

*А.Б. Бархаев  
(Координатор  
Волонтерского клуба «Среда добровольцев», Фонд  
«Созидание» г. Москва, аспирант МГЭИ, г. Москва)*

## **ВОВЛЕЧЕНИЕ ВОЛОНТЕРОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КЛУБНЫХ СТРУКТУР СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**

В современных условиях волонтерство становится одной из основных форм проявления социальной активности граждан во всем мире. По оценкам экспертов<sup>1</sup> сегодня в Канаде в добровольческую деятельность вовлечено 35% населения, в Великобритании – 33%. Вместе с тем, по оценкам экспертов, в России показатель вовлечения граждан в добровольческую деятельность пока не превышает 9%.

В соответствии с проектом «Доброволец России» предусмотрено «формирование механизмов вовлечения молодых людей в многообразную общественную деятельность (выделено нами – А.Б.), направленную на улучшение качества жизни молодых россиян; развитие и поддержка молодежных инициатив, направленных на организацию добровольческого труда молодежи». Актуальность данной задачи возрастает в свете подготовки нашей страны к проведению зимних Олимпийских Игр 2014 года, для обеспечения которой потребуется не менее 75 000 волонтеров. В свете этого возникает вопрос о создании в стране инфраструктуры, обеспечивающей стабильное функционирование процесса вовлечения молодежи в добровольческую деятельность.

Сам процесс вовлечения может быть рассмотрен как часть тех трансформационных процессов, которые осуществляются в нашей стране на протяжении двух последних десятилетий. Для их анализа социологи (Т.И. Заславская и др.) предложили использовать так называемую модель «социетального пространства»<sup>2</sup>. В рамках нее предлагается все трансформационные процессы рассматривать как изменения, происходящие одновременно по трем основным направлениям («осям»):

1. эффективность социальных институтов;
2. качество социально-групповой структуры;
3. уровень человеческого потенциала.

Это означает, что на данном этапе общественного развития структура вовлечения в волонтерское движение может быть рассмотрена как процесс, осуществляемый по схеме: социальный институт – групповая общность – личностное развитие участников. В рамках социетальной модели в современном обществе выделяют такие крупные подсистемы социальных институтов как государственный (первый) сектор, рыночно-коммерческий (второй сектор и негосударственный некоммерческий (третий) сектор – гражданское общество.

Анализ отечественного опыта становления волонтерского движения подтверждает, что именно некоммерческие организации (НКО) в интересах реализации своих уставных целей могут вовлекать в свою деятельность широкие

---

<sup>1</sup> «Сочи-2014» возродит волонтерское движение в России» - [www.sochi2014.com](http://www.sochi2014.com)  
<sup>2</sup> Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция. М.: Дело, 2002.

массы добровольцев. Так, по данным, представленным в докладе Л. Якобсона и С. Сановича на VIII международной конференции, проведенной в Барселоне в июле 2008 года, около 10% отечественных НКО, по оценкам их руководителей, имеют более чем по 100 регулярно работающих волонтеров<sup>3</sup>.

Рассматривая вопрос том, какими способами один человек или социальная группа могут побудить другого человека или группу делать что-либо, П.Н. Шихирев отмечал, что к таковым способам относятся: а) физическое принуждение, насилие; б) политическое воздействие с помощью социальных норм, законов; в) экономическая мобилизация материальных потребностей человека; г) идеологическое влияние с помощью психологического, морального, идейного воздействия, апелляции к этическим нормам, чувствам собственного достоинства, долга, совести и т.п.

Поскольку волонтерство изначально выступает как добровольная, неоплачиваемая и свободная деятельность, основанная на проявлении высших чувств, то процесс вовлечения в нее не может быть рассмотрен как проявление прежде всего, определенных форм идеологического воздействия. При этом речь идет о том влиянии, которое идеология общественных организаций способна оказывать на окружающих лиц, в плане выработки у них альтруистических чувств и бескорыстных форм поведения.

Применительно к социальной организации идеология может быть рассмотрена как определенная совокупность ценностных ориентиров, декларируемых данной структурой. Одной из ведущих задач идеологического воздействия выступает мобилизующая функция. Посредством предъявления целей и ценностей идеология способна направлять активность людей на осуществление тех или иных действий.

Второй аспект рассмотрения процесса вовлечения в волонтерскую деятельность – это социально-групповой характер ее реализации. Вовлечение сторонников общественных организаций в добровольческую активность предполагает создание определенных организационных форм ее реализации. При этом особенность организационного строения состоит в том, что данные лица – потенциальные волонтеры, не входят на правах членства в состав указанных организаций, а на протяжении всего времени своей активности остаются вне их официальной структуры. В итоге деятельность волонтеров протекает как в рамках структурированных организаций (клубы волонтеров), так и в условиях неформальных объединений молодежи (лагерь волонтеров).

