

NGO 2.0

Organizacje pozarządowe w społeczeństwie informacyjnym



**Fundacja Instytut Myśli Obywatelskiej
im. Stańczyka**

www.fimo.org.pl

fimo@fimo.org.pl KRS: 0000325617 | NIP: 6772327075 | REGON: 120874588

6 powodów dla, których organizacja pozarządowa powinna korzystać z mediów społecznościowych

Czy internet jest organizacjom pozarządowym potrzebny? Odpowiedź jest jednoznacznie twierdząca. Widać jednak wyraźnie, że organizacje żywią pewne obawy przed obecnością w sieci w formie bardziej zaangażowanej niż za pośrednictwem statycznej, niemożliwiającej interakcji, internetowej strony-wizytówki. Oto 6 powodów, dla których warto zaangażować się z działalnością pozarządową także w internecie, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów web 2.0 jakimi są media społecznościowe, jak facebook, nk, twitter etc.

#1 Budowanie świadomości istnienia organizacji, jej misji i celów

Jak wiemy, organizacje pozarządowe bywają różne. Niektóre działają masowo, inne mają konkretne, wąskie grupy docelowe. Dla jednych i dla drugich obecność w mediach społecznościowych jest doskonałą okazją do budowania świadomości samego istnienia danej organizacji, a w perspektywie do zainteresowania odbiorców jej misją, celami oraz środkami jakimi są one osiągane. To z kolei może się okazać wymierne w postaci większej ilości osób zaangażowanych w pomaganie danej organizacji w pełnieniu jej misji – osób, które być może nigdy by się z daną organizacją nie zetknęły, gdyby nie jej obecność w miejscu, w którym oni już są – w danym serwisie społecznościowym. Skończyły się bowiem czasy, kiedy to odbiorcy poszukują organizacji – dziś należy być tam, gdzie mogą znaleźć się odbiorcy. Organizacja powinna przyjść do odbiorcy i maksymalnie ułatwić mu ze sobą kontakt.



Projekt "NGO 2.0. Organizacje pozarządowe w społeczeństwie informacyjnym" jest realizowany przez Fundację Instytut Myśli Obywatelskiej im. Stańczyka przy dofinansowaniu ze środków rządowych Funduszu Inicjatyw Obywatelskich.



NGO 2.0

Organizacje pozarządowe w społeczeństwie informacyjnym



**Fundacja Instytut Myśli Obywatelskiej
im. Stańczyka**

www.fimo.org.pl

fimo@fimo.org.pl KRS: 0000325617 | NIP: 6772327075 | REGON: 120874588

#2 Obecność w serwisach społecznościowych to inwestycja

Obecność NGO w serwisach społecznościowych, choć na początku może się wydawać mało spektakularna – jest inwestycją długoterminową. Nie można traktować jej jako jednorazowego założenia konta – stanowi ona proces. W jego trakcie liczba odbiorców stale rośnie. Dzieje się to z mniejszą lub większą dynamiką, co w dużej mierze uzależnione jest od treści publikowanych w danym serwisie przez organizację – treści, które powinny być wartościowe dla odbiorców. Innym ważnym czynnikiem wpływającym na dynamikę wzrostu bazy odbiorców komunikacji jest poziom interakcji ze strony organizacji – odpowiadanie na pytania, podtrzymywanie i animowanie dyskusji. Media społecznościowe charakteryzują się bowiem tym, że im większy poziom interakcji, im bardziej angażujące dyskusje – tym bardziej wirusowo rozprzestrzenia się wieść o istnieniu danej organizacji. Tak, czy owak, obecność w mediach społecznościowych warto rozpocząć jak najwcześniej i traktować ją jako inwestycję właśnie – baza odbiorców będzie rosła i w razie potrzeby będą oni do dyspozycji, aby nagłośnić daną akcję, wesprzeć inicjatywę, być może przyjść na organizowane przez NGO wydarzenie, o którym dowiedzą się właśnie z serwisu społecznościowego.

#3 Wiarygodność – obecność w mediach społecznościowych uwiarygadnia

Znane jest powiedzenie: „jeśli nie ma Cię w Internecie, to nie istniejesz”. Dziś można to odnieść także do serwisów społecznościowych. Po prostu wypada w nich być, aby zwiększyć swoją wiarygodność, wykazać zaangażowanie, wzbudzić zaufanie. Kto chciałby zaufać organizacji bez adresu i numeru telefonu? Kwintesencją mediów społecznościowych jest umożliwienie komunikacji – są one wirtualnym odpowiednikiem adresu i telefonu. Dziś sam e-mail nie wystarczy. Bądźmy więc w serwisach społecznościowych, aby zwiększyć swoją wiarygodność,



Projekt "NGO 2.0. Organizacje pozarządowe w społeczeństwie informacyjnym" jest realizowany przez Fundację Instytut Myśli Obywatelskiej im. Stańczyka przy dofinansowaniu ze środków rządowych Funduszu Inicjatyw Obywatelskich.



