

2010

# E-wolontariat w organizacji pozarządowej i w szkole

## Raport z badania

Fundacja  
Orange 

 FUNDACJA  
MOJE STYPENDIUM

POLSKO-AMERYKAŃSKA  
FUNDACJA WOLNOŚCI 

Hubert Borowski, Łukasz Ostrowski



**SPIS TREŚCI**

Wprowadzenie .....	3
Kontekst badania .....	3
Metodologia badania.....	3
Wolontariat i e-wolontariat.....	4
Trudne pojęcie „wolontariat” .....	4
jeszcze trudniejszE słowo e-wolontariat.....	4
e-wolontariat: możliwe rozumienie pojęcia .....	6
Internet w NGO .....	7
Jak Internet zmienia wolontariat?.....	13
W stronę e-wolontariatu.....	15
Nowe formy wolontariatu kulturowego i wolontariatu wiedzy .....	18
Serwis e-wolontariat.pl .....	20
Ogólna idea strony e-wolontariat.pl.....	20
Funkcja promocyjna.....	20
Konkurs „odkryj e-wolontariat” .....	22
Funkcja ogłoszeniowa .....	22
Ogólne rekomendacje.....	23
Komputery i Internet w szkole .....	25
Szkoły w Polsce oraz stopień poziom komputeryzacji szkół.....	25
Nauczyciele i korzystanie z Internetu .....	27
Wizerunek Internetu wśród nauczycieli .....	29
Wolontariat w szkołach .....	31
Wizerunek wolontariatu w szkole .....	33
Idea e-wolontariatu w sieci.....	33
Promocja e-wolontariatu w szkole .....	34
Kanały dotarcia.....	34
Organizacja.....	35
Materiały – lekcja o e-wolontariacie.....	35
Rekomendacje .....	38
Strategia.....	38
Proponowana konstrukcja komunikatów na stronie internetowej i w innych materiałach promocyjnych .....	38
Rekomendacje dla serwisu e-wolontariat.pl .....	39
Szkoły .....	39



## WPROWADZENIE

### KONTEKST BADANIA

W listopadzie 2009 roku Fundacja Moje Stypendium i Fundacja Orange uruchomiły we współpracy z Polsko-Amerykańską Fundacją Wolności stronę internetową **e-wolontariat.pl**, której zdaniem jest wspieranie rozwoju e-wolontariatu w Polsce oraz popularyzowanie jego idei. W trakcie pracy nad projektowaniem strony oraz w pierwszym kwartale jej funkcjonowania pewną barierą dla rozwoju strony internetowej okazała się trudność w pozyskiwaniu aktualnych ofert pracy dla e-wolontariuszy oraz wypracowanie szerokiej rozpoznawalności serwisu.

Wobec tych barier dla przyszłego rozwoju e-wolontariatu kluczowe wydały się więc przede wszystkim działania zmierzające do upowszechniania idei e-wolontariatu wśród potencjalnych organizatorów e-wolontariatu oraz popularyzowanie wiedzy o istnieniu strony internetowej wśród potencjalnych e-wolontariuszy. Jako najważniejszą grupę potencjalnych organizatorów e-wolontariatu wytypowano organizacje trzeciego sektora a za jeden z preferowanych kanałów masowej promocji e-wolontariatu są szkoły. W zaplanowaniu wspomnianych działań pomóc miało badanie społeczne potencjalnych organizatorów i szkół.

### METODOLOGIA BADANIA

Projekt „E-wolontariat w organizacji pozarządowej i szkole” był niewielkim, pilotażowym przedsięwzięciem badawczym mającym dostarczyć Fundacji „Moje Stypendium” wskazówek dla bieżącej działalności oraz strategicznego wyboru kierunków rozwoju strony e-wolontariat. Badanie zrealizowano w lutym i marcu 2010 r. Miało ono charakter jakościowy. Przeprowadzono 10 wywiadów pogłębionych (IDI) oraz dwa zogniskowane wywiady grupowe (FGI). Jako respondentów wybrano organizacje pozarządowe organizujące e-wolontariat (2 IDI), organizacje pozarządowe organizujące wolontariat ale nie mające styczności z e-wolontariatem (4 IDI), dyrektorów gimnazjów (2 IDI) oraz szkolnych opiekunów wolontariatu (2 IDI). Wywiady zrealizowano w dwóch lokalizacjach: Warszawie (7 IDI) i Tarnowie (3 IDI). Respondentami wywiadów grupowych były organizacje pozarządowe organizujące wolontariat, ale deklarujące niekorzystanie z e-wolontariatu oraz dyrektorzy gimnazjów i liceów. Wszystkie wywiady transkrybowano i poddano analizie treści a wnioski badania zostały podsumowane w postaci raportu.

	FGI	IDI
<b>NGO</b>	1 FGI Warszawa	3 IDI Warszawa 1 IDI Tarnów
<b>Użytkownicy serwisu e-wolontariat.pl</b>		2 IDI Warszawa
<b>Dyrektorzy szkół</b>	1 FGI Warszawa	2 IDI Tarnów
<b>Opiekunowie wolontariatu w szkołach</b>		2 IDI Warszawa

Konieczne jest podkreślenie, że wnioski mają z konieczności ograniczony zasięg: większość wywiadów została zrealizowana w Warszawie, co ma znaczenie zarówno dla specyfiku organizacji pozarządowych jak i dla szkół.

Informacje z badania jakościowego zostały uzupełnione informacjami z innych źródeł – w szczególności dotyczy to źródeł danych o charakterze ilościowym, dotyczących kontekstu działania NGO i szkół w Polsce.

## WOLONTARIAT I E-WOLONTARIAT

### TRUDNE POJĘCIE „WOLONTARIAT”

Wolontariat – samo to pojęcie, zanim jeszcze doda się do niego przedrostek „e-” jest obarczone kilkoma trudnościami. Przede wszystkim jest to pojęcie stosunkowo młode, w Polsce używane dopiero od lat dziewięćdziesiątych XX w. Kojarzy się ono głównie z działalnością takich inicjatyw jak Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy a więc raczej z wolontariatem akcyjnym i charytatywnym. Wiele działań, które odpowiadają definicji wolontariatu nie jest wcale w ten sposób określanych (np. Ochotnicza Straż Pożarna). Wysiłki organizacji trzeciego sektora na rzecz upowszechnienia tego pojęcia i rozszerzenia jego zakresu poza sporadyczne działania (np. zbiórki pieniężne) można określić jedynie jako częściowo udane.

Wiele potocznych skojarzeń utrudnia organizowanie wolontariatu. Wolontariat często kojarzy się z czynnościami, które nie wymagają specjalnych umiejętności czy wiedzy. Wolontariusz to osoba pełna dobrych chęci, ale raczej bez kompetencji – może wykonywać co najwyżej proste czynności jak zaklekanie kopert czy parzenie kawy. To, co może zaoferować, to swój wolny czas, a nie umiejętności.

Elementy te sprawiają, że bycie wolontariuszem nie jest szczególnie prestiżowe:

*w ludziach nie ma jeszcze takiego... Ma się jeszcze takie skrzywione pojęcie wolontariatu, że to jakieś frajerstwo (FGI NGO).*

Również organizacje nie są wolne od takiego postrzegania wolontariatu. W praktyce wolontariusze najczęściej wykonują w organizacjach tylko najprostsze czynności. W przypadku tych współpracowników, którzy oferują nie tylko wolny czas, ale także umiejętności unika się określenia „wolontariusz”.

### JESZCZE TRUDNIEJSZE SŁOWO „E-WOLONTARIAT”

Wszystkie zasygnalizowane wyżej problemy terminu „wolontariat” dotyczą także pojęcia „e-wolontariat”. Jego sytuację komplikuje dodatkowo fakt, że nazywa ono zjawisko stosunkowo nowe. Organizacje pozarządowe nie są pewne, co ono oznacza i jakie działania można nim objąć.

Badane organizacje często z **zaskoczeniem** odkrywały, że współpracują z e-wolontariuszami. Choć korzystają z pomocy osób, które pracują dla nich przez sieć bez wynagrodzenia, organizacje wahały się, czy można to określić jako e-wolontariat. Problemem może tu być przedrostek „e-”, który zdaje



się sugerować, że chodzi o szczególną formę wolontariatu, niezwykle nowoczesną i zupełnie innowacyjną. Tymczasem w ich organizacjach korzystanie z e-wolontariatu odbywa się niejako naturalnie, wraz ze zmianami technologicznymi część czynności zaczęła być wykonywana przez sieć.

*czytałem stronę i z niedowierzaniem spostrzegłem, że my tak naprawdę trochę korzystamy z tego e-wolontariatu, bo tak jak chociażby zrobienie tego plakatu na jeden procent, o którym mówiłem. Ja nawet nie wiem, jak ten facet wygląda, nie mam pojęcia kim on jest, (...) a on nam nagle wykonał plakat, więc to jest super. (IDI, NGO)*

Organizacje nie dostrzegają po prostu ogromu zmian technologicznych i idących za nimi zmian w organizacji swojej pracy. Oczekują że e-wolontariat musi być czymś zupełnie nowym, ideą o której nie mają pojęcia.

Z kolei organizacje prowadzące serwisy internetowe, które korzystają z treści tworzonych nieodpłatnie przez użytkowników są zaskoczone słowem „wolontariat”. Pisanie tekstów i inne rodzaje tworzenia zupełnie nie kojarzą się z wolontariatem. Przedrostek „e-„ jest tutaj natomiast oczywisty – wspomniane podmioty mają poczucie, że robią coś nowoczesnego, niezwykłego i „Internetowego”.

W pojęciu e-wolontariat zderza się więc wiele znaczeń. Jest to oczywiście pojęcie sztuczne – to nie oznacza, że nieprawdziwe. Zarówno pierwszy jak i drugi rodzaj organizacji potrafi zrozumieć charakter e-wolontariatu. Wydaje się, że takie uporządkowanie pojęć ma dla nich wartość. Pierwszym **uświadamia**, do jakiego stopnia ich organizacja zmieniła się pod wpływem zmian technologicznych, drugim pozwala na osadzenie swojej działalności w szerszym kontekście **działalności społecznej**.

Niestety pojęcie jest kłopotliwe także dla potencjalnych e-wolontariuszy. Mogą oni z rezerwą odnosić się do tej inicjatywy ze względu na opisane potoczne skojarzenia ze słowem wolontariat. Mogą też nie rozumieć, że ich umiejętności są cenne i że mogą ich używać dla dobra wspólnego. Jest to ważne o tyle, że umiejętności szczególnie ważne dla e-wolontariatu – sprawność i łatwość poruszania się i pracy w sieci, mają szczególnie młodzi ludzie. Z wartości tych kompetencji mogą nie zdawać sobie sprawy. Podobnie organizacje mogą nie dostrzegać, że w pewnych obszarach kluczowe kompetencje posiadają młode, nieświadczone, wydawałoby się, osoby.

Upowszechnienie rozumienia e-wolontariatu może pomóc obu stronom: potencjalnym e-wolontariuszom może wskazać wartość ich umiejętności i atrakcyjność idei wolontariatu; organizacjom może kazać zastanowić się, czy najlepszym sposobem w jaki może im pomóc chętny do pracy licealista jest naklejanie znaczków. Być może potrafi moderować forum internetowe lepiej niż ktokolwiek w organizacji.

Innym problemem pojęcia e-wolontariatu jest **brak wyraźnych granic**, co jest e-wolontariatem , a co nie:

*Tak jak się zastanawiam, to (...) większość naszych działań jest oparta o ten e-wolontariat, bo ja na przykład dzisiaj starałem się dowiedzieć od pań z urzędu, w jaki sposób się znak handlowy rejestruje i to też jest pewien e-wolontariat. Siedzę w pracy, szef na mnie patrzy wilczym okiem i zastanawia się, co robię, dlaczego nie wykonuję obowiązków służbowych, a ja po prostu ze służbowego telefonu dzwonię po urzędach i*

*próbuję się dowiedzieć, w jaki sposób zarejestrować znak towarowy, to też jest jakąś formą e-wolontariatu (IDI, NGO)*

To wszystko sprawia, że komunikacja związana z pojęciem „e-wolontariat” musi być bardzo zdyscyplinowana i jasna. U podstaw nawet prostych komunikatów musi jednak leżeć namysł nad tym co jest e-wolontariatem. Aby pomóc organizacjom używać słowa e-wolontariat, należy jasno rozstrzygnąć co nim jest a co nie. Aby można było e-wolontariat skutecznie promować, powinno się pewne rozumienia tego słowa odrzucić, a inne podkreślić.

## E-WOLONTARIAT: MOŻLIWE ROZUMIENIE POJĘCIA

Ze względu na nowość pojęcia ważne jest zidentyfikowanie, co przez „wolontariat w sieci” rozumieją badani. W badaniu używane były różne, opisowe pojęcia, nie tylko słowo „e-wolontariat”. Dlatego uwagi dotyczące rozumienia pojęcia to nie tylko uwagi o słowie, ale o tym wszystkim, co może ono oznaczać.

Po pierwsze, przez e-wolontariat często rozumiane są takie czynności, których wynik pozostawia w sieci jakiś ślad. Mowa tutaj o przygotowaniu stron www, zarządzaniu nimi, moderacji forów, pisania tekstów na stronę itd. O nazwaniu wolontariatu sieciowym, o zaliczeniu do e-wolontariatu decyduje **efekt pracy, a nie sposób jej organizacji**.

Z drugiej strony e-wolontariat jest czasem rozumiany jak każda praca, która korzysta z sieci w celach ‘organizacyjnych’. Sama czynność może być jak najbardziej materialna, ale w **koordynacji działań korzysta się z nowych technologii**:

*Wolontariat w sieci to również coś takiego, że można by było napisać na forum, że potrzebny jest transport taki a nie inny i np. ci wolontariusze, którzy uczestniczą, mogliby się zgłaszać do wykonania jakiejś pracy, czy roznoszenia ulotek. (FGI NGO)*

Nie jest także jasne, jaka powinna być **relacja pomiędzy organizatorem a e-wolontariuszem**. Internet otwiera nowe możliwości współpracy, niekoniecznie oparte na jakiegokolwiek formalnej umowie. Tymczasem wolontariat bywa kojarzony z relacją sformalizowaną na kształt stosunku pracy albo przynajmniej z osobistym kontaktem. Wątpliwości budzi też w związku z tym, czy e-wolontariatem jest każda przysługa przez sieć, czy też może, tak jak w świecie materialnym, wolontariuszem nazywamy tylko osobę współpracującą z jakąś organizacją.

*Ja uważałem ideę e-wolontariatu za coś, że przynajmniej mamy jakiś szczytkowy kontakt z tą osobą (...) Brakuje interakcji, czyli owszem, ktoś może umieścić, ale (...) może nie umieścić (...). Gdybyśmy mieli wolontariusza, który wiemy, że umieści na jakimś forum jakiegoś newsa, to mielibyśmy od niego jakąś informację zwrotną i można by tam czasem, nie wiem, zbesztać, pogłaskać czy dać mu buzi wirtualnie. Natomiast ci wszyscy (...) wolontariusze [z powątpiewaniem], sympatycy, którzy umieszczają informacje o nas na jakichś serwisach... Jest to pewna forma e-wolontariatu, natomiast ja bym wołał mieć z nimi kontakt. (FGI NGO)*

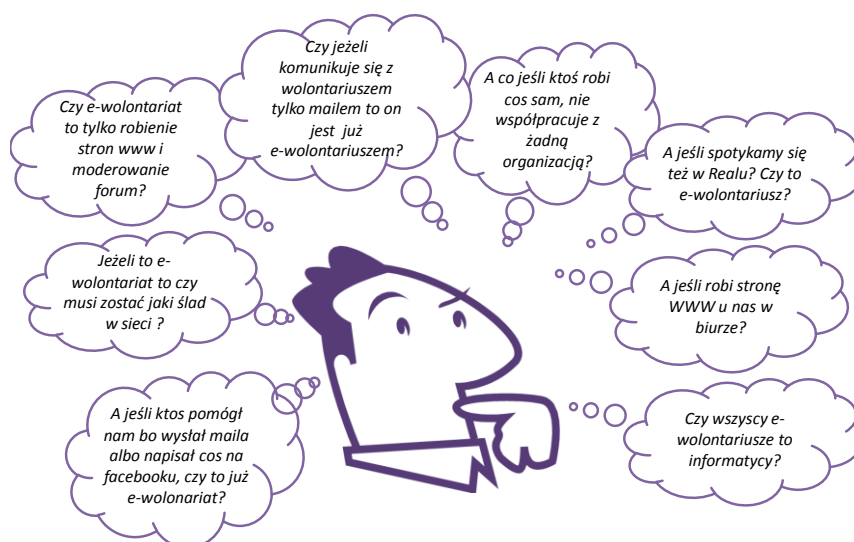
Ostatnią kwestią jest **charakter czynności**, które kojarzą się z e-wolontariatem. Są to przede wszystkim czynności zajmujące mało czasu, mogące wypełnić krótkie przedziały wolnego czasu.

