**«ИНФОРМАЦИОННЫЕ И МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ВОЛОНТЕРСКОЙ СРЕДЕ»**

**Слайд 4**

В современном мире волонтерство является важным компонентом успешного социального развития, способным оказать содействие в решении актуальных социально-экономических проблем государства и повысить качество жизни людей. Волонтерское движение в России часто рассматривается как один из методов культурно-воспитательной работы с учащейся молодежью. Волонтерские проекты очень разнообразны и могут включать в себя различные виды деятельности.

Волонтерство разными людьми понимается по-разному. Понятия «волонтер» и «волонтерство» происходят от фр. volontair – добровольный, а оно в свою очередь от лат. voluntarius, voluntas — добрая воля, и равнозначны таким славяноязычным понятиям, как «доброволец» и «добровольчество», понимаемым как добровольческая деятельность.

**Слайд 5**

Главным программным продуктом на протяжении всего периода Игр была специальная система по управлению персоналом от компании **Atos**. На ней была буквально построена вся система обучения волонтеров. Она отслеживала все их действия в реальном времени, начиная с момента подачи заявки волонтера и прохождением дальнейшего периода его обучения. Таким образом отражалась общая эффективность и заинтересованность волонтера в непосредственном участии в проведении Игр.

Цель мультимедийных технологий может варьироваться в зависимости от специфики применения.

***Как правило, это:***

* популяризаторская и развлекательная;
* образовательная и научно-просветительская;
* научно-исследовательская и т.п.

Рассматривая подробнее каждую из них, следует сказать, что, к примеру, популяризаторская цель является одной из основных. Рекламная деятельность активно использует мультимедиа с целью привлечения потенциальных покупателей и клиентов.

***Научно-просветительское стремление активно применяется в следующих направлениях:***

* отбор посредством жесткого анализа представленной на рынке продукции, которая может применяться в соответствующих рамках;
* разработка мультимедийного продукта преподавателями, исходя их преследуемых целей и поставленных задач в ходе учебного, образовательного процесса.

Говоря о научно-исследовательских целях, на ум сразу приходит применение мультимедийных технологий для создания всяческих электронных архивов.

Так или иначе, но особенности мультимедийных технологий кроются в их вездесущности и широте применения.

## Применение, функции и задачи мультимедийных технологий

Примечательно, что функции мультимедийные технологии выполняют, исходя из сферы их применения.

***Сегодня мультимедиа применяется в таких сферах:***

* медицина;
* техника;
* промышленность;
* образование;
* научные исследования;
* искусство;
* реклама и т.д.

Говоря об основных, следует сказать, что в образовательной сфере, как уже говорилось ранее, мультимедиа выполняет функцию образовательного характера. Технологии применяются для создания компьютерных учебных курсов. В промышленной отрасли обширно используются в качестве презентации данных для лиц, занимающих руководящие должности.

Значение для медицины особенно велико. Докторам представляется сегодня уникальная возможность пройти качественную подготовку посредством операций виртуального характера. Разработчики ПО применяют мультимедиа в компьютерных симуляторах чего угодно.

Отталкиваясь от сфер применения и функций данных технологий, очевидным является и постановка задач.

Для каждой отдельной отрасли ставятся свои цели и задания, достижение которых посредством мультимедиа позволяет совершенствоваться.

Так, задачи мультимедийных технологий в образовательной сфере построены на повышении эффективности процесса обучения. В рекламе, главная задача – достижение поставленных целей, донесение информации до аудитории и продвижение в такой способ товара либо услуги.

## Подробнее о средствах мультимедийных технологий

Средства мультимедийных технологий подразделяют на два класса. Основанные на взаимодействии и на их применении.

К первой категории правильно будет отнести средства синхронного, асинхронного взаимодействия, онлайн режим.

Вторая категория включает разнообразные виртуальные объекты, реальные видео-, аудиофрагменты, анимационную графику и т.п.

Для создания и воплощения таких технологий потребуется ПК, соответствующее программное обеспечение, а также средства конструирования мультимедийных проекторов для отображения на больших экранах.

Для того чтобы получить изображение, а также звуковое сопровождение, требуется подсоединить мультимедийный проектор к компьютеру.

