

Научная статья
УДК 378

<https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-6-1387-1399>



Медиаволонтерство в профессиональном образовании в контексте методики «Обучение служением»: экспертное мнение

Татьяна Анатольевна НАМ ^{*}, Дмитрий Геннадьевич ПОПОВ ,

Максим Владимирович СМЕРНОВ 

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»
195251, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29

^{*}Адрес для переписки: nam_ta@spbstu.ru

Актуальность. В 2023 г. востребованность методики «Обучение служением» (с англ. – Service-learning) существенно возросла в связи с актуализацией подходов к реализации государственной политики по сохранению и укреплению традиционных ценностей в системе воспитательной работы образовательной организации высшего образования (ООВО). В настоящее время «Обучение служением» рассматривается как особая форма проектного обучения, подразумевающая развитие профессиональных навыков у студентов бакалавриата при их тесном взаимодействии с некоммерческими организациями. В данном контексте мы говорим о создании условий для более эффективного усвоения образовательной программы путем вовлечения студентов в социально значимую проектную деятельность, которая напрямую связана с тем, что входит в сферу интересов и практико-ориентированной деятельности обучающихся. Методика направлена на формирование у обучающихся гражданской ответственности, патриотизма, гражданской солидарности и традиционных ценностей. Университет как образовательный центр предоставляет студентам большие возможности для самореализации и практической деятельности. ООВО является эффективной площадкой для развития интеллектуальных направлений добровольчества, к которым относится и медиаволонтерство. Цель исследования – выявление отношения профильного экспертного сообщества и работодателей в сфере медиа к продвижению добровольчества и поддержке медиаволонтерства как эффективного инструмента развития профессиональных и универсальных компетенций студентов коммуникативных направлений подготовки в процессе интеграции методики «Обучение служением» в университетскую образовательную среду.

Методы исследования. Изучена медиаволонтерская деятельность в контексте профессионального развития студентов коммуникативных направлений подготовки, а также внедрения методики «Обучение служением». Рассмотрено влияние медиаволонтерского опыта на карьерную траекторию и личностное развитие студентов. Использована методика экспертного опроса с опытными управленцами в сфере медиа с целью выявления отношения профильного экспертного сообщества к развитию медиаволонтерства и расширению спектра его эффектов как для субъектов деятельности, так и для благополучателей.

Результаты исследования. Выявлено, что экспертное сообщество в сфере коммуникаций относится положительно к продвижению добровольчества, а медиаволонтерский опыт рассматривается большинством опрошенных как конкурентное преимущество на рынке труда.

В то же время наблюдается недостаток информированности экспертов о специфике медиа-волонтерства, а также выявлен ряд проблем и возможностей для развития в сфере продвижения добровольчества. Среди проблем: недостаток информации о возможностях и формах добровольчества, отсутствие у представителей некоммерческого сектора профильных навыков продвижения, а также приверженность устаревшим формам коммуникации. Среди возможностей: привлечение и стимулирование медиаволонтеров, мониторинг и использование новых форматов и каналов коммуникации, создание креативных проектов и использование сторителлинга.

Выводы. Медиаволонтерство, опираясь на экспертное мнение, можно считать эффективным направлением практики в рамках методики «Обучение служением», направленным как на формирование профессиональных и надпрофессиональных навыков студентов коммуникативных направлений подготовки, так и на развитие волонтерской деятельности как одного из приоритетных направлений молодежной политики России.

Ключевые слова: медиаволонтерство, добровольчество, обучение служением, продвижение добровольчества, волонтерство, профессиональное развитие, карьерная траектория

Для цитирования: Нам Т.А., Попов Д.Г., Смирнов М.В. Медиаволонтерство в профессиональном образовании в контексте методики «Обучение служением»: экспертное мнение // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Т. 28. № 6. С. 1387-1399. <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-6-1387-1399>

Original article

<https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-6-1387-1399>

Media volunteering in vocational education in the context of the “Service-learning” methodology: expert opinion

Tatiana A. NAM , Dmitrii G. POPOV , Maxim V. SMIRNOV 

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

29 Polytechnicheskaya St., St. Petersburg, 195251, Russian Federation

*Corresponding author: nam_ta@spbstu.ru

Importance. In 2023, the demand for the “Service-learning” methodology has increased significantly due to the updating of approaches to the implementation of state policy to preserve and strengthen traditional values in the system of educational work of an educational organization of higher education. Currently, “Service-learning” is considered as a special form of project-based learning, which involves the development of professional skills among undergraduate students through their close interaction with non-profit organizations. In this context, we are talking about creating conditions for more effective mastery of the educational program by involving students in socially significant project activities, which are directly related to what is within the scope of interests and practice-oriented activities of students. The methodology is aimed at developing citizenship, patriotism, civic solidarity and traditional values in students. The university as an educational center provides students with great opportunities for self-realization and practical activities. An educational organization of higher education is an effective platform for the development of intellectual areas of volunteering, which include media volunteering. The purpose of the study is to identify the attitude of the specialized expert community and employers in the media field to the promotion of volunteering and support of media volunteering as an effective tool for developing professional and universal competencies of students in communication fields of study in the

process of integrating the “Service-learning” methodology into the university educational environment.