Третий социетальный аспект анализа процесса вовлечения – динамика уровня человеческого потенциала. Исследователи выделяют такие компоненты человеческого потенциала как социально-демографические, социально-экономические, социально-культурные, инновационно-деятельностные. Участие в волонтерских акциях может быть рассмотрено как фактор, существенно влияющий на такие личностные характеристики как структура мотивов, отношение к себе и к людям, направленность, личностный смысл.

Таким образом, процесс вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций может быть рассмотрен как социальная технология построения инновационных организационных структур – волонтерских общностей, направленных, в конечном счете, на утверждение в общественном сознании новых социальных ценностей и норм – гуманизма и альтруизма. Для обеспечения этого процесса в обществе должна быть создана определенная инфраструктура

---

<sup>3</sup> Вуколов Н. - <http://socpolitika.ru/rus/ngo/research/document8408.shtml>

как комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур, составляющих основу для решения данной задачи.

Одной из составных частей данного инфраструктурного комплекса выступают социально-психологические условия реализации процесса вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций. Для рассмотрения социально-психологического аспекта процесса вовлечения граждан в общественно-политическую жизнь Г.Г.Дилигенский предложил выделить в нем две базовые составляющие. С одной стороны – это процесс воздействия таких «объективных»(по терминологии автора) факторов, как социально-экономические, национальные, демографические, территориальные. С другой стороны – это результат субъективного личностного выбора каждого из участников этого процесса. Их взаимодействие и приводит к формированию нового социально-психологического субъекта – движения.

Развивая его взгляды, нам удалось выделить ряд направлений, по которым может быть осуществлено рассмотрение социально-психологических условий вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций.

Во-первых, это выявление мобилизационного потенциала общественных организаций по продвижению общественно значимых целей, когда активность граждан направляется теми ориентирами, которые вырабатываются социальными группами в процессе осознания ими социальных интересов.

Во-вторых, это рассмотрение социально-интегративного взаимодействия участников, при котором происходит нарастание интенсивности групповых связей и коллективных действий в интересах достижения общих целей.

В-третьих, исследование индивидуальных предпочтений в выборе социальных ориентиров, во многом обусловленных идентификацией с референтной группой (или лицами) и выражающих представления о принадлежности к определенной социальной группе.

Эти три направления, по нашему мнению, и могут быть приняты за основу при рассмотрении вопроса о социально-психологических инфраструктурных составляющих процесса вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций.

В исследовании, проведенном Н.А. Потаповой<sup>4</sup>, была зафиксирована определенная связь между социально-психологическим климатом волонтерской общности и положением в ней официального руководителя, реализующего педагогические функции. Вместе с тем, имеется ряд аспектов, которые еще только предстоит выяснить. В частности, представляет интерес вопрос о влиянии социально-психологических характеристик волонтерской общности на эффективность реализуемой ею общественно-полезной деятельности. Для этого более детально рассмотрим каждую из форм объединения волонтеров.

Такая форма общности как волонтерский лагерь – это достаточно краткосрочная акция, направленная на решение группой добровольцев в количестве от 5 до 40 человек какой-то конкретной задачи. Продолжительность работы такого лагеря не превышает 3-4 недель. Содержание деятельности может быть связано с решением экологических, природоохранных, археологических и других задач. Традиционно в рамках волонтерского проекта доброволец выполняет не требующую специальных навыков работу по 4-6 часов в день 5 дней в неделю. Во время лагеря волонтеры постоянно общаются с местным населением, получая возможность узнать больше о культуре и традициях региона

---

<sup>4</sup> Потапова Н.А. Групповые и личностные факторы социально-психологического климата волонтерских объединений: Дис. ... канд. психол. наук. – СПб, 2006. – 215 с.

или другой страны, если лагерь международный<sup>5</sup>. Еще одна форма объединения волонтеров – это клубные структуры.

Волонтерский клуб может быть создан двумя путями. Во-первых, это может быть инициатива определенной группы активистов (например, Клуб волонтеров, созданный в Москве для помощи детям из детских домов), которая собирается для проведения каких-либо волонтерских акций или мероприятий. Для этого в группе создается определенная структура, назначаются ответственные за те или иные направления работы. Во-вторых, волонтерский клуб может быть создан общественной организацией, государственной службой или благотворительным фондом. Такой клуб создается либо для реализации волонтерских программ данной организации (например, программа «Доброволец ЦАО», которая реализуется во всех районах центрального административного округа г. Москвы), либо как образовательный ресурс, клуб по интересам, место, где волонтеры могут просто собраться и сами реализовать свой волонтерский потенциал (например, волонтерский клуб «Среда добровольцев» г. Москва).

