

*Małgorzata Grodzińska-Jurczak  
Marta Tarabula-Fiertak  
Joanna Cent  
Agata Pietrzyk  
Katarzyna Nieszporek*

## **Planowanie programu informacyjno-edukacyjnego**

Poniziej omówiono kilka kluczowych elementów – etapów, o których zaplanowaniu należy pamiętać jeszcze przed rozpoczęciem działań informacyjnych i edukacyjnych w ramach programu. Najważniejsze z nich to: wstępne oczekiwania zamawiającego działania i wstępna oferta wykonawcy, identyfikacja i analiza potrzeb informacyjnych, w tym: określenie zainteresowanych grup społecznych (odbiorców programu) i ich roli (np. beneficjenci, interwenienci, poszkodowani), określenie celów z uwzględnieniem poszczególnych grup odbiorców, zawiązywanie partnerstwa, ustalanie przekazu i treści merytorycznych, wybór metod i środków komunikacji, pilotaż zaplanowanych działań, monitorowanie i ewaluacja działań edukacyjnych, raport. W trakcie przygotowywania programu informacyjnego sporządza się również jego projekt, planuje budżet oraz aplikuje o środki finansowe, a także przygotowuje plan realizacji poszczególnych działań. Jakie znaczenie i kolejność będą miały poszczególne etapy przygotowywania programu informacyjno-edukacyjnego zależy przede wszystkim od uwarunkowań lokalnych miejscowości, gdzie dany program ma być prowadzony.

W niniejszym rozdziale skoncentrowano się na działaniach informacyjnych i edukacyjnych, których podstawą są aktywne i możliwie różnorodne metody przekazywania wiedzy – w tym warsztaty, szkolenia, spotkania i inne. Szerzej opisano przykłady z wykorzystaniem autorskiej metody *doradców domowych*.

## ***Wstępne oczekiwania zamawiającego program i wstępna oferta wykonawcy***

Rozpoczęcie pracy nad programem informacyjno-edukacyjnym zawsze powinno wiązać się z poznaniem oczekiwań wszystkich stron, które przy programie będą współpracować, np. zamawiającego projekt programu (np. urząd gminy czy inwestor planujący budowę jakiegoś obiektu na obszarze włączonym do sieci Natura 2000) i wykonawcy (firma, instytucja czy organizacja pozarządowa zajmująca się świadczeniem usług edukacyjno-informacyjnych). Ten pierwszy etap jest znaczący dla dalszego kontaktu partnerów, ma bowiem zapobiec nieporozumieniom podczas późniejszej pracy. Często potencjalny inicjator kampanii zamawiający program informacyjny tak naprawdę nie w pełni wie, czego chce, zna jedynie ogólny cel, który powinien zostać osiągnięty. Najczęściej nie zna także metod, przy użyciu których ten cel można osiągnąć. Najlepiej zatem wspólnie sformułować wzajemne oczekiwania i sporządzić je w formie pisemnej (charakter umowy wstępnej). Najczęściej w ofercie wstępnej sporządza się listę celów do zrealizowania i potencjalne metody, za pomocą których można je osiągnąć. Cele ogólne mogą zostać sformułowane w następujący sposób:

- zaznajomienie społeczności lokalnej (mieszkańców danej miejscowości, gminy) z celami, zasadami i zadaniami programu Natura 2000 oraz rolą lokalnych decydentów i mieszkańców w ich realizacji,
- poinformowanie mieszkańców o granicach obszarów objętych siecią Natura 2000 w ich gminach,
- zapoznanie społeczności lokalnej z planowaną inwestycją na obszarze Natura 2000, zebranie uwag i wniosków,
- włączenie mieszkańców w planowanie i realizację zadań ochronnych na obszarach Natura 2000.

## ***Informacje potrzebne do zaplanowania programu***

Do poprawnego zaplanowania programu informacyjno-edukacyjnego potrzebne są kompleksowe informacje dotyczące sieci Natura 2000 na danym terenie oraz wiedza o uwarunkowaniach społecznych i postawach mieszkańców wobec tej nowej formy ochrony przyrody.

Szczególnie ważne jest zebranie wiadomości o aktualnych granicach i powierzchni oraz specyfice obszarów ptasich i siedliskowych sieci Natura 2000. Przydatne będą też informacje o ich położeniu geograficznym i administracyjnym, statusie zatwierdzenia do ostatecznej listy terenów chronionych przez Komisję Europejską, etapie określania planów zadań ochronnych (PZO) danego obszaru,

jak również własności gruntów, na których są położone. Informacje takie można otrzymać od generalnej bądź regionalnych dyrekcji ochrony środowiska drogą telefoniczną lub z portalu [www.gdos.gov.pl](http://www.gdos.gov.pl).