*Jeżeli mam kogoś, kto mi to [robi] przy okazji swojej własnej pracy, bo siedzi, bo jest informatykiem albo siedzi po prostu cały czas przy komputerze... Tak sobie założę, że co godzinę, jak sobie zaparza herbatę, to te pierwsze trzy łyki herbaty, to kliknie (...)*

Wreszcie – e-wolontariusze bywają kojarzeni z „informatykami” lub komputerowymi zapaleńcami. Zawęża to rozumienie e-wolontariatu do bardzo specyficznej grupy osób – oraz specyficznych umiejętności.

Badani nie potrafili zarysowanych powyżej wątpliwości rozstrzygnąć, każe to jednak zastanowić się nad tym, jak można pomóc w odpowiedzi na te pytania potencjalnym (czy faktycznym) organizatorom e-wolontariatu i e-wolontariuszom. Konieczne jest dość jasne rozumienie pojęcia, choćby na użytek wewnętrzny.

Rysunek 1. Rozterki organizatora e-wolontariatu



## INTERNET W NGO

Głównym organizatorem wolontariatu w Polsce są organizacje trzeciego sektora. Jak zostało już powiedziane, to organizacje pozarządowe wprowadziły pojęcie wolontariatu do słownika przeciętnego Polaka. Można więc oczekiwać, że to trzeci sektor będzie również naturalnie najbardziej zainteresowany rozwijaniem e-wolontariatu.

Pierwszym krokiem i warunkiem zainteresowania e-wolontariatem jest korzystanie przez organizację z komputerów i Internetu. Bez tej podstawowej infrastruktury trudno oczekiwać, aby idea e-wolontariatu mogła być dla organizacji atrakcyjna. Zanim zajmiemy się e-wolontariatem, przyjrzyjmy się więc z szerszej perspektywy, w jaki sposób informatyzacja i internetyzacja zmieniała trzeci sektor.

Tabela 1. Komputeryzacja i internetyzacja trzeciego sektora

Rok	Korzystanie z komputera	Internet w siedzibie organizacji	Korzystanie z Internetu	Korzystanie z Internetu codziennie	Własna strona WWW
2002	69%	31%	61%	-	20%
2004	60%	45%	76%	30%	31%
2006	63%	50%	80%	40%	37%
2008	69%	57%	89%	46%	47%

Na podstawie badań „Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych” wykonanych przez Stowarzyszenie Klon/Jawor w latach 2002, 2004, 2006, 2008

Przez całą minioną dekadę organizacje pozarządowe **szybko uczyły się korzystać z komputerów i Internetu**. Trzeci sektor już na początku XXI wieku był dość mocno skomputeryzowany. Obecnie z komputerów korzysta około dwóch trzecich organizacji i odsetek ten z roku na rok rośnie. Olbrzymią zmianę można natomiast zauważyć w dostępie organizacji pozarządowych do Internetu. W ciągu 6 lat, między 2002 a 2008 rokiem liczba organizacji pozarządowych posiadających Internet w siedzibie wzrosła niemal dwukrotnie (z 31% do 57%). Jeszcze szybciej rosła liczba organizacji posiadających własną stronę internetową (z 20% w 2002 do 47% w 2008). Obecnie niemal wszystkie organizacje korzystają z Internetu (w siedzibie lub poza nią) a blisko połowa korzysta z Internetu codziennie.

Warto pamiętać, że **przemiany te nie są specyficzne dla trzeciego sektora**. Podobnemu procesowi szybkiej informatyzacji i internetyzacji podlega również sektor komercyjny. Według danych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, w 2008 roku komputery i Internet wykorzystywało w swojej działalności już 90-99% firm małych i dużych, a wśród przedsiębiorstw mikro udział podmiotów użytkujących te technologie zawierał się w granicach 70–79%<sup>1</sup>. Obserwujemy też wzrost znaczenia nowych technologii w życiu społeczeństwa polskiego jako całości. Według „Diagnozy Społecznej”, między 2003 a 2009 rokiem odsetek Polaków korzystających z komputera wzrósł z 35% do 54%, a odsetek użytkowników Internetu z 25% do 51%.<sup>2</sup> Fakt szybkiego dostosowywania się organizacji pozarządowych do nowych narzędzi i nowego medium komunikacji jest więc odzwierciedleniem znacznie szerszej, wyraźnej i bardzo silnej tendencji obejmującej całe społeczeństwo polskie i wszystkich jego aktorów. Zachodzi tu pewnego rodzaju efekt dodatniego sprzężenia zwrotnego. Im więcej osób i instytucji korzysta z Internetu, tym bardziej palącą potrzebą staje się dostęp do sieci i tym mocniejsza presja wywierana jest na te organizacje, które pozostały „analogowe”.

Organizacje pozarządowe nie tylko przyjęły nowe medium, ale także zmieniły się pod jego wpływem. Specyfika Internetu jako medium komunikacji otwiera nowe możliwości i zachęca organizację do reformowania swojego sposobu działania. Podstawowe zmiany, które nastąpiły z upowszechnieniem Internetu, to ogromne ułatwienie komunikacji, stworzenie przestrzeni dla komunikacji wielostronnej

<sup>1</sup> Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, PARP 2008

<sup>2</sup> Diagnoza społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2009





i diachronicznej (niejednoczesnej), ułatwienie dostępu do mediów przez zdecydowane obniżenie kosztów publikacji. Te zmiany tworzą nowe możliwości działania dla wszystkich organizacji, w tym dla organizacji pozarządowych. Wszystkie organizacje, które wchodzą do sieci, szybko zauważają potrzebę rozwinięcia działalności związanej z komunikacją, promocją, marketingiem i public relations. Dotyczy to zwłaszcza organizacji pozarządowych, które z definicji działają w interesie publicznym, a co za tym idzie komunikują się z pewną „publicznością”. **Przybywa im pracy związanej z promocją, komunikacją, zbieraniem wiedzy i informacji, śledzeniem wiadomości, budowaniem i utrzymywaniem relacji z beneficjentami, sympatykami, szeroką publicznością itd.**

**Organizacje często nie radzą sobie z bagażem nowej pracy.** Obciąża ona członków organizacji lub jej pracowników dodatkowymi obowiązkami, na które nie zawsze znajdują oni czas. Nasi respondenci często narzekali na ilość zaległej pracy związanej np. z obsługą strony internetowej, forum, poczty, profilu na serwisie społecznościowym czy newslettera. Te „nowe” obowiązki, choć są konieczne, odwracają jednak uwagę od działalności bezpośrednio związanej z misją.

*To oczywiście wymaga bardzo dużo pracy i zaangażowania (...) bo trzeba to na bieżąco śledzić i tego nie można zostawić (...). [w sieci] trzeba być aktywnym, ale albo jestem aktywna, albo wykonuję bieżącą pracę, po prostu tego się już nie da [godzić], tego jest tak dużo. (IDI NGO)*

Warto zastanowić się nad konsekwencjami powyższych zmian dla wolontariatu a zwłaszcza dla wolontariatu poprzez sieć. Cała praca związana z komunikacją, promocją czy public relations ma charakter niematerialny i związana jest z operowaniem informacją i symbolami. Jej wytwory można również najogólniej sprowadzić do informacji, czy jest to zredagowanie ogłoszenia, przygotowanie wniosku, porada eksperta czy kod strony internetowej. Ta jej cecha sprawia, że w odróżnieniu od pracy polegającej np. na bezpośredniej pomocy beneficjentom może ona zostać „zapośredniczona” przez sieć. Możliwość pracy przez sieć otwiera z kolei możliwość pracy na odległość – z domu, z innego miasta, z dowolnego miejsca na świecie. Pracę tę mogą wykonywać członkowie lub pracownicy organizacji, mogą ją jednak również wykonywać wolontariusze. To wszystko może prowadzić do wniosku, że w centrum każdej organizacji pozarządowej powstaje przestrzeń, w której może znaleźć zastosowanie e-wolontariat.

### Do czego NGO wykorzystują Internet?

Częściową odpowiedź na pytanie jak NGO korzystają z Internetu, można znaleźć we wcześniejszych badaniach trzeciego sektora. Z badania sondażowego przeprowadzonego w 2008 roku przez Stowarzyszenie Klon/Jawor na reprezentatywnej próbie organizacji pozarządowych można dowiedzieć się, że NGO wykorzystują Internet do: promocji działań organizacji (63 %), poszukiwania partnerów do projektów (33 %), kontaktów z dużymi grupami beneficjentów/klientów (26 %), poszukiwania lub koordynacji pracy pracowników/wolontariuszy (23 %), działań fundraisingowych (zdobywania darowizn od darczyńców indywidualnych - 18 %) oraz do prowadzenia szkoleń dla beneficjentów/klientów (12 %)<sup>3</sup>. Przeprowadzone badanie jakościowe potwierdza te ustalenia oraz

<sup>3</sup> Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych, Stowarzyszenie Klon/Jawor 2008



pomaga zrozumieć jakie konkretnie działania kryją się pod kategoriami zastosowanymi w sondażu. Możemy dzięki niemu dowiedzieć się jak w konkretnych przypadkach wygląda korzystanie z Internetu przez NGO.

Wszystkie organizacje uczestniczące w badaniu świadomie używają Internetu do **promocji swojej działalności**. Dla niektórych Internet jest jedyną i w zasadzie zadowalającą formą nagłaśniania działań.

*Nam to wystarcza. No, może prawie wystarcza, ale to nie jest to, że my musimy jakoś tak bardzo zabiegać o inne media.*

Podstawową formą promocji przez Internet jest oczywiście strona www. Wszystkie zbadane przez nas organizacje posiadały stronę www. Przynajmniej w części przypadków była ona obsługiwana bezpośrednio przez pracowników. Możliwość samodzielnego zarządzania stroną i bezpośredniego nadzoru nad treścią z jednej strony oznacza olbrzymią wygodę oraz powód do satysfakcji:

*Po pierwsze, jest strona internetowa, ona jest (...) na tyle prosta, że [same] obsługujemy tę stronę, nauczyliśmy się tego (...) podstawowe rzeczy robimy my, typu żałoba narodowa, więc kliknięcie i zamieszczenie kondolencji na stronie, to zrobiłam w pięć minut od razu, od ręki.*

Z drugiej jednak strony, na co zwracaliśmy uwagę wcześniej, łatwość publikacji obciąża pracowników dodatkowymi obowiązkami. Ważną zaletą promocji poprzez stronę internetową jest możliwość umieszczenia na niej dowolnej ilości treści i bieżące jej redagowanie. Ta niespotykana w innych mediach dostępność miejsca jest oczywiście niezwykle korzystna. Organizacja może dzięki temu przedstawić dokładnie swoją działalność, misję, historię, strukturę organizacji oraz wszystkie potencjalnie istotne informacje. Pozwala również publiczności śledzić „życie organizacji”:

*Jest na stronie prowadzona taka kronika (...) jest bardzo przydatna w wielu sytuacjach, np. przy pisaniu sprawozdań, bo my staramy się tam umieszczać wszystko, co robimy. A poza tym ta kronika, te aktualności są bardzo ważne ze względu na naszych darczyńców i sympatyków. (...) Są takie osoby, które do mnie piszą i mówią (...), że jak przychodzą w poniedziałek do pracy, to przede wszystkim otwierają aktualności (...). To wciągga ludzi, tak jak seriale, to wciągga.*

Jednak stworzenie publikowanych treści to zadanie bardzo czasochłonne. A więc znów nowa możliwość tworzy nową pracę.

Strony internetowe nie są jedyną metodą promocji przez sieć, z której korzystały badane organizacje. Respondenci znali **inne narzędzia komunikacji**, dostrzegali ich zalety i chętnie z nich korzystali. Wśród nich były między innymi **serwisy społecznościowe** (wywieszanie plakatów na ulicy, że będzie jakiś festiwal trochę już nie działa, więc na przykład Facebook jest tutaj idealnym sposobem); **newsletter** (mamy stronę fundacji (...) natomiast nagłaśniamy to głównie korzystając z newslettera); **komunikatory** (w każdym programie jest taki moment, że trzeba było jakieś informacje, albo jakieś zaproszenia, albo za coś podziękować, to się odbywa często przez Internet, moje pocztki w X były takie, że po prostu pisałam maile albo na gadu gadu) oraz mikroblogi. W swoich działaniach promocyjnych organizacje nie chcą polegać wyłącznie na internautach odwiedzających stronę

organizacji i czują potrzebę sięgania po narzędzia aktywne, w których to informacja szuka widza, a nie widz informacji. Na podstawie badania jakościowego trudno ocenić, jak wiele organizacji w trzecim sektorze posiada takie kompetencje. Jasne jest jednak, że organizacje, które najpewniej czują się w sieci starają się wychodzić z informacją do Internautów i aktywnie zabiegają o ich uwagę.

