



Научная статья
DOI [10.19181/nko.2024.30.2.7](https://doi.org/10.19181/nko.2024.30.2.7)
EDN [INJDOY](https://edn.injdoj.ru)
УДК 316.354.4



М. В. Певная¹, Д. В. Минченко¹, Е. И. Початкова¹

¹ Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.
Екатеринбург, Россия

УПРАВЛЯЕМОСТЬ МОЛОДЕЖНОГО МЕДИАВОЛОНТЕРСТВА: ХАРАКТЕРИСТИКИ АКТИВНОСТИ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ УСЛОВИЯ

Аннотация. Статья посвящена изучению опыта молодых россиян в медиаволонтерстве, выявлению потенциала данного вида просоциальной активности и определению условий для его расширения в молодежной среде. Анализ научной литературы и результаты социологического опроса молодежи Свердловской области в возрасте от 14 до 35 лет позволили определить факторы и характеристики активизации субъектности молодого поколения в медиаволонтерских инициативах. Установлено, что для повышения управляемости цифрового добровольчества среди молодежи потенциальные медиаволонтеры должны осознавать ценность своей деятельности в медиа-пространстве для себя лично. В этой связи требуется расширение взаимодействия не только между организаторами добровольческой деятельности и добровольцами, но и между волонтерами и благополучателями. Это условие связано и с необходимостью транслирования в публичном пространстве как самих инициатив, так и качественных изменений в жизни конкретных людей и сообществ, которые произошли благодаря помощи медиадобровольцев. Следующим важным аспектом является выбор канала связи с потенциальными волонтерами, в этом отношении социальные сети и онлайн-платформы наиболее удобны в использовании как для организаторов, так и для самих добровольцев. Установлено, что при наличии базовых навыков работы в цифровой среде у современной молодежи ведущим мотивом включения молодых уральцев в волонтерские практики в формате онлайн являются перспективы получения новых знаний и навыков, полезных для их личного и профессионального развития. Молодежи важно понимать, что в конкретной практике медиаволонтерства она будет взаимодействовать с профессионалами. Для старшеклассников определяющее значение имеет социальная среда медиаволонтерства – нужно создать условия, чтобы они могли делать что-то полезное совместно с друзьями. В исследовании доказано, что для управляемости данного вида добровольчества важна дружественная цифровая среда, которая в нашей стране формируется благодаря федеральным цифровым платформам. Молодые россияне достаточно хорошо знакомы и с платформой «Добро.РФ», и с порталом «Решаем вместе, голосование». Использование сервисов «Госуслуги» коррелирует с интересом молодежи к контенту федерального волонтерского портала. Полученные результаты могут быть использованы организаторами социальных проектов в некоммерческом секторе для повышения эффективности рекрутинга молодых волонтеров и расширения их функционала.

Ключевые слова: управляемость, медиаволонтерство, молодежь, добровольчество, организационные условия, субъектность молодежи

Для цитирования: Певная М. В., Минченко Д. В., Початкова Е. И. Управляемость молодежного медиаволонтерства: характеристики активности и организационные условия // Наука. Культура. Общество. 2024. Т. 30, № 2. С. 99–115. DOI [10.19181/nko.2024.30.2.7](https://doi.org/10.19181/nko.2024.30.2.7). EDN [INJDOY](https://edn.injdoj.ru).

Введение. Процесс цифровой трансформации за последние несколько десятилетий охватил практически все сферы общественной жизни, не только детерминировав экономические преобразования, но и изменив привычные практики социального взаимодействия [1]. Повсеместная цифровизация, ускорившаяся под влиянием

пандемии COVID-19, стала катализатором для переосмысления традиционных подходов к работе, образованию, коммуникации и социальному обмену.

По данным отчёта Digital 2024: Global overview report, количество пользователей Интернета в начале 2024 года достигло 5,3 млрд человек или примерно 66% от общего числа жителей нашей планеты¹. Среди россиян наибольшей готовностью к использованию современных технологий, включая Интернет, обладает молодое поколение в возрасте от 14 лет². Доля ежедневных пользователей Интернета среди российской молодёжи близка к абсолютной³. Схожая ситуация сложилась в большинстве стран мира, в связи с чем в повестке Организации Объединённых Наций (ООН) ведущее место занимает безопасность цифровой активности молодёжи⁴. К последней можно отнести и волонтерство онлайн как практику добровольчества, востребованную в решении задач местных сообществ и глобальных проблем человечества.

Последние несколько лет в нашей стране наблюдается устойчивый рост интереса к волонтерству. Ежегодно увеличивается число людей, готовых безвозмездно уделить своё время и приложить усилия для помощи другим. В 2023 году численность зарегистрированных добровольцев в России возросла до 21 млн, что почти в 3 раза превышает показатели 2017 года⁵. По данным ВЦИОМ, в 2023 году в ближайшем окружении более половины россиян (57%) оказались родные и друзья, принимающие участие в добровольчестве⁶.

В современной России волонтерство признается в качестве одного из ключевых направлений государственной молодёжной политики. Молодёжь, будучи поколением «цифровых аборигенов», чаще других возрастных групп применяет информационные технологии в волонтерских проектах. Средний возраст добровольца, авторизованного на платформе Добро.РФ, – 25 лет, а сама молодёжь (от 18 до 35 лет) составляет 43% от общего числа зарегистрированных пользователей⁷. И в мировом сообществе ООН актуализирует медиаволонтерство в молодёжной среде как направление добровольческой деятельности, способствующее устойчивому развитию общества⁸. Исследовательский фокус данной статьи направлен на выявление характеристик медиаволонтерства и организационных условий для вовлечения российской молодёжи в его практики.

¹ Kemp S. Digital 2024: Global overview report // DataReportal. 31.01.2024. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> (дата обращения: 10.05.2024).

² Полякова В. В. Уровень технологической готовности россиян // НИУ ВШЭ. 19.01.2024. URL: <https://issek.hse.ru/news/889414376.html> (дата обращения: 10.05.2024).

³ Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения // ВЦИОМ. 10.08.2023. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechennost-i-predpochtenija> (дата обращения: 10.05.2024).

⁴ Безопасность детей и молодежи в Интернете // ООН. URL: <https://www.un.org/ru/global-issues/child-and-youth-safety-online> (дата обращения: 10.05.2024).

⁵ Проект Постановления Государственной Думы 475971-8 «Об информации руководителя Федерального агентства по делам молодежи К. Д. Разуваевой о реализации молодёжной политики в РФ и мерах по обеспечению нравственного и патриотического воспитания молодого поколения» от 31.10.2023 // СОЗД ГАС «Законотворчество». 02.11.2023. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/475971-8> (дата обращения: 10.05.2024).

⁶ Волонтеры России: мониторинг // ВЦИОМ. 04.12.2023. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/volontery-rossii-monitoring> (дата обращения: 10.05.2024).

⁷ Там же.

⁸ Become an Online Volunteer // UN Volunteers. URL: <https://www.unv.org/become-online-volunteer> (дата обращения: 10.05.2024).

Проблематика медиаволонтерства в научных исследованиях. В научном дискурсе существует неоднозначность в определении термина «медиаволонтерство». Часто его замещают такими понятиями, как «виртуальное волонтерство», «цифровое волонтерство», «киберволонтерство», «е-волонтерство», «интернет-волонтерство». Однако под медиаволонтерством чаще всего понимают любую форму добровольческой деятельности, реализуемую посредством Интернета [2, с. 127].