Przed podjęciem działań edukacyjnych zalecane jest zbadanie sytuacji i nastawienia mieszkańców do nowo powstałej formy ochrony przyrody, planowanych na tym terenie PZO lub inwestycji. Jedną z metod, która pozwoli zapoznać się z opinią mieszkańców, jest zlecenie odpowiednich badań kwestionariuszowych (ilościowych) lub wywiadów pogłębionych (jakościowych) wśród wybranej grupy respondentów. Jeżeli nie mamy możliwości lub funduszy na przeprowadzenie systematycznych badań, warto przynajmniej zorganizować spotkanie otwarte dotyczące programu Natura 2000 bądź poruszyć ten temat na zebraniu mieszkańców. Informacje uzyskane od społeczeństwa powinny posłużyć do wybrania kluczowych grup osób, do których będą kierowane działania, jak też trafnego zaplanowania ich treści i formy. Badania powinny być planowane ściśle z punktu widzenia możliwości przeprowadzenia działań edukacyjnych i informacyjnych.

Końcowym etapem przygotowania programu jest ustalenie budżetu niezbędnego do przeprowadzenia zamierzonych działań. W przypadku niewystarczającej ilości środków przewidzianych w budżecie gminy czy inwestora konieczne jest ubieganie się o finansowanie zewnętrzne np. od lokalnych sponsorów czy instytucji.

## **Określenie celów programu**

Cele programu informacyjno-edukacyjnego powinny być określone według tzw. zasady SMART, w której każda litera oznacza kolejno cechy celów: Specyficzne, Mierzalne, Akceptowalne, Realistyczne i Terminowe. Ponadto cele te muszą się odnosić do konkretnych działań w danej gminie. Przy wyznaczaniu celów warto też zastosować drugą zasadę: „*od ogółu do szczegółu*”. Najpierw wyznaczamy cele ogólne/główne/nadrzędne (np. „zwiększenie akceptacji programu Natura 2000 na terenie gminy poprzez włączanie mieszkańców w realizację jego zadań”), potem przechodząc do celów szczegółowych (np. „stworzenie zespołu osób biorących udział w formułowaniu PZO dla danego obszaru Natura 2000”).

Opisując cele programu, warto zastanowić się także nad następującymi problemami:

- Czy wszystkie cele, które chcemy zrealizować, wynikają z problemów związanych z wprowadzeniem programu Natura 2000? → Jeżeli nie, to należy zredukować cele niezwiązane z problemami i zadaniami naturowymi oraz sformułować nowe cele, mając na uwadze bezpośrednio potrzeby prowadzenia zadań ochronnych na danym terenie.

- Czy wszystkie cele są możliwe do zrealizowania? → Jeżeli nie, to redukujemy i przeformułujemy cele tak, aby ich osiągnięcie było realne.
- Czy wszystkie cele są możliwe do zrealizowania w ramach posiadanego budżetu i czasu? → Jeżeli nie, to ustalamy priorytety i redukujemy te cele, które są mniej ważne z punktu widzenia realizacji celu nadrzędnego. Jeżeli cel główny został zbyt ambitnie postawiony, ograniczamy jego zakres bądź za cel główny przyjmujemy jeden z celów szczegółowych.
- Czy możliwa będzie ocena stopnia realizacji tych celów? → Jeżeli nie, możemy dostosować do naszych celów wskaźniki oceniające stopień ich realizacji albo tak przeformułować cele, aby możliwa była weryfikacja ich osiągnięcia.

Warto również zastanowić się nad perspektywą czasową. Przede wszystkim program informacyjno-edukacyjny powinien odpowiadać na doraźne potrzeby i problemy związane np. z ewidentnym nieakceptowaniem Natury 2000. Dodatkowo jednak powinno się przeanalizować, czy i w jaki sposób planowany program przyczyni się do spełnienia dalekosiężnych zamierzeń, wynikających np. z przyjętych strategii zrównoważonego rozwoju gminy lub regionu, bądź w jaki sposób wypracowane efekty, produkty tego programu mogą być pomocne w przyszłych projektach czy wprowadzanych zmianach w kontekście ochrony lokalnej przyrody. Stawianie celów, których efekty będą dostrzegalne dopiero w dalszej perspektywie czasowej, rodzi problemy związane z ewaluacją danego programu, jednak nie należy z nich rezygnować. Dla każdego z wyznaczonych celów powinno się określić sposób, w jaki zostanie on zrealizowany, przełożony na odpowiednie działania w harmonogramie projektu, warto też wyznaczyć wskaźniki mierzące stopień jego realizacji. Wskaźniki realizacji celów to kryteria, według których będziemy mogli ocenić, czy i w jakim stopniu postawione przez nas cele zostały osiągnięte. Wskaźniki pełnią kilka ważnych funkcji w planie programu – weryfikują realność postawionych celów (jeżeli realizacja celu nie jest możliwa do zmierzenia, zapewne również sam cel nie jest możliwy do osiągnięcia), wyznaczają próg sukcesu (od osiągnięcia jakiej wartości wskaźnika możemy mówić o realizacji celu?) oraz stanowią podstawę dla ewaluacji programu. Są również dobrze widzianym (albo nawet obowiązkowym) elementem każdego projektu startującego w konkursie o dofinansowanie na realizację.