Nowe narzędzia komunikacji (serwisy społecznościowe, mikroblogi, listy dyskusyjne, newsletter, e-mail, rss) bardzo zbliżają organizację do ludzi. Nie tylko pozwalają na śledzenie „życia organizacji”, ale sprawiają, że organizacja może stale odświeżać i utrzymywać kontakt z otoczeniem. Narzędzia te ułatwiają komunikację dwukierunkową - do NGO łatwo jest napisać mail, odpowiedzieć na wiadomość przychodzącą w ramach newslettera, napisać krótki, niezobowiązujący komentarz na Facebooku. Pozwalają one sympatykom w pewien sposób uczestniczyć w życiu organizacji. „Promocja działań organizacji” zaczyna wobec tego znaczyć coraz więcej i obejmować coraz więcej aktywności. Można powiedzieć, że przed NGO otwiera się tutaj cała nowa klasa zadań związanych z **utrzymywaniem dobrych relacji** z podopiecznymi, sympatykami, pracownikami, wolontariuszami, przyjaciółmi i wszystkimi osobami, które w jakikolwiek sposób mają kontakt z organizacją. Możliwości stworzone przez wspomniane aplikacje internetowe w pewien sposób nałożyły na wszystkie organizacje obowiązek zarządzania relacjami z klientami (*customer relationship management*); stworzenia systemu, który nie tylko informuje ale także podtrzymuje kontakt oraz sprawnie odpowiada na wszystkie próby kontaktu płynące z otoczenia organizacji. Wydaje się, że narzędziami doskonale nadającymi się do tego rodzaju ciągłego pielęgnowania relacji są zwłaszcza mikroblogi i serwisy społecznościowe:

*My się przez Blipa i Facebooka komunikujemy z naszymi sympatykami, to są członkowie i członkinie, ale też ludzie (...), którzy gdzieś się z nami zetknęli, podoba im się to co robimy, może niekoniecznie mają teraz czas, żeby [z nami pracować](...) ale interesują ich jakieś szkolenia albo konferencje, albo inne aspekty naszej działalności (...) nasi fani, fanki na Facebooku to są właśnie tacy ludzie, którzy zazwyczaj mieli już z nami styczność, ja w większości kojarzę ich z imienia i nazwiska (...).*

Podobną funkcję może też jednak spełniać również zwyczajny e-mail:

*Dostaję sporo maili, tak, zawsze staram się odpowiadać, czasami przesyłam sobie do pracy i sprawdzam, bo nie mam kiedy.*

Organizacje używają sieci na co dzień do **komunikacji z pracownikami i współpracownikami oraz do koordynacji ich pracy**. Jest to oczywiście ogromne ułatwienie współpracy, zwłaszcza gdy organizacja obejmuje swoim działaniem duży obszar i pracuje z ludźmi z różnych miejsc Polski i świata:

*oczywiście bardzo intensywnie używamy tego w komunikacji i tutaj na poziomie polskim dlatego, że się zajmujemy grupami lokalnym, i które są oczywiście w różnych miastach; tylko kilka razy do roku jestem w stanie się z nimi spotkać; no i też do komunikacji, (...) z centralą, znaczy z naszym sekretariatem międzynarodowym. (FGI NGO)*

Ważną konsekwencją usprawnienia komunikacji jest większa zdolność samoorganizacji liderów. Łatwiej jest obecnie tworzyć NGO o luźnej, sieciowej strukturze:

*W tym roku założyliśmy 9 nowych oddziałów. Mamy oddziały w każdym większym mieście wojewódzkim. Oczywiście bez Internetu to by było w ogóle nie możliwe (...) gdyby nie wykorzystanie informacji na portalach internetowych, nie wysyłanie maili itd., to byśmy w ogóle nie dotarli do ludzi, którzy założyli te oddziały. (...) Śmiejemy się, że stowarzyszenie X bez Internetu byłoby oddzielnymi oddziałami i każdy by działał pod swoją nazwą; dzięki temu mamy możliwość działania jako jedno stowarzyszenie. (FGI NGO)*

Większa możliwość samoorganizacji oraz praca w organizacji o sieciowej strukturze budzi z kolei potrzebę rozwijania narzędzi, które uporządkują i usprawnią wewnętrzną komunikację. W ten sposób NGO jeszcze bardziej polegają na technice i rozwijają swoje kompetencje:

*Z takich różnych rzeczy internetowych, które zrobiliśmy dla siebie, to poza listami dyskusyjnymi, stworzyliśmy taką wewnętrzną platformę internetową; jakby intranet i Wiki, w których wymieniamy się informacjami, wszystkie ważne informacje dla stowarzyszenia, biura, dla pracy grup, dla pracy zarządu czy różnych komisji i organów projektów, które są wewnątrz stowarzyszenia, są dostępne po prostu na tej stronie wewnętrznej. (FGI NGO)*

Kolejną ważną korzyścią z Internetu dla organizacji pozarządowych jest **dostęp do wiedzy i informacji potrzebnych do prowadzenia działalności**. Internet jest dla NGO źródłem cennych wiadomości. Organizacje zbierają tu m.in. informacje **o obszarze, w którym działają** (to z jednej strony źródło informacji [o tym], co się dzieje na świecie, na przykład, że Austria zalegalizowała związki partnerskie, w Meksyku nastąpił jakiś ślub, czy że w Ugandzie były akty przemocy wobec osób homoseksualnych); **o instytucjach, z którymi współpracują** (jest coraz więcej firm, instytucji, które mają strony internetowe, to jest ogromne ułatwienie żeby znaleźć jakieś informacje), **o tym, jak prowadzić organizację** (właściwie najpierw zaczęliśmy działać a dopiero potem, między innymi za pośrednictwem Internetu, dowiadywaliśmy się czego tak naprawdę nie mamy, co musimy uzupełnić i tak dalej), **w jaki sposób pozyskiwać środki** (Nie wiem jak napisać wniosek, wpisuję w Google'a „jak napisać dobry wniosek” i pojawia mi się poradnik dla NGO, jak napisać wniosek taki, że wszystkim łby odpadną z radości).

Niektóre organizacje pozarządowe nauczyły się również wykorzystywać Internet do **działań fundraisingowych** (zdobywanie darowizn od darczyńców indywidualnych). Fundraising przez sieć można przeprowadzić **samodzielnie** (my możemy pokazywać siebie w Internecie numer rachunku bankowego (...) i oni wpłacają, jeśli czytają [naszą stronę] i widzą, że cos się dzieje) lub **z pomocą wyspecjalizowanych serwisów** (jesteśmy na portalu Siepomaga skupiającym organizacje pozarządowe też, gdzie można dotować organizacje poprzez Internet).

Jak widać, NGO, które korzystają z Internetu, potrafią znaleźć dla niego bardzo wiele zastosowań. Na wiele sposobów usprawnia on pracę, duża część pracy organizacji wykonywana jest za pośrednictwem sieci, Internet postawił też przed organizacjami całkiem nowe zadania. Można spodziewać się, że duża część tej przeniesionej do sieci pracy mogłaby zostać oddana wolontariuszom pracującym „na odległość”. Zanim rozważymy taką możliwość, przyjrzymy się jeszcze konsekwencjom internetyzacji NGO dla wolontariatu.



## JAK INTERNET ZMIENIA WOLONTARIAT?

Zmiany wywołane przez nowe medium nie omijają wolontariatu. Wpisują się w zarysowany już kierunek ewolucji organizacji pozarządowych. Bardzo wyraźny jest przede wszystkim **wpływ nowych metod promocji na sposoby pozyskiwania wolontariuszy**. Dotarcie do potencjalnego wolontariusza z informacją o istnieniu i działaniu organizacji jest pierwszym krokiem w stronę jego pozyskania. Sama informacja jest już pewną formą zaproszenia skierowanego do wolontariuszy, nawet jeśli organizacja wprost nie zaprasza nikogo do współpracy. W wywiadach wielokrotnie usłyszeliśmy o wolontariuszach, którzy z własnej inicjatywy zgłaszają się do organizacji ponieważ chcą pomóc. Bardzo często znają oni organizację dzięki temu, że promuje się ona poprzez Internet. Niski koszt publikacji w sieci sprawia, że organizacjom łatwiej jest się zaprezentować, zainteresować swoją działalnością, zyskać sympatyków. Ma to znaczenie zwłaszcza wtedy, gdy cała promocja organizacji opiera się na komunikacji przez Internet. Sieć umożliwia więc pozyskanie wolontariuszy organizacjom, które nie mają środków na promocję w tradycyjnych mediach oraz nie pracują bezpośrednio z beneficjentami. Czasem w tym celu wystarczy zwykła strona www. Tu wolontariusze mogą spokojnie zapoznać się z profilem i historią organizacji oraz znaleźć do niej kontakt.

*My mamy tę stronę, x.pl, i właściwie wszyscy nasi wolontariusze są przez tę stronę.*

Stworzona przez sieć bliskość organizacji **usuwa też bariery po stronie wolontariuszy**. Łatwiej jest im znaleźć organizację, w której chcieliby pracować. Łatwiej jest zgłosić się i zaoferować pomoc.

*Coraz częściej mam telefony od osób, które dowiedziały się o fundacji, usłyszały, przeczytały i chciałyby coś zrobić; zgłaszają się i mówią: „ja bym chciała to i to”.*

Można przypuszczać, że większa dostępność informacji o działalności NGO oraz łatwość komunikacji sprawia, że **inicjatywa częściej leży po stronie wolontariusza**. Jedna z naszych respondentek tak opisała, jak została wolontariuszką:

*Moje zainteresowania krążyły wokół animacji społecznej w kulturze i zwyczajnie wpisałam w wyszukiwarkę „animacja kultura”, „animacja społeczna” i wyskoczyło mi, po którymś tam oczywiście przeszukaniu różnych stron różnych instytucji, z różnych miejsc (...) najbliższe było stowarzyszenie X, (...) napisałam maila, następnie się z nią spotkałam (...) i tak się zaczęła moja praca w wolontariacie*

Przykład ten pokazuje również, jak sieć zmienia sposób, w jaki wolontariusz wybiera organizację, dla której chciałby pracować. Widać przede wszystkim, że poszerza się jego możliwość wyboru. Wolontariusz może wybierać z długiej listy organizacji szukając takiej, która będzie mu najbardziej odpowiadała ze względu na jej misję, lokalizację lub inne istotne cechy. Używając języka ekonomii Internetu można powiedzieć, że ujawnia on „**długi ogon**” **ofert pracy wolontariackiej**, które w tradycyjnej ekonomii pozostawały ukryte<sup>4</sup>. Można przypuszczać, że obecnie decyzja o zostaniu wolontariuszem częściej przypomina wybór racjonalnego konsumenta i rzadziej wynika ze

<sup>4</sup> Anderson, Chris. Długo ogon, Media Rodzina, Poznań 2008



stopniowego, organicznego wrastania w organizacje poprzez bezpośredni kontakt, sieci znajomości i więzi społeczne. Pozytywną konsekwencją takiego stanu rzeczy jest możliwość dopasowania wolontariusza do organizacji ze względu na wyznawane wartości oraz możliwość wyboru przez wolontariusza zadań odpowiadających mu ze względu na kompetencje i zainteresowania.

Poza ułatwieniem promocji organizacji Internet daje też dobre **narzędzia do zapraszania wolontariuszy** wprost.

*Na pewno Internet jest podstawą w ogóle do rekrutowania wolontariuszy, bo owszem, możemy szukać wolontariuszy na różnych naszych akcjach, czyli zobaczyć, że ta osoba przychodzi czwarty-piąty raz, spytać się: „hej, może chcesz pomóc?”, ale jakbyśmy wysłali **newsletterem** (...) wówczas na pewno, myślę, że mogłoby to być skuteczniejsze; (...) przy naszych akcjach spontanicznych (...) skrzykiwaliśmy ludzi newsletterem, żeby przychodzili, pomagali i się pojawiało około dziesięciu - dwunastu osób do pomocy i w ten sposób z nich korzystamy (...) wysyłamy newsletterem maila, zbiórka o tej i o tej, tu i tu, zapraszamy (IDI, NGO)*

Umożliwia też stworzenie wokół NGO społeczności sympatyków, których łączy wspólna wiedza o organizacji i jej bieżącym życiu. Ta **społeczność może być źródłem wolontariuszy**, pewnego rodzaju „rezerwą bezpłatnej pracy”. Utrzymanie tego rodzaju społeczności jest częścią wspomnianej już strategii dbania o relację z sympatykami i może wymagać sporo pracy. W zamian jednak organizacja zyskuje stały dostęp do grupy osób znających organizację, dzielących jej wartości i być może gotowych poświęcić jej czas. Ponadto duża społeczność stwarza możliwość dotarcia do osób o różnorodnych kompetencjach.

*Czasem ludzie piszą, chcieliby coś zrobić, natomiast my szukamy kogoś o jakichś w miarę określonych kompetencjach. I wtedy raczej my wkładamy to na stronę, czy na Facebooka. Facebook ostatnio lepiej działa niż ta strona. (IDI, NGO)*

Podobnie jak w wypadku pracowników i współpracowników, tak i wypadku wolontariuszy sieć ułatwia organizację i koordynację ich pracy. Poza powszechnie używanymi aplikacjami **architektura www umożliwia tworzenie narzędzi zaprojektowanych z myślą o zarządzaniu kontaktami z wolontariuszami**.

*Można stworzyć taką platformę dla wolontariuszy wewnątrz strony. (...) też o tym myśleliśmy, (...) do projektu X zgłosiło się do nas już ponad 500 osób i strasznie trudno nimi zarządzać, to osoby, które mają bardzo różne kompetencje, bardzo różne potrzeby, bardzo różne miasta itd. Mamy jedno wydarzenie w Warszawie (...) i po prostu zarządzać pięciuset osobami, które przyjeżdżają, wyjeżdżają, potrzebują czegoś, nie potrzebują, chcą pomóc z tym, siamłym i owamym (...) to bez takiego systemu jest nam strasznie trudno. (FGI NGO)*

Internetyzacja NGO może mieć również negatywny wpływ na wolontariat. **Promocja poprzez sieć może oddziaływać na demografię grupy osób zajmujących się wolontariatem**. Sieć ułatwia organizacjom między innymi dostęp do młodych ludzi kosztem seniorów. Taką obawę formułowali wprost nasi respondenci:



*Czujemy z drugiej strony, że to zachłyśnięcie się internetowe sprawia, że niektóre osoby, które mogłyby działać aktywnie jednak są wykluczane z części obiegu informacji, dlatego, że niektóre np. osoby starsze w Polsce, a jest pewna grupa takich osób, które są naszymi członkami od dawna, ale nie weszły do Internetu i cały czas polegają na tylko na tym co, otrzymują na papierze. I mamy problem z dostrzeżeniem potrzeb tego typu osób. (FGI, NGO)*

*W [projekcie X] tych osób młodych jest więcej (...) ale ja myślę, że ich dlatego jest więcej, że one głównie przyszły przez stronę, a jednak z Internetu korzysta więcej młodych ludzi. Natomiast generalnie wolontariuszami są ludzie w różnym wieku. (IDI, NGO)*

## W STRONĘ E-WOLONTARIATU

Pracę w każdej organizacji można podzielić na jej część materialną i niematerialną. W zakres pracy niematerialnej wchodzi zadania polegające na przetwarzaniu informacji, wiedzy i symboli: złożone, takie jak zarządzanie lub rzecznictwo, ale również prostsze, jak rozesłanie zaproszeń, korespondencja, przygotowanie ulotki czy zredagowanie tekstu. Do tej szerokiej kategorii zaliczyć można całą pracę związaną z komunikacją, zbieraniem wiedzy i informacji, budowaniem i utrzymywaniem relacji z beneficjentami, sympatykami, szeroką publicznością.

Z punktu widzenia niniejszego raportu, najważniejszą zmianą, jaką Internet wprowadził do wolontariatu jest **ułatwienie dostępu wolontariuszy do pracy niematerialnej**. Duża część pracy niematerialnej może być wykonywana za pośrednictwem mediów takich jak telefon, poczta czy przede wszystkim Internet. Łatwość wykonywania pracy niematerialnej poprzez Internet stworzyła realną możliwość pracowania zdalnie, na odległość – z domu, z innego miasta czy z dowolnego innego miejsca.

