Меняем историю», «Добрые дела», «Возможности» и «Новости».

Вкладка «Изменения» содержит сведения о предлагаемых поправках в Конституцию РФ. Вкладка «Меняем историю» рассказывает о функциях волонтеров Конституции. Вкладка «Добрые дела» знакомит пользователей с общероссийскими волонтерскими акциями, к которым можно присоединиться. Вкладка «Возможности» рассказывает о бонусах для мотивации в участии в добровольческом движении «Волонтеры Конституции». Вкладка «Новости» содержит новостные текстовые

публикации с визуально-графическими материалами. В нижней части страницы продублированы вкладки и представлены ссылки на социальные сети «ВКонтакте» и Instagram.

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что ссылки на разделы выполнены обычным шрифтом и расположены в шапке сайта, сдержанная цветовая гамма (белые и темно-синие блоки), шрифты подобраны без излишеств.

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы и элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону. Наличие направляющих гиперссылок (например, иконки социальных сетей, кнопка перехода на другой сайт, чтобы узнать больше о предлагаемых поправках в Конституцию РФ).

9. Частота обновления – новостной контент публикуется ежемесячно. В среднем выходит 2-12 материалов в месяц.

*Типологическая характеристика dobrovolets.ru (рисунок 7)*

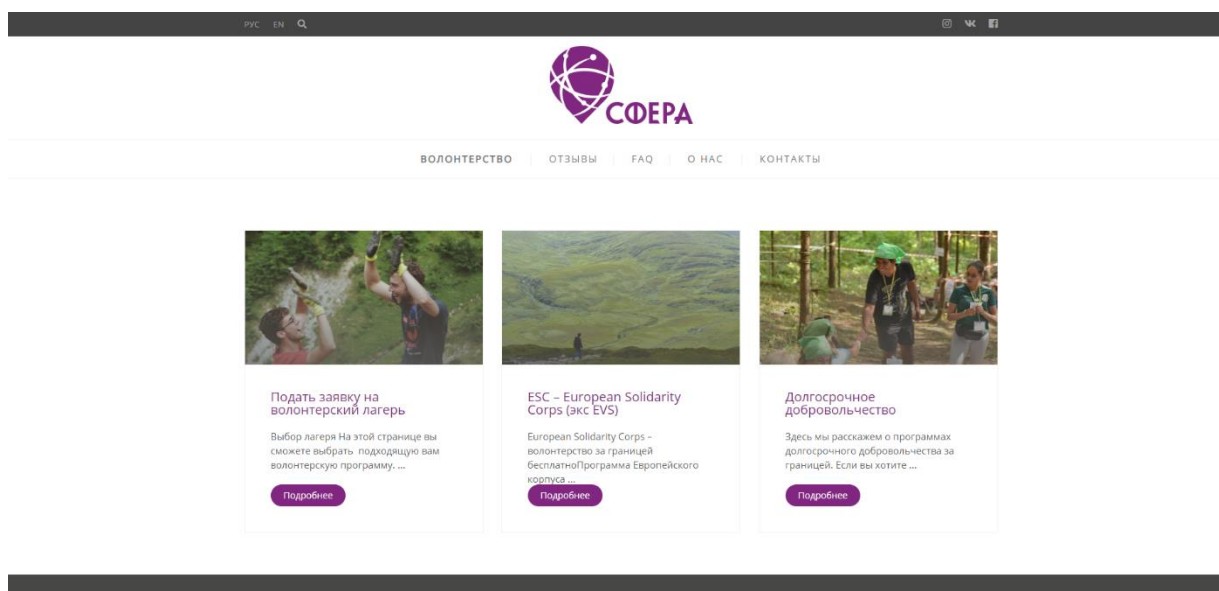


Рисунок 7 – Скриншот главной страницы сайта dobrovolets.ru

Сайт является информационным ресурсом молодёжного движения СФЕРА, которое было создано в 2007 году. Данная организация координирует добровольческие проекты в России и занимается

международными волонтерскими проектами. Так у активной молодежи появляется возможность поехать добровольцем практически в любую страну.

1. Цель сайта – информационно сопровождение деятельности волонтерского движения СФЕРА и привлечение молодого поколения заниматься международными волонтерскими проектами. Об этом говорит то, что большая часть материалов и иллюстраций посвящены международному добровольчеству.

2. Целевая аудитория – как указано в интернет- ресурсе, это молодые люди России и Казахстана, желающие стать международными волонтерами.

3. Общее назначение сайта – предоставление подробной информации пользователю о деятельности молодёжного движения СФЕРА и о международном волонтерстве.

4. Жанры публикаций – сайт отличается разнообразием жанров. Примерно половина публикаций анонсы. Есть отчеты и новостные заметки. Встречаются редко интервью, путевые заметки и зарисовки, статьи.

5. Характеристика основных элементов – на сайте в разделе «FAQ» можно получить ответы на часто задаваемые вопросы о международном волонтерстве. Здесь представлен 31 вопрос. При получении ответа на один из них, пользователь должен кликнуть на расположенный рядом с вопросом значок «+», тогда под ним «развернется» ответ на него.

6. Структура – верхняя шапка состоит из следующих разделов: «Волонтерство», «Отзывы», «FAQ», «О нас» и «Контакты». В нижней части страницы расположены разделы: «О нас», «Новости», «Вакансии в проектах», «Проекты в России», «Зарубежные программы», «Контакты», «Лагеря в России», «ESC в России» и «Страхование».

Раздел «Волонтерство» состоит из подразделов: «Зарубежные лагеря» и «Зарубежное долгосрочное добровольчество». В подразделе «Зарубежные лагеря» можно узнать все о добровольчестве и волонтерских лагерях. В подразделе «Зарубежное долгосрочное добровольчество» представлена

информация об основных программах долгосрочного волонтерства за границей.

В разделе «Отзывы» волонтеры делятся своими историями об их участии в международных добровольческих проектах. В каждом текстовом рассказе содержится по несколько фотографий, сделанных во время поездки.

В разделе «FAQ» можно сразу получить ответы на часто задаваемые вопросы о международных волонтерских лагерях.

Раздел «О нас» включает подразделы: «СМИ о нас», «Команда», «Вакансии в проектах», «История проекта», «Материалы» и «Актив Сферы». В подразделе «СМИ о нас» располагаются ссылки на видео-материалы и материалы, которые опубликованы в блогах волонтеров, СМИ (преимущественно в жанре интервью). В подразделе «Команда» представлены сведения о руководителе и координаторах Сферы. В подразделе «Вакансии в проектах» публикуется подборка актуальных предложений в сфере международного добровольчества. В подразделе «Материалы» выложены образцы заявок на волонтерство, договоры, руководства и другие документы.

В разделе «Контакты» представлены данные для связи с представителями молодёжного движения СФЕРА. Здесь также можно через форму записаться на встречу в офисе или заказать звонок.

В разделе «О нас» пользователь может узнать подробную информацию о миссии, об основных направлениях организации и о преимуществах международного волонтерства. В разделе «Новости» публикуется новостной контент. В разделе «Зарубежные программы» пользователь может получить подробную информацию о волонтерских проектах за рубежом на длительный или короткий срок. В разделе «ESC в России» изложены цели, задачи и другие сведения о деятельности ESC в нашей стране. В верхней части сайта представлены ссылки на социальные сети «Вконтакте», Facebook, и Instagram.

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону, наименование и логотип находятся в верхней части страницы, меню с разделами расположено сверху и повторяется снизу, шрифты подобраны скромные без излишеств, сдержанная цветовая гамма (белые и серые блоки с фиолетовыми элементами).

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы и элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону. Наличие направляющих гиперссылок (например, иконки социальных сетей, расположенные в правом верхнем углу) и формы поиска. В шапке информационного ресурса расположена языковая навигация (русская и английская), что позволяет сделать вывод о том, что сайт направлен и на иностранных пользователей.

9. Частота обновления – даты публикации новостных материалов не указаны, следовательно, невозможно говорить об частоте обновления.

*Типологическая характеристика mosvolonter.ru (рисунок 8)*

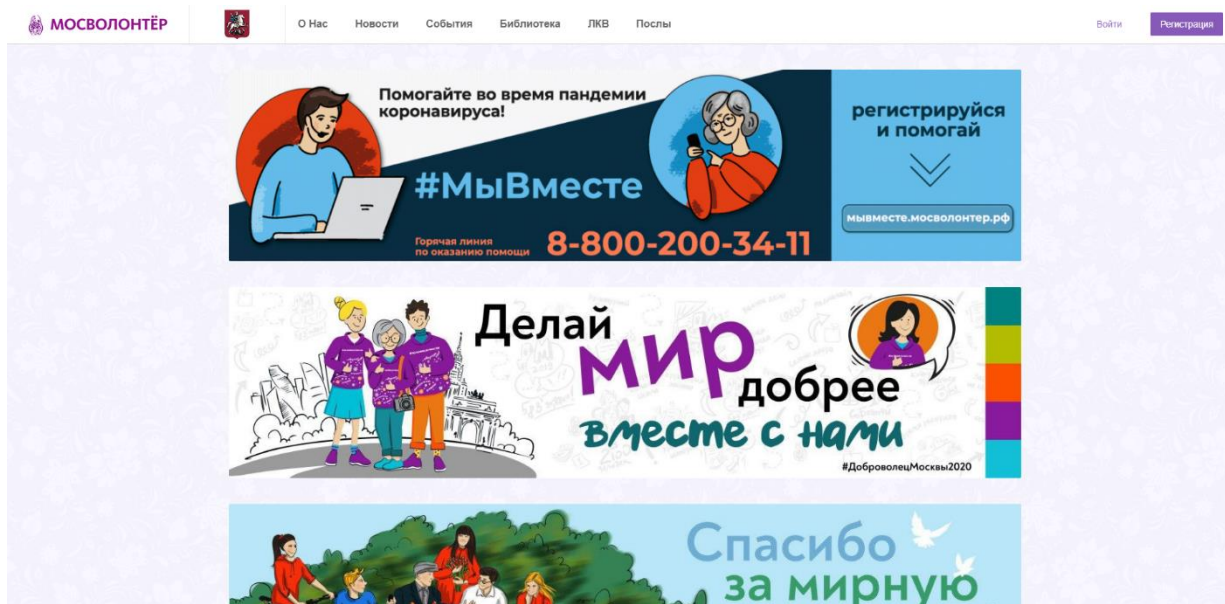


Рисунок 8 – Скриншот главной страницы сайта mosvolonter.ru

Данный сайт является интернет-ресурсом добровольческого центра «Мосволонтёр», который занимается развитием и поддержкой волонтерского

движения в Москве. В настоящее время в волонтерской базе ресурсного центра зарегистрировано более 80 000 горожан.

