

Министерство образования Республики Беларусь
ГУО «Республиканский институт высшей школы»
ЮНИСЕФ в Республике Беларусь
Республиканский волонтерский центр

Я. В. Шереметьева, В. О. Захаревская

МЕНЕДЖМЕНТ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБРАЗОВАНИЯ

Минск
РИВШ
2021

УДК 378.18
ББК 74.58
Ш49

Рекомендовано
кафедрой молодежной политики и социокультурных коммуникаций
ГУО «Республиканский институт высшей школы»
(протокол № ____ от _____ 202__ г.)

Рецензенты:
зав. кафедрой молодежной политики и социокультурных коммуникаций
ГУО «Республиканский институт высшей школы»,
кандидат педагогических наук, доцент *Е. С. Игнатович*;
методист отдела методической и воспитательной работы управления
воспитательной работы с молодежью УО «Белорусский государственный
университет информатики и радиоэлектроники»,
координатор волонтерского центра *Е. В. Головань*

Шереметьева, Я. В.

Ш49 Менеджмент волонтерской деятельности в учреждениях образования / Я. В. Шереметьева, В. О. Захаревская. – Минск : РИВШ, 2021. – 64 с.

ISBN 978-985-586-437-1.

В издании раскрываются особенности организации и координации волонтерской деятельности в учреждениях образования.

Методические рекомендации адресованы координаторам волонтерской деятельности в учреждениях образования.

УДК 378.18
ББК 74.58

ISBN 978-985-586-437-1

© Шереметьева Я. В., Захаревская В. О.,
2021

© Оформление. ГУО «Республиканский
институт высшей школы», 2021

ВВЕДЕНИЕ

С каждым годом волонтерское движение активно развивается и набирает обороты. Учащаяся молодежь является самой динамичной социальной группой, поэтому включение ее в волонтерскую деятельность подразумевается само собой. Учитывая тот факт, что образование на любом его уровне представляет собой не только узкоспециальную подготовку, но и формирует личность, огромную роль в этом играет вовлечение учащихся в волонтерское движение. Оно существенно расширяет возможности усвоения социальных ценностей, формирования нравственных качеств личности, позволяет повысить социальную активность.

Привлечение, обучение, организация работы и поощрение волонтеров требуют эффективного управления этим процессом. Для создания и структурирования волонтерской программы как в стране в целом, так и в отдельном учреждении образования необходимо повышать информированность и компетенцию специалистов по осуществлению организации волонтерской деятельности.

Данное пособие разработано по результатам республиканского онлайн-семинара «Менеджмент волонтерской деятельности», который Республиканский волонтерский центр проводил при поддержке ЮНИСЕФ в Беларуси с ноября 2020 г. по февраль 2021 г. Программа семинара состояла из пяти блоков тем, в рамках которых поднимались актуальные вопросы организации волонтерской деятельности: мотивационная программа по привлечению волонтеров, информационная поддержка и продвижение волонтерских инициатив, профилактика выгорания волонтера и координатора и др. Все эти темы отражены в данном издании.

Надеемся, что это пособие поможет в решении задач по организации и развитию волонтерского движения в учреждениях образования Республики Беларусь.

Тема 1. ОРГАНИЗАЦИЯ

ОРГАНИЗАЦИЯ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБРАЗОВАНИЯ

На современном этапе развития образования в Беларуси волонтерская деятельность является активной формой воспитания молодежи. Через ее включение в волонтерское движение формируется готовность к самостоятельному принятию решений, развивается восприимчивость к проблемам другого человека и общества в целом. Занимаясь общественно важным делом, человек испытывает свои силы и возможности, практикует умения общаться, налаживать контакты с окружающими, развивает способность понимать другого, пытается понять себя, проходит важнейшую школу нравственно-гуманных отношений, которая играет решающую роль в становлении личности. Волонтерское движение положительно влияет на нравственное воспитание молодого поколения, на активность жизненной позиции, поднимает общий уровень эрудиции, помогает приобрести коммуникативные навыки. Причастность к волонтерскому движению помогает понять, что мы в ответе за свою Родину. Внося свой посильный вклад в помощь обществу, молодые люди выполняют свой гражданский долг. Возможно, в масштабах всей страны этот вклад не всегда велик, но он важен для них самих, он дает ощущение своей причастности к большому делу, также воспитывает деятельных и неравнодушных людей, способствует формированию гражданственности и патриотизма.

В целом, следует развести понятия «волонтерство» (добровольчество) и традиционно понимаемая «общественно значимая деятельность», в которую нередко вовлекаются дети и молодежь. В обоих случаях школьники и студенты помогают решать проблемы местного сообщества путем реализации социально значимых проектов и участвуя в соответствующих акциях или делах. Различие данных видов деятельности в нашем случае обусловлено особенностями ее выполнения. Если работа (хотя бы частично) осуществляется на добровольных началах – речь идет о волонтерстве, а если участники назначаются, тогда это уже «общественно значимая деятельность».

Хотя сам термин «волонтер», или «доброволец», для многих знаком и связан с конкретными ассоциациями, для большинства остается загадкой: «почему волонтерам нравится работать безвозмездно?» и «чем собственно они занимаются?». Подобная ситуация создает благоприятную среду для рождения стереотипов, мало соответствующих действительности. Рассмотрим самые распространенные из них:

«Волонтеры – это те, кто работает бесплатно»

Многие люди считают, что добровольцы – это те, кто работает бесплатно. И правда, это самое распространенное заблуждение. Безусловно, денег за свою работу волонтеры не получают. Но люди, считающие так, забывают, что добровольчество дарит бесценный опыт и новые знакомства с единомышленниками, помогает познать общество и людей, расширяет кругозор. Волонтерство – это долгосрочные инвестиции в самого себя, возможность саморазвития и самореализации.

«Волонтерство для тех, у кого есть свободное время»

Каждый современный человек имеет собственные занятия, увлечения, интересы, сложившийся круг общения. Но что мешает выделить пару часов на то, чтобы вырваться из привычного круга вещей и сделать доброе дело?

«Волонтеры – это рабочая сила»

Волонтеры – партнеры, друзья, соратники, товарищи, но никак не рабочая сила.

«Волонтеры должны...»

Волонтер никому ничем не обязан. Но он отвечает за принятое им решение и сам несет ответственность за свои поступки.

«Настоящие волонтеры не рассказывают о своих добрых делах»

Для того, чтобы собрать волонтеров, провести успешные акции, привлечь внимание людей, которые также желают заниматься добровольчеством, но не знают, с чего начать, важно рассказывать о деятельности волонтерских отрядов. Поэтому волонтерской деятельности необходима такая черта, как публичность.

Волонтерская деятельность осуществляется на основе следующих **принципов**:

- законность;
- соблюдение прав и свобод человека, гуманизм;
- безопасность жизни и здоровья;
- добровольность и безвозмездность;
- равенство волонтеров независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, социального статуса, возраста, состояния здоровья, а также других обстоятельств;
- свобода в определении целей, выборе направлений и форм волонтерской деятельности;
- взаимодействие лиц, участвующих в волонтерской деятельности;
- гласность и общедоступность информации о волонтерской деятельности и др.

Традиционно волонтерская деятельность в учреждениях образования представляет собой волонтерскую группу, отряд либо центр.

Волонтерская группа – это небольшая группа единомышленников внутри класса/учебной группы, действующая в рамках 1–2 направлений волонтерской деятельности.

Волонтерский отряд – объединение нескольких волонтерских групп внутри учреждения образования, что позволяет осуществлять более масштабную, совместную реализацию нескольких направлений добровольческих инициатив.

Волонтерский центр – действующее объединение волонтеров, которое позволяет, с одной стороны, координировать деятельность волонтерских отрядов на базе учреждения образования и, с другой стороны, осуществлять их взаимодействие с государственными и негосударственными структурами, НКО, иными волонтерскими организациями и т. д.

Чаще всего документация волонтерских отрядов/центров в учреждениях образования представляет собой:

- положение о волонтерском отряде/центре;
- заявление (анкета) волонтера о вступлении в волонтерский отряд/центр;
- согласие родителей или законных представителей (если волонтер является несовершеннолетним);
- соглашение о сотрудничестве со сторонним учреждением или организацией;

• исходя из определенных направлений волонтерской деятельности составляется план мероприятий.

Говоря о **направлениях волонтерской деятельности**, следует отметить, что основными являются:

• *событийное волонтерство* включает подготовку и участие в крупных спортивных, культурных или других мероприятиях, организуемых учреждением образования, государственными, некоммерческими и коммерческими организациями;

• *социальное волонтерство* сконцентрировано на решении социальных проблем, таких как помощь людям с инвалидностью или тяжелыми заболеваниями, помощь пожилым и людям, оказавшимся в сложной жизненной ситуации, и т. д.;

• *спортивное волонтерство* включает мероприятия и проекты, направленные на развитие спорта в городе, регионе, стране или пропаганду здорового образа жизни среди населения;

• *экологическое волонтерство* включает в себя деятельность по очистке территорий и водоемов, защите диких и домашних животных, переработке отходов, а также мероприятия, направленные на сохранение окружающей среды, профилактику и решение экологических проблем;

• *культурное волонтерство* направлено на сохранение культурного достояния и повышение уровня культурной грамотности у населения посредством реализации проектов и программ;

• *медиаволонтерство* включает в себя формирование позитивного контента в СМИ и Интернете, помощь в написании статей, фотосъемке и др.

• *медицинское волонтерство* реализуется в сфере здравоохранения и включает в себя оказание помощи медицинским учреждениям, донорство, мероприятия по профилактике вредных привычек и др.

Каждое учреждение самостоятельно определяет набор направлений деятельности. Некоторые волонтерские центры пытаются охватить максимальное количество направлений, чтобы сделать свою деятельность разнообразной, вовлечь большее количество обучающихся.

Важно определить свое место в системе учреждения образования. Деятельность центра не должна противоречить стратегии развития учреждения, а, наоборот, усиливать, предоставлять новые возможности сотрудникам и обучающимся (Приложение 1).

Существуют успешные практики, когда молодежь выступает в качестве соорганизаторов волонтерского движения в учреждении. Ключевая идея молодежного участия заключается в предоставлении молодым людям возможности оказывать влияние на все вопросы, которые касаются их жизни, в том числе и в организации волонтерской деятельности.

Это влияние молодежь может реализовать как через участие в принятии решений совместно со взрослыми, так и через собственную деятельность.

