

**Теоретический блок 3. "Супервизия. Эффективный рекрутинг."** Как поддерживать постоянный интерес к деятельности.

*Рекрутинг* - это 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 наша организация может ему предложить.

*Мотивацию волонтеров* можно разделить на несколько подгрупп:

*Альтруизм* – бескорыстное желание делать добро.

- Предпосылками является представление, что есть люди, которым нужна помощь. Данная  
мотивация является неустойчивой, особенно когда волонтер сталкивается с равнодушным отношением.

*Социальная мотивация* – строится на основе контактов с другими людьми. Волонтерская группа рассматривается как социальная, а не рабочая группа. К социальной мотивации относятся:

- Желание приобрести новый круг общения, выбраться из дома
- Возможность найти единомышленников
- Стремление к общению и обмену опытом
- Потребность в чувстве принадлежности и необходимости
- Потребность 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 находится в более сложной ситуации. В отличие от альтруизма такое мировоззрение формируется под воздействием общественного мнения. К социальной мотивации относятся:

- 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 и/или удовлетворение личных потребностей:

- Применение собственного опыта, знаний, навыков и приобретение новых
- Подготовка к работе, улучшение своего резюме, налаживание новых профессиональных контактов
- Возможность зачесть какие-либо предметы в институте
- Самореализация, личностный рост, самоутверждение
- Выполнения работы, приносящей удовольствие
- Интересное проведение времени
- Компенсация отсутствия чего-либо в личной жизни

Знание мотивации поможет правильно составить обращение к потенциальным волонтерам. Такое обращение, помимо того, что оно должно быть привлекательно для людей, которые хотят заниматься волонтерской деятельностью, должно еще и представлять интересы организации и ее клиентов.

Рассмотрим на примере: одна из организаций нуждалась в волонтерах для работы в приюте для бездомных.

Для привлечения волонтеров было создано и размещено в газете объявление следующего содержания: «Мы организовали ночной приют, услуги которого пользуются большим спросом. Нам нужны волонтеры, заинтересованные в нашей работе. Волонтеры могут помогать в приготовлении и раздаче еды, беседовать с подростками, оказывать им психологическую поддержку». В этом объявлении говорится о том, что волонтеры будут делать. Но что организация может предложить волонтерам? Для потенциальных волонтеров должно быть ясно, что волонтерская деятельность полезна для них самих. Например, другая организация, осуществляющая подобную деятельность, включила в свое объявление дополнительный пункт: «Вы хотите работать с детьми и подростками? Получить новые знания? Повысить свою квалификацию и шансы на получение работы в будущем?..»

Сравните еще два примера. Первый: «Требуются волонтеры для обучения русскому языку детей из семей беженцев». Второй: «Найди, 11 лет, недавно прибыл из Афганистана, ему нужно помочь учить русский язык. Могли бы вы послушать, как он читает, каждую среду с 14.00 до 15.00 в школе №1?». Второй вариант, кроме того, что содержит историю конкретного человека, дает информацию волонтеру о том, что ему следует ожидать и что именно требуется. Человек прочтет это объявление и поймет, может ли он выполнять эту работу, свободен ли он в этот период времени и является ли место работы для него удобным. Так же преимущество второго объявления в том, что предлагается оказывать помощь не в общем, а конкретному человеку, что является более привлекательным.

Следующим шагом после выработки обращения к потенциальным волонтерам будет определение, каким именно методом вы воспользуетесь, чтобы его увидели потенциальные волонтеры.

*Способы набора волонтеров*

При выборе метода можно использовать один из способов набора волонтеров: массовый или целевой набор. (Источник: Слабжанин Н. Как эффективно работать с добровольцами).

	Массовый набор	Целевой набор
Цель	Подобрать волонтера на должность, с которой бы справилось большинство людей	Подобрать волонтеров для работы, которая требует конкретного опыта и подхода
Требуемый опыт	Специфический опыт не требуется, т.к. работа не требует специальных навыков	Нужны волонтеры с определенным образованием, навыками, возрастом и т.д.
Особенности набора	Обращение к широкой аудитории: распространение объявлений, использование СМИ	Обращение к определенному контингенту людей: использование определенных СМИ, объявлений в местах появления потенциальных волонтеров, непосредственное общение и контакты (преимущественно)

### *Кто осуществляет набор волонтеров*

Лучше всего набор волонтеров осуществлять командой, в которую входят:

- Координатор волонтерской программы
- Штатные сотрудники (координаторы и ассистенты программ)
- Волонтеры. «Активный опытный волонтер – лучший вербовщик новых волонтеров»

### *Методы привлечения волонтеров*

- Через друзей и знакомых
- Посредством рекламы на радио и телевидении, наглядной агитации (стенды), распространения брошюр, пресс-релизов
- Постоянные рубрики в прессе с перечнем волонтерских вакансий
- Раздача информационных листков среди участников публичных мероприятий

- Расклейка рекламных объявлений на остановках общественного транспорта и в самом транспорте (нужно согласовывать)
- Информирование пассажиров общественного транспорта по внутреннему радио (например, в метро, также требуется разрешение)
- Через волонтерское бюро или волонтерскую ярмарку
- Статьи и объявления в газетах, журналах
- Предложение прохождения практики и стажировок для студентов и школьников
- Беседы и лекции
- Размещение объявлений на сайтах

#### *Через друзей и знакомых*

Является самым действенным способом поиска и привлечения новых волонтеров. Более 45% волонтеров приходят в организацию именно таким образом. Волонтеры рассказывают своим родственникам и знакомым о том, чем они занимаются в организации, и их пример может послужить стимулом для окружающих также стать волонтерами. В этом случае важно, чтобы волонтеру нравилась работать в организации, в противном случае, его рассказы о проблемах работы будут только отпугивать потенциальных волонтеров. С другой стороны, в случае если есть необходимость в замещении той или иной вакансии, сотрудники и действующие волонтеры могут напрямую обращаться к своим знакомым, которые, как они считают, подходят к данной работе. Такой личный контакт, как правило, очень эффективен, так как люди обычно доверяют мнению и советам тех, кого они знают. К недостаткам и одновременно к преимуществам данного метода можно отнести тот факт, что обычно привлекаются волонтеры из определенного социального

сложения. Так как наши друзья обычно примерно одного с нами возраста, положения, взглядов на жизнь.

