

WOLONTARIAT Z KLASĄ!



BUDOWANIE SZKOLNYCH KLUBÓW WOLONTARIATU

PORADNIK DLA NAUCZYCIELI



REALIZATOR:

PARTNER:



Wydawca:

Stowarzyszenie Centrum Promocji Inicjatyw Społecznych CREO

Os. Bolesława Chrobrego 33/58 60-681 Poznań

tel.: 61 226 75 30

e-mail: biuro@centrumcreo.pl

www.centrumcreo.pl

Redakcja: Zespół Stowarzyszenia CREO

ISBN 978-83-936 938-1-8

Publikacja powstała w ramach projektu „WOLONTARIAT Z KLASĄ – budowanie szkolnych klubów wolontariatu szansą na zwiększenie aktywności obywatelskiej młodzieży z Poznania i powiatu poznańskiego” współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Publikację zaktualizowano w ramach projektu „WOLONTARIAT Z KLASĄ – program rozwoju aktywności społecznej gimnazjalistów”. Projekt jest współfinansowany z Funduszy EOG w ramach programu Obywatele dla Demokracji.

WSTĘP

Zapraszamy Państwa do zapoznania się z praktycznym przewodnikiem po tworzeniu i rozwijaniu działalności Szkolnych Klubów Wolontariatu. Naszą intencją było zgromadzenie podstawowych informacji, niezbędnych nauczycielom angażującym się w opiekę nad Klubami. Poszczególne rozdziały poruszają tematykę motywowania uczniów do działalności wolontariackiej, prezentują podstawy formalnego organizowania SKW w szkołach, przybliżą metodę pracy projektem i podstawy promocji działalności wolontariackiej.

Publikację wydajemy w ramach projektu „WOLONTARIAT Z KLASĄ – program rozwoju aktywności społecznej gimnazjalistów”.

Zapraszamy do lektury!

Zespół CREO

Motywowanie do pomagania

Anna Herra-Chyła



„Nieważne kto kim się urodził, ale kim się stał”

J. K. Rowling

W psychologii – o rozwoju człowieka mówimy w ciągu całego biegu życia ludzkiego. We współczesnej nauce, życiu codziennym bardzo dużo mówi się o motywacji, jako z jednej strony o motorze naszego działania, z drugiej o poziomie efektywności i skuteczności naszych działań. Motywacja określana jest jako psychologiczny stan przyczyniający się do stopnia, w jakim człowiek się w coś angażuje, czyli mówiąc prościej zachowania ludzkie zmierzające w określonym kierunku. Inaczej będziemy mówić o motywacji w aspekcie procesu kierowniczego, motywacji do osiągnięć w sporcie, a jeszcze inaczej pomyślimy o motywacji w zakresie bycia dla drugiej osoby, pomocy w sposób wolontarystyczny.

Motywacja to jest swego rodzaju konstrukt teoretyczny, którym próbujemy wyjaśniać zachowania, jego ukierunkowanie i trwanie. W odniesieniu do idei wolontariatu, pojęcia motywacji używamy do wyjaśnienia, do jakiego stopnia uczniowie mogą poświęcić wysiłek, uwagę na poszczególne przedsięwzięcia. Tu motywacja dotyka subiektywnych odczuć ucznia oraz powodów jego zaangażowania się.

Motywacja - poglądy:

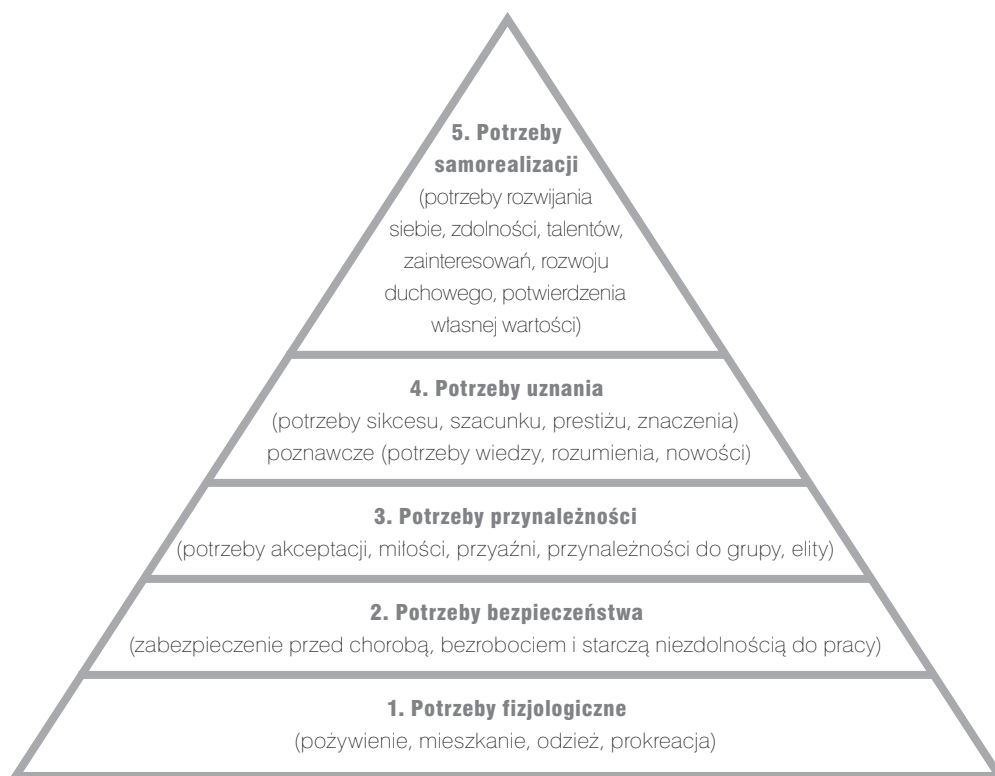
1. Podejście behawioralne:

Współczesne poglądy na motywację uczniów do angażowania się w proces pomagania czy nauki kładą silny nacisk na jej cechy poznawcze i ukierunkowanie na cel. Wcześniej przedstawiano ludzi (o których mówiono na podstawie badań w większości prowadzonych na zwierzętach) jako istoty reagujące na podstawowe popędy lub potrzeby, a poza tym względnie bierne. Takie podejście właściwie całkowicie wyklucza podejście do motywowania uczniów, by pomagali innym. Z punktu widzenia behawioralnego najistotniejsze jest wzmocnienie. Bodziec wzmacniający definiowany jest jako cokolwiek, co podnosi lub utrzymuje częstość zachowania. Ujmując to w prosty sposób, uczniowie skłonni by byli do pomagania innym, gdyby otrzymywali za takie zachowanie pozytywne wzmocnienia – pochwały, odznaki, nagrody rzeczowe. Wyjaśniając jak wywołać i utrzymać pożądane zachowanie, behawiorysty mówią raczej o kontroli. W sytuacji szkolnej podejście behawioralne można w uproszczeniu ująć jako system kija i marchewki.

2. Teoria potrzeb

Teorie potrzeb stanowią jedno z pierwszych teorii motywacyjnych, które wystąpiły jako alternatywa do teorii wzmacniania. Główne założenie mówi o tym, że zachowanie ludzkie jest odpowiedzią na odczuwane potrzeby – te zaś mogą wrodzone lub uniwersalne (np. pragnienie, głód) albo są wyuczone poprzez uczestnictwo w relacjach społecznych, kulturze i (co ważne) w różnym stopniu rozwinięte u różnych ludzi (np. potrzeba władzy, potrzeba osiągnięć). Jeden z modeli motywacji oparty na teorii potrzeb (wg niektórych mocno wpisany w tzw. nurt psychologii humanistycznej) jest wciąż bardzo popularny i często współcześni badacze odwołują się do niego. Jest to hierarchia potrzeb ludzkich Masłowa.

Hierarchiczny układ tego modelu pokazuje, że potrzeby muszą być zaspakajane w określonym porządku. Jeśli przełożyć dosłownie ten model na warunki wolontariatu, okaże się, że od uczniów, którzy przychodzą do np. centrum wolontariatu zmęczeni lub głodni, nie należy oczekiwać zaangażowania w pomaganie innym. Jak pokazują badania (i pewnie doświadczenie niejednego z nauczycieli)



uczniowie nie zawsze postępują zgodnie z hierarchią potrzeb Maslowa. Mogą zrezygnować ze snu, żeby przygotować się do testu, lub tak bardzo zaangażować się w jakieś działanie, że zapomną o niewyspaniu, głodzie czy nawet trudnościach w domu (Nehr, 1991). Niewątpliwie jednak ten model motywacji przypomina, że by motywować skutecznie uczniów, należy zajmować się zarówno ich potrzebami z niższych pięter jak i tymi wyższymi, ściślej powiązany z wolontariatem.

3. Teoria celów

Teoria celów mocno może dać nam świeży pogląd na motywację w aspekcie wolontariatu. Uwzględnia ona to, że człowieka do działania pcha nie tylko presja i potrzeba, ale że w niektórych aktywnościach jesteśmy proaktywni, kiedy decydujemy co i dlaczego chcielibyśmy zrobić. Ford (1992) opracował teorię motywacji, która zawiera taksonomię 24 celów, które podzielił na 6 kategorii:

1. emocjonalne (rozrywka, spokój, zadowolenie, dobrostan fizyczny)
2. subiektywna harmonia (integralność, transcendentność)
3. podporządkowanie stosunków społecznych interesom własnym (doświadczenie własnej indywidualności, samostanowienie)
4. integracja poprzez stosunki społeczne (przynależność, obowiązki społeczne, sprawiedliwość, jako działanie na rzecz uczciwości i legalizmu)
5. zadaniowość (oryginalność, zorganizowanie, zaangażowanie)

MOTYWOWANIE DO POMAGANIA

W odniesieniu do idei wolontariatu teorie celów podkreślają:

- znaczenie, jakie dla przyjęcia przez uczniów idei wolontariatu mają sprzyjające stosunki międzyludzkie i uczenie się współpracy
- unikanie tego rodzaju presji, która otwiera ucznia na cele popisowe i unikowe.

Czyli jeśli uda się w klubie wolontariatu stworzyć warunki zalecane przez teorie celów, uczniowie będą potrafili skierować energię na pomaganie i uczenie się pomagania i uniknąć lęku przed kompromitacją oraz niechęci do zadania ich zdaniem bezsensownego.

Rozwój teorii motywacji przebiegał od podkreślenia reaktywnej odpowiedzi na presję do nacisku na działania motywowane wewnętrznie. Wszelkie przejawy motywacji wewnętrznej są zazwyczaj uznawane za najbardziej pożądane. Realistyczne wydaje się być oczekiwanie, że czynność pomagania będzie miała dla uczniów sens i wartość i że będą się oni starali wynieść z pomagania korzyści (nawet jak korzyścią będą 2 dodatkowe punkty na świadectwie). Warto dążyć, by do czynności pomagania uczniowie przystępowali z motywacją, by pomagali, niezależnie od tego, czy wydaje im się to przyjemne.

Przekazuj, ucz, wychowuj z pasją

Każdy nauczyciel, jego osobowość i to jak na codzień zachowuje się w grupie uczniów – może stać się jednym z najsilniejszych instrumentów motywacyjnych. By taka sytuacja miała miejsce, trzeba pielęgnować, rozwijać w sobie i przejawiać te cechy, dzięki którym stajemy się przekonywującym i wiarygodnym wzorem osobowym i wychowawcą skutecznie uspołeczniającym uczniów. Na podstawie wielu badań, podstawę stanowią te cechy charakteru (w psychologii powiemy o cechach wynikających ze struktury osobowości), wskutek których ludzie są lubiani. Są to:

- radosne usposobienie
- życzliwość
- dojrzałość emocjonalna
- szczerłość
- inne cechy psychiczne, wskazujące na zdrowie psychiczne i dobre przystosowanie społeczne

Starania nauczyciela, by wychować uczniów i zaangażować ich w idee wolontariatu, przyniosą pożądane efekty na tyle, na ile uczniowie będą podziwiali nauczyciela, cenić sobie jego zdanie i wierzyć, że mówi szczerze i że mówi to, co mówi – kierując się ich najlepiej pojętym interesem. Zapał do nauki czy pomagania osiąga najwyższy poziom, kiedy uczniowie postrzegają swojego nauczyciela jako człowieka głęboko przejętego uczniami, wycofują się jednak, gdy tego przejęcia nie zauważają (Skinner, Belmont, 1993). Warto poznać i polubić swoich uczniów, szybko nauczyć się ich imion i jak najczęściej zwracać się do nich po imieniu. W sytuacjach społecznych witać ich w sposób serdeczny i poświęcić czas każdemu z osobna. Mam szansę dowiedzieć się wtedy dużo o ich środowisku, zainteresowaniach, na których można oprzeć idee wolontariatu, by łatwiej realizować zadania. Zgodnie z własnymi granicami psychologicznymi, ułatwienie uczniom poznania i zrozumienia nauczyciela (poprzez opowiedzenie nieco o sobie, zainteresowaniach, opiniach) skłania uczniów, by w stosunkach z nauczycielem wykazywali

większy poziom otwartości, a to z kolei pozytywnie wpływa na budowanie autorytetu. Ważne też jest miejsce spotkań i pracy grupy. Warto postarać się, by miejsce spotkań było przyjazne uczniom. Na ile to możliwe, dbałość o estetykę pomieszczenia, wygodne meble (poduszki też mogą spełniać tę funkcję) może uczynić przestrzeń przyjazną dla oka, jak i dopasowaną do stylu prowadzenia spotkań przez nauczyciela (wpływ uczniów na charakterystykę miejsca dodatkowo może wzmocnić zaangażowanie, a tym samym ich motywację do działania). Plansze, plakaty, dekoracje, warto by współbrzmiały z ideą wolontariatu. Zdjęcia uczniów i wykonane przez nich prace, projekty warto umieścić na widoku – wzbudzi to poczucie dumy u uczniów z własnych dokonań i szacunek dla dokonań innych członków grupy.