*Mam fantastycznego wolontariusza [tłumacza], właśnie w Gdańsku, który się zgłosił pod tytułem "no chciałbym coś z wami, ale jestem w Gdańsku". (FGI, NGO)*

*Ostatnio ktoś się zgłosił, że stronę internetową może nam przetłumaczyć, więc ja powiedziałam, że ok, jak najbardziej, nawet nie wiedziałam, jakie ta osoba naprawdę miała kompetencje. (FGI, NGO)*

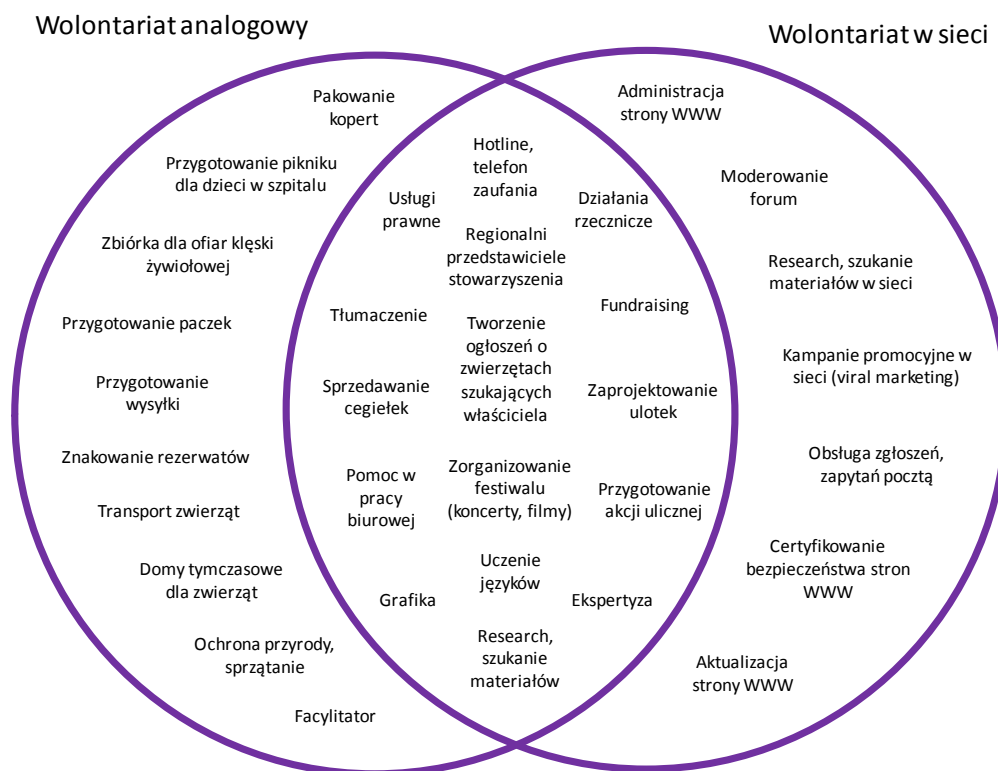
Największym zaskoczeniem przeprowadzonego badania było spostrzeżenie, że tego rodzaju **wolontariat poprzez sieć jest w organizacjach pozarządowych znacznie bardziej powszechny niż się spodziewaliśmy**. Większość zbadanych NGO w różnej formie korzystała przez sieć z pomocy wolontariuszy. Ważne jest, że żadna z zaproszonych do badania organizacji pozarządowych nie uważała początkowo, że organizuje e-wolontariat! Korzystanie z wolontariatu przez sieć nie wiązało się z odkryciem tej idei, ale było naturalnym przedłużeniem dotychczasowej praktyki działania. Ponieważ komunikacja przez sieć staje się codziennością NGO, **niematerialna część pracy organizacji w naturalny sposób zaczyna być wykonywana zdalnie, w tym również przez wolontariuszy**.

W badaniu usłyszeliśmy o wielu przykładach pracy wolontariuszy. Było wśród nich wiele zadań wymagających bezpośredniego, fizycznego kontaktu z organizacją lub jej beneficjentami. Wolontariusze pomagają potrzebującym (np. przez przygotowanie pikniku dla dzieci w szpitalu lub



transport zwierząt do schroniska), działają na rzecz środowiska (np.: znakowanie rezerwatów, sprzątanie), wspierają organizację w przygotowaniu pomocy (np. zbiórka rzeczy dla ofiar klęski żywiołowej, pakowanie kopert). Wszystko to są przykłady pracy, której nie da się wykonać na odległość. Przez opozycję do wolontariatu przez sieć można by nazwać je „**wolontariatem analogowym**”.

Znaleźliśmy również wiele przykładów wykonywania przez wolontariuszy różnych rodzajów pracy niematerialnej. Wolontariusze między innymi uczą języków, udzielają porad prawnych, tłumaczą teksty, projektują ulotki, przygotowują akcje uliczne, pomagają w pracy biurowej itp.



Rysunek 2. Wolontariat analogowy a wolontariat w sieci



Praca tego typu może być wykonywana na miejscu, np. w siedzibie organizacji, bez wykorzystania nowych technologii i nowych mediów, w ramach „wolontariatu analogowego”. Może być jednak również wykonana na odległość, poprzez sieć i inne media stając się tym samym „wolontariatem w sieci”. **Jak widać granica rozdzielająca wolontariat analogowy od wolontariatu w sieci jest w tym wypadku bardzo cienka i wynika nie z charakteru samej pracy ale raczej z wykorzystanych narzędzi komunikacji.** To samo zadanie może być raz wolontariatem analogowym a raz wolontariatem przez sieć.

Niektóre rodzaje wolontariatu, o których usłyszeliśmy, można realizować wyłącznie w sieci. W zbadanych organizacjach wolontariusze zajmowali się wyszukiwaniem informacji w sieci, administrowaniem i aktualizowaniem stron www, moderowaniem forów itp. Te formy pracy zostały faktycznie stworzone przez powstanie nowego medium i nie mają swoich odpowiedników w świecie fizycznym. Zapotrzebowanie na usługi takie jak administracja strony czy moderowanie forum pojawiło się dopiero z powstaniem tych, całkiem przecież nowych, form komunikacji.

Krok od wolontariatu do e-wolontariatu jest w rzeczywistości niewielki i organizacje wykonują go niejako naturalnie. Współpraca z tłumaczem pozostaje współpracą z tłumaczem bez względu na to, czy tłumacz przynosi gotowy tekst do siedziby organizacji na papierze, na dyskietce czy wysyła go przez Internet. Z pewnością Internet ułatwił wolontariat w wypadku pracy niematerialnej: ułatwił rekrutację, poszerzył krąg osób, do których można dotrzeć z ofertą, zniósł bariery związane z przestrzenią, stworzył możliwość pracy dla wcześniej wykluczonych z wolontariatu (niepełnosprawni, pracujący, matki opiekujące się dziećmi) itd. Jednak **internetyzacja NGO nie wymaga „wymyślenia wolontariatu na nowo”**. Jak widać, wiele przykładów pracy wolontariuszy, o których usłyszeliśmy było możliwych także przed Internetem. Obecnie jednak odbywa się poprzez Internet ze względu na efektywność i wygodę tej formy komunikacji.

*My bardzo dużo pozyskujemy wolontariuszy, że tak powiem współpracują z nami internetowo. Bo robią nam tłumaczenia, robią nam ekspertyzy, bo [w niektórych projektach] musimy mieć eksperckie wsparcie (...) czy na przykład graficy, wszystkie te działania PR-owe, my się ciągle staramy pozyskiwać to, wszystko to są już bardzo wyspecjalizowane działania. (FGI, NGO)*

Fakt, że granica pomiędzy wolontariatem analogowym i wolontariatem w sieci jest nieostra sprawia, że **organizacje nie myślą o e-wolontariuszach jako o zupełnie odrębnej kategorii współpracowników**. Sam fakt współpracy poprzez Internet nie tworzy z nich nowego typu wolontariuszy. E-wolontariusze są nadal nazywani wolontariuszami, zmienia się jedynie charakter ich pracy oraz sposób, w jaki można się z nimi komunikować.

*Wolontariusze są tacy zarejestrowani, mamy z nimi umowy, ale są też tacy, którzy po prostu nam pomagają, nie zdążyliśmy czy nie było okazji jeszcze podpisać umowy, ale nam pomagają, np. dają ogłoszenia w Internecie. (IDI, NGO)*

Ponadto we współczesnym wolontariacie znaleźć można **wiele form pośrednich**, w których obecny jest zarówno element „analogowy” jak i sieciowy. Może to być np. współpraca z wolontariuszami, z którymi organizacja ma kontakt wyłącznie przez sieć.

*Na przykład teraz przy kampanii jednego procenta, (...) wysłania newslettera z zachętą do wydrukowania naszego plakatu (...), to też jest jakaś tam współpraca z wolontariuszami naszymi, którzy prawdopodobnie są w newsletterze, ale ich nie*

*zobaczymy, więc wysyłamy po prostu im maila, wydrukuj, przyklej, czuj się dobrze. (IDI, NGO)*

Jak szeroki zasięg może mieć taki e-wolontariat? Które organizacje będą go potrzebować? Zdrowy rozsądek może podpowiadać, że wolontariat przez sieć nie będzie potrzebny tym organizacjom, które pracują bezpośrednio z beneficjentami a więc wyłącznie w „świecie materialnym”. Można jednak spodziewać się, że również tutaj znajdzie on zastosowanie. Nawet jeśli organizacja zajmuje się wyłącznie działalnością wymagającą bezpośredniego fizycznego kontaktu z beneficjentami, możliwości komunikacyjne stworzone przez sieć będą w niej powiększać obszar pracy niematerialnej.

*W fundacji X [zajmującej się opieką nad zwierzętami] pomoc wolontariuszy potrzebna jest głównie przy promocji i zwierząt, i fundacji a także przy takich innych czynnościach jak przewożenie zwierząt z hotelu do domu, sprawdzanie domów [dla zwierząt], poszukiwanie domów tymczasowych. (IDI, NGO)*

Każda organizacja może zatem potencjalnie korzystać z e-wolontariuszy, ponieważ każda, aby działać, musi wykonywać pewne podstawowe funkcje związane z komunikacją, promocją i wiedzą. We wszystkich tego rodzaju zadaniach pomocą mogą jej służyć e-wolontariusze. Choć na razie są to jeszcze spekulacje, można postawić tezę, że w istocie e-wolontariat może być przydatny dla każdej organizacji, chociaż nie do każdego zadania.

Barierą dla e-wolontariatu może okazać się fakt, że praca niematerialna, którą wykonywać muszą organizacje pozarządowe często ma charakter twórczy, koncepcyjny, wymaga znacznych kompetencji i dobrej znajomości organizacji. Ponadto, różnego rodzaju działania wpływające na wizerunek organizacji, takie jak aktualizacja strony, prowadzenie hotline, moderowanie forum, działania rzecznicze i promocyjne, wiążą się z dużą odpowiedzialnością. Nawet niewielki błąd w komunikacji może kosztować organizację utratę renomy i zepsuć jej relację z sympatykami i szeroką publicznością. Z tego powodu organizacje mogą niechętnie dzielić się z e-wolontariuszami tego rodzaju zadaniami. Bardzo ważne wydaje się więc budowanie z wolontariuszami długotrwałych relacji opartych na zaufaniu.

## NOWE FORMY WOLONTARIATU KULTUROWEGO I WOLONTARIATU WIEDZY

Z punktu widzenia projektu e-wolontariat bardzo ważne i warte uwagi jest powstanie w sieci nowego pola działania opartego na wolontariacie. W sieci przybywa inicjatyw, których misją jest w istocie **angażowanie wolontariuszy przez sieć w tworzenie i udostępnianie wiedzy jako dobra publicznego**. Istnieje wiele rodzajów tego rodzaju przedsięwzięć. Najbardziej znane i spektakularne przykłady to organizowana przez Wikimedia Foundation *Wikipedia*, projekt *Wolne Podręczniki* kierowany przez Fundację Nowoczesna Polska oraz ruch wolnego oprogramowania (w Polsce animowany między innymi przez Fundację Wolnego i Otwartego Oprogramowania).

Warto w tym miejscu zaznaczyć specyfikę tego rodzaju wolontariatu oraz organizacji, które zajmują się jego organizowaniem. Najbardziej uderzającą różnicą tej formy wolontariatu w porównaniu z wcześniej przedstawionymi przykładami jest **rola wolontariuszy** w pracy organizacji. Te organizacje proponują całkiem nowe podejście do roli wolontariusza oraz do organizacji pracy wolontariuszy. W tym modelu współpracy wolontariusze są rdzeniem organizacji, wykonują zdecydowaną większość



pracy. Nie tyle pomagają organizacji w realizacji jej misji, co są podstawą działalności, podstawowym warunkiem sukcesu organizacji, wręcz warunkiem istnienia. Organizacja jest tutaj jedynie dostarczycielem **platformy** umożliwiającej współpracę oraz podejmuje się koordynacji wspólnych wysiłków. Można powiedzieć, że w nowym modelu to nie wolontariusze pomagają w pracy organizacji, ale **organizacja zajmuje się obsługą społeczności wolontariuszy**.

Bardzo ważną specyfiką tej formy e-wolontariatu jest jej przedmiot. Według badań, klasyczni wolontariusze najczęściej angażują się w pracę w organizacjach działających w obszarze pomocy charytatywnej, w organizacjach zajmujących się edukacją, oświatą, wychowaniem i opieką nad dziećmi i młodzieżą, w organizacjach sportowych itp.<sup>5</sup> Niewiele można wskazać przykładów tradycyjnych organizacji pozarządowych angażujących wolontariuszy w pracę nad zbieraniem i wytwarzaniem wiedzy.

Ten nietypowy zakres działania – produkcja wiedzy, w połączeniu z nietypową organizacją pracy sprawia, że często zarówno organizacje zajmujące się taką działalnością jak i pracujący dla nich wolontariusze nie rozpoznają swojej współpracy jako opartej na wolontariacie. Zarówno organizacje jak i sami wolontariusze skłonni są raczej używać określeń: autor, dziennikarz, Internauta.

W zrealizowanym badaniu kilku respondentów reprezentowało tego typu organizacje. Prowadziły one portale oparte na pracy wolontariuszy-dziennikarzy. Autorzy pracowali wyłącznie przez sieć i nie mieli z organizacją żadnego innego kontaktu. Relacja pomiędzy organizacją i wolontariuszami w obu przypadkach była w istocie relacją pomiędzy redakcją a dziennikarzami, z tą jedynie różnicą, że autorzy nie otrzymywali pieniężnego wynagrodzenia. Dużym zaskoczeniem okazało się spostrzeżenie, że obie redakcje są w istocie podmiotami komercyjnymi, z czego jedna formalnie przynależy do dużego wydawnictwa prasowego. Jest to sytuacja bardzo szczególna – okazuje się, że **organizacja nastawiona na zysk również może z powodzeniem być organizatorem wolontariatu na podobnej zasadzie jak organizacja pozarządowa!** Taka forma organizowania wolontariatu jest raczej niespotykana poza siecią, tymczasem w Internecie sprawdza się jak widać bardzo dobrze. To niespotykane połączenie gospodarki komercyjnej z gospodarką opartą na dzieleniu się i wymianie przysług Larry Lessig nazwał gospodarką hybrydową<sup>6</sup>, gdzie hybrydą jest podmiot komercyjny, którego celem jest uzyskanie wartości z gospodarki dzielenia się. Przykłady organizacji, które napotkaliśmy w badaniu dowodzą, że w sieciowej „gospodarce hybrydowej” możliwe jest by podmioty komercyjne mogły działać dla wspólnego dobra i to oparciu o pracę wolontariuszy.

---

<sup>5</sup> Baczek Anna, Ogrocka Agnieszka, Wolontariat, Filantropia i 1%, Stowarzyszenie Klon/Jawor 2007

<sup>6</sup> Lessig Larry, Remix, WAIp 2009

## SERWIS E-WOLONTARIAT.PL

### OGÓLNA IDEA STRONY E-WOLONTARIAT.PL

Jednym z elementów badania było zebranie ocen dotyczących strony internetowej e-wolontariat.pl. Część badanych miała z nią wcześniej styczność, inni poznawali jej założenia w trakcie wywiadów. Badane funkcje strony to: funkcja promocyjna, czyli przekazywanie informacji na temat idei e-wolontariatu; pomysł konkursu na najciekawszą inicjatywę wolontariacką w polskim Internecie; funkcja ogłoszeniowa strony – informacje o organizatorach e-wolontariatu i zadaniach dla e-wolontariuszy.

### FUNKCJA PROMOCYJNA

Istnienie tej funkcji – przekazywanie informacji na temat tego, czym jest e-wolontariat, było dla badanych dość **oczywiste**. Jedynie większe, najbardziej zaawansowane organizacje nie widziały wyraźnych korzyści z tej funkcji, jednak i one przyznawały, że dla innych podmiotów tłumaczenie czym jest e-wolontariat, jest niezwykle istotne.