В 1992 году социолог Роджер Харт разработал «Лестницу участия», в которой выделено восемь типов участия молодежи, начиная от манипулятивного до отношения к молодежи как к партнерам.

Лестница участия Харта – это модель, которую можно использовать при разработке и работе над проектами участия молодежи. Его цель – дать молодым людям возможность принимать активное участие в принятии решений и дать им возможность иметь «голос».



ЛЕСТНИЦА МОЛОДЕЖНОГО УЧАСТИЯ
Автор: Роджер Харт

МАНИПУЛЯЦИЯ

Молодых людей приглашают принять участие в проекте, но они никак не влияют на принятие решения и конечный результат.

ДЕКОРАЦИЯ

Молодые люди необходимы в проекте, чтобы представить молодежь как группу, которая пользуется меньшими правами.

ИМИТАЦИЯ

Молодые люди выполняют некоторые роли, но никак не влияют на принятые решения. Создается ложное впечатление (специально или нет), что молодые люди принимают участие, но фактически они не имеют возможности выбрать, что и как им делать.

ИНФОРМИРОВАНИЕ

Проекты начинаются и реализуются взрослыми, молодых людей приглашают лишь для выполнения отдельных ролей или заданий в рамках проекта, но они знают о том, какое влияние они оказывают в действительности.

ИНФОРМИРОВАНИЕ И КОНСУЛЬТАЦИИ

Проект задумывается и осуществляется взрослыми, но молодые люди дают советы и предложения, а их информируют о том, как эти предложения способствуют принятию окончательных решений и достижению целей.

ИНИЦИАТИВА ВЗРОСЛЫХ, СОВМЕСТНЫЕ РЕШЕНИЯ вместе с молодежью

Инициатива проекта исходит от взрослых, но молодые люди приглашаются в качестве равных партнеров, чтобы совместно со взрослыми принимать решения и разделять обязанности.

МОЛОДЕЖЬ ДЕЛАЕТ ВСЕ САМА

Проекты или идеи иницируются и осуществляются под руководством молодых людей, взрослые могут быть приглашены для обеспечения необходимой поддержки, но проект может быть выполнен и без их вмешательства.

ИНИЦИАТИВА МОЛОДЕЖИ, СОВМЕСТНЫЕ РЕШЕНИЯ

Проекты или идеи предлагают молодые люди, которые приглашают взрослых для участия в процессе принятия решения в качестве партнеров.

Тема 2. ПРИВЛЕЧЕНИЕ

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ В ВОЛОНТЕРСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Как известно, работа с волонтерами начинается с деятельности по привлечению, набору и отбору людей, которые изъявили желание безвозмездно оказывать помощь. Перед тем как идти на встречу с людьми, которые, возможно, захотят стать волонтерами, изначально важно провести предварительную работу, которая позволит понять:

- зачем мы идем к потенциальным слушателям;
- каков их возраст и другие особенности целевой аудитории;
- сколько времени нам дают для встречи;
- какие задачи стоят перед волонтерами;
- какие условия мы можем им предложить;
- какие будут благодарности/мотивация.

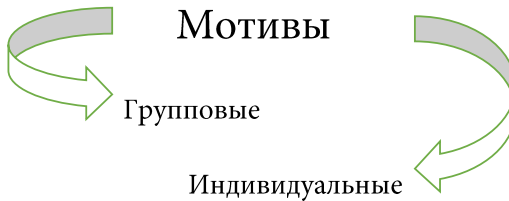
Для набора волонтеров можно использовать разные методы, включая:

- опросы;
- публичные объявления;
- беседы;
- проведение интервью;
- плакаты;
- участие в собраниях и т. п.

В наборе и отборе волонтеров очень значима роль собеседования. (Приложения 2 и 3). Цель собеседования – определить и подобрать каждому такое занятие, которое удовлетворит как нужды волонтера, так и отряда. Проведение собеседования важно, поскольку именно от правильного подбора подходящего человека на соответствующее место зависит успех волонтерской программы. Кроме того, это наилучший и самый быстрый способ познакомиться с волонтером (узнать о его навыках и интересах, лучше понять, какая деятельность будет ему наиболее интересна). Кандидату в волонтеры собе-

седование дает возможность больше узнать о цели и задачах отряда и о том, что от него ожидают.

Процесс привлечения учащейся молодежи в волонтерскую деятельность значительно упрощается, если у потенциальных волонтеров присутствует внутренняя мотивация. Охарактеризовать мотивы к участию в волонтерской деятельности можно, исходя из их принадлежности к двум группам:



Групповые мотивы способствуют объединению людей в группы, это мотивы нижнего уровня наиболее просты для привлечения людей в группу, но в то же время они наиболее слабы для удержания человека в этой группе. Очень распространена, особенно среди молодежи, потребность в расширении круга общения.

Немаловажно учитывать силу **индивидуальных мотивов**, в иерархии которых существенным выступает фактор самореализации. Одним из ее аспектов является альтруизм, который широко распространен в волонтерской деятельности, он предусматривает получение удовольствия от заботы о благополучии окружающих. Однако альтруистический мотив, который в идеале должен быть основным, бывает неустойчивым. Он всегда подкрепляется желанием человека получить нечто большее, будь то моральное удовлетворение, расширение своего круга общения или осознание своей необходимости обществу.

В целом, **мотивация** (от лат. *movēre* – «двигать») – это побуждение к действию; психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий его направленность, организацию, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности.

Следует отметить, что мотивация молодежи к участию в волонтерской деятельности далеко не всегда является высокой. Низкая мотивация – один из основных рисков при организации волонтерского движения в учреждении образования.

Мотивы и причины, по которым молодой человек становится участником волонтерской деятельности, разнообразны. Наиболее распространенные:

- сострадание и сопереживание (желание помочь другим, изменить мир к лучшему);
- знакомство с новыми людьми (желание расширить круг знакомых);
- гражданские чувства;
- религиозные соображения;
- потребность в общении;
- психологическая потребность быть нужным, востребованным;
- карьера, авторитет и самореализация (новые связи, новый опыт и, следовательно, проявление лидерских, руководящих или организаторских способностей, повышение уважения и веса в обществе);
- творческие возможности (выявление потенциальных способностей и применение их на практике; возможность попробовать себя в различных видах деятельности);
- решение своих коммуникативных проблем (например, при наличии проблем с общением можно найти новых друзей и единомышленников);
- досуг (возможность проводить свободное время с пользой для себя и других);
- способ поделиться своим позитивным или негативным опытом (пережившие, наблюдавшие или победившие сложную ситуацию могут четко и своевременно среагировать при похожем случае, направить свою энергию на борьбу с той проблемой, с которой пришлось столкнуться ранее);
- стремление к самосовершенствованию, желание победить собственные недостатки, преодолеть возникшие трудности;
- подтверждение своей самостоятельности и взрослости;
- ресурсные возможности (волонтеры являются обладателями сопутствующих благ – поездок, новых связей и т. п.);
- реализация личностного потенциала;
- общественное признание, авторитет, чувство социальной значимости;
- самовыражение и самоопределение (возможность проявить себя, заявить о своей жизненной позиции, найти свое место в системе общественных отношений и будущей профессиональной деятельности);

- профессиональное ориентирование (участие в волонтерской деятельности позволяет молодому человеку получить представление о различных видах профессиональной деятельности и даже скорректировать выбор направления профессиональной подготовки);
- приобретение полезных социально-психологических и практических навыков (волонтерство позволяет приобрести полезные навыки, напрямую не относящиеся к профессиональному выбору человека, но важные для жизни: приобретение навыков работы с компьютером, с различными видами техники, опыта межличностного взаимодействия);
- приобретение опыта ответственного лидерства и социального взаимодействия (студенту дается возможность проявить себя в различных моделях взаимодействия, приобрести навыки, необходимые в дальнейшей жизни для ответственного лидерства и исполнительской деятельности).

Мотивацию волонтеров можно разделить на несколько подгрупп:

Группы мотивации



- Альтруизм
- Социальная мотивация
- Социальная ответственность
- Материальная мотивация

Альтруизм – бескорыстное желание делать добро, готовность бескорыстно действовать на пользу другим. Данная мотивация является неустойчивой, особенно когда волонтер сталкивается с равнодушием.

Социальная мотивация – строится на основе контактов с другими людьми:

- желание приобрести новый круг общения;
- возможность найти единомышленников;

- стремление к общению и обмену опытом;
- потребность в чувстве принадлежности, необходимости иметь роль в обществе и цель в жизни.

Социальная ответственность – основывается на убеждении, что если у человека есть возможность, то он обязательно должен помогать тем, кто нуждается:

- желание улучшить жизнь людей в обществе;
- следование традиции оказания помощи нуждающимся людям;
- желание быть моделью поведения для других;
- желание показать свое неравнодушие к проблеме.

Материальная мотивация – достижение личных целей, удовлетворение личных потребностей:

- применение собственного опыта, знаний, навыков и приобретение новых;
- подготовка к работе, налаживание новых профессиональных контактов;
- самореализация, личностный рост, самоутверждение;
- выполнение работы, приносящей удовольствие;
- интересное проведение времени;
- компенсация отсутствия чего-либо в жизни.

В привлечении волонтеров огромную роль играет наличие человека с ярко выраженными лидерскими качествами, за которым хочется идти, например, координатор волонтеров и активный опытный волонтер – лучший пример для новых волонтеров. Такие лидеры обеспечивают волонтерам приток положительных эмоций и неугасающий интерес к волонтерской деятельности.

В целом, **привлечение волонтеров** – это поиск союзников, разделяющих цели, а также средства их достижений. Очень важно, чтобы люди, которых мы привлекаем к нашей деятельности, четко понимали, что именно им предстоит делать.

Важно помнить и о значимости продуманной информационной кампании (распространении информации о волонтерском движении) для набора волонтеров.

Как правило, в учреждении образования есть костяк активных студентов, а также обширная группа людей, периодически занимающихся волонтерской деятельностью. Поэтому важно понимать еще

на этапе отбора, какие волонтеры нужны для той или иной задачи и в каком количестве. Неграмотное распределение волонтеров на функции ведет к демотивации и уходу.

Привлечение волонтеров происходит после четкого определения задачи (функции), для которой они требуются. Задача должна быть сформулирована с описанием функционала, требуемого времени, необходимого инвентаря или технических средств, навыков и знаний для ее качественного выполнения. Как можно более четкое и подробное описание всех возможных нюансов гарантирует качественный уровень подбора и последующей деятельности волонтеров.

