

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Алтайский государственный университет»

Институт гуманитарных наук  
Кафедра теории и практики журналистики

## Освещение темы волонтерства в российских СМИ

выпускная квалификационная работа  
(бакалаврская работа)

Выполнил студент  
5 курса, группы 808зи  
Илюхина Юлия  
Александровна

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Научный руководитель,  
доктор филос. наук,  
профессор  
Фотиева Ирина Валерьевна

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Выпускная  
квалификационная  
работа защищена  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.

Оценка \_\_\_\_\_

Председатель ГЭК  
Пашаева Ольга  
Александровна

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Допустить к защите  
зав. кафедрой  
Лукашевич Елена Васильевна

\_\_\_\_\_  
(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.

Барнаул 2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
<b>ГЛАВА 1. Тема волонтерства в российских средствах массовой информации.....</b>	<b>6</b>
1.1. Волонтерство как социокультурный феномен.....	6
1.2. Освещение волонтерской деятельности в российских СМИ.....	21
<b>ГЛАВА 2. Проблематика волонтерства в специализированном и неспециализированных изданиях: сравнительный анализ.....</b>	<b>27</b>
2.1. Представление волонтерской деятельности в сетевом издании «Такие дела».....	27
2.2. Тема волонтерства в неспециализированных изданиях.....	43
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>56</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....</b>	<b>59</b>

## ВВЕДЕНИЕ

История волонтерства занимает важное место в истории страны. Добровольчество, волонтерство, благотворительность – какой бы термин ни использовался для обозначения деятельности, суть всегда была одна – помощь нуждающимся в ней людям. Сиротские приюты времен правления Владимира и училища для сирот при Ярославе Мудром; «помочи» – вид крестьянской взаимопомощи, особую ценность приобретающий при решении таких случаев, как пожар, неурожай, болезнь или смерть кормильца; екатерининские воспитательные дома, содержащиеся на пожертвования попечителей; «Императорское человеколюбивое общество», учрежденное Александром I в 1802 году, сестры милосердия: всё это характеризует волонтерство дореволюционного периода. Яркой чертой советского времени, пришедшего на смену дореволюционному, является привлечение к волонтерской деятельности подрастающего поколения, например, тимуровское движение. Постсоветский период характеризуется появлением НКО (некоммерческих организаций) и ростом добровольческих инициатив. С каждым годом, растет и интерес СМИ к проблемам волонтерства. Олимпиада в Сочи, Год добровольца (волонтера) в 2018 году, пандемия COVID-19 – события, в очередной раз доказавшие важность работы волонтеров, а также позволяющие журналисту представить читателю наиболее полную и яркую картину добровольческой деятельности.

**Актуальность** данной темы обусловлена изменениями в сфере НКО, появлениями новых поправок к законам, касающихся волонтерской деятельности напрямую или косвенно, а также ростом читательского интереса к освещению проблем и особенностей волонтерской деятельности.

**Степень изученности** темы. Анализом волонтерства как социокультурного явления занимаются такие авторы, как М. И. Васильковская, В. Д. Понамарев, О. И. Холина, М. В. Певная, С. Л. Ленков, Т. Б. Мацюк, Л. Г. Винарская, И. А. Зайцева, А. С. Тупаева, И. Ю. Божко, Б.

М. Шаменов. Исследованию представления темы волонтерства в средствах массовой информации посвятили свои работы Л. А. Троценко, М. Ю. Троценко, А. Г. Тертышникова., Е.Н. Немова, М. Г. Андреев, А. В. Сапонова, И. В. Задорин.

**Объектом исследования** является тема волонтерства в российских СМИ.

**Предметом исследования** являются формы, способы и особенности освещения волонтерства в российских средствах массовой информации.

**Гипотеза исследования:** специализированные и неспециализированные СМИ используют разные формы и способы представления волонтерской деятельности читателю.

**Целью исследования** является выявление особенностей представления волонтерской деятельности, нахождение различий в формах и способах представления информации.

**Задачами исследования** являются:

- Характеристика волонтерства, как социокультурного феномена.
- Представление волонтерской деятельности в российских СМИ.
- Выявление специфики представления волонтерской тематики в специализированном издании «Такие дела».
- Анализ представления волонтерской деятельности в материалах неспециализированных СМИ.
- Выявление сходства и различий в текстах специализированного и неспециализированных СМИ.

**Методы исследования:** общенаучные методы, историко-описательный подход в представлении истории волонтерства, сравнительный анализ, элементы лингвистического анализа.

**Эмпирическую базу** исследования составили тексты СМИ «Такие дела», «Форбс.ру», «Известия.ру», «Российская газета», «Ведомости» за период с 1.01.2022 г. по 31.12.2023 г.

**Структура работы:** работа состоит из введения, двух глав, включающих 4 параграфа, заключения, списка использованной литературы и приложений.

# ГЛАВА 1. Тема волонтерства в российских средствах массовой информации

## 1.1. Волонтерство как социокультурный феномен

Добровольческая (волонтерская) деятельность – добровольная деятельность в форме безвозмездного выполнения работ и (или) оказания услуг. Такое определение волонтерству дает «Федеральный закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» от 11.08.1995 N 135-ФЗ (последняя редакция). Этот закон определяет основные цели волонтерской деятельности, а именно: социальная поддержка и защита граждан, помощь в ликвидации стихийных бедствий, предотвращение социальных, национальных и религиозных конфликтов, укрепление престижа семьи и материнства в обществе, содействие деятельности в области культуры, науки, творчества и спорта, защита животных и окружающей среды, поиск лиц, пропавших без вести и т.д.

Волонтерская деятельность (волонтерство) как социокультурный феномен является предметом исследования многих ученых: филологов, психологов, социологов, историков.

Особое внимание авторы уделяют исследованию истории добровольчества. Н. И. Горлова в своей работе отмечает, что разные исследователи определяют разные временные рамки развития волонтерства.

Например, по мнению Е.А. Луговой можно выделить шесть основных этапов в развитии волонтерской деятельности:

- до 988 – помощь внутри общины;
- конец X в. – середина XVI в. – помощь, основанная на следовании христианским догматам;
- середина XVI в. – конец XVIII в. – появление добровольческих организаций;

- XIX в. – 1917 г. – популяризация идей волонтерства среди гражданско-активной интеллигенции, становление женского добровольчества;

- 1922–1991 гг. – советская модель добровольчества;

- 1991 – наше время – современный этап добровольчества.

Каждый из вышеперечисленных этапов имеет свои характерные черты и особенности. Например, Ю. В. Чеснокова анализируя особенности социальной помощи в славянских общинах отмечает, что «общинно-родовая форма помощи способствовала развитию поддержки особым, наименее защищенным членам общины, таким как старики, женщины и дети» [Чеснокова 2018, с. 391]. Для этого периода характерен особый вид помощи старикам и сиротам, когда нуждающийся человек по нескольку дней жил то в одной, то в другой семье. Также помощь оказывалась вдовам и семьям, где были больные трудоспособные люди. Такой вид поддержки нуждающихся, как «помочи», делился на сезонные и внесезонные. Сезонными помочами являлись запланированная постройка дома, уборка урожая; внесезонные связанные с чрезвычайными ситуациями помочи – помощь после пожара, наводнения и т.д.

После принятия христианства благотворительная помощь на Руси надолго стала связана с церковью. В этот период принимается один из первых связанных с добровольчеством законов: в 996 г. Владимир издает устав, согласно которому десятая часть княжеских доходов должна идти на помощь благотворительным учреждениям при церквях и монастырях, таким как больницы и приюты. Н. В. Тарасова отмечает, что для этого периода добровольчества, помимо положительных следствий, характерно то, что «благотворительность в форме подаяния милостыни способствовала развитию нищенского промысла и бродяжничества» [Тарасова 2012, с.48].

Закономерным следствием развития добровольчества стало появление различных благотворительных организаций, самой крупной из которых стало Императорское человеколюбивое общество, учрежденное в 1802 году

Александром I. «Основными направлениями деятельности Человеколюбивого общества стали забота о престарелых и немощных, а также о малолетних сиротах и детях бедных родителей, для чего были образованы специальные комитеты» [Егорышева, Гончарова 2016, с.326].

Характерной чертой следующего этапа развития отечественной благотворительности является становление женского добровольчества, а именно, появление сестер милосердия. Появление больных и раненых солдат, пришедших с Первой мировой войны, привело к необходимости госпиталей увеличить количество младшего и среднего медицинского персонала, которым чаще всего были женщины. После 1917 г. институт сестер милосердия претерпел большие изменения: помимо прямых медицинских обязанностей, у сестер появились новые – политическое просвещение пациентов, ревизия госпиталей, сбор подарков для Красной Армии и т.д. А. С. Конохова отмечает, что «классические сестры милосердия прекратили существование с разгромом белого движения. И в РСФСР, и позже – в СССР подготовка младшего и среднего медицинского персонала стала государственным делом, а медсестры получили штатные должности в больницах и госпиталях» [Конохова 2012, с. 97].

Советский период волонтерской деятельности характеризуется следующими противоречиями: с одной стороны, государство признавало необходимость поддержки добровольческой общественной инициативы, с другой – превращало подобные организации, по мнению И. В. Антонович, в «псевдо-общественные объединения трудящихся» [Антонович 2015, с.134]. Характерные черты добровольчества советского периода: регулирование деятельности благотворительных организаций государством, условно «безвозмездный» труд, народные дружины, детское волонтерство. Ярчайший пример последнего – движение юных тимуровцев, появившееся в военное время под влиянием произведения А. П. Гайдара «Тимур и его команда», оно стало, по мнению Н. И. Горловой, «воплощением союза детской романтики и

патриотических чувств младшего поколения, выразившегося в заботе о людях» [Горлова 2019, с. 158].

Современный этап развития волонтерства в нашей стране характеризуется появлением большого количества некоммерческих организаций (НКО), ростом общественных инициатив, появлением новых сфер благотворительности, например, научного волонтерства, и т.д. Все чаще волонтерская деятельность оказывается предметом исследований ученых и освещения в массмедиа. Всплеск журналистского и читательского интереса может быть обусловлен разными причинами: иногда это важное культурное или спортивное событие, например Олимпиада в Сочи – 2014, иногда инициатива государства – Год волонтера (добровольца) в России. Пандемия COVID 19 также стала одной из причин роста общественного интереса к теме: процесс показал, как важно волонтерство в целом и деятельность каждого волонтера в частности.

Помимо истории развития, ученые исследуют функции, цели, различные особенности и характеристики волонтерской деятельности.

Согласно целям волонтерства, закреплённым в законодательстве, М. И. Васильковская и В. Д. Понамарев выделяют следующие популярные направления волонтерской деятельности:

- социальное;
- экологическое;
- культурное;
- спортивное;
- медицинское.

Также они отмечают, что несмотря на то, что одна из важнейших характеристик волонтерства – безвозмездность, волонтеры получают за свой труд определённые, неденежные, бонусы: специальные навыки, опыт коммуникации и нахождения компромиссов, умение продвигать и управлять социальными проектами. Все вышеперечисленное, «личностное развитие,

формирование позитивного мышления, усвоение социальных норм деятельности «на благо других», образцов поведения по оказанию неформальной помощи кому-либо, общечеловеческих ценностей» [Васильковская, Понамарев 2021, с.236], составляет педагогику волонтерства.

О. И. Холина отмечает особый интерес молодежи к добровольческой деятельности, считая, что «волонтерство можно отнести к одному из проявлений молодежной субкультуры» [Холина 2011, с.72]. Автор предполагает, что в таком случае молодежную добровольческую деятельность можно рассматривать в двух аспектах:

- влияние молодежного волонтерства на ситуацию в обществе;
- влияние молодежного волонтерства на личность, которая им занимается.

О. И. Холина считает, что по аналогии с другими социальными группами, группы волонтеров можно классифицировать по следующим признакам:

- количество участников – большие и малые;
- правовой признак – официальные и неофициальные;
- постоянство – устойчивые и ситуативные;
- регулирование – организованные и стихийные;
- взаимодействие между участниками – контактные и неконтактные.

