

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ ВОЛОНТЕРОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ*

ence of informal leader.

Аннотация: Представлены теоретические предпосылки рассмотрения процесса вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций, позволяющие интерпретировать его как форму социального влияния групп членства на потенциально активную аудиторию в интересах утверждения в обществе ценностей альтруизма и гуманизма. Выявлены основные социально-психологические условия, обеспечивающие эффективность данного процесса и характеристики их проявления.

Ключевые слова: социетальное пространство, трудовой потенциал волонтерства, социальная технология, волонтерские общности, личностный выбор.

Нынешний период развития общественных отношений в России характеризуется активным освоением гражданами открывшихся перед ними возможностей к свободной самоорганизации. Особую роль в развитии гражданского общества и деятельности негосударственных общественных организаций призвано исполнять волонтерское движение. Во всем мире волонтерство реализуется как неоплачиваемая, сознательная, добровольная деятельность на благо других. По оценкам экспертов [14] сегодня в Канаде в добровольческую деятельность вовлечено 35% населения, в Великобритании – 33%. Вместе с тем в России этот показатель пока не превышает 9%.

В 2006 г. постановлением Правительства был принят документ [15], предусматривающий реализацию проекта под названием «Доброволец России». В рамках него 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». Однако реализация данного направления работы сталкива-

ется с определенными трудностями.

Анализ зарубежного опыта показывает, что наиболее эффективно добровольческая деятельность организуется в рамках так называемого «третьего сектора», т.е. в некоммерческих организациях (НКО), общественных объединениях и движениях, инициативными гражданами на местном уровне. В частности, как отмечает А.В. Мороз, «источником и главной движущей силой развития волонтерского движения за рубежом являются различные неправительственные, негосударственные, некоммерческие организации..., опирающиеся на современные зарубежные управленческие технологии, среди которых важное место занимают методы привлечения и мотивирования» [11,13].

Анализ отечественного опыта становления волонтерского движения подтверждает, что именно некоммерческие организации (НКО) в интересах реализации своих уставных целей могут вовлекать в свою деятельность широкие 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 [2].

Фактическая реализация процесса вовлечения в волонтерскую деятельность осуществляется в рамках первичных структурных подразделений НКО, которые по своей сути выступают малыми социальными группами. В свете этого, качество этого процесса во многом зависит от тех социально-психологических предпосылок, которые складываются в самих этих общностях и в их взаимодействии с большими социальными группами. В силу этого эффективная организация в массовом масштабе подобной добровольческой активности предполагает выявление и освоение механизмов социального взаимодействия, внутригруппового общения и личностного роста.

В современной социологической ли-

* © Бархаев А.Б.

тературе исследования добровольческого труда представлены достаточно сложившимися и проявившими себя группами подходов: концепцией гражданского общества в рамках социетального подхода, экономическим подходом, трудовым подходом. В педагогических исследованиях общественно-полезная деятельность рассматривается как важный фактор воспитания и обучения. В психологических исследованиях большое внимание было уделено осмыслению гражданской активности как специфического свойства социальности человека.

В настоящее время наблюдается возрастание интереса к социально-психологическим аспектам деятельности волонтеров и их участию в работе общественных организаций. В частности, групповые и личностные аспекты функционирования молодежных групп и волонтерских объединений рассмотрены в работах Н.А. Галкиной (2004), Н.А. Потаповой (2006), А.Л. Уманского (2004). Однако в прямой постановке социально-психологические условия вовлечения волонтеров в деятельность негосударственных общественных организаций никем не исследовались.

Актуальность и малоизученность темы определили выбор объекта и предмета исследования. В качестве объекта исследования выступает процесс вовлечения волонтеров в деятельность негосударственных общественных организаций. Предметом исследования выбраны социально-психологические условия вовлечения волонтеров в деятельность негосударственных общественных организаций.