Российские исследователи полагают, что по своему характеру медиаволонтерство соотносится с описанным Л. Хастинкс (L. Hustinx) и Ф. Лэммертин (F. Lammertyn) новым видом «рефлексивного» добровольчества [3, с. 362]. Ему присущи индивидуализм, мотивация к самореализации, эпизодическое волонтерское участие, снижение уровня организации добровольческих проектов, повышение значения самоорганизации, преобладание самостоятельного выбора волонтерами сферы своей активности [4, с. 168]. Во многом сопряжение трактовки медиаволонтерства с рефлексивным добровольчеством обусловлено характеристиками этой практики, такими как опосредованность взаимодействия, удаленность субъектов коммуникации, виртуальность, спонтанность подключения, гибкость участия и мотивации [5], а также инклюзивность [6, с. 4466]. Перечисленные особенности медиаволонтерства в значительной степени детерминированы разнообразием средств распространения информации в Интернете. Среди наиболее популярных инструментов – социальные сети, мобильные приложения, цифровые платформы, которые используются как для рекрутинга и обучения добровольцев, так и в ходе непосредственного осуществления волонтерами работы [7].

Ключевая характеристика данного феномена – безвозмездный характер деятельности добровольца. В этом смысле медиаволонтерство рассматривается как вид социального участия и определяется как «социальные практики и коллективная деятельность молодежи, направленные на удовлетворение общественных интересов, потребностей самой молодежи и развитие гражданского общества, осуществляемые в рамках повседневной жизни при помощи средств коммуникации» [8, с. 172]. Среди основных направлений анализируемого вида добровольчества выделяют мобилизацию населения для оказания незамедлительной помощи нуждающимся; привлечение внимания общественности к актуальным социальным проблемам, требующим решения; получение необходимой информации для осуществления практических действий, техническая поддержка координации усилий волонтеров в онлайн-среде [3].

Медиапрактики и возможности виртуальной среды для молодежи есть нечто иное, как инструменты социализации и самоактуализации [9]. Цифровое пространство постепенно становится неотъемлемой частью повседневной жизни молодых россиян как сетевого поколения, которое отличает высокая многозадачность, мобильность, гиперактивность и гибкость мышления [10]. Для молодежи характерна потребность как в самовыражении, так и в раскрытии творческого потенциала в Интернете, где масштабы виртуального сообщества глобальны, многое доступно и относительно безопасно [11]. Терминальной ценностью при этом выступает гедонизм, позволяющий, по мнению молодежи, жить каждому «здесь и сейчас» («в моменте») [12]. Социологи фиксируют ориентацию молодежного сообщества на креативность и служение, выделяют готовность юношей и девушек совместно с единомышленниками вовлекаться в решение социально значимых проблем [13, с. 78].

Медиаволонтеры значительное время посвящают своему личностному развитию, участвуют в социокультурной жизни местных сообществ и в общественно-политических событиях. Для российского сетевого поколения важна возможность попробовать себя в новых занятиях, характерна любовь к свободе, значима быстрая передача информации [14]. В этой связи видится логичным, что молодежь реальному взаимодействию с другими людьми, как правило, предпочитает погружение в цифровую действительность [15, с. 206]. Тем не менее она готова к просоциальной активности – волонтерству [16, с. 835]. Можно заключить, что содержание практик медиаволонтерства во многом удовлетворяет интересы и соответствует приоритетам российской молодежи.

Возникновение медиаволонтерства является очередной вехой в общественном развитии [17, с. 175]. Оно отличается от традиционных форм волонтерства лишь инструментами его реализации. Однако чтобы оно действительно стало частью жизненного мира молодежи, необходимо создание благоприятных для этого условий [18]. В этом плане управляемость медиаволонтерства напрямую связана с формированием субъектности молодежи, которую характеризует приобретение качеств, необходимых как для личностного развития молодых людей и девушек, так и для общественного развития. В добровольчестве она может проявляться тогда, когда усилия молодого поколения направлены на решение социальных проблем локальных сообществ или на оказание посильной помощи публичной власти. В этом случае важна актуализация самой проблемы в сознании каждого молодого человека, а также его готовность к преодолению существующих сложностей [19].

В научной литературе выявляются три фактора, которые могут оказать воздействие эффективной реализации волонтерских практик в Интернете: обеспечение доступности, наличие ресурсов различных типов и сети партнерских отношений. В данном случае доступность – осведомленность общественности о возможностях участия. Не менее важны и ресурсы (финансовые, материально-технические, человеческие) для налаживания процессов поиска и отбора добровольцев, управления волонтерским потенциалом. Сети партнерских отношений, в свою очередь, включают в себя реальные и потенциальные организации для рекрутинга и обучения медиаволонтеров [20].

Медиаволонтерству присуще активное использование различных информационных ресурсов открытого доступа. Онлайн-идентичность, в том числе визуальная, и репутация общественных учреждений как организаторов волонтерских проектов и мероприятий не связаны со степенью поддержки их инициатив населением. Важны содержание и ценности, транслирующиеся в информационной среде [21, с. 11]. Детерминантами вовлечения молодых в цифровое добровольчество могут выступать как их стремление к саморазвитию, так и альтруизм. Практики волонтерства в онлайн-пространстве могут стать частью социальной реальности только тогда, когда они в полной мере будут отражать интересы молодежи [22, с. 91].

Для молодежи важна полнота раскрытия той ценности, которую помощь волонтера в Интернете принесет не только для него самого, но и для благополучателей практики [23, с. 87]. Существенным ограничением медиаволонтерства является отсутствие непосредственного «живого» контакта того, кто безвозмездно оказывает помощь с теми, кто в этой помощи нуждается, или с организаторами [23, с. 86]. Таким образом, не только создаваемая ценность, но и выбранный канал связи с потенциальными медиаволонтерами играет ключевую роль в определении наиболее эффективных стратегий для организации добровольческой

деятельности [4, с. 173]. В этом контексте особенно значимы платформы, позволяющие освещать ту или иную активность в сети, ориентировать молодых людей и девушек на участие, поддерживать начинающих волонтеров в их труде и оказывать влияние на личное восприятие индивидуального опыта [24]. Следуя этой логике, к перспективным каналам связи можно отнести и социальные сети, в которых формируются волонтерские сообщества [25; 26].

Установлено, что молодые волонтеры охотнее вовлекаются в просоциальные проекты и программы при условии их сопровождения и персонального курирования [27, с. 1331]. Обучение и поддержка представляются критически необходимыми в условиях ограниченного личного контакта волонтеров и организаторов добровольческой деятельности, присущих медиаволонтерству. Во многих международных исследованиях подчеркивается важность качественной подготовки волонтеров к автономной деятельности в Интернете [21]. В России такая подготовка медиадобровольцев осуществляется в том числе на онлайн-платформе Добро.РФ с помощью образовательных курсов, разработанных экспертами и представителями некоммерческого сектора. Отдельно можно выделить сервисное медиаволонтерство, отличающееся эпизодичностью участия в определенных добровольческих практиках. Несмотря на то, что по определению эпизодические волонтеры выполняют простые задания, для них важно понимать смысл выполняемой работы и свою роль в общем деле [28, с. 400].