Aby sprawdzić, czy cele jakie postawiliśmy są dobrze przemyślane, warto je rozpisać w postaci tabeli zawierającej kolejno: rozwiązywane problemy/realizowane zadania wynikające z innych zobowiązań, cele programu (zarówno te nadrzędne, jak i cele szczegółowe), działania, jakie zostaną w związku z tym przedsięwzięte, wskaźniki, za pomocą których zostanie oceniony stopień realizacji tych celów,

źródła danych do weryfikacji. Wypełnianie podobnych tabeli jest niekiedy wymagane w przypadku aplikowania o fundusze unijne. Nazywane są one macierzami logicznymi projektu.

## **Docelowe grupy odbiorców programu**

To, kto będzie głównym odbiorcą programu informacyjno-edukacyjnego, powinno wynikać z przyjętych celów. Grupy odbiorców łatwiej jest wyznaczyć, jeśli cele programu są precyzyjne, a my dysponujemy trafną diagnozą nastawienia społeczności lokalnych do programu Natura 2000, planowanych zadań ochronnych, czy też do projektowanych inwestycji na obszarach Natura 2000.

Określając grupy odbiorców programu, należy mieć na uwadze następujące kwestie:

- Czyje zachowania chcemy zmieniać? Jaka jest to kategoria osób/podgrupa społeczności lokalnej?
- Jak liczna jest grupa odbiorców, do których chcemy trafić?
- Czy odbiorcy są jednolitą grupą, czy też można ich podzielić ze względu na potrzeby, wiedzę, dostępność, rolę, jaką mogą pełnić w ewentualnym konflikcie?
- Jakimi możliwościami dotarcia do tej grupy dysponujemy?
- Jakie są bariery w dotarciu do danej grupy?

Odbiorcami działań informacyjno-edukacyjnych mogą być:

- pracownicy urzędów gmin,
- sołtysi,
- pracownicy wszelkich instytucji i organizacji związanych z ochroną przyrody, np. Lasów Państwowych, parków narodowych, parków krajobrazowych, oddziałów doradztwa rolniczego, organizacji pozarządowych itp.,
- nauczyciele szkół lokalnych,
- animatorzy kultury (np. pracownicy gminnych domów kultury),
- właściciele gruntów włączonych w sieć Natura 2000,
- lokalni inwestorzy,
- mieszkańcy gminy prowadzący działalność gospodarczą w sąsiedztwie lub na obszarach Natura 2000 (np. właściciele pensjonatów, gospodarstw agroturystycznych),
- mieszkańcy gminy.

Zazwyczaj nie mamy możliwości uwzględnienia wszystkich grup odbiorców i ich członków w prowadzonych działaniach edukacyjnych. Na szczęście nie ma też

takiej potrzeby – lepsze efekty przyniesie program kierujący szereg działań edukacyjnych do wybranych grup niż pobieżne działania kierowane do wszystkich mieszkańców gminy.

## ***Identyfikacja potrzeb informacyjnych grup docelowych***

Po określeniu grup, do których będą kierowane działania edukacyjne podczas programu, należy określić szczegółowo, jakie treści powinny być przekazywane. Różne grupy odbiorców wymagają różnych form i treści przekazu, dostosowania ilości przekazywanych informacji oraz odpowiednich metod edukacyjnych. W obrębie każdej grupy kierowany do niej przekaz powinien uwzględniać:

- Wiedzę posiadaną w danej grupie → Nie chcemy edukować o tym, co nasi odbiorcy już wiedzą – jest to nieefektywne i zniechęca do udziału w naszych działaniach.
- Wiedzę potrzebną do zmiany zachowań (jeśli jest to konieczne, a taką informację uzyskamy z przeprowadzonych badań kwestionariuszowych) → Unikamy edukowania o tym, co nie zmienia zachowań respondentów.
- Wartości i normy podzielane w grupie → Pokazujemy, w jaki sposób ochrona przyrody w ramach programu Natura 2000 odpowiada temu, co ważne i wartościowe dla grupy.

Identyfikacja potrzeb grup docelowych może być elementem badań społecznych poprzedzających zaplanowanie treści, które mają zostać ujęte w programie. W zależności od grupy, jej liczebności oraz dostępnych środków na przeprowadzenie badań można zlecić przeprowadzenie badań ankietowych bądź wywiadów pogłębionych, grup fokusowych lub jednych i drugich. Te pierwsze powinny objąć losową próbę mieszkańców gminy, drugie decydentów i osoby związane z ochroną przyrody w gminie (np. wójt, kierownik wydziału ochrony środowiska i rolnictwa w gminie, nadleśniczy/leśniczy, przedstawiciele oddziałów doradztwa rolniczego). Pamiętajmy, że wartość takich badań będzie tym wyższa, im ich cel zostanie jaśniej określony, a narzędzia do ich wykonania zostaną wcześniej detalicznie zaplanowane. W przypadku ankietowania mieszkańców narzędziem będzie kwestionariusz ankiety, przy wywiadach – przewodnik wywiadu. W realizacji badań i interpretacji ich wyników powinni towarzyszyć doświadczeni badacze społeczni.