Необходимо регулярно проводить обучение и повышение квалификации волонтеров. Как правило, такая подготовка включает рост эффективности волонтерского центра, создание сплоченной команды и обмен опытом. Кроме того, эти инструменты помогают разрушать неправильные стереотипы, которые мешают адекватно воспринимать роль волонтера и влияют на быстрое эмоциональное выгорание.

В некотором смысле для процесса вовлечения нам важно не то, сколько человек к нам придет, а то, кому это действительно будет важно и интересно.

Существует ряд факторов, которые могут препятствовать вовлечению молодежи в волонтерскую деятельность: непрестижность данного вида деятельности; непонимание частью общества необходимости и полезности данной работы; отношение к волонтерам как к бесплатной рабочей силе и др.

ВАЖНО:

- предложить волонтерам деятельность, в которой очевидно, что кто-то нуждается в помощи и кроме волонтера помочь никто не сможет;
- не превращать работу волонтера в хаос, давать четкие указания;
- опираться на талант и интерес волонтера, дать ему раскрыться в деятельности;
- волонтеры должны заранее понимать, к чему им готовиться;
- мотивационная готовность волонтера – это их энергия и энтузиазм.

К методам привлечения волонтеров можно отнести следующие:

- промо-акции, раздача брошюр на мероприятии (под конкретную аудиторию);
- беседы и лекции – массовое привлечение школьников, студентов, специалистов;
- расклейка объявлений в местах скопления людей (остановки, транспорт, лифты и т. д.), однако это требует согласования;
- «сарафанное радио» (через друзей и знакомых): волонтер «от друга» доверяет вам изначально – самая благодатная почва, так как он уже что-то знает и готов помогать;
- привлечение посредством рекламы на радио и телевидении.

Условия, обеспечивающие поддержание мотивации для участия в волонтерской деятельности, складываются из ряда составляющих:

1. *Четкая программа действий:* каждый участник должен знать, куда и к кому он может при необходимости обратиться за пояснениями и помощью, в чем конкретно будет заключаться его волонтерская деятельность, перед кем он будет отчитываться, к каким ресурсам будет иметь доступ для решения соответствующих задач. Волонтеру необходимо руководство и уверенность, которая исходит из знания того факта, что кто-то находится всегда рядом для оказания помощи в осуществлении его деятельности.

2. *Наличие налаженной схемы взаимодействия волонтеров внутри отряда/центра:* волонтеры должны быть знакомы со всей структурой волонтерского движения, знать тех, кто ответственен за каждое направление работы, и иметь возможность для встреч и неформального общения со своими единомышленниками. Каждый волонтер должен иметь возможность принимать участие в обсуждении стратегии проведения волонтерской акции или какого-либо мероприятия, вносить свои предложения по усовершенствованию готового сценария, творчески подходить к исполнению своей миссии.

3. *Благоприятный психологический климат.* Любой контакт студента с представителями организационной структуры волонтерского движения должен проходить в доброжелательной обстановке, обеспечивающей волонтеру осознание того, что ему всегда рады, что его деятельность востребована. Волонтер должен знать и чувствовать, что его присутствие запланировано, ожидаемо и необходимо. Очень важно, чтобы волонтер чувствовал значимость выпол-

няемой им работы, понимал, что его пожелание сделать посильный вклад в то или иное мероприятие воспринимается с благодарностью и уважением.

4. *Наличие лидера.* Являясь членом волонтерской группы, лидер в процессе взаимодействия при решении конкретной задачи выдвигается на первый план, принимая на себя функции организатора групповой деятельности. При этом он демонстрирует более высокий уровень активности, участия, влияния в решении данной задачи. Функции лидера многообразны, но особенно важно то, что он выступает регулятором отношений в группе, а также, как правило, служит моделью поведения для остальных членов группы, то есть обеспечивает их наглядным указанием того, кем они должны быть и что они должны делать.

5. *Наличие обратной связи.* После каждой проведенной волонтерской акции или социально значимого мероприятия следует подготовить обзор проведенной деятельности в форме фоторепортажа, материалов сайта, презентации, газеты, творческого отчета участников акции, организовать семинар по обмену опытом. Важно, чтобы деятельность волонтеров находила своевременное освещение и отклик среди общественности.

6. *Участие значимых для волонтеров людей:* преподавателей, представителей общественных и социальных организаций, администрации образовательного учреждения. Необходимо придать волонтерской деятельности статус значимой, причем не только для самих добровольцев, но и для других участников образовательной деятельности, и тем самым формировать имидж волонтера.

7. *Разработанная система поощрений для всех участников волонтерской деятельности:* вручение грамот, благодарственных писем; публичное признание заслуг с привлечением представителей средств массовой информации и др.

ВОПРОСЫ К РАЗМЫШЛЕНИЮ

1. Стоит ли привлекать к участию в волонтерских мероприятиях тех, кто в данный момент не проявляет заинтересованности?
2. Нужно ли проводить собеседование с каждым новым волонтером, который подключается к вашей деятельности?
3. Как выявить основные мотивы, которыми руководствуются волонтеры?
4. Чему нужно в большей степени уделять внимание координатору: привлечению новых волонтеров либо «удержанию» тех, кто уже включен в волонтерскую деятельность?

КЕЙСЫ

1. Мария стала заниматься волонтерской деятельностью потому, что в ее учреждении образования активисты претендуют на первоочередное заселение в общежитие.

Вопрос: Как координатору волонтерского центра выстраивать работу с Марией?

2. Для участия в волонтерском мероприятии в Детском доме вы набрали больше волонтеров, чем нужно.

Вопрос: Как определить, кто из волонтеров не будет принимать участия?

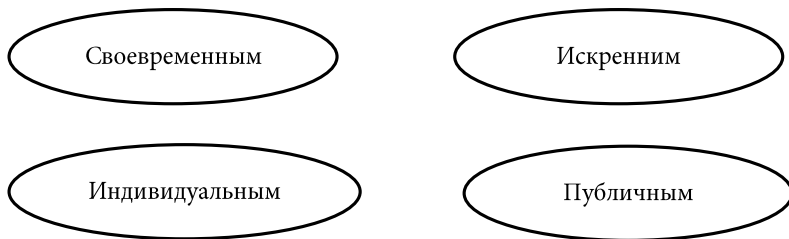
Тема 3. ПООЩРЕНИЕ

ПРИЗНАНИЕ, ПООЩРЕНИЕ И СОЗДАНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ

Важно помнить, что волонтерство – это добровольный выбор и, следовательно, оказываемая помощь является добровольной и безвозмездной. Зачастую отсутствие бонусной поддержки делает волонтерскую деятельность более искренней.

Однако во многих случаях именно признание является основной мотивацией человека к занятию волонтерской деятельностью, также мероприятия по награждению волонтеров за особые успехи могут послужить хорошей рекламой как для привлечения новых волонтеров, так и для продвижения волонтерской деятельности в учреждении.

Золотым правилом признания является тот факт, что признание должно быть:



Выражая признательность волонтерам, мы выделяем следующее:

- ценность и важность деятельности, которую осуществляет волонтер (важно знать, что твоя работа нужна не только тебе, но и еще кому-то);
- персональный вклад волонтера (приложенные усилия, уделенное время, предложенные идеи);
- исключительность и неповторимость личности волонтера;
- достигнутые успехи (признание результатов, достигнутых волонтером);
- знания, навыки, способности, инициативность и опыт.

Формы и виды поощрения необходимо продумать на стадии организации волонтерского движения в учреждении образования.

Поощрение может выражаться в **материальных** и **нематериальных стимулах**.

Нематериальные стимулы:

- публично объявленная благодарность (устная, письменная);
- грамота;
- возможность участвовать в принятии решений (участие в планировании мероприятий и проектов);
- выдача сертификатов о прохождении обучения и предоставление рекомендации;
- возможность карьерного роста/повышения квалификации (выполнение особых функций, например, тренера, руководителя волонтеров);
- возможность зачета прохождения практики;
- статья в печатном издании на сайте о деятельности волонтера.

В учреждении образования необходимо выстроить иерархию официальных поощрений в зависимости от уровня достижений волонтера. Это может быть (в порядке возрастания степени заслуг):

- 1) вручение памятного значка на волонтерском собрании;
- 2) вручение грамоты на масштабном мероприятии в учреждении;
- 3) вручение грамот и подарков от администрации города/области на общегородском мероприятии;
- 4) участие в республиканских волонтерских конкурсах;
- 5) делегирование волонтера на республиканские и международные мероприятия.

На первый взгляд может показаться, что повседневное выражение признательности волонтеру – самый легкий способ поощрения. Однако, занятые чередой дел мы часто забываем о нем: говорить «спасибо»; праздновать юбилеи работы волонтера; спрашивать о семье волонтера и выражать искреннюю заинтересованность; помнить о дне рождения волонтера. Для того, чтобы пользоваться этим способом поощрения, необходимо составить «базу данных» памятных дней, имен, увлечений волонтеров и сверяться с ней перед каждой встречей с волонтерской группой. Вносить данные в эту базу можно при собеседовании с каждым добровольцем.

Материальные стимулы:

- обучение;
- участие в конференциях, слетах;
- компенсация расходов, связанных с волонтерской деятельностью;
- поездки и встречи волонтеров;
- скидки/бесплатное посещения мероприятий (концерты, выставки);
- сувениры и призы с символикой учреждения, волонтерского центра, мероприятия, в котором волонтер принимал участие (футболки, кепки, кружки и т. д.);
- информационные материалы.

Какой бы способ поощрения вы ни использовали, помните следующее:

- выражать благодарность важно как можно чаще, чтобы сформировать у волонтеров чувство уверенности;
- признание наиболее эффективно, когда совершается публично;
- благодарность уместна, если она следует непосредственно за тем поступком, который достоин поощрения;
- постарайтесь согласовывать метод признания с индивидуальными особенностями человека;
- поощряя, не впадайте в крайности – преувеличенная благодарность за малосущественную услугу, игнорирование явных успехов;
- оценка вклада волонтера должна быть адекватна его потребностям и мотивации.

Подчеркнем, что для молодых людей важен очевидный, осязаемый результат волонтерской деятельности. Этот результат должен ясно свидетельствовать о целях, задачах, отражать характер деятельности и нести яркую, эмоциональную, позитивную нагрузку.

В случае недостаточной продуманности волонтерской деятельности в учреждении образования они могут терять интерес к социальному служению.

