

УДК 37.06

Динамика развития ценностно-смысловой сферы волонтеров как показателя эффективности деятельности добровольческих организаций

¹ Галина Максимовна Романова

² Ирина Николаевна Макарова

³ Александр Владимирович Шашков

Сочинский государственный университет, Российская Федерация
354000 г. Сочи, ул. Советская 26 а

¹ Доктор экономических наук, профессор

E-mail: university@sufr.ru

² Кандидат психологических наук, доцент

E-mail: in-makarova@yandex.ru

³ Кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: kafpp32@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются теоретико-методологические основания и результаты прикладного исследования ценностно-смысловой сферы людей, вовлеченных в волонтерскую деятельность после Олимпийских и Паралимпийских Игр Сочи 2014. Динамика развития ценностно-смысловой сферы волонтеров как показателя эффективности деятельности добровольческих организаций нашла свое математико-статистическое подтверждение благодаря проведенному эмпирическому исследованию на достаточно репрезентативной выборке респондентов.

Ключевые слова: ценностно-смысловая сфера, вовлеченность, событийные мероприятия, волонтерская деятельность, Олимпийские Игры 2014 года.

Введение. Прошедшие в нашей стране в 2014 году Зимние Олимпийские и Паралимпийские Игры одним из своих позитивных эффектов вызвали всплеск активности волонтерской деятельности в разных слоях и уровнях организации современного российского общества. Опыт олимпийского волонтерства активно транслируется участниками этого события в новые локальные проекты, оказывая тем самым преобразующее воздействие на различные сферы общественного жизнеосуществления. Однако трансформирующие эффекты Олимпиады имеют не только общественное, но и личностное измерение. Люди, имеющие опыт волонтерской жизни и работы на Олимпийских Играх, в определенном смысле выступают трансляторами новых, адекватных для развивающегося, открытого общества ценностей и норм, являются триггерами социально-психологических процессов, стимулирующих культурный прогресс, позитивную динамику самоорганизации социальных институтов гражданского общества в России. Это обуславливает актуальность изучения преобразующих воздействий Зимней Олимпиады в Сочи 2014 на ценностно-смысловую сферу причастных к этому событию людей.

Обсуждение. Ценностно-смысловая сфера человека, являясь традиционным объектом философских, психологических, педагогических, антропологических исследований, не теряет своей актуальности и поныне. Являясь предметом различных психологических исследований, она выступает маркером социально-психологической динамики как отдельной личности, так и больших социальных субъектов. Волонтерские организации как относительно новый участник общественной жизни в нашей стране, безусловно, оказывают влияние на ценностно-смысловой дискурс взаимодействующих с ними групп. Справедливо и обратное утверждение – социально-идеологический контекст, в котором осуществляется волонтерская деятельность, оказывает влияние на ценностно-смысловую сферу включенных в нее субъектов. Эти соображения позволяют нам сформулировать цель, предмет и гипотезу нашего исследования.

Практически все исследователи ценностно-смысловой сферы, описывая ее природу и механизмы происхождения, указывают на присутствие ее во внешнем по отношению к индивиду плане, в качестве содержания культуры, в которой существует человек. В процессе освоения культуры человек присваивает, в том числе систему ценностно-смысловых

конструктов. Ценностные ориентации суть интроекты, но принятые и интегрированные в мировоззрение индивида, они присваиваются и выступают источником не только поведения удерживающего и предписывающего правила обращения с символами и объектами культуры, но и становятся источником социальной активности человека.

По своей сути ценностно-смысловая сфера может быть понята как социально-психологический феномен, существующий в постоянном взаимодействии человека и мира, своеобразным связующим звеном между внутренним миром личности и миром внешних социальных отношений. Но ценностно-смысловая сфера также парадоксальна – ее содержание генетически социально, но онтологически индивидуально. Универсальность и индивидуальность ценностно-смысловой сферы позволяет отдельному человеку, как идентифицироваться с референтными группами людей, так и осознавать свою уникальность, отдельность. В нашем исследовании мы предполагаем, что в человеческом обществе определенная сфера активности (волонтерская деятельность), с одной стороны, привлекает людей с характерным соотношением, рисунком, иерархией универсальных ценностей, а с другой стороны, позволяет трансформировать уже имеющуюся иерархию ценностно-смысловой сферы человека.

