



Автономная некоммерческая организация  
«КРАЕВОЙ ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ  
ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНИЦИАТИВ»

---

**Методические рекомендации  
«Организация и проведение социальных  
акций как инструмента социальной пробы  
волонтера»**

г. Красноярск, 2024 г.

# **Организация и проведение социальных акций как инструмента социальной пробы волонтера**

## **Введение**

В современных условиях все больше внимания уделяется формированию гражданской идентичности, развитию гражданского участия и социальной ответственности. Значительное внимание уделено технологиям развития активной гражданской позиции, к которым следует отнести и волонтерскую деятельность. Волонтерство становится важной частью жизни многих людей, предоставляя им возможность вносить вклад в улучшение окружающего мира. Волонтерство также дает человеку, посредством социальной пробы, понять собственные устремления, разобраться в своих сильных и слабых сторонах, освоить определённые навыки, присвоить общественные ценности.

Одним из инструментов социальной пробы для начинающего волонтера является социальная акция, которая способствует развитию у участника ключевых компетенций, способность решать социальные проблемы, готовность к социально значимому поступку. Кроме этого, этапы подготовки и участия в акции предоставляют уникальную возможность для волонтера: испытать себя в новых ролях, развить важные социальные и профессиональные навыки, а также получить ценный опыт взаимодействия с различными группами населения.

Рекомендации состоят из нескольких разделов, каждый из которых посвящен конкретному аспекту организации и проведения социальной акции как социальной пробы. В них рассматриваются вопросы изучения запроса всех целевых групп, постановки целей и задач, планирования мероприятия, привлечения участников и партнеров, оценки результатов и другое. В качестве иллюстраций к некоторым разделам использовались материалы акции «Подарок в каждый дом», проводимой в декабре 2024 года АНО КРЦПРОИ в рамках Фестиваля возможностей «Мы молодые», целью которого является развитие добровольческой активности и общественной инициативности в Красноярском крае.

Методические рекомендации предназначены для широкого круга лиц, заинтересованных в организации и проведении социальных акций, целью которых является вовлечение горожан в волонтерскую деятельность через социальные пробы.

## **Основные понятия**

Акция (социальная) – (от англ. action; действие, выступление) – ограниченное во времени воздействие на целевую группу, предпринимаемое для достижения какой-либо цели (например, политическая акция, привлечение внимание и т.д.).

Добровольческая (волонтерская) акция – разовое мероприятие, направленное на решение социально значимых задач, участниками которого являются добровольцы (волонтеры).

Социальная проба – это совокупность последовательных действий, связанных с выполнением специально организованной социальной деятельности на основе выбора способа поведения в ней, которая служит средством самопознания и анализа своих возможностей детьми, социальных функций.

## **1. Социальная проба волонтера**

### **1.1. Понятие социальной пробы, ее значение в процессе становления волонтера**

Социальная проба представляет собой процесс самооценки человеком своих возможностей посредством последовательного выбора способов социального поведения при освоении различных социальных ролей. Благодаря таким пробам, у человека

формируются устойчивая социальная позиция и чувство ответственности перед обществом, что становится основой для его успешного вхождения в социальную среду.

В этом контексте социальная акция выступает пространством для проведения социальной пробы, привлекающей не только опытных волонтеров, но и обычных горожан, впервые откликнувшихся на предложение участвовать в добровольческой деятельности. Такая акция может служить своеобразной отправной точкой для вступления в ряды волонтерского движения, способствуя формированию социально ответственного поведения и принятию ценностей, таких как человеколюбие, общественное развитие и культурный обмен.

## **1.2. Методы и формы организации социальной пробы, различные подходы**

Существует множество методов и форм организации социальной пробы, которые зависят от специфики проекта, потребностей организации и уровня подготовки волонтера. Вот некоторые из них:

- **индивидуальные задания** как социальная проба для волонтера представляет собой специально разработанное задание, направленное на оценку навыков, компетенций и мотивации волонтера перед началом его активной работы в проекте. Цель такой пробы — дать волонтеру возможность проявить себя в практической деятельности и показать, насколько он готов справляться с реальными задачами, а не просто декларирует наличие нужных качеств. Преимущества индивидуального задания в том, что каждому волонтеру можно предложить уникальное задание, соответствующее его интересам и возможностям, успешное выполнение задания стимулирует волонтера продолжать активное участие в проекте.