Это может произойти в тех случаях, когда:

- возникает несоответствие между их ожиданиями и характером предлагаемой деятельности;
- выполняемая работа не влечет реальных изменений;
- деятельность однообразна и неинтересна;
- нет поддержки и одобрения со стороны других;

- нет возможности для личного роста, удовлетворения образовательных потребностей, получения новых знаний, навыков, полезных для жизни, проявления инициативы или творческих способностей;
- возникают напряженные отношения с другими волонтерами или персоналом принимающей организации.

С учетом вышесказанного можно сделать следующие выводы: волонтерские программы для молодежи должны реализовываться через стимулирование их интереса к участию в волонтерской деятельности и создание для них возможностей быть волонтерами в интересующих их направлениях волонтерской деятельности.

ВОПРОСЫ К РАЗМЫШЛЕНИЮ

1. Существуют ли ограничения для занятия волонтерской деятельностью?
2. По каким критериям вы оцениваете деятельность волонтеров?
3. Нужно ли регулярно проводить обучение волонтеров?
4. Как сделать так, чтобы награды не стали основным стимулом в работе волонтеров?

КЕЙСЫ

1. Волонтер Саша просит писать ему благодарственные письма и сертификаты (для своего портфолио) за участие в каждом волонтерском мероприятии.

Вопрос: Как координатору волонтерского центра выстраивать работу с Сашей?

2. Команда волонтеров из 10 человек в течение учебного года регулярно организовывала и проводила мастер-классы для детей из Детского дома.

Вопрос: Какие способы нематериального поощрения вы можете предложить волонтерам?

Тема 4. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ

ПРОГРАММА ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ И ПРОДВИЖЕНИЯ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Одной из важнейших задач волонтерского отряда/центра выступает проведение работ по популяризации волонтерского движения в обществе, трансляция ценностей волонтерства и социальной ответственности.

Правильная популяризация:

- повышает мотивацию молодежи к участию в волонтерской деятельности;
- помогает привлечь внимание общественности к актуальным проблемам;
- способствует конструктивному взаимодействию участников волонтерских отрядов друг с другом, с руководством, с общественными организациями и объединениями, должностными лицами в интересах развития волонтерства;
- повышает уровень организационной работы в команде.

Для работы по популяризации и продвижению волонтерского центра (отряда) в учреждении необходимо для себя определить:

- цели;
- задачи;
- стратегию продвижения.

Целями продвижения могут быть:

- позиционирование и поддержание позитивного имиджа;
- увеличение информированности аудитории;
- создание благоприятной внутренней атмосферы;
- формирование долгосрочных отношений со средствами массовой информации;
- привлечение спонсоров;
- продвижение конкретных мероприятий и акций и др.

Цели могут быть разными, но правила для их постановки всегда одинаковые: **конкретность** (Что нужно для достижения целей?), **измеримость** (Сколько участников волонтерского отряда будет в новом году? Сколько подписчиков в социальных сетях?), **временные рамки** (За какое время необходимо достичь целей?), **достижимость**.

Стратегия по продвижению волонтерской деятельности выделяет несколько шагов:

Шаг 1

Определить, где мы сейчас

Определите ваши ресурсы, как минимум, сколько человек будут реализовывать эту стратегию. Если вы уже на этом этапе понимаете, что людей немного, не планируйте за три месяца захватить мир, закладывайте чуть больше времени.

Проанализируйте медиaprостранство.

Шаг 2

Определить цели, синхронизироваться с другими целями

Тут нужно ответить на вопрос: ради чего мы все здесь собрались? Что хотим получить? Где мы хотим оказаться в будущем?

Шаг 3

Позиционирование

Какой вас должна видеть аудитория? Чем вы отличаетесь от других?

Шаг 4

Определить инструменты

Успех не зависит от количества инструментов: больше – не значит эффективней. Наоборот, большое количество инструментов создают хаос и «мнимую» загруженность. Важно на старте определить, какие инструменты будут эффективны в вашем случае.

Стратегию продвижения и популяризации волонтерского центра/отряда и волонтерского движения в целом можно разделить на *внутренний* и *внешний пиар*. А каждый из них делится на *осязаемый* и *неосязаемый*.

К осязаемому имиджу принято относить: создание бренда, слоган, фирменный стиль и др. Неосязаемый – эмоциональные связи,

складывающиеся из отношений между участниками волонтерского движения.

Если вы хотите, чтобы к вам не относились предвзято, чтобы люди поддерживали и доверяли вам и были готовы выслушать ваше мнение, сделайте так, чтобы все они имели доступ к информации о вас. В этом вам поможет **внешний пиар**, который можно разделить на:

- **коммуникацию со СМИ** (создание баз данных по ключевым СМИ; разработка информационных поводов; создание пресс-материалов; рассылка и размещение материалов в СМИ и т. п.);

- **коммуникацию в деловом сообществе** (организация участия в специализированных выставках, форумах, конференциях, сотрудничество с другими волонтерскими центрами/отрядами, общественными организациями и т. п.);

- **интернет-коммуникацию** (разработка и реализация программ продвижения волонтерской деятельности в сети Интернет).

Остановимся на каждой составляющей подробнее.

КОММУНИКАЦИЯ СО СМИ

Медиапланирование (media planning) – составление медиапланов (расписаний материалов), планирование акций, мероприятий, основа которого заключается в выборе медианосителей (ТВ, пресса, радио, наружная реклама, интернет).

Обычно медиаплан включает в себя следующие разделы:

- **СМИ** (в этой секции перечисляются все СМИ, в которых будут освещаться ваши проекты, мероприятия, акции);

- цели (цели и задачи);

- целевая аудитория (описание целевой аудитории).

СМИ:

- печатные издания (журналы и газеты);

- радиопрограммы, радиоканалы;

- телепрограммы, телеканалы;

- видеопрограммы (любой видеоматериал, транслируемый периодически на каких-либо технических средствах);

- информационные агентства;

- сетевые издания (организации, зарегистрировавшие свои сайты как СМИ);

Отталкивайтесь от географии проекта. Используйте только нужные вам СМИ.

Медиаплан должен включать основные направления продвижения вашего волонтерского центра/отряда в СМИ:

Телеканалы (телепрограммы)	Радио	Печатные издания (газеты, журналы и т. д.)	Интернет- порталы

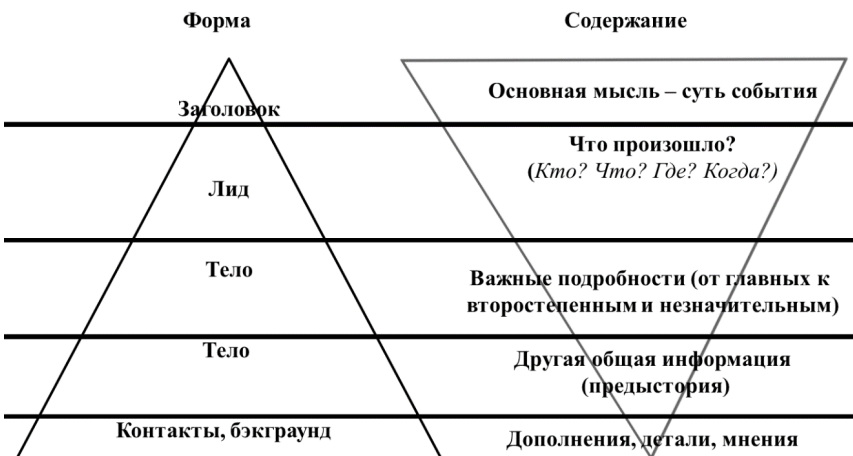
Важно помнить, что для того, чтобы ваше мероприятие не осталось без внимания, необходимо грамотное информационное освещение; в этом вам поможет пресс-релиз (Приложение 4).

Пресс-релиз – это информационное сообщение для прессы, в котором есть новость, официальная позиция по какому-то вопросу, ответная реакция на определенный информационный повод, анонс какого-то события.

Нужно четко помнить, что пресс-релиз – это в первую очередь новость, поэтому он должен отвечать четким критериям: новизна, актуальность, информативность. Прежде чем начать освещать ваше событие, нужно в первую очередь подумать о его структуре.

Структура Пресс-релиза:

Принцип «Перевернутой пирамиды»



Если все же ваше мероприятие прошло незамеченным, то у вас есть второй шанс – подготовить пост-релиз. Это инструмент, благодаря которому можно постфактум сообщить о значимом событии и получить публикацию в СМИ.

Пост-релиз – это информация, отправляемая представителям СМИ, которые не смогли посетить ваше мероприятие. Но важно помнить, что далеко не каждое событие нужно афишировать. Прежде чем взяться за перо, необходимо ответить на три вопроса:

- интересен ли инфоповод широкой аудитории и читателям конкретного издания?
- насколько свежий инфоповод?
- хватит ли фактуры?

Структура написания пост-релиза идентична написанию пресс-релиза.

КОММУНИКАЦИЯ В ДЕЛОВОМ СООБЩЕСТВЕ

Постоянными аудиториями, с которыми взаимодействует либо может взаимодействовать волонтерский отряд/центр являются:

1. Члены волонтерского отряда/центра.

Это одна из основных целевых аудиторий

2. Адресаты волонтерской помощи.

Эту аудиторию можно рассматривать как альтернативу первой: если вы работаете не для своих волонтеров, то именно для них – «внешних» клиентов, потребителей тех социальных услуг (защита прав, оказание благотворительной помощи и т. п.), которые вы производите.

3. Коллеги, сотрудники.

Это базовые целевые аудитории для внутреннего PR.

4. Коллеги по сектору.

В качестве коллег по сектору можно рассматривать как другие волонтерские отряды, так и инициативные группы и организации, отношение и поведение которых влияет на исполнение вашей миссии.

5. Доноры, спонсоры – различные грантодающие организации, коммерческие структуры.

Кроме поднятия статуса организации в глазах доноров и спонсоров, завоевания доверия с их стороны, задачами PR в работе с этими целевыми аудиториями может стать изменение в подходах к их донорской деятельности.

6. Органы власти.

Для волонтерских отрядов представители органов власти различных уровней являются, как минимум, вторичной аудиторией – как правило, в любой PR-деятельности. Коммуникация с органами власти выстраивается руководством учреждения образования.

7. Журналисты.

СМИ являются каналом передачи информации, и в этом плане журналистов в теории PR не рассматривают как первичную или даже вторичную целевую аудиторию – они лишь средство передачи информации или же промежуточная целевая аудитория для отдельного этапа деятельности – организации пресс-мероприятия. Но в деятельности волонтерских отрядов журналисты часто являются именно целевой аудиторией.

