



ALICE

Akademia Liderów Integracji Cyfrowej i Edukacji

Podręcznik dla Liderów Integracji Cyfrowej i Edukacji

Fundacja
Aktywizacja



Ministerstwo
Administracji i Cyfryzacji

FRSI

Warszawa 2013

Autorzy: Tomasz Hardecki (rozdz. 3.1); Agata Jałosińska (rozdz. 4.4); Magdalena Krajewska (rozdz. 1.1); Dagmara Krzesińska (rozdz. 3.2); Artur Lityński (rozdz. 7); Anna Miller (rozdz. 5); Marcin Mitzner (rozdz. 4.3. opracowany na podstawie „Materiałów dla uczestników warsztatów tworzenia gier edukacyjnych do nauczania przedsiębiorczości” dostępnych na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska (CC-BY 3.0 Polska), dostępnej na stronie: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>); Katarzyna Sawko (rozdz. 6. opracowano z wykorzystaniem fragmentu publikacji Przewodnik po otwartości. Centrum Cyfrowego, CC BY); Teodor Sobczak (rozdz. 2.1 oraz rozdz. 4.3. opracowany na podstawie „Materiałów dla uczestników warsztatów tworzenia gier edukacyjnych do nauczania przedsiębiorczości” dostępnych na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska (CC-BY 3.0 Polska), dostępnej na stronie: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>); Agata Spała (rozdz. 1.2 i 3.1); Grzegorz Stunża (rozdz. 4.1 oraz 4.2); Paulina Sobieszuk (rozdz. 4.4), Angelika Wiśniewska (2.2); Krystyna Zowczak-Jastrzębska opracowane na podstawie materiałów Federacji Mazowia, biuletyn nr 25, wrzesień 2010 (rozdz. 1.3).

Koncepcja i nadzór: Grzegorz Wilczek, Michał Lewandowski

Redakcja merytoryczna: Angelika Wiśniewska

Skład i łamanie: Jeremiasz Bremer

Druk i oprawa: Libra Print

Wydawca:



**Fundacja
Aktywizacja**

Fundacja Aktywizacja

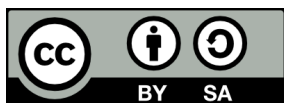
ul. Wiśniowa 40b lok. 8
02-520 Warszawa

Jeżeli chcesz wesprzeć nasze działania, możesz przekazać nam 1% swojego podatku, wpisując w PIT nasz numer KRS 0000049694.



**Ministerstwo
Administracji
i Cyfryzacji**

Projekt Akademia Liderów Integracji Cyfrowej i Edukacji – ALICE jest współfinansowany przez Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji.



Publikacja wydana została na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska. Oznacza to, że wszystkie zawarte w niej treści można kopiować i dowolnie wykorzystywać, a także tworzyć na ich podstawie utwory zależne pod warunkiem podania autora oraz nazwy licencjodawcy:

Fundacja Aktywizacja, www.aktywizacja.org.pl.

Warszawa 2013

wydanie pierwsze

ISBN 978-83-932732-6-3

Spis treści

Wstęp	7
1. Lider Integracji Cyfrowej i Edukacji	9
1.1. Lider	9
1.2. Partnerstwo	12
1.3. Relacje mediowe dla początkujących	18
2. Projekt	25
2.1. Planowanie i realizacja projektu	25
2.2. Koordynacja działań, monitoring, ewaluacja	29
3. Cyfrowe włączenie	35
3.1. Włączanie osób z niepełnosprawnością	35
3.2. Włączanie osób 50+	41
4. Kompetencje cyfrowe	47
4.1. Podstawowe kompetencje cyfrowe	47
4.2. E-learning	51
4.3. Grywalizacja	55
4.4. Medialaby	60
5. Bezpieczeństwo i prawo w sieci	75
6. Otwarte zasoby edukacyjne i otwarte licencje	71
7. Źródła finansowania projektów	75

Akademia Liderów Integracji Cyfrowej i Edukacji – ALICE,
współfinansowana przez Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji,
jest realizowana przez Fundację Aktywizacja
we współpracy z Fundacją Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego.

Akademia Liderów Integracji Cyfrowej i Edukacji postawiła sobie za cel dostarczenie praktycznej wiedzy i użytecznych narzędzi lokalnym animatorom, zajmującym się na co dzień działaniami edukacyjnymi wspierającymi rozwój kompetencji cyfrowych Polaków. Nowatorska idea Akademii nie tylko dała uczestnikom okazję do zdobycia czy doskonalenia umiejętności, ale również pozwoliła wypracować zindywidualizowane rozwiązania, gotowe do zastosowania w ich środowisku.

Program Akademii ALICE objął trzy kluczowe obszary: kompetencje lideryskie, metody e-integracji osób wykluczonych cyfrowo oraz edukację medialną. Zajęcia z tych obszarów zrealizowano podczas czterech zjazdów, które odbyły się w listopadzie i grudniu 2013 r. w Serocku pod Warszawą.

Zajęcia przeprowadzono w formie wykładów i interaktywnych warsztatów. Zrealizowano je przy zastosowaniu nowoczesnych narzędzi metodycznych. Uczestnicy zajęć – we współpracy z trenerami – przygotowali prace zaliczeniowe w formie Planu Działań Edukacyjnych z zakresu kompetencji cyfrowych dla placówki czy instytucji, z którymi są związani.

Oddajemy w Państwa ręce ten poradnik, którego celem jest pomoc Liderom Cyfrowym w prowadzeniu szkoleń. Poradnik jest wynikiem pracy zespołu profesjonalnych trenerów, którzy prowadzili zajęcia w Akademii Liderów Integracji Cyfrowej i Edukacji i obejmuje materiał w zakresie:

- roli lidera i jego funkcji w prowadzeniu projektów, jego osobności i wpływu na grupę realizującą projekt (rozdział 1.1. Lider),
- ukazania od strony praktycznej potencjału partnerstwa społecznego jako sposobu wzmacniania szans rozwojowych społeczności lokalnych i regionalnych (rozdział 1.2. Partnerstwo),
- współpracy z mediami na rzecz prowadzonych projektów w lokalnym środowisku (rozdział 1.3. Relacje mediowe dla początkujących),
- praktycznego planowania i realizacji projektu na rzecz określonego środowiska lokalnego (rozdział 2.1. Lider),
- roli, jaką odgrywa w projekcie koordynacja działań, monitoring i ewaluacja oraz związane z tym umiejętności (rozdział 2.2. Koordynacja działań, monitoring i ewaluacja),
- włączenia cyfrowego osób z niepełnosprawnością, tu szczególnie skupiono się na wykorzystaniu prostych narzędzi, jakie daje system Windows (rozdział 3.1. Włączenie osób z niepełnosprawnością),
- włączenia cyfrowego osób 50+, w którym szczególną uwagę zwrócono na to, jak specyficzna jest ta grupa i jak sobie z tym radzić (rozdział 3.2. Włączenie osób 50+),

- podstawowych kompetencji cyfrowych i ich znaczenia dla jednostki funkcjonującej we współczesnym społeczeństwie (rozdział 4.1. Podstawowe kompetencje cyfrowe),
- e-learningu jako formy nauczania na odległość z wykorzystaniem platformy (rozdział 4.2. E-learning),
- grywalizacji, czyli gier, które obecnie cieszą dużą popularnością i coraz częściej pełnią funkcje edukacyjne (rozdział 4.3. Grywalizacja),
- działalności medialabów, jeszcze mało popularnej metody aktywności łączącej kulturę, technologię i edukację (rozdział 4.4. Medialaby),
- bezpieczeństwa i prawa w sieci, a w szczególności skupiono się na problemie udostępniania swoich danych i zostawiania cyfrowych śladów w sieci (rozdział 5. Bezpieczeństwo i prawo w sieci),
- otwartych zasobów sieci i możliwości korzystania z nich (rozdział 6. Otwarte zasoby edukacyjne i otwarte licencje),
- możliwości finansowania projektów w ramach różnych źródeł grantowych i pozagruntowych (rozdział 7. Źródła finansowania).

1. Lider Integracji Cyfrowej i Edukacji

Akademia Liderów Integracji Cyfrowej i Edukacji – ALICE stawia sobie za cel dostarczenie praktycznej wiedzy i użytecznych narzędzi animatorom lokalnym, zajmującym się na co dzień działaniami edukacyjnymi wspierającymi rozwój kompetencji cyfrowych Polaków. Ci lokalni animatorzy wskutek pogłębienia swoich kompetencji z zakresu trzech kluczowych obszarów:

- kompetencji liderekich,
- metody e-integracji osób wykluczonych cyfrowo,
- edukacji medialnej

mogą stać się Liderami Integracji Cyfrowej. Tacy liderzy, prócz kompetencji związanych z zarządzaniem, powinni mieć wiedzę i umiejętności z zakresu technologii informacyjnych, a także współpracy z lokalnymi mediami. Muszą być tak przygotowani, jakby prowadzili niewielkie firmy szkoleniowe.

1.1. Lider

Kim jest lider?

Co odróżnia lidera od menedżera, przywódcy, mentora, kierownika, animatora, koordynatora czy po prostu szefa. Jest w nim coś szczególnego, nie jest to wyłącznie funkcja w organizacji, np. przedsiębiorstwie czy szkole, lecz także pewne cechy osobowości. Przecież nie każdego szefa uważamy za lidera, choć na pewno warto byłoby aby każdy szef liderem jednak był. W innym węższym znaczeniu słowo lider oznacza kogoś, kto przoduje w rankingu. Na przykład firmy często używają określenia lider, mając na myśli osoby, które osiągają najlepsze wyniki w pracy. Czasem wprost mówią o liderach sprzedaży. Bycie najlepszym, bycie liderem jakiegoś rankingu czy to w biznesie, czy w sporcie nie jest jednak tym samym, co bycie liderem w grupie dążącej do zmiany społecznej.

Co odróżnia lidera od pozostałych aktywnych obywateli?

- **Po pierwsze misja:** lider musi mieć jasno określoną misję, musi też umieć tę misję przełożyć na wizję, czyli wiedzieć, w jakim kierunku iść i jakich użyć zasobów. Przykładem lidera opartego na takiej jasnej misji był Mahatma Gandhi – jego misją było odzyskanie niepodległości Indii i wiedział, że stanie się to bez użycia przemocy.
- **Po drugie motywacja.** Lider powinien mieć nie tylko wybitnie silną motywację do działania, ale też powinien być źródłem motywacji dla innych. To do niego grupa powinna odwoływać się w razie kłopotów, on pierwszy dostrzega zniechęcenie, stara się temu zaradzić i prowadzi grupę do następnych zadań. Nie uda się

ci pociągnąć za sobą grupy, jeśli sam nie będziesz przekonany o słuszności tego, co robisz czy nie będziesz wierzyć w ogromną wagę sprawy, na rzecz której działasz. „Musisz być przekonany, że to się da zrobić, musisz tryskać optymizmem i zarażać nim innych (...)”¹. Oczywiście, ludzie muszą ci także ufać. Łatwo to osiągnąć wtedy, kiedy jesteś świadomy swoich celów liderem i działasz dla dobra większości. Jeśli ludzie będą uważali twoje intencje za szczerze, zaufają ci jako liderowi.