Research methods. Media volunteer activities are studied in the context of the professional development of students in communication areas of training, as well as the introduction of the “Service-learning” methodology. The influence of media volunteer experience on the career trajectory and personal development of students is considered. The methodology of an expert survey with experienced managers in the media field was in order to identify the attitude of the specialized expert community to the development of media volunteering and expanding the range of its effects for both subjects and beneficiaries.

Results and Discussion. It is revealed that the expert community in the field of communications has a positive attitude towards the promotion of volunteerism, and media volunteer experience is considered by the majority of respondents as a competitive advantage in the labor market. At the same time, there is a lack of awareness among experts about the specifics of media volunteering, and a number of problems and opportunities for development in the field of promoting volunteerism are identified. Among the problems: lack of information about the opportunities and forms of volunteering, lack of specialized promotion skills among representatives of the non-profit sector, as well as adherence to outdated forms of communication. Opportunities include: attracting and stimulating media volunteers, monitoring and using new formats and communication channels, creating creative projects and using storytelling.

Conclusion. Media volunteering, based on expert opinion, can be considered an effective area of practice within the framework of the “Service-learning” methodology, aimed both at developing professional and non-professional skills of students in communication areas of training, and at developing volunteer activity as one of the priority areas of Russia’s youth policy.

Keywords: media volunteering, volunteerism, service-learning, volunteerism promoting, volunteering, professional development, career trajectory

For citation: Nam, T.A., Popov, D.G., & Smirnov, M.V. (2023). Media volunteering in vocational education in the context of the “Service-learning” methodology: expert opinion. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* = *Tambov University Review. Series: Humanities*, vol. 28, no. 6, pp. 1387-1399. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-6-1387-1399>

АКТУАЛЬНОСТЬ

В 2021 г. в Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого (СПбПУ) появилось одно из первых студенческих медиаволонтерских сообществ России. Оно объединило десятки студентов коммуникативных направлений подготовки и вызвало большой интерес как на уровне института, так и на государственном уровне (в 2022 г. на заседании Совета по развитию добровольчества Санкт-Петербурга медиаволонтерское сообщество СПбПУ было объявлено ведущим в своем профиле).

Изначально студенты проходили профессиональную практику в медиаволонтерстве ввиду того, что в условиях пандемии ряд коммерческих организаций сократил прием студентов на практику. Сегодня на-

блюдается рост социальной значимости волонтерской и, в частности, медиаволонтерской деятельности среди населения. Согласно результатам исследования Научно-технического центра «Перспектива»¹, 83 % жителей России хорошо относятся к волонтерству. Также отмечается растущая поддержка со стороны государства, подкрепляемая множеством нормативно-правовых актов, включая указы Президента РФ и иные стратегические документы.

Проблемой исследования является необходимость определения отношения экспертов в сфере медиа и потенциальных работодателей к продвижению добровольчества и

¹ Отчет о проведении исследования потенциала развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации / Научно-технический центр «Перспектива». Тюмень; Москва, 2022. 56 с.

медиаволонтерскому опыту в контексте образования молодых специалистов в области связей с общественностью, журналистики и дизайна.

Объектом исследования выступают эксперты и работодатели в сфере медиа, а предметом исследования – отношение экспертов и работодателей в сфере медиа к медиаволонтерству.

Цель исследования – методом экспертного опроса выявить отношение экспертов и работодателей в сфере медиа к продвижению добровольчества и поддержке медиаволонтерства в контексте развития профессиональных навыков и образовательного процесса в рамках методики «Обучение служением» в образовательной организации высшего образования.

Для того чтобы достигнуть поставленной цели, мы решаем четыре блока задач.

1. Описание существующего отношения опрошенных экспертов к медиаволонтерству в России.

2. Выявление отношения респондентов к продвижению добровольческой деятельности.

3. Выявление отношения респондентов к медиаволонтерству как к профессиональному стажу соискателя.

4. Рассмотрение медиаволонтерства в контексте методики «Обучение служением».

В рамках исследования мы будем опираться на три ключевых рабочих гипотезы:

1) продвижение добровольческой деятельности сегодня востребовано экспертным сообществом как созидательная профессиональная деятельность;

2) медиаволонтерский опыт, если он релевантен вакансии, повышает шансы соискателя на получение желаемой должности;

3) медиаволонтерство способствует формированию эффективной среды для внедрения методики «Обучение служению» в образовательный процесс студентов коммуникативных направлений подготовки.