Таким образом, управляемость медиаволонтерства сопряжена с формированием у молодых людей определенных социальных качеств, которые определяли бы их активность как медиаволонтеров, способствуя самореализации каждого из них в реализации социальных проектов и инициатив общественного сектора. Управляемость медиаволонтерством можно трактовать как создание условий для формирования субъектности молодежи, трактуемой нами как вовлеченность в различные практики медиаволонтерства, в которых развиваются сами волонтеры и решаются различные общественные проблемы.

Цель повышения управляемости медиаволонтерства, на наш взгляд, заключается в разрешении социального противоречия между ограниченной распространённостью медиаволонтерства в молодежной среде и представлениями об интересах молодежи как цифрового поколения при широкомасштабных условиях для цифровой гражданской активности, которые сегодня создаются в нашей стране. Для достижения этой цели важно понимать мотивацию в отношении медиаволонтерства как одну из важнейших характеристик субъектности молодежи [30, с. 100]. Управление молодежным медиаволонтерством комбинирует процессы самоорганизации и механизмы организационного (управленческого) воздействия [31]. Соответственно необходимо конкретизировать условия, при которых получают развитие определенные социальные качества молодых людей и девушек как медиаволонтеров. По аналогии с занятостью молодежи этот процесс можно оценивать в двух измерениях: ценностно-мотивационном (ценностно-мотивационные основания добровольчества) и структурном (институционально-организационные предпосылки осуществления волонтерства) [29].

Характеристика эмпирического исследования. Эмпирическим базисом статьи стали результаты социологического исследования молодежи Свердловской области в возрасте от 14 до 35 лет, реализованного в период с 01.08.2023 г. по 10.11.2023 г. на кафедре социологии и технологий ГМУ УрФУ при участии авторов данной статьи. Целью исследования, выполненного методом анкетирования

по стандартизированному бланку опроса, являлся анализ волонёрской (добровольческой) деятельности молодёжи Среднего Урала. Анкета включала соответствующие исследовательским задачам пять блоков закрытых, альтернативных и поливариантных вопросов. Она была создана в Яндекс-формах, распространялась через официальную рассылку по образовательным учреждениям, муниципальным детско-юношеским и молодёжным организациям, региональным учреждениям сферы культуры, крупным предприятиям различных муниципальных образований Свердловской области. Дополнительно анкета распространялась через тематические молодёжные группы Свердловской области, а также через официальные группы социальных сетей общественных и молодёжных объединений, социально ориентированных некоммерческих организаций, работающих с молодёжью. В результате было собрано 6005 анкет. На втором этапе были проведены процедуры случайного отбора и взвешивания для приведения структуры выборки по заданным параметрам в соответствие со структурой генеральной совокупности. Расчёт выборочной совокупности был произведён в соответствии с данными официальной статистики ($N=3000$, выборка квотная, ошибка с дов. вероят. 0,95 менее 4%). Выдержаны квоты по полу, возрасту, основному виду занятости, месту проживания⁹. В выборочной совокупности 51% девушек и 49% юношей. 17% респондентов – старшеклассники, 13% – студенты колледжей и техникумов, 13% – учащиеся университетов, 57% – работающая молодёжь Среднего Урала. В структуре выборки 35% – молодёжь региональной столицы; 17% – жители больших городов с населением от 100 тыс. до 1 млн человек; 11% – респонденты из средних городов с численностью населения от 50 до 100 тыс. человек; 37% – молодые жители малых населённых пунктов с населением менее 50 тыс. человек.

Оценка опыта и мотивационные характеристики медиаволонёрства молодёжи. В статье мы сфокусировались на одной из исследовательских задач опроса, которая касалась изучения опыта медиаволонёрства молодых уральцев, оценки мотивации их добровольческой активности в Интернете, определения содержания интересных для молодого поколения практик такой деятельности на безвозмездной основе.

Для определения уровня вовлеченности в волонёрство, молодёжи Среднего Урала было предложено ответить на вопрос: «Приходилось ли Вам заниматься какой-либо добровольческой деятельностью за последний год?». Ответы респондентов в группах с разным типом занятости представлены в таблице 1.

В целом 66% опрошенных молодых уральцев в 2023 году принимали участие в волонёрстве, в том числе 58% студентов колледжей, среди работающей молодёжи – 69%. В 2023 году 30% из числа региональной молодёжи оказывали безвозмездную помощь кому-то в Интернете. Слабая статистически значимая связь опыта медиаволонёрства проявилась только с возрастом респондентов (см. табл. 2).

В течение 2023 года молодёжь Свердловской области в возрасте от 19 до 25 лет чаще других возрастных групп принимала участие в добровольческих проектах и мероприятиях онлайн (38%). Менее всего в медиаволонёрство была вовлечена работающая молодёжь региона – только каждый четвёртый респондент (24%) данной группы делал что-то безвозмездно для других.

⁹ Население // Свердловскстат. URL: <https://66.rosstat.gov.ru/folder/29698> (дата обращения: 10.05.2024).

Таблица 1

Наличие волонтерского опыта у молодежи Свердловской области
(% от опрошенных по группе)

Тип занятости	Да, приходилось	Нет, не приходилось	Всего
Старшеклассники	63	37	100
Студенты колледжей, техникумов	58	42	100
Студенты учреждений высшего образования	64	36	100
Работающая молодежь	69	31	100

Таблица 2

Наличие опыта медиаволонтерства в разных возрастных группах молодежи Свердловской области

(% от опрошенных по группе, коэфф. Крамера – 0,120; p-value 0,000)

Возрастные когорты молодежи	Имеют опыт	Не имеют опыт	Всего
26-35 лет	24	76	100
19-25 лет	38	62	100
14-18 лет	30	70	100

Выявленные различия могут быть обусловлены двумя группами факторов. В первую очередь, формирование опыта возможно при наличии технических и организационных возможностей. Наличие инструментов (социальных сетей, мессенджеров, графических и иных редакторов, необходимых для производства и распространения контента) и заинтересованных в такого рода деятельности организаций (общественных учреждений, колледжей и техникумов, учреждений высшего образования). Их можно идентифицировать в качестве средовых факторов расширения опыта медиаволонтерства в молодежной среде. Вторая группа факторов связана с субъектом активности. Студенчество – это время активного формирования социальных связей, выходящих за границы учебного коллектива, время активного профессионального роста. Следовательно, молодежь в возрасте 19–25 лет более открыта для участия в медиаволонтерстве. Медиаволонтерство по своему содержанию, как правило, является организованным видом добровольчества, когда инициатором соответствующей практики в сети выступают общественные учреждения, чаще некоммерческие организации (НКО) [27]. С целью определения мотивационных аспектов в отношении помощи региональным НКО в анкете был сформулирован поливариантный вопрос: «Что из перечисленного может повлиять на то, что вы решите помогать НКО в формате онлайн?». Анализ ответов выявил мотивы, которые определяют намерения молодых уральцев в отношении их помощи региональным НКО (см. табл. 3).