Przede wszystkim konieczne jest **bardzo proste zdefiniowane, co jest rozumiane przez e-wolontariat**. Nie może to być długi skomplikowany opis, a raczej kilka prostych skojarzeń:

*Brakuje na stronie głównej zwięzłej, krótkiej, trzy-cztero zdaniowej definicji czym jest e-wolontariat. (IDI, NGO)*

Poza tym definicja, hasło czy krótki opis powinien być widoczny w pierwszej kolejności – przynajmniej w początkowej fazie rozwoju programu. Ze względu na trudności w rozumieniu pojęcia e-wolontariat konieczne jest „narzucanie” tego, jak jest rozumiany.

*Znaczy tak, jeżeli na stronie będą przede wszystkim informacje, to jest podstawa, bo najpierw wszedłem na tą stronę szukając jakiejś informacji, czym jest e-wolontariat i trochę mi zajęło znalezienie tej informacji. (IDI NGO)*

Istotne jest konstruowanie komunikatów dwutorowo: do potencjalnych e-wolontariuszy oraz do organizatorów. W ocenie badanych, obie kategorie użytkowników portalu powinny być brane pod uwagę:

*Na pewno, żeby pamiętać, żeby informacje wysłać zarówno do wolontariuszy, jak i też, żeby pamiętać o organizacjach. (IDI NGO)*

Badani wygenerowali szereg rekomendacji i uwag, co do funkcji promocyjnej. Przede wszystkim istotne jest, aby wiedzę o tym, czym jest e-wolontariat, przekazywać na możliwie **konkretnych przykładach**. Prosta definicja czy też próba przybliżenia zjawiska e-wolontariatu jest na miejscu, ale powinna być jedynie wstępem do prezentacji „przyziemnych” przykładów zastosowania e-wolontariatu w organizacjach pozarządowych. Badani proponowali także zastosowanie konwencji „testimoniali” – opowieści prawdziwych organizacji i osób o tym, jak korzystają z e-wolontariatu lub jak pracują jak e-wolontariusze.

Innym przykładem niechęci do przeteoretyzowania strony było zwrócenie uwagi na możliwość wskazywania **korzyści**, jakie może dać organizacji i potencjalnemu e-wolontariuszowi współpraca w ramach z e-wolontariatu. Jest to w istocie dość standardowa technika promocji: o promowanym produkcie mówi się nie tyle opisując jego cechy (w tym wypadku: ogólne założenia dotyczące e-wolontariatu oraz idee za nim stojące), ile bardzo wymierne korzyści, jakie można za jego pomocą osiągnąć. Taki komunikat jest łatwiejszy do zapamiętania i ma dużo większy potencjał perswazyjny<sup>7</sup>.

*Moderator: Rady ogólne są rozumiem kiepskie, tak?*

*NGO: Znaczą rady ogólne pod tytułem „e-wolontariat jest bardzo dobry ponieważ możesz pomoc nie wychodząc z domu, ponieważ masz Internet”. No to nie zakładam, żeby ludzie jakoś zaszaleli na tym punkcie i rzucili się na e-wolontariat. Więc jeżeli będzie coś, co rzeczywiście przekona ludzi, zachęci, czy zaproponuje coś takiego, że ludzie rzeczywiście stwierdzą "o, kurcze, też mógłbym zostać" i rzeczywiście klikną gdzieś tam i się zapiszą no to, to będzie miara, że tak powiem sukcesu portalu. (FGI, NGO)*

W szczególności do zachęcania potencjalnych e-wolontariuszy do współpracy z organizacjami ważne jest osadzenie przykładów w ich codziennym doświadczeniu, pokazanie w jakich sytuacjach i na jakie – proste – sposoby mogą pomagać. Warto więc operować przyziemnymi przykładami, np.: kiedy nie masz nic do zrobienia w pracy, możesz nie ruszając się zza biurka, przez pół godziny pomóc organizacji, która pomaga dzieciom z terenów wiejskich.

Dosyć istotną kwestią, którą warto poruszyć przy okazji promowania e-wolontariatu wydaje się być pokazywanie, jakiego rodzaju **kompetencje** mogą mieć zastosowanie: z jednej strony warto podkreślać, że **minimalny próg umiejętności jest niski** (każdy może pomóc), z drugiej warto wskazywać **szczególnie cenne i deficytowe kompetencje** (znajomość języków obcych, umiejętności zawodowe, np. wiedza prawna czy inna wiedza specjalistyczna). W tym miejscu należy podkreślić, że ekspertami mogą być także osoby, które nie zdają sobie sprawy z wyjątkowości swoich umiejętności. Wskazanie takich kompetencji może być dobrą zachętą do zaangażowania się w e-wolontariat. Przykładem jest łatwość młodzieży w posługiwaniu się takimi technologiami, jak mikroblogi czy portale społecznościowe. To, co dla nich jest naturalne, może być dla NGO niezwykle cenną i unikalną umiejętnością.

*Mogliby pokazywać kanały, w których ci wolontariusze mogliby działać. To jest tak, że ludzie bardzo chętnie włączają w działania prospołeczne jak mają skonkretyzowane i sprecyzowane obszary. Bo przychodzi taki wolontariusz: nie wiem czy chciałbym być e-wolontariuszem, tak w zasadzie to nie wiem, co miałbym robić. To jest po pierwsze na pytanie: „A czym się pan zajmuje?”*

*(...) I znalezienie jakby tego kanału dla tego konkretnego ludzika, bo on coś umie, bo ona na pewno ma kupę różnej wiedzy, ciekawych. Ale on tak naprawdę (...) Nie wie, że umie. I że te jego konkretne umiejętności mogą być przydatne dla tej konkretnej organizacji. (IDI NGO)*

<sup>7</sup> Należy przy tym dodać, że korzyści mogą mieć bardzo różny charakter: mogą być materialne, ale także związane z kompetencjami, mogą to być także korzyści emocjonalne (poczucie robienia czegoś dobrego / pożytecznego) czy organizacyjne (usprawnienie pracy biura).

## KONKURS „ODKRYJ E-WOLONTARIAT”

Sama idea konkursu na najciekawsze inicjatywy wolontariackie w sieci została oceniona **pozytywnie**. Badani doceniali **promocyjny potencjał** konkursu.

Dla niektórych nie do końca jasne były jednak kryteria konkursu: określenie „najciekawsza inicjatywa” wydaje się zbyt pojemne, trudno było zrozumieć czym ona miałaby być, co decyduje, że jest najciekawsza.

W niektórych organizacjach zaangażowanych w konkurs lub go obserwujących pojawiły się także wątpliwości, co do idei głosowania i obawy, czy nie było ono nadużywane. Z pewnym zaskoczeniem komentowano wynik konkursu, spodziewano się raczej wygranej innych, dalece popularniejszych serwisów.

Proponowano, aby konkurs był częścią większej kampanii promocyjnej – głosy te jednak były formułowane przez dobrze nagłośnioną Galę Konkursu „Odkryj E-Wolontariat”, mogły więc wynikać z niewiedzy jak sam konkurs zostanie wizerunkowo wykorzystany.

Badani, także ci obserwujący konkurs, zwracali uwagę na niewystarczające, ich zdaniem, promowanie go w innych niż strona miejscach. Przede wszystkim nie dostrzegli współpracy z innymi miejscami w sieci, takimi jak portale społecznościowe czy inne popularne w środowisku NGO serwisy.

## FUNKCJA OGŁOSZENIOWA

Ta funkcjonalność strony – baza organizacji poszukujących e-wolontariuszy, była dla badanych **oczywista**: również osoby nieznające wcześniej serwisu spodziewały się, że serwis zajmujący się wolontariatem w sieci będzie coś podobnego umożliwiał.

Było to chyba **najlepiej oceniana część portalu** – wyraźnie jasne było, jakie korzyści może przynieść zaangażowanym organizacjom i potencjalnym e-wolontariuszom.

Zastanowiono się jednak, czy funkcjonalność ta nie dubluje się z innymi, istniejącymi w sieci serwisami. Wydaje się, że ważniejsze od tych obaw było przekonanie, że większa ilość takich miejsc sprzyja promocji wolontariatu i e-wolontariatu.

*Ja jestem też zwolenniczka filozofii, że im więcej [no to tym lepiej]. O ile to się nie dubluje i nie utrudnia nam pracy, że trzeba sprawdzić czy tam jest, czy tu nie ma nie ma (...), że jest konkurencja. Im więcej jest i łatwiej jest dotrzeć i połączyć organizacje z wolontariuszem, no to tym lepiej, tak zawsze było. Uważam, że pracy starczy dla wszystkich. (FGI NGO)*

Ważne jest jednak dobre **sprofilowanie ofert** w serwisie, powinny to być oferty, które są spójne z prezentowaną ideą e-wolontariatu. Istotna jest także **jakość bazy** – badani narzekali na inne bazy dostępne w sieci, które często zawierają nieaktualne wpisy.



*Znaczący na NGO.pl jest to ja korzystam przede wszystkim chyba tylko z NGO.pl nie jest to fajnie usystematyzowane (...), żeby można to było (...) skonkretyzować to na pewno by się przydało. (FGI, NGO)*

Innym pomysłem związanym z funkcją ogłoszeniową portalu była propozycja współpracy z innymi serwisami, które zamieszczają ogłoszenia na podobny temat jak e-wolontariat.pl.

Podstawowym warunkiem sukcesu funkcji ogłoszeniowej serwisu jest wypełnienie bazy wieloma inicjatywami i ogłoszeniami oraz ich aktualizowanie. Kluczowe jest osiągnięcie **masy krytycznej** – wystarczającej liczby ogłoszeń, która sprawi, że strona e-wolontariat.pl będzie pierwszym, albo jednym z pierwszych serwisów gdzie ogłasza się organizacja szukająca wolontariatu i gdzie zagląda osoba chcąca pomagać przez sieć. Po osiągnięciu pewnego pułapu baza powinna już wypełniać się sama.

Osiągnięcie wspomnianej masy krytycznej jest dość trudne, ale jak powiedział jeden z badanych:

*[Strona], żeby była skuteczna, musi być skuteczna! To jest takie trochę masło maślane, ale o to chodzi. Jeżeli będzie można za jej pomocą znaleźć faktycznie dobrych, porządných e-wolontariuszy, którzy będą pomocni w działaniach fundacji, wówczas inicjatywa sama się rozpromuje, sama się rozrośnie i wtedy stanie się skuteczna (IDI, NGO)*

## OGÓLNE REKOMENDACJE

W niniejszym paragrafie zestawione zostaną ogólne uwagi dotyczące strony e-wolontariat.pl. Są to rekomendacje samych organizacji, które albo z e-wolontariatu korzystają, albo mają bardzo duży potencjał, aby to robić.

Organizacjom brakowało na stronie przede wszystkim możliwości różnego rodzaju **interakcji**: umieszczania komentarzy pod artykułami, rozmawiania na forum czy nawet umieszczania własnych treści. Bez tego typu mechanizmów serwis jest zdaniem badanych dość statyczny.

*Mhm, to jest taka strona, ona nie jest martwa, bo rzeczywiście coś się tam dzieje, ale wchodzi i mam to tylko, co ta redakcja chce mi powiedzieć. (IDI, NGO)*

Najważniejsze wydaje się tutaj stworzenie **możliwości komunikacji pomiędzy osobami korzystającymi z serwisu** - pozwala to na wymianę doświadczeń, dobrych pomysłów i sposobów radzenia sobie z problemami. Najważniejsze jest jednak, że może to pozwolić na stworzenie społeczności skupionej wokół idei wolontariatu. Taka społeczność po pierwsze doda dynamiki samej stronie, po drugie są to potencjalni ambasadorzy pomysłu na wolontariat w sieci.

Forum jest także przestrzenią, gdzie mogą się ujawnić ciekawe pomysły i inicjatywy. Ta przestrzeń do prezentacji własnych rozwiązań i idei wydaje się być ważna dla uczestniczących w badaniu organizacji.

Niektórzy z respondentów idą dalej i oczekiwaliby możliwości umieszczania na stronie treści na tych samych zasadach jak redakcja serwisu – jako pełnoprawnych artykułów.

Serwis powinien po prostu sam **otworzyć się na działalność e-wolontariuszy** i przykładem świadczyć, że idea wolontariatu w sieci jest możliwa do realizacji – nadaje mu to **wiarygodność** i jest bardzo mocnym argumentem na rzecz pomysłu. W tej chwili, dość paradoksalnie, serwis nie korzysta z e-wolontariuszy, których sam promuje. Było dla badanych dość uderzające.

Być może e-wolontariusze mogliby nie tyle współtworzyć serwis (pisać do niego artykuły) co zajmować się innymi czynnościami: *researchem*, tłumaczeniami, moderowaniem ewentualnego forum. To również pokazywałoby, że e-wolontariat jest skuteczny.

Podobne do tych uwag, są rekomendacje większego zsięciowania portalu – **promowania go na innych serwisach**: portalach społecznościowych, mikroblogach, innych ważnych dla środowiska organizacji pozarządowych stronach.

*Na pewno promocja na stronach internetowych, na które zaglądną organizacje pozarządowe. (IDI, NGO)*

Dla badanych strona e-wolontariat, jako zbiór „teorii e-wolontariatu”, dobrych praktyk i funkcji ogłoszeniowej jest **produktem**, który należy aktywnie promować – głównie przy użyciu narzędzi internetowych. Sama z siebie nie jest natomiast dobrym sposobem na promocję – ta powinna się odbywać innymi kanałami, które będą odsyłały na portal e-wolontariat.pl.

*Internet to jest wór i znalezienie czegośkolwiek to czasem wcale nie jest taka prosta sprawa. I jak się nie powie, nie krzyczy się: „Halo, jesteście!”, to trudno znaleźć, zwłaszcza w tej chwili. (IDI, NGO)*

Ten „niedobór uwagi” internautów to ważny element, o którym należy pamiętać. Dopóki serwis jest na etapie budowy należy wykorzystywać każdą szansę do promocji. Warto także podkreślić, że dla zachowania wiarygodności, ale także dla większej skuteczności, **promocja wolontariatu w sieci** – szczególnie skierowana do internautów – **powinna odbywać się w sieci**.

Kolejna grupa rekomendacji dotyczyła pojęcia kompetencji i w istocie dotyczyła tego, kto uważany był za e-wolontariusza.

Badani sugerowali jasne wskazanie jakiego rodzaju umiejętności mogą być przydatne w wolontariacie w sieci – przede wszystkim chodzi o pokazywanie, że banalne dla jednych umiejętności, mogą mieć duże znaczenie dla innych.

Niektórzy widzieli natomiast portal jako miejsce gdzie mogliby być rekrutowani e-wolontariusze o specjalnie unikalnych umiejętnościach (prawnicy, tłumacze czy innego rodzaju eksperci). Była to w istocie propozycja przebudowania całego serwisu i skupienia się na profesjonalistach z wolnym czasem oraz aktywnej ich rekrutacji.

Inni wskazywali na konkretne grupy, które możnaby jako e-wolontariuszy rekrutować – np. studentów lub niepełnosprawnych – przedstawiciele dwóch grup, które mogą nie chcieć się angażować w tradycyjny wolontariat, ale dysponują wolnym czasem.



Ważne było także wskazywanie na możliwość **wymieniania się między organizacjami sprawdzonymi e-wolontariuszami**. Funkcja taka mogłaby być realizowana przy mniejszym lub większym zaangażowaniu serwisu e-wolontariat.pl. Z jednej strony możnaby zbudować specjalny system dla e-wolontariuszy, gdzie mogliby oni umieszczać swoje zainteresowania oraz umiejętności a organizacje mogłyby im wystawiać rekomendacje. Do wymiany rekomendacji wystarczyłoby jednak forum dla organizacji. W wersji minimalnej – wystarczyłaby zachęta dla organizacji do „dzielenia się” e-wolontariuszami.