Стремительное развитие информационного общества, проникновение мобильных интернет-технологий во все сферы нашей жизни требует от современных организаций

постоянного присутствия в медиасреде. В процессе интернет-коммуникации сегодня не только принимаются решения о покупке тех или иных товаров, но также формируются потребительские предпочтения, модели потребления и поведения и даже ценности. Пользователи стремятся идентифицировать себя с товарами, услугами, организациями, видами деятельности [1].

В условиях новой цифровой реальности волонтерству как виду деятельности приходится конкурировать за внимание со множеством альтернативных видов времяпровождения (субститутов): от занятия спортом и посещения культурно-массовых мероприятий до различных форм досуга или подработок. Современные СМИ, осознавая высокую значимость и востребованность добровольчества, стремятся оказывать информационную поддержку, однако, зачастую они не настолько погружены в повестку, чтобы в полной мере закрывать потребность волонтерского сообщества [2]. Именно на коммуникационное сопровождение, продвижение и повышение престижа добровольческой деятельности сегодня направлено одно из самых молодых направлений добровольчества – медиаволонтерство.

Подходы к его определению разнятся: «Ресурсный центр по развитию и поддержке волонтерского движения «Мосволонтер» относит это направление добровольчества к сфере журналистского творчества, ограничивая его функционал освещением событий и созданием контента [3], другие авторы позиционируют медиаволонтерство как деятельность с использованием средств коммуникации, направленную на удовлетворение общественных интересов, потребностей молодежи и организаций в сфере добровольчества [4]. Такой подход является самым обобщающим, не ограничивая медиаволонтерство профессиональными видами деятельности, такими как PR, журналистика, дизайн, фандрайзинг и т. д. Встречаются и исследования, авторы которых относят к медиаволонтерам и тех, чья помощь заключается в написании одобрительного комментария или репоста публи-

кации о добровольческом проекте или мероприятии [5].

Так или иначе, в различной степени правы все из представленных авторов, однако мы склоняемся к самому широкому употреблению данного понятия, исходя из целесообразности волонтерской деятельности. Таким образом, медиаволонтерством мы будем считать безвозмездную деятельность, направленную на продвижение организаций, мероприятий, проектов и ценностей добровольчества, обеспечение коммуникационного сопровождения и привлечение внимания, ресурсов (в том числе человеческих, материальных и финансовых) для реализации волонтерской деятельности. Расширительная трактовка медиаволонтерства во многом связана с той совокупностью компетенций и практик, в которые сегодня включены организованные институты, сообщества и группы волонтеров, а также особенностями институционализации и взаимодействия с государством, обществом и бизнесом.

Подобные задачи открывают новый дискурс о специфике волонтерской деятельности в условиях ее институционализации и формирования экосистемы волонтерства с учетом задач развития общества и формирования качественного человеческого капитала. Роль интеллектуальных направлений волонтерской деятельности растет не только в контексте профессионального развития будущих специалистов, но также в вопросах воспитательной работы и процессов социализации личности в интересах как самой личности, так и общества. Важно отметить, что волонтерская деятельность сегодня зачастую рассматривается [6] как один из факторов конкурентоспособности личности, а также ее устойчивости, готовности к модернизации и непрерывному обучению.

Волонтерская деятельность воспринимается не только как деятельность в интересах общества, но и как элемент развития качественного человеческого капитала, требующего в том числе и методического сопровождения, развития наставничества и формирования престижа подобной деятельности. Фор-

мирование подобных подходов приводит авторов к вопросам развития коммуникативных практик на основе медиаволонтерской деятельности.

В 2020 г. Ассоциацией волонтерских центров при поддержке Минобрнауки РФ разработано методическое пособие по внедрению в систему образования методики «Обучение служением» (*Service-learning). Она позиционирует университет как единое учебно-воспитательное пространство, объединяющее предметное обучение и внеурочную деятельность. Содержательно – это формирование единого информационно-методического пространства в образовательной организации, посредством интеграции в учебный процесс практик проектного обучения и воспитательной деятельности через участие в практиках социального проектирования и добровольчества [7, с. 7-18]. В пособии выделяются три группы целевых установок служения: личностные потребности, общественный заказ и государственный заказ.

Под «обучением служением» авторы подразумевают реализацию студентами образовательного проекта с социальной пользой. Методика «Обучение служением» построена на принципах проектного обучения, однако, ее ключевой особенностью выступает ориентация на осознанное отношение студента к своей профессиональной деятельности и ее значимость для общества. Так, в рамках данной методики деятельность студента направлена не только на формирование и закрепление профессиональных навыков, но на достижение определенного социального эффекта, выполнение социального заказа.

Медиаволонтерство в рамках данной методики можно описать на примере опыта организации социально значимых проектов СПбПУ. Рассмотрим 5 Юбилейный фестиваль дружбы ко Дню международной солидарности студентов (далее – Фестиваль дружбы), который прошел 17 ноября 2022 г. на базе СПбПУ.