## Мультимедийные технологии для презентации продукции

Сейчас большое распространение на рекламном рынке получило применение мультимедийных технологий. Современные решения позволяют перерабатывать и воспроизводить различную текстовую, графическую, аудиовизуальную, трехмерную и иную информацию.

**Мультимедийные технологии** – это одно из перспективных направлений на потребительском рынке. Подобная презентация продукта дает более точное представление и яркое впечатление, поскольку она может вместить в себе гораздо больше информации, чем печатный буклет.

С развитием мультимедийной рекламы началась новая технологическая эра. Она представляет намного больше возможностей для реализации задуманных проектов по продвижению товара на рынок.

Мультимедийные технологии на презентации продукции позволяют расширить рамки восприятия человеком информации о ней. Таким образом, появляется возможность у производителей повысить свои продажи и получить хорошую прибыль, независимо от того была ли это живая презентация или предварительно записанная.

Мультимедийная презентация может быть оформлена в виде ролика, мультфильма, или буклета.

***ри подготовке качественного продукта пиарщики должны выполнить следующие задачи:***

* создание уникального коннекта с учетом требований заказчика;
* разработка дизайна в одном стиле;
* создание сценария ролика;
* работа над самим проектом;
* презентация проекта заказчику.

После всех этих этапов идет внедрение информации в массы. В создании таких проектов непосредственное участие принимают мультимедийные технологии.

**Слайд 6**

Единая информационная система разработана международным IT-партнером МОК Atos Origin и поддерживает автоматизацию и ведение основных процессов работы с волонтерами. Представители каждого волонтерского центра имеют доступ к [базе данных](https://pandia.ru/text/category/bazi_dannih/) волонтеров своего волонтерского центра, а также права по использованию системы в рамках своих компетенций. Оборудования для работы с ЕИС предоставляется Оргкомитетом для каждого волонтерского центра. Установка и настройка оборудования также производится Оргкомитетом.

Через Atos осуществлялась рассылка всей необходимой информации, которая может понадобится волонтеру: место проживания, функция за которой в дальнейшем он будет закреплен, график его работы, как добраться до того или иного объекта и т.д.

Отдельно хочется отметить систему подбора графика работы волонтера. В зависимости от закрепленной за ним функции, система подбирала количество часов, которые он должен отработать с обязательным учетом хотя бы одного выходного дня в неделю. Чтобы система засчитала часы, нужно было каждый раз перед выходом на работу сделать Check-in и соответственно Check-out перед уходом. Точно также была организована, и система питания как на месте проживания, так и на месте работы, где Atos контролировала чтобы каждая функция получала трехразовое питание только там, за которой она изначально была закреплена.

**Слайд 7**

При работе с волонтерами также используются различные сторонние сервисы внутренней помощи и обмена данными между персоналом, такие как Gmail и диск Google, яндекс диск

**Gmail** – это бесплатная услуга электронной почты, предоставляющая доступ к почтовым ящикам через веб-интерфейс и по протоколам POP3, SMTP и IMAP.

Данный сервис оргкомитетом был выбран не случайно, поскольку преимущества Gmail перед другими системами электронной почты, достаточно весомы. Они включают в себя следующее: развитый список контактов куда может задаваться фотографии, адреса и телефоны, автозаполнение, встроенная проверка орфографии, архивация писем, автосохранение письма, поддержка RSS-лент, 15 гигабайт свободного пространства для хранения писем, практически полное отсутствие рекламы и возможность завести почту на своем собственном доменном имени. Особенно последнее преимущество позволило создать большое число почтовых ящиков, использующих все преимущества Gmail, что в дальнейшем способствовало оперативной работе волонтерских центров по всей России.

Для обеспечения максимального и открытого доступа к различным материалам между различными службами руководства, волонтерских центров и непосредственно самими волонтерами, был использован сервис Диск Google

**Диск Google** — облачное хранилище данных, позволяющее пользователям хранить свои данные на серверах в облаке и делиться ими с другими пользователями в Интернете.