8. Бизнес.

Бизнес также может считаться целевой аудиторией PR- деятельности, и не только в качестве потенциального донора и спонсора.

9. Местное сообщество.

Одна из важнейших целевых аудиторий – и не только тех, чья деятельность непосредственно связана с местным сообществом.

10. Граждане.

Это может быть как отдельная категория граждан, на которых направлены PR-усилия конкретного проекта (к примеру, молодежь или люди с инвалидностью), либо же широкое общественное мнение, влияния на которое приходится добиваться, как правило, через вторичные целевые аудитории.

Качественно проведенное исследование и глубокий анализ возможных аудиторий позволяют грамотно определить целевую аудиторию и выбрать наиболее эффективные методы коммуникационного воздействия, а затем моделировать пространство коммуникации.

В процессе работы так или иначе вы пересекаетесь и взаимодействуете с различными целевыми аудиториями, но следует выделить для себя основные и плотно с ними работать.

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Сегодня интернет стал самым доступным средством коммуникации, здесь можно максимально быстро найти необходимую информацию, сообщников, ресурсы и т. д. Самым глобальным и по-

пулярным сервисом являются социальные сети. Они объединяют и удовлетворяют различные социальные запросы: от неформального общения до реализации социальных инициатив и организации проектов. Социальные сети стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Без них мы не только не представляем себе наше свободное время, но зачастую они становятся важным рабочим инструментом. Основные популярные социальные сети:

- **TikTok** – социальная сеть, позволяющая создавать короткие музыкальные видео, прямые эфиры и обмениваться сообщениями.

- **Instagram** – приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей.

- **YouTube** – видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео. Пользователи могут загружать, просматривать, оценивать, комментировать, добавлять в избранное и делиться теми или иными видеозаписями.

- **Facebook** – крупнейшая социальная сеть в мире и одноименная компания.

- **ВКонтакте** – социальная сеть, которая является самой крупной в Европе.

- **Twitter** – мобильная социальная сеть для публичного обмена сообщениями в формате микроблогинга, которая пользуется популярностью во всем мире.

Для эффективной работы в социальных сетях можно создать долгосрочный план коммуникации, тактический план – медиапланирование.

Необходимо составить набор наиболее эффективных каналов, форматов и инструментов, которые способны донести необходимую информацию до аудитории. В идеале «медиа-план» должен представлять собой матрицу сообщений, целевых аудиторий, каналов, форматов и результат, который должен быть достигнут в итоге реализации плана.

Также для успешной работы и качественного ведения социальных сетей можно составить контент-план (контент-матрица). Контент-план – это инструмент, который помогает систематизировать наполнение вашего сообщества.

Хороший контент-план – это список публикаций, который был составлен на основе особенностей, интересов и предпочтений целе-

вой аудитории. Контент-матрица может быть составлена на неделю, месяц либо год (Приложение 5).

Пример недельной контент-матрицы

Виды контента	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница
Информационный	+				
Развлекательный					+
Образовательный		+			
Репутационный			+		
Вовлекающий				+	
Вирусный					+

Информационный контент (анонсы, новости, обзоры новинок, характеристики) раскрывает ваш волонтерский центр/отряд с разных сторон и может занимать примерно 50 % от всех постов.

Помните, информативно не значит скучно. Нужно научиться выбирать действительно важную информацию для пользователей, подавать ее лаконично и привлекательно. Краткость текста и привлекательность изображения – ключ к успеху.

Развлекательный контент (юмор, мемы) – этот контент нам необходим, чтобы ваши читатели не заскучали и не потеряли интерес. С помощью развлекательного контента мы вовлекаем пассивного читателя в общение. Такого контента может быть около 20 %. К категории развлекательного контента можно отнести все, что может развлечь, насмешить: веселые истории, картинки, мемы, загадки. Хорошо, когда темы развлекательного контента переплетаются с тематикой аккаунта.

Образовательный контент (советы, подборки, видеоинструкции и др.) – контент должен быть экспертным, показывать вашей аудитории, что вы профессионал и вам можно доверять. Контент, который приносит пользу, удерживает подписчиков. Не лейте воды, а поделитесь с читателями информацией, которая будет применяться на практике.

Репутационный контент (интервью, достижения, интересные факты, отзывы) рассказывает подписчикам о вашем центре, волон-

терах, специалистах, об успехах и достижениях. Помните, что личные истории вызывают доверие и интерес у аудитории.

В репутационном контенте можно выделить пользовательский контент, который представляет собой обратную связь с участниками. Это отзывы и упоминания о вашем центре, интересные истории, связанные с вами.

Вовлекающий контент (опросы, конкурсы, розыгрыши, квесты) ставит перед собой цель: увеличить активность аудитории, повысить количество просмотров, лайков и комментариев. Общение с пользователем позволяет выявить предпочтения аудитории.

Вирусный контент (пост по трендам, флешмоб, конкурс, челлендж) способен распространяться как вирус. Задача таких постов – привлечь новых сторонников, увеличить популярность.

В своих социальных сетях вы можете использовать такие идеи:

- история;
- обучающий пост;
- обзор;
- гид;
- новости и тренды;
- опрос;
- кейс;
- мини-тест;
- игра с подписчиками;
- полезные приложения, книги;
- один день из жизни (координатора, волонтера) и др.

Существуют некоторые **правила написания текстов для социальных сетей**, которых нужно придерживаться, формируя контент:

- не о чем писать – не пиши; определитесь сами с собой, о чем будет пост и нужен ли он вообще. Пост ради поста не нужен ни вам, ни тем более вашему пользователю;

- 1 пост = 1 мысль – не путайте пользователя, помещая в один пост все и сразу, так вы рассеиваете его внимание и вводите от главной мысли;

- не пишите длинные посты, они больше подходят для продвижения личного бренда;

- разбивайте на абзацы – пост будет легче читать, если вы оставите между абзацами пустую строку;

- не злоупотребляйте смайлами, хештегами, «!», «?!»;
- каждый элемент поста должен быть осмысленным, будь то предложение или отдельное слово, картинка или ссылка. Не нужно вставлять модное слово или мем, только потому что это модно;
- уберите все лишнее – это самый простой способ сделать текст для поста лучше.

Как правильно вести социальные сети?

Единственно верного ответа на этот вопрос не существует, все очень индивидуально. Но существует несколько советов, основанных на особенностях SMM-продвижения:

- постоянно анализируйте результат (чтобы понимать, над чем нужно работать);
- следите за тем, что делают коллеги в волонтерском движении (возможно, у них есть чему поучиться или, наоборот, понять, как не нужно делать);
- общайтесь с аудиторией (не упустите возможность завязать более неформальные отношения со своими читателями);
- будьте в курсе трендов (следите за новыми возможностями социальных сетей и используйте их в SMM-продвижении);
- продвигайте контент (используйте как основные, так и дополнительные каналы).

ВОПРОСЫ К РАЗМЫШЛЕНИЮ

1. Как презентовать свою волонтерскую деятельность, чтобы это не выглядело тщеславно?
2. Стоит ли волонтерскому центру/отряду заводить профили во всех возможных социальных сетях?
3. Корректно ли размещать в пост-релизах и социальных сетях фото тех, кому вы оказываете помощь?
4. Сотрудничает ли ваш центр/отряд с волонтерскими отрядами других учреждений образования?

КЕЙСЫ

1. Волонтерский отряд планирует организовать праздник в социально-педагогическом центре района.

Вопрос: К каким СМИ можно обратиться для того, чтобы привлечь добровольцев из числа местных жителей?

2. Волонтерский центр организует проект по экологическому просвещению в своем регионе.

Вопрос: Кого можно пригласить к участию в качестве партнеров и спонсоров?

Тема 5. ВЫГОРАНИЕ

ВЫГОРАНИЕ ВОЛОНТЕРА И КООРДИНАТОРА ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Выгорание – одна из болезней современности, многозадачности и большой скорости современного мира. Во многих странах выгорание официально признается заболеванием, связанным с трудовой деятельностью, которое нуждается в профилактике и лечении. Больше всего страдают от выгорания представители помогающих профессий – врачи, учителя и конечно же волонтеры.

Феномен выгорания – это совокупность проявлений во всех областях жизни человека, которые мы можем наблюдать. Это депрессия, опустошение, хроническая усталость. Например, это касается эмоций, познавательных процессов, памяти, мышления, речи, социальных навыков общения, деятельности и даже тела. Каждый из них может быть более детально рассмотрен. Одним словом, физическое, эмоциональное и психологическое выгорание затрагивает ряд важных для человека областей, которые взаимно влияют друг на друга. Если мы находим у себя симптомы выгорания, это ни в коем случае не характеризует нас с негативной стороны. Это говорит о том, что нам нужна помощь. Нам нужно стать другом себе, заботливо относиться к себе и своему благополучию. Это нас, конечно, где-то может подвести к границам эгоизма, что для волонтера, кажется, наиболее страшным проявлением. Ведь очень часто люди идут в волонтеры, чтобы справиться, избавиться от эгоизма. Но тут тоже можно прийти до какого-то нездорового предела – к альтруизму, который ведет к саморазрушению. Поэтому, в случае выгорания, эгоизм, связанный с осознанием своих чувств, потребностей и возможностей восстановления очень даже полезен (Приложения 6, 7).

Существует ряд симптомов, по которым можно определить **предпосылки выгорания**:

- *физические* (усталость, истощение, изменение веса, нарушение сна, затруднение дыхания, одышка, отечность, тошнота, головокружения, тремор рук, заболевания кожи);

- *эмоциональные* (пессимизм, цинизм, черствость, усталость, критика (не нравится ничего), тревога, немотивированная агрессивность, потеря идеалов и надежд, невозможность сконцентрироваться);
- *поведенческие* (безразличие к еде, злоупотребление таблетками, алкоголем, табаком, учащенные несчастные случаи);
- *социальные* (снижение интереса к хобби, досугу, социальная изоляция «не хочу никого видеть, говорить по телефону» и пр.).

Рассмотрим **ряд факторов**, которые **могут способствовать выгоранию** как волонтера, так и координатора волонтерской деятельности:

1. Нет стандартов и четких правил.

В волонтерской деятельности, по сути, нет четких норм и правил. А зачастую стандартизированные процедуры, протоколы, границы берегут нервы и силы. Принятие решений – очень энергозатратная вещь, и иногда проработка технологий и установление границ считается «равнодушием». Каждое решение – помочь или отказать – как болото, еще больше заталкивает в депрессию.