Мероприятие было направлено на развитие международного добровольчества в СПбПУ и создание условий для адаптации,

профессионального и личностного развития иностранных студентов. Фестиваль дружбы собрал более 300 студентов СПбПУ и города, консулов и представителей диаспор, культурных сообществ и землячеств. Участников ждала яркая концертная программа от иностранных студентов, а также 11 интерактивных станций стран-участниц. Также действовала интерактивная волонтерская секция, посвященная коммуникациям, оказанию первой помощи, донорству и другим тематикам.

В организации мероприятия участвовала команда студентов-медиаволонтеров, задействованных в рамках методики «Обучение служением». В табл. 1 рассмотрим работу студентов в разрезе, опираясь на 7 этапов реализации проекта, предложенных в методических рекомендациях для университетов «Обучение служением через проектно-прикладную деятельность» [8].

Рассматривая медиаволонтерский опыт в контексте данной методики, важно учитывать ряд принципиальных отличий между волонтерской деятельностью и образовательным процессом в рамках методики «Обучение служением» [9]:

- методика «Обучение служением» носит строго системный характер, в то время как волонтерство может носить стихийный;
- целеполагание в волонтерской деятельности строится, как правило, исключительно в области положительных изменений, происходящих с благополучателями деятельности, в то время как методика «Обучение служением» направлена на развитие профессиональных компетенций субъекта деятельности посредством выполнения социального заказа;
- методика «Обучение служением» встроена в образовательную программу и предполагает наличие системы оценивания.

В то же время понятия волонтерства и деятельности в рамках методики «Обучение служением» не являются взаимоисключающими. Напротив, именно добровольческая среда формирует как социальный заказ, так и базу потенциальных участников образовательной практики. Как отмечают современ-

ные авторы [9], методика «Обучение служением» сегодня применима во всех направлениях подготовки, где предполагается интеллектуальная деятельность. В данном контексте, для студентов коммуникативных направлений подготовки эффективной средой для практики выступает медиаволонтерское сообщество.

Согласно результатам исследования потенциала развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации, проведенного в 2022 г. Научно-техническим центром «Перспектива» по заказу Роспатриотцентра², 55 % опрошенных жителей России не знают, как стать волонтером и куда для этого обращаться. Большинство людей не знакомы с возможностью обращения в ресурсные центры добровольчества (75 %), профильные органы власти (77 %) и даже обычные волонтерские организации (61 %). О единой информационной системе ДОБРО.РФ знают лишь 39 % опрошенных. В рамках глубинного интервью, проведенного исследователями, респонденты отмечают необходимость коммуникации добровольческих сообществ с населением посредством соцсетей и СМИ.

В этом аспекте медиаволонтерство может выступать эффективным инструментом популяризации и продвижения добровольчества, что соответствует целям Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 г.³ и Федеральному проекту «Социальная активность» Национального проекта «Образование»⁴.

² Отчет о проведении исследования потенциала развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации / Научно-технический центр «Перспектива». Тюмень; Москва, 2022. 56 с.

³ Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 27.12.2018 № 2950-р. URL: <https://docs.cntd.ru/document/552050511> (дата обращения: 02.08.2023).

⁴ Федеральный проект «Социальная активность» // Министерство просвещения Российской Федерации: официальный сайт. URL: https://edu.gov.ru/national-project/projects/soc_activity/ (дата обращения: 02.08.2023).

Таблица 1

Этапы реализации проекта в рамках методики «Обучение служением»

Table 1

Stages of project implementation within the framework of the “Service-learning” methodology

№ п/п	Этап реализации проекта в рамках методики «Обучение служением»	Этап работы студентов в составе медиаволонтерской команды при реализации проекта Фестиваля дружбы
1	Разработка проекта	На этом этапе был сформирован социальный заказ на обеспечение коммуникационного сопровождения и сформирована студенческая группа в рамках проектной и производственной практики. В команду вошли студенты коммуникативных направлений подготовки для выполнения функций, соответствующих их профилю
2	Командообразование и обучение	На данном этапе проводились еженедельные информационно-просветительские встречи и обучающие мероприятия по копирайтингу, ведению социальных сетей, использованию элементов брендбука при разработке дизайн-макетов афиш, наградных документов, по составлению технического задания для фотографов и видеографов, фандрайзингу (очно и онлайн)
3	Установление отношений с социальными организациями	На этом этапе Добро.Центром «Гармония» как заказчиком был оформлен социальный заказ на медиаволонтерскую помощь. Функционал студентов в рамках проектной и производственной практики включал в себя планирование и ведение социальных сетей Фестиваля дружбы, привлечение партнеров, волонтеров и участников, взаимодействие со СМИ, организация специальных мероприятий в рамках Фестиваля дружбы
4	Планирование деятельности с педагогами, наставниками проекта	На данном этапе в рамках программы практики педагогами с учетом образовательной ценности были распределены задачи по подготовке PR-кампании мероприятия
5	Доработка проекта со студентами	На данном этапе согласованы основные элементы социального заказа, проведены установочные встречи студентов и организаторов Фестиваля дружбы
6	Реализация проекта	На этом этапе участники команды медиаволонтеров занимались поиском и подбором партнерских организаций для участия в зоне мастер-классов Фестиваля дружбы, затем оформлением фандрайзинговых запросов. Была проведена PR-кампания мероприятия, включающая в себя информационный, имиджевый и развлекательно-познавательный контент. Были подготовлены и распространены пресс-релизы мероприятия, на площадке была проведена работа с приглашенными СМИ, а также организованы розыгрыши подарков и призов в социальных сетях, подготовлены фото- и видеоматериалы с фестивальных площадок
7	Подведение итогов	Работа команды медиаволонтеров успешно провела коммуникационное сопровождение Фестиваля дружбы и привлекла к участию более 300 участников
8	Оценка результатов деятельности студентов	В результате по проектной и производственной практике студенты получили оценку «отлично», успешно справившись с поставленными задачами, продемонстрировав качественное усвоение теоретических знаний на практике, проявив сформированность универсальных компетенций в процессе реализации проекта с социальной пользой