- **групповые проекты** направлены на выявление навыков командной работы, лидерских качеств, умения принимать решения в группе и справляться с задачами совместно, но при сопровождении наставника. Разделите волонтеров на небольшие группы (3–5 человек), можно сформировать группы случайным образом или на основе предварительных собеседований, чтобы обеспечить разнообразие навыков и опыта среди участников. Предложите волонтерам организовать небольшое мероприятие. Такой формат позволяет оценить, как волонтеры взаимодействуют друг с другом, распределяют обязанности и решают конфликты. Это будет стимулировать взаимодействие и проявление различных навыков. Групповой проект должен включать: возможность проектировать вместе, презентовать предварительную концепцию и план наставнику и получить рекомендации, организовать мероприятия и проанализировать его результат. Также команде важно провести внутреннюю рефлексию.

- **социальная акция** как социальная проба для волонтеров — это мероприятие, направленное на привлечение внимания к важной общественной проблеме и вовлечение волонтеров в практическую деятельность. Подобная акция должна быть спроектирована так, чтобы волонтер, имея мотив недостаточно социальный, в ходе акции переосмыслил ее ценность и поменял приоритеты на более социально значимые. Такая акция позволяет не только дать возможность проявить инициативу, организационные навыки, но и повлиять на осмысленность выбора, на уровень социальной ответственности. Подготовка подобной акции осуществляется по всем канонам (см. ниже), но с большей долей участия самих волонтеров в каждом этапе.

## **1.3. Примеры социальных акций**

Один из эффективных форматов, предлагающих волонтерам пространство для социальной пробы, является международный социальный проект - «Щедрый вторник», приуроченный к Всемирному дню благотворительности. В этот день миллионы людей делают добрые дела и рассказывают, кому и как они помогают. В России акция проводится с 2016 года. В этот день НКО, фонды и волонтеры запускают акции и проводят

мероприятия, благодаря которым каждый человек может проявить щедрость и доброту, например, поддержать семьи в сложных жизненных ситуациях, накормить или приютить бездомных животных, выбрать подарки для пожилых подопечных НКО. Девиз «Щедрого вторника»: «Давайте делать добрые дела вместе и вслух!».

Участвовать могут как некоммерческие организации, так и частные лица, которые свободны в выборе формата и целей своих акций.

Сайт проекта «Щедрый вторник» <https://givingtuesday.ru/>

Интересные и простые в организации идеи «Щедрого вторника» для трансляции на своей территории:

**«Лидеры Щедрого вторника».** Лидеры объединяют сообщества в своем регионе или тематическом направлении. Создают смыслы и идеи, делятся опытом с другими организациями, привлекают самых разных партнеров и запускают объединяющие кампании.

Подробнее <https://givingtuesday.ru/leaders>

**«Щедрая улица».** Всю неделю местные бизнесы и творцы проводят благотворительные мероприятия и акции для горожан.

Подробнее <https://pokrovka-giving.ru/>

**«Пятёрочка выручает».** Сотрудники делятся с посетителями магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток» историями о добрых делах, которые они делали в своей жизни. Рассказы звучат по радио в магазинах. Также в эти дни гости и сотрудники магазинов смогут помочь людям, которые нуждаются в еде.