## ***Partnerstwa przy prowadzeniu programu***

Kompleksowy i efektywny program informacyjno-edukacyjny okazuje się często dużym przedsięwzięciem, stąd – szczególnie przy braku bogatych doświadczeń w jego organizowaniu – warto zaangażować do współpracy inne instytucje

i organizacje. Partnerstwo różnych podmiotów przy realizacji zadań edukacyjnych wiąże się z większymi obciążeniami organizacyjnymi dla osób kierujących programem, z drugiej jednak strony zwiększa możliwości dotarcia do różnych grup odbiorców, wprowadza nowe punkty widzenia i nowe doświadczenia. Co istotne, bardzo często programy partnerskie mają większe szanse na uzyskanie dofinansowania niż projekty składane przez pojedyncze instytucje.

Potencjalnych partnerów można szukać między innymi wśród:

- lokalnych organizacji pozarządowych o różnym charakterze działalności (ochrona przyrody, ale także np. tych promujących lokalną kulturę, takich jak: koła gospodyń wiejskich),
- regionalnych lub ogólnopolskich organizacji pozarządowych (ważne, aby zwrócić uwagę na ich doświadczenie w realizacji tego typu działań),
- szkół i instytucji edukacyjnych (np. szkoły wyższe),
- lokalnych i regionalnych mediów,
- instytucji państwowych lub jednostek samorządu terytorialnego,
- potencjalnych inwestorów.

Partnerstwa powinny funkcjonować opierając się na spisanej umowie pomiędzy stronami, zawierającej podział zadań, harmonogram ich realizacji oraz warunki egzekwowania zapisów umowy. Umowami powinien być również regulowany patronat medialny, jeśli na taki wykonawcy programu się decydują.

## ***Wybór metod i środków komunikacji***

Po identyfikacji potrzeb przystępujemy do ich ANALIZY. Tutaj konieczne jest wybranie metod, jakie zostaną zastosowane przy realizacji programu (szkolenia, warsztaty, spotkania itp.), tak aby były one adekwatne względem poszczególnych grup odbiorców i ich potrzeb, jak również względem liczby odbiorców, terminów i lokalizacji poszczególnych działań.

Istnieje wiele różnych metod, z których możemy korzystać w trakcie prowadzonych działań edukacyjnych. Ogólnie można je podzielić na bierne i aktywne:

Metody bierne	Metody aktywne
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plakaty, ogłoszenia</li> <li>• Foldery, ulotki, materiały informacyjne, biuletyny, katalogi</li> <li>• Podręczniki, informatory, książki z ćwiczeniami dla dzieci</li> <li>• Newsletter</li> <li>• Biuletyn wysyłany pocztą elektroniczną</li> <li>• Wykłady, miniwykłady</li> <li>• Strona internetowa</li> <li>• Książki, komiksy</li> <li>• Raporty techniczne</li> <li>• Przekazy medialne: prasowe (artykuły w lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich gazetach) i telewizyjne</li> <li>• Reklama/ogłoszenia w prasie</li> <li>• Wkładki do gazet</li> <li>• Billboardy</li> <li>• Citylight</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festyny</li> <li>• Dyskusje grupowe, dyskusje w małych grupach, dyskusje w parach, debaty, spotkania publiczne, zebrania, panele eksperckie</li> <li>• Linia telefoniczna</li> <li>• Krzyżówki, zagadki, zadania, testy</li> <li>• Konkursy</li> <li>• Warsztaty, szkolenia</li> <li>• Ćwiczenia w grupie, ćwiczenia w małych grupach, ćwiczenia indywidualne</li> <li>• Ranking diamentowy</li> <li>• Doradcy domowi</li> <li>• Studium przypadku</li> <li>• Granie ról, gra symulacyjna</li> <li>• Demonstracje, filmy, happeningi</li> <li>• Wystawy</li> <li>• Forum internetowe, e-learning</li> <li>• Facilitacja</li> <li>• Konferencje prasowe</li> <li>• Punkty kontaktowe</li> <li>• Centra edukacji</li> <li>• Wycieczki tematyczne</li> </ul>

Bierne metody generalnie charakteryzują się mniejszą skutecznością, ale są tańsze i można nimi objąć większą liczbę odbiorców. Metody aktywne wymagają często kilkakrotnie wyższych nakładów finansowych w przeliczeniu na jednego odbiorcę, ich stosowanie wymaga więcej czasu i zaangażowania większej liczby osób (trenerów, moderatorów itp.), ale ostateczne efekty są bardziej długotrwałe.