Рис. 1. Карта экспертного опроса
Fig. 1. Expert survey map

Медиаволонтерство можно рассматривать как профессиональную деятельность для развития компетенций студентов. Как показывают исследования hh.ru⁵, релевантный вакансии опыт волонтерства работодатели все чаще оценивают как полноценный стаж. Это связано с тем, что помимо профессиональных hard skills, волонтерство формирует и культуру специалиста: активного, заинтересованного в своей работе и людях, ради которых она совершается. Такие сотрудники активны, лояльны, коммуникабельны, склонны к работе в команде и открыты к новому.

Ценность медиаволонтерства возрастает в рамках методики «Обучение служением». Студенты-медиаволонтеры участвуют в продвижении и организации добровольческих

проектов и мероприятий, обучаются, практикуясь на базе НКО во взаимодействии с преподавателями, наставниками, экспертами, демонстрируя высокий уровень инициативности, включенности, мотивации, самостоятельности и организованности.

В рамках исследования авторы обращаются к экспертному сообществу в сфере медиа, чтобы определить их отношение к медиаволонтерству в контексте развития профессиональных и личностных навыков учащейся молодежи, а также образовательного процесса в рамках методики «Обучение служением».

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Основным методом исследования в рамках проекта выступил экспертный опрос, ориентированный на топ-менеджеров, руководителей и ведущих экспертов в сфере медиа.

При формировании группы экспертов (выборки исследования) авторами построена

⁵ Почему волонтерство – это отличный вклад в будущую карьеру // hh.ru: официальный сайт. URL: <https://spb.hh.ru/article/28945> (дата обращения: 05.08.2023); Рынок труда молодых специалистов: тренды, вызовы, возможности // hhStudents: официальный сайт. URL: <https://hhcdn.ru/file/17302040.pdf> (дата обращения: 07.08.2023).

карта исследования, включающая ранжирование и оценку экспертности респондентов, а также темы и цели исследования. Карта исследования, составленная в соответствии с методикой экспертного опроса [10, с. 137-146], представлена на рис. 1.

Оценка компетентности экспертов проводилась на основе информации, полученной из открытых данных об их текущей должности, стаже работы, профессиональных достижениях и наградах, а также уровне и профиле образования. Ранговая шкала включала три показателя: «высокий», «средний» и «низкий». Первой позиции присваивается значение, равное 1, второй – 0,5, и третьей – 0. Коэффициент уровня компетентности эксперта представляет собой совокупный индекс, вычисляемый по формуле:

$$k = \frac{k_1 + k_2 + k_3}{3}$$

где k_1 – это значение оценки профессионального статуса эксперта; k_2 – значение оценки практического опыта эксперта; k_3 – значение оценки уровня образования. В результате ранжирования были отобраны 8 экспертов ($k > 0,6$).

Авторы благодарят за участие в исследовании уважаемых экспертов, среди которых: Д. Бескромный (основатель digital-агентства bQ Group, руководитель проекта «ТопБлог» платформы «Россия – страна возможностей»), В. Косенчук (исполнительный директор Международной ассоциации студенческого телевидения), С. Косенчук (Генеральный директор АНО «Лаборатория медиа»), Р. Серебряный (секретарь Союза журналистов России), Е. Тимофеева (PR-директор телеканала «Спас»), И. Лочканов (медиаменеджер, экс-руководитель SMM Life.ru, KP.RU, Regional Network HSD, Mash), Д. Шелухин (заместитель декана Факультета креативных индустрий НИУ «Высшая школа экономики»), А. Чубоксарова (CEO Chubox Media).