Подробнее <https://givingtuesday.ru/special-projects/x5group>

## **2. Основы проведения социальных акций как социальной пробы**

### **2.1. Этапы подготовки и проведения акции**

Пошаговый план действий при подготовке и реализации социальной акции включает:

#### **ШАГ 1: РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ**

Проектирование любой социальной акции начинается с разработки концепции, которая коротко и обобщенно определяет основу всей дальнейшей деятельности. Структура концепции может включать:

1. Название акции – краткий и запоминающийся заголовок, отражающий суть мероприятия.
2. Целевые группы.
3. Цель акции – прогнозируемый результат, который планируется достичь.
4. Задачи акции – конкретные шаги, которые необходимо предпринять для достижения цели.
5. Формат акции.
6. Основные этапы, сроки.
7. Возможные ресурсы.
8. Карта социальных партнеров.
9. Промо-кампания – стратегия продвижения акции.
10. Критерии оценки успеха.

При разработке концепции особое внимание следует уделить разделам: целевые группы, цель и задачи акции. Неправильный или неточный анализ ситуации может привести к негативным последствиям, вызвать недовольство и недоверие со стороны общественности. Изучение потребностей и ожиданий аудитории позволяет избежать таких ошибок.

Итак, организаторам, во-первых, необходимо изучить категорию благополучателей акции, учесть их проблемы и запросы, на которые будут направлены механизмы акции. Во-вторых, проанализировать мотивацию участников – волонтеров, которые будут работать с проблемой и запросами благополучателей. Именно для волонтеров создается акция, как пространство социальных проб, которое окажет свое благоприятное влияние на формирование ценностных ориентиров волонтера.

Причиной включения волонтера в подобную акцию могут стать разные мотивы:

- реализация личностного потенциала;
- самовыражение и самоопределение;
- профессиональное ориентирование;
- возможность общения, дружеского контакта с товарищами единомышленниками;
- приобретение опыта ответственного лидерства и социального взаимодействия;
- приобретение полезных социальных и практических навыков;
- общественное признание, чувство социальной значимости;
- организация свободного времени;
- выполнение общественного и религиозного долга и др.

Однако, при правильной организации акции как социальной пробы, в системе мотивов человека могут поменяться приоритеты: например, волонтер, приглашенный «за компанию» на акцию, за время участия в ней поймет особую ценность подарка для одинокого пенсионера из пансионата для престарелых или тяжело больного ребенка из психоневрологического интерната, и примет для себя решение стать постоянным участником подобных акций или жертвователем-благотворителем.

## ПОДАРОК В КАЖДЫЙ ДОМ

*Анализ целевой аудитории.*

*Для акции «Подарок в каждый дом», в соответствии с целью акции и замыслом создания пространства социальной пробы, основными благополучателями стали подопечные четырех социальных центров:*

- «Красноярский краевой специализированный дом ребёнка № 3»;
- Краевое государственное бюджетное учреждение социального обслуживания «Пансионат «Ветеран»;
- Краевое государственное казенное учреждение «Психоневрологический интернат для детей «Подсолнух»;
- Красноярская региональная общественная организация «Хатико - помощь бездомным животным».

*После общения со специалистами центров были выявлены основные запросы подопечных к празднованию Нового года: конечно, это ожидания приятных эмоций, подарков, встреч с близкими, с добрыми людьми; внимание и поддержка.*

*Основные участники-волонтеры социальной акции и их мотивация участия:*

- 1) молодежь города Красноярска и Красноярского края, представители Флагманской программы «Мы вместе», добровольческих отрядов г. Красноярска, ВУЗовских добровольческих штабов, а также, горожане. Мотивация: выполнение миссии волонтера, проявление соучастия, внимания через возможность изготовить подарок своими руками тем, кто в самый символичный семейный праздник особенно нуждался в заботе и внимании.
- 2) Некоммерческие организации, активные граждане, проектные команды. Мотивация: выполнение своей социальной миссии, сопричастность к благородному делу; вовлечение благополучателей своей НКО, демонстрация своих технологий, форм работы.
- 3) Органы власти и специалисты государственных структур Красноярского края. Мотивация: апробация партнерских форм.
- 4) Бизнес-структуры. Мотивация: участие в благотворительности, продвижение своих компаний.
- 5) Средства массовой информации. Мотивация: изучение темы и ее продвижение, сбор эмоционального материала для эфиров.

