

9. Сухарев О.С. Дисфункциональный анализ в институциональной теории экономического роста // Журнал экономической теории. – 2004. - № 1.

УДК 304.2

Е.И. Певная

СУНЦ, УрФУ

Уральский федеральный университет,

М.В. Певная

доцент,

Уральский федеральный университет

г. Екатеринбург, Россия

ВОЛОНТЕРСКИЕ СООБЩЕСТВА СРЕДНЕГО УРАЛА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»¹¹

Аннотация. В статье представлены результаты анализа социально-демографических характеристик волонтеров уральских городов. Методом количественного контент-анализа реализована оценка 76 открытых групп в социальной сети «ВКонтакте». На основе исследования информационного контента сетевых групп проанализирована репрезентация деятельности волонтерских сообществ Свердловской области. Авторами описывается ряд противоречий между заявляемым в официальной повестке региональных властей потенциалом волонтерства Свердловской области и реальной ситуацией с деятельностью волонтерских сообществ.

Ключевые слова: социальные сети, третий сектор, волонтерство, добровольчество.

Е. Певная

student,

SESC, Ural Federal University,

М. Певная,

associate professor,

Ural Federal University,

Yekaterinburg, Russia

MIDDLE URALS VOLUNTEER COMMUNITIES IN THE SOCIAL NETWORK «VKONTAKTE»

Abstract. The article presents the results of analysis of the socio-demographic characteristics of Ural cities' volunteers in «Vkontakte» social network. The study was conducted by the method of quantitative content analysis and implemented assessment of 76 public groups. Based on the study of information content of networking groups of the Sverdlovsk region, the representation of volunteer communities' activities was analysed. The authors describe a number of contradictions between the information in the official agenda of the regional authorities' about potential of the Sverdlovsk region volunteering and the actual situation with the voluntary activities of the community.

Keywords: social networks, the third sector, volunteering.

Популярность волонтерства в России достаточно высокая. Молодежное добровольчество является одним из приоритетных направлений государственной молодежной политики. Добровольцы наиболее активны, а их деятельность заметна в городских пространствах, где сосредоточены основные экономические,

¹¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ, проект № № 16-03-00016 «Динамика российского волонтерства: перспективные практики, проблемы и возможности управления».

информационные, коммуникационные и образовательные ресурсы общества. Согласно данным социологов ФОМ, число волонтеров в российских городах варьируется от 16 % до 11,4 % от числа всех жителей данных территорий [1]. По результатам международных исследований 23 млн россиян (19 %) хотя бы один раз за прошедший год работали на добровольных началах в НКО, а каждый третий россиянин (32 %) оказывал безвозмездную помощь нуждающимся [4]. Одним из основных ресурсов волонтерского сообщества по заключению исследователей можно считать сеть Интернет, так как она является самым доступным современным средством коммуникации, пространством для репрезентации образов людей, их мыслей и действий. Интернет облегчает не только коммуникацию, но и позволяет быстро искать информацию, единомышленников, ресурсы и т.д. Одним из наиболее популярных сервисов сети Интернет являются социальные сети. Сегодня они объединяют в себе множество функций, позволяющих удовлетворять разные социальные запросы: от неформального общения до реализации социальных инициатив и организации крупных проектов. Именно поэтому, объектом эмпирического исследования были выбраны сообщества волонтеров, представленные в социальных сетях.

Свердловская область относится к регионам с развитым добровольчеством, имеющим наибольший потенциал добровольческого участия населения [3, с. 6]. Цель данного исследования – анализ волонтерских групп в сети Интернет, определение их ключевых характеристик, особенностей деятельности волонтеров и способов её репрезентации в информационном пространстве. Всего было выявлено 106 сообществ. Из них: открытых групп 76, закрытых групп 28, пабликов – 2.