Среди волонтерских направлений можно выделить: социальное, событийное, волонтерство в медицине, медиаволонтерство, экологическое, спортивное, волонтерство общественной безопасности, патриотическое, культурное и донорство.

Усилия «Мосволонтера» направлены на: развитие культуры добрых дел в Москве, консолидацию потенциала волонтеров Москвы, поддержку партнеров через комплекс услуг и ресурсов.

Типологическая характеристика сайта <https://mosvolonter.ru>

1. Цель сайта – из публикуемых материалов и иллюстраций можно сделать вывод, что целью сайта является привлечение жителей Москвы к занятиям волонтерством и информационное сопровождение деятельности данного ресурсного центра.

2. Целевая аудитория – как указано на сайте, это жители Москвы (школьники, студенты, корпоративные волонтеры и «серебряные» волонтеры), желающие заниматься или уже занимающиеся добровольческой деятельностью.

3. Общее назначение сайта – предоставление полезной и актуальной информации пользователю о деятельности ресурсного центра «Мосволонтер» и добровольчестве.

4. Жанры публикаций – подавляющее большинство публикаций – это анонсы, реже встречаются отчеты и заметки.

5. Характеристика основных элементов – вертикальная лента новостей расположена справа на главной странице сайта. Каждый материал в ленте представлен заголовком, кратким анонсом и сопроводительным изображением. При наведении курсора изображение становится ярким и при клике можно перейти на страницу с полным содержанием новости.

6. Структура – Верхняя шапка состоит из следующих разделов: «О Нас», «Новости», «События», «Библиотека», «ЛКВ», «Послы». В нижней



части страницы расположены вкладки: «Новости», «События», «Благодарности», «Волонтерам», «Документы», «Охрана труда».

В разделе «О Нас» можно ознакомиться с информацией о деятельности «Мосволонтера». Здесь перечислены направления волонтерской деятельности, целевые группы и на что направлены усилия добровольческой организации. Раздел «Новости» содержит новостные текстовые публикации. Здесь можно воспользоваться поиском материалов, для этого следует указать конкретные месяц и год. В разделе «События» пользователь может ознакомиться с календарем предстоящих мероприятий. В разделе «Библиотека» выложены ссылки на методические пособия и дайджесты зарубежных публикаций о добровольческой деятельности. В разделе «ЛКВ» выложена информация о личной книжке волонтера и алгоритм ее получения в Москве. В разделе «Послы» выложены сведения о послых «Доброй Воли» волонтеров. Это те люди, которые призваны содействовать продвижению добровольчества среди москвичей.

На сайте представлены ссылки на сообщества следующих популярных социальных сетей «ВКонтакте», Twitter, Facebook, и Instagram.

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что ссылки на разделы выполнены скромным шрифтом и расположены в шапке сайта, наименование и логотип находятся в верхней части страницы, гармоничная цветовая (светло-серая) гамма. Присутствуют красочные иллюстрации, которые передают атмосферу волонтерской деятельности.

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы и элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону. Наличие направляющих гиперссылок (например, иконки социальных сетей, логотипы партнеров «Мосволонтера»).

9. Частота обновления – новостной контент публикуется еженедельно. В среднем выходит 1-5 материалов в неделю.

*Типологическая характеристика danilovsu.ru (рисунок 9)*



Рисунок 9 – Скриншот главной страницы сайта <https://danilovtsy.ru>

Сайт является информационным ресурсом добровольческого движения «Даниловцы», которое поддерживает и развивает благотворительные добровольческие проекты и программы. Ежегодно помощь от организации получают более чем 4000 подопечных. В «Даниловцах» состоят около 2000 волонтеров и работают более 20 действующих добровольческих групп.

Миссией организации является сделать социальное волонтерство нормой и повседневностью в социальных и медицинских учреждениях (например, в больницах и сиротских учреждениях).

Типологическая характеристика сайта <https://danilovtsy.ru>

1. Цель сайта – из публикуемых материалов можно сделать вывод, что целью сайта является привлечение жителей Москвы к занятиям социальным волонтерством и информационно-аналитическое сопровождение деятельности данного добровольческого движения.

2. Целевая аудитория – как указано на интернет-ресурсе, это молодежь, объединенная желанием бескорыстно делиться с окружающим миром теплом сердец.

3. Общее назначение сайта – предоставление исчерпывающей информации пользователю о деятельности добровольческого движения

«Даниловцы». Помимо этого, через данный интернет-ресурс можно присоединиться к движению.

4. Жанры публикаций – анонсы и новости разделены на сайте. В разделе новостей большинство публикаций отчеты и расширенные заметки, редко встречаются интервью.

5. Характеристика основных элементов – на главной странице интернет-ресурса представлены 5 интерактивных лент. Пролитывая первую горизонтальную ленту «Наши группы», пользователь может ознакомиться со всеми волонтерскими отрядами «Даниловцев». При наведении курсора на выбранную группу высвечивается надпись: «Стань волонтером!». При клике происходит переход на новую страницу, где можно ознакомиться с подробной информацией о добровольческой группе. При пролистывании второй горизонтальной ленты «Наши рассказы» пользователь может ознакомиться с личными историями волонтеров и координаторов групп. Каждый материал в ленте представлен заголовком, кратким анонсом и сопроводительным изображением. При клике на определенный рассказ пользователь может перейти к полному тексту личной истории. При пролистывании третьей горизонтальной ленты «Последние публикации» посетитель сайта может ознакомиться с недавними новостями движения. При клике на выбранную новость происходит переход на страницу с полным содержанием новости. Четвертая горизонтальная лента «Наша команда» состоит из профилей волонтеров и координаторов волонтерских групп. При клике на фото конкретного активиста можно узнать, как он стал волонтером, какие у него увлечения и какие впечатления он получил от занятия добровольчеством. В пятой горизонтальной ленте «10 лет Даниловцам!» представлены истории с фотографиями и поздравительные письма в честь юбилея «Даниловцев». При клике на определенную запись пользователь может перейти к полному содержанию материала.

6. Структура – верхняя шапка сайта состоит из следующих разделов: «О нас», «Новости», «Анонсы», «Кому мы помогаем», «Жизнь групп»,

«Поддержка волонтеров», «СМИ о нас», «Поддержи нас», «Стань волонтером».

Раздел «О нас» включает в себя подразделы: «Контакты», «Кто такие Даниловцы», «Наша команда», «Наши партнеры», «Документы и благодарности», «Отчеты о деятельности», «Отчеты о пожертвованиях». В подразделе «Контакты» представлены данные для связи с представителями добровольческого движения «Даниловцы». В подразделе «Кто такие Даниловцы» представлены подробные сведения о деятельности данного движения. Здесь информация носит ознакомительный характер. В подразделах «Наша команда» и «Наши партнеры» пользователь может узнать информацию соответственно о представителях и партнерах добровольческого движения «Даниловцы». В подразделах «Документы и благодарности», «Отчеты о деятельности» и «Отчеты о пожертвованиях» размещены соответствующие материалы.

В разделе «Новости» выкладывается новостной контент, подготовленный представителями добровольческого движения. Раздел «Анонсы» перенаправляет пользователя в раздел «Расписание» сайта Школы социального волонтерства. Здесь выкладываются анонсы вебинаров, которые затрагивают тему социального добровольчества.

В разделе «Кому мы помогаем» пользователь сайта может узнать о подопечных добровольческого движения «Даниловцы». Так волонтеры оказывают помощь детям в московских больницах, особенным детям в интернатах, детям и взрослым, оказавшимся в сложной жизненной ситуации.

В разделе «Жизнь групп» представлены публикации с историями волонтеров и координаторами добровольческих групп об их деятельности. В каждой текстовой публикации есть визуально-графические материал и форма с просьбой «Сделать пожертвование».

Раздел «Поддержка волонтеров» состоит следующих из подразделов: «Учебные материалы», «Психологическая помощь», «Школа социального волонтерства», «Видео о волонтерстве». Подраздел «Школа социального

волонтерства (ШСМ)» перенаправляет пользователя на одноименный сайт. Так же, как и подразделы «Учебные материалы» и «Видео о волонтерстве» перенаправляют пользователя в раздел «Медиатека» (сайт ШСМ) и на YouTube–канал ШСМ.

В разделе «СМИ о нас» выкладываются публикации о работе добровольческого движения «Даниловцы», подготовленные российскими СМИ (например, «Эхо Москвы», Агентство социальной информации (АСИ) и журнал «Сноб»).

Раздел «Поддержи нас» включает в себя подразделы: «Пожертвуйте», «Помогите ресурсами», «Ищем спонсора!», «Разместите баннер». Здесь «Даниловцы» обращаются ко всем равнодушным гражданам с просьбой оказать поддержку добровольческому движению, посредством размещения баннера на сайте, покупки материалов для творческих занятий или благотворительного пожертвования.

В разделе «Стань волонтером» описан алгоритм действий для желающих заниматься добровольческой деятельностью. Здесь также можно заполнить онлайн-анкету для вступления в движение, ознакомиться с правилами и личными историями «даниловцев».

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что наименование и логотип находятся в верхней части страницы, меню с разделами также располагается сверху, сдержанная цветовая гамма, шрифты подобраны скромные и без цветовых эффектов.

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы (они находятся в шапке сайта) расположены по стандартному шаблону. Наличие направляющих гиперссылок (например, тексты «Сделай пожертвование» и «Стань волонтером»).

9. Частота обновления – раздел «Новости» пополняется публикациями с периодичностью 1-3 материала в месяц. Бывает так, что за месяц не выходит не одной новостной публикации. По сравнению с разделом

«Новости», раздел «СМИ о волонтерах» пополняется публикациями в несколько раз чаще. Здесь в среднем выходит 6-13 материалов в месяц.