Цель акции должна быть ясной и достижимой. Она определяет направление всей работы, служит ориентиром при планировании конкретных шагов и должна отвечать на вопросы: для кого проводится акция и какую проблему решает, чего мы хотим достичь в результате.

## ПОДАРОК В КАЖДЫЙ ДОМ

*Цель акции.*

*Для акции «Подарок в каждый дом» было важным создать праздничную атмосферу подопечным социальных центров для поднятия настроения, улучшения психоэмоционального состояния, возможности чувствовать себя не одинокими. При этом для вовлечения в волонтерскую деятельность новых участников, популяризации волонтерской деятельности в Красноярске требовалось найти эффективный формат.*

*Таким образом, целью акции явилось: создание пространства социальных проб для подготовки новогодних подарков подопечным социальных центров Красноярска, как среды развития добровольческой активности в Красноярском крае*

Задачи должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, ограниченными по времени. Они помогают разбить цель акции на конкретные шаги, выполнение которых приведет к её успеху. Основные задачи будут зависеть от направленности и специфики социальной акции. Можно выделить несколько общих категорий задач, которые встречаются чаще всего при организации акций:

1. информационно-просветительские задачи, например: «Распространение информации среди общественности о важных социальных проблемах, таких как экология, здоровье, права человека и др.»;

2. фандрайзинговые задачи, например: «Поиск компаний или частных лиц, готовых оказать финансовую или материальную поддержку акции»;

3. практические задачи, например «Организация волонтерского труда для выполнения конкретных задач акции»;

4. организационные задачи, например: «Разработка плана проведения акции, распределение ролей и задач среди участников»;

5. оценочные задачи, например: «Сбор мнений и предложений от участников акции для корректировки дальнейших действий».

Эти задачи могут варьироваться в зависимости от масштаба и типа социальной акции. Однако, большинство проектов включают хотя бы некоторые из перечисленных аспектов.

## ПОДАРОК В КАЖДЫЙ ДОМ

*Концепция.*

*Социальная акция «Подарок в каждый дом» является мероприятием «День флагманской программы «Мы вместе», организованным в рамках Фестиваля возможностей «Мы молодые», цель которой развитие добровольческой активности и общественной инициативности в Красноярском крае.*

*Целевые группы:*

*1) Благополучатели 500 человек и 100 животных, подопечные четырех организаций:*

*-«Красноярский краевой специализированный дом ребёнка № 3»;*

*- Краевое государственное бюджетное учреждение социального обслуживания «Пансионат «Ветеран»;*

*- Краевое государственное казенное учреждение «Психоневрологический интернат для детей «Подсолнух»;*

*- Красноярская региональная общественная организация «Хатико - помощь бездомным животным».*

*2) Участники 200 человек: молодежь города Красноярска и Красноярского края, представители Флагманской программы «Мы вместе», добровольческих отрядов г. Красноярска, ВУЗовских добровольческих штабов, органов власти и государственных структур Красноярского края, некоммерческих организаций, бизнес-структур, средств массовой информации.*

*Новый год – это время чудес. Это шанс стать настоящим волшебником: для детей, оказавшихся в трудной ситуации; для пожилых людей, оставшихся без поддержки близких; для*

семей военнослужащих, ожидающих возвращения своих родных. Для всех, кому в этот праздник особенно нужна помощь и поддержка будут подготовлены и переданы подарки, созданные добрыми руками.

В завершении дня большая красочная «машина добра» заберет все подарки и вместе с Дедом Морозом и Снегурочкой доставит их адресатам.

По итогам праздника будет записан единый видеоролик, в котором участники, изготовившие подарки, поделятся своими пожеланиями, а те, кто их получил, — ответными словами. Это позволит сохранить память о событии и поделиться радостью и теплом с другими людьми, почувствовать атмосферу праздника и волшебства.

Цель: создание пространства социальных проб для подготовки новогодних подарков подопечным социальным центром Красноярска, как среды развития добровольческой активности в Красноярском крае.