Основная цель исследования состояла в том, чтобы обеспечить развитие конкретных социальных инициатив граждан в сфере добровольческой активности на основе выявления и учета социально-психологических условий вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций. Для этого решались следующие задачи исследования: 1) выявление социально-психологических предпосылок рассмотрения вовлечения как одной из форм социального влияния общественных организаций на потенциальных участников добровольческого труда; 2) исследование социально-психологических условий вхождения новых лиц в волонтерскую деятельность общественных организаций; 3) обоснование основных путей и средств закрепления добровольческих

тенденций в общественно-полезной практике участников волонтерских проектов.

Проделанный нами анализ реального положения дел в сфере волонтерской активности позволил предположить, что формирование целостного, устойчивого волонтерского движения в нашей стране по сути дела находится на начальном этапе. Во многом это связано с правовой неурегулированностью вопроса. На сегодняшний день единственным законодательным документом, регулирующим деятельность в данной сфере, является Федеральный Закон РФ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», который был принят Государственной Думой РФ 11 августа 1995 года. Этим Законом установлены два основных субъекта бескорыстной общественной деятельности – это «благотворители» и «добровольцы». «Добровольцы – граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда в интересах благополучателя, в том числе в интересах благотворительной организации» [4,4]. При этом многие вопросы организации данного вида деятельности оказались до конца не прописанными в рамках данного документа.

Правовая неурегулированность вопроса существенно повышает роль других форм детерминации: моральных, этических, культурных и др. Поскольку волонтерская активность, как правило, реализуется в рамках определенного социального взаимодействия субъектов, то можно говорить об определенном влиянии социально-психологических условий. При этом под социально-психологическими условиями мы понимаем влияние таких факторов социальной среды, на которые субъекты реагируют устойчивыми психологическими реакциями. Тем самым выделение социально-психологических условий предполагает выявление таких компонентов как факторы социальной среды, объект или процесс, испытывающий влияние данных факторов, психологические проявления социального объекта воздействия, способствующие протеканию базового (целенаправленного) процесса.

В данном случае в качестве базового выступает процесс вовлечения граждан в волонтерскую деятельность. Поскольку волонтерство как социальная роль предполагает определенные формы активности

самого субъекта, то эта активность во многом будет зависеть от того, какие социальные ожидания предъявляют вовлеченные в этот процесс объекты социальной системы, в рамках которой реализуется процесс волонтерской деятельности. При этом может возникнуть два основных пути освоения данной социальной роли. Первый может состоять в том, что под влиянием социальных ожиданий гражданин способен самостоятельно заявить о готовности принять эту роль, и лишь затем реализовать ее в виде реальных проявлений своей трудовой активности. Такая форма вхождения в волонтерскую деятельность наиболее типична для стран со сложившимися традициями добровольческой активности.

В нашей стране на современном этапе развития определяющую роль в становлении волонтерского движения играет не процесс «вхождения», а процесс «вовлечения». Содержание и смысл данного процесса могут быть наиболее полно поняты в рамках тех трансформационных процессов, которые происходят у нас на современном этапе развития. По оценке Т.И. Заславской [5] в настоящее время реформирование в нашей стране продолжается. При этом оно принимает иную, нежели ранее, форму – возникновение и распространение новых социальных практик «снизу».

Для анализа происходящих процессов ею была предложена модель так называемого «социетального пространства» [6]. В рамках нее предлагается все трансформационные процессы, происходящие на современном этапе, рассматривать как изменения, происходящие одновременно по трем основным направлениям («осям»):

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

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. Весомый вклад в обоснование данной трехсекторной модели, в свое время, внес Ф. фон Хайек, который, вслед за Р. Корньюэллем, предложил для обозначения гражданского обще-

ства использовать понятие «независимый» сектор, «третий» сектор.

Следуя данной логике, при рассмотрении вопросов волонтерского движения в качестве основного социального института предлагается рассматривать институты гражданского общества. Это вполне согласуется с выводами Л.А. Кудринской [8], которая, в числе основных факторов развития волонтерства в современном обществе, называет политику государства в отношении третьего сектора, традиции непосредственной и опосредованной благотворительности среднего класса, уровень развития организаций третьего, добровольческого сектора.