### Типологическая характеристика club-volontеров.ru (рисунок 10)



Рисунок 10 – Скриншот главной страницы сайта club-volontеров.ru

Данный сайт является информационным ресурсом межрегиональной общественной организации единомышленников «Клуб волонтеров», которая возникла в 2004 году.

### Типологическая характеристика сайта <https://www.club-volontеров.ru>

1. Цель сайта – из публикуемых материалов можно сделать вывод, что это привлечение различных групп населения в организацию «Клуб волонтеров» и информационно-аналитическое сопровождение деятельности данного добровольческого объединения.
2. Целевая аудитория – сайт ориентирован на жителей Центрального федерального округа РФ, желающих добровольно поддержать детей-сирот и детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.
3. Общее назначение сайта – предоставление подробной информации пользователю о деятельности межрегиональной общественной организации волонтеров «Клуб волонтеров».

4. Жанры публикаций – сайт сделал ставку на фото и видеоконтент. По сути текст – это вводная заметка к фото или видеочету.

5. Характеристика основных элементов – на сайте присутствуют лента новостей, форма обратной связи и форум. Вертикальная новостная лента занимает центральное место на главной странице сайта. Каждая новость в ленте представлена заголовком, текстовым содержанием и сопроводительным визуально-графическим материалом. В разделе «Контакты» представлена форма обратной связи, через которую можно отправить сообщение «Клубу волонтеров». Для этого необходимо указать ФИО, E-mail, номер телефона, тему и текст сообщения. Форум является главным инструментом коммуникации в «Клубе волонтеров». Здесь проходят основные обсуждения и подготовка к поездкам в детские дома и интернаты.

6. Структура – верхняя шапка сайта включает разделы: «О клубе», «Команда», «Кому мы помогаем», «Деятельность», «Чем помочь», «Стать волонтером», «Отчеты», «СМИ», «Фото», «Видео», «Форум», «Контакты». Чуть ниже справа представлены ссылки на партнеров и друзей «Клуба волонтеров», ссылки на популярные социальные сети. Здесь также расположен раздел «Серия интервью с волонтерами». В верхнем правом углу страницы расположена вкладка «Сделать пожертвование».

В разделе «О клубе» представлены актуальные данные о деятельности волонтерского движения. Здесь также пользователи узнают о целях и миссии добровольческой организации. В разделе «Команда» можно заочно познакомиться с представителями Управляющей команды «Клуба волонтеров». Здесь также выложен список волонтеров, внесших наиболее весомый вклад в развитие добровольческой организации. Все эти активисты получили символическое звание и награды, учрежденные «Клубом волонтеров». В разделе «Кому мы помогаем» представлены данные о детских учреждениях, которым оказывается поддержка и помощь на регулярной основе. В разделе «Деятельность» рассказывается о проектах, которые направлены на детей, общество и Государство. В разделе «Чем помочь»

перечислены виды помощи для развития «Клуба волонтеров»: личное участие, нужды, транспорт, информационная поддержка, профессиональные навыки. В разделе «Стать волонтером» представлен небольшой алгоритм, в котором описаны действия для желающих вступить в «Клуб волонтеров». Раздел «Отчеты» рассказывает пользователю о результатах деятельности организации. Здесь представлены – ежегодные подробные отчеты, ежегодные финансовые отчеты и проектные отчеты. В разделе «СМИ» можно узнать о деятельности волонтерской организации через публикации, статьи и видеоматериалы СМИ. В разделах «Фото» и «Видео» выкладываются соответствующие материалы о деятельности «Клуба волонтеров». Раздел «Форум» перенаправляет пользователя на портал, который является главным инструментом коммуникации в «Клубе волонтеров». В разделе «Контакты» представлены данные для связи с добровольческой организацией.

7. Тип и характеристика дизайна – строго деловой. Об этом говорит то, что элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону, наименование и логотип находятся в верхней части страницы, меню расположено сверху, шрифты подобраны скромные, гармоничная яркая цветовая (светло-зеленая и желтая) гамма.

8. Система навигации – интуитивно понятная система, поскольку разделы и элементы структуры сайта расположены по стандартному шаблону. Наличие направляющих гиперссылок (например, иконки социальных сетей, логотипы партнеров и друзей «Клуба волонтеров», в шапке сайта текст «Сделать пожертвование»).

9. Частота обновления – новостной контент публикуется ежемесячно. В среднем выходит 1-8 материалов в месяц.

Количество подписчиков и посещаемость – в разделе «О клубе» указано, что сайт ежемесячно посещают 25 тысяч посетителей.

После типологического анализа каждого сайта волонтерского объединения можно сделать общий вывод. У всех рассмотренных нами интернет-ресурсов стоит цель – это информационное освещение



деятельности волонтеров и привлечение различных групп населения заниматься добровольчеством. Преимущественно сайты ориентированы на людей, желающих заниматься или уже занимающихся волонтерской деятельностью. Все проанализированные сайты предоставляют пользователю подробную информацию о добровольческом движении. Но были и такие информационные ресурсы, где через форму регистрации можно присоединиться к волонтерскому объединению (например, DOBRO.RU, волонтерыпобеды.рф, волонтеры-медики.рф, <https://danilovcy.ru>).

У всех проанализированных сайтов волонтерских объединений элементы структуры расположены по стандартному шаблону. Поэтому их можно отнести к строго деловому типу. Все интернет-ресурсы обладают интуитивно понятной системой навигации и имеют ссылки на социальные сети. Частота обновления новостного контента у каждого сайта разная. Где-то она ежедневная (например, DOBRO.RU, волонтерыпобеды.рф, волонтеры-медики.рф), где-то еженедельная (например, <https://mosvolonter.ru>), а где-то и ежемесячная (например, волонтеры-культуры.рф, авц.рф, волонтерыконституции.рф, <https://dobrovolets.ru>, <https://danilovcy.ru>, <https://www.club-volonterov.ru>).

Таким образом, все рассмотренные нами сайты потенциально способны не только освещать волонтерскую деятельность, но и по целевой направленности ориентированы на привлечение людей в ряды добровольцев, а значит они выполняют функцию популяризации волонтерского движения.

## **2.2 Анализ публикаций, популяризирующих волонтерское движение**

На основании итогов типологического анализа был проведен анализ текстов на сайтах волонтерских движений с целью выявления используемых форм и методов популяризации добровольчества.

В период с 1 января по 31 мая 2020 года количество таких публикаций составило: на сайте «Добро.ру» 283 публикации, «Волонтеры-медики» 110

публикаций, «Мосволонтёр» 102 публикации, «Волонтеры Победы» 50 публикаций, «Волонтеры культуры» 50 публикаций, «Авц.рф» 46 публикаций, «Волонтеры конституции» 23 публикации, «Сфера» 26 публикаций, «Клуб волонтеров» 15 публикаций, «Даниловцы» 5 публикаций.

Анализ сайтов показал, что все ресурсы уделяют большое внимание событиям и мероприятиям волонтерских движений. На сайтах имеются публикации посвященные организации помощи силами волонтеров, их обучению и собственным мероприятиям. Все сайты имеют возможность организации коммуникации посредством ссылок на страницы в соцсетях и форумов на сайте. В результате можно сказать, что событийно-организационные формы популяризации широко используются на всех исследованных сайтах.

*Образовательные формы* представлены на сайтах «Добро.ру», «Волонтеры-медики», «Мосволонтёр», «Волонтеры Победы», «Авц.рф», «Сфера», «Даниловцы» и «Доброволец.ру». Наиболее широко эта форма использована на сайте «Добро.ру», где создан отдельный ресурс «Добро. Университет» на котором представлены 18 курсов для начинающих волонтеров и 7 для опытных (продвинутых). Все курсы рассчитаны на дистанционное обучение, адресованы как детям, так и взрослым, доступны для посетителей сайта. В разделе «Календарь» размещены положения и сроки проведения офлайн-овых и онлайн-овых образовательных форумов с возможностью подать заявку прямо с сайта.

Сайт «Волонтеры-медики» предлагает обучение организаторов добровольческой деятельности в здравоохранении. «Авц.рф» аккумулирует образовательные программы с других ресурсов и предлагает свои программы, например, «Ты решаешь» и «Центр развития компетенций». «Волонтеры Победы» предлагают пройти онлайн-обучение на платформе SkillCup.

Не используют эту форму только три из исследованных сайта: «Волонтеры конституции», «Клуб добровольцев» и «Волонтеры культуры».

*Организационные формы* представлены на всех сайтах кроме «Волонтеры конституции». На всех сайтах предлагается вступить в ряды добровольцев либо принять участие в конкретном мероприятии. Кроме того, на сайтах можно записаться на мероприятия и конкурсы волонтеров разного уровня. На сайте «Волонтеры Победы» можно узнать об акциях через меняющиеся баннеры и новости. Так же информация представлена и на большинстве других сайтов. Сайты сообщают про мероприятия, организованные не только их волонтерским движением, но и другими организациями.