Задачи акции «Подарок в каждый дом»:

- 1) провести информационную и пиар-кампанию акции «Подарок в каждый дом», продвигать ценности добровольчества (волонтерства) среди жителей Красноярска и Красноярского края с использованием доступных интернет-ресурсов, СМИ;
- 2) вовлечь партнеров для обеспечения акции расходными материалами и другими необходимыми ресурсами;
- 3) организовать мотивирующее пространство активностей и мастер-классов от СОНКО и активных жителей Красноярска по изготовлению разных видов подарков руками горожан под запрос подопечных социальных центров;
- 4) организовать интерактивные новогодние поздравления с доставкой подарков подопечным четырех социальных центров г. Красноярска силами сотрудников АНО КРЦПРОИ;
- 5) обеспечить закрепление эффектов акции за счет продвижения эмоциональных результатов акции: видео с эмоциями, отзывами получателей подарков.

Формат: организация пространства активностей и мастер-классов от СОНКО и активных граждан по изготовлению подарков своими руками.

Место проведения: КГАУ «Краевой дворец молодежи»

Дата: 17 декабря 2024 года

Время: с 11:00 до 16:30

Разработка концепции социальной акции – важный этап, который не следует опускать при подготовке. Концепция обеспечивает системный подход, который позволяет избежать ошибок, оптимизировать ресурсы и добиться максимальной эффективности.

## **ШАГ 2: ПЛАНИРОВАНИЕ**

Организация социальной акции требует тщательной подготовки и продуманного плана действий. План может быть составлен в виде таблицы с указанием сроков, описанием действий, указанием ответственных, анализом необходимых ресурсов (денежных и неденежных) для каждого действия.

В план реализации могут войти следующие организационные моменты:

1. Разработка концепции социальной акции: определение проблемы, цели и задач, целевых групп и их запросов; определение механизмов.
2. Поиск и подбор волонтеров и сотрудников: распределение обязанностей внутри команды, назначение ответственных лиц за каждый участок работы, проведение обучающего семинара для команды.
3. Безопасность и медицинская поддержка: получение разрешений от соответствующих органов (полиции, МЧС и др.); договоренность с медицинскими службами о присутствии на мероприятии (по необходимости); инструктаж команды и волонтеров по действиям в чрезвычайных ситуациях.

4. Логистика и транспортировка: планирование доставки оборудования и материалов на площадку; проверка наличия всего необходимого инвентаря; проработка вопросов транспортной логистики на всех этапах акции.
5. Составление бюджета: оценка расходов на организацию акции, поиск источников финансирования (спонсоры, гранты, краудфандинг), согласование бюджета.
6. Разработка программы акции: создание сценарного хода, подбор спикеров, ведущих, артистов и других участников, разработка интерактивных элементов (конкурсы, викторины и пр.).
7. Рекламная кампания: разработка рекламных материалов (афиши, баннеры, видеоролики); подготовка медиа-плана, продвижение акции в социальных сетях, публикации в СМИ; рассылка приглашений потенциальным участникам; организация пресс-конференции (при необходимости).
8. Регистрация участников: запуск онлайн-регистрации, обработка заявок и подтверждение участия; ведение базы данных участников и т.п.
9. Организация площадки акции: выбор подходящего места, концепт оформления для проведения акции; аренда/закупка необходимого оборудования (микрофоны, проекторы, столы и пр.) и расходных материалов; обеспечение безопасности (охрана, медицинское сопровождение) и т.п.
10. Проведение акции: реализация запланированных мероприятий согласно сценарию; контроль за соблюдением графика; координация работы всех участников и служб поддержки.
11. Обратная связь: распространение результатов акции в медиа и социальных сетях; сбор отзывов и предложений от участников, партнеров и команды.
12. Анализ результатов: оценка эффективности акции (количество участников, отзывы, достижение поставленных целей); анализ финансовых показателей; документирование опыта (фотографии, видео, отчеты).
13. Отчетность: подготовка финального отчета для руководства и спонсоров.
14. Анализ проведенной акции: рефлексия командой; документация лучших практик и успешных решений.