- **Po trzecie charyzma.** Lider musi promieniować, musi mieć zdolność do tego, by grupa poddała się internalizacji, czyli uznawała i przyjmowała jako własne jego misję i wizję, by podziwiała jego determinację i skuteczność w dążeniu ku wspólnie wyznaczonym celom. Czy charyzma da się nauczyć? Wydaje się, że charyzma to coś więcej niż socjotechniczne umiejętności, nie zależy też od typu osobowości. Najogólniej osobowość można zdefiniować jako względnie stały, wewnętrznie spójny sposób funkcjonowania danej jednostki. To właśnie osobowość jest źródłem indywidualnych różnic między ludźmi. Porównaj, jak bardzo różnią się osobowościami Dalajlama, Jacek Kuroń czy Martin Luther King, a jednak potrafili porwać ludzi do działania.
- **Po czwarte kompetencje.** Lider musi być kompetentny, znać się na swojej pracy, grupa musi wiedzieć, że swoje zadania lider zrealizuje w sposób profesjonalny i skuteczny. Liderowi, jak każdemu człowiekowi, który podejmuje działanie, może coś się nie udać. Nie będzie to zapewne dużym problemem dla spójności grupy, jeśli twoje intencje były szczerze, a ze zdarzenia wyciągniesz lekcję dla siebie.

Wszystko, co robi lider i to, w jaki sposób działa, ma wpływ na pozostałych członków zespołu. Jako lider musisz upewnić się, że każdy członek grupy ma zadanie odpowiadające jego aspiracjom, umiejętnościom i jest zgodne z jego systemem wartości. Oprócz kierowania działaniami współpracowników, zwróć również uwagę na ich oczekiwaniach wobec grupy. Poznaj indywidualne cechy każdego współpracownika i zadaj sobie pytanie: czy miejsca jakie zajmuje w grupie, zadania, które realizuje, są dla niego odpowiednie i czy jest z tego zadowolony. Korzystaj z wiedzy i doświadczenia innych, angażuj ich do podejmowania decyzji wtedy, kiedy osiągnięcie celu nie będzie wyłącznie twoim celem, a wartością całej grupy. Nie ma jedynie słusznego sposobu działania lidera. W zależności od sytuacji różne decyzje mogą przynieść równie dobry efekt. Musisz znaleźć własną drogę.

Jeśli chcesz poszerzyć swoją wiedzę dotyczącą bycia liderem oraz pracy z grupą jako lidera, warto zapoznać się z podaną literaturą:

- Rusell E. Palmer: *Przywództwo doskonałe. Oficyna a Wolters Kluwer Business*, Warszawa 2010
- Joan Morques: *Lider(ka) z krwi i kości. Świadome przywództwo*. GWP, Sopot 2013
- John C. Maxwell: *Tworzyć liderów, czyli jak wprowadzać innych na drogę sukcesu*. Wydawnictwo Medium, Warszawa 1995

1 Joan Morques: *Lider(ka) z krwi i kości. Świadome przywództwo*. GWP, Sopot 2013, s. 32

Scenariusz warsztatu

Zaproponowane zajęcia oparte są na wykorzystaniu doświadczenia, które ma grupa i jej poszczególni członkowie. Każdy z uczestników musi znaleźć miejsce i czas do swobodnej wypowiedzi zarówno na forum, jak i w mniejszych grupach. Nie zmuszaj jednak uczestników do wypowiedzi, ponieważ dla części osób może to być bardzo stresujące.

Przed przeprowadzaniem ćwiczeń umów się z uczestnikami na pewne zasady pracy – przygotuj kontrakt. Spiszcie zasady, które będą was obowiązywały – siebie jako prowadzącego i każdego uczestnika szkolenia.

Pamiętaj o regule „czterech ścian”, czyli nieprzekazywania poza grupę informacji uzyskanych w trakcie spotkania oraz o zasadzie szczerości.

Ustalenie tych zasad pozwoli uczestnikom poczuć się pewniej i swobodniej. Zwiększy to ich zaangażowanie w ćwiczenia. Warsztat możesz przeprowadzić wśród różnych grup zarówno pod względem wieku, jak i doświadczenia w pracy z grupą. Zajęcia dotyczące bycia liderem możesz potraktować jako wstęp do zajęć dotyczących: komunikacji, motywacji, planowania czy pracy z grupą. Warsztat przewidziany jest na dwie godziny.

Ćwiczenie 1. Kto jest liderem?

Cel ogólny ćwiczenia: poznanie cech osobowości lidera.

Środki dydaktyczne: flipchart, mazaki.

Czas realizacji: 30–40 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

1. Chcąc „odczarować” bycie liderem, zastanów się z grupą nad tym, które z znanych osób z historii i współczesnej uważacie za liderów. Mogą to być osoby z pierwszych stron gazet, działacze społeczni, przewodnicy duchowi czy religijni. Osoby wypisz na jednym flipcharcie.
2. Następnie podziel grupę na mniejsze zespoły i poproś każdy z nich o wybór jednej z osób i narysowanie jej. Zaznacz, że na rysunku powinny zostać zaakcentowane cechy (osobowość), które grupa uważa za charakterystyczne dla tego lidera. Chodzi głównie o cechy osobowe, a nie o wygląd, na przykład duże uszy jako oznaka, że słucha ludzi.
3. Potem omówcie na forum prace poszczególnych grup. Zastanówcie się wspólnie, które cechy powtarzają się u różnych liderów, a jakimi cechami się różnią.
4. Na forum zastanówcie się, co ludziom przeszkadza w byciu liderem, dlaczego obawiają się nazywania siebie liderem. Cechy te wypiszcie na flipcharcie.
5. Na forum omówcie, który z wymienionych w pierwszej części ćwiczenia lider mógł mieć lub miał podobne obawy i trudności.
6. Zastanówcie się wspólnie, co takiego niezwykłego jest w liderach, że nie przejmują się przeciwnościami i podejmują działanie. Może są to cechy, które ma każdy z nas, tylko z różnych powodów ich nie ujawnia.

Ćwiczenie 2. Oczekiwania

Cel ogólny ćwiczenia: poznanie oczekiwań grupy wobec lidera.

Środki dydaktyczne: flipchart, mazaki, przygotowana pomoc do ćwiczenia: wypisane na kartce różne cechy charakteru i zachowania (ok. 20 bardzo różnorodnych przykładów), np. uczciwa, potrafi uważnie słuchać, ma dużą wiedzę, lubi się bawić.

Czas realizacji: 40 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

7. Podziel uczestników na grupy i rozdaj kartki z pomocą do ćwiczenia (wypisanymi cechami).
8. Poproś każdą grupę, aby zastanowiła się nad 8–10 najważniejszymi cechami, których wymagają – ich zdaniem – od lidera członkowie jego zespołu.
9. Po wykonaniu zadania poproś o wytypowanie 4–5 kluczowych cech z wcześniej wybranych.
10. Na forum każda grupa wypisuje wybrane cechy na flipcharcie.
11. Teraz waszym zadaniem jest wspólny wybór na forum 5 najważniejszych cech spośród tych wytypowanych przez grupy. Omówcie dokładnie wasze wybory, dlaczego dane cechy są waszym zdaniem takie ważne.

1.2. Partnerstwo

Spotkać się to początek, zgodzić się to postęp, pracować razem to sukces.

Henry Ford

Inspiracją do przeprowadzenia szkoleń z zakresu budowania partnerstw lokalnych niech będzie powyższy cytat.

Cel szkolenia to ukazanie potencjału partnerstwa społecznego jako sposobu wzmacniania szans rozwojowych społeczności lokalnych i regionalnych.

Warsztat ma służyć pogłębieniu wiedzy, umiejętności, wręcz kompetencji uczestników w zakresie budowania partnerstw lokalnych na bazie identyfikacji zasobów, potrzeb środowiska lokalnego i kreowania pomysłów na wspólne partnerskie działania w celu rozwiązywania lokalnych problemów społecznych. Temat szkolenia obejmuje praktycznie „zdobywanie narzędzi” do budowania partnerstw realizujących działania na rzecz lokalnych społeczności.

Czym jest partnerstwo?

Partnerstwem można nazwać platformę współpracy różnych partnerów, którzy wspólnie w sposób systematyczny, ciągły i z wykorzystaniem bardzo często innowacyjnych metod i środków, realizują określone działania na rzecz społeczności lokalnej. To związek podmiotów działających wspólnie, mających wspólną misję i wizję, nastawionych na osiągnięcie określonych celów.

Partnerzy

Partnerzy powinni być zainteresowani rzeczywistą i efektywną, a nie tylko deklaracyjną współpracą. Partner to nie podwykonawca, to rzeczywisty podmiot zaangażowany w realizację wspólnego działania, misji, wizji za pomocą określonego planu działania i wspólnie realizowanego projektu.

Trójkąt współpracy na rzecz partnerstwa lokalnego

I sektor	II sektor	III sektor
samorząd terytorialny	biznes	organizacje pozarządowe (NGOs)
administracja publiczna	lokalne firmy prywatne	

Koalicja podmiotów reprezentujących różne sektory pozwala na efektywne wydatkowanie środków oraz realne rozwiązywanie problemów społecznych, szczególnie społeczności lokalnych. Niezwykle cenna jest zróżnicowana perspektywa wszystkich partnerów, dzięki której są oni bardziej świadomi problemu, który chcą rozwiązać.

Opisane w tym rozdziale szkolenie dedykowane jest pracownikom Publicznych Punktów Dostępu do Internetu (PIAP-ów), bibliotek, organizacji pozarządowych i wszystkim tym, którzy są zaangażowani w działania na rzecz społeczności lokalnych, grup wykluczonych cyfrowo, a nierzadko również społecznie.

Szkolenie przygotowano na 6 godzin dydaktycznych.

Scenariusz warsztatu

Celem głównym warsztatu jest zachęcenie uczestników do wspólnego działania i pokazanie im korzyści, jakie z tego wynikają.

Celem warsztatu jest również przekazanie uczestnikom szkolenia idei oraz formalnych zasad tworzenia partnerstw oraz ukazanie potencjału partnerstwa społecznego jako sposobu wzmacniania szans rozwojowych społeczności lokalnych i regionalnych.

Wskazane jest, by przed pierwszym ćwiczeniem zrobić uczestnikom warsztatu rozgrzewkę, by lepiej się poznali i wprowadzić dobrą atmosferę do wspólnej pracy. Możesz na przykład prosić wszystkich o przedstawienie się w rundce (może to być tzw. „rundka z zaproszeniem”, tzn. osoba, która mówi, wybiera następną). Niech wszyscy podadzą swoje imiona i przynajmniej jedną, krótką informację na swój temat, np. z jakiego są województwa, może z jakiej gminy, czy mają jakieś zwierzątko.

Ćwiczenie 1. Partnerstwa – doświadczenia uczestników szkolenia

Cel ogólny ćwiczenia: poznanie doświadczeń różnych społeczności w zakresie budowania partnerstwa.

Środki dydaktyczne: brak.

Czas realizacji: 40–45 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

1. Zadaj uczestnikom szkolenia pytanie o ich doświadczenia w zakresie budowania partnerstw i realizacji wspólnych działań.
2. Uczestnicy po kolei dzielą się swoimi doświadczeniami.
3. Na tym etapie ważne jest, aby uczestnicy zobaczyli, jakie mają różnorodne doświadczenia i spojrzenie na budowanie partnerstw. Teraz poruszamy również temat budowania partnerstw formalnych i nieformalnych, nawiązując do przykładów, jakie podają uczestnicy.
4. Pytania pomocnicze:
 - Jakie macie doświadczenia w realizacji działań w partnerstwie?
 - Z jakimi partnerami współpracujecie?
 - Jaki to typ partnerstwa?

Ćwiczenie 2. Przedstawienie typów partnerstw i słowniczka partnerstwa

Cel ogólny ćwiczenia: posługiwanie się podstawowymi pojęciami z zakresu partnerstw.

Środki dydaktyczne: tablica korkowa, szpilki, etykiety z następującymi napisami:

B jak beneficjent

F jak finanse

G jak grupa sterująca

L jak lider

U jak umowa

W jak współpraca

Z jak zadania

Czas realizacji: 20–30 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

1. Przedstaw, co należy rozumieć pod każdym z podanych pojęć. Omawiając dane pojęcie, weź odpowiednią etykietę, a następnie przyczep ją do tablicy.

Beneficjent projektu – osoby, dla których realizowane jest przedsięwzięcie, wspólne działanie, czyli grupa docelowa. Przykład: grupa osób wykluczonych cyfrowo, np. osoby niepełnosprawne.

