



MARLENA PIENIAŻEK

TIK w wolontariacie jako przestrzeń aktywności prospołecznej

ICT in Volunteering as a Area for Pro-social Activity

Magister, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Pedagogiczny, Katedra Pedagogiki Medialnej, Polska

Streszczenie

W XXI w. człowiek może izolować się na wiele sposobów. Media oddziałują na jednostkę, m.in. na jej zachowanie, poziom wiedzy, postawy, jak również na kulturę, zmieniając postrzeganie życia rodzinnego, zawodowego oraz modelu uczenia się. Przemiany kulturowe mają związek z poszerzaniem się obszaru wolności. Lansowanie postmodernistycznej ideologii oraz stylu w połączeniu z rozwojem ekonomicznym i postępowaniem technologicznym, a także wszechobecną reklamą doprowadziło do powstania kultury konsumpcji. Odpowiedzią na tę tendencję może być zaangażowanie społeczne, praca wolontarystyczna oraz aktywne uczestniczenie czy wręcz kreowanie przestrzeni medialnej. Coraz częściej działalność prospołeczna jest wspomagana przez nowoczesne technologie informacyjno-komunikacyjne czy aplikacje mobilne, a coraz szybciej rozwijającą się częścią trzeciego sektora jest tak zwany e-wolontariat.

Słowa kluczowe: media, wolontariat, prospołeczność, technologie informacyjno-komunikacyjne

Abstract

In the 21st century, man can isolate himself in many ways. Media affect the unit among others on its behavior, level of knowledge, attitudes as well as affect culture, changing the perception of family and professional life, as well as the learning model. Cultural changes are related to the expansion of the area of freedom, the promotion of postmodern ideology and style in connection with economic development and technological progress, and omnipresent advertising, which led to the emergence of a culture of consumption. The response to this tendency may be social involvement, volunteer work and active participation, or even the creation of media space. Increasingly, pro-social activity is supported by modern information and communication technologies or mobile applications, and so-called e-volunteering is an increasingly fast-growing part of the third sector.

Keywords: media, volunteering, prosociety, information and communication technologies

Wstęp

XXI w. stawia przed osobami zaangażowanymi społecznie nowe wyzwania zmierzania się z wymogami współczesnego świata mediów. Tapscott (2010, s.452) pisze, że dawniej kiedy ktoś chciał zmieniać świat na lepsze, musiał nawiązać współpracę ze zorganizowanymi grupami, z aktywistami, ludźmi wal-

czącymi o prawa obywatelskie, związkami zawodowymi i przekonać ich o słuszności swojej sprawy. Odbywało się to na zasadzie poczty pantoflowej, dużo wolniej, niż ma to miejsce obecnie. W dzisiejszych czasach również mechanizm pomagania innym jest znacznie prostszy. Czasami wystarczy jeden post na portalu społecznościowym lub aplikacja dedykowana organizacjom pozarządowym i w zasięgu naszego oddziaływania mamy dużo szersze grono odbiorców. Na naszych oczach dokonuje się swego rodzaju rewolucja technologiczna, a przyśpieszenie tempa transformacji technologicznych jest potężne. Równocześnie, jak zaznacza Miąso (2015, s. 47), należy zastanowić się nad jakością relacji, nad ich szczerością, co jest swoistym wyzwaniem dla współczesnej edukacji społeczno-kulturowej. Polański (2015, s. 277) zauważa, że pokolenie urodzone po 1983 r. to osoby wyrosłe w świecie niecierpliwości i natychmiastowej reakcji, nieświadomie wręcz fizycznie zanurzone w sieci. Są stałymi użytkownikami internetowych sieci społecznych, tworząc w nich własne treści. Opanowali narzędzia komunikacji oraz współpracy i wprowadzają je do wszystkich miejsc funkcjonowania. Dzisiaj wszyscy młodzi aktywiści i wolontariusze mają prasę drukarską w zasięgu ręki. Jest ona cyfrowa i potrafi niezwłocznie rozsyłać informacje w spektakularny sposób. Oznacza to, że dzisiaj zwykli obywatele mogą zrobić wiele dobrego bez konieczności zaangażowania struktur państwowych w dane przedsięwzięcie. Dzisiaj młody człowiek, który chce zmieniać świat, ma do swojej dyspozycji cyfrowy odpowiednik miliona wolontariuszy, którzy rozprowadzają materiały informacyjne wśród znajomych (Tapscott, 2010, s. 453). Immersja, czyli coraz większa skala zanurzenia w świat mediów, nie jest już dziś czymś nowym. Z roku na rok zwiększa się ilość czasu przebywania w sieci (Miąso, 2015, s. 49).