### **ШАГ 3: ПРИВЛЕЧЕНИЕ РЕСУРСОВ**

Для проведения социальной акции требуется проанализировать источники финансирования и собрать необходимые материальные ресурсы. Ключевые источники ресурсов:

- фандрайзинг: используйте краудфандинговые платформы, организуйте благотворительные мероприятия, обратитесь к спонсорам и партнерам;
- волонтерская помощь: создайте команду добровольцев, которые помогут в решении задач на разных этапах подготовки и проведения социальной акции;
- партнерство с бизнесом: заключите соглашения с местными магазинами, торговыми сетями и производителями, чтобы получить скидки на товары или финансовую поддержку;
- партнерство с СОНКО и учреждениями: проведите переговоры, заключите соглашения о партнерских взаимовыгодных отношениях, чтобы вовлечь их в активности, привлечь получателей их услуг. Партнерство с учреждениями, СОНКО, бизнесом может приобрести формат аналитического документа – «Карта социальных партнеров», в которой будут проанализированы мотивы и механизмы взаимовыгодного партнерства. Такой документ позволит при следующем проектировании социальной акции значительно быстрее отобрать соответствующих партнеров под задачи акции.



## ПОДАРОК В КАЖДЫЙ ДОМ

*Таблица сопоставления запроса от ключевой целевой группы и ресурсов от СОНКО:*

№	Наименование организации	Категории и подопечных, запрос от учреждения	Количество подарков	Варианты подарков	Подарки, которые готовятся на мастер-классах
1	Краевое государственное казенное учреждение здравоохранения «Красноярский краевой специализированный дом ребенка № 3»	дети с 1года до 4 лет - 30 чел. Можно подарки не по количеству у детей, а по количеству у групп. Групп -12: три группы для детей до 1г. и 9 групп - дети с 1г до 4х лет	24 -для детей до 1 года  72 -для детей старшего возраста	Для 9 групп можно изготовить дидактические пособия для игр с детьми с целью сенсорного развития. Это могут быть различные пособия из фетра или других материалов; бизборды.  Для 3х групп (дети до 1 года), можно рассмотреть возможность приобретения интерактивных, музыкальных игрушек.	-коврики из фетра
2	КГБУ СО «Пансионат «Ветеран»	Пожилые одиноко проживающие люди	100 подарков	Валики (для ног, шеи, рук и т.д.) Бизиборды.  Подарки общего характера для отделения милосердия	-броши, ёлочки (игрушки)  -валики и носочки  -мыло ручной работы  -расписанные гипсовые новогодние фигурки  -карамельки ручной работы
3	Красноярская региональная общественная организация "Хатико - помощь бездомным животным"	Кошки и собаки	50  50	Удочки для кошек, канатики для собак	-канатики для собак  -удочки для кошек
4	КГКУ «Психоневрологический интернат для детей «Подсолнух»	Дети от 1 до 18 лет	356	Игрушки из фетра.  Подарки общего характера	-аппликации из фетра  -славянский конь из ткани  -дидактические материалы из фетра  -резинки для волос

## ШАГ 4: ПРОДВИЖЕНИЕ АКЦИИ

Для распространения информации об акции среди широкой аудитории необходимо проработать план продвижения акции. Возможные каналы и механика продвижения:

- социальные сети: создайте страницы акции в популярных соцсетях, публикуйте посты, истории и прямые эфиры.
- контент-маркетинг: подготовьте статьи, интервью, видеоролики, рассказывающие о целях и ходе акции.
- PR-кампания: обратитесь к местным СМИ, блогерам для освещения инициативы.
- оффлайн-мероприятия: организуйте встречи, презентации и флешмобы, привлекающие внимание к акции.