Finanse – środki, z których można finansować projekt, wspólne działania – wskazanie, z jakich środków, jakie granty.

Grupa sterująca – organ wspierający kierownictwo przedsiębiorstwa (organizacji) w jego działaniu. Dotyczy to głównie podejmowania strategicznych decyzji w zakresie przyszłej realizacji projektów inwestycyjnych podmiotu. Podejmuje on decyzje o tym, który z przedstawionych w danym momencie projektów ma być wcielony w życie, a który nie. Grupa sterująca jest odpowiedzialna za długoterminowe zarządzanie projektem i jego monitoring.

Lider – ta strona partnerstwa, która jest liderem projektu (formalnie i nieformalnie).

Umowa – formalizacja ustaleń z poziomu umowy formalnej, określenie zasad tworzenia formalnych umów.

Współpraca – ustalenie zasad współpracy i jej uszczegółowienie oraz odpowiedzialności – wpływa to na jakość działań wykonywanych w partnerstwie.

Zadania – określenie szczegółowych działań we wspólnie realizowanym projekcie, inicjatywie.

2. Potem weź jedną z etykiet i podaj uczestnikowi szkolenia, niech własnymi słowami wyjaśni wypisane na etykietce pojęcie, a następnie niech sam wybierze kolejną etykietę i da ją wybranej osobie. W ten sposób nastąpi utrwalenie pojęć.

Ćwiczenie 3. Korzyści z budowania partnerstwa

Cel ogólny ćwiczenia: poznanie korzyści w zakresie budowania partnerstwa, a w efekcie wzmocnienie motywacji do realizacji takich przedsięwzięć.

Środki dydaktyczne: duże arkusze papieru, mazaki.

Czas realizacji: 30–40 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

1. Zrób krótki wstęp na temat korzyści z budowania partnerstwa, nawiązując do przykładów podanych podczas wykonywania ćwiczenia 1.
2. Podziel uczestników na kilkusobowe grupy i poproś, by każda z grup wypisała na arkuszach papieru listę korzyści, jakie daje realizacja działań w partnerstwie.
3. Po zakończeniu pracy przedstawiciele każdej z grup prezentują na forum swoje listy i omawiają je z pomocą członków grupy.

Po prezentacji warto pogrupować te korzyści i wskazać, że:

- Aktywizują organizacje, osoby ważne dla społeczności lokalnej w celu wspólnego rozwiązywania istniejących problemów.
- Stymulują i promują działania zgodne z priorytetami lokalnymi.
- Pracują z potencjalnymi odbiorcami publicznych lub rządowych programów.
- Pomagają mieszkańcom lokalnych społeczności w korzystaniu z programów.
- Wspomagają lokalne grupy w ubieganiu się o granty i budowaniu innowacyjnego podejścia do problemów i metod ich rozwiązywania.
- Trafniejsze rozpoznanie potrzeb i problemów grup docelowych, a przez to poprawa efektywności działania.
- Efekt synergetyczny wynikający z połączenia sił.
- Szerszy zasięg oddziaływania.
- Większe możliwości wygospodarowania wkładu własnego.
- Skuteczniejsza promocja i upowszechnianie projektu.
- Wzmocnienie potencjału wewnętrznego partnerów (podnoszenie umiejętności kadr, rozwój zawodowy pracowników, poszerzanie liczby kontaktów, budowanie marki i wiarygodności własnego podmiotu).

- Lepszy dostęp do informacji i różnych sieci współpracy.
 - Wzrost wiarygodności partnerów.
 - Większy dostęp do różnych zasobów.
4. Jako ostatni etap spróbujcie wspólnie wybrać pięć najważniejszych korzyści. Tu warto sprowokować dyskusję, by dojść do wniosku, że taki ranking nie jest możliwy, bo trzeba by było znać wszystkie uwarunkowania danego projektu i dodatkowo – potrzeby społeczności lokalnej.

Ćwiczenie 4. Formalne zasady budowania partnerstwa

Cel ogólny ćwiczenia: poznanie elementów umowy partnerstwa i ich znaczenia.

Środki dydaktyczne: duży arkusz papieru, mazaki.

Czas realizacji: 30–40 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

1. Omów najważniejsze elementy określone w umowie partnerstwa:
 - Cel partnerstwa.
 - Obowiązki lidera projektu.
 - Zadania i obowiązki partnerów w związku z realizacją projektu.
 - Zasady zarządzania finansami.
 - Zasady komunikacji i przepływu informacji w partnerstwie.
 - Zasady podejmowania decyzji w partnerstwie.
 - Pełnomocnictwo do reprezentowania partnerów przez lidera.
 - Zasady wewnętrznego monitorowania i kontroli.
 - Zakres odpowiedzialności partnerów wobec osób trzecich.
2. Równolegle (podczas omawiania wymienionych wyżej zagadnień) lub po ich omówieniu spróbuj wspólnie z uczestnikami szkolenia sporządzić notatkę graficzną na ten temat, np. mapę myśli.

Ćwiczenie 5. Identyfikacja problemów lokalnych, których rozwiązaniem będzie realizacja projektu z wybranym partnerem

Cel ogólny ćwiczenia: wprowadzenie uczestnika do myślenia o budowaniu partnerstw jako działaniu odpowiadającym na lokalne problemy. W wyniku ćwiczeń uczestnik powinien umieć zidentyfikować lokalne trudności, grupę docelową, dla której mogą być realizowane działania w partnerstwie, rozwinąć kreatywność w spojrzeniu na sposoby rozwiązywania lokalnych trudności społecznych.

Środki dydaktyczne: kartki, długopisy.

Czas realizacji ćwiczenia: 20 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

1. Poproś uczestników, aby każdy z nich samodzielnie zidentyfikował i wypisał kilka propozycji na temat: POTRZEBY W MOJEJ MIEJSOWOŚCI. Zadaj pytania pomocnicze:

- Czego potrzebują ludzie?
 - Czego im brakuje?
 - Co wniosłoby nową wartość?
2. Losowo wybierz kilka osób, by przedstawiły swoje prace. Zapytaj, czy ktoś jeszcze chce podać wypisane potrzeby. Jeśli jest chętna osoba, niech wymieni potrzeby.
 3. Podsumuj te potrzeby, czy są jakieś wspólne, czy są głównie zdeterminowane lokalnymi warunkami.

Ćwiczenie 6 . Przedstawienie zasady „5W” przy projektowaniu działań oraz analizy interesariuszy projektu

Cel ogólny ćwiczenia: rozwijanie umiejętności projektowania działań w partnerstwach.

Środki dydaktyczne: flipchart, mazaki, prezentacja multimedialna.

Czas realizacji: 60 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

1. Wprowadzając to ćwiczenia, odnieś się do ćwiczenia 5 – warto, by grupy wybrały potencjalnego partnera do realizacji przedsięwzięcia zaspokajającego jedną ze wskazanych w tym ćwiczeniu potrzeb.
2. Podział uczestników na grupy i daj im kartki z zapisanym obszarem **5W**. Każda grupa określa możliwość realizacji działań projektowych z wybranym partnerem.

WHAT/CO

Co planujemy zrobić – konkretne działania?

Dla kogo są nasze działania?

Jakie formy naszych działań wybieramy?

Czy formy, które wybieramy, są odpowiednie dla naszych odbiorców?

WHY/DLACZEGO

Dlaczego chcemy zrobić właśnie coś takiego?

Jakie są nasze osobiste motywacje?

Dlaczego uważamy, że warto zrealizować nasze przedsięwzięcie?

WHERE/GDZIE

W jakim miejscowości planujemy nasze działania? Dlaczego właśnie tam?

Gdzie będziemy działać? Gdzie będziemy się spotykać?

Gdzie będziemy prezentować nasze działania?

Czy miejsce naszych działań jest atrakcyjne dla grupy, dla której działamy?

WHEN/KIEDY

W jakim czasie planujemy nasze działania?

Jakie dni/godziny/miesiące wybieramy i dlaczego?

Czy czas naszych działań będzie dobry/odpowiedni/ciekawy dla naszych odbiorców?

WHAT FOR/PO CO

Co chcemy osiągnąć?

Czy naszym celem jest jakaś zmiana – jeśli tak to jaka?

Na co liczymy?

Czego się obawiamy?

Po czym poznamy, że nasz projekt udał się/nie udał?

W jaki sposób będziemy dokumentować nasze działania?

Co się stanie, kiedy nasz projekt się zakończy? Czy będziemy działać dalej?

3. Omówienie pomysłów na realizację wybranych działań w partnerstwie. Każda grupa przedstawia swój projekt. Podsumuj prace i podkreśl, że właśnie wszyscy zaprojektowali działania w partnerstwie.

1.3 Relacje mediowe dla początkujących

Relacje mediowe (media relations) to stała współpraca ze środkami masowego przekazu. Środkami masowego przekazu (ang. mass media) nazywamy prasę, radio, telewizję oraz internet. Głównym celem kontaktów z mediami, a dokładnie z dziennikarzami, jest przekazywanie informacji na temat swojej organizacji pozarządowej. Informując media, a właściwie – za pośrednictwem dziennikarzy – opinię publiczną o działalności i dokonaniach organizacji, jednocześnie kształtujemy jej wizerunek, czyli prowadzimy działania public relations.

Dlaczego relacje mediowe?

Warto zastanowić się, dlaczego organizacje pozarządowe powinny utrzymywać stałe kontakty z przedstawicielami mediów, czyli angażować się w relacje mediowe. Odpowiedź jest prosta: dla III sektora, stale zmagającego się z brakiem pieniędzy, to właściwie jedyna, niskokosztowa metoda zwrócenia uwagi na swoją działalność i problem, którym zajmuje się dana organizacja. III sektor nie ma pieniędzy na ogłoszenia reklamowe, a poza tym informacje w mediach, które są efektem działań public relations, są zawsze znacznie bardziej wiarygodne niż jakiegokolwiek reklamy.

Oczywiście, jest i druga strona medalu: wykorzystując relacje mediowe do umieszczenia istotnych informacji na temat działalności naszej organizacji, nie mamy kontroli ani nad tym, kiedy i gdzie pojawi się traktująca o tym publikacja, ani – co gorsza – jaki ostatecznie będzie miała wydźwięk.

Jaki cel chcemy osiągnąć poprzez relacje mediowe?

Wiele organizacji pozarządowych w dalszym ciągu zachowuje się tak, jakby wciąż aktualne było stare powiedzonko „siedź w kącie, a znajdą cię”. Tymczasem, jeśli sami nie zadamy o zaprezentowanie tego, co i dla kogo robimy oraz o nagłośnienie swojej działalności, trudno przypuszczać, że zrobią to inni. A jeśli nie będziemy mówili o organi-

zacji, nikt się nami nie zainteresuje, nikt nie zechce ofiarować nam 1% podatku, nikt nie nawiąże z nami współpracy, ani nie zostanie naszym wolontariuszem.

Jednym słowem trzeba wyleźć z kąta i pokazać się światu.

Czy chcemy przemawiać do opinii publicznej w całej Polsce, czy ważniejsze są dla nas społeczności lokalne? Odpowiedź na to pytanie wynika ze specyfiki problemu, którym zajmuje się nasza organizacja pozarządowa. Stosownie do rangi i skali zjawiska, wybierzemy media ogólnopolskie lub lokalne.

Niezależnie jednak od tego, jakie media zainteresujemy, ważne jest, aby społeczeństwo знаło naszą organizację i wiedziało, co robimy oraz jakie są efekty naszych poczynań. W ten sposób konsekwentnie budujemy wizerunek organizacji i świadomość marki, którą ta organizacja, bądź jej liderzy reprezentują.