Wybór metod i środków komunikacji do prowadzenia działań edukacyjnych jest uzależniony od:

- etapu programu, na którym dane medium będzie wykorzystywane,
- potrzeb danej grupy odbiorców,
- specyfiki przekazu – czy jest on kierowany do wybranych grup odbiorców, czy do ogółu/szerszej społeczności,
- zawartości merytorycznej przekazu,
- ograniczeń finansowych i czasowych.



Szczególnie warta polecenia wydaje się metoda **doradców domowych** (ang. *home advisors*) – brytyjska metoda informowania i zachęcania mieszkańców do działań na rzecz środowiska naturalnego. Dotychczas najczęściej była stosowana w celu zachęcania mieszkańców do zmniejszenia ilości wytwarzanych odpadów komunalnych, ich segregacji i kompostowania. Metoda polega na odwiedzaniu i informowaniu mieszkańców na tematy zaplanowane w programie przez specjalnie wyszkolone osoby – „doradców domowych”. Podczas wizyt doradcy przeprowadzają z mieszkańcami krótką ankietę dotyczącą danego tematu (np. systemu segregacji odpadów w ich miejscu zamieszkania), pytają o wskazanie ewentualnych problemów z tym związanych, a także przyczyn ewentualnego nieuczestniczenia w danej inicjatywie. Dodatkowo doradcy dostarczają mieszkańcom materiały informacyjne (np. kalendarze, ulotki). Dotychczas metodę **doradców domowych** z powodzeniem zastosowano w gminach Londynu, a po zmodyfikowaniu również w naszym kraju – w Jaśle, Jordanowie Podhalańskim, Zakliczynie, gminach należących do Związku Gmin Dorzecza Wisłoki oraz Związku Gmin Dorzecza Górnej Raby i Krakowa. W Polsce rolę doradców pełnili uczniowie lokalnych szkół gimnazjalnych lub ponadgimnazjalnych (Jasło), a także członkowie Ochotniczej Straży Pożarnej (Zakliczyn), wyszkoleni na specjalnie zorganizowanych warsztatach. W każdej z miejscowości okazywała się ona najbardziej efektywna w porównaniu z innymi, jak też bardzo dobrze postrzegana przez mieszkańców. Do warunków polskich metodę dostosowali pracownicy Instytutu Nauk o Środowisku Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Pamiętajmy, że warto zweryfikować, czy zaplanowane metody są prawidłowo dobrane zarówno w stosunku do przekazywanej tematyki, jak też grupy odbiorców. Warto odpowiedzieć sobie na pytania:

- Czy program jest prowadzony przy użyciu różnorodnych metod przekazu (i biernych, i aktywnych)?
- Czy dana metoda jest adekwatna do przekazywanych treści?
- Czy istnieje równowaga pomiędzy ilością aktywności realizowanych przy użyciu biernych i aktywnych metod?
- Czy do każdej z metod przygotowano odpowiednie materiały instruktażowe (polecenie, instrukcja np. pracy w grupach) lub pomocnicze (tablice, podręczniki, tablice, pomoce do ćwiczeń, karteczki samoprzylepne itp.)?

Terminarz i lokalizacja poszczególnych działań w ramach programu oraz liczby ich odbiorców powinna być zdefiniowana na tym etapie jak najbardziej detalicznie. To ułatwi pracę przy ich projektowaniu.

Identyfikacja i analiza potrzeb szkoleniowych powinna zostać zakończona wykonaniem raportu końcowego, w którym zawrzemy cel analizy, analizowane grupy odbiorców, metodykę, przebieg i wyniki przeprowadzonych badań ilościowych i jakościowych, wnioski i proponowane działania. Taki raport powinien zostać przekazany kierownictwu instytucji zamawiającej.

## ***Pilotaż programu***

Programy informacyjno-edukacyjne to w większości kosztowne działania, tak więc nawet jeśli korzystamy z gotowych i sprawdzonych rozwiązań, przed przystąpieniem do właściwej realizacji warto sprawdzić, jak w praktyce wybrane formy i treści działań będą się sprawdzały. Test zaplanowanego programu przed jego ostateczną realizacją nazywamy pilotażem. Ma on na celu weryfikację, czy:

- przekazywane treści są odpowiednie dla wybranych grup odbiorców,
- przyjęte formy przekazu odpowiadają grupom odbiorców,
- właściwie został zaplanowany czas trwania poszczególnych działań,
- właściwie został zaplanowany koszt poszczególnych działań,
- zaplanowany sposób rekrutacji wykonawców będzie efektywny,
- poszczególne działania informacyjno-edukacyjne przynoszą zaplanowane efekty,
- osiągnięte efekty mogą być mierzone za pomocą ustalonych wskaźników.