Гайд для экспертного опроса был составлен исходя из статуса приглашенных

экспертов и включал три основные темы для обсуждения:

1) освещение добровольчества и благотворительности: значимость, актуальность, возможности;

2) понятие «Медиаволонтерство»: степень информированности о данном направлении добровольчества;

3) образовательные эффекты медиаволонтерства и его влияние на портфолио специалиста.

Во время интервью с согласия экспертов проводилась фото- и видеосъемка. В интервью участвовали модератор, фотограф-videограф и интервьюер.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Результаты исследования разделены на два условных блока, посвященных продвижению добровольчества и медиаволонтерству.

Первый блок связан с отношением экспертов в сфере медиа к освещению и продвижению добровольчества как виду деятельности. Важно отметить, что все опрошенные эксперты считают, что оказывать информационную поддержку добровольчеству необходимо, однако, стоит выделить несколько подходов к определению проблем, возможностей и желаемых решений.

Среди основных проблем, связанных с освещением и продвижением добровольчества, эксперты отмечают следующие.

1. Отсутствие и среди потребителей, и среди производителей контента знаний о волонтерстве как о масштабной сфере деятельности с большим количеством возможностей в различных сферах жизни: «Мне кажется, что наша главная проблема – отсутствие знаний о волонтерстве. Нет понимания, что волонтерство – фундаментальная практика, которая распространяется на все сферы жизни», «Есть много востребованных социальных проектов, и очень важна информационная поддержка, чтобы об этих проектах рассказывали, делали их гласными».

2. Отсутствие у представителей некоммерческих организаций и волонтерских со-

обществ навыков продвижения, взаимодействия со СМИ, формирования сообществ. «Очень важно не только организовать процессы, но и уметь собирать сообщества, освещать то, что вы делаете. Если таких навыков нет, выход один – искать сотрудника или медиаволонтера, у которого они есть», «У большого количества некоммерческих организаций возникают сложности в работе со СМИ: они нередко не понимают форматов, повестки и интересов аудитории».

3. Классическая подача материалов о добровольчестве в формате сухих анонсов и пост-релизов, которая не транслирует ценностей, возможностей и духа деятельности. «Важно не просто делиться хорошими новостями, таким часто не очень доверяют, а интересуются еще меньше. Важны люди, их истории, их подвиги. Но далеко не все умеют работать со сторителлингом», «Выходите в Сеть, следуйте новым трендам, создавайте такой контент, который пользуется популярностью. Анонсами и пост-релизами успеха не добиться».

Помимо проблем, эксперты сделали акцент на ряде возможностей и решений для повышения эффективности продвижения добровольчества сегодня.

1. На уровне организации – привлечение и стимулирование волонтеров, обладающих навыками или как минимум мотивацией развивать навыки в сфере медиа – медиаволонтеров.

2. Использование сторителлинга – реальных историй людей, чью жизнь позитивно изменило добровольчество. Мотивирующим эффектом обладают как истории волонтеров (социальное одобрение и поощрение стимулирует волонтеров), так и истории благополучателей (для волонтеров важно быть уверенными, что их помощь адресна, а усилия – продуктивны).

3. Стремление осваивать новые каналы и инструменты, чтобы повышать охваты. Чат-боты, умные рассылки, системы подписок, календарей, платформа ДОБРО.РФ и другие инструменты multifunctionalны и могут быть полезны в работе медиаволонтера.

4. Создание креативных добровольческих и благотворительных проектов, оригинальных по содержанию и исполнению, которые будут интересны с точки зрения освещения в СМИ.

Все ответы экспертов на данный вопрос объединяет позитивное отношение к освещению и продвижению добровольчества и стремление найти актуальные решения по повышению эффективности данной деятельности. Приведенные выше проблемы, возможности и решения – это наиболее распространенные акценты, извлеченные из ответов респондентов.

Второй блок анкеты экспертного опроса связан с отношением экспертов в сфере медиа к медиаволонтерству в контексте профессии и образовательного эффекта.

Блок исследования, посвященный медиаволонтерству, разделен на две темы. В вопросах понятия «Медиаволонтерство» и степени информированности о данном направлении добровольчества 6 из 8 опрошенных экспертов ответили, что знакомы с данным понятием и дали развернутый ответ. Двое экспертов не были знакомы с данным термином, однако, интуитивно понимали, какой вид деятельности под ним понимается. Данное распределение ответов свидетельствует о том, что даже в профильном экспертном сообществе наблюдается недостаток информированности о возможностях добровольчества.

Что касается функционального содержания медиаволонтерства, эксперты говорили об освещении мероприятий, коммуникационном сопровождении деятельности волонтерских и благотворительных организаций, создании социально-ориентированного контента и медиапроектов, поддержке в организации культурно-творческих, спортивных и иных культурно-массовых и образовательных мероприятий.

Также эксперты отметили, что медиаволонтеров сегодня все активнее поддерживают на уровне ООВО, профессиональных сообществ и ассоциаций, а также растет спрос на их услуги в среде некоммерческих орга-

низаций. Таким образом, мы приходим к формированию социального заказа из некоммерческого сектора и поддержке образовательных организаций, одной из форм которой и является внедрение методики «Обучение служением», которая позволяет получать профессиональную квалификацию, работая над социально значимыми задачами.