Mediatyzacja wolontariatu

W XXI w. człowiek może izolować się na wiele sposobów (Wołodźko, 2015, s. 147). Media oddziałują na jednostkę, m.in. na jej zachowanie, poziom wiedzy, postawy, jak również oddziałują na kulturę, zmieniając postrzeganie życia rodzinnego, zawodowego oraz modelu uczenia się. Przemiany kulturowe mają związek z poszerzaniem się obszaru wolności. Lansowanie postmodernistycznej ideologii oraz stylu w połączeniu z rozwojem ekonomicznym i postępem technologicznym, a także wszechobecną reklamą doprowadziło do powstania kultury konsumpcji (Potyrała, Michniewska, 2015, s. 286). Odpowiedzią na tę tendencję może być zaangażowanie społeczne, praca wolontarystyczna oraz aktywne uczestniczenie czy wręcz kreowanie przestrzeni medialnej.

Wolontariat pozwala na samorealizację i stwarza okazję dla tych którzy poszukują kontaktów z innymi ludźmi. W swoim pomaganiu innym wolontariusz odkrywa tajemnice, które w życiu prywatnym pozostają w ukryciu, i nierzadko są to te strony ludzkich tajemnic, które wiążą się z cierpieniem, bólem, rozpaczą,

samotnością i depresją. Odkrywa też tajemnicę piękna – piękno życia, piękno człowieka, jego szczerość, radość, walkę i zwycięstwo (Kromolnicka, 2010, s. 164).

Istnienie małych, nieformalnych organizacji wspieranych m.in. postępowaniem technologii komunikowania się zostało uznane za istotny czynnik przechodzenia ludzkości na kolejny poziom rozwoju społecznego. Rozwój społeczności uczących się może być krokiem milowym w procesie przejścia ku kolejnej „fali” postępu. Ogromny sukces, jaki na całym świecie odniosły media, a w szczególności nowe media, jest doskonałym powodem do zwrócenia uwagi na ich wpływ na transformacje społeczne wynikające z faktu, że nowe cechy i zdolności komunikacyjne nowych mediów umożliwiają całkowitą przemianę sposobów ich wykorzystania (Potyrała, Michniewska, 2015, s. 291).

Kiedy już człowiek zaspokoi potrzeby pierwszego rzędu, ma gdzie mieszkać i czuje się bezpiecznie, zaczyna szukać akceptacji, przynależności do grupy, ale też szacunku i prestiżu. Przynależność do grupy to kwestia demograficzno-kulturowa, prestiż jest zaś bardziej narcystyczny i odpowiada za samoocenę i poczucie własnej wartości. Tymczasem *social media* definiowane są przez trzy oferowane użytkownikom możliwości: utworzenia własnego profilu publicznego (lub w pewnych przypadkach częściowo publicznego), zbudowania sieci kontaktów z innymi użytkownikami oraz wyświetlenia i prześledzenia list znajomych – swojej i innych użytkowników. Innymi słowy, umożliwiają zbudowanie sobie wizerunku (prestiż) i grupy znajomych (przynależność). Oznacza to, że realizacja dwóch potrzeb wyższych z piramidy Masłowa – uznania i przynależności – popycha ludzi do korzystania m.in. z Facebooka (Brosh, 2014, s. 34). Większość organizacji pozarządowych swoją kampanię pozyskiwania wolontariuszy przeprowadza głównie na portalach społecznościowych i w internecie. W tym miejscu warto przytoczyć wypowiedź jednej ze studentek, która pytana o powód swojego zaangażowania w wolontariat, odpowiedziała: „Informacje o wolontariacie znalazłam na Facebooku, zaprosiła mnie koleżanka z grupy do wydarzenia i stwierdziłam, że mogę się zaangażować, w końcu każdy coś robi, można poznać nowych ludzi, jest o czym rozmawiać”.