Skupiając się na wartości (a tak chcemy postrzegać wolontariat), warto określać ją jako składnik motywacji. Dotyczy to głównie powodów, dla których uczniowie podejmują działanie, jak i korzyści, których spodziewają się dzięki niemu uzyskać. Jest podejście bazujące głównie na **motywacji zewnętrznej** (która z racji wieku uczniów szkół gimnazjalnych i początkowych klas szkół ponadgimnazjalnych – jest statystycznie istotna). Warto więc zastanowić się, jak dostarczać motywacji zewnętrznej, by była ona przede wszystkim efektywna. Na podstawie badań i tzw. dobrych praktyk można zastosować praktyczne wskazówki:

1. nagradzanie za dobre wykonanie zadań
2. kierowanie uwagi na praktyczną wartość pomagania (kontakty, wyjazdy, zwolnienia z lekcji)
3. sporadyczna, starannie zorganizowana rywalizacja (np. tytuł wolontariusza semestru)

Metody podnoszenia poziomu **motywacji zewnętrznej** mogą być skuteczne w określonych warunkach - nie można jednak polegać tylko na nich. Jeżeli wolontariusz nastawiony jest głównie na nagrody i rywalizację, może nie zwracać dostatecznej uwagi na to, komu, po co i dlaczego chce pomóc - co zaprzecza idei wolontariatu - nie dostrzec w tym działaniu wartości. Poziom zaangażowania i jakość końcowych osiągnięć wykazują tendencję do wzrostu, gdy uczeń uważa, że angażuje się w zadanie ze względu na siebie lub drugą osobę, a nie żeby uradować „przełożonych” (nauczyciela, rodziców, dyrektora), dostać nagrodę lub uniknąć kary (Deci, Ryan, 1992). Podsumowując, jeżeli zamierzamy korzystać z metod motywacji zewnętrznej, starajmy się, by były one uzupełnieniem innych form pracy i by ich nie nadużywać. Warto kierować uwagę uczniów na to, dlaczego pomagają, a nie na nagrody i zachęty. Sposobem wykorzystania motywacji zewnętrznej może być także spotkanie z rodzicami naszych wolontariuszy. Uświadomienie rodzicom znaczenia organizacji pozarządowych (z którymi nie mieli styczności w latach swojego dojrzewania) może mieć pozytywny wpływ na decyzje podejmowane przez uczniów (zarówno w procesie podejmowania decyzji jak i ich realizacji).

Alternatywne metody spędzania wolnego czasu. Wolontariat.

Wspieranie uzdolnień i zdrowego stylu życia dzieci i młodzieży poprzez aktywizację społeczną. W życiu codziennym jest wiele nierozwiązanych problemów, ważnych ze społecznego punktu widzenia. Ludzie często narzekają, są niezadowoleni, widzą wiele niesprawiedliwości wokół siebie. Ważnym elementem kształtowania się młodych charakterów jest forma spędzania wolnego czasu. Istnieje wiele form spędzania wolnego czasu, jak na przykład rozwijanie swoich pasji, mocnych stron, uczestnictwo w kółkach zainteresowań, zarówno naukowych, jak i sportowych. Uświadomienie rodzicom i uczniom pojęcia trzeciego sektora – pokazanie wolontariatu nie tylko jako formy

MOTYWOWANIE DO POMAGANIA

pomagania dzieciom z chorobami nowotworowymi, ale również możliwość zaangażowania się w działania społeczne w postaci koncertów, eventów, działania na rzecz ekologii – właściwie każdej formy działania dla siebie i innych – może spowodować ukazanie wolontariatu jako możliwości realizowania własnych pasji, nawiązywania ważnych relacji społecznych i (tu szczególnie ważne dla rodziców) jako formę profilaktyki (ochrona przez zachowaniami ryzykownymi).

Dlaczego warto zaangażować się społecznie?

- wzrasta nasza aktywność obywatelska, udział w życiu społeczności lokalnych, organizacji,
- jesteśmy inicjatorem działań – a nie biernym wykonawcą,
- wpływamy na kształt rzeczywistości,
- rozwijamy się w dwóch sferach: podniesie kwalifikacji i samorealizacja,
- rozwijamy prawdziwy kontakt z drugim człowiekiem i świadomość robienia dobra.

Wolontariat – czy to dla mnie?

W pracy wolontariusza Twoją największą nagrodą jest możliwość zrobienia czegoś dla innych, ale także satysfakcja i poczucie spełnienia.

Zanim więc zdecydujesz się zostać wolontariuszem, zastanów się przez chwilę nad paroma kwestiami, które pomogą Ci w ukierunkowaniu swojej aktywności.

- Ile czasu możesz poświęcić – określenie, w jakie dni i w jakich godzinach możesz w pełni poświęcić się wolontariatowi.
- Jaka aktywność Cię interesuje – zastanów się, co chciałbyś/chciałabyś robić, co Cię interesuje (bezpośredni kontakt z ludźmi lub prace biurowe)

Od czego zacząć?

- Zorientowanie się, czy w okolicy są placówki lub organizacje pozarządowe, które mogłyby być zainteresowane Twoją pomocą, np. miejski dom kultury, klub seniora, świetlica dla dzieci, stowarzyszenie ochrony ptaków, fundacja pomocy osobom niepełnosprawnym itp.
- Internet: na stronach internetowych podejmujących tematykę wolontariatu
- Kontakt z lokalnymi organizacjami pozarządowymi podejmującymi tematykę wolontariatu, które działają w większości miast wojewódzkich (z wykazem ofert z regionu, kursami dla wolontariuszy), np. w Poznaniu polecany jest kontakt ze Stowarzyszeniem CREO.

Pojęcie motywacji wewnętrznej

Zastanawiając się nad **motywacją wewnętrzną**, podkreśla się emocjonalne cechy zaangażowania ucznia w proces pomagania, a więc to, jaką znajduje w tym przyjemność

i na ile lubi tę formę aktywności (w idei wolontariatu jest to aspekt, na którym warto się oprzeć). Równolegle kładzie się nacisk na elementy poznawcze, czyli to w jakim stopniu uczeń traktuje pomaganie jako samorealizację, doskonalenie kompetencji społecznych, a więc przypisuje pomaganiu sens i wartość. Pojęcie **motywacji wewnętrznej** zrodziło się jako reakcja na teorie redukcji popędów i wspomniane wcześniej teorie potrzeb. Pojęcie motywacji wewnętrznej ma swoją rolę w poszukiwaniu stanu równowagi między twierdzeniem, że ludzie podejmują wybrane formy aktywności w odpowiedzi na odczuwane potrzeby, a założeniem, że angażują się w działania, bo chcą, a nie odczuwają potrzebę (Collier, 1994). White (1959) twierdził, że często ludzie działają kierowani motywacją kompetencyjną: chcemy skutecznie radzić sobie w otoczeniu, panować nad tym, co nas otacza. A to pobudza do takich działań jak: badanie, spostrzeganie, rozumowanie, zabawa, pomaganie. Jednocześnie skłania do szukania nowych wyzwań – zamiast czekać, aż coś się wydarzy.

Wykorzystanie technologii, która dla naszych uczniów jest naturalnym elementem rzeczywistości (oni już nie dzielą świata na realny i wirtualny – są dla nich tożsame) może być kolejnym elementem, który ich motywuje. Przykłady dobrych praktyk w tym zakresie:

- blog o wolontariacie
- strona internetowa o wolontariacie
- film o wolontariacie
- wywiady z ciekawymi dla wolontariuszy osobami, działaczami społecznymi
- multimedialna gazetka szkolna o wolontariacie (ciekawe możliwości daje narzędzie qmam, stworzone do tworzenia multimedialnych gazetek szkolnych przez Fundację Nowe Media)

Na czynnik oczekiwania w strukturze motywacji uczniów w mniejszym stopniu wpływa rozmiar obiektywnego sukcesu niż to, jak oni sami postrzegają osiągnięcie: co uważają za osiągalne dla siebie przy rozsądnym nakładzie pracy (w praktyce wolontariat nie może zabierać im „zbyt” wiele czasu w ich mniemaniu), czy dane osiągnięcie uznają za sukces. Motywację wszystkich uczniów, nawet dotkniętych krańcową postacią wyuczzonej bezradności, da się przekształcić.

1. Uczniowie słabsi intelektualnie, którzy chronicznie wykazują niskie oczekiwania i paraliżujące poddanie się nieuniknionej porażce, wymagają nieustannych zapewnień, że potrafią sprostać wymaganiom, które im stawiasz, że udzielisz im pomocy, że docenisz ich wysiłek i uznajesz postępy. To łatwiej osiągnąć w idei wolontariatu niż w procesie dydaktycznym i na tym warto się skupić. Pokazać im, że wartość bycia dla innych może stanowić zasób równym z procesami uczenia się i być w przyszłości przepustką do kariery.
2. Uczniowie z syndromem porażki wymagają korektywy atrybucji, treningu skuteczności, nauczania technik jak nie poddawać się frustracji i porażce, ale efektywnie sobie z nią radzić.
3. Uczniowie pochłonięci ochroną dobrego samopoczucia potrzebują pomocy, żeby zrozumieć, że ich nadmierne zainteresowanie celami popisowymi (w aspekcie wolontariatu „jaki jestem świetny, że pomagam innym”) niekoniecznie sprawdza się w systemie bycia dla drugiej osoby. Tu należy też zwrócić uwagę na fakt, że interesowanie się celami społecznymi (zamiast dydaktycznymi) może doprowadzić do sytuacji braku opanowania strategii potrzebnych do opanowania systemu wiadomości i umiejętności, dzięki którym wiedza szkolna stanie się użyteczna poza szkołą.

MOTYWOWANIE DO POMAGANIA

Podsumowując – w dzisiejszym świecie zaczyna się odchodzić od modelu realizacji wyłącznie siebie. Wielkie akcje społeczne (choćby WOŚP, Pola Nadziei, fundacje znane z komercyjnych stacji telewizyjnych czy Zwykły Bohater) ukazują pomaganie jako wartość. Zarówno badania, jak i doświadczenie osób pracujących z młodzieżą ukazują, że jeżeli w coś się zaangażują, w miarę upływu czasu sami podejmują decyzję o kontynuacji działań. Gdy „wszczepimy” w nich idee wolontariatu, istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że za jakiś czas usłyszymy o super akcji społecznej, którą wymyśliła i przeprowadziła grupa młodych ludzi – i być może to będą nasi uczniowie...

BIBLIOGRAFIA:

- Ames (1981) Classrooms: Goals, Structures, and student motivation, *Journal of Educational Psychology* 84, p 261-271
- Brophy (2011) *Motywowanie uczniów do nauki*, Warszawa 2011, PWN
- Dutta-Bergman M.J. (2004) Describing Volunteerism: The Theory of Unified Responsibility, „*Journal of Public Relations Research*”, vol. 76(4): 353-369.
- Hustinx L., Vanhove T., Declercq A., Hermans K., Lammertyn F. (2005) Bifurcated commitment, priorities, and social contagion: the dynamics and correlates of volunteering within a university student population, „*British Journal of Sociology of Education*”, vol. 26(4): 523–538.
- Gliszczyńska X. (1981), *Motywacja do pracy*. Warszawa: Książka i Wiedza
- Govekar P., Govekar M., (2008) Volunteer recruitment, retention, development, w: A.
- Griffin R. W. (1998), *Podstawy zarządzania organizacjami*. Warszawa: PWN
- Kozioł L. (2002), *Motywowanie pracowników w teorii i praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Biblioteka Prawnicza
- Maslow A. H. (1990), *Motywacja i osobowość*. Warszawa: Instytut Wydawniczy Pax,
- *Motywowanie w przedsiębiorstwie* (2001), Z. Jasiński (red.). Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet Biznesu
- Schlegelmilch B.B., Tynan C., (1989) Who volunteers?: An investigation into the characteristics of charity volunteers, „*Journal of Marketing Management*”, vol. 5(2): 133-151
- Sikora J. (2000), *Motywowanie pracowników*. Bydgoszcz: Oficyna Wydawnicza OPO
- Wyszynska M. (2008), *Źródła i motywy zachowań prospołecznych* w: P. Bury, D

ABC Wolontariatu w szkole

Wioletta Iwona Grześkowiak – Fundacja Podaj Dalej

Nina Woderska – Stowarzyszenie CREO

ABC WOLONTARIATU W SZKOLE

Wolontariat jest zapewne tak stary, jak sama ludzkość. Jego nazwę zaczerpnięto od łacińskiego słowa *Voluntarius*, czyli dobrowolny, ochotniczy, spontaniczny, chętny. Na początku nie miał ram instytucjonalnych, z czasem zaistniał w organizacjach kościelnych, samopomocowych, a wreszcie pozarządowych.

Według ogólnych zapisów w Polsce definiuje się **wolontariat jako dobrowolną, bezpłatną, świadomą pracę na rzecz innych lub całego społeczeństwa, wykraczającą poza związki rodzinno – koleżeńsko – przyjacielskie**. Ważne jest aby zaznaczyć, iż określenie „bezpłatna” nie oznacza bezinteresowna, lecz bez wynagrodzenia finansowego. Wolontariat daje korzyści niematerialne takie jak: satysfakcję, doświadczenie, pozycję na rynku pracy czy spełnienie swoich motywacji. Natomiast określenie wykraczające poza związki rodzinno – koleżeńsko – przyjacielskie oznacza, że nie każde z działań na rzecz innych jest wolontariatem. Bezinteresowna pomoc to taka, do której w żaden sposób nie jesteśmy zobowiązani.

Od 2003 roku wolontariat jest ustanowiony i regulowany przepisami prawa czyli Ustawą z dnia 24 kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. Dział III tej ustawy w całości poświęcony jest wolontariatowi. Ustawa też definiuje słowo **Wolontariusz**. Według tej ustawy **wolontariusza rozumie się jako osobę, która ochotniczo i bez wynagrodzenia wykonuje świadczenia na zasadach określonych w ustawie**¹.

Wiele z organizacji pozarządowych oraz jednostek samorządowych zarówno w Polsce, jak i na świecie swe działania wspiera wolontariatem. Jest to metoda powszechnie stosowana i przynosząca wielostronne korzyści. Opierająca się na zasadzie pomocniczości i solidarności powoduje, że powstaje nowy rodzaj relacji międzyludzkich i tworzenie społeczeństwa obywatelskiego.

Jedną z takich organizacji jest Stowarzyszenie CREO, które powstało w 2004 roku w Poznaniu. Misją organizacji jest wspieranie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego i idei wolontariatu. Od początku istnienia CREO jest inicjatorem wielu akcji i projektów prospołecznych, co istotne ich realizację opierając przede wszystkim na pracy wolontariackiej. CREO stworzyło i realizuje dwa programy edukacyjne dla szkół – **WIELKODUCHY** – dedykowany do szkół podstawowych oraz **WOLONTARIAT Z KLASĄ** – skierowany do szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Założeniem obu programów jest praktyczne zapoznawanie dzieci i młodzieży z tematyką wolontariatu i społeczeństwa obywatelskiego oraz angażowanie ich do pracy wolontariackiej na rzecz potrzebujących poprzez tworzone przez CREO Szkolne Kluby Wielkoduchości i Wolontariatu. Stowarzyszenie pomaga szkołom w budowaniu trwałych struktur wolontariatu, a także umożliwia młodym ludziom kreowanie nowego modelu społeczeństwa opartego na tolerancji, akceptacji, wzajemnej współpracy i integracji oraz daje im szansę rozwijania własnej osobowości poprzez działalność społeczną.