Рассматривая волонтерскую деятельность как сферу человеческой активности, в которой происходит формирование новых ценностно-смысловых конструктов, мы анализировали результаты исследований этого вопроса в работах отечественных авторов. Волонтерская работа как один из видов общественно полезной деятельности также выступает фактором, влияющим на ценностно-смысловую сферу человека. Как отмечает И.Ф. Клименко [1], ценности, усваиваемые в процессе развития, зависят от того, в какую деятельность включена личность. Мы анализировали исследования Азаровой Е.С., Яницкого М.С., Екимовой Е.С., У.П. Кретовой и других [2, 3, 4]. Результаты их исследований подтверждают преобразующую роль волонтерской деятельности на ценностно-смысловую сферу человека, однако они выполнены до проведения Зимней Олимпиады 2014. Мы полагаем, что опыт переживания такого крупномасштабного события оказал влияние на людей в него вовлеченных, в том числе на волонтеров [5–13].

Материалы и методы. Для подтверждения выдвинутой гипотезы мы провели эмпирическое исследование ценностно-смысловой сферы олимпийских и паралимпийских волонтеров, сравнивая полученные данные с данными контрольной группы, в которую вошли люди не причастные к волонтерской деятельности. В качестве инструментария исследования мы использовали методику «Диагностика реальной структуры ценностных ориентации личности» С.С. Бубновой и методику исследования «Системы жизненных смыслов» В.Ю. Котлякова. Сбор данных для исследования осуществлялся при помощи созданных на площадке интернет корпорации Google электронных форм.

В нашем исследовании в общей сложности приняло участие 244 человека. Из них 109 не волонтеров и 135 волонтеров. Сбор эмпирических данных проходил в два этапа, что обусловлено спецификой опросов с использованием сети Интернет. На первом этапе в исследовании реальной структуры ценностных ориентаций личности приняло участие 164 человека, на втором в выявлении системы жизненных смыслов участвовали 80 человек. Эмпирической базой исследования выступила аудитория пользователей сети Интернет подписчиков сообществ «Подслушано: VOLONTEERS» - 10441 подписчик (http://vk.com/overhear_sochi2014), «Центр развития волонтерства г. Сочи» - 2108 подписчиков (http://vk.com/sochi_volunteer), «Центр подготовки волонтеров «Forward» СГУ» - 1982 подписчика (http://vk.com/sochi_volunteers). Условимся обозначать выборку респондентов, принявших участие в исследовании реальной структуры ценностных ориентаций, выборкой №1, а респондентов, участвующих в исследовании системы жизненных смыслов, выборкой №2.

Социологические характеристики совокупной выборки представлены в следующих таблицах:

Таблица 1

**Распределение выборки №1 по полу, возрасту, опыту и участию
в волонтерской работе**

Пол	Частота	Проценты
Мужской	43	26,2
Женский	121	73,8
Возраст	Частота	Проценты
18-24	103	62,88
25-30	26	15,9
31-40	25	15,2
41-60	8	4,9
Не указали свой возраст	2	1,2
Волонтерская деятельность на:	Частота	Проценты
Олимпийских Играх 2014	39	23,8
Олимпийских и Паралимпийских Играх 2014	28	17,1
Паралимпийских Играх 2014	5	3,0
Другие международные события	9	5,5
Другие внутрироссийские региональные события	7	4,3
Я не волонтер	73	44,5
Не указали	3	1,8
Опыт волонтерской деятельности	Частота	Проценты
Только Зимние ОИ и ПИ Сочи 2014	26	15,9
От 2х до 5ти проектов разного уровня и статуса	37	22,6
Постоянное участие в волонтерских проектах	24	14,6
Волонтерский опыт отсутствует	68	41,5
Не указали	9	5,5