NGO 2.0

Organizacje pozarządowe w społeczeństwie informacyjnym



**Fundacja Instytut Myśli Obywatelskiej
im. Stańczyka**

www.fimo.org.pl

fimo@fimo.org.pl KRS: 0000325617 | NIP: 6772327075 | REGON: 120874588

także poprzez umożliwienie każdej zainteresowanej osobie nawiązania z nami rozmowy, w dogodnym dla niej miejscu i czasie.

#4 Rekomendacje – możemy łatwo stać się ich przedmiotem

Tym, co czyni media społecznościowe tak atrakcyjnymi dla instytucji, firm, a także organizacji pozarządowych, jest umożliwienie im wejścia w przestrzeń pełną relacji międzyludzkich i stanie się jej podmiotem z jednej strony, oraz przedmiotem z drugiej – za pośrednictwem rekomendacji, czy zwykłych wspomnień na swój temat. Niemal każda interakcja w mediach społecznościowych, która ma związek z daną organizacją, jest źródłem dosłownej lub pośredniej rekomendacji organizacji przez daną osobę jej znajomym. Jest więc źródłem wirusowego rozprzestrzeniania się informacji o istnieniu danej organizacji – doceniśmy to i wykorzystujemy, pamiętając, że ludzie bardzo ufają rekomendacjom znajomych.

#5 Przychyłość – ludzie są przychylni NGO, także w social media

Media społecznościowe wydają się być predestynowanymi dla organizacji zaufania publicznego, do których można zaliczyć także NGO. Próg wejścia w interakcję z firmą komercyjną jest zdecydowanie wyższy niż w przypadku organizacji pozarządowej – łatwiej jest zostać fanem fundacji, która ma szczytny cel, niż firmy, o której wiemy, że jej finalnym celem obecności w danym medium jest własny zysk. Dlatego nie bójmy się social media – ludzie chcą, żeby NGO w nich były, chcą im pomóc.



Projekt "NGO 2.0. Organizacje pozarządowe w społeczeństwie informacyjnym" jest realizowany przez Fundację Instytut Myśli Obywatelskiej im. Stańczyka przy dofinansowaniu ze środków rządowych Funduszu Inicjatyw Obywatelskich.



NGO 2.0

Organizacje pozarządowe w społeczeństwie informacyjnym



**Fundacja Instytut Myśli Obywatelskiej
im. Stańczyka**

www.fimo.org.pl

fimo@fimo.org.pl KRS: 0000325617 | NIP: 6772327075 | REGON: 120874588

#6 Internet to miejsce publiczne, czyli przestrzeń działania organizacji pozarządowej

Minęły już czasy kiedy internet używany był anonimowo, kiedy traktowany był jako przestrzeń alternatywnego (do realnego) życia. Dziś konta w serwisach społecznościowych posiadają prawdziwi ludzie, podpisują się w nich imieniem, nazwiskiem, datą urodzenia, doświadczeniem zawodowym, edukacją, miejscem zamieszkania, czy wreszcie – ujawnieniem sieci znajomości, czy wręcz związkami intymnymi. Internet, a zwłaszcza media społecznościowe są dziś przestrzenią publiczną, w której działania mają realny wpływ na rzeczywistość pozainternetową. A skoro tak jest – organizacja pozarządowa musi być w tej nowej przestrzeni publicznej obecna, by także za jej pośrednictwem móc przynosić pożytek.

To zaledwie 6 powodów, dla których organizacje pozarządowe powinny zaistnieć w mediach społecznościowych. Powodów takich można znaleźć setki. Najważniejsze – to nie obawiać się nowych mediów, wejść w nie odważnie, poznać ich możliwości i wykorzystywać doskonale narzędzia jakie oferują, dla realizacji szczytnych celów.

Michał Pałasz

Kurator wirtualnego Muzeum Erotyzmu, social media & e-PR manager w XAOO Interactive, doktorant UJ w zakresie promocji kultury i sztuki w internecie.



*Ten utwór objęty jest licencją **Creative Commons Uznanie autorstwa 2.5 Polska**.*

*Aby zobaczyć kopię niniejszej licencji przejdź na stronę <http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/pl/>
lub napisz do Creative Commons,*

171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.



Projekt "NGO 2.0. Organizacje pozarządowe w społeczeństwie informacyjnym" jest realizowany przez Fundację Instytut Myśli Obywatelskiej im. Stańczyka przy dofinansowaniu ze środków rządowych Funduszu Inicjatyw Obywatelskich.