Ряд экспертов отмечает медиаволонтерство как перспективную нишу для развития навыков и поиска интересующей сферы в рамках профессии медийщика. Также эксперты отмечают, что медиаволонтеру обязательно быть включенным в повестку организации, которой он помогает, а также иметь живой интерес к добровольчеству в целом.

Мнение экспертов относительно образовательных эффектов медиаволонтерства и его влияния на портфолио специалиста можно свести к двум ключевым тезисам.

1. Пятеро экспертов считают, что опыт медиаволонтерства важен при приеме на работу, так как медиаволонтерство имеет образовательный эффект и отражает стаж, полученный в работе над некоммерческими проектами и задачами.

2. Трое экспертов считают, что особенно важным показателем для работодателя является личная мотивация и вовлеченность сотрудника, а медиаволонтерский опыт – это один из показателей. Такой сотрудник потенциально лоялен и верен ценностям и идеям избранной им организации.

7 из 8 экспертов отмечают, что опыт медиаволонтерства является важным конкурентным преимуществом на рынке труда, что, в свою очередь, подтверждает состоятельность утверждения о том, что медиаволонтерство способствует формированию эффективной среды для внедрения методики «Обучение служением». Восьмой эксперт считает, что сегодня медиаволонтерский опыт как элемент портфолио рассматривается ситуативно, в зависимости от интересов работодателя.

ВЫВОДЫ

Итак, в рамках исследования мы рассмотрели понятие и специфику медиаволонтерской деятельности как специфического интеллектуального направления добровольчества, которое эффективно встраивается в методику «Обучение служением», тем самым способствуя профессиональному и личностному развитию студентов. Далее авторы провели сравнение волонтерской деятельности и образовательной деятельности в рамках методики «Обучение служением».

Затем, в формате экспертного опроса, авторы рассмотрели вопросы, связанные с восприятием экспертным сообществом деятельности по продвижению добровольчества и медиволонтерства. По результатам проведенного экспертного опроса все выдвинутые гипотезы оказались подтверждены.

Во-первых, продвижение добровольческой деятельности сегодня востребовано экспертным сообществом и как созидательная профессиональная деятельность, и как эффективный инструмент развития добровольчества.

Во-вторых, медиаволонтерский опыт, если он релевантен вакансии, повышает шансы соискателя на получение желаемой должности по двум причинам: это полноценный опыт профессиональной деятельности, подтверждающий те или иные компетенции; это показатель мотивации и личной вовлеченности соискателя. Такие сотрудники лояльны и заинтересованы в результатах своей деятельности.

В-третьих, медиаволонтерство как направление волонтерской деятельности, связанное напрямую с профессиональной деятельностью в коммуникационной сфере, формирует эффективную среду для интеграции методики «Обучение служением» в основную образовательную программу бакалавриата и магистратуры с целью повышения качества подготовки специалистов коммуникативных направлений подготовки в ООВО.

Список источников

1. Козьякова М.И. Палимпсест и Апокриф: идентичность в глобальной медиасреде // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. М., 2021. Вып. 4. Ч. 1. С. 362-366. <https://elibrary.ru/dnzziz>
2. Кучерова А.П. «Медиаволонтер» в российском медиадискурсе: к определению понятия // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы Всерос. науч.-практ. конф. аспирантов и студентов. Воронеж, 2019. Ч. 1. С. 35-37.
3. Ерофеев С.В. Настольная книга медиаволонтера. М.: Мосволонтер, 2018. 82 с.
4. Певная М.В., Кульминская А.В. Социокультурный портрет молодых медиаволонтеров // PRIMO ASPECTU. 2022. № 3 (51). С. 35-41. <https://doi.org/10.35211/2500-2635-2022-3-51-35-41>, <https://elibrary.ru/eugfvt>
5. Зотова Ю.Г. Медиа-волонтерство как форма патриотического воспитания современной молодежи // Образ Родины: содержание, формирование, актуализация: материалы 5 Междунар. науч. конф. М., 2021. С. 318-323. <https://elibrary.ru/fejfgz>
6. Харченко К.В. Добровольческая (волонтерская) деятельность: на пути к системному регулированию человеческого потенциала // Человеческий капитал. 2022. №. 2 (158). С. 33-41. <https://doi.org/10.25629/HC.2022.02.02>, <https://elibrary.ru/kgfutj>
7. Обучение служением / под ред. О.В. Решетникова, С.В. Тетерского. М.: АБИЦ, 2020. 216 с.
8. Salam M. et al. Service learning in higher education: a systematic literature review // Asia Pacific Education Review. 2019. Vol. 20. P. 573-593. <https://doi.org/10.1007/s12564-019-09580-6>
9. Гаега Сепулведа М.А. Обучение служением через проектно-прикладную деятельность. М.: Грифон, 2022. 90 с.
10. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. 414 с.