Ведущими мотивами участия в практиках медиаволонтерства в оценках всех опрошенных молодых людей и девушек являются: получение новых умений и навыков (36%), соответствие проекта и/или деятельности интересам респондента (32%)

Таблица 3

**Мотивация разных возрастных групп молодёжи Свердловской области
в отношении помощи НКО в формате онлайн (% от ответивших по группе)¹⁰**

Мотивы	Возраст		
	14-18 лет	19-25 лет	26-35 лет
Если меня научат чему-то конкретному в требуемом направлении	36	37	35
Если эту практику поддержит моя школа, учебное заведение, работодатель	20	20	20
Если это будут делать вместе со мной мои друзья	27	21	13
Если меня будут консультировать в процессе работы настоящие профессионалы	22	29	24
Если это будет соответствовать моим интересам	33	36	29
Если это будет действительно приносить пользу людям, обществу	23	33	34
<i>Всего</i>	<i>161</i>	<i>176</i>	<i>155</i>

и общественная значимость проекта (30%). Среди 14–18-летних уральцев наиболее важно получение новых знаний (36%), соответствие проекта интересам (33%) и участие в проектах совместно с друзьями (27%). В группе 19–25 летних сохраняют ведущую роль первые два мотива старшеклассников (37% и 36% соответственно), а на третьем месте оказывается общественная значимость проекта (33%). Среди респондентов 26–35 лет выявлен самый высокий уровень самостоятельности в выборе проекта. Мотив группового участия (вместе с друзьями) выбрали всего 13%.

Результаты исследования подтверждают, что мотивация медиаволонтерства как один из аспектов субъектности молодёжи тесно связана с двумя типами факторов: средовыми и личностными. Опыт медиаволонтерства у молодёжи может быть детерминирован реальными возможностями в практиках медиаволонтерства, молодым уральцам важно взаимодействовать с профессионалами и экспертами в какой-либо интересной для них области. Особую роль играют и возможности освоения новых компетенций, а также осознание молодыми людьми и девушками соответствия выполняемой деятельности в сети Интернет их собственным интересам. Для старшеклассников не менее важным условием включения в социально значимую практику, организованную онлайн, является участие в ней их друзей и знакомых.

Готовность молодёжи к медиаволонтерству. Проанализируем готовность молодёжи к добровольческой деятельности в Интернете применительно к социальной сфере и благотворительности. Респондентам был задан вопрос: «Готовы ли Вы участвовать в социальных проектах, помогать их организовывать онлайн?» (см. табл. 4).

В целом среди молодёжи Свердловской области доля готовых помогать региональным НКО онлайн достигает 34%. Среди работающей молодёжи это число выше (37%). Среди студентов вузов к такой активности готов каждый третий респондент (33%), среди студентов колледжей и техникумов – только каждый четвёртый (24%).

¹⁰ Сумма ответов >100%, так как респонденты могли выбрать нескольких альтернатив.

Таблица 4

Готовность молодёжи Свердловской области к участию в социальных проектах онлайн в разрезе типов занятости (% от опрошенных по группе)

Тип занятости	Готовы	Не готовы	Всего
Старшеклассники	30	70	100
Студенты колледжей и техникумов	24	76	100
Студенты высших учебных заведений	33	67	100
Работающая молодёжь	37	63	100

Тем респондентам, кто готов включиться в социальные проекты онлайн был задан дополнительный вопрос о том, что именно они готовы предпринять для помощи социально ориентированным некоммерческим организациям, политических объединениям и ассоциациям, публичным учреждениям в социальной сфере. Перечень выделенных практик можно представить в виде трёх крупных блоков (данные представлены в таблице 5).

Таблица 5

Приоритеты молодёжи Свердловской области в выборе практик медиаволонтерства (% от числа ответивших)¹¹

Приоритеты	%
Помогать вести сайт организации (наполнять его новостями, модерировать и т.д.)	40
Помогать организовывать или вести онлайн-консультации	28
Создавать новые компоненты сайта (чат-бот и подобные)	14
Вести группы организаций в социальных сетях, собирая информационный контент	31
Готовить видеозаписи с социально-значимых мероприятий, монтировать ролики	20
Вести трансляции, стримы с социально-значимых мероприятий, проектов, акций	15
Готовить качественные фотоматериалы с социально-значимых мероприятий, акций, проектов	22
Собирать и передавать информацию о правонарушениях (распространение наркотиков через Интернет, организация стихийных свалок и т.д.)	16
Писать посты об организации, её проектах, мероприятиях, акциях на своих личных страницах	26
Делать репосты записей в социальных сетях об организации, её проектах, мероприятиях, акциях на своих личных страницах	32
Проводить онлайн благотворительные мероприятия для конкретных людей и НКО в социальных сетях	10
Делать персонализированную рассылку с личного аккаунта в социальных сетях о мероприятиях, акциях, сервисах и социальных ресурсах	16
<i>Всего</i>	270

- Первый блок – практики формальной деятельности с использованием информационных ресурсов организации, – оказался наиболее привлекательным для уральской молодёжи, каждый респондент, готовый к медиаволонтерству в будущем, выбрал как минимум один вариант ответа по

¹¹ Сумма ответов >100%, так как респонденты могли выбрать нескольких альтернатив.

данному блоку. В процентном соотношении ко всем ответам респондентов на поливариантный вопрос доля этой группы практик составила 42%. Помогать вести сайт организации готовы 40% респондентов, почти треть отметили готовность к контент-наполнению и модерированию групп в социальных сетях. Организовать или вести онлайн-консультаций готовы 28%, ещё 14% респондентов выбрали помощь в создании новых компонентов для сайта организации. Все эти практики создают дистанцию между благополучателями и добровольцами, они не оказывают прямого воздействия на имидж добровольца в социальных сетях. Как правило, такая активность после её прекращения не оставит цифровой след конкретного человека.

- Второй блок практик медиаволонтерства ориентирован на индивидуальную активность, связывающую добровольческую деятельность респондента и его персональный имидж в цифровом пространстве, социальных сетях. На этот блок приходится 31% ответов участвующих респондентов. Треть респондентов готовы делать репосты записей об организации, её проектах, мероприятиях, акциях. Писать посты самостоятельно согласны 26%, делать персонализированную рассылку с личного аккаунта и самостоятельно проводить благотворительные мероприятия онлайн могут 16% и 10% респондентов соответственно.
- Третий блок практик медиаволонтерства – универсальные практики, связанные с подготовкой информационных материалов. Всего 27% участвовавших в опросе респондентов относят себя к практикам из этого блока. Каждый четвёртый респондент может и хотел бы готовить фотоматериалы, каждый пятый – видеозаписи социально-значимых мероприятий, акций, проектов. Вести трансляции, стримы, а также передавать информацию о правонарушениях согласны 15% и 16% соответственно.

Важной характеристикой определения готовности молодёжи к медиаволонтерству является информированность и включенность в работу государственных цифровых порталов. Заинтересованные в онлайн-участии должны иметь возможность найти проект, соответствующий их интересам и возможностям. Платформа Добро.РФ – центральное звено цифровой инфраструктуры, созданной для развития добровольчества в России. Один из значимых показателей нашего исследования – знание и использование молодёжью информации этого портала. В 2023 году практически каждый четвёртый (24%) респондент отметил, что зарегистрирован на портале. Ещё 13% – знают о портале, посещали его, но не зарегистрированы. Слышали о нем, но не посещали – 17%. Ничего не знают о портале – 46%.