Formy współpracy z dziennikarzami

Najważniejsze są rozmowy i bezpośredni kontakt. Ten ostatni nie zawsze musi przybrać formę umówionego spotkania, mogą to być również spotkania nieformalne (np. podczas konferencji, seminariów organizowanych przez kogoś innego, także podczas uroczystości). Wszędzie tam, gdzie spotykasz przedstawicieli mediów, warto nawiązywać z nimi kontakt, warto rozmawiać, zostawić swój telefon, wizytówkę itp.

Równie ważną rzeczą jest umiejętność właściwego i szybkiego reagowania na jakiegokolwiek próby kontaktów ze strony dziennikarzy. Jeśli dziennikarz dzwoni lub pisze do ciebie, aby uzyskać jakąś informację, nigdy go nie zbywaj, nie lekceważ, nie udzielaj odpowiedzi na zasadzie „na odczep”. Przeciwnie potraktuj go poważnie, udziel wszelkich informacji, przygotuj mu dodatkowe materiały. Bądź pewna/pewny, że dziennikarz to zapamięta i w przyszłości jeszcze nieraz zwróci się do ciebie po pomoc.

Pamiętaj także o zapraszaniu przedstawicieli mediów na organizowane przez ciebie debaty, spotkania, ale także na stoisko twojej organizacji na targach i imprezach.

Jeśli chcesz szerzej zapoznać dziennikarzy z działalnością swojej organizacji, zaproś ich do waszej siedziby. Ale zwróć także uwagę na to, co mogą, a czego nie powinni tam zobaczyć.

Jeśli masz jakiś „news”, coś ciekawego, kontrowersyjnego lub chcesz się czymś pochwalić, dzwoń lub pisz do dziennikarzy. Mogą podzielić twoje zainteresowanie. Nie wolno jednak ich nagabywać, być namolnym lub natarczywym. Osiągniesz wtedy odwrotny skutek, a dziennikarz będzie unikał kontaktów z tobą. Obowiązuje tu zasada złotego środka.

A jeśli twoja organizacja ma rzeczywiście coś bardzo ważnego do zakomunikowania, zorganizuj konferencję prasową.

Od czego trzeba zacząć...?

Od stworzenia dobrej bazy danych mediów (np. w Excelu). Jak stworzyć taką porządną bazę danych, która będzie podstawą wszystkich naszych relacji mediowych? Skąd

wziąć informacje? Musimy przejrzeć stopki redakcyjne tytułów, które nas szczególnie interesują, przejrzeć internet (pomocne strony www.media.info.pl), zgromadzić wizytówki dziennikarzy, poprosić o pomoc zaprzyjaźnione organizacje, wykorzystać osobiste znajomości. Mając numery telefonów do odpowiednich redakcji, nie unikniemy tzw. „obdzwonki” mediów. Podczas szeregu rozmów telefonicznych powinniśmy wypytywać się o dziennikarzy szczególnie zainteresowanych tematyką społeczną, a zwłaszcza problemami, którymi i my się zajmujemy. Takie rozmowy mogą zostać przeprowadzone przez wolontariuszy (musisz ich jednak przygotować, ew. napisać scenariusz rozmowy).

Co powinno znaleźć się w bazie danych mediów?

- nazwa tytułu, stacji itd.,
- dane kontaktowe dziennikarza (e-mail, tel. kom., stacjonarny w miejscu pracy),
- opis tematyki, w której dziennikarz się specjalizuje,
- informacje dodatkowe (istotne z punktu widzenia Twojej organizacji).

Dziennikarze często zmieniają redakcje. Pamiętaj więc o ciągłej aktualizacji zgromadzonej bazy danych. Utrzymuj stały kontakt z redakcjami i dziennikarzami, ale nie popadaj w przesadę!

Co może zainteresować media, czyli kiedy warto organizować konferencję prasową, a kiedy wystarczy tylko informacja prasowa...

Jeśli masz jakąś „bombę” w zanadrzu, coś świeżego, nowego lub przeciwnie, jest jakaś sprawa, która bulwersuje, a dotyczy wielu osób, wtedy rozważ zorganizowanie konferencji prasowej.

Media zawsze zainteresują się tematami, które wykraczają poza jedno środowisko czy grupę, które są przełomowe lub mają powszechny charakter. Jeśli nie masz pewności, do której kategorii zaliczyć swój news, może wystarczy napisać informację prasową i wysłać ją do zaprzyjaźnionych dziennikarzy z wcześniej zgromadzonej bazy danych. Pamiętaj, że jeśli zorganizujesz konferencję z błędnego powodu, dziennikarze poczują się rozczarowani i mogą nie pojawić się na Twojej następnej...

Z pewnością media zainteresuje:

- ważny problem społeczny, na który należy zwrócić uwagę (np. przemoc w rodzinie, ubóstwo wśród dzieci, młodzież zagrożona wykluczeniem społecznym, mobbing, dyskryminacja kobiet, ludzi starszych lub mniejszości etnicznych, seksualnych);
- start/zakończenie projektu finansowanego przez środki unijne (lub rządowe, samorządowe itp.);
- rozpoczęcie działalności i plany na przyszłość (pod warunkiem, że problematyka, którą zajmuje się twoja organizacja, nie jest niszowa);
- nawiązanie współpracy z władzami lokalnymi lub przeciwnie – kłopoty z nimi itp.

Zasady konstruowania informacji dla mediów. Które tematy są „newsowe”?

Staraj się tak przygotować informację, by można było ją przedstawić jako news tj. „pierwszy raz pokazujemy coś, pierwszy raz mówimy, pierwszy raz robimy”. Przestrzegaj zasady „człowiek ugryzł psa”, czyli weksponuj nietypowość opisywanego wydarzenia, jego wyjątkowość. Spójrz na swoją działalność od nowa, zastanów się, co może zainteresować ludzi, którzy nie są związani z III sektorem lub nie korzystają z usług twojej instytucji.

Pamiętaj o materiałach pisemnych dla mediów, najważniejszych informacjach, faktach, dodatkowych szczegółach.

Staraj się unikać spotkań z mediami w dniach obchodów rocznic historycznych i ważnych wydarzeń politycznych. Najlepszymi dniami na zainteresowanie mediów są: soboty, niedziele i poniedziałki (ze wskazaniem na ten ostatni).

Jak napisać informację prasową?

Informacja prasowa jest podstawowym narzędziem komunikacji z dziennikarzami. Przedstawiciele mediów to też ludzie i czasami się lenią, dlatego jeśli przygotujesz atrakcyjną informację prasową, może zdarzyć się, że dziennikarz opublikuje ją bez zmian!

Jakie elementy są niezbędne, aby informacja prasowa była napisana poprawnie?

Tytuł – przyciągający uwagę, atrakcyjny (może być w postaci pytania);

lead (lid) – to streszczenie informacji prasowej, zawiera odpowiedź na pytania: kto, co, kiedy, gdzie, dlaczego, z jakim skutkiem (lub z jakim spodziewanym skutkiem, jeśli informacje piszemy przed wydarzeniem). Lead zaznaczamy drukiem pogrubionym (boldem);

rozwińcie streszczenia (znajdujące się poniżej leadu) to bardziej szczegółowy opis tego, co mamy do zakomunikowania, można zawrzeć tam cytaty/wypowiedzi osób zaangażowanych w opisywane wydarzenie;

data;

dane osoby, która udzieli więcej informacji;

dane organizacji.

Co czyni informację prasową atrakcyjną dla mediów?

Informacja prasowa zainteresuje media, jeśli:

- jest aktualna, zawiera najnowsze wiadomości, a nie „odgrzewane kotlety”,
- nie zawiera treści reklamowych lub promocyjnych,
- jest napisana w 3 os. l.poj.,
- jest ciekawa, napisana żywym, barwnym językiem (sięgaj po obrazowe porównania, nie używaj zdań wielokrotnie złożonych, nie pisz drętwo),
- zawiera wypowiedzi osób związanych z tematem informacji (koniecznie uzyskaj ich pozwolenie na użycie cytatu),
- nie zawiera specjalistycznej terminologii („beneficjentów, grantodawców oraz interesariuszy” zostaw na spotkania we własnym, pozarządowym gronie!),

- jest zwięzła (najlepszy press release to taki, który nie przekracza formatu A4),
- zawiera jakąś ciekawostkę (np. na konferencji prasowej będzie jakiś VIP – informacje tego typu możesz umieścić w leadzie),
- zawiera fakty, konkrety i liczby (np. ciekawe wyniki badań), media lubią twarde dane! Liczby staraj się jednak przekazywać obrazowo, za pomocą porównań, przykładów,
- ma przejrzystą, elegancką formę graficzną (obowiązuje zasada dobrego „pierwszego wrażenia”), najlepiej przygotuj stałą formatkę informacji prasowej.

A kiedy dziennikarze uznają twoją informację prasową za nieciekawą?

Wtedy, kiedy w przygotowanym przez siebie komunikacie prasowym:

- nie będzie żadnego newsa,
- będą natomiast błędy ortograficzne, językowe oraz interpunkcyjne,
- znajdują się nieścisłości merytoryczne,
- zapomnisz o umieszczeniu danych kontaktowych.

Media zignorują Twoją informację prasową także wtedy, gdy zostanie ona wysłana do dziennikarzy nie zajmujących się daną tematyką lub wtedy, kiedy wysłałeś/wysłałaś ją po zamknięciu wydania (gazety, czasopisma, programu).

Inne formy kontaktów z dziennikarzami

Briefing – informacja udzielona dziennikarzom przez przedstawiciela jakiejś instytucji, organizacji, często specjalistyczna, szczegółowa (skierowana do dziennikarzy zajmujących się daną tematyką). Briefing jest najczęściej poświęcony konkretnemu zdarzeniu lub kwestii. Podczas briefingu osoba udzielająca informacji oraz dziennikarze stoją.

Śniadanie/lunch/brunch prasowe – czyli spotkania z mediami połączone z eleganckim posiłkiem w klubie, restauracji, gdzie w niekonwencjonalnej, przyjaznej atmosferze można omówić wiele spraw.

Spotkania prasowe poświęcone wybranej kwestii, skromne, cykliczne – może to być dobry pomysł właśnie dla Twojej organizacji.

Mat release – materiał przygotowany przez „piarowców” z danej firmy/organizacji. Wysyłany jest do gazet lokalnych i czasopism o mniejszym nakładzie. Najczęściej dołącza się do niego zdjęcia lub grafiki. Artykuł jest od razu gotowy do publikacji.

Opracowanie prasowe (ang. backgrounder release) obszerny materiał, zawierający informacje o firmie, organizacji, nie jest przeznaczony do druku. Bywa wykorzystywany przez dziennikarzy przy pisaniu artykułów.

Złote zasady kontaktów z dziennikarzami

- Ciągłe aktualizuj swoją bazę danych – bądź na bieżąco ze wszystkimi zmianami w redakcjach.
- Utrzymuj przyjazne stosunki z dziennikarzami (nawet jeśli nie wszyscy są uprzejmi).

- Zawsze bądź profesjonalna/ny. Nie spóźniaj się, dotrzymuj słowa i terminów!
- Nie bądź namolna/namolny! Nie wciskaj dziennikarzom materiałów na siłę, nie dzwoń bez przerwy i nie pytaj się, czy i kiedy opublikują to, co im wysłałaś/łeś...
- Jeśli media opublikują informację na temat twojej organizacji, która jest nieprawdziwa lub z którą się nie zgadzasz, dąż do umieszczenia sprostowania albo umów się z dziennikarzem na rozmowę.
- Nie wolno ci natomiast dzwonić do dziennikarza, aby na niego nawrzeszczyć lub wyrazić wściekłość, w ten sposób zrazisz go do siebie i swojej organizacji.
- Staraj się im pomóc, jeśli potrzebują informacji, materiałów lub komentarza.
- Nie zbywaj dziennikarzy, miej dla nich czas!
- Pamiętaj, że w rozmowie z przedstawicielem mediów nie możesz mówić „prywatnie” lub „nie do druku”, dla dziennikarza jeśli coś jest interesujące, zawsze jest do druku.
- Staraj się odzywać do dziennikarzy, nie tylko wtedy, kiedy ich potrzebujesz. Wyślij im nowe ciekawe materiały nt. swojej organizacji lub nietypowe życzenia z okazji pierwszego dnia wiosny.
- Pamiętaj, że dobre kontakty z mediami buduje się latami!

