

INTERAKTÍV FELELŐSSÉG: HOGYAN ÉRHETŐ EL FIATALOK BEVONÁSA AZ ÖNKÉNTES FOLYAMATOKBA?

– Simon Ádám –

Milyen indíttatásból lesz önkéntes ma egy fiatal? Mik azok a tényezők, amelyek ösztönzik és motiválják az ifjúsági generáció tagjait arra, hogy rövidebb-hosszabb időre, alkalomszerűen vagy rendszeresen önkéntességre adják a fejüket? Ezek a kérdések, valamint az önkéntesek bevonására született jógyakorlatok, több éves tapasztalatok szülték meg ezt a cikket, amelyben egy rövid helyzetelemzést követően jól bevált önkéntes gyakorlatok esetleírásai, módszertani megvalósításai találhatóak meg. Az alább olvasható gyakorlatokat a H+ Média és Kulturális Egyesület bevált módszerei adják meg, melyhez kötődésem évekre nyúlik vissza. A szervezethez nemcsak mint elnök kapcsolódom, de jelen voltam az egyesület létrejöttékor, így számtalan már számunkra hasznos tapasztalattal gazdagodtam, mely a fiatalok önkéntességbe való bevonásához kapcsolódik.

Az önkéntességnek számtalan definícióját ismerjük, talán hazánkban leginkább az Önkéntes Központ Alapítvány által meghatározott magyarázat ismert, miszerint: A fogalommagyarázat kiemeli, hogy az önkéntes tevékenységet általában „a közös jó érdekében, személyes

”

AZ ÖNKÉNTESSEG OLYAN TEVÉKENYSÉG, MELYET EGYÉNILEG VAGY CSOPORTOSAN, RENDSZERESEN VAGY ALKALMANKÉNT, BELFÖLDÖN VAGY KÜLFÖLDÖN A KÖZÖS JÓ ÉRDEKÉBEN, SZEMÉLYES AKARATBÓL VÉGEZNEK, ANYAGI ELLENSZOLGÁLTATÁS NÉLKÜL. AZ ÖNKÉNTES TEVÉKENYSÉG KÖZVETLEN ANYAGI HASZONNAL NEM JÁR ANNAK VÉGZŐJE SZÁMÁRA, TOVÁBBÁ AZ ÖNKÉNTES NEM HELYETTESÍTI A FIZETETT MUNKAERŐT. (...)

”

akarattól” végzik az emberek, ugyanakkor jogos a kérdés, hogy a fiatal korosztályban – ideértve a Z és alfa generációkat – is ez-e a fő motiváló erő.

Előtérben az individualizmus

Ahogy a civil és közművelődési szektornak, úgy az ifjúsági szférának is nagy fejtörést okoz az, hogy milyen formában vonja be a fiatalokat a közösségi folyamatokba, milyen tevékenységi körrel, motivációs rendszerrel ösztönözze a részvételt, valamint a közösségi kezdeményezőkézséget.

Örömteli, hogy az elmúlt években egyre több konferencia, előadás, valamint kutatás és publikáció foglalkozott az önkéntesség magyarországi helyzetével, egyes korosztályok és társadalmi csoportok, generációk önkéntes szokásainak elemzésével, bemutatásával. A Polgári Szemlében publikálta Garai-Fodor Mónika (2020), az Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Karának egyetemi docense annak az Erasmus+ projektnek a keretében végzett, öt országra – Spanyolország, Portugália, Bulgária, Franciaország, Magyarország – kiterjedő kutatásnak a hazai eredményeit, amely a Z generáció önkéntességre motiváló tényezőit és az ehhez

¹ Önkéntes Központ Alapítvány: Mi az önkéntesség? <http://www.onkentess.hu/cikkek/mi-az-az-onkentessag> (Letöltés dátuma: 2021.10.21.)

kapcsolódó értékrendet vizsgálta. A kutatás ugyan a generációs marketing, valamint az önként vállalt, fizetés nélküli szakmai munkát, illetve a munkáltatói márkaépítés aspektusát emelte ki, a hazánkban 840 fő által kitöltött kérdőív eredménye fontos mondanivalót hordoz az ifjúsági szakma képviselői számára. A tanulmány összegzése szerint ugyanis a vizsgált generáció motivációja a már meglévő képességeik, tudásuk, kompetenciáik fejlesztése és újak szerzése volt. A kutatás magyar vonatkozásának egyik fő konklúziója az, hogy az individualizmus, azaz az önmegvalósítás, az önfejlesztés az egyik legkomolyabb mozgatórugó a fiatal generációban az önkéntes tevékenység végzésére.