## KOMPUTERY I INTERNET W SZKOLE

Odrębną częścią badania było rozpoznanie szans na promocję e-wolontariatu w szkołach oraz wskazanie na sposoby dotarcia do szkół i zebranie rekomendacji, jak należałoby to robić. Ta część raportu oparta jest na wywiadach dyrektorami szkół oraz tzw. opiekunami wolontariatu.

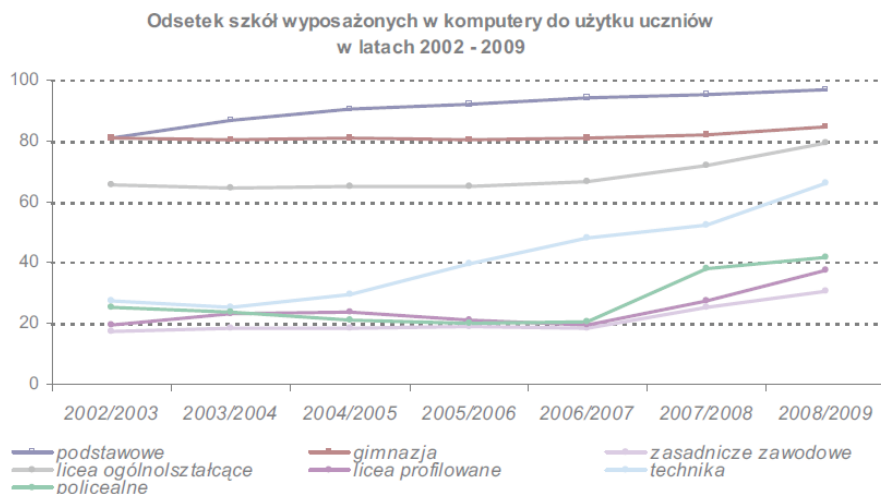
## SZKOŁY W POLSCE ORAZ STOPIEŃ POZIOM KOMPUTERYZACJI SZKÓŁ

Analizę szans promocji idei e-wolontariatu w szkołach podstawowych, gimnazjach i szkołach średnich należy rozpocząć od przedstawienia „infrastruktury” szkół. Obejmuje ono dane ilościowe dotyczące liczby szkół, ich skomputeryzowania, programów nauczania informatyki oraz być może najważniejszego elementu – nauczycieli.

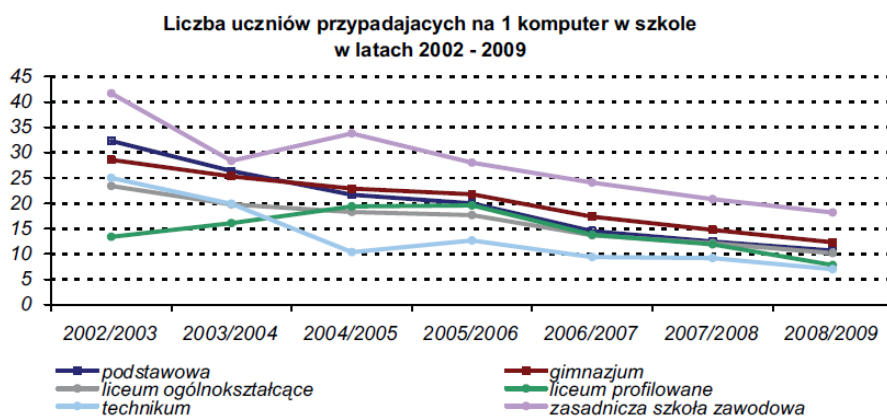
Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w roku szkolnym 2008/2009 młodzież uczyła się w 13 921 ogólnodostępnych szkołach podstawowych (z czego 3 909 znajdowało się w miastach, a 9388 na terenach wiejskich), 6 380 gimnazjach (3 060 w miastach oraz 3 320 na wsi) i 11,2 tys. szkołach ponadgimnazjalnych (44% z nich to licea ogólnokształcące, 30% technika i szkoły artystyczne, 17% to zasadnicze szkoły zawodowe, a 9% to licea profilowane)<sup>8</sup>.

Szkoły w Polsce – zarówno szkoły podstawowe, gimnazja jak i szkoły średnie – są niemal **powszechnie wyposażone w sprzęt komputerowy oraz posiadają dostęp do Internetu**. Według danych GUS, w roku szkolnym 2008/2009 w komputery wyposażone było 96,7% szkół podstawowych, 84,4% gimnazjów oraz 79,5% liceów. Przeważająca większość komputerów jest podłączona do Internetu.

<sup>8</sup> Dane na podstawie Główny Urząd Statystyczny „Oświata i wychowanie w roku szkolnym 2008/2009”, str. 62-64.



Źródło: Główny Urząd Statystyczny „Oświata i wychowanie w roku szkolnym 2008/2009”



Źródło: Główny Urząd Statystyczny „Oświata i wychowanie w roku szkolnym 2008/2009”

Komputery oraz komputery z dostępem do Internetu są dostępne dla uczniów przede wszystkim w salach do nauki informatyki oraz bibliotekach szkolnych. Niekiedy tworzone są specjalne ‘Czytelnie multimedialne’. Komputery są więc obecne w szkołach, ale ich **dostępność bywa ograniczona** – choć liczba uczniów przypadających na jeden komputer systematycznie spada, to nadal jest ona jedną z najwyższych Unii Europejskiej<sup>9</sup>.

W najbardziej zaawansowanych szkołach komputery znajdują się także w salach lekcyjnych, które bywają także wyposażone w rzutniki oraz tablice multimedialne.

Należy też dodać, że ten stan rzeczy ulega **dynamicznej zmianie** – szereg podmiotów (zarówno administracja państwowa jak i organizacje trzeciego sektora, a także przedsiębiorcy) podejmują działania mające na celu zwiększenie poziomu komputeryzacji szkół oraz umożliwienie korzystania z multimedii oraz komputerów na każdej lekcji.

<sup>9</sup> Dane na podstawie Główny Urząd Statystyczny „Oświata i wychowanie w roku szkolnym 2008/2009”, str. 97.



Dla promocji e-wolontariatu w szkołach oznacza to, że istnieje minimalna konieczna infrastruktura – komputery z dostępem do Internetu. Przy planowaniu akcji obejmujących mniejsze miejscowości konieczne jest jednak przyjęcie założenia, że uczniowie niektórych szkół albo nie mają dostępu do internetu (co jest zjawiskiem rzadkim), albo jest on ograniczony do lekcji informatyki (co zdarza się dużo częściej), w trakcie których na jedno stanowisko komputerowe może przypadać więcej niż jeden uczeń.

Przed wszystkim dostęp do komputerów w szkołach wydaje się być bardziej ograniczony niż sugerują to dane. Sale informatyczne są wykorzystywane głównie lub jedynie do nauczania informatyki. Ich dostępność dla uczniów poza lekcjami oraz możliwość realizowania w takich salach innych lekcji jest dość ograniczona. Planując lekcję poświęconą e-wolontariatowi należy brać to pod uwagę – nie zawsze (lub rzadko) będzie się ona mogła odbyć w miejscu, gdzie uczniowie będą mogli samodzielnie i swobodnie korzystać z komputera. Lekcja taka powinna mieć więc ‘analogową’ odmianę: powinna być możliwa do realizacji bez dostępu do Internetu itd.

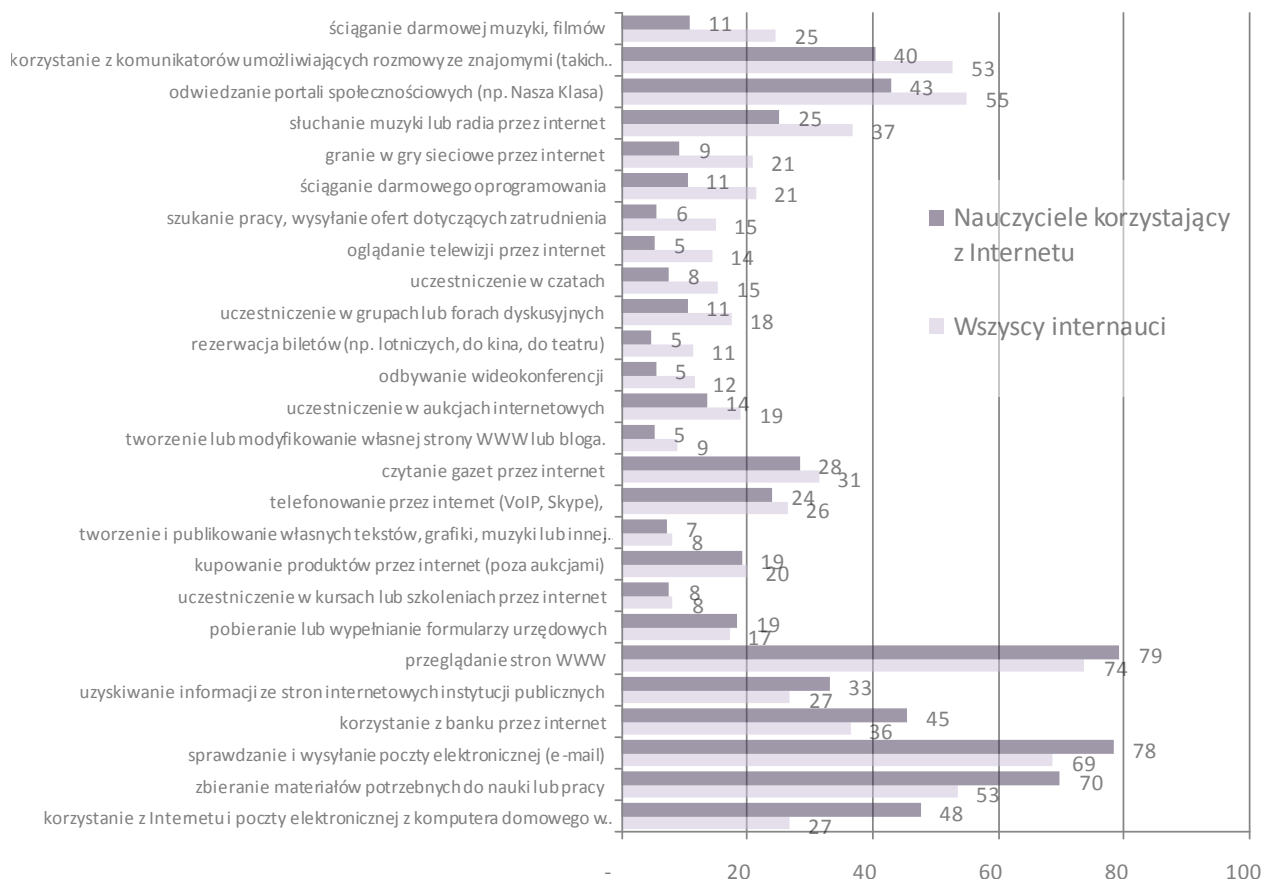
## NAUCZYCIELE I KORZYSTANIE Z INTERNETU

Ważnym elementem, który należy brać pod uwagę są także nauczyciele, a w szczególności ich kompetencje związane z informatyką oraz posługiwaniem się komputerem.

Nauczyciele szkół podstawowych i ponadpodstawowych w Polsce to przede wszystkim kobiety (77%), przeciętnie w wieku 41 lat. 29% z nich ma do 34 lat, 33% ma od 35 do 44 lat, a 38% powyżej 45 lat. Przeciętnie pracują w swojej szkole od 14 lat. I co najważniejsze – aż 94% zadeklarowało, że korzysta z Internetu (w całej populacji jest to 51%).<sup>10</sup>

Poziom korzystania z Internetu przez nauczycieli jest więc bardzo wysoki. Warto jednak przyjrzeć się sposobom, na jakie nauczyciele korzystają z Internetu i komputerów.

<sup>10</sup> Obliczenia własne na podstawie danych z badania „Diagnoza Społeczna 2009”.



Wykres 1. Sposoby używania Internetu wśród nauczycieli i ogółu internautów.  
 Źródło: opracowanie własne na podstawie Diagnoza społeczna 2009.

Nauczyciele, jak pokazują dane „Diagnozy Społecznej”, korzystając z Internetu wykonują pewne czynności dość często: używają maila (szczególnie w celach zawodowych), zbierają materiały do nauki lub pracy (dlatego też często korzystają ze stron różnego rodzaju instytucji), wreszcie przeglądają www. Są to sposoby, na jakie nauczyciele korzystają z Internetu częściej niż w całej populacji. Jest jednak szereg czynności, funkcji czy technologii internetowych, które są nauczycielom relatywnie obce. Przede wszystkim są to inne niż poczta elektroniczna sposoby komunikacji: komunikatory, portale społecznościowe fora i czaty oraz videokonferencje. Również takie sposoby, które wiążą się z tworzeniem własnych treści i umieszczaniem ich w Internecie: redagowanie własnej strony www lub prowadzenie bloga.

Internet z jakiego korzystają nauczyciele to „Internet 1.0” – poczta elektroniczna oraz strony www. Nauczyciele ufają treściom, które są **certyfikowane**, czy to przez kuratorium lub ministerstwo, czy też przez wydawnictwa podręczników. Internet jest miejscem, w którym poszukują rozszerzenia wiedzy, ale w miejscach, które znają skądinąd. Widoczna jest wśród nich obawa przed takimi treściami, które nie podlegają procedurom kontroli jakości. Procedury te nie muszą być znane, ale ich istnienie jest zakładane dzięki autorytetowi instytucji, na których stronach www szukają informacji. Ten autorytet jest kluczowy – nauczyciele zdecydowanie obawiają się błędów, korzystania z niepewnych źródeł i



możliwości pomyłki. Autorytet nauczyciela w klasie opiera się właśnie na posiadaniu wiedzy, która nie podlega podważeniu. Nie ma tutaj miejsca na wspólną ocenę jakości źródeł w pracy z uczniami.

Ten element obawy przez nieprawdziwymi treściami w Internecie jest bardzo ważny, a jego znaczenie dla promocji idei e-wolontariatu zostanie omówione poniżej.

Ciekawe jest także, że nauczyciele korzystają z poczty elektronicznej również do komunikacji z uczniami. Nie używają do tego jednak komunikatorów czy portali społecznościowych – takie narzędzia, choć częściej przez młodzież używane, są postrzegane jako „niepoważne”. Czasem decyzja o niekorzystaniu z takich technologii jest jednak świadoma – nauczyciele nie chcą zatarcia się granicy pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym. Zachowanie tego podziału, kiedy uczniowie są znajomymi w portalu społecznościowym jest szczególnie trudne.

### WIZERUNEK INTERNETU WŚRÓD NAUCZYCIELI<sup>11</sup>

Nauczyciele do pewnego stopnia oswoili się z Internetem ale rozumieją go w sposób, który można określić jako „archaiczny”<sup>12</sup>. Nauczyciele widzą go jako **kanał komunikacji** – czy to wewnątrzśrodowiskowy (z innymi nauczycielami), czy kanał komunikacji z uczniami. Dostrzegają także, że jest miejscem, w którym dostępne są treści mogące pomóc im w pracy pedagogicznej. Treści te muszą jednak być **autoryzowane**. Nauczyciele mają raczej tendencję do poruszania się po znanych im ścieżkach i raczej nie przeszukują Internetu. Wydaje się także, że brak im kompetencji do oceny wiarygodności źródeł – stąd wspomniane przywiązanie do treści certyfikowanych.

Nauczyciele nie dostrzegają (lub nie doceniają) innych cech Internetu – przede wszystkim związanych z potencjałem kooperacji oraz pluralizmem treści i przekazów.