Важную роль в развитии медиаволонтерства играет и государственный цифровой портал «Госуслуги». Связанное с ним гражданское онлайн-участие наиболее распространено среди работающей молодёжи Свердловской области. В рамках исследования был предложен вопрос с перечнем основных сервисов портала «Госуслуги», где респондент мог отметить сервисы, которые он использовал за последний год. Каждый третий респондент в возрасте от 26 до 35 лет использовал сервис «Решаем вместе, голосование». Анализ структуры группы респондентов, использовавших сервис «Решаем вместе, голосования» выявил, что эти люди также достаточно хорошо информированы о платформе Добро.РФ. Из них 37% зарегистрированы на нем, ещё 19% посещали, 19% слышали о нем. Для сравнения, среди респондентов, не принимавших участие в голосовании на портале «Госуслуги», половина не информирована о платформе Добро.

РФ, а зарегистрирован на нем только 21% респондентов данной группы. Отметим, что между уровнем информированности о платформе Добро.РФ и использованием сервиса «Решаем вместе, голосование» на портале «Госуслуги» выявлена слабая, но статистически значимая связь (см. табл. 6).

Таблица 6

Опыт использования сервиса «Решаем вместе» и платформы Добро.РФ
(% от опрошенных по группе, коэфф. Крамера 0,197, p-value 0,000)

Уровень ознакомленности	Использовал сервис «Решаем вместе, голосование»	Не использовал сервис «Решаем вместе, голосование»
Зарегистрирован на Добро.РФ	37	21
Посещал Добро.РФ	19	12
Знает, но не посещал Добро.РФ	19	17
Не знает о Добро.РФ	25	50
<i>Всего</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

В результате анализа эмпирических данных было установлено, что готовность заниматься медиаволонтерством у молодых уральцев невысока. Для тех опрошенных, кто всё же готов заниматься медиаволонтерством, приоритетными оказались связанные с использованием предлагаемых информационных ресурсов практики, сохраняющие социальную дистанцию между волонтерами и благополучателями социальных проектов. Молодёжь также заинтересована в активностях с использованием персональных цифровых ресурсов, оказывающих влияние на формирование личного имиджа в онлайн-среде. Важно отметить, что лишь немногие оказались готовы к организации мероприятий онлайн или персонализированному участию в рассылке информации. Наименьшую заинтересованность респонденты проявили к универсальным практикам медиаволонтерства, требующим больших усилий и времени (подготовка фото- и видеоматериалов, трансляции и пр.).

Итак, среди молодых уральцев широкий отклик находят практики медиаволонтерства с использованием сайтов и аккаунтов в социальных сетях (как созданных социально ориентированными организациями, так и личных). Ведущим средовым фактором, создающим благоприятные условия для повышения управляемости медиаволонтерства, является активное использование молодым поколением публичных цифровых ресурсов, ориентированных на проявление их гражданской активности. Информированность и регулярное использование таких ресурсов как в повседневной жизни, так и в рамках образовательной или трудовой деятельности могут оказать положительное влияние на популяризацию медиаволонтерства в молодёжной среде.

Заключение. Медиаволонтерство является просоциальной активностью, связанной с реализацией молодёжью её потенциала в процессе выстраивания индивидуальных жизненных стратегий. По своему содержанию медиаволонтерство близко к традиционному добровольчеству. С аксиологической точки зрения медиаволонтерство вписывается в повседневную жизнь российской молодёжи, в то время как сами молодые люди и девушки обладают способностью к самоорганизации и склонностью к альтруизму, благодаря которым проявляется

их субъектность. Субъектность молодёжи представляет собой индивидуальные качества, необходимые для личного и общественного развития, а в контексте медиаволонтерства – для реализации социальных проектов, инициатив, предлагаемых некоммерческими организациями и объединениями. В данном случае стратегическое значение играет управляемость медиаволонтерством, рассматриваемая нами как создание условий для формирования субъектности молодёжи через вовлеченность в цифровые практики волонтерства, в которых развиваются и сами волонтеры, и решаются социальные проблемы. В данной статье была проанализирована распространённость опыта медиаволонтерства среди молодых уральцев, охарактеризована мотивация молодёжи в отношении этого вида добровольческой деятельности.

В 2023 году 30% уральской молодёжи были задействованы в медиаволонтерстве, оказывали помощь региональным социально ориентированным некоммерческим организациям или конкретным людям. Практически каждый третий (34%) сегодня готов присоединиться к практикам медиаволонтерства. Медиаволонтерство не всегда требует от добровольцев владения специальными умениями, для многих цифровых добровольческих практик достаточно базовых цифровых навыков. Тем не менее, по результатам исследования, волонтеров чаще мотивирует к участию в добровольческих практиках в Интернете именно возможность получения новых знаний, умений, а также совмещение полезной для общества деятельности с личными интересами. Важной для расширения медиаволонтерства в молодёжной среде является возможность взаимодействия медиаволонтеров с профессионалами в области медиакоммуникации, дизайна, журналистики, маркетинга и SMM, цифровых специальностей. Для привлечения к медиаволонтерству старшеклассников нужны условия, которые бы позволяли им заниматься социально полезной деятельностью в компании своих друзей. Студенты и работающая молодёжь выше ценят личностное понимание значимости реализуемой деятельности. Молодые уральцы 19–35 лет в качестве одного из значимых мотивов выделяют важность создания общественного блага, реальной пользы от своей деятельности. В этой связи следует подчеркнуть необходимость создания таких организационных условий, в которых результаты работы молодых медиаволонтеров станут носить публичный характер и будут понятными для самих добровольцев.

Молодёжь готова включаться как в формально организованные виды деятельности в рамках медиаволонтерства (вести сайты и группы в социальных сетях НКО), так и неформальные (репостить сообщения, писать посты в социальных сетях, формировать контент для публичных сообществ). Все виды такой активности объединяет один значимый факт – использование цифровых ресурсов. Важным условием для управляемости данного вида добровольчества является организация дружественной цифровой среды.

Помимо дальнейшего развития технологической инфраструктуры волонтерства, которая в нашей стране формируется благодаря федеральным цифровым платформам, необходимо дальнейшее продвижение (в т.ч. информационное) данных ресурсов, а также создание новых возможностей для гражданского участия молодёжи в онлайн-формате. Молодые россияне достаточно хорошо знакомы и с платформой «Добро.РФ», и с порталом «Решаем вместе, голосование»: трое из четырёх опрошенных молодых уральцев (75%), использующих сервис «Госуслуги» для реализации своей гражданской активности, осведомле-

ны о возможностях федеральной волонтерской площадки. При этом в сфере медиаволонтерства оказались особенно субъектны те молодые люди и девушки, кто находится на начальном этапе развития своей профессиональной карьеры. Однако именно эта группа молодежи реже всего вовлечена в медиаволонтерство, она является потенциальным социальным капиталом для развития данного вида добровольчества. Для этого требуется организация адресной информационной работы, направленной на привлечение работающей молодежи в сферу медиаволонтерства.