Programy realizowane przez Stowarzyszenie CREO wpisują się w „Długofalową politykę rozwoju wolontariatu” jaką przygotowało Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. Programy realizowane są pod honorowymi patronatami, m.in. Ministerstwa Edukacji Narodowej oraz wspomnianego Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej. W 2015 roku w programie uczestniczyło już ponad 1000 uczniów i uczennic z ponad 60 szkół z Polski. Partnerem CREO przy realizacji tych działań jest Fundacja Podaj Dalej, która jest doświadczona w organizowaniu i koordynowaniu działań wolontariackich w regionie konińskim prowadząc tam lokalne Centrum Wolontariatu.

Rodzaje wolontariatu

Możemy różnie identyfikować wolontariat. Pierwszym, podstawowym podziałem, który jest istotny, to podział ze względu na czas trwania:

- Wolontariat stały (bezterminowy) oznacza, że wolontariusz w sposób ciągły i stały jest związany z jakąś organizacją lub działaniem do którego się zobowiązał. Zwykle takie działanie jest poprzedzone sporządzeniem porozumienia o współpracy.
- Wolontariat krótkoterminowy – okresowy oznacza, że są dla działań wolontariusza ściśle określone ramy czasowe np. kolonie, olimpiady.
- Wolontariat krótkoterminowy – akcyjny oznacza, że działania dotyczą jednego zadania lub specjalnego przypadku. Ten rodzaj wolontariatu dotyczy przede wszystkim wyjątkowych przypadków, zdarzających się okazjonalnie lub cyklicznie kilka razy do roku.

Wolontariat dzielimy również na krajowy, którego działania są umiejscowione na terenie danego kraju oraz zagraniczny (międzynarodowy), który dotyczy grup wolontariuszy lub pojedynczych osób świadczących swe działania poza granicami kraju.

W ostatnim czasie, ze względu na informatyzację społeczeństwa bardzo rozpowszechniony stał się tak zwany e-wolontariat. Jest to bardzo dogodna forma pomocy i różnorodnych działań wolontariackich ze względu na luźne ramy czasowe i ogólną dostępność.

Miejsca działań wolontariuszy

Według ustawy o działalności pożytku publicznego i wolontariacie swe działania wolontariusze mogą realizować na rzecz:

- organizacji pozarządowych oraz innych podmiotów w zakresie ich działalności statutowej, w szczególności w zakresie działalności pożytku publicznego z wyłączeniem prowadzonej przez nie działalności gospodarczej,

FOTO: PODAJ DALEJ



ABC WOLONTARIATU W SZKOLE

- organów administracji publicznej, z wyłączeniem prowadzonej przez nie działalności gospodarczej,
- jednostek organizacyjnych podległych organom administracji publicznej lub nadzorowanym przez te organy, z wyłączeniem przez nie działalności gospodarczej,
- osób prawnych i jednostek organizacyjnych działających na podstawie przepisów o stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego, innych kościołów i związków wyznaniowych oraz o gwarancjach wolności sumienia i wyznania, w zakresie ich działalności statutowej, szczególnie w zakresie działalności pożytku publicznego.

Zastanów się z jakimi jednostkami będzie współpracował koordynowany przez Ciebie Szkolny Klub Wolontariatu

Na stronie programu Wolontariat z Klasą (www.wolontariat.eu) znajdują się fotorelacje z przeprowadzonych inicjatyw, które mogą stać się inspiracją i dobrą praktyką dla własnych inicjatyw.

Z ustawy wynika więc, że korzystającym ze świadczeń wolontariuszy nie mogą być wyłącznie: firmy działające w obszarze biznesu, jednostki i organizacje w zakresie swojej działalności gospodarczej.

Potencjał i motywacje wolontariuszy

Wolontariuszem może być każdy, ale nie każdy może działać w każdej dziedzinie życia społecznego. Nie każdy człowiek jest odpowiedni dla każdego rodzaju pracy wolontarystycznej. Niektóre działania wymagają odpowiednich kwalifikacji lub specjalnych cech osobowości. Jednakże wachlarz działań wolontariatu jest tak szeroki, że każdy może wybrać coś dla siebie. Wolontariat stwarza każdemu szansę na rozwój posiadanych umiejętności, talentów, czy własnej osobowości. Pozwala nawiązywać nowe przyjaźnie i daje szansę na poczucie przynależności. Daje satysfakcję i sens z pomagania innym. Jest ważny, gdyż uczy wrażliwości na drugiego człowieka i daje możliwość sprawdzenia się w nowych sytuacjach. Bywa przygotowaniem do przyszłej pracy.

Motywacje którymi kierują się wolontariusze to:

- sprawdzenie się,
- podzielenie doświadczeniami,
- zdobycie nowych umiejętności,
- poznanie ludzi,
- niesienie pomocy,
- ucieczka przed samotnością,
- wypełnienie wolnego czasu,
- rozszerzenia swego doświadczenia zawodowego,
- satysfakcji z wykonywanej pracy,
- oddanie długu społeczeństwu,
- uaktywnienia zawodowego lub polityczno-społecznego.

Kodeks etyczny wolontariusza

Wynikające z definicji wolontariatu i określenia słowa wolontariusz podstawowe zasady mają swoje korzenie w nieformalnym zbiorze norm postępowania, którymi powinien

kierować się wolontariusz. Bazuje on na odpowiedzialności, pracowitości, tolerancji, przyjaźni i współpracy.

Przykładowy Kodeks Etyczny Wolontariusza
(Wzór rekomendowany przez Stowarzyszenie CREO)

KODEKS ETYCZNY WOLONTARIUSZA SZKOLNEGO KLUBU WOLONTARIATU

**Podejmując pracę wolontarystyczną w Szkolnym Klubie
Wolontariatu wolontariusz zobowiązuje się:**

- **Być pewnym. Zastanów się, dlaczego chcesz pomagać innym ludziom.**
- **Do świadczenia swoich usług wszystkim zainteresowanym bez względu na płeć, wiek, światopogląd, narodowość i wyznanie, lecz po uprzednim świadomym wyborze zakresu i charakteru pracy. Bądź przekonany. Nie oferuj swej pomocy, jeżeli nie jesteś przekonany o wartości tego, co robisz.**
- **Zachować w tajemnicy wszelkie informacje związane z osobami na rzecz, których wolontariusz świadczy pomoc. Zachowaj dyskrecję i unikaj zachowań, które mogą być niewłaściwie zrozumiane.**
- **Swoją postawą godnie reprezentować samego siebie, Szkolny Klub Wolontariatu oraz głoszoną przez Klub idee wolontariatu.**
- **Przestrzegać zasad. Nie krytykuj rzeczy, których nie rozumiesz. Może okazać się, że mają swoje uzasadnienie.**
- **Mówić otwarcie. Pytaj o rzeczy, których nie rozumiesz. Nie pozwól, by tłumione wątpliwości i frustracje odciągnęły cię od tego, co najważniejsze, bądź zmieniły w osobę stwarzającą problemy.**
- **Być osobą, na której można polegać. Praca jest zobowiązaniem. Wykonuj to, co zgodziliście się zrobić. Nie składaj obietnic, których nie jesteś w stanie spełnić.**
- **Działać w zespole. Znajdź dla siebie miejsce w grupie. Samotnik działający na własną rękę jest mało skuteczny.**
- **W przypadku niemożności wywiązania się ze zobowiązań, poinformować o tym koordynatora pracy wolontariuszy.**
- **Być dobrym wolontariuszem.**

Podstawowe przepisy prawne dotyczące wolontariatu.

Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie Dz.U. z 2010 r. nr 234, poz. 1536, a w niej dział III, w całości poświęcony jest kwestii wolontariatu.



Ustawa określa kto to jest wolontariusz i w jakich obszarach może działać, oraz do czego zobowiązany jest korzystający na rzecz wolontariusza. Według ustawy do niezwywalnych uprawnień wolontariusza należą:

Prawo do informacji o ryzyku dla zdrowia i bezpieczeństwa związanym z wykonywanymi świadczeniami oraz o zasadach ochrony przed nimi.

- Bezpieczne i higieniczne warunki wykonywania przez niego świadczeń, w tym odpowiednie środki ochrony indywidualnej (zależne od rodzaju świadczeń i zagrożeń związanych z jej wykonywaniem).

Opiekunie Szkolnego Klubu Wolontariatu zapamiętaj:

Podpisując z wolontariuszem porozumienie na okres dłuższy niż 30 dni, tzw. korzystający nie musi ubezpieczać wolontariusza od następstw nieszczęśliwych wypadków, ponieważ przysługuje mu ubezpieczenie na mocy ustawy o zaopatrzeniu z tytułu wypadków lub chorób zawodowych powstałych w szczególnych okolicznościach (Dz.U. z 2002 r. nr 199, poz. 1674). W takiej sytuacji wolontariusz objęty jest ubezpieczeniem już od pierwszego dnia obowiązywania porozumienia. Warto zatem podpisać porozumienie z uczniem-wolontariuszem na cały rok szkolny.

- Ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków. W wypadkach szczególnych (gdy wolontariusz jest delegowany poza granice kraju) ubezpieczenia kosztów leczenia podczas pobytu za granicą.
- Pokrycie niezbędnych kosztów związanych z wykonywaniem przez niego świadczeń na rzecz korzystającego, w tym kosztów podróży i diet.
- Dla zabezpieczenia prawa wolontariusza i korzystającego zakres, sposób i czas wykonywania świadczenia powinny być określone w porozumieniu, które zawiera postanowienie o możliwości jego rozwiązania. Jest to rodzaj umowy, w której stosuje się przepisy Kodeksu Cywilnego a nie prawa pracy.

POROZUMIENIE O WOLONTARIACIE

nr

zawarte w dniu roku w Poznaniu, pomiędzy:
 z siedzibą w
 numer KRS NIP REGON
 reprezentowanym przez: zwanym dalej **KORZYSTAJĄCYM**
 a zamieszkałą/łym w
 .. ; PESEL (ulica, miejscowość, kod pocztowy)
 zwaną/nym dalej **WOLONTARIUSZEM**,

1. **Korzystający i Wolontariusz** zawierają porozumienie o współpracy przy
2. **Wolontariusz** zobowiązuje się wykonać w ramach porozumienia następujące świadczenia:

3. Rozpoczęcie wykonania świadczeń strony ustalają na dzień roku, a zakończenie na dzień roku.
4. **Wolontariusz** swoje świadczenia dokumentować będzie w książeczce wolontariusza przekazanej przez **Korzystającego**.
5. Strony zgodnie ustalają, że porozumienie niniejsze obejmuje świadczenie o charakterze wolontarystycznym, które ma charakter bezpłatny.
6. **Korzystający** poinformował **Wolontariusza** o zasadach bezpiecznego i higienicznego wykonywania świadczeń oraz takie warunki zapewnia.
7. **Wolontariuszowi** przysługuje zaopatrzenie z tytułu wypadku przy wykonywaniu świadczeń wymienionych w punkcie 2 Porozumienia, na zasadach wynikających z odrębnych przepisów.
8. **Wolontariusz** może powierzyć wykonanie zadania innej osobie, lecz w pełni odpowiada za wykonanie porozumienia.
9. W sprawach nie uregulowanych porozumieniem zastosowanie ma kodeks cywilny oraz Ustawa o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.
10. **Wolontariusz** został poinformowany o przysługujących mu prawach i obowiązkach.
11. Porozumienie może być wypowiedziane przez każdą ze stron w terminie 2 tygodni.
12. Porozumienie sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

.....
Korzystający

.....
Wolontariusz

(Wzór rekomendowany przez Stowarzyszenie CREO)



Wolontariusz ma również prawo do uzyskania pisemnego zaświadczenia o współpracy wraz z opisem wykonywanych przez niego zadań oraz zdobytych w ten sposób umiejętności.

Wolontariusz może poprosić o wydanie opinii, która w odróżnieniu od zaświadczenia zawiera ocenę kompetencji i podjętych przez niego działań.

Wolontariusz zobowiązany jest do starannego i sumiennego wypełniania swoich obowiązków, powinien także dołożyć wszelkich starań, aby należycie dbać o powierzony mu sprzęt oraz ogólnie pojęte miejsce pracy.

Wolontariusz powinien posiadać odpowiednie kwalifikacje, jeśli charakter jego pracy tego wymaga.

Niepełnoletni wolontariusz ma obowiązek przedstawić pisemną zgodę opiekunów prawnych.

Ponadto wolontariusz powinien:

- mieć jasno określony zakres pracy,
- zdawać sobie sprawę z odpowiedzialności związanej z jej wykonywaniem,
- wiedzieć przed kim jest odpowiedzialny za wykonanie swojej pracy i mieć regularny kontakt z tą osobą,
- być chronionym przed jakimkolwiek ryzykiem związanym z wykonywaniem powierzonych mu zadań,
- mieć satysfakcję z wykonywanej pracy, powinien czuć się potrzebny,
- przestrzegać kodeksu etycznego związanego z wykonywaną pracą,
- być osobą, na której można polegać.

Zgoda rodzica/opiekuna prawnego na udział dziecka w Projekcie

Wyrażam zgodę na udział dziecka
(imię i nazwisko dużymi literami)

ucznia klasy Szkoły

na udział w projekcie: "Wolontariat z Klasą – program rozwoju aktywności społecznej gimnazjalistów", realizowanego w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG.

Oświadczam, że zapoznałem/am się z opisem projektu i akceptuję jego warunki.

Jednocześnie:

1. *wyrażam zgodę/nie wyrażam zgody* na gromadzenie, przetwarzanie i przechowywanie danych osobowych: dziecka – imienia i nazwiska, wykazywanych na listach obecności i dokumentacji wolontariatu i gromadzonych w biurze projektodawcy dla dokumentacji projektu; moich – imienia, nazwiska, gromadzonych w biurze projektodawcy – dla dokumentacji projektu (zgodnie z Ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 roku, Dz.U. 1997 Nr 133 poz. 883, tekst jednolity; Dz.U. 2014 r. poz. 1182). Administratorem Danych jest Stowarzyszenie Centrum Promocji Inicjatyw Obywatelskich CREO. Dane przetwarzane będą w biurze projektu mieszczącym się w Poznaniu, przy ul. Sienkiewicza 13/3. Przysługuje mi prawo wglądu do danych moich i dziecka i możliwość żądania, uzupełnienia, uaktualnienia, sprostowania oraz czasowego lub stałego wstrzymania ich przetwarzania lub ich usunięcia.