* На данном диске также предоставляется 15 гигабайт свободного места, для размещения, сохранения и просмотра файлов следующих форматов
* Графические файлы (.JPEG, .PNG, .GIF, .TIFF, .BMP)
* Видео файлы (WebM, .MPEG4, .MOV, .AVI, .MPEGPS, .WMV, .FLV)
* Текстовые файлы (.TXT)
* Файлы разметки/кода (.CSS, .HTML, .PHP, .C, .CPP, .H, .HPP, .JS, .JAVA )
* Microsoft Word (.DOC и .DOCX)
* Microsoft Excel (.XLS и .XLSX)
* Microsoft PowerPoint (.PPT и .PPTX)
* Adobe Portable Document Format (.PDF)
* Apple Pages (.PAGES)
* Adobe Illustrator (.AI)
* Adobe Photoshop (.PSD)
* Autodesk AutoCad (.DXF)
* Scalable Vector Graphics (.SVG)
* PostScript (.EPS, .PS)
* Шрифты (.TTF, .OTF)
* XPS (.XPS)
* Архивы (.ZIP и. RAR)

**Виды мультимедийных технологий**

**Слайд 8**

***Применение мультимедийных технологий подразделяется на:***

* общее или индивидуальное пользование;
* для профессионалов или для рядового потребителя;
* для применения интерактивного и неинтерактивного;
* для использования информации по месту или на расстоянии.

***Стоит более подробно остановиться на каждом из перечисленных пунктов.***

1. **Технологии общего или индивидуального пользования**. Касательно технологий общего пользования можно выделить следующие виды: интерактивные терминалы, некоторые технологии презентаций посредством компьютера, те, что ширятся по сетям. В свою очередь, к технологиям индивидуального пользования можно отнести мультимедийные рабочие места, учебные классы, мультимедийные компьютеры для ведения различных документов. К основным местам их применения можно отнести общественные зоны, а также дома и рабочие места потребителей.
2. **Технологии для профессионалов и рядовых потребителей**. В эту категорию можно отнести рабочие зоны мультимедиа (компьютерная графика, проекты и т.п.). Также сюда могут входить системы, применяемые не знатоками. Они, как правило, используются в общественных местах, это системы со встроенными микропроцессорами, которые предназначены для функционирования в быту. Это игровые приставки, CD-I, Play Station.
3. **Использование информации по месту и на расстояниях**. Стремительное развитие на начальном этапе мультимедиа можно объяснить быстрым процессом развития стационарных компьютеров, которые сегодня есть дома у каждого. Тогда стала вероятной запись и хранение информации на специально предназначенных компакт-дисках. Современность диктует свои правила. Сегодняшнее стремительное развитие цифровых сетей средней и высокой пропускной способности позволяет говорить о стремительном развитии дистанционных мультимедийных технологий.
4. **Применение интерактивных и неинтерактивных технологий**. Подходя к данной категории, следует акцентировать внимание на том, что большое количество специалистов не согласны с тем, что неинтерактивные системы можно назвать мультимедийными. Но важно понимать, что их количество может существенно увеличиться. Так, неинтерактивные мультимедиа применяются для привлечения внимания и развлечения аудитории посредством демонстрации презентаций и выставок.

## Слайд 9

Привлечение новых волонтеров

Создайте страницу в социальной сети, посвященные вашему волонтерскому объединению.

Нарисуйте несколько вариантов листовок, рекламирующих ваше добровольческое объединение. Они должны включать контакты, по которым можно с вами связаться.

Регулярно отслеживайте, увеличивается ли количество подписчиков вашей странички волонтерского объединения

Подумайте: что является наиболее важным в вашей волонтерской работе для вашей целевой аудитории?

Что? Волонтеры проводят занятия для своих сверстников по системе «равный — равному». Можно провести одно занятие, а можно — целый цикл, в зависимости от возможностей и ресурсов. Если проводится цикл занятий, важно, чтобы все они были связаны общей целью и каждый семинар, посвященный определенной теме, был одновременно самостоятельным и завершенным.   
  