Таблица 2

**Распределение выборки №2 по полу, возрасту, опыту и участию
в волонтерской работе**

Пол	Частота	Проценты
Мужской	20	25
Женский	60	75
Возраст	Частота	Проценты
18-24	35	43,8
25-30	21	26,3
31-40	22	27,5
41-60	2	2,5
Волонтерская деятельность на:	Частота	Проценты
Олимпийских Играх 2014	14	17,5
Олимпийских и Паралимпийских Играх 2014	20	25,5
Паралимпийских Играх 2014	4	5
Другие международные события	2	2,5
Другие внутрироссийские региональные события	4	5
Я не волонтер	36	45
Опыт волонтерской деятельности	Частота	Проценты
Только Зимние ОИ и ПИ Сочи 2014	13	16,3
От 2х до 5ти проектов разного уровня и статуса	20	25
Постоянное участие в волонтерских проектах	11	13,8
Волонтерский опыт отсутствует	36	45

Как видно из представленных таблиц, выборка характеризуется: по гендерному признаку – большей представленностью женщин (74,2 % от общего числа респондентов); по возрасту наиболее представлена группа респондентов 18-25 лет (56,5 %); по участию в

волонтерской работе – респонденты, участвовавшие в Олимпийских и Паралимпийских Играх Сочи 2014 (45,0 %); по опыту волонтерства наиболее представлена группа с участием в 2х-5и волонтерских проектах (23,3%).

Результаты. В исследовании «реальных жизненных ценностей» приняло участие 164 человека. Полученные результаты позволяют утверждать, что иерархия ценностей волонтеров практически не отличается от иерархии ценностей людей, не причастных к добровольческой деятельности. В тройку ценностей, набравших наибольшее количество баллов вошли: Для волонтеров – «Помощь и милосердие к другим людям» 4,51 балла, «Признание и уважение людей, влияние на окружающих» 4,42 балла и «Любовь» 3,92 балла. Для не волонтеров - «Помощь и милосердие к другим людям» 4,56 балла, «Признание и уважение людей, влияние на окружающих» 4,54 балла и «Любовь» 4,10 балла. Наименее популярные ценности для обеих групп следующие:

Для волонтеров – «Общение» 2,80 балла, «Высокое материальное благосостояние» 2,76 балла и «Высокий социальный статус и управление людьми» 2,97 балла. Для не волонтеров - «Общение» 2,62 балла, «Высокое материальное благосостояние» 3,10 балла и «Высокий социальный статус и управление людьми» 2,99 балла.

Однофакторный дисперсионный анализ и сравнение средних значений по t-критерию Стьюдента между данными о выраженности реальных жизненных ценностей в выделенных группах (волонтеров и не волонтеров) показал, что статистически значимые различия в жизненных ценностях, отличающие волонтеров от людей, не причастных к этому виду деятельности выявлены по двум параметрам – «Приятное времяпрепровождение и отдых» $F=6,759$; $t = -2,6$ при $p \leq 0,01$ и «Здоровье» $F=3,749$; $t=1,936$ при $p \leq 0,05$. Ценность «Приятное времяпрепровождение и отдых» для волонтеров менее значима, чем для людей, не имеющих отношения к волонтерской работе. В тоже время такая жизненная ценность, как «Здоровье» для волонтеров важнее, чем для людей, не причастных к волонтерской работе.

Анализ возрастных и половых особенностей ценностных предпочтений показал, что возрастная группа 18-24 лет характеризуется следующими диспозициями ценностей:

В данной возрастной группе мужчины, не волонтеры, в отличие от мужчин-волонтеров более ценят «Приятное времяпрепровождение» ($4,44 > 3,25$), «Высокое материальное благосостояние» ($3,56 > 3,13$), менее чувствительны к «Прекрасному» ($2,00 < 3,13$), менее любопытны в «Познании нового» ($2,44 < 3,25$), значительно социально пассивны и не верят в возможность позитивных изменений в обществе по результатам своего труда ($2,44 < 3,88$) и не считают «Общение» ценностью ($2,56 < 3,25$). Хотя у мужчин, не волонтеров, данной возрастной группы доминирует ценность «Приятного времяпрепровождения» (4,44 балла), они осознают и ценят «Милосердие и помощь другим людям» – вторая в иерархии лидирующая ценность – 4,11 баллов. Совершенно не понятная для мужчин, не волонтеров, данной возрастной группы ценность «Поиска и наслаждения прекрасным» - 2.0 балла.