2. *wyrażam zgodę/nie wyrażam zgody* na nieodpłatne utrwalanie i rozpowszechnienie wizerunku mojego dziecka w materiałach informacyjno-promocyjnych (w formie zdjęć i materiałów audiowizualnych dokumentujących realizację projektu, zamieszczonych na stronie WWW projektu, w informacjach medialnych i publikacjach projektowych) bez konieczności każdorazowego ich zatwierdzania oraz na udostępnianie wizerunku dziecka grantodawcy w zakresie dokumentacji realizacji projektu. (na podstawie art. 81 ust. 1 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r; Dz.U. 2006 r. Nr 90 poz. 631 z późn. zm) Zgoda obejmuje wykorzystanie, utrwalanie, obróbkę i rozpowszechnianie wizerunku, za pośrednictwem dowolnego medium na wszystkich polach eksploatacji, bez ograniczenia czasowego i geograficznego oraz zestawienie wizerunku z innymi wizerunkami oraz towarzyszącym im komentarzem.

Oświadczam, że jestem pełnoletni/-a i nieograniczony/-a w zdolności do czynności prawnych, oraz że zapoznałem/-am się z powyższą treścią i w pełni ją rozumiem.

.....
miejsowość, data

.....
czytelne imię i nazwisko rodzica/opiekuna prawnego

(Wzór rekomendowany przez Stowarzyszenie CREO)

KARTA WOLONTARIUSZA SZKOLNEGO KLUBU WOLONTARIATU

WOLONTARIAT JEST SZANSĄ DLA KAŻDEGO NIEZALEŻNIE OD PŁCI, RASY, NARODOWOŚCI, WYZNANIA, PRZEKONAŃ POLITYCZNYCH, WIEKU CZY STANU ZDROWIA, KAŻDY MA PRAWO BYĆ WOLONTARIUSZEM. WOLONTARIAT DAJE SZANSĘ WYKORZYSTANIA WŁASNYCH UMIEJĘTNOŚCI I DOŚWIADCZEŃ, ROZWINIĘCIA ZAINTERESOWAŃ, ZDOBYCIA DOŚWIADCZENIA W NOWYCH DZIEDZINACH, WYWARCIA WPŁYWU NA ZMIANY SPOŁECZNE I MOŻLIWOŚĆ ZAANGAŻOWANIA SIĘ.

Prawa i obowiązki Wolontariusza

Wolontariusz:

- ma jasno określony zakres obowiązków.
- zdaje sobie sprawę z odpowiedzialności związanej ze swoją działalnością.
- wie, przed kim jest odpowiedzialny za wykonanie swoich zadań i mieć regularny kontakt z tą osobą.
- ma zapewniony udział w tworzeniu programu, w którym uczestniczy, co umożliwi mu realizację własnych potrzeb i zainteresowań.
- jest chroniony przed jakimkolwiek ryzykiem związanym z wykonywaniem powierzonych mu zadań.
- jest objęty ubezpieczeniem od odpowiedzialności.
- przestrzega kodeksu etycznego związanego z realizowaniem powierzonych mu zadań.
- jest aktywny. Wolontariusz wie, że w klubie każdy pracuje. Nie ma bezrobotnych, nie ma lepszych, ani gorszych. Bezcenna jest każda pomoc, gotowość do pracy, a przede wszystkim serce pełne życzliwości.

W Szkolnym Klubie Wolontariatu:

- obecny jest opiekun (nauczyciel), który prowadzi pracę formacyjną nad kształtowaniem postaw wolontariuszy, koordynuje ich działania i rozlicza z podjętych zobowiązań.
- uznawane są prawa wolontariusza i jego respektowanie.
- dzięki aktywności wolontariuszy, dąży się do poszerzenia zakresu oferowanych usług i inicjatyw skierowanych do społeczności lokalnej Klubu.
- każdy wolontariusz jest informowany o jego prawach i obowiązkach.
- dba się o interesy wolontariusza i nie wywiera się na niego presji moralnej, skłaniającej do wykonywania zadań pozostających w konflikcie z jego przekonaniami.
- organizowane są spotkania, na których wolontariusze dzielą się doświadczeniami, pomysłami, wspierają w trudnościach, planują wspólne akcje.
- opiekun utrzymuje systematyczny kontakt ze Stowarzyszeniem CREO, dzięki czemu otrzymuje pomoc merytoryczną i ofertę szkoleniową, a także pomoc w realizacji zajęć w ramach projektu „Wolontariat z Klasą”.

Zobowiązuję się przestrzegać wyżej wymienionych ustaleń:

.....
Data i miejsce

.....
Podpis wolontariusza

Szkolne Kluby Wolontariatu.

Szkolne Kluby Wolontariatu charakteryzują się działaniem zgodnym z ideą i w duchu wolontariatu. Ich działalność opiera się na umożliwianiu młodym ludziom podejmowania działań w środowisku lokalnym, wspieraniu programów edukacyjno – wychowawczych środowiska szkolnego, organizowaniu i wspieraniu ciekawych inicjatyw oraz kształtowaniu postaw wrażliwości, otwartości, empatii i solidarności. Tworzone są dla młodych, aktywnych ludzi, aby umożliwić im własny rozwój poprzez wspieranie ich inicjatyw i rozwój zainteresowań. Są inkubatorem postaw prospołecznych i motorem do powstawania społecznej odpowiedzialności.

Pamiętaj! W zbudowaniu i rozwijaniu Szkolnego Klubu Wolontariatu może Tobie pomóc Stowarzyszenie CREO, które realizuje programy edukacyjne WIELKODUCHY i WOLONTARIAT Z KLASĄ. Więcej informacji nt. programów znajdziesz na stronach internetowych www.wielkoduchoy.pl i www.wolontariat.eu

Zakładanie Szkolnego Klubu Wolontariatu.

Szkolne Kluby Wolontariatu to grupy młodych ludzi, które działają w myśl idei wolontariatu: świadomie, dobrowolnie i nieodpłatnie. Aktywnie włączają się w rozwiązywanie lokalnych problemów i niosą pomoc potrzebującym. Działają na rzecz społeczności szkolnej organizując przedsięwzięcia i akcje na rzecz szkoły lub jej uczniów. Ich działania skierowane są również do społeczności lokalnej, gdzie pomagają potrzebującym w najbliższym otoczeniu (chorym, niepełnosprawnym, osobom starszym, zwierzętom itp.) oraz organizują kwesty, zbiórki włączając się również w ogólnokrajowe akcje.

Inicjatywa założenia Szkolnego Klubu Wolontariatu wynika zwykle z rozpoznanej wcześniej potrzeby przez pedagoga lub samych uczniów. Najważniejsze jest określenie roli jaką ma pełnić klub w społeczności szkolnej i czy jest odpowiedzią na potrzeby danego środowiska. Określenie jego misji i tożsamości wynika bezpośrednio z rozpoznania i diagnozy najbliższego środowiska.

Zakładanie Szkolnego Klubu Wolontariatu odbywa się w kilku etapach:

Wyłonienie osoby koordynującej.

Pierwszym krokiem w organizowaniu Szkolnego Klubu Wolontariatu jest wyłonienie osoby, która będzie chciała założyć i prowadzić klub, oraz będzie koordynowała wszystkie jego działania. Zwykle inicjatorem i organizatorem jest pedagog, który zna i rozumie idee wolontariatu. Sam działał lub działa w wolontariacie. Widzi korzyści płynące z tych działań zarówno dla uczniów jak i dla środowiska szkolnego czy lokalnego. Bywa, że dyrekcja danej placówki widzi potrzebę założenia takiego klubu i typuje w tym celu odpowiednią osobę ze swojej kadry pedagogicznej. Inicjatorami bywają również rodzice uczniów, lokalni liderzy, społecznicy, starsi koledzy. Nierzadko też inicjatorami bywają sami uczniowie, którzy czują potrzebę takich działań, być może już działają tylko chcą identyfikacji. Drogi wyboru i powołania koordynatora są różne, lecz najważniejsze by była to osoba, która chce i potrafi to robić. Osoba ta powinna przede wszystkim lubić pracę z dziećmi i mieć predyspozycje do kierowania nimi. Umieć rozpoznawać potrzeby innych i organizować działania w grupie. Powinna mieć charyzmę do angażowania uczniów w tworzenie przemyślanych i zaplano-

ABC WOLONTARIATU W SZKOLE

wanych działań. Być dla nich autorytetem. Ważne by miała wiedzę z zakresu zarządzania wolontariatem: motywowania i nagradzania wolontariuszy, obszarów i form działań, prawa dotyczące działań wolontariackich. Tu polecamy szkolenia przygotowujące do pełnienia roli koordynatora Szkolnego Klubu Wolontariatu organizowane przez Stowarzyszenie CREO.

Wprowadzenie uczniów/członków.

Uczniowie wyrażający chęć wstąpienia do Szkolnego Klubu Wolontariatu rozpoczynają pierwszą w swoim życiu zorganizowaną działalność społeczną. Niezbędne jest zatem zdobycie lub pogłębienie przez nich wiedzy na temat wolontariatu: obszarów i działań których się będą podejmować, motywacji, zasad pracy i etyki wolontariusza. Wiedzę tę, w sposób odpowiedni do wieku powinni zdobyć podczas kilku pierwszych spotkań klubu.

Opracowanie zasad klubu.

Niezbędnym narzędziem działalności klubu jest wspólne opracowanie zasad działalności koła oraz Karty Etycznej Wolontariusza. Każdy członek klubu powinien uczestniczyć w tworzeniu i przyjąć własnoręcznym podpisem regulamin, który określał będzie zasady postępowania i kierunki działania. Wspólnie opracowuje się również kartę etyczną. Tworzona w oparciu o idee wolontariatu będzie podstawą, aby szanować i respektować jej wartości. Karta etyczna wolontariusza jest istotnym dokumentem w Szkolnym Klubie Wolontariatu. Przed przystąpieniem do realizacji inicjatyw wolontariusz powinien się z nią zapoznać i zaakceptować. Dobrze, by była ona cały czas do dyspozycji – np. może być wywieszona w klasie lub gablocie.

Analiza potrzeb uczniów, szkoły, środowiska

Kolejnym krokiem jest poznanie potrzeb uczniów, środowiska szkolnego i lokalnego w którym klub umiejscowi swoje działania. Należy rozpoznać oczekiwania, zainteresowania i możliwości uczniów. W przypadku środowiska szkolnego dobrze jest zaprosić na spotkanie klubu pedagogów, nauczycieli i rodziców, aby przedyskutować z nimi potrzeby i zakres działań pomocowych. W środowisku lokalnym powinno się odwiedzić lokalne organizacje pozarządowe, placówki i jednostki samorządowe, aby dowiedzieć się jakiej pomocy i jakich działań potrzebują. Wspólnie ustalamy w jakim zakresie mogą tam działać Wolontariusze. Wśród pracowników szkoły lub innej placówki, w której będą działać należy wyznaczyć osobę odpowiedzialną za te działania.

Tworzenie planów działań na zasadzie projektowej.

Rolą koordynatora jest tu dopasowanie potrzeb uczniów do zadań, jakie są do wykonania na rzecz szkoły, jej uczniów oraz środowiska lokalnego. Dobrą praktyką jest jeśli mapę potrzeb uczniowie – członkowie klubu analizują i opracowują wspólnie z koordynatorem, ponieważ to oni najczęściej znają problemy swoich kolegów czy sąsiadów. Są wnikliwymi obserwatorami potrzeb środowiska lokalnego.

Na początkowych spotkaniach klubu uczniowie wspólnie z koordynatorem analizują i tworzą mapę potrzeb. Ustalają w jakim zakresie mogą pomóc. Najlepiej jeśli jest to roczny (obejmujący rok szkolny) plan zawierający w sobie poszczególne projekty. Każdy projekt musi mieć harmonogram działań, w którym zawarty jest czas realizacji, scenariusz zadania, podział zadań i odpowiedzialności za ich realizację.

Planowanie pozwala na systematyczną i uporządkowaną pracę klubu. Pozwala na skoordynowanie działań klubu z obowiązkami szkolnymi uczniów. Daje jasny obraz dla potencjalnych, przyszłych członków w jakim zakresie i jakie są formy działań klubu.

Tu polecamy szkolenia przygotowujące do myślenia projektowego w realizacji inicjatyw społecznych organizowane przez Stowarzyszenie CREO.

Wspieranie, nagradzanie oraz monitorowanie działań.

Działalność klubu wymaga ciągłego monitorowania. Odbывается to poprzez uczestniczenie w spotkaniach, organizowanych przez nich przedsięwzięciach i planowaniu kolejnych działań. Podstawowym wykładnikiem prowadzonych przez uczniów działań są karty pracy, które należy systematycznie prowadzić. Są one również podstawą do nagradzania uczniów za ich działalność. Nagradzanie wolontariuszy może przybierać różne formy: dyplomy, wyróżnienia, pochwały oraz inne (wcześniej ustalone w zasadach klubu). Należy pamiętać o corocznym dniu wolontariusza, aby uczcić go i z tej okazji wyróżnić najbardziej aktywnych wolontariuszy.

Promocja Szkolnego Klubu Wolontariatu.

Na każdym etapie działalności Szkolnego Klubu Wolontariatu niezbędna jest jego promocja zarówno w szkole jak i w środowisku lokalnym. Na etapie tworzenia klubu celem jej będzie zachęcanie i rekrutacja uczniów. Mogą to być ulotki, plakaty lub specjalna akcja informacyjna. W późniejszym czasie warto zaplanować wydarzenia, które pozwolą poinformować społeczność lokalną o działalności klubu. Na akcje promocyjne warto zapraszać lokalne organizacje, placówki, jednostki samorządowe na rzecz których działają lub chcą działać członkowie klubu. Warto również zaprosić lokalne media, które zrelacjonują ważne wydarzenia czy akcje.

Bibliografia

- Katarzyna Kołodziej. (2011) .Wolontariat w pytaniach i odpowiedziach-Poradnik – Prawny: wydawnictwo Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu;
- Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. – o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie Dz.U. z 2010 r. nr 234, poz. 1536
- <http://wolontariat.org.pl/>

Przypisy

¹ Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. – o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie Dz. U. z 2010 r. Nr 234, poz. 1536

Przytoczony scenariusz jest standardem stosowanym w stowarzyszeniu CREO podczas zajęć w ramach programu edukacyjnego **Wolontariat z klasą**.