Szczególnie wyraźnie widać to w stosunku nauczycieli do **Wikipedii**. Uczniowie kopiujący treści z że stron *Wikipedii* to jedno z najmocniejszych skojarzeń związanych z Internetem. Z jednej strony obawa ta wynika z ogólnego strachu przed plagiatem, którego dopuszczają się uczniowie. Ważny jest także drugi komponent – brak zaufania do sposobu, w jaki tworzona jest *Wikipedia*. Nauczyciele myślą raczej o niepewnej jakości artykułów, nie dostrzegając mechanizmów kooperacji i wspólnej pracy.

*Wikipedię każdy zmienia, jak mu się podoba i oni te wszystkie cuda nam przynoszą. Pożytek z tego jest w sumie żaden, dlatego, że oni się własnego tekstu tworzyć nie nauczą w ten sposób, nam oddają coś, co nie jest ich dziełem, no a z założenia miało być. Oni nie traktują tego jako źródło informacji, tylko jako źródło po prostu pozbycia się problemu z nami. (FGI Dyrektorzy)*

<sup>11</sup> Wywiady były zrealizowane wśród dość szczególnych nauczycieli: pełniących funkcję dyrektorów szkół oraz „opiekunów wolontariatu”, grup kluczowych dla promocji e-wolontariatu w szkole. Jednak zasięg wniosków z poniższych paragrafów jest ograniczony i należy być ostrożnym z przenoszeniem wszystkich obserwacji na całą populację nauczycieli.

<sup>12</sup> Użycie cudzysłowu wydaje się konieczne, kiedy archaicznym określa się postrzeganie technologii tak młodej jak Internet. Ze względu na szybkie przemiany, jakie Internet przechodzi, użycie tego słowa wydaje się jednak uzasadnione.



W trakcie wywiadów dyrektorom przedstawiono pomysł na lekcję polegającą na wspólnym tworzeniu przez uczniów, pod okiem nauczyciela, dowolnego hasła we wspomnianej *Wikipedii*. Dyrektorzy zareagowali na to bardzo negatywnie. Kiedy jednak zasugerowano, że mógłby to być artykuł w gazecie, reakcja była umiarkowanie pozytywna. Pokazuje to, jak negatywną opinię o *Wikipedii* – portalu, będącego sztandarowym przykładem tworzenia w sieci dobra wspólnego – ma szkoła.

Internet nie jest więc postrzegany przez nauczycieli jako technologia, która umożliwi kooperację, wspólną pracę i wspólne tworzenie. Zaufania nie budzą także, procesy samoregulacji obecne w takich przedsięwzięciach jak *Wikipedia*, o ile w ogóle są dostrzegane.

Sama kooperacja pomiędzy uczniami, wspólna praca, nie jest zaś dla nauczycieli wartością – ważniejsze są indywidualne osiągnięcia ucznia<sup>13</sup>. Dla nauczycieli ważne są końcowe wyniki, pewność wiedzy jest ważniejsza niż uczenie młodzieży umiejętności dochodzenia do niej. Proces zdobywania wiedzy jest rozumiany bardzo tradycyjnie: jako **dowiadywanie się, a nie zdobywanie kompetencji**. To, czego wyraźnie brakuje, to edukacja dotycząca korzystania z Internetu – zasad korzystania z materiałów tam obecnych, oceny źródeł i innych elementów „edukacji medialnej”.

Szkoła myśli o wiedzy jako o zbiorze faktów spisanych w podręczniku i zaakceptowanych przez ministerstwo. To właśnie ten zasób wiedzy należy przekazać uczniowi. Logika *Wikipedii* – i wielu innych sieciowych inicjatyw - opiera się na koncepcji wiedzy wytwarzanej społecznie na bieżąco, wartością jest samo tworzenie wiedzy, proces. *Wikipedia* uczy dyskusji, myślenia, nawet kosztem błędu. Błędu, którego nauczyciele się boją.

Ma to bezpośredni wpływ na postrzeganie Internetu oraz może być ważne przy tworzeniu przekazu dotyczącego e-wolontariatu – być może należy podkreślać jego wymierne, końcowe skutki a nie zalety pracy usieciowionej<sup>14</sup>.

Innym silnym skojarzeniem dotyczącym Internetu są związane z nim zagrożenia, głównie dotyczące **cyberprzemocy**:

*Jest jeszcze jedna rzecz z Internetem związana, (...) że jeżeli ktoś komuś grozi, czy szykanuje, co się zdarza wśród młodzieży (...), to są uświadamiani odpowiedzialności za to. Że jest sposób na to, żeby dojść kto to zrobił. (FGI Dyrektorzy)*

W pewnym sensie ten wyraźny obraz zagrożeń czyhających na dzieci i młodzież w Internecie jest skutkiem akcji społecznych ostrzegających przed takimi zagrożeniami. Dla promowania pozytywnego zjawiska, jakim jest e-wolontariat, stworzony obraz Internetu jako niebezpiecznego miejsca – może być jednak przeszkodą. Paradoksalnie akcje społeczne, które przyczyniają się do ochrony młodzieży, mogą niszczyć **zaufanie** konieczne do współdziałania w sieci.

<sup>13</sup> Ten sam wniosek wynika z analizy postrzegania wolontariatu w szkołach, por. *Wizerunek wolontariatu w szkole*.

<sup>14</sup> „Usieciowienie” oznacza tutaj zarówno wykorzystanie internetu jak i wytwarzanie wiedzy w procesie pracy grupowej.

Ważne jest także, że **Internet, z którego korzystają nauczyciele, to inny Internet niż Internet uczniów**. To, że medium jest wspólne może być mylące – w istocie mowa o zupełnie różnych zestawach zarówno technologii (e-mail vs. komunikatory i portale społecznościowe; blogi vs. strony www), jak i treści. To w Internecie uczniów można odnaleźć tę logikę, która jest tak ważna dla idei wolontariatu: kooperacji, i wspólnego tworzenia rozwiązań.

*Moderator: Jestem ciekaw, czy o Internecie jest w szkole coraz więcej, jest to coraz ważniejszy temat, który się pojawia?*

*Respondent1 - No to jest już dla nich stały element życia.*

*Respondent2- To jest podstawa, głównie na tym bazują...*

*Respondent1- ...i w tym żyją...*

Nauczyciele zdają sobie sprawę, że **uczniowie sprawniej od nich posługują się Internetem**. Dlatego też mogą czuć się niepewnie w sytuacji, kiedy muszą im tłumaczyć w jaki sposób mogą z tego Internetu korzystać. Jest to kolejna ważna kwestia dla promowania e-wolontariatu w szkołach: nauczyciele muszą otrzymać takie materiały, z którymi będą czuli się bezpiecznie. Nie mogą obawiać się, że zostaną „przyłapani” przez uczniów na braku wiedzy.

Sytuacja ta jest dla e-wolontariatu dość skomplikowana. To uczniowie łatwiej zrozumieliby (prawdopodobnie) ideę, mają też umiejętności, aby jako e-wolontariusze pracować. Nie jest jedna pewne, czy nauczyciele będą potrafili ten pomysł przekazać.

## WOLONTARIAT W SZKOŁACH

W szkołach często istnieją nieformalne stanowiska ‘**opiekunów wolontariatu**’. Często są nimi katecheci lub księża uczący religii, czasem nauczyciele z żyłką społecznika, którzy oprócz swoich obowiązków zawodowych zajmują się akcjami związanymi z wolontariatem w szkole. Należy podkreślić, że z jednej strony opisywana funkcja ma charakter nieformalny, z drugiej wydaje się występować dość często i co najważniejsze – jest zwykle dobrze osadzona w szkolnej codzienności. Ma to bezpośrednie znaczenie dla prób promocji e-wolontariatu w szkołach. Opiekunowie wolontariatu są naturalnymi osobami, do których trafią wszelkie materiały i komunikacja zawierająca słowo ‘wolontariat’. To od nich – a nie od na przykład nauczycieli informatyki czy dyrektorów zależeć będzie co stanie się w praktyce z ideą e-wolontariatu w szkole.

Wolontariat w szkole ma przede wszystkim **charakter pomocowy**. Najczęstsze jego formy to zbiórki pieniężne (przede wszystkim Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy oraz Góra Grosza) lub rzeczowe (w tym także popularne zbieranie plastikowych korków, zamienianych najczęściej na wózki inwalidzkie i inne) oraz organizowanie różnego rodzaju wydarzeń (np. koncertów, często zresztą połączonych ze zbiórkami). Ten charytatywny aspekt działań wolontariackich w szkole jest niezwykle częsty.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Poza wymienionymi zorganizowanymi akcjami stosunkowo często – jak na kilka wywiadów, które zostały zrealizowane – padała także nazwa fundacji „Świat na tak”.





Uczniowie angażują się w działania wolontariackie dość często – w odczuciu badanych dyrektorów szkół i opiekunów wolontariatu, jest to chyba wystarczający poziom zaangażowania. Nie musieli oni specjalnie intensywnie zabiegać o wolontariuszy a taką aktywność, z jaką mają do czynienia, są w stanie sprawnie skoordynować.

W jednej ze zbadanych przez nas szkół zakres i zróżnicowanie działań wolontariackich był oszałamiający. Równie zaawansowana była jego organizacja: oprócz opiekunów wolontariatu istniała Rada Wolontariatu składająca się z uczniów wszystkich klas, szkoła organizowała koncerty charytatywne na które zapraszała gwiazdy takie jak Feel czy Doda, regularnie prowadzona była tablica poświęcona wolontariatowi, a w wolontariat zaangażowanych było ponad 250 uczniów! Oczywiście była to raczej wyjątkowa szkoła.



Rysunek 3. Tablica wolontariatu w jednej z badanych szkół.

Ocena motywacji uczniów jest dwojaka: po pierwsze opiekunowie wolontariatu czy dyrektorzy mówią o 'odruchu serca' czy chęci robienia czegoś dobrego. W rozmowach przewijał się jednak wątek **korzyści**, jakie z wolontariatu mogą mieć uczniowie – przede wszystkim dodatkowych punktów w rekrutacji do szkół kolejnego stopnia. Takie motywacje są wyraźnie potępiane i stara się im zapobiegać, np. nie przyjmując osób, które w wolontariat chcą się angażować w ostatnich miesiącach nauki w szkole danego poziomu. Negatywnie, jako niesprawiedliwe jest oceniane przyznawanie punktów za jednorazowe akcje, które nie wiążą się z regularnym uczestnictwem. Dla osób zajmujących się wolontariatem ważne jest raczej kształtowanie wrażliwości.

Wolontariat w szkołach jest często inicjowany i odbywa się w ramach **dużych akcji**: wspomnianego WOŚP czy Góry Grosza, ale jest uzupełniany także przez mniejsze inicjatywy, jak pomoc fundacjom i stowarzyszeniom zwracającym się do szkół, lokalnym hospicjom czy szpitalom. Często rolę pośrednika odgrywać zdaje się lokalny OPS. Dla promocji e-wolontariatu ważne jest, że w szkołach istnieją sposoby „radzenia” sobie z zewnętrznymi podmiotami: istnieją już ścieżki obiegu zgłaszanych



przez nie ofert, które mogą zostać w razie potrzeby uruchomione. O ile będzie atrakcyjna, oferta promocji e-wolontariatu powinna znaleźć tu swoją przestrzeń.

### WIZERUNEK WOLONTARIATU W SZKOLE

Jak zostało już zasygnalizowane wcześniej – wolontariat w szkole ma charakter pomocowy, dla nauczycieli ważne jest przede wszystkim uczenie pewnego rodzaju wrażliwości, uświadamianie młodzieży wartości pracy dla innych oraz pomagania i często ogranicza się do działalności charytatywnej.

Dla nauczycieli ważne są więc dwa aspekty wolontariatu – uczenie postaw oraz pomoc innym. Z punktu widzenia e-wolontariatu zaskakuje, że stosunkowo małą wartością jest wspólna praca i kooperacja w ramach wolontariatu oraz uczenie się nie tylko dobrych odruchów, ale także pracy w grupie i rozwiązywania konfliktów. Wolontariat nie jest także postrzegany poprzez pryzmat nabywania kompetencji. Oznacza to, że **wolontariat nie jest postrzegany jako element procesu nauczania, ale jako element procesu wychowania!**

Po drugie, wolontariat kojarzy się z czynnościami, które każdy może wykonać, z pracą nie wymagającą żadnych szczególnych umiejętności. Dla promocji opartego na unikalności pewnych umiejętności e-wolontariatu może być to utrudnieniem.

Te wszystkie elementy pokazują, że wizerunek wolontariatu w szkołach, sposób jego rozumienia przez dyrekcje szkół oraz nauczycieli jest z punktu widzenia promocji e-wolontariatu ograniczony. Wizja wolontariatu, w której mieści się e-wolontariat, sposób rozumienia wolontariatu, który dopuszcza działania w sieci, jest szerszy i bardziej pojemny niż pomocowe rozumienie wolontariatu w szkołach.

**Nie jest to oczywiście bariera, której nie można pokonać** – kolejny rozdział pokazuje, że idea e-wolontariatu może zostać przez nauczycieli zrozumiana. Warto jednak pamiętać, że konstruując komunikat o e-wolontariacie dla szkół należy z tymi skojarzeniami się zmierzyć – albo wpisując działania e-wolontariackie w działania pomocowe, albo rozszerzając samo pojęcie wolontariatu w szkole. Tylko wtedy znajdzie się w nim miejsce na pomaganie przez sieć.

### IDEA E-WOLONTARIATU W SIECI

Pojęcie e-wolontariat nie jest nauczycielom znane. Oczywiście jego znaczenia można się domyślić, ale dla celów komunikacji do szkół warto uzupełnić je krótkim sloganem, na wzór używanych w komercyjnym marketingu *claimów* – powinien on nie tyle zachęcać do e-wolontariatu co rozwiewać wątpliwości co do znaczenia pojęcia (np. pomaganie w sieci; jak pomagać w sieci; dobro w Internecie itp.).

W trakcie badania w szkołach unikano epatowaniem pojęciem e-wolontariatu, zamiast tego używano omówień oraz podpierano się różnymi przykładami (przede wszystkim: *Wikipedia*; *Wiadomości24*, *schronisko Psi Azyli*). Przykłady te pozwalały na jasne wytłumaczenie omawianego pojęcia.



Wolontariat w Internecie, wolontariat w sieci – mimo podkreślania, że chodzi o takie formy współpracy z innymi, których istota związana jest z Internetem, dyrektorowie szkół i opiekunowie wolontariatu dostrzegali przede wszystkim, że Internet może wspomagać znane im, bardziej tradycyjne formy wolontariatu. Może służyć do wyszukiwania i identyfikowania osób potrzebujących, może także wspomagać komunikację wewnątrz grupy zajmującej się wolontariatem.

Istotne jest to, że materiały związane z e-wolontariatem trafią raczej do osób zajmujących się wolontariatem, a nie do osób zajmujących się informatyką. Osoby zajmujące się wolontariatem mają tendencję do porównywania e-wolontariatu ze znanymi im formami działalności społecznej. Nie myślą o nim natomiast w kontekście działania w sieci. Dla szkół Internet jest w pewnym sensie „biblioteką” a nie miejscem, gdzie można działać – również działać na rzecz innych.

## PROMOCJA E-WOLONTARIATU W SZKOLE

Kwestia promocji e-wolontariatu w szkole została już zasygnalizowana przy opisywaniu miejsca Internetu i wolontariatu w szkołach.

### KANAŁY DOTARCIA

Przed wszystkim ważne jest, że szkoły są adresatami akcji społecznych – wśród nich są także te związane z Internetem (przede wszystkim dotyczące bezpieczeństwa w sieci). Szkoły są także zaangażowane w działania wolontariackie. Oznacza to, że szkoły do pewnego stopnia wypracowały sobie **sposoby radzenia** z tego typu akcjami – ewentualne działania Fundacji Moje Stypendium muszą się w nie wpisywać, albo bardzo wyraźnie się od nich odcinać.