М. В. Певная отмечает следующие особенности формирования волонтерских структур на постсоветском пространстве:

- частый неформальный характер добровольческих структур и организаций;
- территориальная привязанность к религиозным группам, образовательным учреждениям, местам работы, досуговым учреждениям;

- доминирование государственной, а не гражданской инициативы вследствие того, что на протяжении долгого времени социально-значимая деятельность носила добровольно-принудительный характер [Певная 2014, с.235].

Несмотря на то, что понятия добровольчества и волонтерства употребляются как синонимы, в том числе на законодательном уровне, ученые поднимают вопросы о том, можно ли полностью отождествлять эти понятия. Например, С. Л. Леньков и Т. Б. Мацюк в своей работе говорят о сложности анализа феноменов добровольчества и волонтерства. Они выделяют несколько общих характеристик присущих, как волонтерству, так и добровольчеству:

- сознательный и добровольный выбор деятельности человеком;
- безвозмездность (отсутствие финансового вознаграждения);
- мотивация помочь кому-то конкретному, либо обществу в целом;
- деятельность может приносить нематериальную пользу субъекту; т.е. волонтеру (добровольцу).

Также С. Л. Леньков и Т. Б. Мацюк находят следующий ряд особенностей, позволяющий трактовать волонтерство и добровольчество, как близкие, но все же не тождественные понятия:

- добровольчество имеет более глубокие исторические корни, феномен волонтерства начал широко проявляться с XVIII–XIX вв.;
- феномен добровольчества более характерен отечественной традиции, волонтерство до 1990-гг больше ассоциируется с зарубежной историей;
- добровольчество исторически чаще индивидуально, волонтерство подразумевает совместную деятельность;
- источник организации волонтерской деятельности – внешний (волонтерские движения, организации), тогда как «для добровольчества такой источник, в принципе, может быть и

внутренним (относящимся к самому человеку, его самоорганизации» [Леньков, Мацюк 2018, с.102].

А. С. Тупаева, исследуя образ волонтерства на примере материалов СМИ «Российская газета» приходит к выводу, что понятие «благотворительность» с каждым годом становится шире.

Автор отмечает появление новых целей благотворительной деятельности и благотворительных организаций:

- учреждение предпринимателями благотворительных фондов;
- помощь культурных и общественных деятелей талантливым людям;
- консультация и обучение специалистов;
- «обеспечение информационной поддержки благотворительных проектов и частных инициатив» [Тупаева 2013, с.347].

Волонтерство, как любая социальная сфера, имеет свои проблемы. М. В. Певная в своей работе исследует проблемы и противоречия, присущие современному периоду развития отечественного волонтерства. В качестве одной из проблем автор называет свойственную российскому волонтерству модель «государственной благотворительности», когда ведущая роль в развитии добровольчества принадлежит не обществу, а государству, привилегированные слои оказывают помощь нуждающимся, частная благотворительность ограничена. Второй проблемой автор выделяет «проблему, связанную с формированием и закреплением социальной нормы волонтерской деятельности как нормы долга перед обществом, основанной на жертвенности личности в интересах общества» [Певная 2014, с.231]. М. В. Певная видит причины формирования данной проблемы в том, что в досоветском периоде благотворительность была тесно связана с христианскими идеями, а в советское время – с добровольно-принудительным трудом. Третья проблема – отсутствие в России национальной идеи волонтерства. Четвертой проблемой М. В. Певная

считает «формирование институционального контекста для целенаправленной государственной поддержки развития волонтерства в нашей стране» [Певная 2014, с.231], которая связана с тем, что несмотря на необходимость поддержки волонтерства государством, законотворчество не должно быть формальным и мешать реальному развитию сферы НКО. Следующей проблемой автор называет «отсутствие системности нормативно-правового регулирования российского добровольчества» [Певная 2014, с.232]. Фрагментарность, ситуативность и несогласованность правовой базы регулирования волонтерской деятельности не дает волонтерам и НКО четкого понимания их прав и гарантий. Некоторые проблемы достаточно противоречивы: например, законодательные инициативы, необходимые для упорядочивания волонтерской сферы, самими волонтерами часто воспринимаются как нечто мешающее их деятельности. Среди других проблем М. В. Певная также называет: отсутствие точных и официальных статистических данных, сильную сегментированность волонтерской сферы, малую вовлеченность населения в добровольчество и т.д. [Певная 2014, с.232].

Проблемы добровольчества не обязательно носят общий характер, они могут относиться исключительно к одной из сфер волонтерской деятельности. А. А. Гречаная, Д. А. Орлов анализируют проблемы, присущие чрезвычайному волонтерству. Авторы выделяют следующие проблемы:

- выгорание, шок, посттравматическое расстройство у волонтеров после работы с участниками чрезвычайных ситуаций;
- отсутствие четкой организационной структуры волонтеров и, как следствие, отказ спасательных служб от работы с ними;
- отсутствие снаряжения;
- отсутствие образовательной базы, тренировочных программ;
- слабая информированность общества, отсутствие в НКО специалистов, занимающихся освещением проблем и привлекающих новых волонтеров.

А. Люев, В. Овсий изучают проблемы молодежного волонтерства и анализируют препятствия его развитию в нашей стране. Авторы отмечают, что «развитию добровольчества в нашей стране в большой степени препятствует низкий уровень жизни российских граждан, что является актуальным и применительно к молодежи как особой социально-демографической группе» [Люев, Овсий 2023, с.58], допуская при этом что нематериальные причины могут быть также важны. А. Люев, В. Овсий анализируя мнения респондентов-волонтеров, выявляют следующие проблемы: отсутствие постоянной информационной поддержки, недостаточная систематизированность сферы, «отсутствие эффективных механизмов вовлечения молодых людей в деятельность различных добровольческих организаций» [Люев, Овсий 2023, с.61].

Ю. И. Божко, анализируя группы социальных сетей, посвященные волонтерской деятельности, приходит к выводу что больше всего молодежь в добровольчестве интересуется «возможность саморазвития и самореализации в обмен на вложенный собственный труд» [Божко 2019, с.162]. Автор считает такой подход, в отсутствие финансовой стабильности у молодежи, закономерным.

И.А. Гладкова также исследует волонтерство как форму социальной ответственности молодежи. Автор отмечает следующие полезные для молодежи стороны волонтерской деятельности: приобретение профессионального опыта, новые знакомства и социальные связи, понимание значимости повседневного труда, понимание потребностей общества. Все вышеперечисленное, по мнению И. А. Гладковой, позволяет «повышению уровня удовлетворенности от жизни как у самих волонтеров, так и у взаимодействующих с ними субъектов» [Гладкова 2019, с.30].

И. А. Зайцева типологизирует волонтерскую деятельность по принципу объекта/субъекта. По объектам оказания помощи она выделяет: волонтерство в поддержку детей, социальное, экологическое и культурное волонтерство, а также событийное. По субъекту волонтерской деятельности И. А. Зайцева

выделяет: семейное, корпоративное, серебряное, личное, виртуальное и международное волонтерство, а также фандрайзинг – способ сбора средств на некую волонтерскую инициативу. Среди мотивов волонтерской деятельности автор называет: неофициальное преимущество в трудоустройстве, новые социальные контакты и идеалистические представления, т.к. «респонденты в добровольческом движении получают возможность: “помогать людям” или “улучшать жизнь в собственном городе”» [Зайцева 2020, с.53].

Ф. Т. Талибова в своей работе отмечает, что волонтерство можно представить как социальный институт. Как любому институту, волонтерству свойственны устойчивая форма, нормативная и неформальная базы. Также, по мнению автора, волонтерство как институт выполняет ряд социальных функций: социализирующую, экономическую, досуговую, воспитательную, образовательную и др.

М.И. Синяева, О.И. Могиленец в своей работе выделяют следующие виды волонтерства:

- благотворительность – отличается тем, что объектом помощи является третья сторона;
- взаимопомощь характеризуется тем, что люди осуществляют волонтерскую деятельность, чтобы помочь другим членам своей же социальной группы или сообщества;
- участие в управлении и самоуправлении может варьироваться от представительства в совещательных органах правительства до участия в местных проектах;
- пропаганда или просвещение в сфере каких-либо вопросов, касающихся определенных групп общества [Синяева, Могиленец 2017, с.77].

Ю.А. Паршакова, Д.В. Лузина изучают волонтерство как форму социального движения. Авторы выделяют две особенности волонтерской деятельности:

- отсутствие принуждения: как следствие, волонтерами становятся активные и неравнодушные люди;

- возможность каждого быть волонтером, независимо от возраста, образования, национальности вероисповедания.

Также авторы отмечают, что «в большинстве своем в волонтерские ряды вступает учащаяся молодежь, преимущественно это студенты и выпускники высших учебных заведений» [Паршакова, Лузина 2015, с.73].

Ю.А. Паршакова, Д.В. Лузина выделяют также несколько причин интереса молодежи к добровольчеству:

- возможность приобрести полезные профессиональные и жизненные навыки;

- участие в творческих мероприятиях;

- желание быть общественно полезным;

- выполнение религиозного долга [Паршакова, Лузина 2015, с.74].

Е. В. Великанова в своей работе уделяет внимание образовательным технологиям волонтерской деятельности, разделяя их на типы и характерные черты для каждого типа:

а) информационно-коммуникационные технологии:

- информационно-коммуникационные технологии в сфере образования;

- освоение информационно-образовательного пространства;

- самообразование;

б) дидактические технологии:

- индивидуализации обучения;

- использование средств для формирования индивидуальных образовательных пространств;

- ориентир на развивающее обучение;

- дидактический подход;

- использование психологических оснований для учебной деятельности;

в) корпоративное волонтерство:

- привлечение рядовых сотрудников к благотворительным проектам;

- преодолеть финансовых затруднений для воплощения социальных проектов;

г) «социальные и социокультурные технологии:

- устройство молодежного самоуправления;

- фандрайзинг;

- PR-технологии» [Великанова 2013, с.167].

Автор отмечает многогранность образовательных добровольческих технологий и считает, что благодаря им можно активизировать волонтерский потенциал молодежи.

М. С. Горбулёва отмечает рост количественных показателей добровольчества, а также выделяет несколько уровней развития мотивации волонтеров:

- идеологический уровень – характерен для людей с развитым чувством справедливости и желанием помочь;

- ценностный уровень – связан с мнением человека о том, что каждый должен помогать нуждающимся по мере своих сил;

- социальный уровень – формирует чувство сопричастности, развивает социальные связи и т.д.;

- эмоционально-психологический уровень – основан на удовлетворении от результатов своей работы.

- уровень саморазвития – характеризуется раскрытием потенциала, творческих способностей и т.д.;

- материальный уровень – доступ волонтера к неденежным благам: закрытой информации, интересным знакомствам, изучения языков т.д.;

- дегустация – возможность, не имея специального образования погрузиться в новую профессиональную сферу [Горбулева 2015, с.142].

А. А. Кузьминчук, Д. Ф. Телепаева в своей работе изучают феномен неформального волонтерства, то есть помощь «нуждающемуся в ней незнакомому человеку индивидуально, в дружеском кругу или в рамках инициативных групп» [Кузьминчук, Телепаева 2017, с.445]. Важность изучения данного феномена, по мнению авторов, состоит в том, что для неформального волонтерства характерны такие черты добровольчества, как альтруизм и самоорганизация. При этом, несмотря на то, что на протяжении многих лет неформальное волонтерство было более распространено в нашей стране, чем формальное, оно все еще редко становится предметом изучения. А. А. Кузьминчук, Д. Ф. Телепаева выделяют следующие характерные для неформального волонтерства черты:

- нерегулярный характер деятельности;
- затруднение с самоидентификацией: неформальные волонтеры не считают свою деятельность добровольчеством;
- неформальное волонтерство не формирует такие коммуникативные связи, как формальное.

А. А. Кузьминчук Д. Ф. Телепаева считают, что государством «должны создаваться условия, обеспечивающие гибкое сочетание формального и неформального добровольчества» [Кузьминчук, Телепаева 2017, с.448].

А. М. Певная отмечает значимость феномена волонтерства для политических и экономических отношений общества. Автор исследует то, как социальные институты регулируют волонтерскую деятельность. А. М. Певная выделяет несколько уровней управления:

- макроуровень – представлен преимущественно государственными структурами;
- мезоуровень – особенность заключается в том, что волонтеры являются одновременно субъектом и объектом управления;
- микроуровень – управлением занимаются сотрудники организаций некоммерческого сектора.

