

ВОЛОНТЕРСТВО – ЭТО ИСКУССТВО

А.А. Федотова

УО «Барановичский государственный университет»

г.Барановичи

В мире есть место возможностям и переменам не только к лучшему, но и к худшему и это вполне закономерный процесс, ведь мир не стоит на месте: он постоянно изменяется и развивается. Все чаще и чаще сегодня можно слышать или быть очевидцами стихийных бедствий, техногенных катастроф. Возрастает неравенство и насилие, что ведет к обострению социальных проблем. Ни для кого не секрет, что сегодня очень часто возникают все новые и новые очаги локальных и международных конфликтов. И самое страшное, что от этого всего страдают люди. Везде, где это происходит, можно видеть эмблему Красного Креста, приходящего на помощь.

БООК осуществляет широкий спектр программ и мероприятий

на всей территории РБ. Являясь добровольным объединением и в соответствии со своей миссией, БООК рассматривает волонтеров в качестве основного источника человеческих ресурсов и потенциала для усовершенствования и развития форм и методов деятельности. Волонтеры вместе с членами и сотрудниками, создают основу нашей организации – они и есть Красный Крест. Все, что организации делает хорошего, помогая тысячам людей, напрямую связано с волонтерами. Спасенная жизнь, облегчение страданий, привлеченные средства – все это возможно только потому, что люди отдают свое время, силы и энергию деятельности в качестве волонтеров.(1, с.17)

По определению, данному в Волонтерской Политике Международной Федерации Обществ Красного Креста и Красного Полумесяца:

Волонтер – это человек, действующий по доброй воле, а не из материального и финансового интереса или под воздействием внешнего социального, политического или экономического давления.

Привлечение – то процесс поиска и набора волонтеров, которые хотят оказать помощь организации в ее деятельности. При наборе волонтеров, прежде всего, следует ориентироваться на их мотивацию к занятию добровольной деятельностью, так как человек приходит и остается в организации, только если его потребности совпадают с тем, что организация КК может ему предложить.

Мотивацию волонтеров можно разделить на несколько групп:

Альтруизм – желание делать добро бескорыстно;

Социальная мотивация – в основе ее – контакты с людьми. И в таком случае волонтерская группа рассматривается как социальная, а не рабочая группа.

Социальная ответственность – т.е, если человек в силах оказать помощь тем, кто находится в сложном положении, он должен обязательно это сделать.

Материальная мотивация – достижение личных целей и удовлетворение личных потребностей, т.е. интересное проведение времени, самореализация, личностный рост, самоутверждение.

Таким образом, знание мотивации – шаг к правильному обращению к потенциальным волонтерам.

Работа по созданию волонтерского движения и привлечению волонтеров не должна быть просто работой. Это, в первую очередь, искусство. Согласитесь, что каждый может приказать что-то сделать, но не каждый может объяснить, а затем попросить что-то выполнить и тем самым заинтересовать человека. На сегодняшний день выде-

ляют следующие, наиболее актуальные методы привлечения волонтеров:

1. Через друзей и знакомых.
2. Посредством рекламы по радио и телевидения, наглядной агитации (стенды), распро-странение брошюр, пресс-релизов.
3. Постоянные рубрики в прессе с перечнем волонтерским вакансий.
4. Раздача информационных листов среди участников публичных мероприятий.
5. Расклейка рекламных объявлений на остановках общественного транспорта и в самом транспорте (нужно согласовывать).
6. Информирование пассажиров общественного транспорта по внутреннему радио (например, в метро, такси требуется разрешение).
7. Через волонтерское бюро и волонтерские ярмарки.
8. Статьи и объявления в газетах и журналах.
9. Предложения прохождения практики и стажировок для студентов и школьников.
10. Беседы и лекции.
11. Размещение объявлений на сайтах (2, с.19-20).

Наиболее эффективным считают первый метод, так как больше всего люди верят знакомым и друзьям. Нередко стать волонтерами вместе желают несколько человек, знакомых между собой, и это только плюс. Более 45 % волонтеров приходят в организацию именно таким образом. Волонтер рассказывает о своей деятельности знакомым, родственникам и этот рассказ – реальный стимул для окружающих тоже стать волонтерами. Здесь тогда важно, чтобы человеку нравилось то, чем он занимается. Следует отметить, что нередко сотрудники или же действующие волонтеры на вакансии приглашают своих знакомых, напрямую обращаясь к ним. Нельзя не оговорить тот факт, который можно отнести одновременно и к плюсам, и к минусам данного метода. Обычно привлекаются волонтеры из определенного социального слоя, так как наши друзья обычно одного с нами возраста, положения, взглядов на жизнь.

Традиционным является и второй метод - метод рекламы на радио и телевидении, наглядной агитации (стенды), распространение брошюр, пресс-релизов. При размещении объявления возникает необходимость согласования его с радиостанцией и телеканалом в отношении времени, стиля работы передачи, носителя, на котором будет записано объявление. Плюс имеют бесплатные объявления.

Наглядная агитационная продукция должна быть правильно и интересно оформлена, расположена в наиболее людном месте, а также там, где ее могут увидеть потенциальные волонтеры, например, в крупном учебном заведении на доске объявлений.

При выборе метода используют либо массовый, либо целевой способы. В зависимости от положений способов и идет определение людей или же человека в ряды волонтеров.

Очень важно, чтобы вновь прибывшие в ряды волонтеров понимали, что участие в волонтерском движении дает человеку возможность развить и реализовать чувство социальной ответственности и солидарности, приобрести новые знания и навыки, встретить единомышленников и увидеть, как твоя деятельность может менять жизнь конкретных людей к лучшему.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Волонтерский менеджмент: пособие для сотрудников и молодежных лидеров БОКК по организации работы волонтеров

2. Волонтеры в действии: сборник лучших практик молодежных инициатив волонтеров национальных обществ Красного Креста Беларуси, Молдовы, Украины. – 1-е издание. МФОКК/КП, Минск, 2006 – 80с.

3. Пособие волонтера. Бизнесофсет, Минск, 2007.