W praktyce pilotaż polega na próbnym przeprowadzeniu wybranych (kluczowych) działań zaplanowanych w programie na niewielkiej grupie odbiorców w gminie, dla której planowany jest program (z tego bowiem wynika specyfika całego programu informacyjnego, planujemy ją dla tej, a nie innej społeczności). W trakcie pilotażu osoby go prowadzące notują uwagi dotyczące ww. aspektów, na które zwracamy uwagę. Po przeprowadzonej próbie mierzymy wartości wskaźników efektów działań. Na koniec rozmawiamy z uczestnikami pilotażowych działań informacyjno-edukacyjnych, pytając o ich uwagi i opinie.

## ***Finansowanie programu***

Realia coraz częściej zmuszają instytucje zajmujące się szeroko pojętą edukacją i informacją do pozyskiwania zewnętrznych funduszy na swoją działalność. Dotyczy to w szczególności samorządów lokalnych, jednostek oświatowych jak i organizacji pozarządowych zajmujących się projektowaniem i prowadzeniem działań edukacyjno-informacyjnych dotyczących ochrony środowiska i przyrody. Zakres i kalendarz działań, które dana jednostka decyduje się przeprowadzić, jest ewidentnie uzależniony od środków finansowych, które uda się zdobyć. Aplikowanie

o fundusze to dość niewdzięczna i czasochłonna czynność, a co gorsza – nie zawsze zakończona sukcesem. Warto jednak spróbować. Występowanie o fundusze wymaga odpowiedniego przygotowania. W rozdziale następnym zamieszczono opisy instytucji – potencjalnych sponsorów działalności edukacyjnej. Równocześnie poniżej starano się w przystępny sposób opisać, jak powinno się wypełniać wniosek aplikacyjny o fundusze. Uwagi te umieszczono w formularzu aplikacyjnym skonstruowanym na potrzeby niniejszego poradnika. Jest on kompilacją najbardziej popularnych wniosków o fundusze. Pierwsza część dotyczy ogólnych informacji o projekcie.

## **INFORMACJE O PROJEKCIE**

### ***Tytuł projektu:***

Tytuł powinien być sformułowany tak, aby przyciągał uwagę (był chwytliwy), był interesujący, adekwatny do celów i opisu projektu. Im krótszy, tym lepszy (absolutne maksimum: 25 słów). Najlepiej, aby był podany w formie równoważnika zdania. Jeśli złożony z dwóch części – powinny być one oddzielone pauzą lub przecinkiem. W zależności od typu instytucji, do której aplikujemy, tytuł powinien brzmieć mniej lub bardziej kolokwialnie.

### ***Autorzy projektu:***

Pełna nazwa instytucji aplikującej, najlepiej wraz z adresem pocztowym, internetowym, e-mailowym i kontaktowymi numerami telefonicznymi. Czasami podaje się nazwisko kierownika/koordynatora projektu (taka osoba jest przeważnie osobą kontaktową).

### ***Wnioskowana kwota dotacji:***

Napisana wyraźnie, może też być podana słownie.

### ***Obszar realizacji projektu:***

Szczególną uwagę należy zwrócić na fakt, czy zaplanowane cele i działania projektu mieszczą się w obszarach jego realizacji. Obszary te są najczęściej zdefiniowane przez instytucje finansujące. W większości przypadków obszary są podawane bardzo ogólnie i szeroko, czasem są „rozbite” na bardziej szczegółowe podobszary. Warto, aby tytuł projektu także był zgodny z obszarem realizacji projektu.

### **Czas realizacji projektu:**

Najczęściej podaje się go w miesiącach, np. 36 miesięcy, a nie 3 lata, ale często też datami, np. 01.2011–12.2012. W zależności od instytucji długość trwania projektu może, ale nie musi być zdefiniowana. Często określa się, że „nie dłużej niż...”. Koniecznie zwróćmy uwagę, czy obszar realizacji jest adekwatny do realizacji zaplanowanych celów i działań projektu (umożliwia wykonanie wszystkich działań, nie jest za długi lub za krótki). Instytucje sponsorujące wymagają też sprawozdawczości z realizacji projektu, najczęściej w odstępach sześć- lub dwunastomiesięcznych. To także należy wziąć pod uwagę przy planowaniu czasu realizacji projektu.

Część druga wniosku to szczegółowy opis projektu.

## **OPIS PROJEKTU**

### **Cele projektu:**

W tej części wniosku należy szczegółowo i jasno opisać zakładane cele projektu. Wskazać cel ogólny oraz cele szczegółowe prowadzące do spełnienia celu ogólnego (należy koniecznie sprawdzić, czy faktycznie tak jest!). Cele szczegółowe powinny być sformułowane bardzo precyzyjnie i być możliwe do osiągnięcia. Ważne też, aby stopień ich realizacji był mierzalny (nawet w przypadku tzw. „miękkich” projektów). Cele najlepiej ująć w punktach (maksymalnie 200–350 słów). Pamiętajmy, że założone cele muszą zostać zrealizowane w trakcie projektu. To z nich aplikant będzie rozliczany w czasie trwania jak i po zakończeniu projektu.