Где? Найдите место, где вам будет удобно встречаться. Помещение должно быть довольно просторным, чтобы там можно было проводить игры и разминки. Если занятие будет проходить в классе, посмотрите, можно ли убрать парты, чтобы посадить участников в круг. Это нужно и для проведения игр, и для создания дружественной атмосферы, и для того, чтобы занятие не ассоциировалось с традиционным школьным уроком.  
Не забывайте о том, что волонтерство — дело добровольное. Даже если школьнику нравится помогать, он разделяет ценности волонтерского движения, в котором состоят его сверстники, важно понимать, что, скорее всего, ребятам с разным характером, разными способностями и талантами будут интересны разные виды помощи. Кто-то проявит организаторский талант, а кому-то будет интересно заведовать отчетностью и документацией. Одни запросто находят контакт с чужими людьми, а другим сложно адаптироваться к новым обстоятельствам. Присмотритесь к каждому участнику волонтерского движения. Не пытайтесь навязать работу с документацией тому, кто хочет проводить творческие мастер-классы. Проведите опрос с помощью сервиса Google.Forms или очно, чтобы понять, какие у ребят предпочтения и склонности, чем они хотели бы заниматься, и что из этого вы можете им предложить. Не обязательно стопроцентное совпадение — просто так вы сможете лучше ориентироваться в запросах детей и наверняка сможете предложить им ту форму взаимодействия, которая подходит им больше всего.

Публикуйте посты о новых мероприятиях, делайте отчеты о прошедших. Знакомьте аудиторию со всеми участниками движения, рассказывайте о каждом из ребят. Рассказывайте в соцсетях о проблемах уровня школы, района или города, людях, которым требуется помощь. Естественно, эту работу тоже должен будет взять на себя кто-то из школьников.

**Слайд 10**

Продвижение в медиапространстве

Основной особенностью формирования стратегии является наличие основных этапов:

1 Определение целей (с точки зрения собственника, общества и организации).

2 Формулировка миссии.

3 Определение видения.

4 Разработка программ действий по реализации видения.  
Цель – это представление о конечном желаемом результате. Очень часто таких целей может быть множество. При формировании стратегии организации рассматриваются три вида целей:

– с точки зрения собственника,

– с точки зрения общества,

– с точки зрения самого предприятия.

Первая цель включает в себя то, что хочет получить от предприятия основатель или его собственник. Это могут быть финансовые результаты, материальные или личностные. Цель с точки зрения общества показывает какие потребности социума закрывает данная организация. Рассмотрение данной точки зрения необходимо, чтобы определить актуальность создания данной организации. Завершающей является цель с точки зрения организации. Она показывает, что необходимо достичь компании, чтобы выйти на стабильную прибыль, производить востребованную продукцию.  
Совокупность этих целей позволяет комплексно посмотреть и оценить ожидания от организации разных сторон.

**Слайд 12**

Миссия — это философия и предназначение, смысл существования организации. это то, что выделяет компанию на фоне остальных.

Видение — это руководящая философия организации, обоснование существования, не сама цель, а скорее, чувство основной цели фирмы

Большим толчком развития добровольческого движения в России стало проведение Олимпийский игр в Сочи в 2014 году. Это стало первым мероприятием, которое организовало всероссийский отбор в волонтерский корпус.

повсеместно вводят волонтерские книжки, участие школьников в мероприятиях начинает приносить дополнительные баллы при поступлении. В связи с этим появилась необходимость вводить учет активности молодежи и создавать порталы для поиска волонтеров на всероссийские мероприятия, предоставляющие равные возможности людям из разных регионов.

С 2012 России активно шла подготовка к проведению Чемпионата мира по футболу «Fifa 2018», Всемирного этапа чемпионата профессионального мастерства «World Skills 2018», Всероссийским форумам  
«Таврида», «Территория смыслов», «Евразия» и другим. Создание сайта для каждого мероприятия требовало много времени и финансовых вложений. Это привело к созданию единой платформы АИС «Молодежь России» для регистрации участников и волонтеров на мероприятия, проводимые платформой Федеральным агентством по делам молодежи «Росмолодежь»

**Слайд 13**

Платформа АИС «Молодежь России» – это федеральная платформа, содержащая информацию об актуальных мероприятиях, фестивалях и форумах, проводимых ФАДМ «Росмолодежь». Сайт состоит из стартовой страницы с новостями и анонсами и личного кабинета. В личном кабинете пользователь может добавить свои проекты, посмотреть актуальные мероприятия, отправить и отследить заявку, создать портфолио и получить обратную связь. Организаторам форумов платформа позволяет создать единый профиль волонтера или участника, вести рейтинг на основе их активности, упрощает процесс информирования и сокращает расходы на создание сайта для каждого мероприятия. Для участников, АИС «Молодежь России» – это возможность своевременно узнавать об актуальных мероприятиях, регистрироваться, отправлять заявки и следить за ними в одном месте. До появления данной платформы, волонтеры создавали профиль и проходили верификацию на множестве сайтов, что занимает много времени.