Характеризуя женщин волонтеров 18-24 лет, необходимо подчеркнуть, что по большинству ценностей их иерархия совпадает с ценностями женщин, не волонтеров. Однако они чуть менее корыстны – «Высокое материальное благосостояние» ($2,48 < 2,93$), больше ценят здоровье ($3,84 > 3,18$) и чуть меньше думают о любви и отношениях ($3,9 < 4,29$). Независимо от причастности к волонтерской деятельности, женщины этой возрастной группы характеризуются высоким рангом ценностей «Помощи и милосердия» (4,72 и 4,71) и «Признания и уважения людей, влиянием на окружающих» (4,58 и 4,64).

Возрастная группа 25-30 лет характеризуется следующими диспозициями ценностей:

В данной группе не представлены мужчины, не волонтеры. Доминирующей ценностью мужчин-волонтеров является «Здоровье» - 5,25 баллов, а самая незначимая ценность – «Приятное времяпрепровождение» - 2,75 баллов.

Женщины-волонтеры данной возрастной группы характеризуются меньшей ценностью «Приятного времяпрепровождения» ($3,00 < 3,84$), меньшей ценностью «Высокого социального статуса и управления людьми» ($2,44 < 3,61$), и большим значением ценности «Социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе» ($3,44 > 2,76$). Ведущими ценностями женщин-волонтеров в данной возрастной группе являются «Любовь» 4,56 балла, «Помощь и милосердие к другим людям» 4,44 балла и «Признание и уважение людей и влияние на окружающих» 4,44 балла. А вот ведущими ценностями женщин, не волонтеров, для данной возрастной группы являются «Признание

и уважение людей и влияние на окружающих» 4,92 балла и «Помощь и милосердие к другим людям» 4,54 балла.

Возрастная группа 31–40 лет характеризуется следующими диспозициями ценностей: мужчины-волонтеры данной возрастной группы в отличие от мужчин, не волонтеров, больше ценят «Приятное времяпрепровождение и отдых» ($3,8 > 1,75$), «Высокое материальное благосостояние» ($4,4 > 3,0$), а также «Высокий социальный статус и управление людьми» ($3,6 > 2,75$). Для мужчин-волонтеров свойственно меньше ценить «Поиск и наслаждение прекрасным» ($3,2 < 4,00$). Ведущими ценностями мужчин-волонтеров данной группы являются «Высокое материальное благосостояние» – 4,4 балла и «Любовь» – 4,4 балла.

Женщин-волонтеров данной возрастной группы отличает большая ценность «Приятного времяпрепровождения» ($3,71 > 3,22$) и меньшая ценность «Милосердия и помощи другим» ($3,57 < 4,78$). Возможно, это связано с вовлеченностью в реальную деятельность оказания помощи нуждающимся и обусловленное этим развенчание иллюзий. Также женщины-волонтеры в отличие от женщин, не вовлеченных в волонтерскую деятельность, в данной возрастной группе придают меньшую ценность «любви» – ($3,71 < 4,33$). Ведущей ценностью женщин-волонтеров этого возраста выступает «Признание и уважение людей и влияние на окружающих» – 4,29 балла. А вот ведущей ценностью женщин, не волонтеров, является «Милосердие и помощь другим» – 4,78 балла.

Возрастная группа 40–60 лет характеризуется следующими диспозициями ценностей:

В данной возрастной группе, к сожалению, не представлены мужчины, не волонтеры. Для мужчин-волонтеров возрастного диапазона 40–60 лет ведущими ценностями выступают «Помощь и милосердие» – 6 баллов и «Признание и уважение людей, влияние на окружающих» – 6 баллов. Ценностями, получившими наименьшее количество баллов у волонтеров-мужчин данной возрастной группы, являются «Общение», «Высокий уровень материального благосостояния» и «Высокий социальный статус» – 3 балла.