References

1. Koz'yakova M.I. (2021). Palimpsest i Apokrif: identichnost' v global'noi mediasrede [Palimpsest and Apocrypha: identity in the global media environment]. *Bol'shaya Evraziya: razvitie, bezopasnost', sotrudnichestvo* [Greater Eurasia: Development, Security, Cooperation]. Moscow, issue 4, pt 1, pp. 362-366. (In Russ.) <https://elibrary.ru/dnzziz>
2. Kucheroва A.P. (2019). «Mediavolonter» v rossiiskom mediadiskurse: k opredeleniyu ponyatiya ["Media volunteer" in Russian media discourse: to the definition of the concept]. *Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii aspirantov i studentov «Problemy massovoi kommunikatsii: novye podkhody»* [Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference of Post-Graduate Students and Students "Problems of Mass Communication: New Approaches"]. Voronezh, pt 1, pp. 35-37. (In Russ.)
3. Erofeev S.V. (2018). *Nastol'naya kniga mediavolontera* [Media Volunteer Reference Book]. Moscow, Mosvolonter Publ., 82 p. (In Russ.)
4. Pevnaya M.V., Kul'minskaya A.V. (2022). Socio-cultural profile of young media volunteers (case of the Sverdlovsk region). *PRIMO ASPECTU*, no. 3 (51), pp. 35-41. (In Russ.) <https://doi.org/10.35211/2500-2635-2022-3-51-35-41>, <https://elibrary.ru/eugfvt>
5. Zotova Yu.G. (2021). Media-volonterstvo kak forma patrioticheskogo vospitaniya sovremennoi molodezhi [Media volunteering as a form of patriotic education of modern youth]. *Materialy 5 Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii «Obraz Rodiny: sodержание, formirovanie, aktualizatsiya»* [Proceedings of the 5th International Scientific Conference "Image of the Motherland: Content, Formation, Actualization"]. Moscow, pp. 318-323. (In Russ.) <https://elibrary.ru/fejfgz>
6. Kharchenko K.V. (2022). Volunteer activities: on the way to systematic regulation of the human potential. *Chelovecheskii kapital = Human Capital*, no. 2 (158), pp. 33-41. (In Russ.) <https://doi.org/10.25629/HC.2022.02.02>, <https://elibrary.ru/kgfutj>
7. Reshetnikov O.V., Teterskii S.V. (eds.). (2020). *Obuchenie sluzheniem* [Service-Learning]. Moscow, AVC Publ., 216 p. (In Russ.)
8. Salam M. et al. (2019). Service learning in higher education: a systematic literature review. *Asia Pacific Education Review*, vol. 20, pp. 573-593. (In Russ.) <https://doi.org/10.1007/s12564-019-09580-6>

9. Gaete Sepulveda M.A. (2022). *Obuchenie sluzheniem cherez proektno-prikladnuyu deyatel'nost'* [Service-Learning Through Project-Based and Applied Activities]. Moscow, Grifon Publ., 90 p. (In Russ.)
10. Gorshkov M.K., Sheregi F.E. (2009). *Prikladnaya sotsiologiya: metodologiya i metody* [Applied Sociology: Methodology and Methods]. Moscow, Alfa-M, INFRA-M Publ., 414 p. (In Russ.)

Информация об авторах

Нам Татьяна Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент Высшей школы лингвистики и педагогики, директор Центра волонтерских проектов «Гармония», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация.

<https://orcid.org/0000-0002-4790-5419>
nam_ta@spbstu.ru

Попов Дмитрий Геннадьевич, кандидат философских наук, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация.

<https://orcid.org/0000-0002-4588-5805>

Смирнов Максим Владимирович, специалист по работе с молодежью Центра волонтерских проектов «Гармония», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация.

<https://orcid.org/0000-0002-9898-3521>

Информация о конфликте интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Поступила в редакцию 18.09.2023
Одобрена после рецензирования 16.10.2023
Принята к публикации 22.11.2023

Information about the authors

Tatiana A. Nam, PhD (Education), Associate Professor of the Higher School of Linguistics and Pedagogy, Director of Center for Volunteer Projects “Harmony”, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation.

<https://orcid.org/0000-0002-4790-5419>
nam_ta@spbstu.ru

Dmitrii G. Popov, PhD (Philosophy), Associate Professor of the Higher School of Media Communications and Public Relations, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation.

<https://orcid.org/0000-0002-4588-5805>

Maxim V. Smirnov, Specialist in Youth Work at the Center for Volunteer Projects “Harmony”, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation.

<https://orcid.org/0000-0002-9898-3521>

Information on the conflict of interests: authors declare no conflict of interests.

Received 18.09.2023
Approved 16.10.2023
Accepted 22.11.2023