Scenariusz warsztatów

Pomoce w realizacji ćwiczeń: flipchart, mazaki.

Ćwiczenie 1. Kontakty z dziennikarzami

Cel ćwiczenia: analiza dostępnych oraz istotnych mediów, zastanowienie się nad formami współpracy z dziennikarzami, wymiana doświadczeń (inspiracja) między poszczególnymi uczestnikami.

1. Część A. Dyskusja z udziałem uczestników moderowana przez trenerkę/ra. Propozycje i odpowiedzi uczestnicy wypisują na flipcharcie.
2. Pytanie do uczestników: Jakie media są dla Was ważne?
3. Część B. Dyskusja z udziałem uczestników moderowana przez trenerkę/ra. Propozycje i odpowiedzi uczestnicy wypisują na flipcharcie.
4. Pytanie do uczestników: W jaki sposób szukacie kontaktu z dziennikarzami?

Ćwiczenie 2. Newsy

Cel ćwiczenia: ćwiczenie umiejętności zaciekawiania mediów swoją działalnością, jak „sprzedać” swój projekt, kampanię itd.

1. Uczestnicy zostają podzieleni na 3-osobowe zespoły (zespoły mogą liczyć od 2 do 4 osób). Mają przygotować po 2 tematy newsowe. Czas na przygotowanie: ok. 10 min.
2. Pytanie do uczestników: Co może zaciekawić dziennikarza? Jakie tematy są interesujące dla mediów? Przygotujcie 2 tematy newsowe dotyczące własnej działalności (projektów, kampanii itd.).

3. Każdy zespół krótko omawia i wypisuje swoje 2 newsy na flipcharcie. Po prezentacji wszystkich przygotowanych propozycji krótkie podsumowanie (patrz pytanie powyżej) i wnioski dla organizacji pozarządowych.
4. Czas ćwiczenia: 10 minut na wypracowanie. Każdy zespół ma 5 minut na prezentację swoich pomysłów.

Ćwiczenie 3. Informacja prasowa

Cel ogólny ćwiczenia: nauka pisania informacji prasowej według omówionych wcześniej zasad.

1. Polecenie: Napiszcie informację prasową.
2. Uczestnicy zostają podzieleni na 3-osobowe zespoły (zespoły mogą liczyć od 2 do 4 osób).
3. Czas na przygotowanie informacji prasowej: 20 minut. W każdym zespole uczestnicy wybierają osobę, która ma najkrótszy staż pracy w organizacji/placówce lub której organizacja powstała niedawno i nie ma zbyt bogatego doświadczenia w kontaktach z dziennikarzami.
4. Każdy zespół pisze własną informację prasową na podstawie działalności wybranej wcześniej osoby. Uwaga dla trenerki/ra – istotne jest, aby wszyscy członkowie zespołu zaangażowali się we wspólną pracę.
5. Odczytywanie informacji prasowych przygotowanych przez poszczególne zespoły. Każdy zespół ma 5 minut na prezentację.
6. Omówienie przygotowanych informacji prasowych.

Ćwiczenie 4. Media społecznościowe

Cel ćwiczenia: przeanalizowanie udziału (lub nie) własnej organizacji/institucji w mediach społecznościowych, zrobienie bilansu ewentualnie zysków/strat.

1. Uczestników dzielimy na 2 zespoły. Zespół I przygotowuje szanse wynikające z wykorzystywania przez organizacje pozarządowe mediów społecznościowych. Zespół II – zagrożenia. Czas przygotowania: 15 min.
2. Prezentacja (flipchart) pracy poszczególnych zespołów: 2 x 8 minut.
3. Polecenie: Czy media społecznościowe to szansa czy zagrożenie dla organizacji pozarządowych?
4. Podsumowanie. Wnioski: rekomendacje dla organizacji pozarządowych.

2. Projekt

Już w szkole uczniowie spotykają się z pojęciem projektu – jest to projekt edukacyjny realizowany w klasie, interdyscyplinarny i związany często ze społecznością lokalną. Słowo projekt obecnie jest bardzo modne i używane w wielu kontekstach. Czym właściwie jest projekt? Jest wiele definicji wyjaśniających to pojęcie w zależności od tego, w jakiej dziedzinie jest realizowany. Jedna z nich doskonale opisuje ten termin: „Projekt to jednorazowe zadanie, które posiada określony termin rozpoczęcia i termin zakończenia, jasno określone cele, zakres działania i (z reguły) określony budżet.”²

2.1. Planowanie i realizacja projektu

W XXI wieku trudno wyobrazić sobie sprawnie działającą organizację pozarządową, firmę czy nieformalną nawet grupę zapaleńców znajomości metody projektu. Wcześniejsze działania czy akcje zostały wyparte tym teoretycznie zrozumiałym dla wszystkich słowem-kluczem – projektem.

W tej modzie warto jednak odnaleźć głębszy sens i porządek. Warto zastanowić się nad tym, w jakim sposób i po co w ogóle jest realizowany projekt, z kim, za co i dla kogo.

Na co zwrócić uwagę przy realizacji projektu?

Przed wszystkim pamiętaj, że projekt to nie zawsze wniosek grantowy czy konkursowy. Faktycznie, wiele projektów realizowanych jest ze wsparciem finansowym instytucji grantodawczej. Nie zawsze tak jednak musi być. Gdyby przyjąć szerszą definicję projektu społecznego, okazałoby się, że te dofinansowane, o charakterze sformalizowanym, stanowią zdecydowaną mniejszość.

Twoją pracą trenerską w tym kontekście jest uwrażliwienie osób uczestniczących w twoim szkoleniu na to, w jaki sposób przejść od pierwszego pomysłu do ustrukturalizowanego i sensownego działania. W tym celu w trakcie szkolenia przekazywać będziesz im informacje dotyczące kilku mniej lub bardziej znanych modeli pracy projektowej. Projekty realizowane zgodnie z nimi mają większą szansę powodzenia, są łatwiejsze w zarządzaniu i po prostu lepsze jakościowo. To właśnie powinno być twoim celem.

Grupą docelową mogą stanowić osoby realizujące już własne projekty lub dopiero przy mierzające się do tego. W scenariuszu znajdziesz kilka wskazówek, które ułatwią ci dostosowanie poziomu szkolenia do umiejętności i oczekiwań grupy, z którą będziesz pracować.

2 James P. Lewis, *Project Planning, Scheduling & Control*, 2006

Projekt społeczny

Czym w takim razie jest w ogóle projekt? Poniżej przedstawiam trzy wybrane definicje pasujące do pojęcia projektu społecznego:

1. Projekt jest ograniczonym czasowo działaniem realizowanym w celu stworzenia unikalnego produktu lub usługi, lub rezultatu.
2. Projekt społeczny to zespół zaplanowanych działań mających na celu poprawę sytuacji społecznej, oparty na założeniach teoretycznych oraz diagnozie społecznej.
3. Projekt jest ograniczonym w czasie i przestrzeni społecznej przedsięwzięciem o charakterze pomocowym.

Każda z nich skupia się na innym aspekcie tego, czym projekt lub projekt społeczny może być. Celem twojego szkolenia nie będzie jednak wypracowywanie akademickiej definicji projektu. Twoim celem, a także celem przytoczenia powyższych terminów, jest zakomunikowanie ram, które można, ale niekoniecznie trzeba w myśleniu o projektach, przyjmować. Warto zastanowić się z uczestnikami nad tym i stworzyć ich własną, roboczą definicję projektu.

Przed realizacją projektu

W scenariuszu odwołuję się do kilku technicznych pojęć związanych z modelami zarządzania projektem. Są to: diagnoza, analiza SWOT oraz SMART.

Diagnoza to nic innego jak gruntowne przygotowanie się do realizacji projektu, zbadanie dostępnych zasobów i potrzeb. W bibliografii znajdziesz kilka przydatnych odnośników do narzędzi rozwijających ten temat.

Analiza SWOT to klasyczne już narzędzie związane z rozpoznaniem cech charakterystycznych danego obiektu. Dla większego porządku i na potrzeby tego modelu stworzono została tabelka, w której wyróżnione zostały mocne i słabe strony danego obiektu (tutaj np. projektu czy organizacji podejmującej się jego realizacji) oraz szanse i zagrożenia związane z jego wdrożeniem. Ten prosty pomysł często jest niewłaściwie stosowany. Warto przed jego zastosowaniem upewnić się, że wszyscy biorący udział w tworzeniu SWOT-a wiedzą, co oznaczają poszczególne pojawiające się w nim terminy. Koncepcja **SMART** (tłum. z ang. sprytny) to narzędzie służące do projektowania oczekiwanych rezultatów i celów. Na etapie projektowania działania niezbędne jest, by cele, które sobie wytyczamy, były:

- proste,
- mierzalne,
- osiągalne,
- istotne,
- określone w czasie.

Dzięki sprawdzeniu naszego projektu i jego celów z wykorzystaniem wymienionych wcześniej metod łatwiej uniknie się błędów typowych dla pracy projektowej.

Scenariusz warsztatu

Grupą docelową tego szkolenia będą osoby, które planują pracę metodą projektu. Mogą to być zarówno doświadczeni „projektowicze”, ale również zaczynający dopiero swoją projektową karierę. Warunkiem koniecznym jest to, żeby uczestnicy planowali lub będą planowali realizację projektu. Nie musi on być dla nich wspólny, a grupa może różnić się wewnątrznie poziomem doświadczenia w kwestii ich realizacji. Szkolenie ma charakter wymiany doświadczeń i wspólnej refleksji nad ważnymi z punktu widzenia projektu sprawami.

Celem szkolenia jest zakomunikowanie kilku ważnych elementów związanych z planowaniem i realizacją projektu. To cel główny. Pozostałe cele to m.in. uwspólnienie definicji projektu oraz próba zastosowania wspomnianych wcześniej modeli i radzenia sobie z nim.

Czas potrzebny na realizację całego szkolenia to od czterech do sześciu godzin. Dodatkowe dwie godziny możesz przeznaczyć na pracę nad wspólnymi projektami. Z możliwości tej skorzystaj w sytuacji, w której grupa szkoleniowa będzie lub już jest jednocześnie grupą zadaniową, której celem będzie przeprowadzenie wspólnego projektu.

Ćwiczenie 1. Oczekiwania i obawy związane z realizacją projektu

Cel ogólny ćwiczenia: „oswojenie” grupy z pojęciem projektu.

Środki dydaktyczne: flipchart, karteczki samoprzylepne, długopisy

Czas realizacji: 40–60 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

1. Poproś, aby każdy z uczestników szkolenia przedstawił się w kilku zdaniach i opisał swoje doświadczenie w pracy projektowej.
2. Poproś uczestników, aby spisali na karteczkach samoprzylepnych swoje oczekiwania i obawy w związku z podjęciem się realizacji projektu.
3. Przyklej wszystkie karteczki na flipcharcie i wspólnie z grupą omówcie, jakie mają wspólne oczekiwania i obawy.

Ćwiczenie 2. Czym jest projekt?

Cel ogólny ćwiczenia: opracowanie własnych definicji projektu na potrzeby projektów realizowanych przez uczestników grupy, a tym samym pogłębienie znajomości różnych projektów.

Środki dydaktyczne: flipchart, mazaki, karteczki samoprzylepne, długopisy.

Czas realizacji: 40–60 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia:

1. Czym jest projekt? Uczestnicy dopisują swoje skojarzenia z tym hasłem na flipcharcie, burza mózgów, nie ma złych i dobrych pomysłów. Ćwiczenie ma na celu zebranie różnic w rozumieniu tego słowa, a następnie ich omówienie.