## ПОДАРОК В КАЖДЫЙ ДОМ

Медиаплан акции		
Дата	Название поста	Описание поста
11.12.2024	Старт акции «Подарок в каждый дом»	Пост-регистрация, ссылка на лендинг
12.12.2024	Представление партнеров-мастеров	Пост о партнерах, которые будут участвовать в акции.
13.12.2024	Анонс типов подарков	Какие подарки будем делать и дарить
16.12.2024	Приглашение на завтрашнюю акцию	Краткое напоминание
17.12.2024 День мероприятия	Мы вас всех ждем на акции!	Мини-пост приглашение
	Обзор площадок	Фото всех площадок с описанием
	Видео с места	Смонтированное видео
	Сколько подарков сделано на разные временные промежутки	2-4 поста с фото описанием
	Интервью	2-3 шт. интервью с участниками и благополучателями
	Завершение акции	Итоги
18.12.2024	Обзор акции, отзывы	Итоговый ролик с эмоциональными отзывами от подопечных социальных центров

## ШАГ 5: ПРОВЕДЕНИЕ АКЦИИ

При условии тщательного планирования и разработки Плана подготовки социальной акции потребуются следовать запланированному и вести контроль исполнения. Несколько важных рекомендаций на этапе реализации:

- координация команды и волонтеров: убедитесь, что все участники понимают свои обязанности и имеют доступ ко всем необходимым ресурсам;
- мониторинг прогресса: регулярно отслеживайте выполнение задач и корректируйте планы при необходимости;
- обратная связь: собирайте отзывы от участников и благополучателей, чтобы снять возникающие риски и улучшить качество акции.

## ШАГ 6: ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

Важным этапом завершения социальной акции является анализ и оценка результатов акции, подготовка отчета:

- анализ данных: проанализируйте, сколько было собрано ресурсов, сколько партнеров, волонтеров; какая была реакция от благополучателей;
- отчетность: подготовьте финальный отчет, включающий статистику, фото и видео материалы, отзывы участников и партнеров; опубликуйте отчет в цифрах (по желанию);
- публичное признание: поблагодарите всех участников и партнеров, отметив их вклад в успех акции;
- планирование следующего этапа: на основе полученного опыта, определите, что можно улучшить в будущем, зафиксируйте важные замечания для подготовки к следующей акции.

## **2.2. Роль волонтера в подготовке и проведении акции.**

Волонтерство играет важную роль в организации социальных акций, так как именно волонтеры часто становятся движущей силой мероприятий, направленных на помощь обществу. Их участие может варьироваться от помощи в подготовке до активного взаимодействия с участниками мероприятия на самом событии. Перед началом акции проводится обучение всех задействованных волонтеров, они получают инструкции о том, какие у них будут задачи, учатся правильно взаимодействовать с аудиторией, изучают правила поведения на мероприятии.

Ключевые роли и задачи волонтеров на каждом из этапов.

**На этапе подготовки акции** волонтеров можно приобщить:

- к разработке концепции и плана мероприятия: свежий взгляд на идею поможет найти «изюминки»;
- поиску ресурсов и партнеров: волонтеры могут помогать в поиске контактов, написании писем и проведении переговоров;
- к организации логистики: волонтеры могут заниматься подбором помещений, арендой оборудования, закупкой расходных материалов и обеспечением безопасности на месте проведения;
- к рекламе и продвижению: волонтеры могут создавать рекламные материалы (листочки, баннеры), распространять их через социальные сети, работать над продвижением в СМИ и привлекать новых участников;

**На этапе проведения акции** волонтеры могут выполнять следующие функции:

- встреча гостей и регистрация: волонтеры встречают участников, помогают им зарегистрироваться, отвечают на вопросы, направляют к нужным местам, обеспечивая дружелюбную атмосферу и четкую координацию потоков людей;
- помощь в работе площадок: если акция предполагает несколько активностей (например, мастер-классы, лекции, спортивные соревнования), то волонтеры могут поддерживать порядок на каждой площадке, следить за соблюдением правил и помогать участникам ориентироваться;
- координация работы команды: во время самой акции важно, чтобы все участники команды были на связи друг с другом. Волонтеры могут взять на себя роль координаторов, которые следят за тем, чтобы каждый знал свои задачи и выполнял их вовремя;
- работа с прессой и фотографирование: волонтеры могут отвечать за взаимодействие с журналистами, организовывать интервью, снимать фото и видео для последующего использования в отчетах и рекламных материалах;
- оказание первой помощи: некоторые акции требуют наличия медицинских работников или хотя бы тех, кто знает основы оказания первой помощи. Обученные волонтеры могут стать ответственными за безопасность участников.