### **Opis projektu:**

Tu należy przedstawić główne informacje nt. projektu. Uzasadnić znaczenie oraz potrzebę realizacji projektu, odwołując się do stosownej literatury przedmiotu jak też istniejących tzw. danych zastanych. Wskazać problemy, w rozwiązaniu których pomoże realizacja projektu. Opisać planowany przebieg projektu (max. 700–1200 wyrazów). Ocenie będzie podlegać to, czy: opis jest wyczerpujący, logiczny i rzeczowy, czy uzasadnia w sposób jasny i przejrzysty wszystkie cele projektu? Czy opis został przygotowany na podstawie o aktualnej literatury przedmiotu/odpowiednich danych? Czy wskazane są problemy, w których rozwiązaniu pomoże realizacja projektu? Czy ma to dużą wartość poznawczą i użyteczną (w zależności od celów projektu i misji instytucji sponsorującej)? Czy opisany jest planowany przebieg projektu?

---

**Beneficjenci projektu:**

W tej części należy scharakteryzować, kogo będzie dotyczył projekt, wskazać grupy docelowe (uzasadnić dlaczego akurat te, a nie inne) oraz uzasadnić, w jaki sposób skorzystają one na realizacji projektu (max. 150 słów opisu każdej grupy). Koniecznie należy zwrócić uwagę, czy dobór beneficjentów jest adekwatny do stawianych celów projektu, czy wszystkie grupy beneficjentów zostały w miarę szczegółowo opisane, czy opisano w jaki sposób każda grupa beneficjentów skorzysta z realizacji projektu, czy są to realne, mierzalne korzyści? Warto też zwrócić uwagę na liczebność populacji (beneficjentów) i jej reprezentatywność, jak też realność ujęcia tej konkretnej liczby osób (czy możliwa będzie praca z taką grupą).

---

**Efekty projektu:**

Tutaj należy opisać „twarde” i „miękkie” efekty projektu w odniesieniu do planowanych działań i stawianych celów. Opisać, w jaki sposób efekty będą ewaluowane (najlepiej podając szczegółowe metody pomiaru) (max. 400–600 słów). Zwróćmy uwagę, czy efekty projektu odpowiadają realizacji założonych celów? Czy dokonano poprawnego rozróżnienia pomiędzy miękkimi i twardymi efektami projektu? Czy efekty są mierzalne? Czy zaplanowany jest poprawny sposób ewaluacji efektów? Czy efekty projektu są istotne poznawczo i użyteczne?

---

**Wykaz najważniejszej literatury dotyczącej problematyki wniosku:**

W zależności od tematyki projektu i instytucji finansującej literatura powinna być bardziej lub mniej naukowa. Koniecznie jednak musi być ona aktualna (najwyżej 10 lat wstecz) i pochodząca z wiarygodnych źródeł. Dobrze też oprzeć się na literaturze zagranicznej. Uważajmy na źródła internetowe. Często są one nieprofesjonalne. Pamiętajmy też o sprawdzeniu czy pozycje literaturowe, na które powołujemy się w tekście wniosku, umieściliśmy w spisie literatury. Spis najlepiej konstruować wg powszechnie przyjętych kanonów:

(1) dla artykułów w czasopismach: autor, rok wydania, tytuł artykułu, tytuł czasopisma wraz z numerem zeszytu i stronami, na których artykuł został wydrukowany.

Kistowski M. 2002. Ochrona przyrody w polskich strategiach rozwoju regionalnego i lokalnego – między chęciami a przemusem. Przegląd Przyrodniczy 13, 4: 3–25.

(2) dla książek: autor (redaktor), rok wydania, tytuł książki, wydawnictwo, miasto wydania.

Kociński A. 2007. Polityka ochrony przyrody. PWN, Warszawa.

---

Trzecia część wniosku aplikacyjnego jest także szczegółowa i dotyczy harmonogramu i budżetu projektu.

## HARMONOGRAM PROJEKTU

### **Szczegółowy kalendarz projektu:**

W tej części wniosku (przeważnie w formie tabeli, *patrz poniżej*) należy wyszczególnić realizowane zadania, określić ich ramy czasowe i wykonawców; poniżej (nie w tabeli) dodać krótki opis wykonawców (zawód, wykształcenie, doświadczenie zawodowe). Można też dołączyć krótkie CV kierownika projektu i kluczowych członków zespołu mającego realizować projekt. W tym wypadku pamiętajmy o schludnym i rzeczowym formacie życiorysu ze szczególnym uwypukleniem doświadczeń zawodowych, które pomogą w realizacji projektu.

We wniosku oceniane będą: adekwatność doboru wykonawców, liczby (nie za dużo, nie za mało) i różnorodności zadań, odpowiednio szczegółowe przedstawienie zadań, spójność i realność czasu realizacji poszczególnych zadań.

### **Szczegółowy opis zadań wymienionych w kalendarzu projektu:**

ZADANIE (numer)	DATA ROZPOCZĘCIA	DATA ZAKOŃCZENIA	NAZWA ZADANIA	WYKONAWCA (skrót/inicjały)
1.				
2.				