2. Wypracujcie wspólnie z uczestnikami własną definicję projektu. Podziel uczestników na grupy 3–5-osobowe i poproś każdą z grup o opracowanie własnej definicje projektu (w kontekście społecznym – definicja zawężona).
3. Następnie skonfrontujcie wyniki pracy grup z trzema definicjami, które przywołało we wstępie tego rozdziału, jakie były różnice, co było podobne.

Ćwiczenie 3. SMART, SWOT

Cel ogólny ćwiczenia: kształtowanie umiejętności posługiwania się analizą SMART i SWOT w kontekście realizowanych projektów.

Środki dydaktyczne: flipchart, mazaki.

Czas realizacji: 60–120 minut (z przerwą 15 minut).

1. Poleć uczestnikom, aby zastanowili się, jakie pytania warto zadać na etapie przygotowywania projektu, im więcej, tym lepiej.
2. Następnie spiszcie te pytania na flipchartcie. Przygotowany w ten sposób katalog pytań stanowi podstawową diagnozę, którą warto przeprowadzić na etapie planowania projektu. Jako trener dodaj od siebie brakujące pytania. Inspiracje znajdziesz w bibliografii.
3. SMART – wprowadź tę metodę, nawiązując do pytań o cele projektu, które na pewno się pojawiają, uczestnicy wracają do grup, w których pracowali w ćwiczeniu 2. Definicja projektu – rozdaj opis jednego projektu zrealizowanego w środowisku do podobnego do tego, z którym pracujesz. Czy cele tego projektu były SMART? Za i przeciw, po dyskusji rozbij akronim na części pierwsze i przedyskutuj z uczestnikami ich sensowność. Czy sami zdecydowaliby się na skorzystanie z tego przy okazji swojej pracy własnej?
4. SWOT – narysuj tabelkę z pustymi polami na flipchartach. Ponownie w grupach uczestnicy tworzą swoją analizę odbywającego się właśnie szkolenia, potem porównanie. Twoim zadaniem jest naprowadzanie uczestników na prawdziwe znaczenie poszczególnych elementów SWOT-a. To dość trudne, dlatego proponuję, wcześniej dobrze się do tego elementu szkolenia przygotować i przećwiczyć jego tworzenie.
5. Podsumowanie, powtórz co wydarzyło się na szkoleniu, korzystaj przy tym z wcześniej opracowanych materiałów na flipchartach, zapytaj uczestników o opinie: Co teraz myślą na temat projektu?

Opcjonalnie – ciąg dalszy pracy. Jeżeli został ci czas lub uczestników „projekt po prostu porwał”, warto zająć się dalszą pracą dookoła projektu/ów grupy. To czas na porozmawianie o nim w kontekście przytoczonych teorii i szerzej o tym, jak powinien zostać zrealizowany. Kto, za co powinien w nim odpowiadać, ile czasu potrzeba na realizację kolejnych etapów, jakie zasoby się przydadzą.

Bibliografia i linki

M. Trocki, B. Grucza, K. Ogonek: *Zarządzanie projektami*. PWE, Warszawa, 2003.

D. Wolska-Prylińska: *Projekt socjalny w kształceniu i działaniu społecznym*. Katowice 2010, s. 56.

E. Kantowicz: *Elementy teorii i praktyki pracy socjalnej*. wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2001, s. 138.

http://youth-partnership-eu.coe.int/youth-partnership/publications/T-kits/3/Tkit_3_POL

http://www.deczydujmyrazem.pl/publikacje/deczydujmy_razem_.html

<http://www.frse.org.pl/sites/frse.org.pl/files/publication/898/energizery-pdf-78177-0.pdf>

http://pl.wikipedia.org/wiki/Analiza_SWOT

[http://pl.wikipedia.org/wiki/S.M.A.R.T._\(zarz%C4%85dzanie\)](http://pl.wikipedia.org/wiki/S.M.A.R.T._(zarz%C4%85dzanie))

2.2. Koordynacja działań, monitoring, ewaluacja

Wiele osób realizuje różne przedsięwzięcia w ramach swojej pracy, przynależności do jakiejś organizacji czy też współpracy sąsiedzkiej. Swoją działalność skupiają wokół konkretnej idei, osiągnięciu określonych celów, współpracy z innym ludźmi lub z innych własnych przyczyn. Podejmowanych działań nie nazywają projektami. Ale zwykle każde wspólne działanie wymaga przecież wykonywania zadań, które muszą być zaplanowane i zorientowane na osiągnięcie określonego wcześniej celu oraz doprowadzenie wysiłków, podejmowanych wspólnie z innymi, do zamierzonych rezultatów. Aby działania tego typu móc uznać za profesjonalnie zrealizowany projekt, należy przestrzegać pewnych zasad, o których nie wszyscy wiedzą. Każdy projekt powinien mieć jasno wytyczone cele i zakłada adekwatne do nich, mierzalne rezultaty, powinien polegać na realizacji zaplanowanych i rozłożonych systematycznie w czasie zadań oraz angażować jakąś społeczność.

Koordynacja działań w projekcie i zarządzanie

Powodzenie projektu zależy głównie od społecznych umiejętności osób, które w nim uczestniczą. Praca w projekcie składa się z wielu działań cząstkowych, wymagających posiadania fachowej wiedzy z różnych dziedzin, zdobycia informacji, korzystania z wielu umiejętności. Praca w projekcie to praca zespołowa i w zależności od wielkości projektu może w nim brać kilka lub czasami nawet kilkadziesiąt osób. Dobry projekt ma przynieść określony efekt i osiągnąć zakładane cele w określonym czasie. Dlatego tak ważna jest koordynacja działań. Zwykle w zespole wyznacza się jednego – głównego koordynatora, który „spina” wszystkie obszary projektu. Ważne, aby miał on dostęp do aktualnej wiedzy o tym, na jakim etapie są dane prace opisane w harmonogramie projektu. Pozwoli to na szybką reakcję w sytuacji zagrożenia niepowodzenia projektu czy też przesunięcie osób do zadań, w których nastąpiły jakieś kłopoty. Naprzeciw tym problemom wychodzą narzędzia informatyczne, dzięki którym kontrola nad projektem jest prosta i bardzo ułatwia pracę osób odpowiedzialnych. Przykładem takiego narzędzia może

być tzw. platforma projektowa Basecamp (<https://basecamp.com/>). Ma ona szereg funkcji, które świetnie sprawdzają się w koordynacji prac w projekcie, np. lista ostatnio dodanych/zmienionych rzeczy, kalendarz z terminami, blog z możliwością komentowania i prowadzenia dyskusji między uczestnikami projektu, lista rzeczy do zrobienia, edytor dokumentów czy też czat do komunikacji synchronicznej.

Na zakończenie projektu jego realizatorzy powinni mieć poczucie sukcesu, nawet jeśli wynik ich działań trochę odbiega od wyznaczonego w fazie planowania.

Monitoring

Jedną z najważniejszych funkcji, jakie sprawuje lider projektu, jest kontrola rezultatów pracy. Monitoring nie jest zwykłą kontrolą. Chodzi w nim o systematyczne sprawdzanie postępów pracy w projekcie. To niezwykle ważne i odpowiedzialne zadanie, które wymaga od osoby zarządzającej czujności, skrupulatności i dyplomacji w kontaktach z osobami odpowiedzialnymi za realizację poszczególnych zadań, bo przecież nikt nie lubi być sprawdzany, upominany czy też tłumaczyć się z niedotrzymania terminu. Dlatego, realizując projekt, warto przyjąć założenie, że nie chodzi nam o kontrolę czy nadzorowanie, ale raczej o wspieranie działań współpracowników. Osoby zaangażowane w projekt muszą mieć poczucie, że lider projektu też jest zaangażowany w to, co oni robią i że zależy mu na tym, aby osiągnęli dobre rezultaty. Warto sprawdzać, np. na platformie projektowej, na jakim etapie jest dane działanie, ale już na początku planowania projektu trzeba umówić się z członkami grupy na np. cotygodniowe krótkie spotkania, aby mieli okazję zdać relacje z tego, co zrobili i ewentualnie poradzić się w sprawach, co do których nie są pewni. Kontrola w projekcie powinna być prowadzona zawsze w sposób otwarty: jasno ustalony zakres obowiązków każdego uczestnika, dokładnie opisany sposób ich wykonania i konkretne, realne do dotrzymania terminy. To są ramy, których należy się trzymać. Jeśli dana osoba nie wykonała zadania lub wykonała je nie tak, jak to było ustalone, to zwykle to nie ona jest winna, lecz wpłynęły na to czynniki zewnętrzne – lider powinien pomóc w przezwyciężeniu trudności i zaproponować jakieś inne rozwiązanie.

Ewaluacja

Każdy projekt na zakończenie powinien zostać w sposób formalny oceniony – ewaluacja jego przebiegu stanowi okazję do podsumowania. Co sprawiło trudności i dlaczego? Jakie można wyciągnąć wnioski dla przyszłych działań? Co się sprawdziło, co wyszło najlepiej? Dlaczego? W jaki sposób można wykorzystać zebrane podczas projektu doświadczenia? Co zrobić z powstałymi podczas projektu produktami?

Jeśli podczas projektu na bieżąco sporządzano jego dokumentację (harmonogram, listę realizatorów, listę osób, z którymi się kontaktowaliśmy, sprawozdania ze spotkań, kwestionariusze ankiet, wywiady, ankiety ewaluacyjne, część powstałych prac, którą można zgromadzić), to łatwiej jest przeprowadzić końcową ewaluację. Warto dowiedzieć, co sądzą o przebiegu projektu inni (ewaluacja zewnętrzna), a jak oceniają swój udział osoby w nim zaangażowane (ewaluacja wewnętrzna). Ewaluacja to systematycz-

ne zbieranie informacji, badanie, na ile wartościowe są inicjowane czy podejmowane w projekcie aktywności. Informacje uzyskane w wyniku przeprowadzonej ewaluacji służą ulepszaniu podejmowanych działań jeszcze w trakcie ich wykonywania. Zatem warto na początku rozpisać plan ewaluacji i opracować narzędzia do jej wykonania, np. formularzy ankiet, pytań do wywiadów.

Ciekawą metodą do zastosowania w ewaluacji może być kropkokracja (ang. dotmocracy), czyli metody zbierania opinii w dużej grupie osób. Uczestnicy otrzymują formularz ze wskaźnikami, które chcemy zmierzyć w ewaluacji, a następnie wstawiają kropki, aby wyrazić opinię w skali: „całkowicie się zgadzam”, „zgadzam się”, „nie mam zdania”, „nie zgadzam się”, „całkowicie się nie zgadzam”, „nie rozumiem”.

Scenariusz warsztatu

Zaproponowane zajęcia oparte są na wymianie pomysłów, które ma grupa i jej poszczególne członkowie na realizację projektów, np. gra miejska, lokalne archiwum cyfrowe, gra w kości po angielsku, atelier rodzica, gra wielokulturowa, recytacja, pokaz mody bibliotecznej, wakacyjne przedszkole, gospodyni i książka mówiona – promocja audiobooków. Podczas warsztatu warto jest omówić proces przygotowania i koordynacji działań projektu na podstawie konkretnego przykładu oraz zebrać doświadczenia uczestników w tym zakresie. Każdy z uczestników musi mieć czas do swobodnej wypowiedzi zarówno na forum, jak i w mniejszych grupach.