В этом случае на первый план выходят такие структурные компоненты гражданского общества как социальные организации. При этом следуя взглядам В.И. Франчука [16], под социальной организацией мы в дальнейшем будем понимать относительно устойчивую социальную целостность, проявляющую разумное поведение подобно живому организму. От их деятельности во многом зависит динамика общественного развития. На современном этапе в качестве наиболее перспективного направления эволюции системы общественных отношений В.В. Бганцев [1] называет гуманистическую ориентацию социального порядка, системообразующим фактором которой выступает развитие и реализация человеческого потенциала общества.

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. При этом на первый план выходит процесс социального влияния организованных групп членства (общественных организаций) на, пока еще, не определившихся в социальных целях и ценностях лиц. С точки зрения социологии труда эта группа может быть определена как «трудовой потенциал волонтерства». По мнению Л.А. Кудринской [8] структура данного потенциала включает три составляющие: демографическую (доля населения, охваченная добровольчеством, показатели пола, возраста, территории), статусно-профессиональную (показатели профессии, образования, социального статуса и дохода) и социально-психологическую (структура личности во-

лонтеров – система ценностей, личностные качества). Согласно полученным ею данным в развитых странах в добровольчестве участвуют все группы населения, тогда как в России это, прежде всего, учащаяся молодежь очной формы обучения, чаще женщины.

Рассматривая вопрос о том, какими способами один человек или социальная группа могут побудить другого человека или группу делать что-либо, П.Н. Шихирев [17, 7] отмечал, что к таковым способам следует относить: 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 ни как физическое, ни как экономическое, ни как политическое влияние. По нашему мнению в данном случае речь может идти о проявлении, 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 в интересах обеспечения общественного признания. По общему мнению, отличительной особенностью идеологии является ее семиотический (знаковый) характер. Представленная посредством системы массовых коммуникаций, данная идеология выступает системообразующим компонентом того, что называется имиджем организации. Сформированный в соответствии с идеологией имидж создает предпосылки для персонализации образа организации, как самими членами данной структуры, так и лицами, входящими в состав ее непосредственного окружения.

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. Процессы возникновения, функционирования и развития таких волонтерских общностей являются достаточно малоизученными. Одной из наиболее значимых в этой области можно назвать работу М.Б. Кордонского и В.И. Ланцберга [9]. В ней достаточно интересно рассмотрены особенности таких клубных объединений, как функционерский клуб, учебная группа, клуб любителей, клуб общения, творческий клуб, воспитательный клуб. Однако тема волонтерского клуба, к сожалению, осталась вне поля зрения авторов. Это во многом относится и к работам А.И. Лучанкина и А.А. Снявского [10], Л.А. Санкина [13]. Поэтому вопрос о путях взаимной связи форм организации трудовой деятельности и характера внутригрупповых отношений остается во многом открытым.

Третий социетальный аспект анализа процесса вовлечения – динамика уровня человеческого потенциала. По оценке Т.И. Заславской, в современной России человеческий потенциал – наиболее инерционная социетальная характеристика. Для его качественного роста требуются значительные усилия и долгое время, обратное же его влияние реализуется стихийно, повсеместно и повседневно. 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. В силу этого данная сторона волонтерской деятельности может быть рассмотрена как процесс реализации социализирующей функции, в ходе которой добровольческий труд формирует и развивает человека как члена общества.

Таким образом, представление о процессе вовлечения волонтеров в деятель-

ность общественных организаций как об определенном моменте трансформационных процессов, реализуемых в современной России позволило принять за основу анализа социетальную модель, предложенную и обоснованную в работах Т.И. Заславской. В этом случае процесс вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций может быть рассмотрен как социальная технология информационного воздействия групп членства в интересах построения инновационных организационных структур – волонтерских общностей, направленных, в конечном счете, на утверждение в общественном мнении новых социальных ценностей и норм – гуманизма и альтруизма.

В качестве социально-психологических условий реализации указанного процесса могут быть рассмотрены сопутствующие взаимодействию этих факторов мнения, социальные установки, ценности других людей или социальных групп. Более точное представление о содержании, структуре и функциях социально-психологических условий способно дать обращение к теоретическим разработкам Г.Г. Дилигенского. Рассматривая социально-психологические аспекты политической жизни общества он ввел, в частности, такое понятие как «вовлеченность в общественно-политическую жизнь» [3]. По нашему мнению, рассмотренные данным автором признаки и свойства «вовлеченности» могут быть в определенной степени использованы и при рассмотрении такого процесса, как вовлечение волонтеров в общественно-полезную деятельность.