Данное исследование проводилось методом количественного контент-анализа, собранные данные были обработаны в программе Vortex. Выбор социальной сети «ВКонтакте» обусловлен распространенностью этой сети в российском сегменте Интернета, а также представленностью в ней региональных волонтерских сообществ. В ходе исследования выяснилось, что количество волонтерских сообществ Среднего Урала, созданных в самой популярной социальной сети мира «Facebook» чрезвычайно мало (3). Кроме того, страницы редко обновляются и принадлежат крупным НКО, дублирующим контент из других социальных сетей. Количество обнаруженных страниц в сети «Instagram» – 2. Результаты исследования групп из сети «ВКонтакте» позволили проанализировать сами сообщества, выявить социально-демографический портрет их членов; изучить характер внутригрупповой и внешней коммуникации; охарактеризовать содержание деятельности волонтерских сообществ; дать оценку приемам, способам информационного представления деятельности волонтерских сообществ в социальных сетях.

Оценка виртуальной представленности деятельности волонтеров при сопоставлении с заявляемым потенциалом добровольчества Свердловской области (по отчетам исполнительных органов власти) вывела нас на ряд противоречий – несоответствий официальных деклараций и реальной ситуации в регионе. Согласно официальным отчетам исполнительных органов власти нашего региона, только в весенних добровольческих действиях, посвященных «Весенней неделе добра 2014 года», приняло участие 426 452 добровольца (9,2 % от числа всего населения региона). Количество людей, которым разово оказали помощь волонтеры, составило 412 054 человека. Осуществлено 2522 социально-полезных проекта и мероприятия, к добровольческим мероприятиям привлечено 1323 организации [2]. При этом волонтерство Среднего Урала представлено в социальных сетях крайне слабо, само региональное сообщество волонтеров немногочисленно, деятельность сообществ носит эпизодический характер, многие сообщества перестают заниматься добровольчеством, а их члены теряют интерес к этой деятельности и её репрезентации.

Дадим характеристику сообществам нашего региона, представленным в сети «ВКонтакте». Результаты исследования показали, что 45 (61 %) сообществ напрямую относятся к НКО и лишь 29 групп (39 %) были отмечены как самоорганизация людей, не имеющих отношения к третьему сектору. Большинство сообществ (63) локализовано в столице региона. Небольшие областные города имеют от 4 до 1 сообщества (9). Сеть виртуальных сообществ волонтеров Среднего Урала, преимущественно выстраивают всего три крупные региональные НКО. Для сравнения мы оценили число сообществ волонтеров в крупных мегаполисах, в Санкт-Петербурге (1243) и Москве (1887). Их количество, на наш взгляд, отражает концентрацию материальных, человеческих и организационных ресурсов в мегаполисах. В рамках сопоставления сообществ с другими регионами были выбраны ближайшие к Свердловской области по социально-экономическому положению, количеству населения и месту расположения области (Ростовская, Челябинская и Тюменская). Количество волонтерских сообществ в Ростовской области составило 124, в Челябинской – 237, в Тюменской – 127. Количество волонтерских сообществ в регионах существенно отличается от Москвы и Санкт-Петербурга.

Большинство сообществ в Свердловской области формируются на основе уже существующего (как правило вуза, факультета, колледжа, школы) коллектива и включает небольшое количество участников, не принимающих активного участия в добровольческой деятельности, которая представлена в этих группах.

Само региональное сообщество волонтеров немногочисленно. «ВКонтакте» было выявлено 106 волонтерских сообществ Свердловской области, из них 61 % сообществ имеет прямое отношение к НКО, 63 (81 %) сообщества относятся к г. Екатеринбург, что подтверждает нашу гипотезу о концентрации волонтерских сообществ в крупнейших городах России. Всего в 9 сообществ включены участники из других российских регионов, 17 сообществ объединяют жителей уральских городов и 52 (67 %) включают участников из одного города. Исследование показало, что, как и во всем мире у волонтерства «женское лицо». В региональных сообществах в основном представлена молодежь от 20 до 30 лет. Среднее число женщин-участниц групп – 676, мужчин – 135. Кроме того, среднее число женщин-активных участников сообщества составило 11, мужчин – 5.