GŁÓWNE CELE ZAJĘĆ:

- przedstawienie idei wolontariatu
- stworzenie definicji wolontariusza i wolontariatu
- przedstawienie korzyści płynących z angażowania się w wolontariat
- zapoznanie się z prawami i obowiązkami wolontariusza

ŚRODKI DYDAKTYCZNE I ZASTOSOWANE MATERIAŁY:

Zajęcia prowadzone w formie warsztatowej z elementami pogadanki i dyskusji z uczestnikami.

Materiały potrzebne do zajęć to kredki/pisaki, kartki flipchart, kartki A4, karteczki samo-przylepne, taśma klejąca.

PRZEBIEG ZAJĘĆ:

1. WPROWADZENIE

- 5 minut

Prezentacja osoby trenera oraz programu szkolenia. Prowadzący może również przedstawić dotychczasowe doświadczenia wolontariackie podejmowane przez prowadzony przez niego Klub Wolontariatu.

2. KIM JEST WOLONTARIUSZ

(ZADANIE WARSZTATOWE) – 20 minut

Uczestnicy samodzielnie (lub podzieleni na grupę) otrzymują zadanie narysowania na środku kartki postaci wolontariusza. Następnie ich zadaniem jest narysowanie min. 5 atrybutów kojarzących im się z osobą wolontariusza (tj. cech, mocy, umiejętności itp.). Przykładowo mogą to być skojarzenia tj. „dobre serce” czy „pomocna dłoń”. Na kartkach uczestnicy umieszczają swoje imiona.

Następnie każdy z uczestników (lub przedstawiciel grupy) przedstawia swój rysunek. Kartki zawieszane są w widocznym miejscu i towarzyszą nam przez całe zajęcia.

3. STWORZENIE DEFINICJI WOLONTARIUSZA I WOLONTARIATU

– 5 minut

Na podstawie zadania nr 1 stworzone zostało wyobrażenie o osobie wolontariusza. Prowadzący podsumowuje opisane prace i przytacza ogólnie przyjętą definicję wolontariatu („Dobrowolna, bezpłatna, świadoma praca na rzecz innych lub całego społeczeństwa,

SCENARIUSZ LEKCJI O WOLONTARIACIE

PRZEWIDYWANY CZAS TRWANIA: 90 MINUT

Wioletta Iwona Grześkowiak – Fundacja Podaj Dalej

Ryszard Michalski – Stowarzyszenie CREO

SCENARIUSZ LEKCJI O WOLONTARIACIE

wykraczająca poza związki rodzinno-koleżeńsko-przyjacielskie“.) wraz z odpowiednim komentarzem.

4. DOPASOWANIE CECH I UMIEJĘTNOŚCI DO PRACY WOLONTARIACKIEJ (ZADANIE WARSZTATOWE) – 15 minut

Uczestnicy mają za zadanie wypisać na kartce jedną charakteryzującą ich cechę osobowościową (np. „*milczący*“, „*gadatliwy*“, „*nadpobudliwy*“) oraz jedną umiejętność (np. „*gotowanie*“, „*gra na gitarze*“). Następnie każdy z uczestników przekazuje kartkę osobie siedzącej po prawej stronie.

Zadaniem każdego będzie odczytanie otrzymanych kartek oraz dopasowanie do przytoczonych cech i umiejętności przykładowego rodzaju i formy pracy wolontariackiej.

Komentarz prowadzącego powinien prowadzić w kierunku tezy, iż dla każdego wolontariusza można znaleźć odpowiednie miejsce pracy – uwzględniając jego cechy osobowościowe oraz dotychczasową wiedzę, umiejętności i doświadczenie.

5. CZY KAŻDY MOŻE BYĆ WOLONTARIUSZEM? (DYSKUSJA) – 10 minut

Prowadzący na podstawie wcześniejszego zadania może przejść do dyskusji na temat tego czy są jakieś ograniczenia, które uniemożliwiają podjęcie pracy wolontariackiej. Prowadzący wspólnie z uczestnikami zastanawiają się czy wolontariuszem może zostać dziecko, osoba niepełnosprawna czy starsza.

Komentarz prowadzącego powinien prowadzić w kierunku tezy, iż każdy może zostać wolontariuszem – bez względu na wiek, sprawność, płeć wykształcenie czy kolor skóry.

Zadanie można również poprowadzić w formie warsztatowej – dzieląc grupę na 3 zespoły, z których każdy zastanowi się kolejno nad przykładowymi miejscami pracy wolontariackiej dla dziecka, osoby niepełnosprawnej czy osoby starszej.

6. RODZAJE PRACY WOLONTARIACKIEJ – 10 minut

Prowadzący przedstawia dwa podziały pracy wolontariackiej, ze względu na:

1. Charakter pracy
 - Indywidualna
 - Zespołowa
2. Czas pracy
 - Akcyjna
 - Długoterminowa

Wspólnie z uczestnikami przytaczane są przykładowe akcje odpowiadające ww. podziałom na przykładzie dotychczasowych doświadczeń wolontariackich i obserwacji akcji społecznych prowadzonych przez największe organizacje pozarządowe i instytucje społeczne.

7. KORZYŚCI Z PRACY WOLONTARIACKIEJ (ZADANIE WARSZTATOWE) – 15 minut

Prowadzący dzieli uczestników na dwie grupy. Pierwsza z nich otrzymuje zadanie opisanego tego co dają od siebie jako wolontariusz druga grupa otrzymuje zadanie opisanego tego co biorę dla siebie z pracy wolontariackiej. Następnie przedstawiciele obu grup przedstawiają swoje prace.

Komentarz prowadzącego powinien zmierzać do tego, że praca wolontariacka nie jest bezinteresowna. Bo równie dużo dajemy od siebie, ale również sporo otrzymujemy. Przykładowo dajemy swoją przyjaźń i ją otrzymujemy. Wykorzystujemy w pracy jedną umiejętność, a uczymy się nowej. Korzystamy z dotychczasowej wiedzy, ale też zdobywamy nową.

8. PODSUMOWANIE – 10 minut

Prowadzący podsumowuje zajęcia. Uczestnikom zajęć zaprezentowany zostaje kodeks etyczny klubu wolontariatu oraz karta etyczna wolontariusza. Uczestnicy zostają zapoznani ze swoimi prawami i obowiązkami. W tym miejscu powinna pojawić się mocna zachęta do podjęcia pracy wolontariackiej w utworzonym Klubie Wolontariatu. Prowadzący powinien jasno ukazać korzyści płynące ze współpracy, ale też dać jasno do zrozumienia, że liczy na to, że każdy da z siebie wszystko i będzie w swojej pracy odpowiedzialny. Warto zapewnić, że klub jest zawsze otwarty na nowe pomysły oraz szkolenia dla wolontariuszy, a każdy może zgłosić swoje obawy gdy takie się pojawią.

Uczestnikom warto polecić również stronę internetową programu Wolontariat z Klasą (wolontariat.eu) gdzie mogą zapoznać się z wieloma akcjami wolontariackimi podejmowanymi przez wolontariuszy skupionych w Szkolnych Klubach Wolontariatu.

ZALECENIA:

Przed spotkaniem z wolontariuszami zaleca się zapoznanie z „Ustawą o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie” z dnia 24 kwietnia 2003 roku

LINK: <http://www.pozYTEK.gov.pl/Ustawa,o,dzialalnosci,pozytku,publicznego,i,o,wolontariacie,405.html>

W ustawie ujęte są prawa i obowiązki wolontariusza oraz korzystającego, oraz ważne informacje dotyczące ubezpieczenia wolontariusza.

Planowanie i realizacja projektów przez Szkolne Kluby Wolontariatu

Małgorzata Cieślak – Stowarzyszenie CREO

Ryszard Michalski – Stowarzyszenie CREO

PLANOWANIE I REALIZACJA PROJEKTÓW PRZEZ SZKOLNE KLUBY WOLONTARIATU

Codziennie realizujemy projekty, planując, organizując, wdrażając działania, dzięki którym osiągamy stawiany sobie cel – wyjazd na wakacje, zmianę pracy, wycieczkę z dziećmi czy przyjaciółmi. Projekty społeczne nie różnią się bardzo od naszych powszednich przedsięwzięć. Rządzą nimi jednak pewne zasady, które przybliżyliśmy w niniejszym rozdziale. Warto się z nimi zapoznać, bo tworzyć, przenosić na papier, realizować projekty może naprawdę każdy – wystarczy wiedza, trochę praktyki, chęci i obowiązkowość.

Dlaczego warto stosować pracę projektem?

Wdrażanie projektów w SKW pozwala na uporządkowane, systematyczne budowanie wzorcowych przedsięwzięć społecznych. Mogą to być zarówno pojedyncze akcje i wydarzenia, jak i długofalowe działania. Najważniejsze w pracy projektem jest planowanie. Wydaje się ono nam często zbyt czasochłonne, a nawet niepotrzebne. Jednak jest zupełnie odwrotnie – to planowanie pozwala zawczasu rozeznaczyć posiadane zasoby, przewidzieć przyszłe koszty, pomyśleć o kreatywnym, niecodziennym podejściu. Planowanie oszczędza nam kłopotów w przyszłości – warto w nie zainwestować.

Co ważne **projekty SKW należy tworzyć z jego członkami**. W żaden, nawet najlepszy projekt nauczyciela, uczniowie nie zaangażują się tak chętnie, jak w ten, który wypracowywali wspólnie. Poza tym to uczniowie mogą być naszymi „oczami i uszami” w środowisku i to oni mogą najbardziej przyczynić się do opracowania pomysłu i planu działania.



10 kroków w podejściu projektowym (standard stosowany przez Stowarzyszenie CREO):

1. POMYSŁ
2. UZASADNIENIE
3. CELE
4. ZASOBY
5. GRUPA DOCELOWA
6. DZIAŁANIA
7. HARMONOGRAM
8. BUDŻET
9. REZULTATY
10. ZAKOŃCZENIE

Myślę o projekcie – więc jest

Skąd czerpać inspirację do tworzenia projektu? Z obserwowanej rzeczywistości. Najważniejsza zasada to odpowiadać na realne problemy społeczne. Innymi słowy – zastanówmy się – po co mają działać nasi Wolontariusze? W jakim zakresie ich pomoc jest najbardziej potrzebna w lokalnym środowisku? Na tym etapie nie stawiamy na innowację i nowość – po prostu zdiagnozujemy sytuację w szkole, wśród rówieśników, w miejscowości, na osiedlu. Potrzebnych informacji może dostarczać lokalna gazeta czy radio, warto zaglądać również na serwisy internetowe.

Wyartykułowanie problemu to często problem sam w sobie. Najlepiej w jednym lub kilku zdaniach spróbować opisać zdiagnozowaną trudność. Na przykład może to brzmieć w taki sposób: *„W naszej społeczności zupełnie nieaktywni są starsi mieszkańcy, zwłaszcza Ci mieszkający samotnie. Pozostawieni sami sobie, większość czasu spędzają w domu, podpadają na zdrowiu, są często męczący dla młodszych członków społeczności”*

Nie powinniśmy angażować się w inicjatywy, do których nie mamy pełnego przekonania. To właśnie nasze nastawienie, wyrażone – często podświadomie – w sposobie przedstawiania projektu, przekona innych do włączania się w jego realizację a potencjalnych sponsorów czy grantodawców do przekazywania ewentualnych dotacji.

Przekonaj – a zyskasz

Naszą wiarygodność jako realizatora projektu wzmacniają informacje przedstawione w celu uzasadnienia konieczności realizacji działań. Po prostu – dobrze opisany problem, przedstawiony z wyczerpującym opisem, rzadziej pozostawi obojętnym potencjalnych współpracujących, sponsorów czy media. Opierając się na wybranym powyżej przykładzie, powinniśmy:

- przedstawić krótko naszą społeczność – ile ma mieszkańców, czy to osiedle, czy miejscowość, podać jej charakterystyczne cechy;
- podać ilu jest starszych mieszkańców;
- określić ilu z nich mieszka samotnie, skąd to wiemy;
- opisać dokładnie sytuację i problemy osób mieszkających samotnie i podać skąd mamy takie dane i takie opinie (na przykład ten temat pojawił się na spotkaniu rady gminy lub rady osiedla, mamy informacje z Ośrodka Pomocy Społecznej, itp)

PLANOWANIE I REALIZACJA PROJEKTÓW PRZEZ SZKOLNE KLUBY WOLONTARIATU

Zebranie takich informacji zabiera trochę czasu, jednak jest niezbędne z dwóch powodów. Po pierwsze sami zagłębiaamy się w problem, przygotowując sobie informacje niezbędne dla dalszego planowania działań. Po drugie przygotowujemy się do konfrontacji z odbiorcami działań, których przychylność może w dużym stopniu zjednać nasza wiedza na temat skali problemu.

Jeżeli w planowanym projekcie zakładamy wsparcie konkretnej instytucji, to podstawą dobrego uzasadnienia będą spotkania i rozmowy z jej przedstawicielami. Warto przeanalizować dotychczasowe działania instytucji, warto także pisemnie dokumentować wszelkie ustalenia (choćby deklarację współpracy w formie listu intencyjnego).

Celujmy z precyzją

Wspólny cel tworzy społeczność. Jeżeli uda nam się określić cel w taki sposób, aby zwrócił uwagę innych – to już połowa sukcesu. Standardem jest określanie celów projektowych zgodnie z zasadą S.M.A.R.T. (akronim od ang. *Simple, Measurable, Achievable, Relevant, Timely defined*, dosł. *sprytny*), według której cele powinny być:

- **PROSTE** – czyli zrozumienie ich nie powinno stanowić kłopotu, powinny być jednoznacznie sformułowane i niepozostawiające miejsca na luźną interpretację;
- **MIERZALNE** – czyli sformułowane w taki sposób, by można było liczbowo wyrazić stopień realizacji celu, lub przynajmniej umożliwić jednoznaczne sprawdzenie poziomu jego realizacji;
- **OSIĄGALNE** – czyli realne do osiągnięcia, bowiem zbyt ambitne podkopują wiarę w ich osiągnięcie;
- **ISTOTNE** – czyli ważne społecznie i pokazujące konkretną zmianę;
- **OKREŚLONE W CZASIE** – czyli powinny wskazywać, w jakim terminie zamierzamy je zrealizować.