Автор отмечает важность для правильного функционирования института волонтерства соблюдения интересов «населения, органов местного самоуправления, региональных и федеральных властей, коммерческих и некоммерческих организаций, а также желаний и возможностей, определяющий потребности и интересы самих волонтеров» [Певная 2015, с.100]. Также А. М. Певная отмечает важность ресурсов волонтерской деятельности, общества и власти (рис.1.1).

<b>Ресурсы общности волонтеров, ресурсы общества и структур власти</b>				
<i>Ресурсы общности</i>	<i>Ресурсы общества и структур власти</i>			
	<i>Ресурс частного сектора (общества)</i>	<i>Ресурс государственного сектора</i>	<i>Ресурс коммерческого сектора</i>	<i>Ресурс некоммерческого сектора</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Время, потраченное на волонтерский труд.</li> <li>- Возраст.</li> <li>- Мотивация к добровольческому труду.</li> <li>- Знания, умения, навыки, которыми волонтер обладает и может наращивать у себя и делиться с другими.</li> <li>- Образование.</li> <li>- Занятость.</li> <li>- Удовлетворенность жизнью</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Реальная помощь конкретным людям, труд добровольцев.</li> <li>- Развитие некоммерческого сектора.</li> <li>- Общественный контроль за функционированием государственных структур</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Социальная стабильность в обществе (социальный капитал).</li> <li>- Услуги, экономия материальных средств (экономический капитал).</li> <li>- Контролируемость гражданской активности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Имидж социально-ориентированного бизнеса, механизм или инструмент продвижения на разные рынки.</li> <li>- Наращивание нематериальных активов организации, в частности ее человеческого капитала</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Доверие общества и коммерческих организаций к деятельности НКО.</li> <li>- Человеческий ресурс</li> </ul>

Рис.1.1. Ресурсы общности волонтеров, ресурсы общества и структур власти.

Автор считает, что «члены волонтерской общности “отдают” свои личностные ресурсы (временные, профессиональные, экономические и т.д.) обществу и структурам власти» [Певная 2015, с.109], а значит те, в свою очередь, должны предлагать волонтерам «не только рациональные схемы обмена этих ресурсов, но и то, что может быть ценным для отдельных групп волонтеров, что дает им серьезные преимущества в достижении жизненных целей, карьере, доступе к информации, расширении своей социальной сети,

новому качеству взаимодействия внутри общности и с членами иных общностей» [Певная 2015, с.109].

Иногда предметом изучения ученых становятся особенности определенной группы волонтеров. М. В. Карманов, О. Ю. Золотарева исследуют «серебряное волонтерство». Авторы выявляют следующие проблемы «серебряного волонтерства»:

- проблема определения: разные источники указывают разные возрастные границы, отсутствие единого мнения, должен ли «серебряный» волонтер быть пенсионером, постоянство волонтерской деятельности и т.д.;
- безвозмездность волонтерской деятельности. Авторы считают «доступ к определенным блага и услугам, которые выступают составной частью волонтерской деятельности» не противоречащим принципам добровольчества;
- отсутствие комплексной статистической оценки – численности, возрастной структуры, времени и стоимости услуг волонтеров [Карманов, Золотарева 2020, с.234].

М. В. Карманов, О. Ю. Золотарева отмечают, что решение проблем «серебряного» волонтерства позволит «посодействовать разработке специальных мероприятий, проектов и программ, способствующих повышению эффективности социальной адаптации лиц «третьего» возраста» [Карманов, Золотарева 2020, с.237].

Специфика волонтерства как социокультурного феномена еще не исследована теоретиками в полном объеме. Тем не менее проанализированы исторические этапы волонтерской деятельности, особенности добровольчества различных групп волонтеров, даны характеристики различным классификациям и типологиям, озвучены проблемы современного отечественного добровольчества.

## **1.2. Освещение волонтерской деятельности в российских СМИ**

Помимо изучения волонтерства как социокультурного феномена, ученые изучают проблемы освещения волонтерской деятельности в СМИ.

Е. В. Тарасенко отмечает в своей работе низкий уровень информированности людей о работе волонтерских организаций, что, по её мнению, является следствием недостаточного количества публикаций.

П. А. Кисляков делит активность благотворительных организаций на два типа: СМИ о благотворительности и медиаактивность самих организаций, а также выделяет следующие темы публикаций:

- пожертвования в благотворительный фонд;
- участие в благотворительном проекте;
- организация мероприятий;
- добровольческие проекты;
- развлекательная информация, снижающая негативную эмоциональную окраску, присущую некоторым публикациям о волонтерской деятельности [Кисляков 2022, с.326].

Автор приходит к выводу о том, что «образ благотворительности и добровольчества в цифровой среде представляет собой совокупность представлений об оказании безвозмездной помощи, основанных на субъективном (эмоциональном, ценностно-мотивационном, когнитивном) восприятии соответствующей информации, получаемой из цифровых социальных медиа случайно или целенаправленно», а также «выступает одним из компонентов формирования доверия» [Кисляков 2022, с.339].

А. Г. Тертышникова, Е. Н. Немова анализируют социальный портрет волонтера в СМИ на разных федеральных каналах во время пандемии. В своей работе они отмечают рост информирования и желания заниматься волонтерской деятельностью, веру опрошенных в то, что после пандемии, люди продолжают помогать друг другу. Изучая то, как образ волонтера

транслируется на Первом канале, А. Г. Тертышникова, Е. Н. Немова приходят к следующим выводам:

- среди видов деятельности чаще упоминаются покупка и доставка продуктов/ медикаментов, пошив масок и помощь в больницах;
- объекты деятельности – медики и пенсионеры;
- волонтеры, по роду деятельности, представлены как «любой желающий», медики, студенты, предприниматели;
- главный мотив – поддержка пожилых людей.

Авторы представляют волонтера как человека «из любого уголка России, который может помочь медикам в больницах или пенсионерам, оставшимся на самоизоляции, доставив продукты питания, медикаменты и средства индивидуальной защиты, мотивированные оказанием помощи нуждающимся, оказавшимся в трудной жизненной ситуации» [Тертышникова, Немова 2022, с.1900].

Кроме того, А. Г. Тертышникова, Е. Н. Немова, анализируя образ волонтера на канале «Россия 1», приходят к выводу, что он несколько отличается от образа Первого канала, и дают ему следующую характеристику: «человек, который испытывает потребность в помощи нуждающимся, особенно медикам и пенсионерам, и поэтому жертвует собственные ресурсы для поддержки других в трудную минуту» [Тертышникова, Немова 2022, с.1901].

Волонтер канала ТВ Центр, по мнению авторов исследования, это «доброволец – уже не просто равнодушный к проблемам окружающих его людей человек, это также зоозащитник и помощник; не просто частное лицо, а предприниматель, который старается на благо всего общества», а волонтер «НТВ» – « это «тимуровец», готовый купить и доставить еду, погулять с собакой, даже взять под опеку детей, стариков или животных, потому что сейчас всем нужна помощь Тертышникова, Немова 2022, с.1901-1902]. Авторы отмечают, что в транслировании образов волонтеров на различных каналах есть сходства и различия.

Л. А. Троценко и М. Ю. Троценко отмечают важность влияния СМИ на уровень вовлеченности населения в волонтерскую деятельность. Анализируя такие СМИ, как «Известия», «Коммерсантъ», «Российская газета», авторы пытаются выявить специфику освещения темы волонтерства. Л. А. Троценко, М. Ю. Троценко отмечают рост публикаций, в том числе в связи с запуском проекта «МыВместе» и конкурсом «Доброволец года». Авторы также отмечают доминирование «позитивного эмоционального фона» [Троценко, Троценко 2022, с.380]. Они приходят к выводу, что «роль СМИ в создании образа современного российского волонтера, безусловно, очень значима», а «при медиаконструировании данной темы прессой реализуется не только информационная, но и пропагандистская и воспитательная функции СМИ [Троценко, Троценко 2022, с.381].

М. Г. Андреев в своем исследовании освещения деятельности НКО в региональной прессе приходит к выводам, что для выпуска качественных журналистских материалов необходимо взаимодействие всех заинтересованных сторон: журналистов, представителей власти и активистов НКО. Также он выделяет ряд основных проблем, связанных с освещением волонтерской деятельности в СМИ:

- неподготовленность НКО к работе с журналистами: непонимание принципов работы масс-медиа, завышенные ожидания, касающиеся информированности журналистов относительно проблем НКО, волонтерской деятельности и т.д., игнорирование важности контактов со СМИ;
- желание журналистов освещать проблему максимально зрелищно, чтобы привлечь как можно больше читателей и, соответственно, невозможность постоянного освещения деятельности НКО в подобном стиле;
- слабый уровень информированности общества о деятельности НКО и, как следствие, слабый читательский интерес;
- отсутствие четкой организационной структуры, позволяющей наладить связь НКО и СМИ.

А. В. Сапонова, И. В. Задорин анализируя материалы, посвященные деятельности некоммерческих организаций в СМИ приходят к следующим выводам:

- региональные СМИ проявляют больший интерес к теме волонтерства, чем федеральные (68% публикаций против 32%);
- больше всего материалов о волонтерстве выходит в интернет-СМИ (79 % от общего числа анализируемых публикаций), дальше следуют информационные агентства, газеты и ТВ (14 %, 4 % и 3 % соответственно);
- по профилю СМИ в освещении волонтерской деятельности лидируют городские/региональные порталы (46%), следом идут общеполитические СМИ (33%), развлекательные СМИ (6%), специализированные СМИ (6%) и экономические СМИ (1%). На СМИ других профилей приходится 8% материалов;
- большинство материалов носят информационный характер (87%), следом идут интервью (9%) и аналитические статьи (4%). Авторы отмечают, что подобная характеристика, с лидированием информационных публикаций, присуща медиaproстранству в целом;
- мероприятия НКО, в т.ч. мероприятия НКО, организованные для СМИ – самый популярный информационный повод, реже такими становятся интервью, сообщения о законодательной деятельности, репортажи и т.д. (рис.1.2).

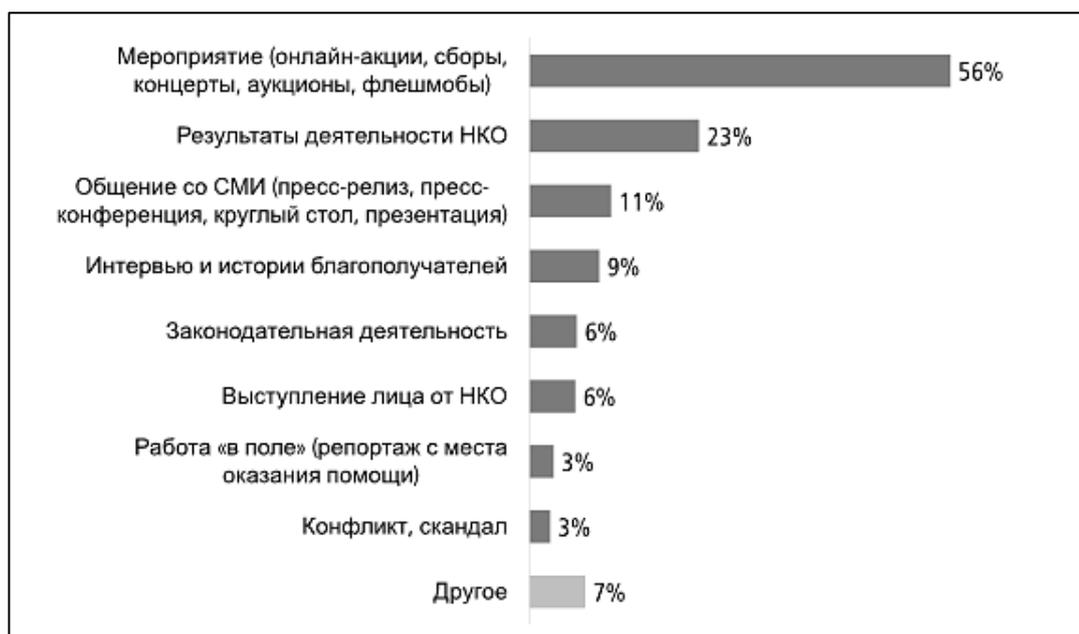


Рис. 1.2. Темы и инфоповоды волонтерской деятельности

- главной темой публикаций является помощь нуждающимся, далее следует освещение взаимодействия бизнеса и НКО, запуска новых сервисов, участие знаменитостей в благотворительности и т.д. (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Темы публикаций о волонтерстве

- только в трети (31%) публикаций присутствует информация от сотрудников: 25% (от общего числа) составляют комментарии, а 6% (от общего числа) – экспертное мнение. в 69% публикаций комментариев или

экспертное мнение отсутствуют. По мнению А. В. Сапоновой и И. В. Задорина это может быть «следствием с одной стороны, поточного производства информационных материалов журналистами и отсутствием возможности добавлять комментарии от субъектов НКО, с другой – слабыми коммуникационными связями между журналистами и представителями НКО» [Сапонова, Задорин 2021, с.436].