2. Бюрократизация.

Это еще один из факторов риска, в работе координатора, если в его деятельности много отчетов, проверок и необъяснимых требований.

3. «Комплекс Спасателя».

С одной стороны, к волонтерам иногда предъявляются завышенные требования, ведь раз он волонтер, он *должен* всем помогать. С другой – у самого человека с этим комплексом тоже по отношению к себе завышенные ожидания. У него есть миссия, он должен спасти всех, кто нуждается в помощи.

4. Есть профессии, которые находятся **в группе риска** (работающие с зависимыми от них людьми – учителя, юристы, врачи, психологи, консультанты – в группе риска по определению).

5. Отсутствие профессиональной подготовки (кажется, что в волонтерской деятельности не требуется специального обучения и подготовки, однако обучение дает возможность подготовиться к выполнению своих обязанностей, потренировать ключевые компетенции, а также осознать важность и ответственность своей роли).

6. Синдром выгорания может касаться как одного человека, так и **целого коллектива** (если нет профилактики выгорания, то в итоге страдает не один человек, а вся команда. Возникают конфликты, открытые и скрытые – это признаки выгорания всего коллектива, особенно если раньше было по-другому).

Выход волонтера из активной волонтерской деятельности в силу различных факторов является естественным процессом. Сложно рассчитывать, что человек всю свою жизнь будет волонтером. Однако высокая текучесть волонтеров приводит к необходимости набора и обучения новых волонтеров, а также несет угрозу снижения устойчивости и качества деятельности, так как опытные волонтеры уходят, а им на смену приходят новые, которые еще не обладают необходимыми знаниями и навыками. Следует отметить, несмотря на то, что уход волонтеров является естественным процессом, он все же поддается влиянию. Главным образом – через воздействие на причины ухода волонтеров, которые делятся на:

- *внутренние* – связаны с личными мотивами и обстоятельствами волонтеров.
- *внешние* – связаны с самой организацией и осуществляемой ею деятельностью.

Внутренние причины ухода волонтеров:

- окончание учебы и начало трудовой деятельности;
- переезд на новое место жительства;
- изменение семейного положения;
- изменение состояния здоровья;
- появление других интересов, обязанностей;
- изменение финансовой ситуации (например, возникла необходимость в дополнительном заработке);
- изменение приоритетов;
- нехватка времени (волонтерская деятельность начинает отнимать слишком много времени).

Внешние причины ухода волонтеров:

- несоответствие предложенной работы ожиданиям и интересам волонтера;
- однообразие методов и форм работы;
- плохое планирование программы и плохая организация работы;
- невнимательное и пренебрежительное отношение со стороны координатора, членов волонтерского центра/отряда;

- предъявление к волонтерам завышенных или заниженных требований/стандартов;
- невозможность участия в планировании программы и принятия самостоятельных решений, внесения предложений;
- непризнание заслуг и вклада волонтера;
- невозможность повышения квалификации и прохождения обучения;
- невозможность профессионального и личностного роста и перепрофилирования.

Одним из важнейших условий поддержания интереса молодежи к волонтерской деятельности является поддержка и супервизия волонтеров.

Оказание поддержки – это обязанность координатора по отношению к волонтерам и право волонтеров. Важное правило: поддержка должна быть регулярной, а не от случая к случаю.

Задачи, стоящие перед координатором, по оказанию поддержки волонтерам:

1. *Обеспечить связь волонтера с координатором волонтерского центра/отряда.* А именно: укрепить у волонтера чувство принадлежности к волонтерскому центру, учреждению образования; дать возможность выслушать мнение волонтера о том, как можно повысить эффективность программы; лучше узнать о навыках и интересах конкретного волонтера (поддержание мотивации); помочь выявить недопонимание/недовольство сторон и найти пути решения проблемы.

2. *Обеспечить качество выполняемой работы.* Проводить регулярную оценку результатов и своевременно вносить изменения и, если необходимо, планировать и проводить дополнительно обучение и/или перепрофилирование волонтера. Реализация эффективной поддержки зависит от климата в центре: насколько открытые и равные отношения поддерживаются между руководством и волонтерами.

О благоприятном отношении к волонтерам говорят, когда волонтер может свободно обратиться к координатору с вопросом относительно выполняемой работы и получить ответ, может открыто рассказать о проблеме и попросить о помощи. А координатор, в свою очередь, доступен для волонтера, регулярно с ним встречается и беседует. А также проявляет искренний интерес к работе, увлечениям и проблемам волонтера, то есть общение не ограничивается только

поручением заданий. Только в таких условиях волонтеры получают достаточную поддержку для успешного осуществления своей деятельности.

Поддержка волонтеров предусматривает следующее:

- *консультирование* – объяснение, как можно поступить в той или иной возникшей в процессе работы ситуации, помощь в идентификации проблем и поиске путей их решения;
- *обеспечение волонтера информацией*, необходимой для выполнения работы;
- *решение организационных вопросов*: предотвращение чрезмерной нагрузки, предложение работы, которая интересна волонтеру, обеспечение необходимыми ресурсами, организация рабочего места, возмещение расходов;
- предоставление волонтеру *возможности пройти обучение*, повысить свою квалификацию;
- *поддержка в установлении контактов и взаимопомощи* между волонтерами.

К формам поддержки можно отнести:

- индивидуальные беседы волонтера с координатором;
- совместную работу с координатором или другими волонтерами;
- встречи волонтерской группы (с участием и без участия координатора);
- встречи по обмену опытом с другими группами волонтеров;
- тренинги, семинары, обучение;
- техническое и информационное обеспечение, возмещение расходов.

Супервизия также является составной частью системы поддержки волонтера. Заключается в проведении беседы/обмена мнениями между координатором и волонтером. При этом координатор помогает волонтеру сформулировать самостоятельные выводы, оценить свою деятельность и поставить себе новые задачи на ближайший период. Одновременно выявляются проблемы, появление которых волонтер не всегда может осознать или сформулировать самостоятельно. Ценность такой беседы в том, что идентификация и поиск решения проблем происходят совместно. Обсуждаются события, связанные с конкретной работой за конкретный промежуток времени; опыт, который получил волонтер; проблемы, которые возникли,

пути их решения; необходимость в обучении и внесении изменений в описание работы; результаты работы; задачи на будущее.

Следует отметить, что координатор – не психотерапевт. Однако крайне важно быть внимательным к волонтерам.

Волонтер не всегда может самостоятельно проговорить все темы и сформулировать вопросы и проблемы, или может считать это недостойным внимания, или просто стесняться поднять интересующие его темы.

Для этого руководителю следует задавать волонтеру наводящие вопросы, например:

1. Как идут дела?
2. Соответствует ли работа волонтером его ожиданиям?
3. Получает ли он удовлетворение от своей работы?
4. Что идет хорошо в его работе, что не очень?
5. Что ему больше всего нравится в его работе?
6. Что ему меньше всего нравится, вызывает тревогу?
7. Есть ли какой-нибудь вопрос или тема, о которой он хотел бы поговорить?
8. Как складываются отношения с другими волонтерами, подопечными (клиентами)?
9. Испытывает ли он нехватку чего-либо (например, знаний)?

Забота о себе дается особенно сложно тем, кто привык, в первую очередь, безвозмездно заботиться о других и сфокусирован на решении чужих проблем.

Что может сделать волонтер для себя:

- внимательно следить за своим психологическим, физическим, эмоциональным состоянием;
- реально оценивать свои силы и возможности;
- уделять время самому себе, время для общения с друзьями вне круга волонтерской деятельности;
- применять методы физической релаксации и дыхательные методики для снятия стресса;
- принять решение о приостановлении своей деятельности, взять перерыв, чтобы отдохнуть, набраться сил, пересмотреть свои взгляды на свою деятельность или же перейти в другой вид волонтерской помощи.

Бережное и уважительное отношение к своим потребностям является залогом того, что за свою благородную деятельность волон-

тер не расплатится утратой самоидентичности, своим здоровьем, отношениями с близкими, утратой доверия к людям и разочарованием в своей деятельности.

Выгорание – это сигнал к взятию на себя ответственности за свое благополучие. Когда мы признаем положительный посыл такого сигнала, когда мы устанавливаем свои границы, соизмеряем возможности, когда мы выбираем жизнь, а не саморазрушение, когда выбираем союзничество с самим собой, тогда мы становимся более зрелыми и гармоничными личностями.

Советы по профилактике эмоционального выгорания координатора

1. Пусть выбор волонтерской деятельности будет осознанным и избирательным, с правом перехода от одной к другой.

2. Не забывайте о соблюдении простых правил (правильное питание, соблюдение питьевого режима, физическая активность, соблюдение режима сна).

3. Определите границы и зону ответственности. Не берите слишком много на себя!

4. Определите четкие правила и принципы волонтерской работы (как своей, так и волонтеров), благодаря которым каждый будет понимать границы своей ответственности.

5. Неформальное общение как с волонтерским коллективом, так, возможно, и с адресатами волонтерской помощи также может быть способом профилактики выгорания.

6. Не отказывайте себе в перерывах (как длительных, так и пятиминутных приятных брейках на то, чтобы побыть с любимыми людьми или просто отдохнуть).

7. Говорите о своих проблемах, переживаниях. Не стесняйтесь делиться своими переживаниями с окружающими, особенно если они также вовлечены в волонтерскую деятельность.

8. Ставьте перед собой цели, но реально достижимые.

9. Акцентируйте внимание на плюсах, которых удастся достигнуть, минусы нужно анализировать и идти дальше, не «зависать» на них.

10. Получайте радость от самой работы, от процесса, а не только от результата.

Люди взаимодействуют между собой на основе разных психологических и социальных моделей. К таким моделям относится треугольник Карпмана, который встречается во всех сферах жизни, в том числе и в волонтерстве.

Треугольник Карпмана – это самая распространенная модель взаимоотношений между людьми. Впервые ее описал в 1968 году Стивен Карпман. В этой модели люди играют три ключевые роли: Контролер, Жертва и Спаситель.



Жертва

Для жертвы жизнь – это страдание. Все к ней несправедливо, она устает и не справляется. Человек, который занимает позицию Жертвы, выглядит следующим образом: беспомощный, растерянный, слабый, безвольный, обиженный, потерянный. Он демонстрирует миру свою слабость в надежде найти спасителя. При этом у многих эта роль становится едва ли не их единственным стилем общения. Эти люди постоянно жалуются на обстоятельства, на проблемы. Выгода Жертвы – это внимание, забота и жалость окружающих, а также возможность переложить ответственность на других.