*Коммуникационные формы* представлены на всех сайтах. Однако все они используют для организации коммуникации только группы в социальных сетях за исключением сайта «Клуб волонтеров» где используется форум сайта. Все сайты размещают адреса электронной почты и другие контактные данные, но вся коммуникационная активность все же связана с соцсетями. Полученные результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Событийно-организационные формы популяризации на сайтах волонтерских движений

Сайты	Событийно-организационные		
	Образовательные (вебинары, курсы, обучающие видео, семинары онлайн)	Организационные (запись волонтеров на конкретные мероприятия, проекты, конкурсы и т.д.)	Коммуникационные (чаты и форумы на сайте, наличие групп в ВК, связанных с сайтом, другие формы, где сайт становится площадкой для общения добровольцев)
<a href="https://dobro.ru">https://dobro.ru</a>	Обучение можно пройти в сервисе «Добро. Университет»	Всероссийский конкурс «Доброволец России»	Ссылки на социальные сети «Вконтакте», Instagram, «Одноклассники».
волонтеры победы.рф	Пройти онлайн-обучение можно на платформе SkillCup.	Чтобы записаться на мероприятие требуется регистрация на сайте. Узнать об акциях можно через меняющиеся баннеры и	Форма обратной связи, ссылки на социальные сети «Вконтакте», Facebook, Instagram,

		новости	Twitter и на YouTube-канал.
волонтеры-медики.рф	«Образовательный курс для организаторов добровольческой деятельности в здравоохранении» (в разделе «Обучение»)	Организация проектов, форумов, акций, конкурсов	Ссылки на социальные сети «ВКонтакте», Instagram, Facebook, «Одноклассники», TikTok и на YouTube-канал.
волонтеры-культуры.рф	-	Запись на конкретные мероприятия (зарегистрироваться можно на сайте <a href="https://dobro.ru">https://dobro.ru</a> )	Форма обратной связи, ссылки на социальные сети «ВКонтакте», Instagram, Facebook, и «Одноклассники».
авц.рф	Курсы для волонтеров и организаторов добровольчества (ссылка на сайт университет.добро.рф)	Реализуются программы: всероссийский конкурс «Доброволец России», «Доверяй, играя», международная программа «Волонтеры мира», «Молоды душой», Наставничество, общественное движение «Волонтеры культуры», портал DOBRO.RU, «Программа мобильности», «СВОИ», Ресурсные центры, «Ты решаешь!», Центр компетенций	Форма обратной связи, ссылки на социальные сети «ВКонтакте», Facebook, Instagram и на YouTube-канал.
волонтеры конституции.рф	-	-	Ссылки на социальные сети «ВКонтакте» и Instagram.
<a href="https://dobrovolets.ru">https://dobrovolets.ru</a>	В разделе «Новости» публикуются анонсы вебинаров	Запись в волонтерские лагеря (раздел «Вакансии в проектах»)	Ссылки на социальные сети «ВКонтакте», Facebook и Instagram.
<a href="https://mosvolonter.ru">https://mosvolonter.ru</a>	Наличие электронных учебных материалов (в разделе «Библиотека»). Здесь находятся методические пособия и дайджесты зарубежных публикаций	Запись волонтеров на конкретные мероприятия (в разделе «События»)	Ссылки на социальные сети «ВКонтакте», Twitter, Facebook, и Instagram.

<a href="https://danilovcy.ru">https://danilovcy.ru</a>	Обучение волонтеров происходит при помощи вспомогательного сайта «Школа социального волонтерства»	Запись волонтеров в добровольческие группы (представлены 18 групп)	Ссылки на социальные сети «ВКонтакте», Facebook, Instagram и «Одноклассники».
<a href="https://www.club-volontеров.ru">https://www.club-volontеров.ru</a>	-	Запись волонтеров на мероприятия и акции происходит на форуме	Наличие форума, который является главным инструментом коммуникации в «Клубе волонтеров». Форма обратной связи, ссылки на социальные сети «ВКонтакте», Facebook, Instagram, Twitter, мессенджер Telegram и на YouTube–канал.

Активно сайты используют медийные формы популяризации. На всех сайтах сообщаются актуальные новости добровольческих движений, предоставляются отчеты об оказанной помощи, акциях, других мероприятиях.

Наиболее активно используются популяризирующие *тексты*. Чаще всего это небольшие информационные заметки или анонсы. Встречаются и большие публикации, например, интервью с добровольцами или получателями помощи. В таких текстах объясняется суть добровольческого движения, адресаты волонтерской помощи, описываются действия волонтеров. Часто в публикации присутствует эмоциональность, способствующая включению чувственного восприятия текста.

Наибольшее количество таких текстов опубликовано на сайте «Добро.ру» (283). Большинство из них располагаются на отдельном ресурсе «Добро. Журнал». Материалы написаны как участниками добровольческих организаций, так и собственными корреспондентами. Всего на сайте представлены 123 автора. Такое количество связано с тем, что каждый может

предложить свой материал редакции. Для мотивации редакция «Добро. Журнал» организовал постоянный конкурс на лучший текст, видео, фоторепортаж. Это позволяет удерживать и высокий показатель обновляемости сайта. В публикациях используются информативные заголовки. Например, «Ежегодная акция «Свеча памяти» пройдет в онлайн-формате», «Сеть «Глобус» и фонд «Старость в радость» организовали музыкальные посиделки для подопечных в домах престарелых», «Национальный фонд развития здравоохранения привлекает внимание к донорству с помощью настольной игры» и т.д. Для удобства пользователей публикации сопровождаются пояснением «текст», «статья», «фоторепортаж», «видео». Оформление публикаций единообразно. Авторизованным пользователям под каждым материалом доступно комментирование, лайки и репосты.

Еще одной популярной формой для исследованных сайтов являются *изображения*. На всех сайтах они представлены в виде баннеров, плакатов, инфографики, иллюстраций к текстам, отдельных фоторепортажах. Активно используют баннеры сайты «Волонтеры Победы» и «Добро.ру». Сайт «Мосволонтер» отдает предпочтение плакатам и векторным изображениям. Ставку на фоторепортажи сделал сайт «Клуб волонтеров». «Даниловцы», «Сфера», «Волонтеры медики», «Авц» преимущественно используют иллюстрации к текстам.

Инфографику используют такие сайты, как «Волонтеры Победы», «Добро.ру» и «Волонтеры культуры». На сайте «Добро.ру» в разделе «Аналитика» размещены графики активности волонтеров по направлениям, количество задействованных в движении добровольцев, распространения добровольчества по регионам России. «Волонтеры Победы» используют счетчики, показывающие количество задействованных добровольцев, штабов движения, проведенных встреч с ветеранами, количество стран, где организовано движение. «Добровольцы культуры» так же разместили

счетчики с социологическими данными по востребованности движения в области культуры и количестве участников.

Наименее используемая форма популяризации на сайтах добровольческих движений *видео*. Выгодно отличается сайт «Волонтеры Победы», имеющий собственный ютуб-канал. Следует отметить так же сайт «Добро.ру», которые размещает на сайте популяризирующий видеоконтент в новостной ленте и на главной странице. Начал движение в этом направлении сайт «Клуб волонтеров», так же создавший свой ютуб-канал и размещающий видео на сайте. Совсем не используют видеоконтент для популяризации половина исследованных сайтов. Это сайты «Волонтеры культуры», «Авц», «Волонтеры конституции», «Доброволец.ру» и «Мосволонтер». Но некоторые из них размещают видеоматериалы СМИ на сайте. Полученные результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Медийные формы популяризации на сайтах волонтерских движений

Сайты	Медийные		
	Тексты	Изображения	Аудио и видеопроизведения, мультимедийные публикации
<a href="https://dobro.ru">https://dobro.ru</a>	283	121	12
<a href="https://volonterypobedy.ru">волонтёрыпобеды.рф</a>	50	59	11
<a href="https://volontery-mediki.ru">волонтеры-медики.рф</a>	110	104	9
<a href="https://volontery-kulturny.ru">волонтеры-культуры.рф</a>	50	29	-
<a href="https://avc.ru">авц.рф</a>	46	36	-
<a href="https://volonterykonstitucii.ru">волонтерыконституции.рф</a>	17	23	-
<a href="https://dobrovolets.ru">https://dobrovolets.ru</a>	26	41	-
<a href="https://mosvolonter.ru">https://mosvolonter.ru</a>	102	35	-
<a href="https://danilovcy.ru">https://danilovcy.ru</a>	11	39	4
<a href="https://www.club-volontеров.ru">https://www.club-volontеров.ru</a>	15	198	4

Если говорить о целевой направленности популяризирующих материалов, то можно выделить такие целевые установки, как вовлечение в волонтерское движение, создание привлекательного образа добровольцев, мотивация к личностному росту и информирование о текущей деятельности

движения. Большая часть материалов на сайтах добровольческих движений нацелена на вовлечение в волонтерское движение и информирование и деятельности волонтеров. Однако на всех сайтах уделено внимание и созданию положительного образа волонтера, и показу точек личностного роста в волонтерстве. Полученные результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Целевая направленность материалов, популяризирующих волонтерское движение

Сайт	Вовлечение в волонтерское движение	Создание привлекательного образа добровольцев	Мотивация к личностному росту	Информирование о текущей деятельности движения
<a href="https://dobro.ru">https://dobro.ru</a>	147	113	87	248
<a href="http://волонтерыпобеды.рф">волонтерыпобеды.рф</a>	21	21	10	45
<a href="http://волонтеры-медики.рф">волонтеры-медики.рф</a>	64	51	32	97
<a href="http://волонтеры-культуры.рф">волонтеры-культуры.рф</a>	17	15	9	39
<a href="http://авц.рф">авц.рф</a>	26	28	17	42
<a href="http://волонтерыконституции.рф">волонтерыконституции.рф</a>	6	4	3	15
<a href="https://dobrovolets.ru">https://dobrovolets.ru</a>	18	3	5	25
<a href="https://mosvolonter.ru">https://mosvolonter.ru</a>	58	17	21	81
<a href="https://danilovcy.ru">https://danilovcy.ru</a>	4	5	2	5
<a href="https://www.club-volonterov.ru">https://www.club-volonterov.ru</a>	9	10	6	10

Далее были исследованы тексты публикаций, в которых выделялись базовые и художественно-экспрессивные методы популяризации. Несмотря на преимущество таких жанров как заметка, отчет и анонс, методы обеих групп были выделены на всех сайтах.

На сайте «Добро.ру» из базовых методов чаще всего встречается описание. Даже не большие по объему отчеты и заметки содержат подробное описание события или мероприятия, уделяя внимание подробностям и деталям. Так же используются сравнения.



Художественно-экспрессивные методы в публикациях представлены все. Есть и гиперболизация, и метафоры, и персонификация, последней уделяется особое внимание. За исследованный период этот метод использовался 92 раза, из них 24 раза героями становились те, кому помогали добровольцы, 52 – волонтеры, в 16 публикациях описывались и доброволец, и адресат помощи.

Использование метафор и гипербол позволило сделать текст более эмоциональным. Например, в тексте «Почти тысяча волонтеров ежедневно работают на горячей линии психологической помощи #МыВместе» опубликованном (15 мая 2020 г.) о деятельности волонтеров-психологов встречается такая метафора «Горячая линия и есть такая «открытая дверь»». Полученные результаты представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Методы популяризации на сайте «Добро.ру»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
2	283	42	3	59	64	92

На сайте «Волонтеры Победы» из базовых методов чаще всего встречается описание. Сравнение встречается 1 раз.