- большинство публикаций имеют нейтральную (66%) и положительную (32%) тональную окраску, 1% – негативную.

В сравнении с изучением волонтерства как социокультурного феномена, освещение волонтерской деятельности в российских СМИ исследовано менее объемно. Тем не менее теоретики, работы которых были посвящены данной теме, выявили особенности освещения СМИ темы волонтерства и закономерности влияния СМИ на уровень вовлеченности общества в волонтерскую деятельность, проанализировали образ волонтера в представлении СМИ, собрали статистические данные о инфоповодах, темах материалов и т.д.

В следующей главе мы подробнее рассмотрим специфику представления волонтерской деятельности в современных российских изданиях.

## **ГЛАВА 2. Проблематика волонтерства в специализированном и неспециализированных изданиях: сравнительный анализ**

В данной главе мы проанализируем материалы специализированного издания «Такие дела» и неспециализированных СМИ и постараемся выявить специфику, сходства и различия. Единицей анализа выбрана публикация, главной темой которой является благотворительность.

Анализ материала будет проводиться по следующим параметрам:

1. Тема материала.
2. Основная идея.
3. Цель материала.
4. Журналистские методы представления темы – жанр, стиль, использование эмотивных оборотов, визуальная составляющая.

Выбранные материалы имеют достаточный для анализа объём и охватывают разные сферы благотворительной деятельности, в том числе продовольственная и медицинская помощь бездомным, проблемы детей-сирот, поиск животных, «серебряное волонтерство», влияние благотворительной деятельности на общество и волонтеров.

### **2.1. Представление волонтерской деятельности в интернет-издании «Такие дела»**

Для анализа темы благотворительности в специализированном СМИ были выбраны материалы интернет-издания «Такие дела» за период с период с 1.01.2022 г. по 31.12.2023 г. Рассмотрим вначале примеры материалов.

**Анализ текста №1. «Пропал друг – мохнатый метис, белая грудка, борода». Как волонтеры организации «Честер Алерт» ищут пропавших собак [Красоткина, Попов 2023, www].**

Тема материала. Статья посвящена истории создания «Честер Алерт»: организация названа в честь Честера, первой собаки, которую искали волонтеры: «Четыре отчаянные женщины поехали зимой в минус 25 градусов в Лобню искать щенка... К сожалению, бультерьер погиб... Мы решили, что, если бы у нас были знания, которые мы получили в ходе поиска Честера, возможно, его нашли бы раньше – и живым».

В статье приведен ряд примеров поиска пропавших собак, интервью с их владельцами. Рассказано о методах работы волонтеров, об их отношении к своей деятельности: «Появляется сильная эмоциональная отдача... Уровень морального удовлетворения, когда находишь собаку, просто невероятной высоты. Это очень приятно. И мы очень грустим, когда у нас не получается».

Основная идея: многих потерявшихся собак можно найти, если быть подготовленными, знать алгоритм поиска. Несколько равнодушных людей, столкнувшись с проблемой, могут найти её решение и помочь другим людям

Цели материала:

*Информационная* – читатель узнает о существовании организации, занимающейся поиском животных.

*Организационно-практическая* – в статье представлен свод правил для минимизации риска потери собаки («не оставлять собаку у магазинов без присмотра; в Новый год или 9 Мая не гулять с собакой во время салютов; повесить на шею собаки адресник с информацией о владельце»).

Журналистские методы представления темы:

Жанр: информационно-публицистическая статья

Использование эмотивных языковых оборотов: «Когда он умер, животных нашли одних в подвале, они провели там неделю без еды и воды», «Это просто чудо, что он еще жив», «Одна из волонтерок говорила, что никогда в жизни не заведет хаски, но хаски «завелась» у нее сама – почти как плесень», «Ужасно, когда не все дома».

Иллюстрации: Материал проиллюстрирован семью фотографиями. Больше половины фотографий, используемых в статье, принадлежит

фотобанкам, они не вызывают эмоционального отклика. И могут отчасти запутать читателя – на каждой из фотографий сняты собаки разных пород, не имеющие отношения к тексту. К тому же, на двух фото запечатлен мужчина, тогда, как все герои статьи – основатели «Честер Алерт», хозяйка собаки, волонтер – женщины. Создается впечатление, что иллюстрации были необходимы для увеличения объема материала. Фотографии Ирокеза (рис. 2.4) и листовок о его пропаже, о пропаже Стивена, наоборот, являются уместными иллюстрациями. Они позволяют читателю увидеть животных, о поиске которых идет речь в статье. Фото листовок – фактическое подтверждение слов героинь статьи о том, как ищут животных.



Рис. 2.4. Фото собак

#### Общая оценка текста:

Информируя читателя о проблеме поиска потерявшихся животных, автор приводит фактические данные («... ее сторонники участвовали в спасении 157 сбежавших питомцев. 125 собак нашли живыми, 17 погибли»), подробно рассказывает историю создания организации «Честер Алерт», а также использует гиперссылки, например, упоминает чат, в котором, люди

делятся информацией о животных находящихся в поиске (Потеряшки ЦАО, Мск – ЧестерАлерт, <https://t.me/zaichiksearc>).

Эмоциональный отклик читателя автор статьи формирует двумя методами. Во-первых, рассказывает о проблеме потерявшихся животных через конкретный случай собаки Честера, который во время прогулки убежал от хозяев. Читатель, узнавая подробности тяжелой жизни пса (после смерти первого хозяина Честер неделю провел без еды и воды, потом жил в приюте, проходил сложную адаптацию, попав в дом к новым хозяевам) уже не может не быть вовлеченным эмоционально. Во-вторых, эмоциональному отклику способствует создание автором образа равнодушного волонтера, способного прийти на помощь хозяевам потерявшихся животных: «Четыре отчаянные женщины поехали зимой в минус 25 градусов в Лобню искать щенка». Кроме того автор, описывая волонтерскую деятельность, использует иронические сравнения, например, «Одна из волонтерок говорила, что никогда в жизни не заведет хаски, но хаски «завелась» у нее сама – почти как плесень», что позволяет статье не принимать излишне пессимистичный оттенок.

Организационно-практическая цель достигается благодаря двум сводам правил: что делать, чтобы животное не потерялось и как искать уже потерявшееся животное.

Еще одним подтверждением достижения одновременно информационной и практической целей статьи может служить информация о том, что пес Ирокез был найден (Газета «Метро. Москва», 15,11,2023, стр.3).

**Анализ текста №2. «Кибитка с чудесами для бездомных» [Фрейман, Гельман 2022, www].**

Тема материала. В репортаже рассказывается об одном вечере из жизни волонтеров ночного автобуса благотворительной организации «Ночлежка». Текст делится на смысловые части. Одна из таких частей – история водителя автобуса о том, как он стал волонтером «Ночлежки». Герои рассказывает об

эмоциях, полученных от своей работы, вспоминает случаи из волонтерской жизни («Костя вспоминает, как два года назад его самого сбила машина и он попал в больницу. На нем тогда был мерч «Ночлежки». Врачи решили, что он бездомный, и хирург с ассистентом стали жаловаться друг другу, как устали от того, что в мороз в больнице ночуют «бомжи»). Вторая смысловая часть текста – история волонтера, который когда-то сам приходил к автобусу за помощью («Ночной автобус – как старый дом, куда всегда возвращаешься... Я бы хотел, чтобы все человечество жило по принципу атмосферы внутри автобуса. Автобус – это кибитка с чудесами... Я об этом знаю как никто другой, потому что был с двух сторон...»).

Основная идея: автобус «Ночлежки» – шанс: для одних – возможность получить горячий обед, для других – надежда на новую жизнь.

Цели материала:

*Информационная* – читатель получает представление о ночном автобусе – проекте благотворительной организации «Ночлежка».

*Социально и нравственно-ориентирующая* – случаи, рассказанные волонтерами, в том числе тем волонтером, который раньше сам обращался за помощью в «Ночлежку», позволяют читателю увидеть проблемы бездомных людей изнутри, вызывают сочувствие, желание помочь.

Журналистские методы представления темы:

Жанр: репортаж.

Стиль: публицистический.

Использование эмотивных языковых оборотов: «Маршрут, по которому можно выбраться с улицы и начать новую жизнь», «Тот, кто живет на улице, абсолютно незащищен», «Но мы трясли соцслужбы, а они никак не подключались», «От хорошей жизни в очереди за супом на морозе стоять никто не будет», «единственное спасение», «дополнительный кусок хлеба», «если человек будет помнить, что в прошлом у него не все так черно, то это неплохо», «немолодая женщина в разорванных перчатках», «забывая то, что

слишком больно помнить», «не все дома», «это кибитка с чудесами, это шанс».

*Иллюстрации:* Материал проиллюстрирован девятью фотографиями. Фотографии вызывают сильный эмоциональный отклик. На большинстве из них запечатлены люди: бездомные или волонтеры. Особое внимание уделяется деталям, таким как стаканчик с горячим напитком, стоящий на холодной земле: вероятно, бездомный попросил два стакана с чаем/кофе, чтобы согреться холодной ночью (рис. 2.5). Интересна игра света и тени: все фотографии сделаны в темное время суток, а помещение «Ночлежки» и автобус выделены светом. Метафора света и тьмы, в которой мир – нечто враждебное для бездомного, а «Ночлежка» – свет, что-то доброе, дающее надежду.



Рис. 2.5. Бездомный.

#### Общая оценка текста:

*Информационная* цель достигается благодаря рассказу о фонде «Ночлежка» и его проекте «Автобус «Ночлежки»: автор не только приводит данные о том, по каким правилам существует проект, но и создает яркий образ автобуса, «кибитки с чудесами» везущего помощь бездомным, делает

автобус полноценным героем статьи, одушевляет его: «автобус информирует».

*Социально и нравственно-ориентирующие цели* достигаются благодаря ярким портретам волонтеров и бездомных. Автор пытается сформировать эмоциональный отклик у читателя, подробно рассказывая о сложностях и радостях волонтерской деятельности: приготовление больших объемов еды («Суп вкусный, наваристый. Всего на 60 литров уходит 11 пачек по 180 граммов»), пандемийные ограничения, когда совершать выезд могли лишь два человека: водитель маршрутки и сотрудник фонда, бюрократические сложности и выгорание («Пока не нашел его дома мертвым. Я не должен в таком участвовать. Но мы трясли соцслужбы, а они никак не подключались»), плохие погодные условия («Костя вспоминает, как однажды перевязывал рану старику Николаю Николаевичу – тот плакал от холода, а у самого Кости не гнулись пальцы. Так и сел потом за руль со скрюченной рукой»).

Автор не стремится намеренно разжалобить читателя, скорее хочет показать, что бездомные – это люди, оказавшиеся в сложной ситуации, но не потерявшие человеческого достоинства; люди со своим прошлым: «люди, которые до сих пор могут щегольнуть знаниями иностранного языка, начитанные», «на иждивении у них взрослые дети с инвалидностью и матерям приходится экономить на собственной еде», «замерзший мужчина лет шестидесяти признается, что боялся не успеть к автобусу». Волонтеры и бездомные несмотря на то, что находятся по разные стороны «Ножлежки», не противопоставляются друг другу, более того один из наиболее эмоциональных откликов у читателя должна вызвать история волонтера Евгения, который когда-то был бездомным и приходил к автобусу «Ночлежки» за помощью, а теперь сам помогает нуждающимся.