Библиографический список

1. *Рогачев С. В., Горлов К. Н.* Социальная консолидация в современном городе в условиях развития цифровых коммуникаций // Наука. Культура. Общество. 2022. Т. 28, № 4. С. 75–84. DOI [10.19181/nko.2022.28.4.6](https://doi.org/10.19181/nko.2022.28.4.6). EDN [QJTZJA](https://www.edn.ru/entry/10.19181/nko.2022.28.4.6).
2. *Молчанов С. В., Алмазова О. В., Поскребышева Н. Н.* Представления о волонтерской деятельности у современной молодежи // Национальный психологический журнал. 2020. № 4(40). С. 125–136. DOI [10.11621/npj.2020.0410](https://doi.org/10.11621/npj.2020.0410). EDN [JWLLTR](https://www.edn.ru/entry/10.11621/npj.2020.0410).
3. *Мерсиянова И. В., Брюхно А. С.* Цифровые волонтерские платформы: готовность россиян и потенциал применения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6(160). С. 357–375. DOI [10.14515/monitoring.2020.6.1732](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1732). EDN [GHDPB](https://www.edn.ru/entry/10.14515/monitoring.2020.6.1732).
4. *Hustinx L., Lammertyn F.* Collective and reflexive styles of volunteering: A sociological modernization perspective // *Voluntas*. 2003. Vol. 14, No. 2. P. 167–187. DOI [10.1023/A:1023948027200](https://doi.org/10.1023/A:1023948027200). EDN [EQNOEB](https://www.edn.ru/entry/10.1023/A:1023948027200).
5. *Seddighi H., Salmani I.* Online volunteering, a way to reduce health inequalities: a review study // *Journal of Community Health Research*. 2018. Vol. 7, No. 4. P. 256–264. DOI [10.18502/jchr.v7i4.273](https://doi.org/10.18502/jchr.v7i4.273).
6. *Ackermann K., Manatschal A.* Online volunteering as a means to overcome unequal participation? The profiles of online and offline volunteers compared // *New Media & Society*. 2018. Vol. 20, No. 12. P. 4453–4472. DOI [10.1177/1461444818775698](https://doi.org/10.1177/1461444818775698).
7. *Башева О. А., Ермолаева П. О.* Цифровизация деятельности российских волонтеров в чрезвычайных ситуациях: влияние пандемии или самостоятельный тренд развития? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6(160). С. 376–402. DOI [10.14515/monitoring.2020.6.1746](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1746). EDN [SGOVRT](https://www.edn.ru/entry/10.14515/monitoring.2020.6.1746).
8. Социальное участие молодежи в развитии городов: методологические идеи, методические подходы и опыт исследования конструктивных практик / М. В. Певная, Е. А. Шуклина, Т. Ю. Быстрова [и др.]. Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2020. 244 с. ISBN 978-5-7996-3170-3. EDN [CSSKGD](https://www.edn.ru/entry/978-5-7996-3170-3).
9. *Dunas D. V., Vartanov S. A.* Emerging digital media culture in Russia: modeling the media consumption of Generation Z // *Journal of Multicultural Discourses*. 2020. Vol. 15, No. 2. P. 186–203. DOI [10.1080/17447143.2020.1751648](https://doi.org/10.1080/17447143.2020.1751648). EDN [TTOZMA](https://www.edn.ru/entry/10.1080/17447143.2020.1751648).
10. *Зеер Э. Ф., Церковникова Н. Г., Третьякова В. С.* Цифровое поколение в контексте прогнозирования профессионального будущего // Образование и наука. 2021. Т. 23, № 6. С. 153–184. DOI [10.17853/1994-5639-2021-6-153-184](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2021-6-153-184). EDN [NDPSAT](https://www.edn.ru/entry/10.17853/1994-5639-2021-6-153-184).
11. *Дядык Н. Г.* Смыслжизненные ориентиры студенческой молодежи цифрового поколения // Социум и власть. 2022. № 4(94). С. 26–35. DOI [10.22394/1996-0522-2022-4-26-35](https://doi.org/10.22394/1996-0522-2022-4-26-35). EDN [BHKVRZ](https://www.edn.ru/entry/10.22394/1996-0522-2022-4-26-35).
12. *Аношкин И. В., Сычев О. А.* Связь семейных ценностей молодежи с гедонизмом и эвдемонией // Образование и наука. 2019. Т. 21, № 8. С. 90–111. DOI [10.17853/1994-5639-2019-8-90-111](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-8-90-111). EDN [MDGLQZ](https://www.edn.ru/entry/10.17853/1994-5639-2019-8-90-111).
13. *Apdillah D., Panjaitan Kh., Stefanny N. T. P. [et al.]* The global competition in the digital society 5.0 era: The challenges of the younger generation // *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*. 2022. Vol. 1, No. 3. P. 75–80. DOI [10.55047/jhssb.v1i3.151](https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i3.151). EDN [IQSPAW](https://www.edn.ru/entry/10.55047/jhssb.v1i3.151).
14. *Зинурова Р. И., Никитина Т. Н., Фатхуллина Л. З.* Социальные практики и социально-психологические характеристики поколения Z (по результатам фокус-группового исследования) // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 476. С. 146–158. DOI [10.17223/15617793/476/16](https://doi.org/10.17223/15617793/476/16). EDN [WNOHVA](https://www.edn.ru/entry/10.17223/15617793/476/16).

15. Усов В. Н., Бурицев С. А., Миронов А. С. Социальные последствия изменения досуговых предпочтений современной молодежи: от активных форм отдыха к онлайн-развлечениям // Социология. 2023. № 4. С. 204–211. EDN [WDIKON](#).
16. Беллева Л. А., Зеленев И. А., Прохода В. А. Добровольчество в России: история развития и современные установки молодежи // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. Т. 21, № 4. С. 825–838. DOI [10.22363/2313-2272-2021-21-4-825-838](#). EDN [WBYMHU](#).
17. Кульминская А. В. Добровольчество в сети Интернет: проблемы идентификации // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2019. № 5(62). С. 169–178. DOI [10.26105/SSPU.2019.62.5.016](#). EDN [FZFYSW](#).
18. Boulianne S., Theocharis Y. Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research // Social Science Computer Review. 2020. Vol. 38, No. 2. P. 111–127. DOI [10.1177/0894439318814190](#).
19. Мерзляков А. А. Концептуальные основания исследования субъектности населения // Научный результат. Социология и управление. 2021. Т. 7, № 4. С. 33–47. DOI [10.18413/2408-9338-2021-7-4-0-3](#). EDN [AFSHKS](#).
20. Alony I., Haski-Leventhal D., Lockstone-Binney L. [et al.]. Online volunteering at DigiVol: an innovative crowd-sourcing approach for heritage tourism artefacts preservation // Journal of Heritage Tourism. 2020. Vol. 15, No. 1. P. 14–26. DOI [10.1080/1743873X.2018.1557665](#).
21. Saura J. R., Palos-Sanchez P., Velicia-Martin F. What drives volunteers to accept a digital platform that supports NGO projects? // Frontiers in Psychology. 2020. Vol. 11, Art. 429. DOI [10.3389/fpsyg.2020.00429](#).
22. Зубок Ю. А., Березутский Ю. В. Социальная активность молодежи: мировоззренческие основания саморегуляции // Власть и управление на Востоке России. 2020. № 2. С. 89–105. DOI [10.22394/1818-4049-2020-91-2-89-105](#). EDN [UOMSPG](#).
23. Молчанов С. В., Алмазова О. В., Поскребышева Н. Н. Отношение к цифровому волонтерству российской молодежи // International Journal of Open Information Technologies. 2021. Т. 9, № 12. С. 83–89. EDN [SWKOJP](#).
24. Trautwein S., Liberatore F., Lindenmeier J. [et al.]. Satisfaction with informal volunteering during the COVID-19 crisis: An empirical study considering a Swiss online volunteering platform // Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. 2020. Vol. 49, No. 6. P. 1142–1151. DOI [10.1177/0899764020964595](#).
25. Carlsen H. B., Toubøl J., Brincker B. On solidarity and volunteering during the COVID-19 crisis in Denmark: the impact of social networks and social media groups on the distribution of support // European Societies. 2021. Vol. 23, Sup. 1. P. S122–S140. DOI [10.1080/14616696.2020.1818270](#).
26. Смирнов В. А. Онлайн-сообщества российских волонтеров (на примере социальной сети VKontakte) // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. Т. 25, № 3. С. 71–93. DOI [10.24290/1029-3736-2019-25-3-90-111](#). EDN [PMXDEJ](#).
27. Naqshbandi K. Z., Liu C., Taylor S. [et al.]. «I am most grateful.» Using gratitude to improve the sense of relatedness and motivation for online volunteerism // International Journal of Human–Computer Interaction. 2020. Vol. 36, No. 14. P. 1325–1341. DOI [10.1080/10447318.2020.1746061](#).
28. Краснополская И. И., Гусева П. Д., Мейс Л. [и др.]. Факторы удовлетворенности эпизодических волонтеров // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 2(168). С. 384–408. DOI [10.14515/monitoring.2022.2.2113](#). EDN [RCYDOR](#).
29. Занятость молодежи в мотивационном и структурном измерении / И. В. Батыков, А. В. Батыкова, А. В. Быков [и др.] // Информационно-аналитический бюллетень Института социологии ФНИСЦ РАН. 2017. № 2. С. 1–129. DOI [10.19181/inab.2017.2](#). EDN [YIJOXV](#).
30. Мерзляков А. А. Проблема субъектности в социологии управления // Социологическая наука и социальная практика. 2018. Т. 6, № 4(24). С. 95–104. DOI [10.19181/snsp.2018.6.4.6087](#). EDN [YQJUNZ](#).
31. Социология управления: стратегии, процедуры и результаты исследований / А. В. Тихонов, В. А. Шилова, Е. М. Акимкин [и др.]. М.: Канон+, 2010. 607 с. ISBN 978-5-89697-166-5. EDN [RVXDRD](#).