Художественно-экспрессивные методы в публикациях представлены все. Есть и гиперболизация, и метафоры, и персонификация, последней уделяется особое внимание. За исследованный период этот метод использовался 11 раз, из них 5 раз героями становились те, кому помогали добровольцы, в 6 публикациях описывались сами волонтеры.

Использование метафор и гипербол позволило сделать текст более эмоциональным. Например, в тексте «Антон Красов: «Боевой путь волонтера»» опубликованном (25 апреля 2020 года) о руководителе воронежского отделения Всероссийского общественного движения «Волонтеры Победы» встречается такая метафора «Так «боевой путь

волонтера» привёл его к организации народного шествия «Бессмертный полк»». Полученные результаты представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Методы популяризации на сайте «Волонтеры Победы»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
0	50	2	0	4	5	11

На сайте «Волонтеры-медики» из базовых методов чаще всего встречается описание. Даже не большие по объему отчеты и заметки содержат подробное описание события или мероприятия, уделяя внимание подробностям и деталям. Так же используются сравнения и аналогия.

Художественно-экспрессивные методы в публикациях хоть и представлены все, но встречаются крайне редко. Есть и гиперболизация, и метафоры, и персонификация, последней уделяется особое внимание. За исследованный период этот метод использовался 6 раз, из них 1 раз героями становились те, кому помогали добровольцы, 5 – сами волонтеры.

Использование метафор и гипербол позволило сделать публикацию более эмоциональной. Например, в тексте «Школьные отряды волонтеров-медиков пригласили к участию в конкурсе «Добро не уходит на каникулы»» опубликованном (20 мая 2020 года) встречается такая метафора «Школьные отряды наравне со взрослыми отрядами – движущая сила». Полученные результаты представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Методы популяризации на сайте «Волонтеры-медики»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
1	110	5	-	3	2	6

На сайте «Волонтеры культуры» из базовых методов чаще всего встречается описание. Даже не большие по объему новостные заметки и анонсы содержат детальное описание события. Метод сравнения использовался 1 раз.

Художественно-экспрессивные методы в публикациях встречаются довольно редко. Персонификация использовалась 4 раза и была направлена на описание конкретного добровольца. Полученные результаты представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Методы популяризации на сайте «Волонтеры культуры»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
-	50	1	-	3	5	4

На сайте «авц.рф» из базовых методов чаще всего встречается описание. В разы меньше используются в текстах используются сравнение, ассоциация и аналогия.

Художественно-экспрессивные методы в публикациях представлены все. Есть и гиперболизация, и метафоры, и персонификация, последней уделяется особое внимание. За исследованный период этот метод использовался 9 раз, из них 7 раз героями становились сами волонтеры, в 2-х публикации описывался адресат помощи.

Использование метафор и гипербол позволило сделать текст более эмоциональным. Авторы стараются воздействовать на чувственную сторону восприятия текста и создать эмоциональный фон восприятия описываемых событий. Например, в тексте «Стартовала Программа мобильности волонтеров в 2020 году» опубликованном (13.01.2020 г.) встречается такая метафора «Участие добровольцев в мероприятиях подобного уровня способствует формированию «национальной волонтерской сборной» из опытных волонтеров». Полученные результаты представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Методы популяризации на сайте «авц.рф»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
1	46	4	2	8	6	9

На сайте «Волонтеры Конституции» из базовых методов чаще всего встречается описание. Даже не большие по объему анонсы и новостные заметки содержат подробное описание события. Так же 1 раз встретилось сравнение.

Художественно-экспрессивные методы в публикациях представлены все. Чаще всего встречаются гиперболы, чуть реже персонификация и метафоры. Полученные результаты представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Методы популяризации на сайте «Волонтеры Конституции»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
-	17	1	-	5	2	3

На сайте молодежной организации «Сфера» из базовых методов чаще всего встречается описание. За исследованный период метод сравнения использовался всего 2 раза.

Художественно-экспрессивные методы в публикациях представлены все. Но встречаются не часто. Например, метод персонификации встретился 3 раза. Наличие в тексте метафор и гипербол позволило сделать его более эмоциональным. В публикации «Как все начиналось – оглядываемся назад и погружаемся в воспоминания» встречается следующая метафора «После участия в волонтерских проектах вы сами начинаете менять мир вокруг себя,

рыть землю под ногами, выходить из зоны комфорта». Полученные результаты представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Методы популяризации на сайте «Сфера»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
-	26	2	-	3	4	3

На сайте «Мосволонтёр» из базовых методов встречается только описание. Это связано с тем, что подавляющее число публикаций – это анонсы. И в них идет описание мероприятий, где требуется помощь волонтеров.

Художественно-экспрессивные методы в публикациях попадают крайне редко. Метод гиперболизации использовался 4 раза, когда героями публикации становились волонтеры.

Метафора встретила в тексте «Более 400 волонтеров помогают медицинским учреждениям столицы!» опубликованном (16 мая 2020 г.) об оказании добровольческой помощи в больницах встречается следующая метафора «Добровольцы Москвы из числа студентов медицинских вузов сегодня совершают настоящий подвиг, поддерживая медперсонал лечебных учреждений». Полученные результаты представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Методы популяризации на сайте «Мосволонтёр»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
-	102	-	-	2	1	4

На сайте «Даниловцы» базовые методы представлены все. Чаще всего в публикациях можно увидеть описание. Ассоциация, сравнение и аналогия встречаются в 2 раза реже.

Художественно-экспрессивные методы в публикациях представлены также все. Больше всего в популяризирующих текстах используется метафора. Например, в публикации «Координаторы «Даниловцев» проводят собеседования для волонтеров, которые хотят помогать пенсионерам на карантине) опубликованной (01 апреля 2020 г.) о запуске проекта «Мой социальный помощник» встречается такая метафора «У него оказалось очень большое сердце». Полученные результаты представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Методы популяризации на сайте «Даниловцы»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
2	5	2	2	6	7	3

На сайте «Клуб волонтеров» из базовых методов чаще всего встречается описание. В несколько раз реже в текстах можно увидеть сравнение и ассоциацию.

Художественно-экспрессивные методы в публикациях представлены все. Есть и гиперболизация, и метафоры, и персонификация, последней уделяется особое внимание. За исследованный период этот метод использовался 7 раз, из них 6 публикаций были посвящены конкретному добровольцу, а 1 раз героем становились тот, кому помогали волонтеры.

Использование метафор и гипербол позволило сделать текст более эмоциональным. Например, в тексте ««...лучшее, что можно дать человеку – это вклад в самого человека.»» опубликованном (02 марта 2020 г.) о кураторе волонтерской группы встречается такая метафора «Не забывайте о том, что в каждом из нас живет ребенок». Полученные результаты представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Методы популяризации на сайте «Клуб волонтеров»

Базовые методы				Художественно-экспрессивные		
аналогия	описание	сравнение	ассоциация	гиперболизация	метафоры	персонификация
-	15	3	2	4	5	7

По итогам анализа можно сделать следующие выводы.

1. Все сайты одной из своих задач видят популяризацию волонтерского движения. Это проявляется как через структуру сайта, так и в содержании публикаций на нем.

2. Сайт «Добро.ру» использует все событийно-организационные и медийные формы популяризации. На этом сайте обучение и публикации выведены на отдельные ресурсы, как наиболее значимые. По целевой направленности материалов они делают основной акцент на информирование о текущей деятельности движения и в разы меньше на мотивацию к личностному росту. Однако именно это направление как правило привлекает молодежь в ряды волонтеров. В публикациях на сайте используются как базовые, так и художественно-экспрессивные методы. Большинство публикаций насыщены описаниями. Реже встречаются сравнения, единичны случаи использования аналогий и ассоциаций. В общей сложности во время анализа были выявлены 130 случаев использования базовых методов. Зато художественно-экспрессивные методы в текстах встретились 215 раз. Наибольшее число относится к персонификации. Такой перевес говорит о том, что на сайте уделяют внимание конкретным людям как помогающим, так и получающим помощь. Эмоциональная насыщенность текстов позволяет не только описать происходящее, но и включить эмоционально читателя. Особую роль на сайте играет визуализация образов, большое количество баннеров, векторных плакатов, фотографий. Также на сайте присутствует инфографика, позволяющая оценить масштаб волонтерского движения.

3. Сайт «Волонтеры Победы» так же использует все событийно-организационные и медийные формы популяризации. Большое значение на сайте имеет символика движения, которая используется как в оформлении сайта, так и на фотографиях к публикациям. Нельзя не отметить, что наличие собственного YouTube-канала и страниц практически во всех соцсетях позволяет сайту организовывать коммуникацию и привлекать к движению новых добровольцев не только в нашей стране, но и за рубежом. Сайт предлагает волонтерам собственные обучающие курсы. Которые разработаны с использованием современных образовательных платформ, конкретно SkillCup. Очевидно, что по целевой направленности публикации на сайте, преимущественно описывающие деятельность движения. Положительный образ волонтера на сайте складывается не из отдельных добровольцев, а их коллектива объединенных общим делом людей. Методы популяризации в текстах использованы ограниченно. Среди базовых не встретились в исследованных текстах аналогии и ассоциации. Крайне редко используются художественно-экспрессивные методы. При этом персонификация в основном направлена на получателей помощи, а не на волонтеров. Это подчеркивает выбранный сайтом подход к популяризации – стань членом большой команды. Тексты в большинстве своем написаны сухо, несут только информационную нагрузку.

4. Сайт «Волонтеры-медики» использует все событийно-организационные и медийные формы популяризации. На сайте представлены мероприятия движения, обучающие программы, имеются ссылки на группы в соцсетях включая TikTok и на YouTube-канал. Однако, на сайте предлагается только один обучающий ролик для волонтеров, что представляется недостаточно при высоком интересе к данному движению. Отдельно можно отметить раздел «Видео», в котором размещаются ролики обучающие оказывать первую помощь, рассказывают о проектах движения, популяризируют донорство. Помимо основной целевой установки публикаций – освещение деятельности движения, часто встречаются



публикации, призванные вовлечь в волонтерское движение новых добровольцев и создать положительный образ участников движения. В текстах используются почти все базовые методы, но предпочтение отдается описанию. Редко используются художественно-экспрессивные методы, хотя персонификация для конкретно этого движения сегодня была бы очень актуальна.