A kutatás is rávilágít arra, hogy a fiatal korosztály tekintetében paradigmaváltásra van szükség az önkéntes tevékenységet folytató szektorokban: megújulás és új szemlélet szükséges ahhoz, hogy növekedjen az ifjúsági önkéntes részvétel a társadalomban.

Iskolai közösségi szolgálat: kényszer, vagy lehetőség?

Fontos megemlíteni, hogy nemcsak az önmegvalósításra törekvés vezethet a fiatalok önkéntessé válásához. Ezt előidéző eszköz lehet az iskolai közösségi szolgálat² is, melynek jogi hátterét a közérdekű önkéntes tevékenységről szóló törvénytől független, másik rendelkezés határozza meg. Lényege, hogy a diákoknak társadalmilag hasznos területeken és feladatokkal kötelezően teljesíteni kell 50 órányi közösségi szolgálatot, mely az érettségi vizsgák megkezdésének egyik alapfeltétele.

Az elmúlt időszakban szakmai körökben is előtérbe került a téma, ugyanakkor kevés, az iskolai közösségi szolgálat és az önkéntesség kapcsolatát vizsgáló kutatás zajlott eddig azzal kapcsolatban, hogy milyen viszonyban áll a fiatalok önkéntestevékenység-vállalása az iskolai közösségi szolgálattal, valamint annak hatásaival. Ez mind a civil, mind az önkéntességgel és ifjúságüggyel foglalkozó szektor jelentős hiányossága, hiszen hatalmas humán erőforrást és utánpótlást veszít el a szakma amiatt, hogy a szereplők nem tudják felmérni a közösségi szolgálat és annak hatásrendszerének integrációs lehetőségeit és módjait. Több civil szervezetnél és intézménynél ugyanakkor azt

mutatja a gyakorlat, hogy az iskolai közösségi szolgálat jó bevezetés lehet az önkéntesség világába. Egy jól felépített, akár mentorprogramot is biztosító szolgálat hosszú távon elősegítheti az adott szervezet önkéntescsapatának kialakulását és bővítését, biztosítva a stabil és innovatív működést. Tény azonban az is, hogy a szektor szereplői, jelenlegi szervezeti fejlettségük alapján, nem képesek nagy számban ilyen programok és ösztönzőrendszerek kialakítására. Így az elsődleges cél az, hogy a szervezeti kultúrát, struktúrát és képességeket olyan szintre kell emelni, hogy ezzel a problémakörrel meg tudjanak küzdeni.

Készségfejlesztést az egyénnek, közösségépítést a szervezetnek, értékközvetítést a társadalomnak

Bár naivitásnak tűnhet e három kifejezés együttes használata, több éves tapasztalat mutatja azt, hogy mindhárom cél megvalósítható, ha az adott szervezet önkéntesfogadási gyakorlatát stratégiai szemlélet és gondolkodásmód, valamint innováció jellemzi. Ehhez szükséges a korábban említett paradigmaváltás, azaz **meg kell ismernünk a mai fiatal korosztály képességeit, fejlődési korlátait és lehetőségeit, valamint kompetenciáit, tehát készségfejlesztést kell biztosítanunk az egyénnek**, miután a szervezetfejlesztés megtörtént.

Ahogy Glózer Rita (2019) kifejti, a digitális térben található felhasználói médiatartalmak létrehozásában az internetes technika és technológia korai alkalmazói, a fiatal generációk tagjai járnak az élen. Felkészültségük, jártasságuk az online médiatérben, generációs habitusuk, tapasztalati világuk különösen alkalmassá teszi őket az új produkciós lehetőségek innovatív alkalmazására.