Основной упор привлечению учащейся молодежи в деятельность волонтерского клуба был сделан на актуализацию реального опыта помощи другим людям. При этом положительные результаты принесло использование тактики «малых дел». При ее реализации мы исходили из того, что с помощью объявления превратить человека в альтруиста по убеждению практически невозможно. Первоначально ему нужно предложить проделать ряд шагов, каждый из которых на первый взгляд отличается своей простотой и реализуемостью. К таковым можно отнести предложение прийти на заседание клуба, принять участие в мозговом штурме по выработке эмблемы клуба, оказать помощь в ремонте помещения клуба, обсудить проблемы волонтерства на заседании «круглого стола» клуба, провести выходной день в компании коллег из клуба, занимаясь благоустройством территории и т.д. Помимо практической пользы клуб дает своим членам навыки социального проектирования, которые помогут им в дальнейшем реализовывать свои собственные проекты добровольческих инициатив.

В период с 1 по 12 июля 2009 на базе Информационно-пропагандистского лагеря «Формула здоровья», организованного для групп волонтеров Краснодарского края, нами было проведено исследование, целью которого было изучить личностный выбор молодых людей, т.е. понять, что привлекает людей к участию в конкретном проекте волонтерской направленности. Нами была разработана анкета «Мобилизационная привлекательность волонтерского проекта», которая включала в себя ряд вопросов, направленных на выявление причин, побуждающих молодых людей к участию в волонтерских проектах. В исследовании приняли участие 60 волонтеров Краснодарского края, было обработано 46 анкет. Возраст респондентов от 16 до 23 лет. 73,9% от общего числа опрошенных – девушки, остальная часть респондентов – юноши. 52,1% от общего числа респондентов имеют неполное высшее образование, 39,1% - среднее образование и по 4,3% имеют среднее специальное и высшее образование.

Нами были получены следующие результаты. Только для 19,5% от общего числа опрошенных это был первый волонтерский проект в котором они участвовали. Среди наиболее популярных информационных источников о возможности стать волонтером являются «беседы с сотрудниками организации» (28,2%) и «друзья» (23,9%). Интерес в получаемой информации вызывает «содержание» (50%) и «форма подачи» (21,7%). Настораживает тот факт, что

---

<sup>5</sup> Волонтерский центр «Бурундук» - <http://www.wildnet.ru/volunteer/?part=8>

43,4% от общего числа респондентов получали только «общее представление о проекте» и только 36,9% - знали «цели проекта». Дополнительную же информацию большинство респондентов – 41,3% - получили посредством Internet. И такое же количество респондентов уточняло «сроки проведения». Ведущим в нашем исследовании был вопрос о том, что сподвигло на участие в волонтерской деятельности. Большинство респондентов – 52,1% - ответило, что желание принести пользу в социальной сфере и 21,7% - ответили, что «желание освоить новый вид деятельности». Так же волонтерам был задан вопрос про то, какой должна быть информация, способная вовлечь их в социально полезную деятельность. Большинство респондентов назвало два варианта: «веселой» (36,9%) и «конкретной» (26%). В ходе исследования также было установлено, что для волонтеров важно участие в социально полезной деятельности референтных по отношению к волонтерству лиц, а именно «общественных деятелей» - 30,4% от общего числа опрошенных.

Из приведенных выше данных можно сделать вывод о том, что мобилизационная привлекательность волонтерского проекта имеет важную роль в вовлечении молодых людей в волонтерскую деятельность и, в частности, в волонтерские клубы социальной направленности. Для стимулирования процесса вовлечения молодых людей в волонтерские клубы социальной направленности их организатором необходимо следующее. Во-первых, позиционировать свою деятельность, как социально полезную для общества. Во-вторых, сотрудникам волонтерских клубов необходимо как можно больше и доступнее общаться с потенциальной аудиторией – студенческой молодежью. В-третьих, активно использовать все информации средства сети Internet. В-четвертых, делать информацию креативной и позитивной, более «молодежной». В-пятых, привлекать к вовлечению молодежи в клубные структуры общественно значимых лиц, которые пользуются авторитетом и уважением среди студенческой аудитории. Разумеется, это лишь малая часть того, что необходимо делать для развития социального волонтерства, но если начинать с этого, то уже будет виден положительный результат, как это произошло с волонтерским клубом «Среда добровольцев», который активно использовал эти рекомендации для вовлечения в свои ряды волонтеров.

---