Стоит отметить, что автор не пытается заставить читателя принять решение стать волонтером: в тексте отсутствуют какие-либо побуждения к волонтерской деятельности, но, например, в своей истории Евгений особое

внимание уделяет тому, что тогдашний водитель автобуса Игорь Антонов ему очень помог. Автор отмечает, что словами Евгения об Игоре: «Он и дирижер, и помощник, и мама, и платочек, и карающая длань, если человек нарушает общий порядок...» можно описать сразу всех водителей автобуса «Ножлежки», тем самым формируя у читателя положительный образ волонтера.

**Анализ текста №3. Ракета уличной медицины** [Петровская, Падалка 2023, www].

Тема материала. Автор текста рассказывает о некоммерческой организации «Благотворительная больница» и ее создателе – петербургском враче Сергее Иевкове, который вместе с волонтерами-медиками оказывает помощь бездомным, пациентам без документов. Волонтеры-медики строят помещение для приема пациентов своими руками («...доктор Сергей Иевков режет пластиковую трубу для разводки воды...Кто-то пропитывает кирпичи специальным водоотталкивающим составом... Работа идет – и идет разговор, когда перфоратор не мешает: выясняется, что через час Сергею и еще одному волонтеру пора на выезд»). Также материал содержит историю о том, как главный герой стал волонтером («Утром шел на работу, вечером – к бездомным... в реанимации есть профессиональная команда, лекарства и оборудование – на улице я один с очень ограниченными ресурсами...»).

Основная идея: медицинская благотворительная помощь бездомным требует системного подхода («Состояние пациента зависит от того, насколько быстро врач работает, насколько он хорошо выучил, как функционирует больничная система, чтобы выстроить для пациента короткий путь к выздоровлению»). Главный герой статьи не только лечит людей, строит благотворительную поликлинику, но и защищает права своих пациентов: взаимодействует с социальными и правоохранительными службами.

Цели материала:

*Информационная* – читатель узнает о работе некоммерческой организации «Благотворительная больница».

*Социально и нравственно-ориентирующая* – в материале объясняется, почему медицинская помощь бездомным не может быть разовой услугой. Автор приводит аргументы в пользу системного подхода к лечению и необходимости благотворительной поликлиники для бездомных людей.

Журналистские методы представления темы.

Жанр: репортаж.

Стиль: публицистический.

Использование эмотивных языковых оборотов: «Воспринимали как волшебного помощника», «околобездомные круги Петербурга», «Постепенно уличный мир стал расширяться», «я несусь, как ракета».

*Иллюстрации:* материал проиллюстрирован пятнадцатью фотографиями. Все фотографии выполнены в черно-белом цвете, с низкой контрастностью, есть фото с расфокусом (размытостью). Фотографии иллюстрируют разные сферы деятельности главного героя: во время приема пациентов, во время строительства помещения для поликлиники. Фотографии приема бездомных (рис. 2.6) поочередно сменяются фотографиями со строительной площадки, автор пытается показать читателю быструю смену деятельности героя. Медицина и строительство поликлиники не противопоставляются друг другу, наоборот, объединяются, как на фото: чистый медицинского халат на фоне грязной бетонной стены: когда-нибудь эта стена станет частью помещения поликлиники.



Рис. 2.6. Прием бездомных.

#### Общая оценка текста:

Автор *информирует* читателя о деятельности некоммерческой организации «Благотворительная больница», приводя данные о количестве выездов, осмотров, вакцинации и выданных препаратах. Так же рассказывается о том, как выстроенная система волонтерской помощи в организации. Объяснив, что «Благотворительную больницу» все причастные называют «Больничкой», автор начинает употреблять этот термин в своем материале. Такой диминутив, с одной стороны вызывает у читателя положительные эмоции, с другой – может сформировать слишком неформальный, несерьезный образ организации.

*Социально и нравственно-ориентирующей целью* материала автор достигает, представляя читателю два ярких образа: процесс строительства здания для благотворительной больницы и портрет главного героя статьи – Сергея Иевкова. Часть материала о строительстве больницы автор начинает с описания солнечной погоды, бытовых мелочей, постепенно погружая читателя в историю, и лишь потом добавляя подробности о бюрократических моментах, через которые приходится проходить герою на пути к своей цели. Интересно то, как представлен главный герой репортажа: автор не пытается сформировать у читателя популярный образ «неравнодушного, доброго волонтера», не употребляет расхожих выражений. Журналист формирует у

читателя образ профессионала и борца: единственная мягкая характеристика «добрый волшебник» сменяется описанием проблем, с которыми сталкивается герой во время работы и следующими формулировками: «Требует жестко, холодным тоном», «неудобный, странный, резкий. Такой требовательный!», «Они отказываются, а я настаиваю!», «несусь, как ракета».

Честное, неприукрашенное описание процесса работы врача-волонтера в сложных условиях, его стремление помочь нуждающимся, описание проблем, с которыми сталкивается герой на пути к своей цели, способствует формированию у читателя эмоционального отклика.

**Анализ текста №4. «Рассказать, как работает жизнь»** [Семенов, Жакова 2022, www].

Тема материала. Текст о петербургской благотворительной организации «Мята», помогающей детям-сиротам социализироваться. В организации есть волонтеры-педагоги: они помогают вернуть детям интерес к учебе, занимаются с ними репетиторством («Большая проблема в том, что дети из учреждений часто не умеют учиться, не знают, как правильно это делать... Никто не следил, не складывались у них взаимоотношения с учебой, а из-за этого пласт потерян»); тьюторы (наставники): они посещают с детьми спортивные кружки, культурно-досуговые мероприятия («Им нужно общение со взрослыми, которые могут рассказать, как работает жизнь»). Также приобщают ребят к волонтерской деятельности («Круто, конечно, что им часто помогают, что они находятся в принимающей позиции, но так они не научатся жить там, где им не будут помогать»).

Основная идея: воспитанникам детских домов, особенно в крупных городах, часто не хватает не материальной поддержки и подарков, а общения со взрослым человеком. Сироте необходимо, чтобы такой наставник-друг объяснил ему что-то понятное и само собой разумеющееся для ребенка, выросшего в обычной семье. В тексте объясняется важность обучения сирот

выстраивать коммуникацию с людьми за пределами системы «детский дом-воспитатели-сироты» – то, что делают волонтеры организации «Мята».

Цель материала:

*Информационная* – читатель узнает об организации «Мята», знакомятся с комментариями волонтеров и тьюторов о своей деятельности.

*Практическая* – материал привлекает внимание к работе волонтеров и тьюторов с детьми-сиротами и может вызвать у читателя желание стать волонтером.

*Образовательная* – в материале объясняется, почему ребенку-сироте необходим взрослый-наставник.

Журналистские методы представления темы:

Жанр: статья

Стиль: публицистический

Использование эмотивных языковых оборотов: «как к себе домой», «рассказать, как работает жизнь», «чуткие и вовлеченные воспитатели», «они не научатся жить там, где им не будут помогать»

*Иллюстрации:* материал проиллюстрирован восемью фотографиями: портретами сотрудников и волонтеров, а также репортажной съемкой подопечных во время тренировки по плаванию. На фотографиях подопечных, репортажных из бассейна и фото волонтера Надежды с ребятами после занятий (рис. 2.7) нет ни одного изображения лица ребенка: все дети сняты со спины, в движении. Читатель остается в неведении: это выбор детей или желание фотографа сделать акцент на деталях.



Рис. 2.7. Занятия с детьми.

#### Общая оценка текста:

Информационная часть статьи содержит историю создания организации «Мята», объяснение методики работы волонтеров-тьюторов.

Большой объем текста посвящен объяснению необходимости взаимодействия детей-сирот и волонтеров-тьюторов. Автор приводит, в виде прямой речи, комментарии специалистов: профессионального репетитора, координатора волонтеров и организатора проекта. Использование прямой речи вызывает у читателя большой уровень доверия.

Образ ребенка-сироты строится на постепенном развитии от ребенка, который «не умеет учиться, не знает, как правильно это делать» до ситуации, когда ребенок хочет искренне поблагодарить волонтера-тьютора за заботу: «– Цветы! Какие вы любите? А лучше вообще! Я приготовлю блинчики на кухне с шоколадом, с нутеллой, и мы все поедим!». Журналист приводит много примеров, когда ребенок-сирота, не успевавший по школьным предметам, благодаря волонтерам-репетиторам улучшает свои оценки, успешно сдает экзамены, поступает учиться в среднее или высшее заведение. Подобные истории должны показать читателю, что проект успешно работает, а также являются неким гарантом, того, как используются пожертвования, направленные в фонд.

Текст должен вызвать положительный эмоциональный отклик у читателя, а также, по возможности, побудить его стать волонтером-тьютором, волонтером-репетитором.

**Анализ текста №5. «Давай поедим по МЦК, послушаем музычку». Как и где отмечают Новый год бездомные люди [Буракова, Мисюрёва 2023, www].**

Тема материала. Статья состоит из монологов бездомных людей, вынужденных встречать Новый год на улице: в приюте «Ночлежка», на вокзале, в метро («Согласно опросам профильных организаций, 87% бездомных людей не любят Новый год, как и свой день рождения»). Герои материала вспоминают, как встречали праздник в прошлом и планируют, как будут встречать наступающий год. Кто-то из героев заметки будет встречать праздник в тепле: «Нас поздравит руководство, мы елку поставим, наш кот, любимый будет. Чайник есть, тортиком угостят... Мы же, как семья все равно», у кого-то перспективы менее радужные: «Я ни разу не отмечал Новый год на улице, но этот, похоже, буду встречать на вокзале. И, скорее всего, один».

Основная идея: за историей о встрече праздника – история жизни человека. Статья о том, что совсем рядом есть мир, где оказаться в праздник в тепле и сытым – самое настоящее новогоднее чудо.

Цель материала:

*Социально и нравственно-ориентирующая* – через проблему празднования Нового года статья привлекает внимание читателя к проблемам бездомных. Атмосфера праздника ещё больше усиливает контраст между жизнью обычного человека и бездомного. Но также читатель знакомится с историей героя статьи, бывшего бездомного, который получив помощь, смог вернуться к обычной жизни, то есть читатель видит, что работа фондов, помогающих бездомным, не бесполезна и имеет результат.

4. Журналистские методы представления темы:

Жанр: статья

Стиль: публицистический

Использование эмотивных языковых оборотов: «просто пойти помыться и лечь на кровать. Я подумал, что попал в рай», «Приют «Ночлежки» – рай на земле».

*Иллюстрации:* материал проиллюстрирован 3 фотографиями. Заметка проиллюстрирована скудно. Две фотографии, с декором новогоднего города, принадлежат фотобанку. На фотографии (рис. 2.8), снятой в фонде «Ночлежка», сняты новогодние подарки для бездомных: подарочные наборы с фруктами, сладостями, консервами и средствами личной гигиены. Деталь, призванная вызвать эмоциональный отклик у читателя – прикрепленный к каждому подарку рисунок новогодней тематики, сделанный от руки.



Рис. 2.8. Фонд «Ночлежка»

Общая оценка текста:

Статья – своеобразный сборник монологов людей, оказавшихся в сложных жизненных ситуациях и вынужденных встречать Новый год на улице или в благотворительной организации. Материал начинается с информации о том, что Новый год не любят, согласно опросам, 87% бездомных, а в новогоднюю ночь увеличивается число бездомных людей, пропавших без вести.