Поступила: 10.05.2024. Принята: 27.05.2024.

Сведения об авторах:

Певная Мария Владимировна, доктор социологических наук, доцент, заведующая кафедрой социологии и технологий государственного и муниципального управления, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Екатеринбург, Россия. m.v.pevnaya@urfu.ru
Author ID РИНЦ: 594823; ORCID: 0000-0003-3591-1181

Минченко Дарья Вячеславовна, ассистент кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург, Россия.

minchenkodarya@yandex.ru
Author ID РИНЦ: 1160222

Початкова Екатерина Ивановна, магистрант Института экономики и управления, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Екатеринбург, Россия. pochatkova.ekaterina@gmail.com
Author ID РИНЦ: 1215536

M. V. Pevnaya¹, D. V. Minchenko¹, E. I. Pochatkova¹
¹ Ural Federal University. Ekaterinburg, Russia

MANAGEABILITY OF YOUTH MEDIA VOLUNTEERING: CHARACTERISTICS OF ACTIVITY AND ORGANIZATIONAL CONDITIONS

Abstract. The article is devoted to the study of the experience of young Russians in media volunteering, with the objective of identifying the potential of this type of prosocial activity and determining the conditions for its expansion among youth. The analysis of scientific literature and the results of a sociological survey of youth in the Sverdlovsk region aged 14 to 35 years enabled us to identify the factors and characteristics that facilitate the activation of the subjectivity of the youth in media volunteer initiatives. It was found that in order to increase the manageability of digital volunteering among youth, potential media volunteers must understand the value of their activities in the media. It is necessary to expand interaction not only between the organizers of volunteer activities and volunteers, but also between volunteers and beneficiaries. This condition is also connected with the need to broadcast in the public space both the initiatives themselves and the qualitative changes in the lives of beneficiaries that have occurred thanks to the help of media volunteers. The next important element is the choice of communication channel with potential volunteers. Social networks and online platforms are the most convenient and easy to use for both the organizers and the volunteers themselves. It has been demonstrated that if modern youth possess fundamental digital literacy skills, the primary motivation for participation in media volunteer initiatives among young Ural residents is the prospect of acquiring new knowledge and skills for their professional development. The study indicated that for the effective management of this type of volunteering, a supportive digital environment, which is currently being established in our country through the implementation of federal digital platforms, is crucial. Young Russians are well acquainted with both the “Dobro.RF” online platform and the online portal “We decide to”. The results obtained can be used by organizers of social projects in the non-profit sector to improve the efficiency of recruiting young volunteers and expand their functionality.

Keywords: manageability, media volunteering, youth, volunteering, organizational conditions, subjectivity of youth

For citation: Pevnaya M. V., Minchenko D. V., Pochatkova E. I. Manageability of youth media volunteering: characteristics of activity and organizational conditions. *Science. Culture. Society*. 2024;30(2):99–115. (In Russ.). <https://doi.org/10.19181/nko.2024.30.2.7>