Ennek civil adaptálását próbálta meg a H+ Média és Kulturális Egyesület, amely 2016-ban alakult meg azzal a szándékkal, hogy a korábban Hírlevél Plusz, mai nevén hplusz.hu hírportálon, audiovizuális tartalmakon (videó, fotó, podcast) keresztül mutasson be történelmi, kulturális értékeket, civil közösségeket. A szervezet tartalmait a kezdetektől fogva önkéntesekből és iskolai közösségi szolgálatot végző diákokból álló szerkesztőség állítja elő ezekben a témákban. Ugyan a szervezetnek volt egy kezdeti önkéntes és iskolai közösségi szolgálattal diáko-

² Iskolai közösségi szolgálat (IKSZ): a tanuló helyi közösségének javát szolgáló, szervezett keretek között folytatott, anyagi érdektől független, egyéni vagy csoportos tevékenység, és annak pedagógiai feldolgozása a jogszabályban meghatározott nyolc területen. Az iskolai közösségi szolgálat (IKSZ) fogalmi és alapelvei, https://www.oktatas.hu/koznevelas/iskolai_kozossegi_szolgalat/gyik (Letöltés dátuma: 2021.09.14.)

kat szervező stratégiája, a manapság működő szervezeti rendszert a fiatalok interaktív bevonásával és felelősségteljes feladatvállalásával tudta kialakítani.

Egyértelmű célkitűzések a tevékenységi köröket illetően

Akár iskolai közösségi szolgálatról, akár önkéntességről van szó, az egyik legfontosabb lépés a szervezet stratégiájának kialakítása, amelyben egyértelműen meg vannak határozva az adott civil szervezet vagy intézmény önkéntesség, vagy közösségi szolgálat által elérendő céljai, a megvalósuláshoz szükséges feladatok, tevékenységek. A feladattól függően minél pontosabb, akár számszerűsített célok megfogalmazása is szükséges lehet.

Az egyesület célja értékteremtő és értékközvetítő tartalmak létrehozása volt, különböző médiaformákat (fotó, videó, cikk, podcast) alkalmazva, fókuszot adva a készítői célközönségnek (közösségi szolgálatos diákok, fiatal önkéntesek). Kiemelt cél volt, hogy a fiatalok által használt digitális és okoseszközök ne csak szórakoztató, hanem az önkéntes munkához kapcsolódó célokat is szolgáljanak az életükben.

• Megfelelő kommunikációs csatornák

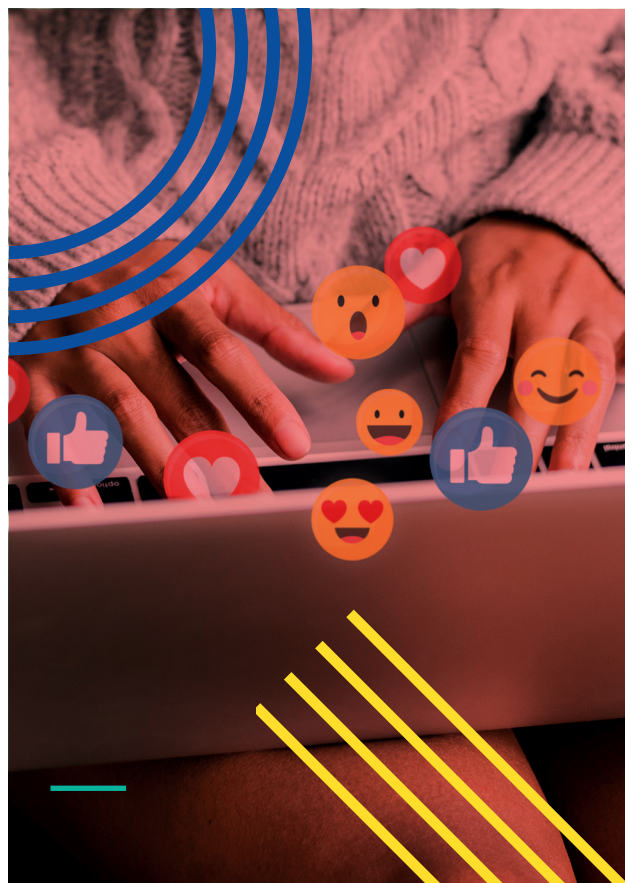
Ha egy önkéntesprogram fiatalokra épít, vagy például a lehetőséget az IKSZ-es diákok számára is felkínálja, az előzőleg pontosan körülírt feladatokat a megfelelő csatornákon kell eljuttatni a célközönségnek – hogy melyek ezek, azt teljes pontossággal tapasztalati módon lehet meghatározni, ugyanakkor az előzetes következtetések és a hibrid megoldások jó kiindulási pontként szolgálnak.