Для женщин-волонтеров этой возрастной группы характерно меньше ценить «Приятное времяпрепровождение» ($2,50 < 4,43$) и «Высокий социальный статус» ($2,00 < 3,00$), однако женщины-волонтеры этой группы более чувствительны и ценят «Признание и уважение людей» ($5,00 > 4,00$). Ведущей ценностью для них выступает «Помощь и милосердие» – 5,5 балла, а наименее важной «Высокий социальный статус» – 2 балла.

Далее мы сравнили средние значения выраженности реальных жизненных ценностей каждой из выделенных по критерию волонтерского опыта групп с такими же показателями у испытуемых, не волонтеров.

Для группы, чей опыт ограничился только Олимпиадой 2014, было выявлено только одно статистически значимое различие в ценностях – «Приятное времяпрепровождение, отдых». Волонтеры этой группы меньшее значение придают ценности «Приятного времяпрепровождения», чем испытуемые, не волонтеры: $t = -1,972$ при $p = 0,05$. В остальном их ценностные предпочтения не имеют значимых различий.

Сравнение средних значений реальных жизненных ценностей по t-критерию для группы участвующих в от 2-х до 5-ти волонтерских проектах показало, что для них более значимой является ценность «Социальной активности для достижения позитивных изменений в обществе»: $t = 2,958$ при $p = 0,004$ ($p \leq 0,01$). По выраженности этой ценности данная группа волонтеров отличается не только от «не волонтеров», но и от волонтеров с другой степенью вовлеченности в волонтерскую деятельность.

На наш взгляд, это очень важная особенность, отличающая волонтеров, для которых добровольческая деятельность является способом внесения позитивных изменений в общественную жизнь, от людей, не причастных к волонтерскому движению.

И наконец, сравнение средних по t-критерию между «не волонтерами» и людьми, постоянно участвующими в волонтерских проектах, показало, что эти добровольцы отличаются от «не волонтеров» и от волонтеров другой степени вовлеченности доминирующим положением ценностей «Поиск и наслаждение прекрасным» – $t = 2,274$ при $p = 0,025$ ($p \leq 0,05$) и «Общение» $t = 2,526$ при $p = 0,013$ ($p \leq 0,05$).

В исследовании системы жизненных смыслов приняло участие 80 человек. Обработка данных показала, что для волонтеров, принявших участие в нашем исследовании, ведущими категориями смыслов выступают категории самореализации ($M = 9,25$), экзистенции ($M = 9,66$) и гедонизма ($M = 9,8$). Наименее важными смыслопорождающими категориями для волонтеров выступают категории статуса ($M = 13,09$) и категория познания ($M = 13,05$).

Для респондентов, не имеющих волонтерского опыта, ведущими смысловыми категориями являются категории семьи ($M = 8,22$) и общения ($M = 8,83$). Категория статуса как смысла жизни, также как и у волонтеров, получила у респондентов, не имеющих волонтерского опыта, наименьшее предпочтение ($M = 13,31$).

Анализ данных (средних) методики «Система жизненных смыслов» позволяет утверждать, что волонтеры живут, чтобы «любить» (2,64), «испытывать счастье» (2,68) и «жить» (2,68). Им совершенно незначимо «познавать Бога» (5,64), «занимать достойное положение в обществе» (4,57) и «быть свободными» (4,34). Они совершенно не собираются «понимать жизнь» (4,25).

Люди, не имеющие волонтерского опыта, живут чтобы «любить» (2,33), «быть с близким человеком» (2,50), «испытывать счастье» (2,61), «передать все лучшее своим детям» (2,78), «ради своей семьи» (2,56), чтобы «чувствовать, что кому-то нужен» (2,89), чтобы «помогать своим родным и близким» (2,89). Те, кто по каким-то причинам не стали волонтерами, совершенно не собираются жить ради «хорошей карьеры» (4,97), «получения разнообразных ощущений и переживаний» (4,89), достижения «достойного положения в обществе» (4,53) и «помощи другим людям» (4,42). «Познание Бога» также не входит и их планы на жизнь (4,58).