References

1. Rogachev S. V., Gorlov K. N. Social consolidation in the modern city in the development of digital communications. *Science. Culture. Society*. 2022;28(4):75–84. (In Russ.). DOI [10.19181/nko.2022.28.4.6](https://doi.org/10.19181/nko.2022.28.4.6).
2. Molchanov S. V., Almazova O. V., Poskrebysheva N. N. Ideas about volunteering among modern youth. *National Psychological Journal*. 2020;(4):125–136. (In Russ.). DOI [10.11621/npj.2020.0410](https://doi.org/10.11621/npj.2020.0410).
3. Mersianova I. V., Briukhno A. S. Digital volunteer platforms: Russians' willingness to use them and application potential. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2020;(6):357–375. (In Russ.). DOI [10.14515/monitoring.2020.6.1732](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1732).
4. Hustinx L., Lammertyn F. Collective and reflexive styles of volunteering: A sociological modernization perspective. *Voluntas*. 2003;14(2):167–187. DOI [10.1023/A:1023948027200](https://doi.org/10.1023/A:1023948027200).
5. Seddighi H., Salmani I. Online volunteering, a way to reduce health inequalities: a review study. *Journal of Community Health Research*. 2018;7(4):256–264. DOI [10.18502/jchr.v7i4.273](https://doi.org/10.18502/jchr.v7i4.273).
6. Ackermann K., Manatschal A. Online volunteering as a means to overcome unequal participation? The profiles of online and offline volunteers compared. *New Media & Society*. 2018;20(12):4453–4472. DOI [10.1177/1461444818775698](https://doi.org/10.1177/1461444818775698).
7. Basheva O. A., Ermolaeva P. O. Digitalization of the Russian emergency volunteers' activities: a pandemic impact or an independent development trend? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2020;(6):376–402. (In Russ.). DOI [10.14515/monitoring.2020.6.1746](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1746).
8. Pevnaya M. V., Shuklina E. A., Bystrova T. Yu. [et al.]. Social participation of youth in urban development: methodological ideas, methodological approaches and experience in researching constructive practices. Ekaterinburg: Ural University Press; 2020. (In Russ.). ISBN 978-5-7996-3170-3.
9. Dunas D. V., Vartanov S. A. Emerging digital media culture in Russia: modeling the media consumption of Generation Z. *Journal of Multicultural Discourses*. 2020;15(2):186–203. DOI [10.1080/17447143.2020.1751648](https://doi.org/10.1080/17447143.2020.1751648).
10. Zeer E. F., Tserkovnikova N. G., Tretyakova V. S. Digital generation in the context of predicting the professional future. *The Education and Science Journal*. 2021;23(6):153–184. (In Russ.). DOI [10.17853/1994-5639-2021-6-153-184](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2021-6-153-184).
11. Dyadyk N. G. Meaningful life guidelines for college kids of the digital generation. *Society and Power*. 2022;(4):26–35. (In Russ.). DOI [10.22394/1996-0522-2022-4-26-35](https://doi.org/10.22394/1996-0522-2022-4-26-35).
12. Anoshkin I. V., Sychev O. A. The relationship of youth family values with hedonism and eudemonia. *The Education and Science Journal*. 2019;21(8):90–111. (In Russ.). DOI [10.17853/1994-5639-2019-8-90-111](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-8-90-111).
13. Apdillah D., Panjaitan Kh., Stefanny N. T. P. [et al.]. The global competition in the digital society 5.0 era: The challenges of the younger generation. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*. 2022;1(3):75–80. DOI [10.55047/jhssb.v1i3.151](https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i3.151).
14. Zinurova R. I., Nikitina T. N., Fatkhullina L. Z. Social practices and socio-psychological characteristics of generation Z (based on the results of focus group research). *Tomsk State University Journal*. 2022;(476):146–158. (In Russ.). DOI [10.17223/15617793/476/16](https://doi.org/10.17223/15617793/476/16).
15. Usov V. N., Burtsev S. A., Mironov A. S. Social consequences of changing leisure preferences of modern youth: from active forms of recreation to online entertainment. *Sociology*. 2023;(4):204–211. (In Russ.).
16. Belyaeva L. A., Zelenev I. A., Prokhoda V. A. Volunteering in Russia: history and attitudes of the contemporary youth. *RUDN Journal of Sociology*. 2021;21(4):825–838. (In Russ.). DOI [10.22363/2313-2272-2021-21-4-825-838](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2021-21-4-825-838).
17. Kulminskaya A. V. Volunteering in the Internet: identification problems. *Bulletin of Surgut State Pedagogical University*. 2019;(5):169–178. (In Russ.). DOI [10.26105/SSPU.2019.62.5.016](https://doi.org/10.26105/SSPU.2019.62.5.016).
18. Boulianne S., Theocharis Y. Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*. 2020;38(2):111–127. DOI [10.1177/0894439318814190](https://doi.org/10.1177/0894439318814190).
19. Merzlyakov A. A. Conceptual foundations for the study of the population subjectivity. Research result. *Sociology and Management*. 2021;7(4):33–47. (In Russ.). DOI [10.18413/2408-9338-2021-7-4-0-3](https://doi.org/10.18413/2408-9338-2021-7-4-0-3).

20. Alony I., Haski-Leventhal D., Lockstone-Binney L. [et al.]. Online volunteering at DigiVol: an innovative crowd-sourcing approach for heritage tourism artefacts preservation. *Journal of Heritage Tourism*. 2020;15(1):14–26. DOI [10.1080/1743873X.2018.1557665](https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1557665).
21. Saura J. R., Palos-Sanchez P., Velicia-Martin F. What drives volunteers to accept a digital platform that supports NGO projects? *Frontiers in Psychology*. 2020;11:429. DOI [10.3389/fpsyg.2020.00429](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00429).
22. Zubok Yu. A., Berezutskiy Yu. V. Social activity of youth: ideological foundations of self-regulations. *Power and administration in the East of Russia*. 2020;(2):89–105. (In Russ.). DOI [10.22394/1818-4049-2020-91-2-89-105](https://doi.org/10.22394/1818-4049-2020-91-2-89-105).
23. Molchanov S. V., Almazova O. V., Poskrebysheva N. N. Digital volunteering attitude in adolescence and youth. *International Journal of Open Information Technologies*. 2021;9(12):83–89. (In Russ.).
24. Trautwein S., Liberatore F., Lindenmeier J. [et al.]. Satisfaction with informal volunteering during the COVID-19 crisis: An empirical study considering a Swiss online volunteering platform. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2020;49(6):1142–1151. DOI [10.1177/0899764020964595](https://doi.org/10.1177/0899764020964595).
25. Carlsen H. B., Toubøl J., Brincker B. On solidarity and volunteering during the COVID-19 crisis in Denmark: the impact of social networks and social media groups on the distribution of support. *European Societies*. 2021;23(Sup. 1):S122–S140. DOI [10.1080/14616696.2020.1818270](https://doi.org/10.1080/14616696.2020.1818270).
26. Smirnov V. A. Online community of Russian volunteers (on the example of social network VKontakte). *Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science*. 2019;25(3):71–93. (In Russ.). DOI [10.24290/1029-3736-2019-25-3-90-111](https://doi.org/10.24290/1029-3736-2019-25-3-90-111).
27. Naqshbandi K. Z., Liu C., Taylor S. [et al.]. «I am most grateful.» Using gratitude to improve the sense of relatedness and motivation for online volunteerism. *International Journal of Human–Computer Interaction*. 2020;36(14):1325–1341. DOI [10.1080/10447318.2020.1746061](https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1746061).
28. Krasnopolskaya I. I., Guseva P. D., Meijs L. [et al.]. Determinants of the Episodic Volunteer Satisfaction. *Monitoring of public opinion: economic and social changes*. 2022;(2):384–408. (In Russ.). DOI [10.14515/monitoring.2022.2.2113](https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.2.2113).
29. Batykov I. V., Batykova A. V., Bykov A. V. [et al.]. Youth employment in the motivational and structural dimensions. *Information and Analytical Bulletin of the Institute of Sociology FCTAS RAS*. 2017;(2):1–129. (In Russ.). DOI [10.19181/inab.2017.2](https://doi.org/10.19181/inab.2017.2).
30. Merzlykov A. A. The problem of subjectivity in the sociology of management. *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2018;6(4):95–104. (In Russ.). DOI [10.19181/snsp.2018.6.4.6087](https://doi.org/10.19181/snsp.2018.6.4.6087).
31. Tikhonov A. V., Shilova V. A., Akimkin E. M. [et al.]. Sociology of management: strategies, procedures and research findings. Moscow: Kanon+; 2010. ISBN 978-5-89697-166-5.

Received: 10.05.2024. Accepted: 27.05.2024.

Information about the authors:

Maria V. Pevnaya, Doctor of Sociological Science, Head of the Department of Sociology and Public and Municipal Administration, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia.

m.v.pevnaya@urfu.ru

ORCID: [0000-0003-3591-1181](https://orcid.org/0000-0003-3591-1181)

Darya V. Minchenko, Assistant of the Department of Sociology and Public and Municipal Administration, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia. minchenkodarya@yandex.ru

Ekaterina I. Pochatkova, Student of the Graduate School of Economics and Management, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia. pochatkova.ekaterina@gmail.com