### *Реклама на радио и ТВ*

Если у вашей организации есть возможность размещения объявления на радио или телевидении бесплатно, следует воспользоваться такой возможностью, так как вы получаете доступ к тысячам потенциальных волонтеров. Прежде чем составлять объявление, необходимо связаться с радиостанцией или телеканалом и уточнить, какие они предъявляют требования. Скорее всего, будет ограничение по времени. Продолжительность обычного объявления не превышает 30 секунд (50 – 60 слов). Также следует учитывать, в каком стиле работает данная радиостанция или телеканал, чтобы ваше объявление подходило им по формату. Дополнительно нужно оговорить, в каком виде должно быть представлено объявление: в письменном или на магнитофонной пленке. Составляя объявление для радио, постарайтесь сделать его личным (как будто вы обращаетесь к одному человеку), неформальным и максимально простым и понятным, чтобы те, кто его услышат, могли мысленно представить себе: что, где, когда, кто и зачем?

### *Беседы по радио*

Некоторые радиостанции проводят тематические передачи, на которых освещаются различные аспекты жизни общества, в том числе и деятельность общественных организаций и волонтеров. Для таких передач им нужны интересные материалы и примеры из жизни. Поэтому они обычно идут на контакт, если вы к ним обращаетесь. Желательно, чтобы до начала передачи вы предварительно поговорили с ведущим и обозначили круг затрагиваемых вопросов и тем. Это облегчит задачу и вам и ведущему, и позволит сделать ход беседы более структурированным. Принимая участие в таких передачах, вы одновременно достигаете несколько целей: делаете идею волонтерства более

популярной и привлекательной, показываете вклад волонтеров в общество и имеете возможность обратиться к потенциальным волонтерам.

### *Наглядная агитация (стенды, плакаты) и распространение брошюр*

Является традиционным методом привлечения волонтеров. Такой метод действенен, если агитационная продукция интересно оформлена и располагается/распространяется в людных местах, а также там, где ее могут увидеть потенциальные волонтеры (например, в крупном учебном заведении на доске объявлений). Особое значение имеет правильно составленное послание (текст объявления). Послание должно быть составлено так, чтобы привлечь внимание, заинтересовать человека. Чтобы у него возникло желание обратиться к вам за более подробной информацией.

### *Супервизия*

Является составной частью системы поддержки волонтеру. Заключается в проведении беседы/обмена мнениями между руководителем и волонтером. При этом руководитель 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 происходит совместно.

### *Поддержка долгосрочности деятельности волонтера*

Одним из важных частей работы является удержание волонтеров. Уход волонтеров из программы в силу различных факторов является естественным процессом. Сложно рассчитывать, что человек всю свою жизнь будет волонтером. Однако высокая текучесть волонтеров в организации приводит к необходимости набора и обучения новых волонтеров и, следовательно, к дополнительным затратам времени и средств. А также несет угрозу снижения устойчивости и качества программ, так как опытные волонтеры уходят, а им

на смену приходят новые, которые еще не обладают необходимыми знаниями и навыками. Следует отметить, что, несмотря на то, что уход волонтеров из программы 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
- Поступление в институт
- 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 сотрудников
- 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

Следует отметить, что, как правило, внутренние причины являются ведущими для принятия решения стать волонтером, тогда как внешние причины оказывают наибольшее влияние на решение о прекращении деятельности в качестве волонтера. Соответственно, уменьшение влияния внешних причин позволяет сохранить волонтеров в организации.

Наиболее эффективным методом удержания волонтеров в организации является регулярное общение с волонтерами, то есть личный контакт. Кроме того, крайне важным мероприятием являются регулярные общие встречи для подведения итогов мероприятий и программы в целом. У волонтеров появляется возможность увидеть, как значима их работа, как она меняет ситуацию, что они не одиноки в своем стремлении помочь людям. Волонтеры могут высказать, что они думают о деятельности в рамках программ организации. Встречи помогают совместно наметить дальнейшие планы (обеспечивается участие в планировании). Показывают, что организация заинтересована в волонтерах, признает и ценит их вклад. Что, в свою очередь,

повышает мотивацию волонтеров, дает ощущение причастности к организации и делает волонтеров более ответственными за работу, которую они выполняют.

Дополнительным методом удержания волонтеров может стать возможность смены должности, в том случае, если волонтер не считает ее больше интересной или важной. Нужно дать волонтеру попробовать себя в различном качестве, что разнообразит опыт нахождения волонтера в организации, так как новая должность потребует новых знаний, навыков и даст возможность приобрести новый опыт.

*Если волонтер все же уходит...*

Какой бы ни была причина ухода волонтера, обязательно найдите время для встречи (в крайнем случае, используйте телефон).

Во время встречи:

- Поблагодарите волонтера за его вклад
- В мягкой форме выразите свое сожаление и скажите, что всегда будете рады вновь увидеть его/ее в качестве волонтера или просто гостя (оставьте волонтеру возможность вернуться)
- Спросите, нужна ли волонтеру рекомендация
- Пожелайте удачи!