Выявление статистически значимых различий в сравнении средних между группами волонтеров и «не волонтеров» методом дисперсионного анализа по фактору наличия/отсутствия волонтерского опыта дало следующие результаты: статистически значимые различия в системе жизненных смыслов у группы волонтеров и группы «не волонтеров» были получены по таким переменным, как:

На уровне статистической значимости $p \leq 0,01$ группы различаются

«жить ради своей семьи» – $F = 7,692$, $p = 0,007$

«чтобы получать как можно больше ощущений и переживаний» – $F = 7,148$, $p = 0,009$

На уровне статистической значимости $p \leq 0,05$ группы различаются

«чтобы передать все лучшее своим детям» – $F = 4,363$, $p = 0,04$

«чтобы быть с близким человеком» – $F = 4,138$, $p = 0,045$

Это означает, что волонтеры совершенно не определяют смысл своей жизни через семью и видят особую ценность в наполненности их жизни ощущениями и переживаниями. Они несколько прохладно относятся к мысли о жизни как способу накопить ресурс, чтобы «передать все лучшее детям» и менее зависимы от перспективы выстроить свою жизнь вокруг «близкого человека», замкнувшись тем самым от мира и утратив себя.

Заключение. Подводя итоги анализу влияния Олимпийских и Паралимпийских Игр Сочи 2014 на ценностно-смысловую сферу человека, можем сделать следующие выводы:

Основываясь на полученных данных о наличии различий в ценностных иерархиях у людей с разной степенью вовлеченности в волонтерскую деятельность, мы можем предложить выделять следующие группы волонтеров:

1. Волонтеры, не вдохновившиеся волонтерской работой – «социально пассивные» – их опыт добровольческой деятельности на Олимпиаде в Сочи 2014 не повлиял на решение участвовать в волонтерских проектах дальше. Их иерархия ценностей в целом совпадает с ценностями не причастных к волонтерству людей, различаясь лишь меньшей склонностью искать приятного времяпрепровождения и отдыха.

2. Волонтеры «преобразователи» – это люди, участвующие в нескольких волонтерских проектах, чье позитивное влияние на жизнь общества несомненно и удовлетворяет потребности, связанные с доминирующей ценностью социальной активности для достижения позитивных изменений в обществе. В отличие от «социально пассивных волонтеров» добровольцы этой группы стремятся к познанию нового в мире и в человеке.

3. Волонтеры, постоянно участвующие в добровольческой деятельности, могут быть обозначены как «социально гармонизирующие». Характеризуясь выраженной ценностью общения и наслаждения прекрасным, волонтеры этой группы свою активность в волонтерских проектах направляют на преобразование и гармонизацию поля социальных контактов.

Подводя итог сравнительному анализу смысловых предпочтений волонтеров и «не волонтеров», необходимо отметить различие в их векторах. У волонтеров, если судить об их смысловых выборах, смыслы жизни указывают на ценность их самостоятельного личностного развития. Быть счастливым самому, собственными усилиями и активностью.

Люди, не имеющие волонтерского опыта, видимо, не способны к самодетерминации и определяют смыслы через обязательное наличие значимых других в своей жизни. Это, по сути, жизнь для и ради кого-то, но не ради себя.

Возможно, такое различие объясняется тем, что волонтеры в своей волонтерской деятельности испытывают много позитивных смыслообразующих переживаний, связанных с более широкими группами совершенно незнакомых людей. Это дает им опыт самодетерминации и важности собственной активности в опыте смыслопривнесения. Люди, лишенные волонтерского опыта, возможно, замкнуты в малых группах своей семьи и друзей и не имеют возможности реализовывать себя где-либо еще. Отсюда формулировки жизненных смыслов концентрируются вокруг концепта семьи.

Благодарности. Исследование выполнено в рамках темы НИР № 3325 «Анализ эффективности деятельности организаций добровольческого (волонтерского) движения», проводимой по государственному заданию Министерства образования и науки РФ в 2015 г.