**Слайд 14**

В 2018 году на мировом рынке появилось и активно стало развиваться приложение для записи коротких видеороликов «Tiktok». В 2019 году оно стало набирать популярность в России среди молодежи. Это послужило стимулом для общественных организаций создавать профили в социальной сети. Организации в развлекательной форме информируют о деятельности организации и ведут популяризацию здорового образа жизни, патриотических ценностей и тд

В 2020 году пандемия стимулировала цифровизацию всех областей, в том числе и добровольческого общественного движения. НКО, благотворительные фонды и общественные организации перешли в «онлайн». Общая проблема объединила всю страну и были созданы социальные проекты для помощи медикам и лицам, находящимся в группе риска. Самый масштабный из них – акция «#МЫВМЕСТЕ»

**Слайд 15**

Инструменты продвижения в цифровом пространстве

Реализация стратегии продвижения невозможна без использования инструментов цифрового маркетинга, таких как:

– Поисковая оптимизация (SEO-оптимизация).

– Маркетинг в социальных сетях (SMM).

– Контекстная и баннерная (медийная) реклама.

– Аудио и видеореклама.

– Сотрудничество с блоггерами.

– Контент маркетинг.

– Email-маркетинг.

– Сайт и лендинг (UX и UI).

– Веб аналитика.

– Таргетированная реклама.

– CRM-системы.

Каждый инструмент имеет свои особенности, преимущества и недостатки.

К основным задачам UX-дизайна относят:

– определение структуры и стратегии сайта;

– прототипирование;

– разработка и анализ.

UI-дизайн (User Interface Design) включает в себя процесс визуального управления пользователем через интерфейс, интерактивные элементы и оптимальные цвета и фигуры. К задачам UI-дизайна относятся сторителлинг и работа с графикой и анимацией. Подбор оптимальных цветов, фигур и образов позволяет привлечь и удержать пользователя на странице, повышая эффективность сайта.

Созданный сайт размещается на платформе или домене. Он находится в цифровом пространстве, доступ к нему осуществляется только по ссылке.

Для того, чтобы случайные пользователи могли найти сайт, необходимо настроить SEO-оптимизацию.

SEO (аббревиатура от Search Engine Optimization) – комплексный процесс внутренней и внешней оптимизации сайта, для повышения его позиций в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей, с целью увеличения сетевого трафика (для информационных ресурсов) и потенциальных клиентов (для коммерческих ресурсов) и последующей монетизации (получение дохода) этого трафика. SEO оптимизация позволяет организациям привлекать клиентов через органический поиск. Чем выше позиция сайта в поиске, тем большее число пользователей посетит сайт.

Внешняя оптимизация изначально зависела только от количества ссылок на сайте. В связи с появлением большого числа ботов и роботов, поисковые системы изменили процесс индексации. В настоящее время внешняя оптимизация зависит от множества факторов. Их можно разделить на статические, динамические и поведенческие факторы. Статические факторы отображают релевантность на основании цитируемости его другими ресурсами независимо от содержания сообщения.

Динамические факторы также рассматривают цитируемость другими интернет-ресурсами, но учитывают содержание и авторитетность портала.

Поведенческие факторы рассматривают качество сайта для пользователя, учитывая конверсию, время проведенное на сайте и другие показатели.

Внутренняя оптимизация – изменение структурных элементов сайта, которые влияют на ранжирование сайта в поисковых системах. Она включает в себя работу над содержанием сайта и технической частью.

Внутренняя оптимизация осуществляется над 3 группами компонентов:

– контент,

элементы архитектуры,

– HTML- элементы.