Postępując się naszym przykładem, możemy sformułować cel w następujący sposób.:

Poprawa jakości życia przez zwiększenie aktywności społecznej i aktywne włączenie w życie gminy/osiedla 20 seniorów (po 65 roku życia) mieszkających samotnie w naszej społeczności w ciągu 5 miesięcy.

To co mamy – to aż nadto

Wyznajemy zasadę: aby coś zrobić, musimy najpierw mieć odpowiednie zaplecze. To prawda, jednak często nie zdajemy sobie sprawy, jak znacznym potencjałem dysponujemy my sami. Dlatego zanim będziemy planować działania odpowiadające na problem i zmierzające do określonego już celu, zróbmy przegląd naszych sił:

- Działamy w szkole – zorientujmy się, do jakiej infrastruktury mamy dostęp i kiedy. Na co wyrazi zgodę dyrekcja? Z jakich pomieszczeń i sprzętów możemy korzystać? Czy mamy dostęp do szkolnych mediów, tablic informacyjnych?



- Jaką liczbą uczniów możemy „dysponować”? Jacy są nasi wolontariusze? Określmy sobie ich mocne strony, wytypujmy kto, w jakiej działalności się najlepiej sprawdzi. Warto rozważyć wszystkie ich talenty i umiejętności i uwzględnić ten zasób w planowaniu działań (np. uczniowie z pasją fotografowania i filmowania mogą doskonale dokumentować zajęcia, a uzdolnieni plastycznie przygotować plakaty promujące wydarzenie). Zaangażujmy rodziców i innych nauczycieli. Pomyślmy o tym jak ich motywować (motywowaniu poświęcony jest osobny rozdział publikacji).
- Czy może mamy dostęp do innych zasobów – na przykład oferowanych przez współpracujące instytucje, rodziców, absolwentów? Może ktoś ma umiejętności, wiedzę, kontakty, sprzęty, które możemy wykorzystać przy planowaniu działań?

Im więcej zasobów uda się wytypować już na tym etapie przygotowań, tym łatwiej będzie można zaplanować i zrealizować projekt.

Nasi odbiorcy – nasza wizytówka

Wiedząc już, jakimi zasobami dysponujemy, przystępujemy do pracy nad samą inicjatywą. Najpierw określamy dokładnie, kim mają być odbiorcy naszego projektu. Warto, przygotowując się do ich zaproszenia do udziału w działaniach (rekrutacji), sporządzić sobie listę potencjalnych uczestników. Nie każdy z nich będzie zainteresowany naszą ofertą. Stąd należy dobrze wyważyć, wracając jeszcze do celu, ile osób zaprosimy do udziału w projekcie, a ile realnie potrzebujemy

PLANOWANIE I REALIZACJA PROJEKTÓW PRZEZ SZKOLNE KLUBY WOLONTARIATU

pomocy. Szkoda odmawiać udziału, ale szkoda też nie osiągnąć założonej liczby odbiorców. Od czego zależy to, ile osób możemy uwzględnić w projekcie?

- od naszych zasobów i mocy przerobowych,
- od finansów, jeżeli udział uczestników wiąże się z kosztami,
- od tego jak duża jest grupa, którą dotyka problem,
- od sposobu promocji i rekrutacji,
- od atrakcyjności działań.

Wiele czynników wpływa na sukces w zebraniu grupy docelowej. Należy je zdecydowanie uwzględniać w planowaniu. Warto pamiętać, że odbiorcami działań może być nie tylko konkretna instytucja, lub konkretna grupa. Ze wsparcia skorzystać może bowiem również cała społeczność – lokalna czy szkolna. Ponadto, każdy projekt przynosi też korzyści realizatorom i zaangażowanym osobom, choćby w postaci zyskania satysfakcji czy nowych doświadczeń.

Kto nie działa – ten nie zyskuje

Przystępując do planowania działań, stajemy przed szansą wykorzystania naszej kreatywności. To element projektu, w którym możemy wprowadzić innowacje. Działania muszą odpowiadać na realną potrzebę (zdiagnozowany problem), muszą też przynosić pożądany cel. Użyte metody i sposoby działania powinny tchnąć świeżością, będąc atrakcyjnymi, ale jednocześnie i realnymi i zasadnymi. Do ich realizacji wykorzystamy zidentyfikowane wcześniej zasoby. Sugerowany podział działań przy realizacji konkretnego projektu prezentuje się następująco:

- zarządzanie
- rekrutacja
- promocja
- wprowadzenie do projektu
- przygotowanie projektu
- realizacja projektu
- podsumowanie projektu

ZARZĄDZANIE

To ważne, aby jedna osoba czuwała nad całością działań w projekcie. Rozproszenie odpowiedzialności powoduje, że nikt do końca nie pilnuje terminów, realizacji, organizacji czy rozliczenia. To nie oznacza, że inne osoby nie mogą być włączone w podejmowanie decyzji. Należy określić po prostu, kto będzie odpowiedzialny za poszczególne zadania, a kto będzie odpowiadał za całość przedsięwzięcia. Podział zadań warto spisać, aby zawsze można było wrócić do określonej hierarchii w zespole. W działania, na różnym etapie, należy włączyć praktycznie każdego członka SKW. Należy także ustalić, jak rozliczane będzie wykonanie zadań, oraz jakie konsekwencje grożą za niewywiązanie się z obowiązków.

Przy planowaniu zarządzania projektem należy pamiętać także o przygotowaniu niezbędnych dokumentów, w tym:

- umów wolontariackich z członkami SKW;
- umów o współpracy z instytucjami, sponsorami, itp.;

PLANOWANIE I REALIZACJA PROJEKTÓW PRZEZ SZKOLNE KLUBY WOLONTARIATU

- listów intencyjnych – podpisywane na początku współpracy, deklarujące chęć wspólnej realizacji działań;
- kart czynności wolontariuszy;
- list obecności;
- dzienników zajęć;
- ankiet weryfikujących czy udało nam się, na przykład zaplanować warsztaty zgodne z oczekiwaniami uczestników.

Oczywiście, dokumentowanie działań jest ważne, jednak „papiery” nie mogą przestonić faktycznych działań.

REKRUTACJA

Zaproszenie do realizacji działań będziemy kierować zarówno do wolontariuszy, jak i przyszłych uczestników projektu. Planowanie rekrutacji jest nierozłącznie związane z działaniami promocyjnymi w projekcie. Ponieważ i promocja i rekrutacja to ważne zadania, poświęcamy im osobny rozdział publikacji. W tym miejscu tylko nadmieniamy: do rekrutacji wybieramy odpowiednie kanały komunikacji i promocji. Rekrutując, używajmy języka korzyści – przedstawmy, co zyskają zapraszani do projektu odbiorcy lub wolontariusze. To ważne, bo każdy z nas podejmuje działania, które przyniosą mu zysk, niekoniecznie finansowy. Zarówno dla wolontariuszy, jak i uczestników projektów realizowanych przez SKW, istotnymi są: zyskana satysfakcja, nowe znajomości, umiejętności, nawiązane przyjaźnie.

W trakcie poszukiwań partnerów społecznych powinniśmy przygotować się na przybliżenie naszej działalności i planowanego projektu.

PROMOCJA

Szczegółowe opisy możliwych działań promocyjnych w SKW, służących różnym celom, zostały przedstawione w rozdziale dedykowanym promocji. W realizacji projektów dofinansowanych przez sponsora czy grantodawcę, wręcz wymagane jest promowanie źródła finansowania. Ale i bez wymogów, dobrze zaplanowane i przeprowadzone działania promocyjne mogą bardzo wzmocnić wizerunek naszego Klubu i stanowić dobrą podstawę do nawiązywania nowych relacji i pozyskiwania nowych sympatyków. Co istotne, każde z działań promocyjnych mogą w całości zrealizować wolontariusze. Stąd przy „montowaniu” zespołu projektowego warto uwzględnić w nim miejsce dla osób, które mają umiejętności i predyspozycje do takich działań – na przykład świetnych pisarzy czy doskonałych fotografów.

WPROWADZENIE DO PROJEKTU

Ponieważ projekt będzie realizowany w społeczności szkolnej, a na pewno jej siłami, warto przekazać informację o planach działania dyrekcji, rodzicom, innym nauczycielom. Trzeba „przegadać” wszystko z wolontariuszami SKW. A także przedstawić plany projektowe pozostałym uczniom – może w ten sposób zachęcimy ich do włączania się w wolontariat? Podczas prezentacji



FOTO: CREO

projektu nie należy zapomnieć o pokazaniu, dlaczego chcemy działać. To czas na zaznajomienie środowiska szkolnego z problemem społecznym, jaki zauważyli wolontariusze.

PRZYGOTOWANIE PROJEKTU

Przed nami najbardziej szczegółowy etap planowania działań. Musimy określić je krok po kroku, zdecydować się co i jakimi metodami chcemy zrobić:

Będziemy organizować spotkania i warsztaty dla seniorów – jedno z nich będzie dotyczyło tematów zdrowotnych. Będzie trwało 2 godziny, podczas których zaprosimy lekarza, pielęgniarkę i trenera nordic walking. Spotkanie odbędzie się w szkole. Seniorzy dowiedzą się więcej o najczęstszych dolegliwościach swojego wieku i jak im przeciwdziałać. Będą zachęceni do aktywności fizycznej. Po spotkaniu zaproszeni zostaną na wspólne, z wolontariuszami, spacer z kijkami. Pod koniec projektu zorganizujemy rajd nordic walking.

Dzielimy obowiązki, rozpisujemy harmonogram działań, gromadzimy potrzebne zasoby. Gdy okres przygotowania jest rozłożony w dłuższym czasie, warto organizować spotkania robocze, podczas których każdy z zespołu przedstawi sprawozdanie z pracy oraz zasygnalizuje ewentualne spostrzeżenia, obawy czy wątpliwości. Nie powinniśmy bagatelizować żadnego zgłoszenia od wolontariuszy.

REALIZACJA PROJEKTU

To moment lub dłuższy etap, w którym nie będziemy już mieli za wiele czasu na planowanie. Jednocześnie wymaga od nas czasu i energii, a także reagowania na opóźnienia, zmiany w planach, wydarzenia wpływające na realizację projektu. Bez wcześniejszych przygotowań pozostanie nam improwizacja, która często wprowadza wiele chaosu.

Koniecznym jest udokumentowanie całego wydarzenia. Przyda się to promocji naszych działań i posłuży jako doskonały materiał do archiwum. Warto wystosować zaproszenie do lokalnych mediów i przygotować dla nich informację z podstawowymi danymi o propo-

PLANOWANIE I REALIZACJA PROJEKTÓW PRZEZ SZKOLNE KLUBY WOLONTARIATU

nowanych przez nas działaniach. Na wydarzenia projektowe zapraszamy wszystkich, którzy przyczynili się do możliwości realizacji przedsięwzięcia – rodziców, dyrekcję, sponsorów, współpracujących.

PODSUMOWANIE INICJATYWY

Zwieńczeniem działań powinno być oficjalne jego podsumowanie oraz podziękowanie za udział i wsparcie wszystkim zaangażowanym. Można to zrobić w formie spotkania, można wykorzystać szkolne apele i uroczystości. Najistotniejsze jest to, aby docenić pracę wykonaną przez wolontariuszy i pokazać innym, jak cenne jest angażowanie się na rzecz społeczności. Przygotujmy dyplomy lub certyfikaty – przydadzą się młodym ludziom w ich późniejszych zmaganiach zawodowych. W trakcie podsumowania podziękowania należą się również wszystkim pozostałym zaangażowanym, choćby pośrednio, w pomoc przy realizacji projektu.

Wszystko rób w swoim czasie

Jak wiadomo, czas jest zawsze najbardziej deficytowym zasobem. Aby wykorzystać go jak najlepiej, rozpiszmy zadania projektowe niczym w kalendarzu. Uwzględniamy w planowaniu harmonogramu wszelkie święta, wakacje i pory roku.

Poniżej przedstawiamy przykładowy harmonogram – oczywiście w tym realnym wydarzenia muszą być opisane bardziej szczegółowo.

DZIAŁANIE	WRZESIEŃ	PAŹDZERNIK	LISTOPAD	GRUDZIEŃ	STYCZEŃ
ZARZĄDZANIE	X	X	X	X	X
REKRUTACJA	X				
PROMOCJA	X	X	X	X	X
WPROWADZENIE DO PROJEKTU	X				
PRZYGOTOWANIE PROJEKTU	X	X			
REALIZACJA PROJEKTU (DZIAŁANIA DLA SENIORÓW)		X	X	X	
PODSUMOWANIE INICJATYWY					X

Pieniądze – to nie wszystko

Wszystko co robimy, choć nie musi angażować środków pieniężnych, kosztuje – nasz czas, siły, energię, pracę. Dobrze skalkulowany budżet powinien uwzględniać wszelkie koszty, jakie poniesiemy na realizację projektu – należy wziąć pod uwagę sumę niezbędnych nakładów finansowych, osobowych i rzeczowych. Każda pozycja budżetowa jest policzalna i może wskazać konkretną wartość liczoną w złotych. Przeliczać będziemy zarówno pracę wolontariuszy, jak i wartość danego sprzętu, czy innych zasobów, jakimi dysponujemy. Dlaczego warto to zrobić? Taki budżet pokazuje skalę całego przedsięwzięcia, pomaga uświadomić czytającym, jak wiele nakładów wymaga realizacja projektu, daje też wiedzę wolontariuszom, jak mogą być wyceniane ich zadania. Gdybyśmy byli zmuszeni zrealizować projekt bez planowanego wkładu osobowego czy rzeczowego (np. wycofał się wolontariusz czy sponsor) to wiemy wtedy dokładnie, jakie nakłady finansowe są nam niezbędne, aby dopiąć budżet przedsięwzięcia. Przygotowany budżet przyda się również w rozmowach ze sponsorami, dyrekcją, rodzicami. Zobaczą oni, jak wiele wycenionych zasobów zgromadziliśmy i, jeżeli zdecydujemy się prosić o wsparcie finansowe projektu, chętniej wyłożą brakującą kwotę, zamiast pełnej sumy.