Контролер

Он тоже смотрит на жизнь как на врага и источник проблем. Он напряжен, раздражен, зол и боится. Он не может забыть прошлые проблемы и постоянно пророчит новые беды в будущем. Он контролирует и критикует близких, чувствует невыносимый груз ответственности и очень от этого устает. Он указывает другим на их ошибки и учит жизни. Он считает, что заботится и опекает людей, находящихся рядом с ним, а они не ценят его заботы, убежден в том, что делает это исключительно для блага, и очень раздражается, когда Жертва начинает сопротивляться.

Спаситель

Он испытывает жалость к жертве и злость к контролеру. Роль Спасителя на первый взгляд может казаться благородной, так как этот герой как раз таки стремится помочь Жертве облегчить ее страдания. Именно они бегут на помощь по первому призыву Жертвы, слушают ее, дают советы или даже помогают решить ее проблемы. Однако же скрытый мотив Спасителя – это вовсе не оказание помо-

щи Жертве, а ощущение собственной значимости и важности, которую он получает в итоге.

Как выйти из треугольника, если вы – Жертва:

1. Перестаньте жаловаться на жизнь. Совсем. Потратьте это время на поиски возможностей улучшить положение вещей, которые вас не устраивают.

2. Запомните раз и навсегда: никто вам ничего не должен. Даже если обещали, если очень хотели, если сами предлагали. Обстоятельства постоянно меняются, как и человеческие желания. Перестаньте ждать спасения.

3. Все, что вы делаете – это ваш выбор и ваша ответственность. И вы вправе сделать другой выбор, если этот вас не устраивает.

4. Не оправдывайтесь и не корите себя, если вам кажется, что вы не соответствуете чьим-то ожиданиям.

Как выйти из треугольника, если вы – Контролер:

1. Прекратите обвинять в своих проблемах других людей и обстоятельства.

2. Никто не обязан соответствовать вашим представлениям о том, что правильно и неправильно. Люди разные, ситуации разные, если вам что-то не нравится, просто не имейте с этим дело.

3. Решайте разногласия мирным путем, без злобы и агрессии.

4. Перестаньте самоутверждаться за счет тех, кто слабее вас.

Как выйти из треугольника, если вы – Спаситель:

1. Если у вас не просят помощи или совета, молчите.

2. Перестаньте думать, что вы лучше знаете, как надо жить, и что без ваших ценнейших рекомендаций мир рухнет.

3. Не давайте необдуманных обещаний.

4. Перестаньте ждать благодарности и похвалы. Вы же помогаете, потому что хотите помочь, а не за почести и награды, верно?

5. Перед тем, как броситься «причинять добро», спросите себя честно: так ли необходимо и эффективно ваше вмешательство?

6. Прекратите самоутверждаться за счет тех, кто чуть более нескромен в своих жалобах на жизнь.

ВОПРОСЫ К РАЗМЫШЛЕНИЮ

1. Стоит ли координатору привлекать волонтеров к написанию перспективного плана работы центра/отряда на год?
2. Нужна ли рефлексия и обсуждение итогов после каждого волонтерского мероприятия?
3. Как подготовить волонтеров перед первой поездкой в хоспис?
4. Есть ли традиции в вашем волонтерском центре/отряде?

КЕЙСЫ

1. Волонтер Дарья принимала участие во всех мероприятиях, которые проводились волонтерским центром, однако в последнее время она постоянно стала отказываться от них.

Вопрос: Нужно ли координатору настаивать на том, чтобы Дарья продолжила участие в волонтерских проектах?

2. Анна Степановна обратилась в волонтерский отряд школы с просьбой оказать ей помощь и купить дорогостоящий слуховой аппарат.

Вопрос: Как поступить координатору отряда?

Приложение 1

SWOT-анализ

SWOT-анализ предполагает, что для успешного развития волонтерского центра/отряда необходимо учитывать следующие характеристики:

S (strengths) – сильные стороны. Это преимущества, ценности, уникальные навыки.

W (weaknesses) – слабые стороны. Недостатки, где и в чем вы проигрываете. Эти характеристики тормозят рост, мешают развитию, тянут назад.

O (opportunities) – возможности. Это события и ситуации (например, в учреждении), на которые вы не имеете прямого влияния, но они могут как-то положительно сказаться на развитии вашего волонтерского отряда.

T (threats) – угрозы. Трудности, внешние факторы, которые не зависят от принимаемых вами решений.

Сильные стороны	Возможности
Слабые стороны	Угрозы

SWOT-анализ поможет вам определить ваши сильные и слабые стороны, проработать возможности и угрозы вашей волонтерской деятельности. После их определения будет проще понять цели, определить свое место, разобраться, с чем еще надо поработать, и что поставить во главу вашей волонтерской деятельности.

Приложение 2

Анкета для волонтеров

Если ты хочешь стать частью нашей дружной волонтерской команды и помочь, ответь, пожалуйста, на несколько вопросов. Нам очень важно узнать немного больше о тебе и твоих интересах!

1. Ф.И.О. _____

2. Дата рождения _____

3. Место учебы (учебное заведение, класс/курс, специальность)

4. Контактная информация:

Адрес проживания (область, город, улица, дом, квартира)

Телефон (дом./моб.)

E-mail:

Другие контакты (социальные сети)

5. Какие направления волонтерской деятельности интересны тебе? (выбери не более двух вариантов ответов)

- Социальное
 - Спортивное
 - Экологическое
 - Зооволонтерство
 - Медиаволонтерство
- или другое
-

6. Есть ли у тебя опыт волонтерской деятельности и, если «да», то какой именно?

Да

Нет

7. Есть ли у тебя хобби, интересы? Какие?

8. Твои ожидания от участия в волонтерском движении?

9. Сколько времени ты готов посвящать волонтерской деятельности:

- 1–2 в неделю
 - 1–2 в месяц
 - только на крупных мероприятиях
 - другое
-
-

10. Что именно привлекает тебя в волонтерской деятельности:

- Получение нового опыта
 - Встречи с новыми людьми
 - Возможность помочь другим
 - Вклад в общее дело
 - Новые интересы
 - Открытие для себя новых сфер
 - другое
-
-

Дата заполнения анкеты _____

Приложение 3

Вопросы для собеседования волонтеров

1. Что именно тебя привлекает в работе волонтером?
2. Что может дать работа волонтеров обществу?
3. Что ты надеешься получить от этой волонтерской работы?
4. Имеет ли кандидат опыт работы волонтером, если да, то какой?
5. Какие перспективы для себя он видит?
6. Какой он видит для себя идеальную работу?
7. Что он любит делать в свободное время?
8. Что волонтер сделает, если один из подопечных выразит недовольство по поводу его работы?
9. Какой имеет опыт быть руководимым (что было хорошо, что плохо и как поступал в таких ситуациях)?
10. Какие отношения с координатором волонтер считает идеальными?
11. С каким типом людей волонтеру хотелось бы иметь дело в совместной работе либо в качестве подопечных?
12. Есть ли типы людей, с которыми кандидат не сможет сработаться?
13. Имеет ли опыт руководства людьми?
14. Имеет ли опыт работы в команде (что является наиболее важным)?
15. Какие дни недели и время суток удобны для работы волонтеру?
16. Сколько времени может уделить работе волонтера в неделю?
17. Насколько гибким может быть график?
18. В какие периоды волонтер не сможет волонтерить?
19. Какими знаниями и навыками обладает?
20. Какое направление волонтерства представляет наибольший интерес?

Приложение 4

Примеры пресс-релизов



Волонтерский центр приглашает детей и подростков в возрасте от 10 до 15 лет в онлайн-лагерь «Юный волонтер». В течение всей смены зачисленные в лагерь ребята будут общаться с вожатыми и обсуждать темы волонтерства. Всю подробную информацию вы можете уточнить по номеру +375 (17) 111-11-11.



Впервые в Беларуси начнет свою работу уникальный летний онлайн-лагерь «Юный волонтер»!

Ребята со всей страны будут общаться с опытными волонтерами-вожатыми: в интерактивной форме изучать и обсуждать темы волонтерства, «прокачивать» социально необходимые качества и совершенствовать полезные навыки. Все знания будут закрепляться практическими заданиями, которые будут предлагать вожатые.

Также для ребят подготовлены мастер-классы (творческие, кулинарные и т. д.) и работа в дискуссионных клубах. Основные занятия будут проходить на платформе ZOOM.

Участие в лагере бесплатное. Для того, чтобы попасть в лагерь, нужно пройти по ссылке и заполнить заявку на нашем сайте volunteer.by. К участию приглашаются дети и подростки в возрасте 10–15 лет. Первая смена начинается 06.07.2021. Количество мест ограничено!

Подробную информацию можно узнать у куратора проекта – Ивановой Татьяны по телефону +375 (17) 111-11-11.



Ваш пример:

Заголовок (что?) _____

Лид (где? когда?) _____

Тело (раскрывает заголовок и лид) _____

Контактные данные _____

Приложение 5

Контент-матрица

	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Опрос	Какое направление осветить?					Что нас вдохновляет на добрые дела?	
История успеха волонтерского центра (один день из жизни)		Волонтерский центр/отряд			Видео волонтера, координатора (личный опыт)		
Информационный (волонтерская деятельность, направления волонтерства)	Факты и мифы		Направление ВД				
Развлекательный				Рекомендованные книги и фильмы к просмотру			Цитаты о волонтерстве
Достижения, отзывы, проекты		Пост-релизы о прошедших мероприятиях			Отзывы валивших подписчиков и участников мероприятий		

Приложение 6

Оценка «эмоционального интеллекта» (Н. Холл)

Инструкция. Ниже будут предложены высказывания, которые так или иначе отражают различные стороны вашей жизни. Пожалуйста, напишите цифру справа каждого утверждения, исходя из оценки ваших ответов:

- полностью не согласен – (–3 балла);
- в основном не согласен – (–2 балла);
- отчасти не согласен – (–1 балл);
- отчасти согласен – (+1 балл);
- в основном согласен – (+2 балла);
- полностью согласен – (+ 3 балла).