Контент – это текстовая и графическая информация, размещенная на сайте. Качество контента определяется содержательной частью. Текст должен быть структурирован, важно наличие заголовков, подзаголовков, списков и графических элементов. Содержание в тексте ключевых слов из семантического ядра поможет улучшить место сайта в поисковой выдаче. Элементы архитектуры – структура сайта, позволяющая пользователям и поисковым системам легко ориентироваться на сайте. Для упрощения навигации в тексте на сайте должны быть ссылки на другие страницы. Доменное имя тоже влияет на поисковую выдачу. Оно должно быть простым и коротким. В современном мире большинство пользователей используют мобильные устройства для просмотра контента. В связи с этим, поисковые системы обращают внимание на наличие адаптивной версии сайта и поиск с помощью голосового помощника.

Продвижение в социальных сетях может осуществляться за счет естественной раскрутки аккаунта или страницы и с помощью таргетированной рекламы. Преимущества SMM в том, что здесь можно точно воздействовать на cвою целевую аудиторию, ориентируясь на регион, пол, интересы и другиет параметры пользователей и выбирая соответствующие площадки для размещения информации. В настоящее время наиболее популярными социальными сетями в России являются Tiktok, ВК, Instagram, Facebook и Одноклассники. Каждая оциальная сеть имеет свои особенности, преимущества и недостатки.

– Социальные сети решают задачи:

– Взаимодействие с потребителями.

– Поддержка интереса клиентов.

– Представление новых товаров и услуг.

– Техподдержка.

– Своевременное информирование о мероприятиях, акциях и тд.

В социальных сетях возможно размещение рекламы в сообществах и таргета. В зависимости от выбранной социальной сети процесс настройки рекламы может занимать разное время и требовать различных материальных вложений.

Аудиореклама – краткое звуковое сообщение, содержащее рекламный материал. Она может быть в магазинах, на радио, в социальных сетях и тд.

Видеореклама – это форма рекламного сообщения, с использованием визуальных элементов, направленная на формирование имиджа организации, информирования о продукте и привлечение клиентов. Основными платформами для размещения видео рекламы в интернете в России являются Youtube, ВК и Rutube. В зависимости от цели и вида ролика, он может быть от 10 секунд до нескольких часов. Видео и аудиореклама может включать в себя еще один инструмент цифрового маркетинга – взаимодействие с блоггерами. Это способ продвижения в основу которого ложиться доверие подписчиков к мнению личности. Подбор блогера осуществляется на основе соответствия интересов целевой аудитории предлагаемому продукту и рекламного бюджета. В зависимости от популярности, охвата, количество подписчиков, стоимость данного вида рекламы может на порядки отличаться.

Контент маркетинг – это инструмент продвижения в цифровом пространстве, основанных на создании и распространении полезной информации с целью привлечения и поддержания интереса лояльной  
аудитории. Контент маркетинг включает в себя написание и размещение текстовой и графической информации на разных цифровых ресурсах. Сюда  
входят Посты в социальных сетях, блогах, статьи, обучающие материалы, вебинары, исследования, обзоры, презентации и тд.

**Слайд 16**

Средства коммуникации

Средства коммуникации в социальных сетях – это отличный способ для волонтеров оставаться на связи, координировать свои действия и делиться информацией.

Одним из наиболее популярных инструментов являются группы в социальных сетях. В таких группах можно создавать обсуждения, делиться новостями, организовывать встречи и совместные мероприятия.

Также стоит обратить внимание на возможности мессенджеров, таких как Telegram или WhatsApp. В таких чатах можно быстро общаться, делиться фото и видео, а также использовать функцию оповещения для быстрой реакции на изменения в ситуации.

Для организации совместной работы и координации действий можно использовать проектные платформы, такие как Trello или Asana. В таких приложениях можно создавать задачи, делиться документами и отслеживать выполнение проекта в режиме реального времени.

Наконец, стоит упомянуть о возможностях живой коммуникации, таких как видеоконференции через Skype или Zoom. Это позволяет проводить онлайн-встречи, обсуждать актуальные вопросы и принимать решения в режиме реального времени.

Использование средств коммуникации в социальных сетях помогает волонтерам быть в курсе событий, координировать свои действия и работать в команде более эффективно.