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**.

На основе проделанного Г.Г. Дилигенским анализа, можно 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. 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 отношением участников волонтерских проектов к результатам своего труда. Эти три направления, по нашему мнению, и могут быть приняты за основу при рассмотрении вопроса о социально-психологических условиях вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций.

Представленные положения позволяют предположить, что и деятельность общественных организаций по вовлечению граждан в различные формы добровольческой активности во многом обусловлена степенью их ориентировки в социальной значимости выдвигаемых общественной организацией проектов и программ. Средством предъявления обществу социально значимых целей и ценностей выступает имидж общественной организации. Для рассмотрения социально-психологической стороны воздействия имиджа на аудиторию нами были использованы представления о так называемых «коммуникационных эффектах», сформулированные в работе А. Кутлалиева и А. Попова [9, 114-115]. Согласно их мнению, все многообразие коммуникационных эффектов, возникающих у аудитории имиджа может быть представлено как знание, интерес, понимание, эмоции, вовлеченность, позиционирование, лояльность (антилояльность), взаимоотношения, сверхлояльность/самоидентификация. При этом, с точки зрения проблемы вовлечения в волонтерскую деятельность нас должна интересовать не просто информированность граждан о проектах той или иной общественной организации, а определенное воздействие на аудиторию потенциальных волонтеров, побуждающее их к последующей добровольческой активности.

Нами было проведено исследова-

ние, направленное на выявление уровня мобилизационной эффективности имиджа общественных организаций. Частная гипотеза данного исследования состояла в том, что «мобилизационная привлекательность» добровольчества выступает как единство интереса, понимания и вовлеченности по отношению к имиджу общественных организаций со стороны добровольческого ресурса. Основным инструментом создания эффективного в этом плане имиджа общественных организаций выступают такие средства предъявления информации как вербализация, визуализация, акцентирование информации. Достижение более высокого уровня мобилизационной привлекательности имиджа может быть осуществлено за счет привлечения таких инструментальных форм информационного воздействия как позиционирование и метафоризация.

В интересах проверки данной гипотезы был осуществлен комплекс опытно-экспериментальных работ, направленных на решение поставленных задач. В исследовании, проведенном в 2008 году, приняли участие студенты ряда вузов Владивостока (Дальневосточный государственный университет (ДВГУ) и Морской государственный университет им. адмирала Г.И. Невельского (МГУ им. адмирала Г.И. Невельского) и Москвы (Военный университет Министерства обороны (ВУ МО), Московский гуманитарно-экономический институт (МГЭИ) и Московский государственный университет инженерной экологии (МГУ-ИЭ)). Всего было опрошено 478 студентов, из полученных анкет было обработано 345. Из них 109 юношей и 236 девушек. Большинство опрошенных (265 человек) в возрасте до 20 лет, остальные (80 человек) старше 20 лет.

На первом этапе была осуществлена сравнительная характеристика имиджа ряда общественных организаций. При разработке замысла исследования было, в частности, учтено представление Е.Б. Перелыгиной об имидже организации. Согласно ее взглядам корпоративный имидж – это «такой символический образ организации, создаваемый в процессе субъект-субъектного взаимодействия, в составе которого имеются элементы, которые провоцируют восприятие данной организации как субъекта» [12, 197]. Для реализации данного

подхода в разработанный нами опросник был включен вопрос: «Какие из приведенных ниже определений характеризуют данную организацию наиболее точно: интересная, полезная, солидная, активная, непривлекательная, формальная, слабая, пассивная, скучная, яркая». При ответах респондентам предлагалось самим выбрать ту организацию, деятельность которой они представляют себе наиболее хорошо. В итоге общее число голосов респондентов распределилось по группам лиц, симпатизирующих той или иной общественной организации. Полученные данные позволили, в частности, получить представление о характерных чертах имиджа таких организаций как «Гринпис России» (Greenpeace) и Всемирный фонд дикой природы (WWF).