Текст опросника

1. Для меня как отрицательные, так и положительные эмоции служат источником знания, как поступать в жизни.
2. Отрицательные эмоции помогают мне понять, что я должен изменить в моей жизни.
3. Я спокоен, когда испытываю давление со стороны.
4. Я способен наблюдать изменение своих чувств.
5. Когда необходимо, я могу быть спокойным и сосредоточенным, чтобы действовать в соответствии с запросами жизни.
6. Когда необходимо, я могу вызвать у себя широкий спектр положительных эмоций, таких как веселье, радость, внутренний подъем и юмор.
7. Я слежу за тем, как я себя чувствую.
8. После того, как что-то расстроило меня, я могу легко совладать со своими чувствами.
9. Я способен выслушивать проблемы других людей.
10. Я не закликаюсь на отрицательных эмоциях.
11. Я чувствителен к эмоциональным потребностям других.
12. Я могу действовать успокаивающе на других людей.
13. Я могу заставить себя снова и снова встать перед лицом препятствия.
14. Я стараюсь подходить творчески к жизненным проблемам.

15. Я адекватно реагирую на настроения, побуждения и желания других людей.

16. Я могу легко входить в состояние спокойствия, готовности и сосредоточенности.

17. Когда позволяет время, я обращаюсь к своим негативным чувствам и разбираюсь, в чем проблема.

18. Я способен быстро успокоиться после неожиданного огорчения.

19. Знание моих истинных чувств важно для поддержания «хорошей формы».

20. Я хорошо понимаю эмоции других людей, даже если они не выражены открыто.

21. Я хорошо могу распознавать эмоции по выражению лица.

22. Я могу легко отбросить негативные чувства, когда необходимо действовать.

23. Я хорошо улавливаю знаки в общении, которые указывают на то, в чем другие нуждаются.

24. Люди считают меня хорошим знатоком переживаний других людей.

25. Люди, осознающие свои истинные чувства, лучше управляют своей жизнью.

26. Я способен улучшить настроение других людей.

27. Со мной можно посоветоваться по вопросам отношений между людьми.

28. Я хорошо настраиваюсь на эмоции других людей.

29. Я помогаю другим использовать их побуждения для достижения личных целей.

30. Я могу легко отключиться от переживания неприятностей.

Ключ

• шкала «Эмоциональная осведомленность» – пункты 1, 2, 4, 17, 19, 25;

• шкала «Управление своими эмоциями» – пункты 3, 7, 8, 10, 18, 30.

• шкала «Самотивация» – пункты 5, 6, 13, 14, 16, 22.

• шкала «Эмпатия» – пункты 9, 11, 20, 21, 23, 28.

• шкала «Управление эмоциями других людей» – пункты 12, 15, 24, 26, 27, 29.

Подсчет результатов теста EQ

По каждой шкале высчитывается сумма баллов с учетом знака ответа (+ или -). Чем больше плюсовая сумма баллов, тем больше выражено данное эмоциональное проявление.

Интерпретация результатов:

Уровни парциального (отдельно по каждой шкале) эмоционального интеллекта в соответствии со знаком результатов:

- 14 и более – высокий;
- 8–13 – средний;
- 7 и менее – низкий.

Интегративный (сумма по всем шкалам) уровень эмоционального интеллекта с учетом доминирующего знака определяется по следующим количественным показателям:

- 70 и более – высокий;
- 40–69 – средний;
- 39 и менее – низкий.

1. Эмоциональная осведомленность – это осознание и понимание своих эмоций, постоянное пополнение собственного словаря эмоций. Люди с высокой эмоциональной осведомленностью в большей мере, чем другие, осведомлены о своем внутреннем состоянии.

2. Управление своими эмоциями – это эмоциональная отходчивость, эмоциональная гибкость и т. д., другими словами – произвольное управление своими эмоциями.

3. Самомотивация – управление своим поведением за счет управления эмоциями.

4. Эмпатия – это понимание эмоций других людей, умение сопереживать текущему эмоциональному состоянию другого человека, а также готовность оказать поддержку. Это умение понять состояние человека по мимике, жестам, оттенкам речи, позе.

5. Распознавание эмоций других людей – умение воздействовать на эмоциональное состояние других людей.

Приложение 7

Методика «Диагностика выраженности профессионального выгорания (МВИ)» (К. Маслач и С. Джексон, в адаптации Н. Е. Водопьяновой)

Цель: изучение степени выраженности и распространенности синдрома профессионального выгорания.

Опросник состоит из 22 пунктов, по которым возможно вычисление значений трех шкал: «Эмоциональное истощение», «Деперсонализация», «Редукция профессиональных достижений».

«Эмоциональное истощение» проявляется в переживаниях сниженного эмоционального тонуса, чувством психической истощенности и аффективной лабильности, утратой интереса к окружающим, ощущении пресыщенности работой, неудовлетворенностью жизнью в целом.

«Деперсонализация» проявляется в эмоциональном отстранении и безразличии, формальном выполнении профессиональных обязанностей без личностной включенности и сопереживания, а в отдельных случаях – в негативизме и циничном отношении.

«Редукция профессиональных достижений» отражает степень удовлетворенности работника собой как личностью и профессионалом. Это тенденция к отрицательному оцениванию себя, своих профессиональных достижений и успехов, негативизм относительно служебных достоинств и возможностей или редукция собственного достоинства, ограничение своих возможностей, обязанностей по отношению к другим, снятие с себя ответственности и перекладывания ее на других.

Инструкция к прохождению теста следующая: «Ответьте, пожалуйста, как часто вы испытываете чувства, перечисленные ниже в опроснике. Для этого на бланке для ответов отметьте по каждому пункту позицию, которая соответствует частоте ваших мыслей и переживаний: «никогда», «очень редко», «иногда», «часто», «очень часто», «каждый день».

**Опросник «Диагностика выраженности
профессионального выгорания (МВІ)»**

Утверждение	Никогда	Очень редко	Иногда	Часто	Очень часто	Каждый день
1. Я чувствую себя эмоционально опустошенным						
2. После работы я чувствую себя как «выжатый лимон»						
3. Утром я чувствую усталость и нежелание идти на работу						
4. Я хорошо понимаю, что чувствуют мои коллеги и стараюсь учитывать это в интересах дела						
5. Я чувствую, что общаюсь с некоторыми коллегами без теплоты и расположения к ним						
6. После работы мне на некоторое время хочется уединиться						
7. Я умею находить правильное решение в конфликтных ситуациях, возникающих при общении с коллегами						

Утверждение	Никогда	Очень редко	Иногда	Часто	Очень часто	Каждый день
8. Я чувствую угнетенность и апатию						
9. Я уверен(а), что моя работа нужна людям						
10. В последнее время я стал(а) более черствой по отношению к тем, с кем я работаю						
11. Я замечаю, что моя работа ожесточает меня						
12. У меня много планов на будущее, и я верю в их осуществление						
13. Моя работа все больше меня разочаровывает						
14. Мне кажется, что я слишком много работаю						
15. Бывает, что мне действительно безразлично то, что происходит с некоторыми моими подчиненными и коллегами						

Утверждение	Никогда	Очень редко	Иногда	Часто	Очень часто	Каждый день
16. Мне хочется уединиться и отдохнуть от всего и всех						
17. Я легко могу создать атмосферу доброжелательности и сотрудничества в коллективе						
18. Во время работы я чувствую приятное оживление						
19. Благодаря своей работе я уже сделал в жизни много действительно ценного						
20. Я чувствую равнодушие и потерю интереса ко многому, что радовало меня в моей работе						
21. На работе я спокойно справляюсь с эмоциональными проблемами						
22. В последнее время мне кажется, что коллеги и подчиненные все чаще перекладывают на меня груз своих проблем и обязанностей						

Опросник имеет три шкалы: «эмоциональное истощение» (9 утверждений), «деперсонализация» (5 утверждений) и «редукция личных достижений» (8 утверждений).

Ответы оцениваются так: 0 баллов – «никогда», 1 балл – «очень редко», 3 балла – «иногда», 4 балла – «часто», 5 баллов – «очень часто», 6 баллов – «каждый день».

Ключ к методике

«Эмоциональное истощение» – ответы по пунктам 1, 2, 3, 6, 8, 13, 14, 16, 20 (максимальная сумма баллов – 54).

«Деперсонализация» – ответы по пунктам 5, 10, 11, 15, 22 (максимальная сумма баллов – 30).

«Редукция личных достижений» – ответы по пунктам 4, 7, 9, 12, 17, 18, 19, 21 (максимальная сумма баллов – 48).

Чем больше сумма баллов по первой и второй шкале в отдельности, тем больше у обследуемого выражены различные стороны синдрома профессионального выгорания. Чем меньше сумма баллов по третьей шкале, тем меньше уровень профессионального выгорания.

Уровни профессионального выгорания

Шкалы профессионального выгорания	Баллы		
	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Эмоциональное истощение	От 0 до 16	От 17 до 26	27 и больше
Деперсонализация	От 0 до 6	От 7 до 12	13 и больше
Редукция личных достижений	39 и больше	От 38 до 32	31 и меньше

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Тема 1. ОРГАНИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБРАЗОВАНИЯ.....	4
Тема 2. ПРИВЛЕЧЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ В ВОЛОНТЕРСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.....	10
Тема 3. ПООЩРЕНИЕ ПРИЗНАНИЕ, ПООЩРЕНИЕ И СОЗДАНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ.....	19
Тема 4. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРОГРАММА ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ И ПРОДВИЖЕНИЯ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	24
Тема 5. ВЫГОРАНИЕ ВЫГОРАНИЕ ВОЛОНТЕРА И КООРДИНАТОРА ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	35
Приложение 1 SWOT-анализ	46
Приложение 2 Анкета для волонтеров.....	47
Приложение 3 Вопросы для собеседования волонтеров	49
Приложение 4 Примеры пресс-релизов.....	50
Приложение 5 Контент-матрица.....	51

Приложение 6

Оценка «эмоционального интеллекта» (Н. Холл)52

Приложение 7

Методика «Диагностика выраженности профессионального выгорания (МВІ)» (К. Маслач и С. Джексон, в адаптации Н. Е. Водопьяновой)55

Учебное издание

Шереметьева Яна Владимировна
Захаревская Виктория Олеговна

**МЕНЕДЖМЕНТ ВОЛОНТЕРСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ
ОБРАЗОВАНИЯ**

Компьютерная верстка *К. А. Капустиной*
Корректор *И. М. Подоматько*

Подписано в печать 23.03.2021. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Ризография.
Усл. печ. л. 3,7. Уч-изд. л. 3,8. Тираж _____ экз. Заказ 24.

Издатель и полиграфическое исполнение:
государственное учреждение образования
«Республиканский институт высшей школы».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/174 от 12.02.2014.

Ул. Московская, 15, 220007, г. Минск.