Эпизодический характер деятельности нашел свое подтверждение в оценке информационного новостного контента сообществ. Временной период между выходом публикаций только в 3 сообществах составляет 2 дня, в 25 сообществах новая информация о каких-либо проектах появляется не чаще чем раз в 14 дней, 20 сообществах разрыв между публикациями составляет 1–2 месяца. 60 групп специализируется на проектах и акциях, что в какой-то мере может объяснить продолжительные паузы в информационной активности этих сообществ. В 100 % случаев страницы, созданные на основе профессиональных сообществ, трудовых коллективов или досуговых организаций, имеют непосредственную связь с НКО.

В исследовании выделены отличия в приоритетных направлениях деятельности самоорганизованных групп и тех сообществ, которые имеют отношение к НКО. Самую активную деятельность в социальных сетях ведут группы зоозащитников и организаторы культурно-спортивных мероприятий. Среднее количество просмотров видео в сообществах, посвященных зоозащите – 491, в сообществах организаторов культурно-массовых и спортивных мероприятий – 939. Самоорганизованные сообщества и группы, инициированные крупными НКО выкладывают отчеты о реальных проектах. Молодежные сообщества, организованные, как правило, на базе образовательных учреждений, уделяют внимание публикациям, связанным исключительно с проведением форумов, съездов и обучения. Стоит отметить, что

именно в контенте этих сообществ встречается упоминание книжки волонтера РФ как значимого атрибута добровольческой деятельности.

Следует отметить, что 37 представленных в социальной сети «ВКонтакте» сообществ практически перестали функционировать, события не находят своего отражения в этих группах, а их контент не обновляется. В 28 сообществах (38 % от общего числа) отсутствует отклик модератора на вопросы участников, в 5 сообществах (7 %) не чаще, чем 2 раза в месяц.

Библиографический список

1. Данные опроса «ФОМнибус» 18–19 мая 2013 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/obshchestvo/10927>. (дата обращения: 10.06.2014).

2. Итоговый отчет о проведении Весенней недели добра 2014 г. на территории Свердловской области. 2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://uralsocinform.ru/files/2011/11/Prilogenie-1.pdf> (дата обращения: 12.12.2015).

3. Ресурсы российского добровольческого движения: аналитический доклад по результатам исследований ФОМ 2012–2013 гг. / под ред. С.Г. Климовой, Е.С. Петренко. – М.: ФОМ. – 2012.

4. CAF. World giving index 2015. A global view of giving trends [Электронный ресурс]. 2015. P. 13. URL: <http://www.cafrussia.ru/> (дата обращения: 12.11.2015).

УДК 304.2

Д.Ф. Телпаева,

студент,

Уральский федеральный университет,

М.В. Певная,

доцент,

Уральский федеральный университет,

г. Екатеринбург, Россия

ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ: РОЛЬ СМИ И ВОЛОНТЕРОВ¹²

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты информационной репрезентации деятельности некоммерческих организаций в России, выделяются проблемные вопросы, связанные с недоверием населения к деятельности третьего сектора. В работе характеризуются основные информационные каналы репрезентации социальных проектов такие, как СМИ и социальные сети. Доказывается необходимость вовлечения добровольцев в формирование информационного поля, отражающего социальные проекты и их результаты.

Ключевые слова: информационное освещение, средства массовой информации, репрезентация, третий сектор, волонтерство.

D. Telepaeva,

student,

Ural Federal University,

M. Pevnaya,

associate professor,

Ural Federal University

Yekaterinburg, Russia

¹² Статья выполнена при поддержке РГНФ, проект № 16-03-00016 «Динамика российского волонтерства: перспективные практики, проблемы и возможности управления».