Автор противопоставляет друг другу истории разных героев: все они рассказывают о том, как будут отмечать новогоднюю ночь. Кому-то «повезет» встретить Новый год в фонде «Ночлежка», который сравнивается героем монолога с раем: «Я подумал, что попал в рай», «Приют «Ночлежки» – рай на земле», кто-то окажется в менее «райских» условиях и будет вынужден провести новогоднюю ночь на вокзале, в метро. Помимо отношения к празднику, герои материала вспоминают свою жизнь, моменты, из-за которых оказались на улице. Есть истории, вызывающие положительный эмоциональный отклик: герой готовится покинуть фонд, обзавестись своим жильем, для него это последний Новый год, встреченный в «Ночлежке». Другие истории погружают читателя в грустную атмосферу: «Я ни разу не отмечал Новый год на улице, но этот, похоже, буду встречать на вокзале. И, скорее всего, один», «В этом году не знаю, как буду отмечать. Может быть, тоже на улице». Уровень доверия читателя повышается благодаря использованию прямой речи и просторечной лексики. Несмотря на небольшой объем и скудные иллюстрации, материал способен вызвать у читателя эмоциональный отклик благодаря особенной теме: то, что у большинства читателей ассоциируется со счастьем, подарками, загадыванием желаний и т.д. для других – один из дней, в которые нужно выжить.

Проанализировав материалы специализированного интернет-издания «Такие дела», можно выделить следующие характерные черты:

- Информация о НКО (некоммерческая благотворительная организация), о проекте всегда дана в полной мере: авторы знакомят читателя с историей организации, методами работы, фактическими данными.
- Образ волонтера формируется с помощью эмотивных и эмоциогенных оборотов. Волонтер может быть представлен как равнодушный человек, борец за права, случайно оказавшийся в волонтерской сфере человек или сделавший волонтерство своей профессией:

важно, чтобы образ вызывал эмоциональный отклик у читателя, желание участвовать в волонтерской деятельности.

- Образ нуждающегося человека также многогранен. Но вне зависимости от того, по какой причине человеку необходима помощь, авторы стараются избегать создания гнетущего образа и исключительно пессимистичного эмоционального отклика у читателя. Помимо описания проблем, авторы используют иронию, выразительные средства языка и обороты, которые вызывают положительный эмоциональный отклик у читателя.

- Если для читателя необходимо объяснить какие-то непопулярные и малоизвестные широкой публике моменты волонтерской деятельности, авторы обращаются за комментариями к специалистам и приводят их в своих материалах в качестве прямой речи.

- Некоторые материалы оставляют у читателя достаточно тяжелое впечатление, что показывает проблему более реальной.

- Журналистские материалы проиллюстрированы большим числом качественных фотографий. Среди иллюстраций есть как дополняющие текст и способные вызывать сильный эмоциональный отклик фотографии, так и фотографии фотобанков, не подходящие для иллюстрации проблем, поднятых в материале.

## **2.2. Тема волонтерства в неспециализированных изданиях**

Для анализа темы благотворительности в неспециализированных СМИ были выбраны материалы интернет-изданий «Известия», «Форбс», «Газета.ру», «Ведомости» за период с 1.01.2021 по 31.12.2023 гг.

**Анализ текста №1. Кто в мешке: как не навредить сиротам новогодней благотворительностью [Набаткина, Мишина 2023, www].**

Тема материала. В материале рассказывается о том, что часто новогодние подарки для воспитанников детских домов – не персонализированы, дарятся из жалости. Статья содержит комментарии психолога и руководителей благотворительных фондов о том, чем это вредно для ребенка: «Безадресные подарки, которые не учитывают интересы конкретного ребенка, могут привести и к тому, что дети начнут определять свою ценность на основе материальных вещей... Ребенок понимает, что подарок ему достался не потому, что он ценен как человек и личность, а просто из жалости». Также приводится информация о разных, более действенных, чем новогодние подарки, способах помочь детским домам: поддерживать системные благотворительные программы, стать наставником для воспитанника детского дома и т.д.

Основная идея: помощь детским домам, в том числе в канун праздников, должна приносить пользу воспитанникам, а не просто удовлетворять потребность дарителя «почувствовать себя хорошим и при этом не потратить много времени и усилий».

Цель материала:

*Информационная* – читатель знакомится с мнением психолога о подарках для детей в детских домах, приводятся данные о количестве подарков.

*Социально и нравственно-ориентирующая* – материал содержит аргументы в пользу того, что помощь детям-сиротам должна носить долговременный характер, формирует у читателя правильный подход к благотворительности в данной сфере.

*Практическая* – читателю предлагаются способы помочь детям-сиротам, более полезные для ребенка, нежели спонтанные подарки.

Журналистские методы представления темы:

Жанр: статья

Стиль: публицистический

Использование эмотивных языковых оборотов: «желание почувствовать себя хорошим», «подарок во время праздников становится внутренней валютой», «добрые дела».

*Использование фотоиллюстраций:* материал проиллюстрирован четырьмя фотографиями. Фотографии в статье не содержат никаких комментариев, кроме указания авторства. У читателя может возникнуть сомнение: в статье представлены изображения реальных детей-сирот или снимки из фотобанков (рис. 2.9), поэтому эмоциональный отклик, вызванный данными фото, вероятнее всего, будет слабым.



рис. 2.9. Фото к статье из фотобанка

#### Общая оценка текста:

*Информационной цели* автор достигает, приводя фактические данные («на одного ребенка в сиротском учреждении приходится 12–15 новогодних подарков от спонсоров и равнодушных граждан») и комментарии специалистов, в виде прямой речи, о проблеме. Эти фактические данные и аргументы специалистов вызывают доверие у читателя.

*Социально и нравственно-ориентирующей цели* автор достигает, объясняя читателю негативные последствия дарения анонимных подарков детям-сиротам. В этом ему помогают аргументы специалистов.

Эмоциональный отклик статьи у читателя, скорее всего, будет слабым, так как автор использует эмотивные обороты в малом количестве, а само построение текста также лишено эмоциогенности.

Для достижения *практической цели* автор использует комментарий специалиста о возможности финансово поддержать программы, занимающиеся образованием детей-сирот. Программы в материале перечисляются без каких-либо дополнений, большей практической пользы автору удалось бы достичь, если бы статья содержала прямые ссылки на сайты фондов, курирующих эти программы, и подробные описания самих программ.

**Анализ текста №2. Баланс альтруизма со здоровым эгоизмом: почему волонтерство делает людей счастливее [Субанта 2023, www].**

Тема материала. В тексте приводятся результаты исследования, которые показывают, что волонтерство повышает субъективный уровень счастья (укрепление здоровья, снижение риска депрессии) и объясняется, какие качества развиваются благодаря волонтерству (эмпатия, толерантность и т.д.). Часть материала посвящена эмоциональному выгоранию и его профилактике у волонтеров.

Основная идея: волонтерство делает людей счастливыми, необходимость сохранять баланс между волонтерской работой и обычной жизнью волонтера.

Цель материала:

*Информационная* – читатель узнает результаты различных исследований о том, как волонтерская работа влияет на жизнь человека.

Журналистские методы представления темы:

Жанр: заметка.

Стиль: информационный.

Использование эмотивных языковых оборотов: «готовы прийти на помощь друг к другу», «положительные эмоции», «чувство значимости и ощущение счастья»

*Иллюстрации:* заметку иллюстрирует одна фотография (рис. 2.10) из фотобанка. Изображение с темой заметки напрямую не связано, следовательно эмоционального отклика у читателя не вызывает.



Рис. 2.10. Иллюстрация из фотобанка

#### Общая оценка текста:

Заметка носит преимущественно информационный характер. Автор приводит большое количество данных исследований различных организаций (Экспертного института социальных исследований (ЭИСИ), фонд «Общественное мнение» и т.п.). Материал содержит не только данные, но и прямые ссылки на исследования и опросы, что вызывает высокий уровень доверия у читателя.

Используемые автором эмотивные обороты «готовы прийти на помощь друг к другу», «положительные эмоции», «чувство значимости и ощущение счастья» создают образ волонтера, соответствующий тематике материала, и, как следствие, могут сформировать у читателя позитивный эмоциональный отклик.

**Анализ текста №3. Забота у нас такая: как общество помогает пожилым [Гурьянов 2022, www]**

Тема материала. В статье поднимается вопрос о необходимости взаимодействия НКО, волонтерских групп и государственных структур для помощи пожилым людям; рассказывается о необычных способах поиска тех, кому нужна помощь. Это проекты «Записная книжка» («Волонтеры приходят к пожилому человеку, беседуют с ним, изучают записные книжки, затем звонят по номерам, которые находят в записных книжках, – и нередко обнаруживают таким образом других пенсионеров, оставшихся без помощи»); «Телефонные цепи» («... 20 волонтеров должны были позвонить минимум четверем своим знакомым, спросить, как у них самочувствие, какая нужна поддержка, в чем помочь. А затем просили уже этих людей позвонить еще как минимум двум своим знакомым с теми же вопросами ...»).

В тексте особое внимание уделяется «серебряному волонтерству» – движению, в рамках которого волонтерами становятся люди старшего возраста («Например, центр помощи после инсульта «Вера» в Красноярске и Сосновоборске организовал «Ресурсный центр социального обслуживания», где помощь старшему поколению оказывается силами пожилых активистов»).

Основная идея: пожилым людям важно получать помощь, но также для них важно самим помогать другим людям. Существует множество различных способов найти человека, которому нужна помощь.

Цель материала:

*Информационная* – читатель узнает о серебряном волонтерстве, способах поиска нуждающихся в помощи людей и о проектах, в которых участвуют пожилые волонтеры.

*Социально и нравственно-ориентирующая* – серебряные волонтеры представлены в тексте неравнодушными людьми, желающими и способными помогать. Общество нуждается в волонтерах почтенного возраста с активной жизненной позицией и опытом не меньше, чем в молодых активистах.

*Практическая* – объясняется, как волонтеры ищут людей, нуждающихся в помощи. Читатель может вдохновиться и начать свою волонтерскую деятельность с подобных действий.

Журналистские методы представления темы:

Жанр: статья

Стиль: публицистический

Использование эмотивных языковых оборотов: «скромные мечты».

*Иллюстрации:* материал проиллюстрирован восемью фотографиями. Несмотря на достаточное количество фотографий, снимки, представленные в статье не информативны (рис. 2.11): комментарии содержат информацию только об авторстве. Представлены либо фото, вероятно, нуждающихся в помощи пожилых людей либо волонтеров. Отсутствуют изображения серебряных волонтеров – одной из главных тем текста.



Рис. 2.11. Фото к материалу

Общая оценка текста:

*Информационной цели* автор достигает, знакомя читателя с различными НКО и их проектами: «Серебряный возраст», «Забота рядом», «Забытые живые», «Добрые руки», «Телефонные цепи» и т.д. Эмотивные обороты автором используются в небольшом количестве, тем не менее образ волонтера – положителен.

Статья имеет большую практическую пользу: автор знакомит читателя с эффективными способами поиска нуждающихся, различными способами помощи, подробно описывает волонтерские методики работы с людьми, нуждающимися в помощи. Читатель, решив заняться волонтерской деятельностью, может использовать информацию, прочитанную в статье, как некий свод правил.

Объемная статья, содержащая много информации по разным сферам волонтерской деятельности, могла быть опубликована в несколько этапов в виде проекта о методах волонтерской помощи. Таким образом, читатель легче воспринял бы информацию, интерес к проблеме рос бы постепенно, а автор получил бы возможность в режиме реального времени писать о новых достижениях НКО, упомянутых в статье.

**Анализ текста №4. Природа добра. Как в России формируется культура бескорыстной помощи [Журавлев 2023, www].**

Тема материала: Заметка посвящена премии, которая вручается волонтерам и НКО за общественно значимые проекты. Рассказывается о проекте «Выжить без мамы», которому премия позволила повысить зарплаты няням, сопровождающим детей-сирот во время лечения в больницах; о «Мультицентре социальной и трудовой интеграции» направившем грант на оборудование компьютерной аудитории; о проекте «Фудшеринг», получившем, благодаря премии, внимание волонтеров и корпоративных благотворителей.

Основная идея: благодаря премии проекты в сфере волонтерства и благотворительности получают материальную поддержку, а также внимание СМИ и общества.

Цель материала:

*Информационная* – читатель узнает о премии «Мы вместе», о награжденных проектах и НКО.

Журналистские методы представления темы:

Жанр: заметка

Стиль: информационный

Использование эмотивных языковых оборотов: «возможность реализовать себя даже тогда, когда это кажется невозможным», «жизненно необходимы».