Najlepiej, aby w budżecie wyszczególnione zostały konkretne działania z przypisanym im kosztem. Dzięki temu budżet będzie przejrzysty i spójny. Wszystkie wyliczenia muszą być realne i adekwatne do skali przedsięwzięcia, a każda pozycja budżetowa musi być zasadna i odpowiadać na faktyczne potrzeby. Jeżeli wyceniamy czyjąś pracę, musimy przyjąć stawki, jakie mógłby on faktycznie otrzymać. Dlatego warto rozeznac lokalny rynek. Na etapie planowania budżetu zapewne przekonamy się, co jesteśmy w stanie zrobić własnymi zasobami, a na co bezwzględnie potrzebne będą środki finansowe. Z tak przygotowaną informacją można udać się do potencjalnych sponsorów. Możemy ubiegać się zarówno o wsparcie rzeczowe, jak i finansowe. Warto też darczyńcom zaoferować możliwość rozpropagowania informacji o nich jako sponsorze. Czasem wystarczy umieszczenie informacji na stronie internetowej, zawieszenie banneru reklamowego na zorganizowanej imprezie czy też umieszczenie logotypu na koszulkach wolontariuszy.



FOTO: CREO

PLANOWANIE I REALIZACJA PROJEKTÓW PRZEZ SZKOLNE KLUBY WOLONTARIATU

Gdy planujemy większy projekt, można się również ubiegać o dofinansowanie z programów grantowych. W tym celu musimy założyć monitoring stron internetowych z informacjami o dotacjach. Najwięcej aktualnych ogłoszeń o konkursach znajdziemy na stronie www.ngo.pl. Niekoniecznie musimy wnioski aplikacyjne składać samodzielnie (SKW najczęściej nie jest uprawniony do tego formalnie) – warto w tym elemencie szukać partnerów społecznych i zachęcić ich do wspólnego działania.

Przykładowa część budżetu może wyglądać tak:

DZIAŁANIE:	RODZAJ KOSZTU:	WARTOŚĆ WKŁADU WŁASNEGO:	WARTOŚĆ WKŁADU FINANSOWEGO:
1. ZARZĄDZANIE	Praca koordynatora: 5 miesięcy x 400 zł = 2 000 zł (wycena wkładu własnego osobowego – praca wolontariacka)	2 000 zł	0 zł
2. REKRUTACJA	Zaplanowanie i opracowanie informacji umieszczanych w szkole (wycena wkładu własnego osobowego – praca wolontariacka)	200 zł	0 zł
3. PROMOCJA	Koszt opracowania artykułów w gazecie szkolnej: 6 artykułów x 300 zł = 1 800 zł (wycena wkładu własnego osobowego – praca wolontariacka), koszt umieszczenia artykułów na stronie www szkoły – 100 zł (wycena wkładu własnego osobowego – praca wolontariacka)	1 900 zł	0 zł
4. REALIZACJA	Praca prowadzących warsztat: 1 zajęcia x 200 zł = 200 zł (wycena wkładu własnego osobowego – praca wolontariacka) Zakup 5 par kijków dla seniorów – 500 zł	200 zł	500 zł
RAZEM:	4 800 zł (w tym):	4 300 zł	500 zł

Tak przygotowany budżet świetnie wykazuje, jak cenna (również w przeliczeniu na pieniądze) jest aktywność wolontariuszy. A także jak ważny jest potencjał SKW, umożliwiający realizację przedsięwzięć przy mniejszym wydatkowaniu środków. Jednak, przy prezentacji projektu, nie akcentujemy „taniaści” działań, a raczej własne koszty. Wtedy staniemy się atrakcyjnym partnerem, znającym swoją wartość i wnoszącym ogromny wkład do realizacji działań.

Bez projektu nie ma efektów

Osiągnięcie rezultatów pokazuje nasz sukces. Stąd tak istotne jest pokazanie, co zmieni się w wyniku realizacji projektu i wykazanie, że udało nam się zrealizować plany. Rezultaty powinny być realne, spójne z określonym celem i jednocześnie bezpośrednio wynikać z założonych działań. Jeżeli jako działanie uwzględnimy spotkanie dla seniorów, to rezultatem będzie:

- zwiększenie wiedzy w zakresie zdrowia i konieczności aktywności fizycznej przez 20 seniorów;
- zachęcenie 20 seniorów do uprawiania aktywności w grupie;
- integracja seniorów z wolontariuszami;

Osiągnięcie założonego efektu powinno zostać zmierzone. Narzędziami pomiaru mogą być ankiety, raporty, listy obecności, wywiady, obserwacja itp. – innymi słowy każdy dokument, który potwierdzi nasze planowane efekty.

Podsumowanie, czyli wisienka na torcie

Nieważne, czy nasz projekt miał charakter akcyjny, czy też długofalowy – zawsze powinniśmy dokonać rozliczenia podjętych działań. Najlepszą formą podsumowania jest stworzenie raportu końcowego, chociaż krótkiego, w którym przedstawimy bilans zaplanowanych i zrealizowanych działań. Pokażmy, co i w jaki sposób udało nam się osiągnąć. Piszmy optymistyczną prawdę – żaden projekt nie udaje się idealnie, ale też ważne, aby wyciągać wnioski z ewentualnych odstępstw od planu. Stworzony raport można przedłożyć wszystkim zaangażowanym w realizację projektu i zamieścić w internecie (np. na stronie internetowej szkoły). Takie jawne pokazywanie działań zwiększa naszą wiarygodność.

Przedstawione w niniejszym rozdziale podejście projektowe jest standardem stosowanym przez Stowarzyszenie CREO.

Promocja działań Szkolnego Klubu Wolontariatu

Justyna Schaefer-Kurkowiak

PROMOCJA DZIAŁAŃ SZKOLNEGO KLUBU WOLONTARIATU

Kilka lat temu jedna z wielkopolskich szkół podstawowych szukała pieniędzy na wyremontowanie szkolnej świetlicy. Część środków na ten cel udało się jej pozyskać od lokalnego samorządu. Nie była to jednak kwota wystarczająca. Brakującej sumy Szkoła musiała szukać gdzieś indziej. Wówczas pojawił się pomysł na zorganizowanie Festynu, na który można by zaprosić rodziców i lokalną społeczność, a przy okazji zebrać dodatkowe środki na remont świetlicy. Część nauczycieli i uczniów niemal od razu zaangażowała się w organizację tego wydarzenia. Szkolny Klub Wolontariatu podjął się koordynacji całej akcji, zadbał o przydzielenie zadań dla każdej z klas. Podczas Festynu miały odbywać się między innymi konkurencje sportowe, występy uczniów prezentujących swoje talenty, a także licytacja przedmiotów przygotowanych przez dzieci, z której dochód miał być przekazany na planowany remont świetlicy. Prace przygotowawcze szły pełną parą. Wreszcie naszedł dzień Festynu. Uczniowie razem z nauczycielami czekali na swoich gości. Wszystko było związane na ostatni guzik. Niestety mimo pięknej pogody frekwencja podczas Festynu była bardzo słaba. Niewielu rodziców, a tym bardziej lokalnych mieszkańców pojawiło się na tym wydarzeniu. Oznaczało to tylko jedno, środków na remont świetlicy nie udało się zebrać. Wszyscy organizatorzy byli zawiedzeni. Pojawiło się pytanie: Dlaczego na tak dobrze zaplanowanym Festynie zabrakło gości? Odpowiedź na to pytania jest prosta: organizatorzy wydarzenia nie zadbali o jego odpowiednią promocję. Zajęci organizacją Festynu, doбором konkurencji sportowych, ćwiczeniem prezentacji swoich talentów, czy przygotowaniem przedmiotów przekazanych na licytację zapomnieli, aby powiadomić i odpowiednio zachęcić do udziału swoich gości. Rodzice byli przekonani, że to wydarzenie kierowane jest głównie do uczniów, zaś lokalna społeczność w ogóle nie miała pojęcia, że coś takiego ma miejsce. Czym więc jest promocja, że jej pominięcie może doprowadzić do niepowodzenia określonego przedsięwzięcia?

Promocja to oddziaływanie na odbiorców danego działania, produktu, czy usługi. Polega na przekazywaniu odbiorcom informacji, w celu zwiększenia ich wiedzy o danym działaniu, produkcie, czy usłudze i tym samym przekonania ich do włączenia się w te działania lub nabycia danego produktu, czy usługi.

Działania promocyjne, aby zakończyły się sukcesem, muszą być dobrze zaplanowane. Może w tym pomóc przeprowadzenie promocji w sześciu krokach tj.:

1. Krok pierwszy: Zrekrutowanie członków zespołu i ustalenie zasad komunikacji
2. Krok drugi: Określenie celu i opisanie grupy odbiorców
3. Krok trzeci: Weryfikacja dostępnych zasobów
4. Krok czwarty: Dobór narzędzi promocyjnych
5. Krok piąty: Realizacja i podsumowanie działań.

Warto dokładniej prześledzić, jak przebiega każdy z tych pięciu kroków. W tym celu wykorzystany zostanie przykład Szkoły opisanej powyżej.

Pierwszy krok: Zrekrutowanie członków zespołu i ustalenie zasad komunikacji

Warunkiem dobrze przeprowadzonej promocji jest dobrze działający zespół. Żeby jednak ten zespół mógł zacząć funkcjonować trzeba go najpierw zrekrutować. W tym zakresie korzysta się z tych samych narzędzi promocji co do innych grup odbiorców (patrz punkt 4). Zdecydowanie

jednak trudniejsze od pozyskania członków zespołu jest podtrzymanie ich motywacji i chęci do działania. Aby to osiągnąć warto:

- jasno sformułować i przekazać wszystkim członkom zespołu cel dla którego podejmuje się dane działania
- włączyć członków zespołu w wypracowywanie koncepcji wspólnych działań
- ustalić zasady komunikacji w zespole (spotkania, maile, portale społecznościowe itp.).

Sprawdźmy jak rekrutacja członków zespołu przebiegłaby w przypadku Szkoły opisanej we wstępie. W organizację Festynu zaangażowała się część nauczycieli i uczniów. Organizatorzy chcieliby jednak pozyskać większą ilość osób do przygotowania tego wydarzenia. W związku z tym można by w Szkole rozwiesić własnoręcznie przygotowane plakaty zapraszające na spotkanie organizacyjne. Na samym zaś spotkaniu przybliżyć ideę całego Festynu, cel jaki mu przyświeca i ustalić harmonogram kolejnych spotkań. Organizatorzy mogliby również utworzyć grupę na portalu społecznościowym, co usprawniłoby komunikację między nimi.

Drugi krok: Określenie celu i opisanie grupy odbiorców

Promocja pełni zwykle funkcję pomocniczą, wspiera realizację konkretnych zadań. Aby jednak mogła odgrywać swoją rolę skutecznie, musi posiadać jasno określony cel. Przy formułowaniu celu pomocna może okazać się zasada SMART. Zasada SMART¹ mówi, że cel powinien być:

- S** skonkretyzowany, czyli jasno określony
- M** mierzalny, czyli dający się zweryfikować
- A** akceptowalny, czyli wpisujący się w zadanie, któremu promocja ma służyć
- R** realny, czyli możliwy do zrealizowania
- T** terminowy, czyli odpowiednio rozłożony w czasie, zaplanowany.

Postużmy się przykładem opisanym we wstępie. Szkoła postawiła sobie za cel zebranie brakujących środków na remont świetlicy. Aby ten cel osiągnąć zdecydowała się na organizację festynu kierowanego do rodziców i lokalnej społeczności. Celem promocji jest zatem poinformowanie i nakłonienie grupy odbiorców do wzięcia udziału w tym wydarzeniu. Formułując to zgodnie z zasadą SMART, celem promocji jest zrekrutowanie minimum 150 osób – rodziców dzieci ze Szkoły nr Y i okolicznych mieszkańców z dzielnic X do udziału w festynie planowanym na 12 czerwca br. w okresie 3 tygodni.

Sformułowanie celu promocji zgodnie z zasadą SMART umożliwi urealnić planowane działania. Nie rzadko pozwala na określenie zasięgu, czy ustalenie czasu potrzebnego na realizację wskazanego celu. Co więcej, już podczas formułowania celu zwykle wskazuje się grupę odbiorców, określa jej skład oraz ustala liczebność. Dla zwiększenia efektywności działań promocyjnych konieczne jest jednak dokładniejsze scharakteryzowanie adresatów planowanych przedsięwzięć. Na tym etapie warto odpowiedzieć na kilka pytań, które pozwolą na lepsze poznanie grupy odbiorców takich jak:

- Jaki jest przedział wiekowy grupy odbiorców?
- Czym zajmuje się grupa odbiorców?

PROMOCJA DZIAŁAŃ SZKOLNEGO KLUBU WOLONTARIATU

- Co interesuje grupę odbiorców?
- Z jakich kanałów przekazu informacji korzysta grupa odbiorców?

Odpowiadając na powyższe pytania bierze się pod uwagę te czynniki, które mogą mieć wpływ na działania promocyjne.

Wróćmy do naszego przykładu. W sformułowanym celu działań promocyjnych do grupy odbiorców zaliczono rodziców dzieci ze Szkoły nr Y i okolicznych mieszkańców z dzielnicy X, łącznie minimum 150 osób. Dokonując charakterystyki rodziców można stwierdzić, że są to osoby w wieku ok. 35 – 45 lat, w większości czynne zawodowo, zainteresowane rozwojem swoich dzieci oraz działalnością szkoły (co potwierdza frekwencja na zebraniach szkolnych), poszukujące informacji podczas bezpośrednich spotkań (m.in. szkolnych zebrań), ale także na stronach www, czy portalach społecznościowych (co można zweryfikować na podstawie liczby odwiedzin strony internetowej szkoły oraz liczbie fanów szkoły na jej fanpage'u na Facebooku). Scharakteryzowanie tej grupy może dla organizatorów Festynu okazać się stosunkowo proste ze względu na częste kontakty szkoły z rodzicami. Większym wyzwaniem jest z pewnością opisanie tak niejednorodnej grupy jak mieszkańcy wskazanej dzielnicy. Rozpiętość wieku będzie tu dość duża, podobnie jak kwestia zajęć i zainteresowań. Funkcjonując jednak w ramach tej społeczności możemy wskazać, że mieszkańcy dzielnicy X często wolny czas spędzają w lokalnym parku oraz dość licznie gromadzą się podczas niedzielnych mszy w lokalnym Kościele.

Czym dokładniej grupa docelowa zostanie opisana, tym większa szansa na odpowiedni dobór narzędzi promocyjnych.