Дальнейшее рассмотрение имиджа этих организаций было направлено на оценку такого его качества как «мобилизационная привлекательность». Для этого вся выборка была распределена на три группы, в зависимости от заявленного респондентами отношения к перспективе личного участия в волонтерской деятельности. В итоге были выделены три группы лиц, которые: «готовы участвовать» – 16,2% от общего числа опрошенных, «не готовы» – 19,7%, «затруднились с ответом» – 10,7%, остальная часть опрошенных «готова участвовать лишь при определенных условиях». Применительно к этим группам респондентов были выявлены показатели ответов на те вопросы, которые характеризуют такие стороны их отношения к имиджу организации как «интерес», «понимание» и «вовлеченность».

Полученные данные показывают, что хотя «Гринпис России» более известен студенческой молодежи, чем Всемирный фонд дикой природы (WWF) – 65,7% против 30,7% от общего числа опрошенных – мобилизационная привлекательность имиджа «Гринпис России» менее отражена в восприятии студенческой молодежи. Это позволяет предположить, что простая известность той или иной общественной организации не является ключевым моментом для вовлечения волонтеров в общественно-полезную деятельность. Для обеспечения этого процесса необходимо добиваться формирования у лиц, симпатизирующих данной организации, не просто знания или узнавания, а «мобилизационной привле-

кательности» как проявления внимания к информации о деятельности НКО, самостоятельного поиска необходимых сведений о волонтерстве, принятия целей деятельности организации, готовность к сотрудничеству с членами организации в проведении мероприятий.

Для изучения влияния регулятивно-го воздействия волонтерской общности на проявления добровольческой активности входящих в нее участников было проведено исследование в рамках международного волонтерского лагеря «Solta Solar Academy», организованного Volunteers Centre Zagreb (SCI Croatia) и Green Action (Friends of the Earth Croatia), который проходил в Хорватии в период 6-19 июля 2008 года. В работе лагеря принимал участие 21 человек из 13 стран мира. Возраст от 18 до 30 лет. Большинство из них – студенты. 1/3 – юноши, остальные – девушки.

Для исследования взаимовлияния внутригрупповых отношений и уровня групповой активности испытуемым была предложена модифицированная методика векторного моделирования образовательной среды В. Ясвина [19]. Рассматривая вопрос о возможности использования данной методики в нашем случае, мы исходили из того, что волонтерский лагерь может быть рассмотрен как одна из форм образовательного взаимодействия. При этом в тексте самого опросника термин «образовательная среда» был заменен на термин «среда волонтерского лагеря». В итоге диагностические вопросы В. Ясвина [18], были адаптированы нами к целям и условиям данного исследования.

При этом «активность» понимается как возможность проявления участниками таких свойств деятельности как продуктивность, инициативность, стремление к чему-либо, упорство в этом стремлении, борьба личности за свои интересы, отстаивание этих интересов и т.п. Соответственно, «пассивность» рассматривается как отсутствие этих условий. «Свобода» связывается здесь с характером отношений, которые бы обеспечивали независимость суждений и поступков, свободу выбора, самостоятельность, внутренний локус контроля и т.п. Наконец, «зависимость» понимается как следование внешнему управлению, проявление внешнего локуса контроля, нивелирование индивидуальности и т.п.

Всего было проанализировано и обобщено 18 заполненных анкет. В итоге оказалось, что большая часть опрошенных – 66,6%, оценили среду лагеря как активную и зависимую, т.е. обозначили ее как «карьерную» среду. При этом, 38,8% от этого числа опрошенных определили данную среду как «сбалансированную», 22,2% - как «карьерную среду активной зависимости» и 5,5% - как «карьерную среду зависимой активности». Эти данные указывают на то, что большинство участников лагеря воспринимало социально-психологические условия молодежного лагеря как среду, ориентированную на активную деятельность и направляемую руководством лагеря (в данном случае ее кэмп-лидером).