*Иллюстрации:* заметка проиллюстрирована одной фотографией (рис. 2.12), отсутствуют изображения награждения победителей премии, волонтеров и т.д., следовательно, эмоциональный отклик, вызванный у читателя, будет слабым.



Рис. 2.12. Фото к материалу.

#### Общая оценка текста:

Информационная цель материала достигнута полностью. Автор использует множество фактических данных: количество участников и лауреатов, регионы участия, суммы грантовой поддержки проектов и т.д. Каждый проект, упоминаемый в заметке, имеет подробное описание: представление автора или авторов инициативы, история создания и цели проекта, специфика волонтерской деятельности проекта. Автор сопровождает рассказ о каждом проекте комментарием волонтера, участвующего в нём. Также заметка содержит информацию о том, где можно зарегистрироваться для участия в конкурсе в следующем году. Благодаря

большому количеству данных и подробному описанию данная заметка выделяется среди подобных журналистских материалов. Использование фотографий авторов проектов, волонтерской деятельности и награждения лауреатов, а также большего числа эмотивных оборотов позволило бы автору вызвать у читателя больший эмоциональный отклик.

**Анализ текста №5. Госдума приняла поправки в закон о психиатрической помощи во втором чтении** [Губернаторов 2023, www].

Тема материала: Материал содержит информацию о внесении изменений в Закон РФ «О психиатрической помощи и гарантиях прав граждан при ее оказании», а также комментарий представителей некоммерческих организаций о последствиях изменения законопроекта («Принятые сегодня поправки в своей совокупности кардинально ослабляют защиту прав ограниченно дееспособных граждан»).

Основная идея: общественники («В своем письме, которое на момент написания заметки подписали уже 42 118 человек») обращают внимание, что поправки в законопроект ухудшат правовую защищенность людей с психическими расстройствами.

Цель материала:

*Информационная* – читатель узнает о внесении изменений в Закон РФ «О психиатрической помощи и гарантиях прав граждан при ее оказании» и последствиях подобных изменений, по мнению представителей НКО.

Журналистские методы представления темы:

Жанр: заметка

Стиль: информационный

Использование эмотивных языковых оборотов: отсутствуют.

Иллюстрации: единственная фотография (рис. 2.13), напрямую с тестом не связана, читатель может лишь догадываться, является ли мужчина на фото человеком, чью жизнь изменят поправки в закон, следовательно, эмоциональный отклик слабый.



Рис. 2.13. Фото к материалу

#### Общая оценка текста:

Заметка содержит несколько комментариев (в виде прямой речи) общественников: учредителя благотворительного фонда Н. Фендермессер, зампреда комитета Госдумы по охране здоровья С. Леонова, адвоката Д. Бартенев и др. Автор своего мнения о проблеме открыто не выражает, тем не менее показывает, что большинство комментаторов относятся к поправкам к закону отрицательно, и это заставляет предположить, что автор с ними солидарен. Хотя он не использует эмотивных оборотов, не формирует какого-либо образа нуждающегося человека, но сама тема текста вызывает отклик у читателя. Но он мог быть больше, если бы автор обратился за комментариями к родственникам людей, чью жизнь могут изменить поправки в закон.

Проанализировав материалы о волонтерстве неспециализированных интернет-изданий, можно выделить следующие характерные черты:

- Прямой эмоциональный отклик читателя не является целью автора неспециализированного интернет-издания, эмотивные обороты используются авторами в малых количествах. Тем не менее сами поднятые темы, в силу их важности, могут быть эмоциогенными, если представлены убедительно и аргументированно.

- Образ волонтера представлен несколько стереотипно, волонтер – добрый, равнодушный человек, помогающий нуждающимся. Образ нуждающихся сформирован слабо: не через черты личности, чаще по общим признакам: дети-сироты, пожилые, больные и т.д.

- Фотоиллюстрации используются в недостаточном количестве, часто оказывается недостаточно информации о человеке, событии, изображенном на снимке. Авторы неспециализированных интернет-изданий чаще, чем в специализированном СМИ «Такие дела», используют изображения фотобанков.

Представим сравнительный анализ выбранных изданий в виде таблицы:

Характеристика	Специализированное СМИ «Такие дела»	Неспециализированные СМИ
Наличие цели материала в общем объеме статей:		
• информационная	100%	100%
• социально и нравственно-ориентирующая	60%	40%
• практическая	40%	40%
• образовательная	20%	0%
Жанры:		
• заметка		60%
• репортаж	40%	0%
• статья	60%	40%
Стили		
• информационный		60%
• публицистический	100 %	40%
Фотоиллюстрации		
• общее количество	42 шт.	16 шт.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• в т.ч. принадлежащие фотобанкам, информационным агентствам</li> </ul>	6 шт.	12 шт.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• в процентном соотношении (от общего числа фотографий)</li> </ul>	14,3 %	75%

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе работы волонтерство было охарактеризовано, как социокультурный феномен, проанализированы исторические этапы развития волонтерства, выявлена современная проблематика добровольчества, а также особенности и специфика волонтерской деятельности. В процессе работы были исследованы особенности и проблемы освещения волонтерской деятельности в российских СМИ.

Также были проанализированы журналистские материалы специализированных («Такие дела») и неспециализированных СМИ, выявлены специфика, сходства и различия в текстах специализированного и неспециализированных СМИ.

Гипотеза исследования, предполагающая, что специализированные и неспециализированные СМИ используют разные формы и способы представления волонтерской деятельности читателю, подтвердилась частично, так как тексты специализированных и неспециализированных СМИ имеют одновременно сходства и различия в представлении темы волонтерства, а именно:

Сходства:

а) Жанр «статья» используют одинаково часто журналисты как специализированного, так и неспециализированных изданий (40%).

б) В текстах обоих типов СМИ одинаково часто встречаются информационная (60%) и практическая (40%) цели.

в) Оба типа СМИ сопровождают свои материалы фотоиллюстрациями.

г) Авторы обоих типов СМИ обращаются за комментариями проблем, поднимаемых в своих статьях, к специалистам.

Различия:

а) Жанр «репортаж» чаще используется журналистами специализированного СМИ (40%), жанр «заметка» – неспециализированных СМИ (60%).

б) Такие цели, как социально-нравственно ориентирующая и образовательная, чаще встречаются в специализированном СМИ, чем в неспециализированном (60% и 40%, 20% и 0%, соответственно).

в) Информационный стиль чаще присущ неспециализированным СМИ, чем специализированному СМИ (60% и 0% соответственно). Публицистический стиль чаще используется авторами специализированных СМИ, чем неспециализированных (100% и 40% соответственно).

г) Фотографии специализированного СМИ качественнее и содержательнее, чем фотографии СМИ неспециализированного. Специализированное СМИ иллюстрирует свои материалы большим количеством фотографий, нежели неспециализированные (42 шт. и 16 шт. соответственно). Неспециализированные СМИ используют снимки фотобанков чаще, чем специализированное СМИ (75% и 14,3% от общего числа соответственно).

д) Авторы специализированного СМИ используют в своих материалах эмотивные обороты, авторы неспециализированных СМИ чаще обращаются к фактическим и статистическим данным, данным исследований.

На основании анализа специфики и особенностей журналистских материалов в специализированных и неспециализированных СМИ можно сформулировать «памятку» для журналистов «Как повысить читательский отклик на материал, темой которого является волонтерство», то есть ряд рекомендаций. В частности, можно предложить следующие рекомендации:

1. Используйте фактические и статистические данные, результаты опросов, чтобы повысить уровень доверия читателя. Не переусердствуйте – не превращайте статью в сухой доклад.

2. Обратитесь к специалистам за комментарием. Аргументированное мнение вызовет у читателя больший интерес к теме.

3. Используйте эмотивные и эмоциогенные обороты, чтобы вызвать сильный эмоциональный отклик у читателя.

4. При упоминании благотворительного фонда или волонтерской инициативы, постарайтесь дать читателю полную информацию, которая поможет ему в случае, если он решит стать волонтером (например, контакты организации или требования к волонтерам). Материалы на электронных ресурсах сопровождайте ссылками на сайты и группы фонда / проекта в социальных сетях.

5. Иллюстрируйте свои материалы качественными фотографиями: портретами героев, репортажными снимками и т.д. Не используйте фотографии фотобанков, с изображенными на них не имеющими отношения к вашему материалу людьми.

Тема, исследуемая в данной работе, на наш взгляд, имеет большое практическое значение, так как СМИ могут существенно содействовать развитию волонтерской деятельности в нашей стране. Поэтому здесь есть большое поле для дальнейшего исследования.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Авдеева С.В. Волонтерство – эффективное направление работы по формированию здорового образа жизни среди детей и подростков // Здоровоохранение Югры: опыт и инновации. 2019. № 4 (21). С. 5-8.
2. Амирова Р. И. Волонтерство как инновационная практика в России // Научная мысль XXI века: результаты фундаментальных и прикладных исследований: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Самара, 2017. С. 80-81.
3. Андреев М. Г. Проблемы взаимодействия СМИ и неправительственных организаций в региональном контексте // Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. 2011. № 3. С. 22-26.
4. Антонович И. В. Добровольчество в российском обществе: история и перспективы развития. Барнаул: Издательство Алтайского университета, 2015. 196 с.
5. Бабина Т. В. Методы оценки социальной и экономической эффективности добровольческой деятельности // Проблемы эффективного использования научного потенциала общества: сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. Уфа, 2018. Ч. 3. С. 43-45.
6. Баканов Р. П. Журналистика для начинающих: учебное пособие для студентов вузов / Р. П. Баканов, М. В. Симкачева, Д. В. Туманов. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. 256 с.
7. Блюмин А. М. Мировые информационные ресурсы: Учебное пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2010. 296 с.
8. Божко И. Ю. Волонтерство: дань моде или социальная ответственность? / И. Ю. Божко, Б. М. Шаменов // Вестник Омской православной духовной семинарии. 2019. № 1(6). С. 160-163.
9. Булатова Э. В. Эмоционально-оценочная сторона медиатекста: текстопостроение и текстовосприятие / Э. В. Булатова, О. В. Ломтатидзе, А.

С. Алексеева // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: проблемы образования, науки и культуры. 2015. №4. С. 69-77.

10. Вакурова Н. В. Концепции современных российских интернет-изданий / Н. В. Вакурова, Л. И. Московкин // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2001. №6. С. 44-55.

11. Васильковская М. И. «Волонтерство как социально-культурный феномен современности» / М. И. Васильковская, В. Д. Пономарев // Вестник КемГУКИ. 2021. №57. С. 234-242.

12. Винарская Л. Г. Современное состояние волонтерства и добровольчества // Философские науки. 2023. № 1(92). С. 23-25.

13. Волков А. А. Основы риторики. М.: Академический проект, 2005. 303 с.

14. Володина М. Н. Язык СМИ - основное средство воздействия на массовое сознание // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический проект; Альма Матер, 2008. 760 с.

15. Герасимова И. А. Мысль и искусство аргументации. М.: Прогресс-Традиция, 2003. 397 с.

16. Гладкова И.А. Волонтерство в социокультурном пространстве города // Управление городом: теория и практика. 2019. № 2 (33). С. 28-32.

17. Горбулёва М. С. Добровольчество: Генезис и мотивы // Вестник ТГПУ. 2015. №5 (158). С. 140-146.

18. Горелов Н. А. Развитие информационного общества: цифровая экономика: учебное пособие для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. М.: Юрайт, 2019. 241 с.

19. Горлова Н. И. Развитие олимпийского движения волонтеров в России: историография вопроса // Вестник Костромского государственного университета. 2017. № 2. С. 52-55.

20. Горлова Н. И. Становление и развитие института волонтерства в России: история и современность. М.: Институт наследия, 2019. 290 с.