Tu należy szczegółowo opisać każde z wymienionych powyżej zadań – jego przebieg, grupy beneficjentów i efekty (max. 150 słów na każde zadanie). Zwróćmy uwagę czy jasne jest, czego dotyczą wszystkie zadania, czy wiadomo jak będą przebiegać wszystkie zadania? Czy każde zadanie ma jasny, trafny i wyczerpujący opis beneficjentów i efektów?

## BUDŻET

Konstruowanie budżetu to „wyższa szkoła jazdy”. Przeważnie jednak format części finansowej wniosku jest z góry określony przez daną instytucję. Zawiera on różne składowe, prawie zawsze podane w formie tabelarycznej, najczęstsz:

Lp.	Treść	Planowane koszty w roku			
		2009	2010	2011	Razem
1	Koszty bezpośrednie				
	w tym:				
	1/ Wynagrodzenia z pochodnymi				
	2/ Inne koszty realizacji projektu				
2	Koszty pośrednie				
3	Koszty ogółem finansowane ze środków fundacji (1+2)				
4	Koszty ogółem finansowane z innych źródeł niż fundacja				
5	Koszty ogółem (3+4)				

Czasami fundator wymaga dodatkowego rozbicia kosztów na poszczególne zadania:

Lp.	Nazwa zadania badawczego	Termin rozpoczęcia - zakończenia zadania	Przewidywane koszty (zł)
1.			
2.			
RAZEM			

Przed ostatecznym zaplanowaniem budżetu można skorzystać z tzw. oferty cenowej od różnych firm. Chcąc być pewnym, ile kosztuje dany produkt czy usługa, którą zamierzamy ująć w kosztorysie projektu, musimy to sprawdzić w kilku instytucjach. Pamiętajmy o realności kosztorysu. Nie przesadzmy z zadną z kategorii (fundatorzy szczególnie nieprzychylnie traktują zawyżone koszty wynagrodzeń). Jeśli planujemy zakup jakichś sprzętów, warto podać krótką notkę o ich parametrach.

Pamiętajmy, że ta część wniosku jest zawsze sprawdzana bardzo skrupulatnie. W szczególności recenzent zwraca uwagę: czy budżet zawiera wszystkie koszty? Czy koszty są odpowiednio podzielone na kategorie? Czy budżet nie zawiera zbędnych kosztów/niezwiązanych z projektem? Czy koszty wynagrodzeń są zaplanowane realnie/czy obejmują wszystkich wykonawców projektu? Czy koszty nie są zanizone? Czy przypisane są adekwatne ceny jednostkowe i jednostki miary?

## **Kryteria oceny**

Przed ostatecznym złożeniem projektu o finansowanie koniecznie trzeba bardzo dokładnie go sprawdzić. Szczególnie należy zwrócić uwagę na te rzeczy, które we wnioskach są oceniane, tzn.:

- kompletność (Czy wszystkie części formularza są wypełnione? Jeśli nie, często jest odrzucany na etapie formalnym, nie przechodząc w ogóle do oceny merytorycznej),
- poprawność merytoryczna (Czy projekt jest wolny od błędów merytorycznych?),
- język, poprawność stylistyczna (Czy projekt jest napisany poprawnie pod względem stylistycznym, ortograficznym, interpunkcyjnym? Czy język projektu jest adekwatny do tego rodzaju dokumentu?),
- zachowanie standardów formalnych pracy (estetyka, formatowanie, odpowiedni format przypisów i bibliografii),
- ogólna spójność wewnętrzna i konsekwencja opisu celów, działań, efektów (Czy ogólnie projekt jest konsekwentny w wyznaczaniu celów, w doborze grup docelowych, obszaru i czasu realizacji, w sposobach realizacji i planowanych efektach?),
- realność problemu i jego realizacji (Czy projekt odnosi się do rzeczywistych problemów, czy jego wykonanie jest realne?).

Kryteria oceny projektów są różne w zależności od instytucji finansującej. Nie zawsze są one podawane beneficjentom, jednak zawsze warto starać się zdobyć jak najwięcej informacji na temat sposobu i zasad oceniania przed rozpoczęciem pracy nad wnioskiem aplikacyjnym.

## **Literatura przedmiotu**

Babbie E. (2003) *Badania społeczne w praktyce*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Kossowska M., Sołtysińska I. (2002) *Szkolenia pracowników a rozwój organizacji*. Oficyna Ekonomiczna, Kraków.

Miles M.B., Huberman A.M. (2000) *Analiza danych jakościowych*. Trans Humana Wydawnictwo Uniwersyteckie, Białystok.

Nęcki Z. (2000) *Komunikacja międzyludzka*. Drukarnia Antykwa, Kraków-Kluczbork.

Nikodemska-Wołowik A.M. (1999) *Jakościowe badania marketingowe*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.



Weiner J. (2009) Technika pisania i prezentowania przyrodniczych prac naukowych.  
Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.