5. Сайт «Волонтеры культуры» среди событийно-организационных форм не использует образовательные программы, а среди медийных – видеоконтент. По целевой направленности большая часть публикаций освещает деятельность движения. Наименьшее количество публикаций направленно на формирование мотивации к личностному росту. Отсутствие видеоконтента на сайте ограничивает возможности в популяризации движения, хотя специфика работы в сфере культуры позволяет именно эту форму использовать наиболее эффективно. Как и у других сайтов среди базовых методов в основном используется описание. Зато на этом сайте часто встречаются художественно-экспрессивные методы, в 50 публикациях они встречались 23 раза. Больше всего было метафор. Это объясняется и спецификой движения и его мероприятий, и стремлением привлечь активных граждан, участвующих к волонтерской деятельности в сфере культуры, реализующих творческие и социокультурные инициативы.

6. Сайт «Авц» представляет собой единую площадку для информирования о разных добровольческих движениях, предлагаемых ими форумах, конкурсах и других мероприятиях. На сайте реализуются все событийно-организационные формы популяризации, но медийные представлены не все. За исследованный период раздел «Видео» ни разу не обновлялся. В тоже время из 46 публикаций 28 нацелены на мотивацию личностного роста, что является высоким показателем. В публикациях используются как базовые, так и художественно-экспрессивные методы. Из последних наиболее часто встречаются персонификация и гиперболизация.

7. Сайт «Волонтеры конституции» имеет ряд особенностей. Это движение актуально только на период подготовки и проведения голосования за поправки в Конституции РФ. Однако сайт был создан и достаточно активно работает. В связи с спецификой движения сайт использует частично событийно-организационные формы. Не представлены образовательные и организационные. Среди медийных форм отсутствует видеоконтент. В новостном контенте не всегда публикуются материалы о волонтерах (из 23, только 17 связаны с волонтерством). Однако на сайте есть публикации, разъясняющие важность поправок, правила голосования и т.д. В публикациях из базовых используется в основном метод описания, художественно-экспрессивные методы хоть и встречаются не часто, однако представлены все. Чаще других использована гиперболизация.

8. Сайт «Сфера» отличается от других, т.к. главной задачей его является привлечение волонтеров к участию в международных программах. Это сказалось и на формах популяризации, используемых на сайте. Среди событийно-организационных форм предпочтение отдается образовательной и организационной. Они организуют волонтерские лагеря в России для иностранцев, а для российских волонтеров подбирают зарубежные программы. Проводят вебинары в соцсетях (о них можно узнать из новостей). Медийные формы представлены не все, нет видеоконтента. Посыл в материалах идет позитивный. Преимущественно в текстах информируется о деятельности движения, практически в каждом тексте встречается призыв присоединиться к движению. Ведущим методом является описание, другие методы встречаются реже.

9. Сайт «Мосволонтер» использует все событийно-организационные формы. Однако явное преимущество имеют образовательные формы. На сайте Мосволонтер помимо общепринятых форм обучения, есть раздел библиотека, где представлены учебные пособия, подготовленные движением. Организационная форма также отличается доступностью – через сайт волонтеры могут записаться на различные мероприятия. Мосволонтер не

использует видео, аудио и мультимедийные публикации для популяризации. В основном здесь выходят анонсы мероприятий, где идет привлечение волонтеров. Из базовых методов используется только сравнение, очень редко встречаются художественно-экспрессивные методы.

10. Сайт «Даниловцы». Образовательной форма реализуется через отдельный сайт, где проходит обучение волонтеров, преимущественно через вебинары. Следует отметить специфику движения – работа в больницах и сиротских учреждениях, с инвалидами, многодетными семьями, стариками, бездомными, заключенными. Также здесь на сайте осуществляется запись волонтеров на постоянные мероприятия. Среди медийных форм, подавляющим числом являются изображения. По целевой направленности приблизительно похожие показатели по всем направлениям. Так же на сайте используются все методы равномерно. Не смотря на небольшое количество публикаций, в них представлены все методы как из группы базовых, так и художественно-экспрессивные.

11. Сайт «Клуб волонтеров» не используют образовательные формы. Отличительной особенностью является, что из коммуникационных форм у них есть форум. К новостной заметке обычно прикреплен фотоотчет или видео. Примерно одинаковые показатели количества публикаций по целевой направленности. Применяют равномерно методы для популяризации, исключение – метод аналогии.

По результатам второй главы можно сделать следующие *выводы*.

На основании результатов типологического анализа, можно сказать, что все рассмотренные нами сайты потенциально способны не только освещать волонтерскую деятельность, но и по своей целевой направленности ориентированы на привлечение людей в ряды добровольцев, а значит они выполняют функцию популяризации волонтерского движения.

По результатам анализа публикаций можно сделать вывод, что на всех сайтах широко представлены популяризирующие тексты. За период с 1 января по 31 мая 2020 года их общее количество составило 710 материалов,

опубликованных на портале DOBRO.RU и сайтах крупнейших российских добровольческих организаций «Волонтеры Победы», «Волонтеры-медики», «Волонтеры культуры», Ассоциация волонтерских центров, «Волонтеры Конституции», СФЕРА, «Мосволонтёр», «Даниловцы», «Клуб волонтеров».

Событийно-организационные формы популяризации по максимуму используют 7 сайтов <https://dobro.ru>, [волонтёрыпобеды.pф](https://volonterypobedy.pf), [волонтеры-медики.pф](https://volonterymediki.pf), [авц.pф](https://avc.pf), <https://dobrovolets.ru>, <https://mosvolonter.ru>, <https://danilovsy.ru>. Следует подчеркнуть, что на сайте <https://dobro.ru> размещено наибольшее количество образовательных программ. Не так обширно данные формы представлены на 3 сайтах [волонтеры-культуры.pф](https://volonterykulturny.pf), [волонтерыконституции.pф](https://volonterykonstitucii.pf), <https://www.club-volontеров.ru>.

Медийные формы популяризации по максимуму используют 5 сайтов <https://dobro.ru>, [волонтёрыпобеды.pф](https://volonterypobedy.pf), [волонтеры-медики.pф](https://volonterymediki.pf), <https://danilovsy.ru>, <https://www.club-volontеров.ru>. Разнообразие контента на этих сайтах позволяет подробно рассказать о волонтерском движении, показать его активистов, выделить наиболее значимые события. Не так обширно эти формы представлены на сайтах [волонтеры-культуры.pф](https://volonterykulturny.pf), [авц.pф](https://avc.pf), [волонтерыконституции.pф](https://volonterykonstitucii.pf), <https://dobrovolets.ru> и <https://mosvolonter.ru>.

На основании результатов анализа методов популяризации, можно сказать, что практически все сайты чаще всего используют метод описания. Другие методы из группы базовых встречаются в текстах значительно реже. А вот художественно-экспрессивные методы используются шире. Это говорит о том, что для популяризации добровольчества авторы стараются преподнести новость с эмоциональным посылом для аудитории.

## Заключение

На сегодняшний день волонтерское движение прочно вошло в нашу жизнь. Добровольчество – это безвозмездная социально-активная деятельность людей, которая направлена на решение социально-значимых проблем в обществе. Волонтеры – это активные, открытые, добрые и позитивные люди, которые не стремятся за денежной выгодой. Но которые желают помочь и внести свой личный вклад в общее дело. Поэтому в публикациях важно не просто осветить новость, но и необходимо передать ту особую положительную эмоциональную атмосферу, которая царит в добровольческом движении.

Исследователи выделяют следующие направления волонтерской деятельности: событийное, спортивное, корпоративное, экологическое, социальное, медицинское, «серебряное» волонтерство, донорство, медиаволонтерство, волонтерство в сфере культуры и волонтерство в сфере общественной безопасности.

При занятиях добровольчеством у волонтера формируются навыки оратора и лидера в процессе коммуникаций с другими участниками. Также данная деятельность позволяет раскрыть творческий потенциал, формирует креативно мыслящую личность, позволяет находить оригинальные подходы к решению поставленных задач. Помимо этого, человек приобретает полезные знания, умения и навыки, которые могут пригодиться ему в карьере и в повседневной жизни. Добровольческая деятельность иногда позволяет своим активистам посещать необычные и интересные объекты культуры и спорта. А также путешествовать по субъектам России и по различным странам Мира.

Для волонтера наиболее ценны следующие качества человека: забота и бережное отношение к природе, милосердие, трудолюбие, отзывчивость, доброжелательность к окружающим людям.

В начале 2020 года Президент России В.В. Путин внес в Госдуму законопроект о поправках в Конституцию РФ. Одна из них касается деятельности волонтеров, что говорит о заинтересованности государства в развитии добровольческой деятельности. Популяризация волонтерства стало важной задачей массмедиа. Особую роль в ее решении играют сайты добровольческих объединений.

Анализ научных источников показал, что популяризация рассматривается в исследовательских работах достаточно часто. Разработаны определения популяризации, описаны ее формы, каналы и методы.

Популяризация волонтерского движения – это создание и распространение с помощью различных каналов массмедиа публикаций о волонтерской деятельности, изложенных в доступной для широкой аудитории позитивной форме.

Формы популяризации разделяются на 2 большие группы – событийно-организационные и медийные. К первым относятся запись волонтеров на конкретные проекты, мероприятия, конкурсы, обучающие курсы, семинары, вебинары, обучающие видео, форумы и чаты на сайте. Ко второй группе относятся тексты, изображения, аудио и видеопроизведения, мультимедийные публикации и т.д.

Для анализа форм и методов были выбраны 10 сайтов: DOBRO.RU, «Волонтеры Победы», «Волонтеры-медики», «Волонтеры культуры», Ассоциация волонтерских центров, «Волонтеры Конституции», СФЕРА, «Мосволонтёр», «Даниловцы», «Клуб волонтеров». Типологический анализ показал. Что все сайты по целевой направленности преимущественно ориентированы по привлечение людей в ряды добровольцев, а значит выполняют функцию популяризации волонтерского движения.