21. Гречаная А. А. Чрезвычайное волонтерство: современные проблемы и перспективы развития / А. А. Гречаная, Д. А. Орлов // Социологическая наука и социальная практика. 2023. Т. 11, № 2. С. 124–149.
22. Дзялошинский И. М. Современное медиапространство России: учебное пособие для студентов. М.: Аспект Пресс, 2015. 312 с.
23. Е. В. Великанова Добровольческие образовательные технологии: школа волонтеров // Вестник Тамбовского университета. Серия: гуманитарные науки. 2013. №1(117). С.166-168.
24. Егорова Е. А. Интернет-волонтерство как форма развития компетенций для новых видов деятельности педагогов // Современное образование: традиции и инновации. 2017. № 1. С. 99-102.
25. Егорышева И. В. К 200-летию Императорского Человеколюбивого общества (1816) / И. В. Егорышева, С. Г. Гончарова // Здравоохранение Российской Федерации. 2016. № 60(6). С. 325-328.
26. Задорин И. В. «Хорошими делами прославиться нельзя»: проблемы репрезентации в СМИ деятельности некоммерческого сектора во время пандемии COVID-19 в России / И. В. Задорин, А. В. Сапонова // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 2. С. 423-444.
27. Зайцева И. А. Волонтерство как актуальное общественное движение современной молодежи // Человек. Социум. Общество. 2020. №1. С.50-53.
28. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. М.: Дело, 2002. 480 с.
29. Ивин А. А. Основы теории аргументации. М.: ВЛАДОС, 1997. 351 с.
30. Киселенко А.В. Волонтерство: потенциал самоорганизации российской молодежи // Научный результат. Социология и управление. 2018. Т.4. № 1. С. 63-71.

31. Кисляков П. А. Социально-психологический анализ образа благотворительности и добровольчества в цифровой среде // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 5. С. 322-346.
32. Китсьюз Дж. Конструирование социальных проблем / Дж. Китсьюз, М. Спектор // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: Хрестоматия. Пер. с англ. И. Г. Ясавеев. Казань: Издательство Казанского университета, 2000. С. 12–17.
33. Ковель Т.А. Этапы становления волонтерства как социокультурного феномена в современном понимании // Социология. 2019. №2. С. 105-107.
34. Конохова А. С. Сестры милосердия в годы революции и гражданской войны Новейшая история России // Modern history of Russia. 2012. №1. С.91-98.
35. Корнеева И.Е. Молодёжь и благотворительность // Гражданское общество в России и за рубежом. 2015. № 4. С. 32-37.
36. Корсунская М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / М.В. Корсунская, А. В. Семёнова / Под ред. В.А. Мансурова. М.: Институт социологии РАН, 2010. 324 с.
37. Кузьминчук А. А. Неформальный волонтер: наброски к портрету героя / А. А. Кузьминчук, Д. Ф. Телепаева // Материалы XX Международной конференции памяти профессора Л. Н. Когана. Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. 2017. С. 443-449.
38. Лазутина Г. В. Профессиональный анализ журналистского текста как метод научного исследования // Журналистская практика. 2014. №4. С. 65-73.
39. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2000. 240 с.

40. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учебное пособие. М.: Аспект пресс, 2000. 208 с.
41. Ленкова К. С. Социальная сеть как инструмент продвижения некоммерческих проектов // Бизнес. Общество. Власть. 2013. №14. С. 1-7.
42. Леньков С. Л. Сравнительный системный анализ феноменов добровольчества и волонтерства / С. Л. Леньков, Т. Б. Мацюк // Системная психология и социология, 2018. № 1. С. 95-109.
43. Луговая А. В. Философские основания добровольчества // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2011. № 7 (13). С. 138-140.
44. Люев А. Х., Овсий В. В. Молодежное волонтерство в современном российском обществе: вопросы формирования и основные проблемы развития / А. Х. Люев, В. В. Овсий // Гуманитарий Юга России. 2023. Т. 12. № 4. С. 55-63.
45. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.
46. Мустаева Ф. А. Социальная педагогика. М.: Академический проект, 2003. 527 с.
47. Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2014. 400 с.
48. Панфилова А. П. Волонтерство: история, мотивация, социальное предпринимательство: монография / под общ. ред. А. П. Панфиловой, М. Б. Глотова. Санкт-Петербург: РГПУ им. Герцена, 2019. 211 с.
49. Паршакова Ю. А., Лузина Д. В. Волонтерство как форма социального движения / Ю. А. Паршакова, Д. В. Лузина // Азимут научных исследований: педагогика и психология 2015. №2. С. 72-74.

50. Певная М. В. Общность российских волонтеров как ресурс социального управления // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2015. №4. С.101-110.

51. Певная М. В. Детское и подростковое волонтерство: социальная эффективность и условия ее достижения (кейс Екатеринбурга) / М. В. Певная, П. А. Амбарова // Социология образования. 2017. № 5. С. 57-69.

52. Певная М. В. Социологический анализ структуры волонтерства как социокультурного феномена // Дискуссия: журнал научных публикаций. 2012. № 11. С. 85-91.

53. Певная М. В. Развитие волонтерства в России: проблемы и противоречия // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2014. № 2 (29). С. 230-237.

54. Певная М. В. Управление волонтерством: международный опыт и локальные практики: [монография]. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2016. 434 с.

55. Роженцева Т. М. Волонтерство как форма социального воспитания молодежи // Образование. Карьера. Общество. 2019. № 2 (61). С. 65-67.

56. Синяева М. И. Волонтерство как социальное явление современного общества / М. И. Синяева, О. И. Могиленец // Коллекция гуманитарных исследований. 2017. №2(5). С.75-78.

57. Карманов М. В. «Серебряные» волонтеры как объект прикладных исследований / М. В. Карманов, О. Ю. Золотарева // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. С. 226-240.

58. Талибова Ф. Т. Становление волонтерства (добровольчества) как Социального института // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. 2021. № 21. С. 137-144.

59. Тарасова Н. В. Волонтерская деятельность как историко-педагогический феномен // Педагогическое образование в России. 2012. № 4 С. 46-52.

60. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2017. 320 с.

61. Тертышникова А. Г. Социальный портрет волонтера в реалиях современного общества (на примере контент-анализа СМИ) / А. Г., Тертышникова, Е. Н. Немова // Инновации. Наука. Образование. 2020. № 22. С. 1893-1904.

62. Троценко Л. А. Распространение принципов и практики волонтерства российскими СМИ / Л. А. Троценко, М. Ю. Троценко // Эпоха науки. 2022. № 30. С. 378-381.

63. Тупаева А. С. Современный образ благотворительности в федеральной прессе: опыт освещения печатного издания «Российская газета» // Вестник Казанского технологического университета. 2013. Т. 16. №4. С. 346-49.

64. Туфанов А. О., Вишняков М.А. Волонтерское движение как показатель общественной самоорганизации: философские и социально-этические аспекты / А. О. Туфанов, М. А. Вишняков // Философия науки: история и современность /под ред. И.Д. Осипова, С. Н. Погодина. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС. 2020. С.208-219.

65. Усова Н. Н. Актуализация нормативного регулирования волонтерства // Евразийский союз ученых. 2015. № 1-4 (18). С. 144-145.

66. Ушаков Д. Н. Большой толковый словарь русского языка. М.: Альта-Принт, 2009. 1239 с.

67. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» от 11.08.1995 N 135-ФЗ [Электронный ресурс] // Consultant.ru. Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_7495/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495/) (дата обращения: 21.09.2023).

68. Холина О. И. Волонтерство как социальный феномен современного российского общества // Теория и практика общественного развития. 2011. № 8. С. 71-73.

69. Чеснокова Ю. В. возникновение и развитие социальной помощи и взаимопомощи в древнейших славянских общинах // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7. № 1(22) С.390-392.

70. Шипунова О. Д. Логика и теория аргументации. М.: Гардарики, 2005. 270 с.

71. Шошина Ю. В., Давыденкова А. Г., Василенкова А.А. социально-философский смысл волонтерства: мировоззренческий и практический аспекты // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2021. Т. 10. № 3А. С. 244-252.

72. Экономика и управление социальной сферой: учебник для бакалавров / под ред. Е. Н. Жильцова, Е. В. Егорова. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2015. 496 с.

73. Яковлева И. М. Волонтерская деятельность студентов по сопровождению детей с расстройствами аутистического спектра / И. М. Яковлева, О. В. Караневская, Ю. А. Афанасьева // Высшее образование в России. 2017. № 8/9. С. 152-158.

74. Gazley B. What about the host agency? Nonprofit perspectives on community-based student learning and volunteering / B. Gazley, L. Littlepage, T. Bennett // Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly/ 2012. № 41(6). P. 1029-1050.

75. Holmgren C. Dental volunteering – a time for reflection and a time for change / C. Holmgren, H. Benzian // British Dental Journal. № 210 (11). P. 513-516.

76. Steimel S. Skills-Based Volunteering as Both Work and Not Work: A Tension-Centered Examination of Constructions of “Volunteer” // VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations. 2018. 29 (1). P.133-143.

#### **Эмпирическая база**

1. Буракова С., Мисюрёва В. Давай поездим по МЦК, послушаем музыку». Как и где отмечают Новый год бездомные люди / С. Буракова, В.

Мисюрёва // Такие дела. 2023. Режим доступа: <https://takiedela.ru/notes/davay-poezdim-po-mck/> (дата обращения: 10.01.2024)

2. Волонтеры.ru // Режим доступа: [Volonter.ru](https://volonter.ru/) (Дата обращения: 14.03.2024)

3. Губернаторов Е. Госдума приняла поправки в закон о психиатрической помощи во втором чтении // Ведомости. 2023. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2023/07/21/986288-gosduma-prinyala-popravki-v-zakon-o-psihiatricheskoi-pomoschi> (дата обращения: 23.03.2024)

4. Гурьянов С. Забота у нас такая: как общество помогает // Известия. 2022. Режим доступа: <https://iz.ru/1317183/sergei-gurianov/zabota-u-nas-takaia-kak-obshchestvo-pomogaet-pozhilym> (дата обращения: 13.03.2024)

5. Журавлев К. Природа добра. Как в России формируется культура бескорыстной помощи // Газета.ру. 2023. Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/social/2023/05/25/16762658.shtml> (дата обращения: 22.03.2024)

6. Красоткина Е. Пропал друг – мохнатый метис, белая грудка, борода. Как волонтеры организации «Честер Алерт» ищут пропавших собак / Е. Красоткина, А. Попов // Такие дела. 2023. Режим доступа: <https://takiedela.ru/notes/sobaki-poteryashki/> (дата обращения: 10.03.2024)

7. Крупнейшая платформа для добрых дел. // Режим доступа: [dobro.ru](https://dobro.ru/). (Дата обращения: 13.03.2024)

8. Набаткина К. Кто в мешке: как не навредить сиротам новогодней благотворительностью / К. Набаткина, В. Мишина // Известия. 2023. Режим доступа: <https://iz.ru/1626161/kseniia-nabatkina-valeriia-mishina/kto-v-meshke-kak-ne-navredit-sirotam-novogodnei-blagotvoritelnosti> (дата обращения: 17.01.2024)

9. Петровская Н. Ракета уличной медицины / Н. Петровская, О. Падалка // Такие дела. 2023. Режим доступа:

<https://takiedela.ru/2023/03/raketa-ulichnoy-mediciny/?ysclid=lo8h96tckm869932904/> (дата обращения: 21.02.2024)

10. Семенов И. «Рассказать, как работает жизнь» / И. Семенов, Л. Жакова // Такие дела. 2022. Режим доступа: <https://takiedela.ru/2022/01/rasskazat-kak-rabotaet-zhizn/> (дата обращения: 20.11.2023)

11. Субанта М. Баланс альтруизма со здоровым эгоизмом: почему волонтерство делает людей счастливее // Форбс. 2023. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/forbeslife/485412-balans-al-truizma-so-zdorovym-egoizmom-pocemu-volonterstvo-delaet-ludej-scastlivee> (дата обращения: 12.02.2024)

12. Фрейман Н. «Кибитка с чудесами для бездомных» / Н. Фрейман, М. Гельман // Такие дела. 2022. Режим доступа: <https://takiedela.ru/2022/01/kibitka-s-chudesami-dlya-bezdomnykh/> (дата обращения: 11.10.2023)

Выпускная квалификационная работа выполнена мной совершенно самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

« 3 » мая 2024 г.

ИИЗ  
подпись

Ирина Александровна  
ФИО

Эта работа выполнена мной  
самостоятельно. Все использованные  
в работе материалы и концепции  
из опубликованной научной литературы  
и других источников имеют ссылки на них.

\_\_\_\_\_  
ФИО