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы. Волонтерский лагерь с точки зрения самих участников выступает средой, благоприятной для активности в том случае, когда зависимость от действий руководства лагеря имеет свои разумные границы. Все это может создавать условия для проявлений некоторой пассивности со стороны некоторой части участников. Однако эта их безынициативность вполне компенсируется теми проявлениями продуктивной активности, которую данный стиль руководства порождает у большинства участников лагеря. Положительным можно признать и то, что никто из опрошенных не считает лагерь «догматической» средой, способной лишь обеспечивать пассивное существование при полном подчинении руководителям лагеря.

Для выявления характера отношений добровольцев к итогам своей работы по реализации добровольческих проектов нами была использована методика глубинных интервью с участниками волонтерских лагерей природоохранной направленности. Было опрошено 29 респондентов в возрасте 19-25 лет. Опрос был направлен на выяснение того, какую оценку дают молодые люди своим добровольческим действиям на фоне других событий своей жизни. При этом выделялись оценки, связанные с изменениями в их мировоззрении, с накоплением ими познавательного материала, с изменением отношения к окружающим людям и самому себе. В своих ответах респонденты отмечали, что работа в волонтерском лагере позволила им по новому взглянуть на проблемы общества, в частности на отношение лю-

дей к природе и ее охране. Многим лагерь позволил получить новые знания и умения в природоохранной сфере, в уходе за животными. Но основные впечатления были связаны с общением с коллегами по лагерю и с отношением к ним со стороны других ровесников («нашел новых друзей», «все удивлялись моей активностью», «я понял, что многое могу сделать для других»). Все это позволяет предположить, что участие в волонтерской деятельности оказывает влияние на смысловую ориентацию, позволяя усиливать альтруистические тенденции в поведении и мировоззрении.

Таким образом, процесс вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций может быть рассмотрен как определенная социальная технология целенаправленного воздействия групп членства на социально активную часть общества, в ходе которого становится возможным вхождение симпатизирующих общественным проектам лиц в процесс реализации добровольческого труда с их последующим закреплением в статусе участника волонтерского движения. В ходе реализации данной социальной технологии обеспечивается достижение ряда общественно-значимых функций, среди которых ведущую роль призваны играть мобилизующая, интегративная и социализирующая функции.

Успешную реализацию данных функций призвано обеспечить выполнение ряда социально-психологических условий. Во-первых, необходимо обеспечить представленность в общественном мнении целей и ценностей добровольческой деятельности по реализации выдвигаемых общественной организацией проектов и программ в интересах конкретных благополучателей. Во-вторых, обеспечить такую регуляцию добровольческого труда, при которой происходит нарастание интенсивности групповых связей и коллективных действий в интересах достижения общих целей. В-третьих, обеспечить закрепление добровольческих тенденций в смысловой ориентации участников волонтерского труда посредством актуализации процесса самооценки ими своего волонтерского опыта.

Эффективность протекания процесса вовлечения волонтеров в деятельность общественных организаций во многом определяется следующими социально-психологическими показателями: а) уровнем

мобилизационной привлекательности целей и идей общественно-полезной деятельности, представленных посредством имиджа общественной организации; б) формой организации внутригрупповых отношений в рамках волонтерской общности, направленных на развитие инициативы участников добровольческого труда; в) содержанием смысловой ориентации участников волонтерских акций, формируемой под влиянием референтных по отношению к волонтерскому движению лиц. Основным направлением данной работы является повышение активности граждан в реализации процессов общественного служения в интересах развития гражданского общества в нашей стране.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бганцев В.В. Системная динамика социальных организаций в процессе общественной трансформации: Дисс. ... кандидата социологических наук. М., 2003. 160 с.
2. Вуколов Н. // <http://socpolitika.ru/rus/ngo/research/document8408.shtml>
3. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. Учебное пособие для высших учебных заведений. М.: Наука, 1994. 304 с.
4. Закон РФ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». М.: Ось-89, 2008. 64 с. (Федеральный закон).
5. Заславская Т.И. Социальные трансформации в России в эпоху глобальных изменений. Доклад на открытии III Социологического конгресса, 21 октября 2008 г. - <http://www.polit.ru/science/2008/10/29/soctransformations.html>
6. Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция. М.: Дело, 2002. – 568 с.
7. Кордонский, М.Б., Ланцберг, В.И. Технология группы. Заметки из области социальной психологии неформальных групп. Издание 4-е, исправленное и дополненное. Одесса Туапсе, 1996. 68 с.
8. Кудринская, Л.А. Добровольческий труд: опыт теоретической реконструкции: Дис. ... докт. социол. наук. М., 2006. 302 с.
9. Кутлалиев А., Попов А. Эффективность рекламы. М.: Изд-во Эксмо, 2005. 416 с.
10. Лучанкин А.И. Социально-клубная работа с молодежью: проблемы и подходы. – 3-е изд., [испр. и доп.]. Екатеринбург : ИФиП УрО РАН : ИнКОТ, 1997. 396 с.
11. Морозов А.В. Социально-педагогическая деятельность волонтеров зарубежных неправительственных организаций по профилактике