Типологический анализ сайтов волонтерских объединений позволил сделать выводы. У всех рассмотренных нами интернет-ресурсов стоит цель – это информационное освещение деятельности волонтеров и привлечение различных групп населения заниматься добровольчеством.

Преимущественно сайты ориентированы на людей, желающих заниматься или уже занимающихся волонтерской деятельностью. Все проанализированные сайты предоставляют пользователю подробную информацию о добровольческом движении. Но были и такие информационные ресурсы, где можно присоединиться к волонтерскому объединению (например, DOBRO.RU, волонтерыпобеды.рф, волонтеры-медики.рф, <https://danilovcy.ru>).

У всех сайтов волонтерских объединений элементы структуры расположены по стандартному шаблону. Поэтому их можно отнести к строго деловому типу. Все интернет-ресурсы обладают интуитивно понятной системой навигации и имеют ссылки на социальные сети. Частота обновления новостного контента у сайтов разная: ежедневная (например, DOBRO.RU, волонтерыпобеды.рф, волонтеры-медики.рф), еженедельная (например, <https://mosvolonter.ru>), ежемесячная (например, волонтеры-культуры.рф, авц.рф, волонтерыконституции.рф, <https://dobrovolets.ru>, <https://danilovcy.ru>, <https://www.club-volontеров.ru>).

На основании результатов типологического анализа, можно сказать, что для всех сайтов одной из задач является популяризация волонтерства. Это позволило нам провести анализ публикаций и выявить формы и методы популяризации.

По результату исследования можно сказать, что на всех сайтах широко представлены популяризирующие тексты. За период с 1 января по 31 мая 2020 года количество таких текстов составило: на сайте «Добро.ру» 283 публикации, «Волонтеры-медики» 110 публикаций, «Мосволонтёр» 102 публикации, «Волонтеры Победы» 50 публикаций, «Волонтеры культуры» 50 публикаций, «Авц.рф» 46 публикаций, «Волонтеры конституции» 23 публикации, «Сфера» 26 публикаций, «Клуб волонтеров» 15 публикаций, «Даниловцы» 5 публикаций.

Наиболее полно событийно-организационные формы представлены на 7 сайтах <https://dobro.ru>, волонтерыпобеды.рф, волонтеры-медики.рф, авц.рф,

<https://dobrovolets.ru>, <https://mosvolonter.ru>, <https://danilovcy.ru>. Следует отметить сайт <https://dobro.ru>, где представлено наибольшее количество образовательных программ. Наименее активно эти формы используют 3 сайта: волонтеры-культуры.рф, волонтерыконституции.рф, <https://www.club-volonterov.ru>.

Медийные формы наиболее полно представлены на 5 сайтах <https://dobro.ru>, волонтерыпобеды.рф, волонтеры-медики.рф, <https://danilovcy.ru>, <https://www.club-volonterov.ru>. Разнообразие контента на этих сайтах позволяет наиболее полно рассказать о движении, показать его участников, выделить наиболее значимые события. Узко медийные формы использованы на сайтах волонтеры-культуры.рф, авц.рф, волонтерыконституции.рф, <https://dobrovolets.ru> и <https://mosvolonter.ru>.

Анализ методов популяризации показал, что практически все сайты из группы базовых используют активнее всего метод описания. А вот художественно-экспрессивные методы используются шире. На сайтах <https://dobro.ru>, волонтерыпобеды.рф, волонтеры-медики.рф, волонтеры-культуры.рф, авц.рф, волонтерыконституции.рф, <https://dobrovolets.ru>, <https://mosvolonter.ru>, <https://danilovcy.ru>, <https://www.club-volonterov.ru> представлены все из этой группы методов. Отсюда можно сделать вывод, что, популяризируя волонтерство авторы стараются привлечь чувственное восприятие аудитории, вовлечь ее на эмоциональном уровне.

К сожалению, сайты не часто используют такой метод как персонификация. А он дает возможность показать на живом примере суть волонтерской деятельности. Из базовых не заслуженно обделены вниманием аналогия и ассоциация, которые так же могут существенно повысить эффективность популяризирующих текстов.

Таким образом, на основании полученных результатов можно сделать выводы, что популяризация волонтерского движения на исследованных сайтах представлена широко. Однако для повышения ее эффективности следует уделять большее внимание таким медийным формам как



видеоконтент и мультимедийные публикации. Использование всей палитры методов позволит разнообразить популяризирующие тексты, сделать их привлекательными для аудитории.

## Список используемой литературы и используемых источников

1. Айдарбекова А. Ж., Тайшинова А. К. Волонтерство как форма социальной активности молодежи // Вестник Жалал-Абадского государственного университета. 2015. № 1 (30). С. 102. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35199830> (дата обращения: 30.03.2020).
2. Байчурина А. И. Тематика социальной направленности в СМИ // Контентус. 2015. № 12 (41). С. 67. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25684331> (дата обращения: 05.04.2020).
3. Баркова Е. В. Популяризация истории как медийная проблема // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2015. № 2 (2). С. 4. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24334974> (дата обращения: 11.04.2020).
4. Белякова Ю. К. Тема волонтерства на страницах общественно-политической газеты «Рязанские ведомости» // Слово. Словесность. Словесник : материалы межрегиональной научно-практической конференции преподавателей и студентов. 2016. С. 338. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28333232> (дата обращения: 03.04.2020).
5. Болгова С. И. Информационная графика как способ популяризации научного знания (на примере инфографики о космосе) // Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. 2019. С. 305. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37139137> (дата обращения: 30.04.2020).
6. Ващенко Д. Г. Волонтерство как средство инклюзивного образования // Образование, инновации, исследования как ресурс развития сообщества : сборник материалов Международной научно-практической конференции. 2017. С. 393. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32313126> (дата обращения: 29.03.2020).
7. Водопьян В. Г. Медиапространство в сфере массовой коммуникации: социокультурная реальность // Вестник Адыгейского

государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2017. № 1 (194). С. 185. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-v-sfere-massovoy-kommunikatsii-sotsiokulturnaya-realnost> (дата обращения: 12.04.2020).

8. Габибуллаева Е. Н., Городнянская А. А. Волонтерство и добровольческая деятельность начинающего воспитателя как индикатор патриотизма // Концепции и практические подходы в работе добровольцев и волонтеров : материалы XVIII межрегиональной научно-практической конференции, посвященной Всероссийскому году добровольцев и волонтеров. Старооскольский филиал ФГАОУ «Белгородский государственный национальный исследовательский университет». 2018. С. 209–211. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=34872762> (дата обращения: 30.03.2020).

9. Григорьева Ю. А. Волонтерство в социальном воспитании детей в трудной жизненной ситуации // Региональное образование XXI века: проблемы и перспективы. 2018. № 1. С. 60. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35427287> (дата обращения: 30.03.2020).

10. Громова А. А. Популяризация волонтерских программ в образовательных организациях с целью эффективной реализации молодежной кадровой политики // Новое поколение. 2017. № 14–2. С. 114–121. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30733704> (дата обращения: 30.04.2020).

11. Дойникова К. О. Добровольческая деятельность как эффективный механизм в развитии социальной политики страны // Фундаментальные и прикладные исследования в современном Мире. 2017. № 17 (2). С. 120–126. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28988953> (дата обращения: 06.04.2020).

12. Душина Е. А. Основные понятия и категории, признаки и характеристики состояния социальной журналистики в современных условиях // Молодой исследователь: от идеи к проекту : материалы II

студенческой научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет». 2018. С. 348–351. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37125403> (дата обращения: 04.04.2020).

13. Евсигнеева А. С. Волонтерство как образ жизни студенческой молодежи // Технология культурно-досуговой деятельности как фактор укрепления социального, межнационального и межконфессионального согласия в молодежной среде : материалы всероссийской электронной научно-практической конференции. 2017. С. 279. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32485432> (дата обращения: 29.03.2020).

14. Ермилова А. В., Исакова И. А. Специфика волонтерской деятельности в современной России: региональные практики // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2017. № 4. С. 48–57. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32352187> (дата обращения: 07.04.2020).

15. Желтухина М. Р. Популяризация культуры в современных массмедиа и медиажанр «популяризационная статья»: стилистический аспект // Вестник ЧелГУ. 2015. № 5 (360). С. 214–219. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23338693> (дата обращения: 12.04.2020).

16. Жукова О. Г., Клейус Т. В. Волонтерство как система и объект научного управления знаниями в формирующемся «Обществе знаний» // XXII Царскосельские чтения : материалы Международной научной конференции. 2018. С. 68. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32873174> (дата обращения: 30.03.2020).

17. Журавлева Е. В., Фурсов С. В. Популяризация науки в современной России // Россия и современный мир. 2018. № 4 (101). С. 233–237. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36579032> (дата обращения: 30.04.2020).

18. Загладина Х. Т. Добровольчество (волонтерство) и дополнительные общеразвивающие программы // Дополнительное образование детей в России: историческое наследие и современные проблемы : материалы V Междунар. научно-практической конференции, посвященной 100-летию

системы дополнительного образования детей. 2018. С. 52–60. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32622964> (дата обращения: 29.03.2020).

19. Ибрагимова С. В. Добровольчество (волонтерство) в контексте общесоциальных функций права // XXII Царскосельские чтения : материалы Международной научной конференции. 2018. С. 40. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32877019> (дата обращения: 29.03.2020).

20. Кветко О. П., Кулапина С. С. Волонтерство как фактор развития христианских ценностей и профессиональных компетенций у студентов педагогических вузов // Христианские ценности в культуре современной молодежи : материалы VI Международной студенческой научной конференции. 2017. С. 51–54. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35019014> (дата обращения: 30.03.2020).

21. Кирилин К. А., Скрипченко М. М. Формы и методы популяризации науки в российских СМИ // МНКО. 2018. № 4 (71). С. 439–440. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35576184> (дата обращения: 12.04.2020).

22. Кононова Ю. П., Летапурс Т. В. Роль советских журналистов в формировании идей добровольчества и гражданственности эпохи 60-80-х годов // Добровольчество в современном мире: нравственный идеал нашего времени : сборник научных статей I-й Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 483–488. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26446799> (дата обращения: 06.04.2020).

23. Королева К. Ю., Сазонова Е. С. Проблемы массмедийного сопровождения волонтерской деятельности // Сборник научных работ по материалам Международной научно-практической конференции. 2017. С. 357–360. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35123239> (дата обращения: 12.04.2020).