Na swoich profilach dobrze mieć zaznaczone i udostępnione, w jakich akcjach charytatywnych bierze się udział – inni „lajkują” i w ten sposób kreuje się swój wizerunek w sieci. Mediatyzacja przestrzeni aktywności prospołecznej jest ogromna. Młodzi ludzie sami kreują przestrzeń działania dla innych i tym samym dla siebie. Spontanicznie reagują na emocje, jakie odczuwają podczas pracy dla innych – pojawiają się łzy wzruszenia i radość z wykonywanej pracy. Dzielą się tym, co przeżyli, na portalach społecznościowych, forach, aplikacjach. Zmieniają swój świat na lepsze i robią to efektywnie z wykorzystaniem dostępnych mediów.

TIK w wolontariacie

Funkcjonowanie wśród mediów cyfrowych, co jest ważną kwestią, może przesłaniać kontekst społeczny i kulturowy. Sieć jest przestrzenią, w której pojawiają się inne relacje i interakcje niż istniejące w świecie rzeczywistym. Kluczowa zatem w funkcjonowaniu w świecie cyfrowym staje się świadomość społeczna (Walter, 2017, s. 25). Społeczeństwa ponowoczesne preferują przekaz bardziej osobisty, zindywidualizowany, komunikowany za pośrednictwem mediów społecznościowych.

Nagłośniona medialnie potrzeba pomocy wywołuje często wręcz natychmiastową reakcję zarówno w tej materialnej, jak i niematerialnej postaci (Nowak, 2009, s. 47). Systematycznie zwiększa się również liczba NGO's (*non-governmental organization*) popularnie nazywanych trzecim – po publicznym i rynkowym – sektorem życia społecznego. Obecność organizacji pozarządowych w mediach publicznych i społecznościowych z jednej strony generuje ogromne możliwości pozyskiwania środków finansowych oraz wolontariuszy, z drugiej kreuje konkurencję na rynku NGO's. W związku z tym wolontariat oprócz tradycyjnego środowiska społecznego, w którym funkcjonuje, swoje szczególne miejsce zajmuje też w mediach. Najbardziej opiniotwórcze środki społecznego przekazu wyznaczają trendy nie tylko stylu życia, ale i sposobu pomagania.

Społeczne i psychiczne potrzeby jednostki rodzą oczekiwania wobec mediów, prowadzą do różnych sposobów korzystania z nich, a częstotliwość użycia danego medium będzie zależała od satysfakcji z zaspokojonej potrzeby (Wrońska, 2012, s. 59). Wrońska (2012, s. 59) zwraca uwagę na to, że wszelkie działania podejmowane przez adolescenta w przestrzeni medialnej będą efektywne jedynie wówczas, gdy komunikacja będzie wolna od zakłóceń, gdyż tylko ona stanowi warunek emancypacji człowieka, a więc jego prawa i możliwości samostanowienia, które jest równoznaczne z uznaniem, że człowiek ma prawo postępować zgodnie ze swoją autonomiczną wolą. Jest wolny od przymusu i zewnętrznej ingerencji. Analizując internet jako przestrzeń społecznego funkcjonowania człowieka, dostrzec można rozmaite postawy i działania. Świat wirtualny niestety dość często kojarzy się z aktywnością niepożądaną, niezgodną z ogólnie przyjętymi normami zachowania. Sięgając jednak do źródeł historii sieci, okazuje się, że fundamentem jej funkcjonowania były zachowania altruistyczne (Walter, 2017, s. 22).

E-wolontariat, e-dobroczynność, e-prospołeczność

Spencer i Hughes (Ensor, Spencer, Hughes, 2011, s. 93) podkreślają, iż podejmowanie zachowań prospołecznych stanowi kluczowy czynnik dla utrzymywania jakościowych relacji interpersonalnych i przyjaźni (Lansford i in., 2006, s. 53). Niska skłonność do angażowania się w zachowania prospołeczne wiąże

się z kolei z odrzuceniem społecznym (Vitaro, Gagnon, Tremblay, 1990, s. 257) oraz zagrożeniem przynależnością do dewiacyjnych grup społecznych. Stanowi ona powód licznych problemów okresu adolescencji (Lacourse i in., 2006, s. 562). Coraz częściej organizacje pozarządowe wykorzystują technologie, aby nie tylko organizować swoją pracę związaną z działalnością statutową, ale także aby docierać do nowego pokolenia potencjalnych nowych osób zaangażowanych społecznie. Jedną z takich możliwości jest wolontariat wirtualny.