Pomocne mogą ci być punkty do pracy/omówienia/skomentowania:

- narada strategiczna zespołu projektowego,
- rekrutacja współpracowników,
- aktualizacja wniosku,
- szczegółowy harmonogram działań,
- rozpisanie działań z wykorzystaniem platformy projektowej/ustalenie kamieni milowych/ocena ryzyka i ustalenie metod radzenia sobie w sytuacjach kryzysowych,
- ustalenie procedury administracyjno-finansowej,
- rozpoczęcie działań merytorycznych,
- działania promocyjne,
- rekrutacja uczestników,
- opracowanie materiałów do ewaluacji,
- sprawy organizacyjne,
- bieżące działania koordynacyjne,
- monitoring działań i spotkania zespołu,
- kulminacja projektu,
- sprawozdanie wewnętrzne,
- feedback dla uczestników,
- sprawozdanie merytoryczne i finansowe projektu.

Ćwiczenie 1. Gdzie szukać tematów na projekt?

Cel ogólny ćwiczenia: rozbudzenie wśród uczestników kreatywności i zapału do realizacji projektu.

Środki dydaktyczne: flipchart, mazaki, kartki dla uczestników, długopisy, komputer z dostępem do internetu, rzutnik.

Czas realizacji: 30–40 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia

- Podziel uczestników na kilka 3–4-osobowych grup i zleć każdej z nich zidentyfikowanie tematu projektu, jaki chcieliby zrealizować w lokalnej społeczności.
- Zbierz kartki od grup i spisz pomysły na flipcharcie.
- Wspólnie z uczestnikami omówcie pomysły, wskazując ciekawe i realne do przeprowadzenia projekty (jeśli takie będą) i te mniej ciekawe, ale możliwe do zrealizowania w środowisku lokalnym.
- Warto, abyś przed przystąpieniem do tego ćwiczenia, przygotował wcześniej filmiki, np. z YouTube, jakiegoś ciekawego projektu i wyświetlił je uczestnikom.
- Po omówieniu pomysłów grup oraz obejrzeniu filmików przedyskutujcie w grupie na, czym polega powodzenie projektu i jego popularność. Jakie wartości może wnieść projekt do społeczności lokalnej?

Ćwiczenie 2. Jak dobrać zespół i opracować dobry plan projektu?

Cel ogólny ćwiczenia: wprowadzenie uczestników do merytorycznej pracy nad projektem.

Środki dydaktyczne: komputer z dostępem do internetu, rzutnik.

Czas realizacji: 60 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia

1. Wybierz razem ze wszystkimi uczestnikami warsztatu, np. poprzez głosowanie, jeden temat projektu, który proponowały grupy w ćwiczeniu 1 (aby wystarczyło czasu, warto wybrać mały projekt).
2. Spróbujcie zdefiniować zawartość merytoryczną projektu (co chcemy osiągnąć, jakie będą rezultaty twarde w projekcie), czas realizacji projektu i kamienie milowe podczas realizacji.
3. Spróbujcie wspólnie wskazać osoby, które są niezbędne do realizacji projektu oraz przypisać im określone zadania. Warto, abyś miał przygotowany szkic planu projektu, który wyświetlisz na rzutniku. Aby zaktywować uczestników szkolenia, każdy może podejść do komputera i wypełnić jakąś rubrykę w planie projektu.
4. Określcie zasoby, jakie będą potrzebne do realizacji projektów, a następnie spróbujcie opracować ogólny budżet potrzebny do jego realizacji.
5. Opracujcie wstępny harmonogram działań.
6. Wybierzcie metodę ewaluacji waszego projektu.

Ćwiczenie 3. Tworzenie ankiety ewaluacyjnej

Cel ogólny ćwiczenia: poznanie zasad tworzenia ankiety ewaluacyjnej projektu.

Środki dydaktyczne: komputer z dostępem do internetu, rzutnik, duże kartki papieru, długopisy, flipchart, mazaki

Czas realizacji: 40 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia

1. Wyświetl na rzutniku opis projektu z poprzedniego ćwiczenia. Bez względu na to, jaką metodę ewaluacji wybrała grupa, powiedz, że teraz będziecie się zajmowali opracowaniem ankiety ewaluacyjnej do waszego projektu.
2. Podziel uczestników na dwie grupy. Zaproponuj jednej grupie stworzenie słownika pytań ewaluacyjnych, drugiej zaś słownika odpowiedzi do ewaluacji.
3. Po wykonaniu przez grupy swoich prac, kartkę na flipcharcie podziel na pół i po jednej stronie wpiszcie pytania, a po drugiej odpowiedzi.
4. Przeprowadź dyskusję z grupą, na co zwrócić uwagę podczas tworzenia ankiety ewaluacyjnej. Jak konstruować pytania i jakich odpowiedzi możemy się spodziewać. Omówcie również sposób dystrybucji i ściągania ankiet od uczestników projektu.

3. Cyfrowe włączanie

Wykluczenie społeczne to sytuacja, w której jednostka – członek społeczeństwa nie może normalnie uczestniczyć w działaniach tego społeczeństwa, a to ograniczenie nie leży po stronie tej jednostki tylko innych czynników. Wykluczenie społeczne jest zjawiskiem wieloaspektowym i w praktyce oznacza niemożność uczestnictwa w życiu zarówno gospodarczym, politycznym, jak i kulturowym, w wyniku między innymi ograniczonego dostępu do zasobów, dóbr i instytucji.

Przyczyną takiego ograniczenia w dobie rozwoju technologii komunikacyjnych jest między innymi nieumiejętność korzystania z komputera (programów komputerowych) oraz zasobów Internetu i takie wykluczenie jest wykluczeniem cyfrowym.

Przeciwdziałaniu wykluczeniu cyfrowemu zajmuje się wiele organizacji, a Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji ogłosiło program Polska Cyfrowa, który ma być realizowany w latach 2014–2020 ze środków unijnych. Program ten ma trzy osiowe priorytety,; są to:

- Dostęp do szybkiego internetu.
- Rozwój dostępnych w sieci e-usług i zasobów.
- Kompetencje cyfrowych umiejętności obywateli.

Jak podano na stronie MAC: „Dziś internet dociera już do 70% polskich domów, ale regularnie korzysta z niego tylko 59% Polaków. Korzystającym z internetu często brakuje też bardziej zaawansowanych kompetencji cyfrowych, by w pełni mogli wykorzystać potencjał nowych technologii w życiu prywatnym i zawodowym. Cyfryzacja jest także potrzebna, by usprawnić kontakty obywateli z urzędami – na razie jednak tylko co trzeci urząd w Polsce udostępnia e-usługi.”

Warsztaty z obszaru włączenia cyfrowego zarówno osób niepełnosprawnych, jak i w wieku 50+ wpisują się w trend działań zapobiegających i przeciwdziałających wykluczeniu cyfrowemu.

3.1. Włączanie osób z niepełnosprawnością

Osoby niepełnosprawne z pewnością można zaliczyć do grupy tzw. wykluczonych cyfrowo.

Jak pokazują badania przeprowadzone przez Fundację Widzialni, jedynie 8 proc. stron internetowych administracji publicznej w Polsce jest dostosowanych do potrzeb osób niewidomych czy głuchoniemych, co plasuje Polskę na 23 miejscu spośród krajów Unii Europejskiej.

Planując działania rozwijające kompetencje cyfrowe u osób niepełnosprawnych, trzeba pamiętać o kilku ważnych aspektach. Osoby niepełnosprawne to grupa bardzo różnorodna ze względu na posiadany rodzaj niepełnosprawności i ograniczenia indywidualne z tego wynikające, doświadczenia życiowe, miejsce zamieszkania, dostęp do technologii ICT, indywidualne cechy osobowościowe i predyspozycje do nauki.

Osoba niepełnosprawna w pierwszym skojarzeniu występuje jako niepełnosprawna ruchowo, a należy pamiętać, że są inne rodzaje niepełnosprawności, które również wymagają dostosowania indywidualnych programów nauczania pod kątem efektywności zdobywania wiedzy i zastosowania indywidualnego sprzętu komputerowego.

Biorąc pod uwagę działania włączające osoby niepełnosprawne, należy wziąć pod uwagę **bariery**:

- **architektoniczne** – wszelkie utrudnienia występujące w budynku i w jego najbliższej okolicy, które ze względu na rozwiązania techniczne, konstrukcyjne lub warunki użytkowania uniemożliwiają lub utrudniają swobodę ruchu osobom niepełnosprawnym;
- **techniczne** – przeszkody wynikające z braku zastosowania lub niedostosowania – odpowiednich do rodzaju niepełnosprawności – urządzeń lub przedmiotów;
- **w komunikowaniu się** – ograniczenia uniemożliwiające lub utrudniające osobie niepełnosprawnej swobodne porozumiewanie się i/lub przekazywanie informacji.


Włączając osoby niepełnosprawne, należy pamiętać o zasadach komunikacji i współpracy z osobami z różnymi rodzajami niepełnosprawności.

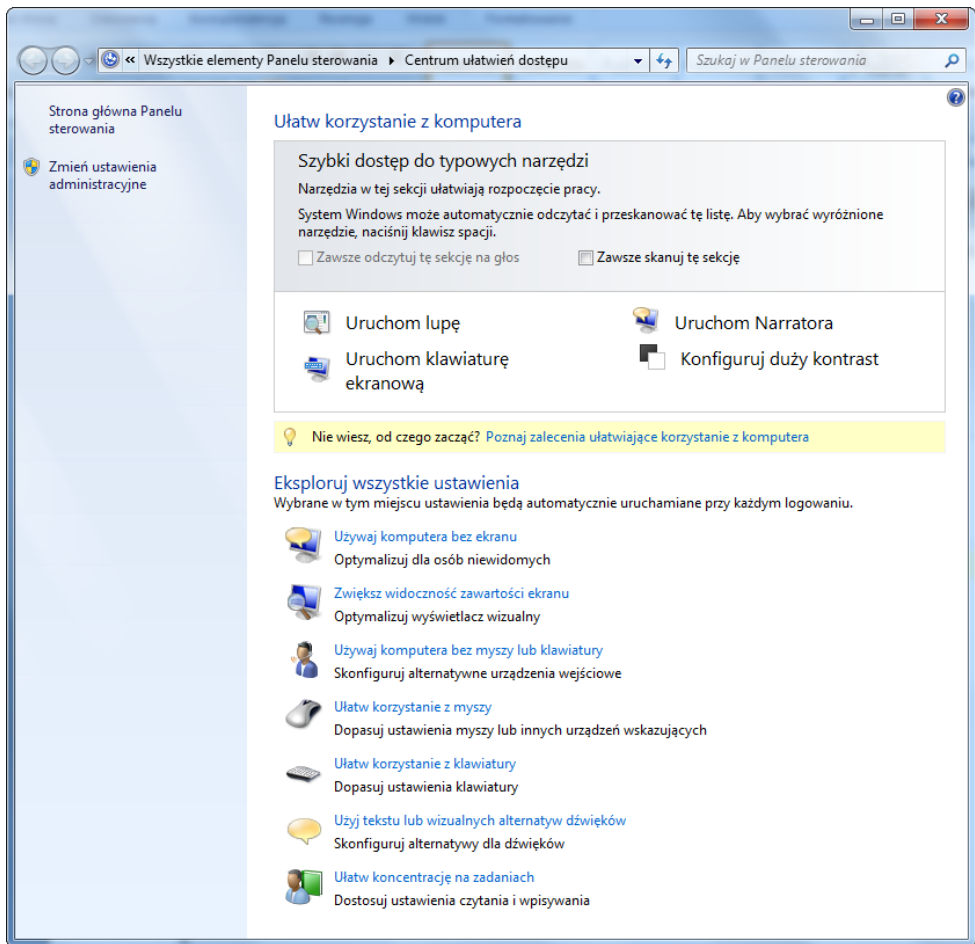
Na stronie Biura Pełnomocnika Rządu Osób Niepełnosprawnych znajdziesz publikacje dotyczące *savoir-vivre'u* w kontakcie z osobami z różnymi rodzajami niepełnosprawności:

<http://www.niepelnosprawni.gov.pl/publikacje/>.