24. Кривоносов А. Д. Новостной менеджмент в медиакоммуникациях // Вестник ЧелГУ. 2016. № 7 (389). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novostnoy-menedzhment-v-mediakommunikatsiyah> (дата обращения: 15.04.2020).

25. Кривоносов А. Д. Публичная среда и публичные коммуникации в эпоху интернета // Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-sreda-i-publichnye-kommunikatsii-v-epohu-interneta> (дата обращения: 15.04.2020).

26. Кручинина Е. А., Лобарева С. Ф. Семейное волонтерство как один из видов добровольческой деятельности // Концепции и практические подходы в работе добровольцев и волонтеров : материалы XVIII межрегиональной научно-практической конференции, посвященной Всероссийскому году добровольцев и волонтеров. Старооскольский филиал ФГАОУ «Белгородский государственный национальный исследовательский университет». 2018. С. 237. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=34872772> (дата обращения: 02.04.2020).

27. Кудринская Л. А. Добровольческий труд: масштабы, потенциал и факторы развития // Петербургская социология сегодня. 2015. № 6. С. 300–332. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25295805> (дата обращения: 08.04.2020).

28. Кучешева И. Л., Татаркина Т. В. Пропаганда здорового образа жизни у молодежи через призму волонтерской деятельности // Сборник материалов V Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, посвященной Универсиаде 2019 в г. Красноярске. 2019. С. 104–105. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37192613> (дата обращения: 01.04.2020).

29. Кучугова К. А. Лексические особенности современного медиатекста спортивной журналистики // Медиасреда. 2019. № 2. С. 31–35. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskie-osobennosti-sovremennogo-mediateksta-sportivnoy-zhurnalistiki> (дата обращения: 16.04.2020).

30. Лазутина Г. В. Социальная роль журналистики в контексте современных дискуссий // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-rol-zhurnalistiki-v-kontekste-sovremennyh-diskussiy> (дата обращения: 16.04.2020).

31. Логвиненко О. И., Никулина М. И. Волонтерство как форма социальной поддержки семей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья дошкольной образовательной организации // Концепции и практические подходы в работе добровольцев и волонтеров : материалы XVIII межрегиональной научно-практической конференции, посвященной Всероссийскому году добровольцев и волонтеров. Старооскольский филиал ФГАОУ «Белгородский государственный национальный исследовательский университет». 2018. С. 161–163. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=34872742> (дата обращения: 30.03.2020).

32. Макарова Е. Е. Популяризация науки в интернете: содержание, формы, тенденции развития // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2013. № 2. С. 98–104. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18971536> (дата обращения: 10.04.2020).

33. Матросова А. А. Наиболее эффективные пути популяризации волонтерской деятельности в XXI веке // Гражданское образование и воспитание в поликультурном славянском образовательном пространстве : сборник научно-практических работ. Брянск. 2016. С. 188–190. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28393706> (дата обращения: 13.04.2020).

34. Мясищева Е. Р. Волонтерство – тренд современной молодежи // Управленческие науки в современном мире. 2018. Т. 2. № 1. С. 221. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35045485> (дата обращения: 29.03.2020).

35. Овчарова К. И. Роль интернета в развитии волонтерского движения // Мир культуры: культуроведение, культурография, культурология : сборник научных трудов. 2017. С. 156–158. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36394015> (дата обращения: 01.04.2020).

36. Орлова Т. Э., Терентьева И. Н. Популяризация науки – актуальная функция научной коммуникации // Международный студенческий научный вестник. 2018. № 4–7. С. 1077–1080. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35144325> (дата обращения: 01.04.2020).

37. Павлова Т. В. Волонтерство в России, его сущность и особенности: история и современность // Четвертая промышленная революция: реалии и современные вызовы. X юбилейные Санкт-Петербургские социологические чтения : сборник материалов Международной научной конференции. 2018. С. 720–723. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35595484> (дата обращения: 30.03.2020).

38. Панина Е. А. Популяризация науки в условиях современной социокультурной ситуации // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. № 4 (43). С. 174. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42379825> (дата обращения: 30.04.2020).

39. Петрина О. А. Развитие добровольческой деятельности в России // Вестник ГУУ. 2019. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-dobrovolcheskoj-deyatelnosti-v-rossii> (дата обращения: 19.04.2020).

40. Поданева Е. С. Научная популяризация в Интернете: эксперименты с новыми форматами (опыт создания видео-проектов о науке) // Журналистский ежегодник. 2017. № 6. С. 54–58. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36737697> (дата обращения: 30.04.2020).

41. Поддубная Т. Н., Микитась С. А. Волонтерство как социальный институт современного общества // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т. 2. С. 258. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35533037> (дата обращения: 28.03.2020).

42. Семашко А. Г. Волонтерство в России: правовое регулирование на современном этапе // Научно-практическая конференция в рамках «Недели науки» ФИЯ МАИ-НИУ, посвящённая 55-летию полёта Ю. Гагарина : сборник докладов. 2016. С. 376. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26523628> (дата обращения: 28.03.2020).

43. Соколова А. В. Способы популяризации науки в научно-популярных студенческих медиа // Наука сегодня: фундаментальные и прикладные исследования : материалы международной научно-практической



конференции. 2018. С. 98–101. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35913418> (дата обращения: 19.04.2020).

44. Суходолов А. П., Тимофеев С. В. СМИ и виртуальная реальность: новые возможности и перспективы // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-i-virtualnaya-realnost-novye-vozmozhnosti-i-perspektivy> (дата обращения: 29.04.2020).

45. Сыромятникова С. Е., Алексеева Г. Г. Волонтерство в области культуры: региональный аспект // WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS : сборник статей XXIII Международной научно-практической конференции. 2018. С. 322–324. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35433481> (дата обращения: 29.03.2020).

46. Сычева А. В. Развитие добровольческого молодежного движения в региональном измерении // Среднерусский вестник общественных наук. 2016. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-dobrovolcheskogo-molodezhnogo-dvizheniya-v-regionalnom-izmerenii> (дата обращения: 20.04.2020).

47. Сычева А. В. Социальный портрет добровольца в современном обществе: региональный аспект // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2016. № 2. С. 93–103. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26336564> (дата обращения: 09.04.2020).

48. Тарасенко Е. В. К вопросу о целесообразности популяризации волонтерской и добровольческой деятельности российской молодежи средствами массовой информации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2019. № 1 (232). С. 184–189. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39154220> (дата обращения: 14.04.2020).

49. Тарумова Н. Т. Популяризация культурно-исторических знаний в сети Internet // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 4. С. 342. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24835423> (дата обращения: 30.04.2020).

50. Тертычный А. А. Методы популяризации научного знания в современных СМИ // Информационное поле современной России-2014 : материалы Одиннадцатой научно-практической конференции. 2014. С. 330–337. URL: [https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/32308/Inforpole2014\\_330-337.pdf](https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/32308/Inforpole2014_330-337.pdf) (дата обращения: 10.04.2020).

51. Трункова Е., Процкая Е. Волонтерство среди студенческой молодежи: осведомленность и готовность к волонтерской деятельности // Достижения вузовской науки 2018 : сборник статей Международного научно-практического конкурса : в 3 ч. 2018. С. 174–176. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32625706> (дата обращения: 28.03.2020).

52. Ульянова Е. В. Особенности институционализации волонтерского движения в современном российском обществе // Вестник ТГУ. 2019. № 178. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-institutsionalizatsii-volonterskogo-dvizheniya-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve> (дата обращения: 21.04.2020).

53. Чеботарёва Н. А., Александрова А. А. Популяризация физического совершенства в современных российских медиа // Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития : сборник материалов IX Международной научно-практической конференции. 2018. С. 176–177. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32586303> (дата обращения: 15.04.2020).

54. Шафикова А. В., Галавова Г. В. Спортивное волонтерство как вид деятельности, направленный на формирование толерантной личности в молодежной среде // Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 58 (1). С. 287–290. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32748760> (дата обращения: 29.03.2020).

55. Шварцман Л. А. Средства популяризации волонтерского движения в детской и молодежной среде // Тенденции развития инновационной образовательной среды Хабаровского края : материалы краевой научно-практической конференции. 2011. С. 206–214. URL:

[http://amgpgu.ru/upload/iblock/617/shvartsman\\_1\\_a\\_sredstva\\_populyarizatsii\\_volonterskogo\\_dvizheniya\\_v\\_detskoj\\_i\\_molodezhnoj\\_srede.pdf](http://amgpgu.ru/upload/iblock/617/shvartsman_1_a_sredstva_populyarizatsii_volonterskogo_dvizheniya_v_detskoj_i_molodezhnoj_srede.pdf) (дата обращения: 13.04.2020).

56. Юдина Е. Ю. Жанрово-тематические особенности подачи социальных материалов в интернет-изданиях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 1 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskie-osobennosti-podachi-sotsialnyh-materialov-v-internet-izdaniyah> (дата обращения: 14.04.2020).

57. Da Silveira Junior W. J., Machado E Souza J. P., Santana L. D. The role and the precariousness of volunteer work in Brazilian protected areas // Global Ecology and Conservation. 2019. № 17. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2351989418304992> (дата обращения: 15.04.2020).

58. Ganzevoort W., Van den Born R. J. G. Understanding citizens' action for nature: The profile, motivations and experiences of Dutch nature volunteers // Journal for Nature Conservation. 2020. № 55. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1617138120300704> (дата обращения: 15.04.2020).

59. Licciardello O., Di Marco G., Mauceri M. Motivations and Perceived Organizational Climate Among Volunteers of Italian Red Cross // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2013. № 84. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813016820> (дата обращения: 16.04.2020).

60. Paraskevaidis P., Andriotis K. Altruism in tourism: Social Exchange Theory Vs Altruistic Surplus Phenomenon in host volunteering // Annals of Tourism Research. 2017. № 62. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S016073831630161X> (дата обращения: 16.04.2020).

61. Scherer L. L., Allen J. A., Harp E. R. Grin and bear it: An examination of volunteers' fit with their organization, burnout and spirituality // Burnout

Research. 2016. № 3. URL:  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213058615200241> (дата  
обращения: 15.04.2020).