E-wolontariat ma wiele wspólnego z wolontariatem tradycyjnym, bo wymaga zaangażowania, dzielenia się swoim czasem i umiejętnościami w ramach swojego czasu wolnego, często nie wychodząc z domu. Opiera się na wykorzystaniu nowoczesnych technologii, co poszerza możliwości i zasięg działań wolontariackich (KE, 2017). Dzięki specjalnej platformie osoby, które potrzebują pomocy, lub organizacje wpisują konkretne zadania. Po drugiej stronie zarejestrowani użytkownicy odnajdują przestrzeń, w której mogą pomóc zgodnie ze swoimi umiejętnościami.

Kolejna platforma tudu.org.pl to mikrozadania dla cyberwolontariuszy z każdym rokiem zyskująca na popularności. Projekty edukacyjne, wolontariat dla seniorów, sportowców, lekarzy, nauczycieli – coraz częściej wszelkie inicjatywy przenoszą się w sferę internetu. Aplikacje mobilne ułatwiające kontakt wolontariuszy z liderami czy koordynatorami projektu zyskują na popularności i ciągle są doskonalone. Z drugiej strony niekoniecznie musimy używać nowych narzędzi. NGO's często posługują się możliwościami tworzenia zamkniętych grup na portalach społecznościowych, które są podstawowym miejscem poszukiwania nowych osób, które będą mogły się zaangażować. Co ciekawe, coraz częściej młodzi łączą się na rzecz małej społeczności lokalnej, czasami na bardzo krótki czas. Wynika to ze szczególnej wrażliwości społecznej, kiedy np. mieszkańcy danego osiedla razem podejmują działania na rzecz swojego miejsca zamieszkania, problemu, który wspólnie chcą rozwiązać.

Podejmowanie zachowań prospołecznych uznaje się za element kompetencji społecznej młodzieży (Mavrovelli, Petrides, Rieffe, Bakker, 2007, s. 269) – wysoki poziom tej kompetencji wiąże się ze zdrowiem psychicznym i adaptacją społeczną (Ciarrochi, Scott, Deane, Heaven, 2003, s. 1948). Stymulowanie prospołecznego zachowania dzieci i młodzieży jawi się jako jeden z podstawowych celów procesu wychowawczego prowadzonego zarówno przez środowisko rodzinne, jak i szkolne (Różalska-Kowal, 2010, s. 145). Aktywność stanowi dla człowieka sposób porozumiewania się z otaczającym światem. Jest czynnikiem warunkującym zaspokojenie wszelkich jego potrzeb. Umożliwia pełnienie ról społecznych, funkcjonowanie w grupie i społeczeństwie. Brak aktywności może skutkować utratą akceptacji ze strony innych, a nawet samotnością (Różański, 2016, s. 144). Samorządne inicjatywy, ruchy, organizacje społeczne uzupełniają instytucjonalną strukturę państwa, są niezbędnym ogniwem życia zbiorowego –

gwarancją pełniejszego zaspokajania potrzeb, motorem rozwoju wspólnot politycznych, narzędziem osiągnięcia celów społecznych nie przez samotną walkę, ale przez współdziałanie (Porowski, 2003, s. 456). Za Kromolnicką (2010, s. 164) możemy powtórzyć: „Nie wystarczy wychować ludzi tak, by umieli postawić się w sytuacji skrzywdzonego, ale tak, by w efekcie umieli się zdobyć na pewne reakcje uczuciowe wyrażające się w pomocy, by potrafili być ofiarni”.