Az egyesület a felhívását a középiskolák iskolai közösségi szolgálattal foglalkozó mentortanárainak és az igazgatóknak, a célközönség, vagy a velük kapcsolatban lévő korosztályok által fogyasztott médiaszolgáltatóknak és sajtóorgánumoknak, a helyi ifjúsági szervezeteknek, diákönkormányzatoknak küldte el, valamint alacsony költségvetésű, irányzott Facebook- és Instagram-hirdetéseket indított. Fontos megállapítás, hogy a tájékoztató és a hirdetés minél kevesebb, de annál konkrétabb információt, jól olvashatóan, modern grafikával tartalmazzon. A hosszabb leírást és egyben az online jelentkezési űrlapot az érdeklődők a rövid felhívásokban elhelyezett linkeken érték el.

• Néma, „digitális” fiatalok

Az egyesület önkéntes programjának egyik legnagyobb és meghökkentőbb tapasztalata az volt, hogy a digitális világban nevelkedett generációk tagjainak kommunikációs készségei és módjai jelentősen eltérnek a megszokottól. Jóval nagyobb energiát kell befektetni az adott szervezet kommunikációs módszereinek megfelelően működő kialakításába, hogy gördülékenyen menjen a közös munka.

A szervezet az elmúlt évek digitális átalakulásainak megfelelően adott választ a kommunikációs csatornák kiválasztására; míg kezdetben a Facebook-csoport és a Messenger volt a kiemelt platform, mára ez átalakult, és a hangsúlyok átkerültek a Instagram chatfunkcióira. A H+ Média tapasztalata ugyanakkor az, hogy bár érdemes követni a fiatalok üzenetküldési szokásainak alakulását, ragaszkodni kell ahhoz, hogy a programban való részvétel esetén a diáknak vagy az önkéntesnek a szervezet által kijelölt felületeket kell követnie a megfelelő információáramlás érdekében. Ezt azért vezette be az egyesület, mert a folyamatos alkalmazkodás rendkívüli módon megnehezítette a közös munkaszervezést és a kommunikációt, valamint feleslegesen kötötte le a humán erőforrást.





• Interaktív feladat

Az egyesület önkéntesprogramjának alapjául olyan tevékenységek (például fotók, videók, hanganyagok készítése, cikkek írása) szolgálnak, amelyek kellő interaktivitást biztosítanak a közhelyként emlegetett felgyorsult világban. Ahogy a digitális tartalmaknak, eszközöknek, úgy az önkéntes tevékenységeknek is követniük kell a társadalom által diktált tempót.

A szervezet a fent említett tevékenységek mellett, a megalakuláskor meghatározott céloknak megfelelően, tovább fejlesztette a tartalmait, melynek köszönhetően már komplett rádió- és tévéműsorok is készülnek az egyesület égisze alatt. Ezek gyártási folyamatai még jelentősebb bevonódást eredményeznek a fiatalok részéről, így a tapasztalat az, hogy az interaktivitás különböző szintjeinek, formáinak és tempójának változtatásával sokszínűvé lehet tenni az önkéntesprogramot.