Примечания:

1. Клименко И.Ф. Генезис ценностных ориентаций, исследование отношения к норме социального поведения на разных этапах социального развития человека // К проблеме формирования ценностных ориентаций и социальной активности личности. М., 1992. С. 3-12.
2. Азарова Е.С., Яницкий М.С. Психологические детерминанты добровольческой деятельности // Вестник Томского государственного университета. № 306. 2008. С. 120–125.
3. Екимова С.Г. Волонтерская деятельность как ресурс личностно-профессионального развития будущих специалистов по социальной работе. Автореф. диссертации на соиск. к.п.н. по специальности 13.00.08 Теория и методика профессионального образования. Хабаровск. 2010.
4. Кретова У.П. Модель волонтерской деятельности // Вестник КРАУНЦ Гуманитарные науки № 2 (24). 2014. С. 37–45.
5. Макарова И.Н. Индивидуально-стилевые детерминанты психических репрезентаций масштабных международных событий // Гуманитарный вектор. 2012. № 1. С. 211–217.
6. Макарова И.Н. Технологии психологической подготовки спортсменов в вузе для Олимпиады Сочи-2014 // Известия Сочинского государственного университета. 2009. № 4. С. 70–78.
7. Макарова И.Н., Поступинская Е.В. Психические репрезентации Олимпиады-2014 в структуре образа мира // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. 2011. № 3. С. 209–214.
8. Романова Г.М., Макарова И.Н., Шашков А.В. Мотивационные аспекты организации волонтерской деятельности в условиях организации событийных мероприятий в туризме // Известия Сочинского государственного университета. 2013. № 4–1 (27) С. 149–158.
9. Романова Г.М., Макарова И.Н., Шашков А.В. Теоретико-методологические основы исследования ожиданий и мотивации волонтеров // Известия Сочинского государственного университета. 2012. № 3 (21). С. 151–161.
10. Романова Г.М., Макарова И.Н., Шашков А.В. Удовлетворенность волонтеров Олимпийских и Паралимпийских Игр 2014 различными аспектами организации волонтерской деятельности // Известия Сочинского государственного университета. 2014. № 2 (30) С. 50–58.
11. Шашков А.В. Экспектации в отношении широкомасштабных социальных событий как предмет социально-психологического изучения // Олимпийский Сочи: Социум. Культура. Личность: Материалы 3-й Всерос. науч.-практ. конф., г. Сочи, 7–9 октября 2010 г. / Отв. ред. И.Н. Макарова, Е.В. Поступинская. Сочи: РИО СГУТиКД, 2010. С.151–156.
12. Maznichenko M.A., Makarova I.N., Shashkov A.V. // Volunteering institute of Russian Federation: prerequisites and models of development // European researcher. 2013. № 12-1 (64). p. 2851–2857.
13. Романова Г.М., Макарова И.Н., Мазниченко М.А. Волонтерское наследие Олимпийских и Паралимпийских игр 2014 г.: организационные и социальные аспекты // Теория и практика физической культуры. 2015. № 1. С. 9-11.

UDC 37.06

**The Dynamics of Value-Semantic Sphere of Volunteers as an Indicator
of the Effectiveness of the Voluntary Organizations**

¹ Galina M. Romanova

² Irina N. Makarova

³ Alexander V. Shashkov

¹⁻³ Sochi state university, Russian Federation

Sovetskaya Str., 26 a, Sochi city, Krasnodar region 354000

¹ Doctor of Economics, Professor

E-mail: university@su-tr.ru

² PhD, Assistant Professor

E-mail: in-makarova@yandex.ru

³ PhD, Assistant Professor

E-mail: kafpp32@yandex.ru

Abstract. The article discusses the theoretical and methodological foundations of applied research and value-semantic sphere of the people involved in volunteer activities after the Olympic and Paralympic Games Sochi 2014. The dynamics of value-semantic sphere of volunteers as an indicator of the effectiveness of the voluntary organizations found its mathematical-statistical evidence due to conducted empirical research on a sufficiently representative sample of respondents.

Keywords: value-sense sphere, engagement, event management, volunteer activities, the 2014 Olympic Games.