Literatura

- Aronson, E., Wilson, T.D., Akert, R.M. (1997). *Psychologia społeczna. Serce i umysł*. Poznań: Zys i S-ka.
- Brosh, A. (2014). Media społeczne jako przestrzeń przemocy rówieśniczej. *Kognitywistyka i Media w Edukacji*, 1, 23–35.
- Ciarrochi, J., Scott, D., Deane, F.P., Heaven, P.C.L. (2003). Relations between Social and Emotional Competence and Mental Health: A Construct Validation Study. *Personality and Individual Differences*, 35, 1947–1963.
- Ensor, R., Spencer, D., Hughes, C. (2011). ‘You Feel Sad?’ Emotion Understanding Mediates Effects of Verbal Ability and Mother – Child Mutuality on Prosocial Behaviors: Findings from 2 Years to 4 Years. *Social Development*, 20(1), 93–110.
- Jazukiewicz, I. (2012). *Pedeutologiczna teoria cnoty*. Szczecin: Wyd. US.
- Komisja Europejska. Pobrane z: <https://ec.europa.eu/epale/pl> (7.05.2018).
- Kromolnicka, B. (2003). Działalność Koła Wolontariatu Studenckiego na rzecz dzieci potrzebujących pomocy. W: Wilk J. (red.), *W służbie dziecku* (s. 161–168). T. 3. Lublin: Wyd. KUL.
- Lacourse, E., Nagin, D., Vitaro, F., Cote, S., Arseneault, L., Tremblay, R. (2006). Prediction of Early-onset Deviant Peer Group Affiliation: A 12-year Longitudinal Study. *Archives of General Psychiatry*, 63, 562–568.
- Lansford, J., Putallaz, M., Grimes, C., Schiro-Osman, K., Kupersmidt, J., Coie, J. (2006). Perceptions of Friendship Quality and Observed Behaviors with Friends: How do Sociometrically Rejected, Average, and Popular Girls Differ? *Merrill-Palmer Quarterly*, 52, 694–720.
- Mavroveli, S., Petrides, K.V., Rieffe, C., Bakker, F. (2007). Trait Emotional Intelligence, Psychological Well-being, and Peer-rated Social Competence in Adolescence. *British Journal of Developmental Psychology*, 25, 263–275.
- Miąso, J. (2015). Starcie paradygmatów technologii informacyjnych i komunikacji interpersonalnej bezpośredniej wyzwaniem dla człowieczeństwa, społeczeństwa i edukacji. *Edukacja – Technika – Informatyka*, 3(13), 47–54.
- Polański, G. (2015). Pokolenie X i pokolenie Y – analiza wybranych aspektów funkcjonowania. Raport z badań. W: J. Morbitzer, D. Morańska, E. Musiał (red.), *Człowiek – media – edukacja* (s. 276–284). Dąbrowa Górnicza: Wyd. Wyższej Szkoły Biznesu.
- Porowski, M. (2003). Organizacje pozarządowe w instytucjonalnej strukturze państwa. W: T. Pilch, I. Lepalczyk (red.), *Pedagogika społeczna. Człowiek w zmieniającym się świecie* (s. 89–114). Warszawa: Żak.
- Potyrała, K., Michniewska, A. (2015). Wpływ mediów na transformacje społeczne. W: J. Morbitzer, D. Morańska, E. Musiał (red.), *Człowiek – media – edukacja* (s. 285–293). Dąbrowa Górnicza: Wyd. Wyższej Szkoły Biznesu.
- Różalska-Kowal, J. (2010). *Motywacja zachowań prospołecznych i antyspołecznych nieletnich*. Warszawa: Impuls.
- Różański, T. (2016). Wolontariatosób starszych jako forma aktywności w czasie wolnym. *Szkice Humanistyczne*, XVI, 3(40), 143–153.
- Tapscott, D. (2010). *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*. Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.

- Vitaro, F., Gagnon, C., Tremblay, R. (1990). Predicting Stable Peer Rejection from Kindergarten to Grade One. *Journal of Clinical Child Psychology*, 19, 257–264.
- Walter, N. (2017). Cyfrowa inteligencja emocjonalna: o kształtowaniu empatii i społeczno-emocjonalnej świadomości u współczesnych dzieci. W: A. Iwanicka (red.), *Edukacyjne i społeczne wyzwania rzeczywistości cyfrowej* (s. 21–28). Poznań: Wyd. UAM.
- Wołodźko, A. (2015). Rola mediów w aktywizacji społeczności lokalnych. W: D. Siemieniecka (red.), *Edukacja a nowe technologie w kulturze, informacji i komunikacji* (s. 143–165). Toruń: Wyd. UMK.
- Wrońska, M. (2012). *Kultura medialna adolescentów. Studium dostępu i zastosowań*. Rzeszów: Wyd. UR.