• Felelősségteljes feladat

Már a címben is megjelent az interaktivitás és a felelősség: a tapasztalatok azt mutatják, hogy a fiatalokat nemcsak az interaktív tevékenységek, hanem az azokkal járó valós felelősség is motiválja. Ezért is fontos a cikk korábbi szakaszában említett gyakorlat, mely szerint egy

önkéntesprogram meghatározásakor pontosan meg kell fogalmazni a célokat, a hozzá kapcsolódó feladatokat és felelősségi köröket. Az interaktivitás, a kommunikációs forma mellett talán ezen a területen a legfontosabb paradigmaváltás: olyan kereteket kell meghatározni a programban, ahol az önkénteseknek és diákoknak valós felelősségük van az adott feladat elvégzéséért, ugyanakkor, ha ezt elmulasztják, annak következményeit a civil szervezet hitelvesztés vagy hírnévrontás nélkül kezelni tudja. Ez talán az önkéntesprogram legnehezebb része.

A H+ Média több éven át sok módszert alkalmazott az előbb felsorolt keretek megalkotásáért. Az önkéntesek az általuk készített tartalom publikálásán keresztül, gyakorlati módon tapasztalják meg ezt a felelősséget, amelyet természetesen mentoring követ. Az elmúlt időszakban önálló, díjmentes képzési programot is ad az egyesület az önkéntesei, közösségi szolgáltató diákjai számára. A program egyik célja a hírek, tartalmak előállításának felelősségét érzékeltetni sajtótörténeti példákkal szemléltetve; a másik pedig a különböző, tartalom-előállításához és a feladatok felelősségteljes elvégzéséhez szükséges kompetenciák és készségek biztosítása. E területen ért el a szervezet több sikert is, például a fiatal önkéntesek nagyszámú, nem fel-

tétlenül az érdeklődési körükhöz tartozó civil és közösségi programon is részt vesznek mint tudósítók, hiszen tudják, hogy nemcsak a társadalmi szerepvállalásuk nő, hanem ők örökíthetik meg az adott közösség munkáját a jövő generációi számára.

• Interaktív és felelősségteljes bevonás a szervezési folyamatokba

Az önkéntességgel bármilyen módon kapcsolatba hozható szektorokról elmondható, hogy az utánpótlás akadozik, és a szervezeteket általános elöregedés jellemzi. Erre is választ kell találniuk a területen munkálkodó szervezeti vezetőknek; az interaktivitás, az aktív bevonás és a felelősség itt is pozitív eredményeket hozhat. A H+ Média esetében is ez történt, a szerkesztőség vezetését négy önkéntes, korábban iskolai közösségi szolgálatos

diák vette át az elmúlt években, akik a mentorprogram és a készségfejlesztő képzések által olyan tudást szereztek, amellyel ezt a feladatot is felelősségteljesen, szakmailag jó minőségben tudják ellátni.

Összegzés

Összességében elmondható, hogy az ifjúsági korosztály önkéntes tevékenységbe történő bevonása összetett feladat, amelynek egyes kereteit és részfeladatait az adott fogadószervezet tevékenységi körének megfelelően kell kialakítani. Ugyanakkor fontos lépés az is, hogy a fogadók essenek keresztül egy szemléletváltáson a fiatalok önkéntességével kapcsolatban: ha biztosítják számukra az interaktivitást, készségfejlesztést és felelősségvállalást, akkor növekedhet a fiatalok körében az önkéntesség iránti igény.

Felhasznált irodalom

Önkéntes Központ Alapítvány. *Mi az önkéntesség?* <http://www.onkentes.hu/cikkek/mi-az-az-oenkentesseg> (Letöltés dátuma: 2021.10.21.)

Garai-Fodor M. (2020). Az önkéntességre motiváló tényezők és az értékrend összefüggése a hazai Z generáció körében. *Polgári Szemle*, 16(4–6), 298–305.

Glózer R. (2014). Z-generációs tartalom-előállítók az új médiában – Egy YouTube-os amatőr videókészítő munkássága. *Marketing & Menedzsment*, 48(Különszám2), 55–67. <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/928> (Letöltés dátuma: 2021.09.26)