Trzeci krok: Weryfikacja dostępnych zasobów

Jednym z najważniejszych elementów przy planowaniu działań promocyjnych jest zweryfikowanie posiadanych zasobów. Na tym etapie określa się zasoby:

- **ludzkie** tj. ile osób może zostać zaangażowanych w realizację danego działania
- **rzeczowe** tj. jakie rzeczy (sprzęt i materiały biurowe, sala, dostęp do stron internetowych itp.) mogą zostać wykorzystane przy realizacji określonego przedsięwzięcia
- **finansowe** tj. ile środków można przeznaczyć na przeprowadzenie danego działania
- **czasowe** tj. ile czasu mogą poświęcić organizatorzy na przygotowanie określonego przedsięwzięcia.

W przypadku Szkoły nr Y weryfikacja dostępnych zasobów wyglądałaby w taki sposób:

- *zasoby ludzkie: chęć zaangażowania się w planowane działania zadeklarowały wszystkie klasy oraz ich wychowawcy, zaś Szkolny Klub Wolontariatu zgłosić się na koordynatora całej akcji*
- *zasoby rzeczowe: Szkoła dysponuje własnym miejscem, gdzie zorganizowany zostanie festyn, posiada materiały plastyczne, drukarkę i ksero oraz możliwość umieszczenia informacji na swojej stronie internetowej oraz fanpage'u na Facebooku*

- *zasoby finansowe: Szkoła nie posiada żadnych środków, które może przeznaczyć na organizację festynu*
- *zasoby czasowe: na przygotowanie całego przedsięwzięcia Szkoła nie może poświęcić więcej niż 3 tygodnie.*

Jasne wskazanie dostępnych zasobów pozwala na określenie skali planowanych działań, odpowiedni podział zadań i odpowiedzialności, a także wpływa na dobór narzędzi promocyjnych.

Czwarty krok: Dobór narzędzi promocyjnych

Katalog możliwych narzędzi wykorzystywanych przy promocji działań jest niemal nieograniczony. W dużej mierze zależy on od dostępnych zasobów oraz kreatywności organizatorów danego wydarzenia. Do najpopularniejszych narzędzi promocyjnych zalicza się:

a. materiały reklamowe tj. plakaty i ulotki.

Materiały reklamowe pozwalają w ciekawej formie graficznej zaprezentować określone treści. Ich popularność wiąże się także z możliwością samodzielnego ich opracowania. Aby przyniosły one określony skutek muszą być jednak odpowiednio przygotowane. Tworząc materiały reklamowe nie można więc zapominać jaki cel za ich pośrednictwem ma zostać osiągnięty, do kogo są one kierowane oraz w jaki sposób będą dystrybuowane. Cel, odbiorcy oraz sposób dystrybucji pozwoli odpowiednio przygotować formę materiałów reklamowych, dobrać treść, która będzie na nich zaprezentowana, a także określić ich odpowiednią ilość.

b. narzędzia internetowe tj. strony www, portale społecznościowe (Facebook, naszaklasa.pl, Twiter, Google+)

Narzędzia internetowe pozwalają dotrzeć do szerszej grupy odbiorców. Nie tylko umożliwiają przekazywanie informacji, ale także ułatwiają pozyskiwanie wiadomości zwrotnych. Tym samym przyczyniają się do utrzymywania bliższych kontaktów i budowania dwustronnych relacji z grupą odbiorców. Narzędzia internetowe są jednak dość wymagające. Decydując się na ich wykorzystywanie trzeba wziąć pod uwagę oczekiwania odbiorców m.in. dostępu do bieżących informacji nie rzadko opatrzonych zdjęciami lub filmami, uwzględniania ich zdania i opinii. Prowadząc stronę internetową, czy profil na portalu społecznościowym konieczne jest ciągłe ich aktualizowanie i uatrakcyjnianie, aby przyciągnąć i podtrzymać zainteresowanie adresatów.

c. spotkania bezpośrednie

Mimo rozwoju pośrednich form komunikacji (m.in. dzięki wykorzystaniu narzędzi internetowych) spotkania bezpośrednie wciąż pozostają jednym z najskuteczniejszych sposobów porozumiewania się. Są doskonałym narzędziem ułatwiającym budowanie relacji i zacieśnianie więzi z odbiorcami swoich działań. W zależności od sformułowanego celu mogą przybierać różną formę, bardziej i mniej formalną (konferencje, zebrania, spotkania świąteczne, festyny itp.).

d. media własne

Doskonałym narzędziem wykorzystywanym przy promocji działań są media własne np. gazetka, radiowęzeł, tablica informacyjna. Są one dobrze znane odbiorcom, dzięki czemu chętnie z nich korzystają. Zwykle jednak, ze względu na ograniczony zasięg, nie nadają się jako jedyne źródło promocji i pełnią funkcję wspierającą.

PROMOCJA DZIAŁAŃ SZKOLNEGO KLUBU WOLONTARIATU

e. **media ogólnodostępne** tj. prasa, radio i telewizja

Media ogólnodostępne posiadają szeroki zasięg, dzięki czemu są w stanie dotrzeć do nowych odbiorców i poinformować ich o ciekawych działaniach. Radio i telewizja zwykle jednak pełnią funkcję sprawozdawczą tzn. przeprowadzają relacje z już odbywających się wydarzeń. Ich zadanie najczęściej sprowadza się do nadania rozgłos danemu przedsięwzięciu, czy wzmocnienie jego prestiż. Inaczej jest z prasą. W gazetach zwykle znajduje się miejsce, w którym zapowiadane są najbliższe wydarzenia. Świetnie w tej roli sprawdzają się tytuły, których zasięg jest mniejszy (obejmują daną gminę, dzielnicę, parafię), ale za to trafiają wprost do zainteresowanych. Dobrym pomysłem jest zweryfikowanie, które z mediów mają swój odpowiednik w sieci. Łatwiej bowiem „przebić się” z informacją do wydań internetowych, które zwykle częściej są aktualizowane, stąd ich potrzeba zdobywania nowych wiadomości jest większa. Trzeba jednak pamiętać, że nawiązanie kontaktu z mediami ogólnodostępnymi wymaga odpowiedniego przygotowania. Konieczne jest opracowanie bazy tytułów i dziennikarzy, z którymi będzie się kontaktować oraz napisanie informacji prasowej tj. odpowiednio przygotowanej wiadomości, która zachęci media do zainteresowania się danym wydarzeniem. Warto także spróbować postawić się w roli dziennikarza i zastanowić jaki element planowanego przedsięwzięcia, mógłby zwrócić jego uwagę, a tym samym przyciągnąć odbiorców danego medium.

Odnosząc się do przykładu Szkoły nr Y, biorąc pod uwagę dostępne jej zasoby, warto byłoby wykorzystać takie narzędzia jak:

1. w przypadku grupy odbiorców rodziców:

- *narzędzia internetowe: stronę www Szkoły oraz fanpage na Facebooku (uzasadnienie: strona www jest sprawdzonym narzędziem kontaktu z rodzicami pełni funkcję bieżącego źródła informacji; fanpage nie cieszy się jeszcze dużym zainteresowaniem, ale dzięki umieszczeniu tam relacji z przygotowań Festynu wraz ze zdjęciami i krótkimi filmikami mógłby zaistnieć w świadomości rodziców).*
- *spotkania bezpośrednio: na tydzień przed Festynem planowane jest spotkania z rodzicami, przy tej okazji nauczyciele mogą poinformować rodziców o tym wydarzeniu (uzasadnienie: warto wykorzystać zaplanowane już spotkanie dla wzmocnienia oddziaływania promocyjnego).*
- *media własne: na tablicy informacyjnej znajdującej się w holu Szkoły umieszczona zostanie informacja o Festynie. Aby jednak zwiększyć jej atrakcyjność i przyciągnąć uwagę rodziców przygotowany będzie duży papierowy zegar, odliczający dni do Festynu (uzasadnienie: rodzice często korzystają z tablicy informacyjnej, pod koniec roku szkolnego mogą jednak nie oczekiwać tam nowych informacji, stąd wykorzystany zostanie pomysł z zegarem).*

2. w przypadku grupy odbiorców mieszkańców dzielnicy X:

- *plakaty: opracowane przez uczniów plakaty zostaną rozwieszane w miejscach najczęściej odwiedzanych przez mieszkańców tj. w parku oraz okolicach Kościoła (uzasadnienie: plakat będzie najprostszym sposobem dotarcia do tak rozproszonej grupy odbiorców)*
- *spotkania bezpośrednio: dyrekcja szkoły skontaktuje się z proboszczem z lokalnego Kościoła z prośbą o poinformowanie podczas niedzielnych mszy o planowanym Festynie (uzasadnie-*

PROMOCJA DZIAŁAŃ SZKOLNEGO KLUBU WOLONTARIATU

nie: wykorzystanie zaprzyjaźnionych instytucji, czy organizacji przy promocji działań może znacznie wzmocnić przekaz i zwiększyć prestiż danego wydarzenia).

- *media ogólnodostępne: informacja o Festynie przesłana zostanie do gazetki dzielnicowej, tygodnika wydawanego przez Kościół oraz internetowego wydania lokalnego dziennika (uzasadnienie: wskazane media powinny być zainteresowane bezpłatnym umieszczeniem informacji o Festynie).*

Wszystkie narzędzia wykorzystywane przy promocji danego wydarzenia powinny być ze sobą spójne. Warto zatem od razu ustalić w jaki sposób prezentowane będzie dane przedsięwzięcie (jego tytuł, cel, przebieg programu, hasło itp.), tak aby wszyscy organizatorzy w podobny sposób je opisywali. Zapewni to lepszy odbiór przekazu przez grupę docelową. Niezbędne jest także przypisanie odpowiedzialność za przygotowanie każdego z narzędzi oraz wybór osoby lub osób, które ich jakość i spójność będą weryfikowały.

Piąty krok: Realizacja i podsumowanie działań

Podczas realizacji działań promocyjnych należy pamiętać o:

- monitorowaniu postępów tzn. bieżącym weryfikowaniu, które z działań zostały już zrealizowane i jakie są ich pierwsze efekty. Doskonale nadaje się do tego lista sprawdzająca, na której zaznacza się zadania już wykonane z komentarzami osób za nie odpowiedzialnymi.
- szybkiej reakcji w przypadku kryzysu tzn. gotowości do podjęcia działań korygujących, które pozwolą uniknąć niepowodzenia.

W przypadku Szkoły Y za monitoring odpowiadałby Szkolny Klub Wolontariatu. Na tablicy umieszczonej w niewyremontowanej jeszcze świetlicy, zaznaczane byłby postępy w realizacji działań promocyjnych i przygotowawczych. Pozwoliłoby to między innymi na szybką relację w przypadku niepowodzenia np. niesprawdzenia się jednego z narzędzi promocyjnych kierowanego do mieszkańców dzielnicy Ogrody – zerwania wszystkich plakatów dzień po ich rozwieszeniu. W związku z tym organizatorzy mogliby powziąć dodatkowe działania np. przygotować ulotki rozdobywać je poprzez okoliczne sklepy. Mimo, że cała akcja z wykorzystaniem materiałów reklamowych zostałaby opóźniona, ostatecznie miałyby szansę zakończyć się sukcesem.

Ważnym, ale też najczęściej pomijanym punktem realizacji działań promocyjnych jest ich podsumowanie i wyciągnięcie wniosków na przyszłość. Nawet jeśli wszystkie działania zostały zrealizowane z sukcesem i osiągnięto założony cel, nie powinno się rezygnować z ostatecznej oceny całej akcji. Narzędziami, które doskonale mogą to ułatwić są m.in. ocena mocnych i słabych stron całego przedsięwzięcia przeprowadzona w gronie najbardziej aktywnych organizatorów, czy krótka ankieta przeprowadzona wśród odbiorców działań.

Ostatecznie dzięki podjętym działaniom promocyjnym, z dużym prawdopodobieństwem, na Festyn przybyłaby zakładana liczba gości. Co więcej, udało się zdobyć niezbędne środki na remont świetlicy. Organizatorzy mogliby być z siebie dumni. Chcąc jednak zweryfikować, które z narzędzi promocyjnych okazały się najsukcesywniejsze warto byłoby przeprowadzić krótkie dyskusje w klasach oceniające Festyn i działania promocyjne oraz np. spytać o wrażenia reprezentantów rodziców działających w Radzie Rodziców. Sukces całego przedsięwzięcia mógłby także zadecydować o tym, że Szkoła zdecydowałaby się organizować Festyn co roku, każdorazowo na innych wyznaczony przez siebie cel.

PROMOCJA DZIAŁAŃ SZKOLNEGO KLUBU WOLONTARIATU

Podsumowanie działań pozwoli na jeszcze lepsze zaplanowanie promocji w kolejnych przedsięwzięciach.

Działania promocyjne często pomija się planując dane przedsięwzięcia. Dotyczy to zwłaszcza inicjatyw podejmowanych przez instytucje publiczne, czy organizacje pozarządowe. Powodem takiego stanu rzeczy jest zwykle brak wystarczających środków. Przyglądając się jednak przeanalizowanemu przykładowi Szkoły Y można dojść do wniosku, że to nie pieniądze są najważniejszym elementem promocji, tylko pomysł. Co więcej, jeśli połączy się pomysł z dobrą energią i chęcią do działania szanse na powodzenie są naprawdę spore!

Przypisy

- 1 SMART to akronim od angielskich słów: Simple, Measurable, Achievable, Relevant, Timely.

SPIS TREŚCI

Wstęp	3
Motywowanie do pomagania Anna Herra-Chyła	5
ABC Wolontariatu w szkole Wioletta Iwona Grześkowiak – Fundacja Podaj Dalej Nina Woderska – Stowarzyszenie CREO	13
Scenariusz lekcji o wolontariacie Wioletta Iwona Grześkowiak – Fundacja Podaj Dalej Ryszard Michalski – Stowarzyszenie CREO	27
Planowanie i realizacja projektów przez Szkolne Kluby Wolontariatu Małgorzata Cieślak – Stowarzyszenie CREO Ryszard Michalski – Stowarzyszenie CREO	31
Promocja działań Szkolnego Klubu Wolontariatu Justyna Schaefer-Kurkowiak	43

PATRONAT HONOROWY:



PATRONAT MEDIALNY:



REALIZATOR:



PARTNER:



FINANSOWANIE:



Publikacja powstała w ramach projektu „WOLONTARIAT Z KLASĄ – budowanie szkolnych klubów wolontariatu szansą na zwiększenie aktywności obywatelskiej młodzieży z Poznania i powiatu poznańskiego” współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Publikację zaktualizowano w ramach projektu „WOLONTARIAT Z KLASĄ – program rozwoju aktywności społecznej gimnazjalistów”. Projekt jest współfinansowany z Funduszy EOG w ramach programu Obywatele dla Demokracji.