- девиантного поведения подростков: Дисс. ... канд. пед. наук. М., 2004. 169 с.
12. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. – М.: Аспект-Пресс, 2002. 223 с.
13. Социально-культурная деятельность. Теория и методика организации деятельности общественных объединений (учебное пособие). Авторы/составители: Санкин Л. А. СПб.: Издательство СПбГУП. 2006. - 336 с.
14. «Сочи-2014» возродит волонтерское движение в России» - <http://sochi2014.com/84840>
15. Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. № 1760-р. <http://www.admhmao.ru/socium/molod/Управ/1760.htm>
16. Франчук В.И. Теоретико-методологические основы общей теории социальных организаций: Автореферат дисс. ... докт. социол. наук. Москва, 2002. 40 с.
17. Шихирев П.Н. Современная социальная психология. М.: Деловая Книга, Институт психологии РАН, КСП+, 2000. 448 с.
18. Ясвин В.А. Векторная модель школьной среды // Директор школы. 1998. №6. С. 13-22.
19. Ясвин В.А. Образовательная среда: от моделирования к проектированию. М., Смысл, 2001. 365 с.

A. Barkhaev
SOCIAL-PSYCHOLOGICAL CONDITIONS OF DRAWING VOLUNTEERS INTO THE NGO'S ACTIVITY

Abstract: The theoretical prerequisites for consideration of the process of drawing volunteers into the NGO's activity, that make it possible to interpret this process as a form of social influence of membership groups on the potentially active people in order to establish in the society such values as altruism and humanism, are presented in article. The main social-psychological conditions, that ensure the efficiency of this process, and the characteristics of its display, are revealed in research.

Key words: nonprofit organizations, societal space, work potential of volunteering, personal choice, membership groups.

УДК 159.9 : 316.37

Маторо О.В.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОРТРЕТА КУРСАНТА, СОЗДАЮЩЕГО КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ В ОБЩЕНИИ*

Аннотация: В статье описываются результаты исследования психологического портрета курсанта, создающего коммуникативные барьеры в общении, выполненного на выборке 151 курсанта военного института с использованием психосемантической методики «Личностный дифференциал» (А.М. Эткинда). На основе обобщения полученных результатов сделан вывод о том, что в представлениях опрашиваемых военнослужащих возникновение коммуникативных барьеров в общении с курсантом связывается не с отсутствием у него социально-желательных психологических характеристик, а с наличием у него личностных свойств коммуникативной пассивности и «слабости я»: молчаливости, замкнутости, необщительности, пассивнос-

ти, неуверенности в себе, слабовольности, робости, слабости.

Ключевые слова: психологический портрет, коммуникативные барьеры, эффективность деятельности, воинский коллектив.

Повышение качества и эффективности деятельности курсантских коллективов военных институтов в значительной степени зависит от совершенствования межличностного общения. В современных условиях умение контактировать, сотрудничать с другими людьми является одним из ведущих показателей социально активной личности. Вместе с тем, общение не всегда бывает успешным, комфортным, благополучным и налаженным. Во многих ситуациях в процессе общения возникает ряд

* © Маторо О.В.