Ze szkołami należy się raczej **komunikować aktywnie** – wszelkie działania ‘pasywne’, np. przygotowanie materiałów w wersji elektronicznej oraz umieszczenie ich na stronie internetowej, nie zapewnią skutecznego dotarcia do szkół. Trafniejsze wydaje się raczej przekazanie szkołom (wysłanie pocztą) zestawu materiałów. Biorąc pod uwagę wspomniane wcześniej kwestie: dość ograniczony sposób korzystania z Internetu przez nauczycieli oraz fakt, że pojęcie e-wolontariat jest dość trudne, nie należy oczekiwać, że nauczyciele aktywnie i masowo będą odnajdowali treści, które nie będą im aktywnie przedstawiane. Znaczenie ma także fakt, że nauczyciele korzystają raczej ze znanych im miejsc w sieci i oczekują „certyfikowanych” materiałów.

Materiały wysłane do szkoły, jeżeli tylko opatrzone słowem „wolontariat”, niezależnie od przedrostka „e-”, z dużym prawdopodobieństwem trafią do wspomnianego „opiekuna wolontariatu”.

Istotna, ale nieco ograniczona wydaje się być tutaj **rola dyrekcji** – pełni ona w tym wypadku raczej funkcję „strażnika” – może doprowadzić do odrzucenia komunikatu (np. materiałów) lub też go przekazać. Aby zmniejszyć ryzyko odrzucenia materiałów, powinny zostać opatrzone listem zapowiednim – najlepiej z akceptacją znanych nauczycielom osób, na przykład kogoś z kuratoriów lub administracji publicznej. Warto jest także podkreślić bezinteresowny charakter akcji: szkoły są bardzo wyczulone na wszelkie próby wykorzystania ich dla celów komercyjnych.



Od dotarcia do opiekuna wolontariatu zależy faktyczne i intensywne włączenie się szkoły w proponowane przez Fundację działania. Należy brać pod uwagę, że są to raczej nauczyciele innych niż informatyka przedmiotów i ich kompetencje związane z Internetem oraz komputerami mogą być dość ograniczone. Są za to osobami pozytywnie nastawionymi do wolontariatu oraz pracującymi społecznie i doceniającymi takie formy działalności.

Być może powinno się rozważyć zainteresowanie materiałami informatyków oraz opiekunów wolontariatu. Zbudowanie mikro-sojuszu wokół idei e-wolontariatu byłoby bardzo cenne. Konieczne jest jednak już na etapie pierwszego, podsumowującego komunikatu dla dyrektorów zasugerowanie takiego aliansu i zwrócenie uwagi na to, że e-wolontariat może być interesujący zarówno z punktu widzenia wolontariatu jak i uczenia o zachowaniach w sieci.

Inne proponowane przez badanych sposoby dotarcia do szkół, to różnego rodzaju spotkania poza ich terenem – być może dedykowane szkolenia poświęcone idei e-wolontariatu lub udział w różnego rodzaju regionalnych spotkaniach nauczycieli. Prezentacja idei na takich konferencjach, często pod egidą kuratorium, mogłoby być dość skuteczną formą zainteresowania nauczycieli. Przekazanie szkołom różnego rodzaju materiałów dotyczących e-wolontariatu wydaje się jednak niezbędne.

## ORGANIZACJA

Najlepszą formą promocji e-wolontariatu w szkole wydaje się być **lekcja** na jego temat. Powinna ona zostać uzupełniona materiałami o charakterze promocyjnym.

Lekcja taka powinna być prowadzona przez nauczyciela w ramach zajęć obowiązkowych. Zarówno pomysł realizowania lekcji po zajęciach, jak i prowadzenia jej przez osoby spoza szkoły był oceniany negatywnie. Jedno i drugie rozbija rutynę działania szkoły i w istocie rzeczy komplikuje życie nauczycielom. Dla zdobycia ich przychylności ważne jest zaś wpisanie się w ich potrzeby i przyzwyczajenia.

Lekcja o e-wolontariacie mogłaby odbyć się w ramach Wiedzy o Społeczeństwie czy godzin wychowawczych. Niestety, lekcje informatyki są w opinii nauczycieli i dyrektorów przeładowane materiałem i zbyt „cenne”, aby je poświęcać. Oznacza to także, że byłyby lekcje o e-wolontariacie realizowane przez nauczycieli niekoniecznie szczególnie biegłych w obsłudze komputera.

Ciekawą propozycję przedstawił jeden z badanych opiekunów wolontariatu – jego zdaniem taka gotowa lekcja, dobrze przygotowana, mogłaby zostać wykorzystana przy okazji zastępstw. Nauczyciel idący na lekcję w zastępstwie, mógłby brać materiały o e-wolontariacie.

Pokazuje to, że materiały do lekcji, o ile będą dość proste, zostaną w szkole wykorzystane – to, na jakiej lekcji, jest zaś drugorzędne.

## MATERIAŁY – LEKCJA O E-WOLONTARIACIE

Zastanawiając się nad kształtem lekcji o e-wolontariacie należy pamiętać, że z jednej strony, ze względu na przedmiot lekcji i efektywność nauczania, lepsza jest lekcja korzystająca z multimediiów, o warsztatowym charakterze. Należy jednak brać pod uwagę **ograniczenia** szkół (dostęp do

komputerów) i fakt, że nauczyciele zajmujący się wolontariatem nie muszą być specjalistami od komputerów.

Materiały do lekcji o e-wolontariacie powinny być więc przygotowane i w wersji **analogowej** i **cyfrowej**. Nie może być to jedynie format cyfrowy ze względu na wskazane słabości w wyposażeniu szkół w narzędzia multimedialne. Forma papierowa wydaje się więc niezbędna. Format elektroniczny tych materiałów (płyta CD czy inny nośnik) oraz prezentacja multimedialna także wydaje się być istotna – część szkół będzie mogła z niej skorzystać (a jest to jednak atrakcyjne i nowoczesne), poza tym zapobiega się pewnej komunikacyjnej niezręczności. Materiały o e-wolontariacie które nie są multimedialne, nie są wiarygodne komunikacyjnie – niezależnie od tego, czy z tej multimedialności będzie można zrobić użytek.

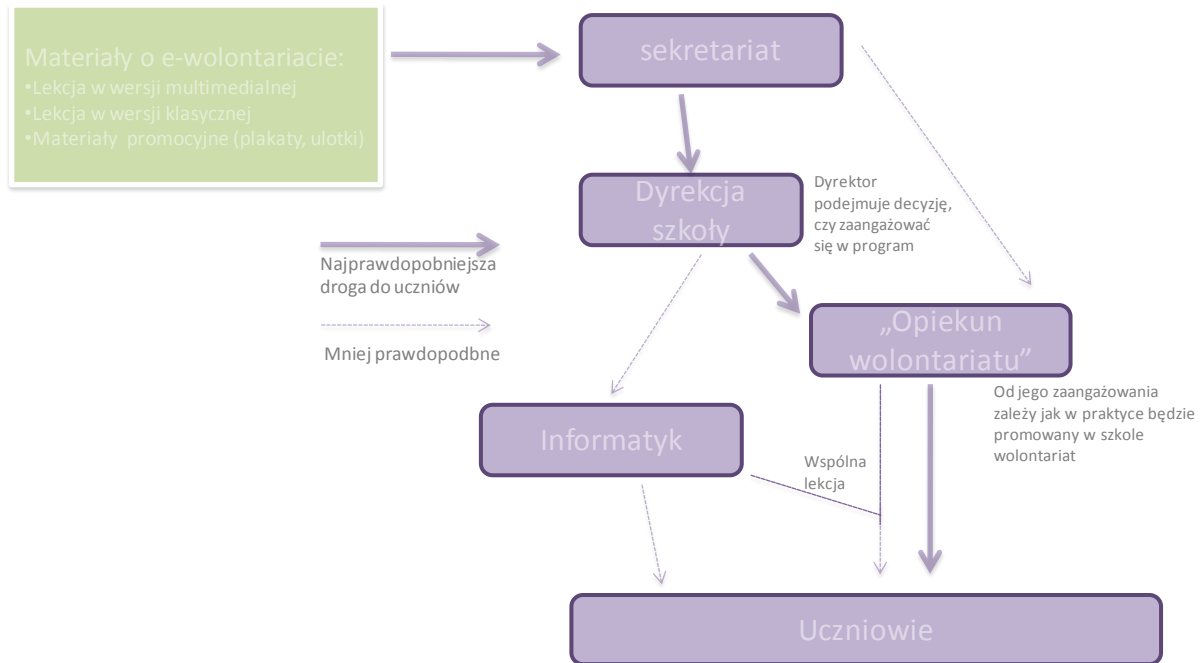
Materiały do lekcji muszą zostać skonstruowane w wyważony sposób – nauczyciele oczekują zamkniętej całości, którą będą mogli w bezpośredni sposób wykorzystać na lekcji. Z drugiej strony stosunek niektórych badanych pokazuje, że zbyt uproszczony przekaz może ich urazić.

Sam scenariusz czy konspekt lekcji powinien zawierać **wyczerpujące informacje**, obudowane **interesującymi przykładami** (nie powinny jednak nauczycieli przytłoczyć).

Z punktu widzenia nauczycieli, proponowana lekcja nie powinna mieć charakteru warsztatu, a raczej bardziej „wykładową” formę. Wszystkie proponowane nauczycielom formy warsztatowe (np. wspólna praca nad hasłem, które można by umieścić w *Wikipedii*) budziły szereg wątpliwości. Wydaje się, że nauczyciele albo nie czują się pewnie w warsztatowych formach nauczania, albo widzą zbyt wiele przeszkód takich jak np. ilość uczniów w klasie czy ich nieumiejętność wspólnej pracy.

Scenariusz lekcji i związane z nim materiały warto obudować materiałami o charakterze promocyjnym, które mogłyby zostać wyeksponowane w szkole: ulotkami a przede wszystkim **plakatami**. W szkołach są liczne miejsca, w których mogłyby zostać umieszczone. Wszelkie inne gadżety dla uczniów są również ważne: z jednej strony podnoszą atrakcyjność dla uczniów, z drugiej – zachęcają nauczycieli do poprowadzenia takiej lekcji.

Przy konstruowaniu materiałów do lekcji warto posłużyć się przykładem podobnych materiałów już w szkołach dystrybuowanych, bądź materiałów do normalnych lekcji – takie formaty są nauczycielom znane i będą łatwiejsze do przyswojenia.



Rysunek 4. Ścieżka komunikatu o e-wolontariacie w szkole

## REKOMENDACJE

### STRATEGIA

- Na użytek wewnętrzny należy przygotować dokładną definicję e-wolontariatu – w szczególności zdecydować, jakiego rodzaju działania nie są w zakresie zainteresowań programu. Należy także zdecydować, jakie formy e-wolontariatu program zamierza wspierać.
- W pierwszym etapie rozwoju programu podkreślano otwartość na różne inicjatywy i zakładano nieostrość pojęcia e-wolontariatu. Komunikat „szukamy czym jest e-wolontariat” należy obecnie zastąpić komunikatem „e-wolontariat to...”.
- Na użytek komunikacji zewnętrznej, należy stworzyć bardzo prostą definicję e-wolontariatu – nawet kosztem mniejszej precyzji. Rozwieje to podstawowe wątpliwości organizatorów i pozwoli im używać tego pojęcia.
- W sieci istnieją inicjatywy związane z wspólnym tworzeniem wiedzy. Nie są one jednak rozumiane jako działania wolontariackie. Aby takie inicjatywy samoidentyfikowały się jako e-wolontariat, należy rozszerzyć znaczenie pojęcia „wolontariat”.
- Należy również zadbać o to, aby faktyczni organizatorzy e-wolontariatu identyfikowali się z tą rolą.
- Oba te cele mogą zostać osiągnięte poprzez operowanie bardzo konkretnymi przykładami sposobów, w jakie organizacje mogą korzystać z e-wolontariatu.
- Wolontariat w sieci może mieć różne formy. Dwie odmiany e-wolontariatu, które pojawiły się w badaniu to: świadczenie usług dla organizacji przez sieć oraz wspólne tworzenie wiedzy. Rekomendujemy ograniczenie się do tych dwóch form a także wyraźne ich rozgraniczenie komunikacji. Są to dwa zjawiska bardzo do siebie różne, ich mieszanie prowadzi do konfuzji.
- Do przygotowania strategii konieczne jest myślenie o e-wolontariacie w kontekście przemian, którym podlega trzeci sektor w związku z postępem technologicznym. Ważny jest wzrost znaczenia pracy niematerialnej oraz mediatyzacja NGO. Należy stworzyć prognozę zmian wolontariatu (foresight wolontariatu) i na tej podstawie zastanowić się nad funkcjonowaniem e-wolontariatu w przyszłości.

### PROPONOWANA KONSTRUKCJA KOMUNIKATÓW NA STRONIE INTERNETOWEJ I W INNYCH MATERIAŁACH PROMOCYJNYCH

- Na pierwszej stronie powinna być wyeksponowana prosta definicja e-wolontariatu.



- Definicji towarzyszy zachęta to poznawania przykładów. Przykłady sposobów korzystania powinny być prawdziwe, konkretne i obrazowe. Dobrą formą jest konwencja *testimonials*.
- Komunikat powinien wprost rozstrzygać wątpliwości związane z e-wolontariatem (por „E-wolontariat: możliwe rozumienie pojęcia”). Wygodną konwencją są oczywiście FAQ.

#### REKOMENDACJE DLA SERWISU E-WOLONTARIAT.PL

- Uzupełnienie o możliwość interakcji z użytkownikami – przede wszystkim forum dla organizatorów wolontariatu.
- Współpraca z innymi serwisami promującymi wolontariat (wymiana banerów, linków, ogłoszeń).
- Silniejsza obecność na portalach społecznościowych.
- „Świecenie przykładem” – zaangażowanie e-wolontariuszy w tworzenie serwisu (podnosi to wiarygodność przedsięwzięcia i jest formą zdobywania wiedzy o e-wolontariacie).
- Aby zbudować nawyk regularnego korzystania ze strony przez użytkowników, konieczne są specyficzne funkcjonalności: dbanie o aktualizację bazy ofert, stworzenie społeczności (np. poprzez forum).

#### SZKOŁY

- Wolontariat w szkole ma bardzo silnie „pomocowy” charakter (głównie zbiórki oraz bezpośrednia pomoc potrzebującym). W komunikatach do szkół należy do tego rozumienia się odnieść – albo rozszerzyć go o popularne w NGO rozumienie wolontariatu świadczenia usług dla organizacji, albo wpisać się w ten sposób postrzegania.
- Forma lekcji prowadzonej przez nauczycieli jest dobrą formą dotarcia z komunikacją do uczniów (nie zostały przyjęte pomysły prowadzenia prezentacji przez osoby z zewnątrz, czy poza porządkiem planu lekcji – ze względu na bariery organizacyjne).
- Szkoła z jednej strony jest miejscem nauczania o wolontariacie, ale też jest organizatorem wolontariatu. Należy zastanowić się, czy w tej roli mogłaby zostać wciągnięta w działania e-wolontariackie. Podstawową barierą jest brak kompetencji nauczycieli, w tym opiekunów wolontariatu.
- Należy stworzyć kilka form lekcji o e-wolontariacie w zależności od stanu infrastruktury informatycznej szkoły (komputery w salach informatycznych, komputery w innych salach lekcyjnych, dostęp do Internetu, rzutniki i tablice multimedialne).
- Najskuteczniejsze metody nauki oparte są na aktywności i uczestnictwie uczniów. Taka forma nauczania o e-wolontariacie napotka w szkołach bariery: obawy nauczycieli związane z



Internetem, wielkość klas, wspomniane braki infrastruktury. Rekomendujemy przygotowanie lekcji w wersji podstawowego wykładu, oraz ćwiczenia praktyczne jako moduł opcjonalny.