**На этапе завершения акции** и подведения итогов волонтерам можно доверить следующие задачи:

- сбор отзывов и анализ результатов: волонтеры могут проводить опросы среди участников, собирать отзывы и предложения, чтобы оценить эффективность проведенной акции;

- уборка территории и возврат оборудования: волонтеры могут привести в порядок площадку и передать арендованное оборудование собственнику с соответствующими документами;

- документирование опыта: волонтеры могут составлять подробные отчеты, вести дневники событий, записывать интервью с участниками и организаторами.

**Этап развития после реализованной акции.** Эффективная социальная акция может иметь дополнительные эффекты в виде сформированного сообщества, которое готово к продолжению деятельности по решению проблемы, на которую обратило внимание социальная акция. Волонтеры акции могут также выполнять функции в развитии проекта:

- создание и поддержание связей: ребята могут организовать встречи, семинары, вебинары, где люди смогут обменяться опытом, обсудить дальнейшие планы и проекты;

- привлечение новых членов: волонтеры могут заниматься рекрутингом, рассказывая о своей деятельности друзьям, знакомым, коллегам, студентам и другим потенциальным добровольцам;

- организация совместных мероприятий: волонтеры могут брать на себя инициативу в организации таких событий, способствуя укреплению дружеских отношений внутри появившегося сообщества.

## **Выводы**

Краткий обзор предложенных методов и подходов для успешной организации и проведения социальных акций как социальной пробы для волонтеров позволяет сделать следующие выводы:

1. Социальная акция выступает важным инструментом социальной пробы для начинающих волонтеров.

2. Участие в таких акциях развивает ключевые компетенции волонтеров, такие как умение решать социальные проблемы и готовность совершать социально значимые поступки.

3. Этапы подготовки и непосредственного участия в акции дают волонтерам возможность познакомиться с новыми ролями, развивать социальные и профессиональные навыки.

4. Волонтеры получают ценный опыт взаимодействия с разными группами населения, что обогащает их социальный и профессиональный багаж.

## Литература

1. Доклад о развитии добровольчества подготовленный Минэкономразвития России [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: [https://www.economy.gov.ru/material/news/chislo\\_volonterov\\_v\\_rossii\\_uvelichilos\\_bolee\\_chem\\_v\\_pyat\\_raz\\_za\\_8\\_let.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/chislo_volonterov_v_rossii_uvelichilos_bolee_chem_v_pyat_raz_za_8_let.html)
2. Косова У.П. Структурно-содержательные характеристики волонтерской деятельности// Вестник КРАУНЦ. Гуманитарные науки, 2011. - No2.
3. Мерсиянова И. В. Факторы вовлеченности россиян в добровольческую деятельность //Гражданское общество в России и за рубежом. - 2011. - No 2. - С. 39-45
4. Романцева Е.Е. Особенности мотивации волонтерской деятельности в России //Социальные технологии исследования. – 2019. – No 1. – 115-122 с.
5. Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ (ред. от 08.12.2020) "О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)"
6. Черниковская, М. В. Особенности внеучебной деятельности студентов высших учебных заведений . – 2018. – С. 86-90.
7. Большой Энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/62464/Акция>)
8. М. И. Рожков. Социальные пробы как средство формирования социальной ответственности школьников// Журнал педагогических исследований, 2018.- Том 3 № 2 )
9. М. И. Рожков. Социальные пробы как фактор социализации учащихся [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-proby-kak-faktor-sotsializatsii-uchaschihsya>