

**ОСОБЕННОСТИ PR-КАМПАНИИ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ВОЛОНТЕРОВ
(НА ПРИМЕРЕ PR-ПРОЕКТА «ПО ЗОВУ СЕРДЦА!»)
FEATURES OF PR CAMPAIGN ON INVOLVEMENT OF VOLUNTEERS
(ON THE EXAMPLE OF PR-ПРОЕКТА «FOR SOUL!»)**

Аннотация: В статье рассмотрены особенности PR-кампании «По зову сердца!» по привлечению волонтеров к участию в деятельности ГУ МЧС России по Челябинской области. Проанализирована деятельность МЧС Челябинской области, сформулирована проблема и проведен ситуационный анализ, а также представлен план реализации и оценка эффективности.

Ключевые слова: PR-кампания; волонтер; целевая аудитория; аналитический этап; этап планирования; оценка эффективности.

Abstract: The article features of PR campaign on involvement of volunteers in activity of public service of rescue are considered. Activity of the Ministry of Emergency Situations of Chelyabinsk region is analysed, the problem is formulated and situation analysis, and also the plan of realization and an efficiency assessment is carried out. The developed PR project «For soul!» will allow to increase efficiency of activity of GU of Emercom of Russia across Chelyabinsk region at emergency situations.

Keywords: PR campaign; PR project; volunteer; target audience; analytical stage; planning stage; efficiency assessment.

В современном мире большое значение имеет деятельность государственных служб спасения. Бедствия и катаклизмы случаются в мире достаточно часто, и помощь людям нужна постоянно. В России миссию спасателей выполняет специальная служба – Министерство Чрезвычайных ситуаций (МЧС). Полномочия МЧС закреплены законодательством Российской Федерации и указом президента. Эффективность деятельности ГПС МЧС России, обеспечивающей надёжную защиту личности, общества и государства от чрезвычайных ситуаций во многом зависит от человеческого фактора.

PR-кампания по привлечению волонтеров к участию в деятельности МЧС имеет свои особенности. В отличие от обычной добровольческой инициативной группы, волонтеры при МЧС должны иметь специальную подготовку, для того чтобы оказывать помощь пострадавшим. Мы считаем, что в настоящий момент нет качественной и полной программы по привлечению волонтеров при МЧС по Челябинской области. Однако в России большое внимание уделяется добровольческим группам, которые созданы для повышения репутации какой-либо

организации или проведения масштабных культурных мероприятий. Следует учесть, что для общественности важно быть значимыми и оказывать помощь пострадавшим, поэтому необходимо привлечь добровольцев к устранению ЧС на территории РФ, а также создать систему помощи, которая действительно будет способствовать устранению бедственных ситуаций и катаклизмов. Поэтому необходимо создать такую PR-кампанию, которая позволит обеспечить помощь пострадавшим, а также повысит эффективность деятельности МЧС при устранении чрезвычайных ситуаций.

Заказчиком PR-проекта «По зову сердца!» является ГУ МЧС РФ по Челябинской области. Проблема состоит в том, что в настоящее время, на наш взгляд, недостаточно организована деятельность по привлечению волонтеров, задействованных в предупреждении, профилактике и устранении чрезвычайных ситуаций.

Мы считаем, что необходимо создать группу волонтеров при МЧС, которая будет проходить специальное обучение по оказанию помощи при ЧС. Волонтеры готовы помогать, применяя полученные знания в сложных ситуациях, когда не хватает человеческих ресурсов в момент ЧС в Челябинской области (при тушении лесных пожаров, наводнении и т. д.), а также при необходимости готовы активно участвовать в устранении масштабных ЧС на территории России.

Целевой аудиторией являются жители г. Челябинска: 1) от 18 до 25 лет; 2) от 26 до 50.

Проект состоит из четырех этапов. На аналитическом этапе были проведены ситуационный и SWOT-анализ, которые показали, что у базисного субъекта на сегодняшний момент отсутствует группа волонтеров, но достаточно возможностей для организации своей группы добровольцев.

На этапе планирования были разработаны мероприятия (презентация для студентов «По зову сердца», круглый стол с отрядами волонтеров «Вместе мы сила», интерактивный конкурс «По зову сердца», комплекс обучающих мероприятий для группы волонтеров при МЧС «Знание – сила!»).

Реализация проекта рассчитана на 1 год с учетом следующей последовательности действий:

1. Подготовка документальной базы для оформления и принятия волонтеров в МЧС.
2. Создание информационного раздела на сайте и других каналах коммуникации для привлечения волонтеров.
3. Организация мероприятий для привлечения волонтеров.
4. Проведение обучающих мероприятий для волонтеров при МЧС.

Этап оценки эффективности включает в себя качественные (изменение отношения граждан РФ к работе МЧС через проведение конкурса «По зову сердца!», изменение отношения граждан РФ к работе МЧС через проведение мероприятия, направленного на привлечение студентов для вступления в группу волонтеров при МЧС «По зову сердца!») и количественные (количество участников конкурса «По зову сердца!», количество участников обучающих мероприятий для волонтеров при МЧС «Знание – сила!») критерии, которые будут учтены после реализации этапа PR-проекта.

Итак, грамотная работа по реализации данного проекта позволит заказчику, который высоко оценил PR-кампанию, привлечь к своей деятельности волонтеров, заинтересованных в решении проблем жителей Южного Урала.