Przystosowanie komputera dla osoby niepełnosprawnej

Aby osoba niepełnosprawna mogła korzystać z komputera, niekiedy zalecane czy wręcz niezbędne jest zainstalowanie odpowiedniego oprogramowania albo sprzętu. Decyzję, czy program/sprzęt jest potrzebny, należy skonsultować z osobą niepełnosprawną – każda niepełnosprawność jest inna i komputer trzeba odpowiednio dostosować. W niniejszym tekście skupię się na omówieniu kilku niezbędnych, podstawowych aplikacji dostępnych całkowicie za darmo.

W systemie Windows mamy do dyspozycji całą gamę prostych programów ułatwiających dostęp do treści w komputerze. Warto omówić tu oprogramowanie na przykładzie systemu Windows 7, choć w innych wersjach systemu Microsoft praktycznie nie ma różnic. Ułatwienia dostępu możesz znaleźć, wybierając Start → Wszystkie programy → Akcesoria i kliknąć Centrum ułatwień dostępu albo użyć skrótu  + U. Otworzy się Centrum ułatwień dostępu – główna lokalizacja, w której można zmienić ustawienia i uruchomić programy.



Zdjęcie 1. Centrum ułatwień dostępu systemu Windows 7.

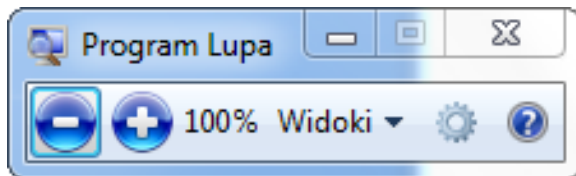
Z poziomu tego okna masz możliwość uruchomienia programu Lupa, klawiatury ekranowej, narratora albo skonfigurowania dużego kontrastu. Możesz także uruchomić kreatora konfiguracji komputera (np. do użycia komputera bez ekranu, bez klawiatury lub myszy czy zmienić domyślne ustawienia wyświetlania na ekranie).

Program Lupa

Program lupa jest bardzo prostym w użyciu narzędziem wspomagającym używanie komputera przez osoby słabowidzące. Po uruchomieniu aplikacji, pojawi się małe okienko, w którym możesz (za pomocą przycisku minus i plus) powiększyć ekran nawet do 16 razy. Program ma trzy tryby – widoki):

- Pełny ekran: powiększony jest cały ekran. W zależności od stopnia powiększenia wyświetlany jest tylko jego fragment, ale przemieszczając wskaźnik myszy do krawędzi, powodujesz przesunięcie powiększonego fragmentu.

- Lupa: powiększony jest jedynie prostokątny fragment ekranu dookoła wskaźnika myszy. Wraz z przesuwaniem wskaźnika, przesuwa się powiększony obszar.
- Dokowana: powiększony jest jedynie część ekranu, a reszta pulpitu pozostaje niezmieniona. Na części powiększonej wyświetla się obszar ekranu, który wskazujezyszką na części niepowiększonej.



Zdjęcie 2. Program Lupa.

Lupa ma oczywiście wiele opcji konfiguracyjnych, ich opis możesz znaleźć w pomocy dotyczącej programu. Należy kliknąć niebieski przycisk z symbolem znaku zapytania.



Konfiguracja dużego kontrastu i efektów wyświetlania

To kolejna opcja ułatwiająca pracę na komputerze przez osoby mające problemy ze wzrokiem. Niektóre schorzenia umożliwiają widzenie jedynie barw kontrastujących. System Windows umożliwia użycie schematu kolorów o dużym kontraście między oknami a czcionkami. Skrót klawiaturowy do użycia dużego kontrastu to lewy Alt+ lewy Shift + Print Screen.

W oknie konfiguracji można także zmienić grubość kursora, grubość fokusu (czyli prostokąta zaznaczającego aktywny element w oknie dialogowym, potrzebne jest to, jeśli obsługujemy komputer bez użycia myszy), wyłączyć niepotrzebne animacje czy usunąć obrazy tła.

Narrator i opis audio

Kolejnymi opcjami ułatwiającymi dostęp dla osób niewidomych lub słabowidzących są Narrator i opis audio. Niestety, opcje te nie mają wbudowanego języka polskiego. O darmowym programie NVDA, pełniącym podobną funkcję, przeczytasz w dalszej części tego rozdziału.

Klawiatura ekranowa

Program klawiatura ekranowa zastępuje zwykłą klawiaturę sprzętową. Jeśli niepełnosprawność nie pozwala na używanie standardowej klawiatury, ale pozwala na korzystanie z myszki, należy jej użyć.



Zdjęcie 3. Klawiatura ekranowa

Oczywiście, korzystanie z tego rozwiązania jest mało wygodne i przede wszystkim czasochłonne. Dlatego przy tego typu niepełnosprawności polecam dobranie odpowiedniego sprzętu wspomagającego. Są dostępne klawiatury specjalistyczne różnych typów. Co prawda ich cena bywa wygórowana, ale na dłuższą metę jest to rozwiązanie znacznie wygodniejsze niż klawiatura ekranowa.

Klawisze trwałe, klawisze filtru i inne ułatwienia związane z klawiaturą

Funkcja klawiszy trwałych i klawiszy filtru nie są dostępne bezpośrednio w Centrum ułatwień dostępu, aby je uruchomić, należy wybrać opcję Ułatw korzystanie z klawiatury. Można tu znaleźć następujące funkcje:

- Klawisze myszy – do przesuwania wskaźnika myszy można używać strzałek na klawiaturze lub klawiaturze numerycznej. Opcja przydatna dla osób mających problemy z obsługą myszki.
- Klawisze trwałe – opcja dla osób mających problem z jednoczesnym wciśnięciem dwóch lub więcej klawiszy, np. aby napisać wielką literę (z wciśniętym Shiftem) lub polski znak (z wciśniętym prawym Altem). Funkcja ta sprawia, że jednokrotne wciśnięcie klawisza Shift, Alt czy Ctrl traktowane jest jak przytrzymanie. Przytrzymanie działa do wciśnięcia kolejnego klawisza. Funkcja niezbędna dla osób używających jednej ręki. Aby włączyć/wyłączyć tą opcję w każdym momencie należy 5 razy wcisnąć klawisz Shift.
- Klawisze przełączające – komputer wydaje dźwięk przy każdorazowym wciśnięciu klawisza Caps Lock, Num Lock lub Scroll Lock. Przydatne jest to, jeśli zdarza się nieumyślnie wcisnąć któryś z ww. przycisków.
- Klawisze filtru – komputer ignoruje nieumyślne kilkukrotne wciśnięcia klawisza lub jego przytrzymanie. Możesz także ustalić dodatkowe opcje tej funkcji, np. jak długo komputer ma czekać przed zaakceptowaniem naciśnięcia klawisza kolejny raz. Funkcja ta jest bardzo potrzebna osobom z niesprawnymi rękami, np. z ataksją.

Inne opcje ułatwień dostępu

W centrum ułatwień dostępu możesz także skonfigurować wygląd kursora myszy (w dziale Ułatw korzystanie z myszy), ustawić i skonfigurować powiadomienia wizualne zamiast dźwięków (w dziale Użyj tekstu lub wizualnych alternatyw dźwięków – dla osób słabosłyszących lub niesłyszących). Duża liczba opcji, które można skonfigurować w Centrum ułatwień dostępu, sprawia, że ciężko opisać wszystkie możliwości w tak niewielkim krótkim poradniku. Dlatego warto poświęcić chwilę i samodzielnie wypróbować opcje dostępne w systemie Windows.

Program NVDA

Program NVDA (ang. *NonVisual Desktop Access*) jest darmowym (licencja Open Source) programem typu *screen reader* dla systemu Windows. Program jest spolszczony, co powoduje, że jest doskonałym zamiennikiem systemowej funkcji narrator i opis audio, które nie są spolszczone.

Program NVDA pozwala osobom niewidomym i słabowidzącym korzystać z komputera i z internetu bez ponoszenia dodatkowych kosztów. Na rynku funkcjonują komercyjne programy tego typu (*Jaws*, *Window-eyes*), jednakże koszt ich zakupu jest spory. NVDA jest całkowicie darmowy.

Program należy pobrać z internetu (strona projektu: <http://www.nvaccess.org>, strona polskiej społeczności: <http://www.nvda.pl>) i zainstalować. Podstawowym, dołączonym do programu syntezatorem mowy jest darmowy eSpeak, jednakże jest to głos mechaniczny. Jest możliwość doinstalowania innego, „ludzkiego” głosu (który już trzeba kupić).

Po pobraniu programu możesz utworzyć wersję portable, którą uruchamia się np. z pendrive’a. Jeśli planujesz używać programu na aktualnym komputerze, to lepszym rozwiązaniem jest pełna instalacja. Dzięki temu program będzie działał już w momencie logowania do systemu.

Do używania programu najczęściej używa się kombinacji klawiszy. Większość skrótów klawiaturowych używa tzw. specjalnego klawisza NVDA, domyślnie jest nim klawisz Insert.

Obsługa programu na początku może sprawiać problemy, dlatego warto w wolnej chwili zainstalować program i samodzielnie spróbować jego działania. Rozbudowany podręcznik w języku polskim znajduje się na stronie polskiej społeczności, pod adresem: <http://www.nvda.pl>.

Powyżej opisano kilka najprostszych funkcji i programów w systemie Windows, które wspomagają osoby z niepełnosprawnościami. Jednak, jak już wspomniano, komputer należy dostosować indywidualnie do każdej osoby niepełnosprawnej. Na rynku funkcjonuje dużo innych programów ułatwiających dostęp, czasem są to programy bezpłatne. Jeśli niepełnosprawność jest na tyle poważna, że oprogramowanie nie wystarcza, wtedy należy poszukać sprzętu ułatwiającego dostęp. Z powodu niewielkiej objętości niniejszego poradnika nie można omówić tej kategorii, polecam Internet jako źródło wiedzy.

3.2. Włączanie osób 50+

Młodzi ludzie nie wyobrażają sobie życia bez internetu. Dzięki niemu komunikują się, robią zakupy, uzyskują informacje, dzielą się swoją twórczością, poznają świat i innych ludzi. Jak podaje Komisja Europejska, już w 2015 roku ponad 90% zawodów będzie wymagało przynajmniej podstawowych kompetencji cyfrowych. Tymczasem w Polsce ponad 9 mln Polaków po 50-tym roku życia jest wykluczona cyfrowo (rys. 3.1).



Rysunek 1. Skala wykluczenia cyfrowego w Polsce

Źródło: Infografika Koalicji „Dojrzałość w sieci”

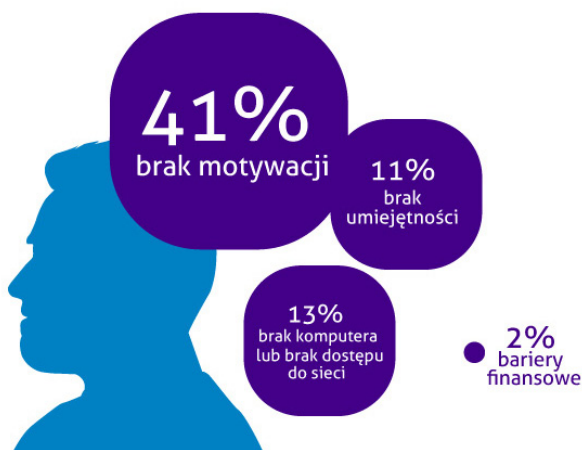
W obliczu starzejącego się społeczeństwa stoimy przed wieloma wyzwaniami, nie tylko społecznymi, ale również gospodarczymi. Kompetencje cyfrowe wpływają na poprawę jakości życia osób starszych – 100% respondentów badania „Internet wzbogacił moje życie”³, którzy po 50-tym roku życia zdobyli umiejętność posługiwania się komputerem i internetem, uważa, że jakość ich życia uległa poprawie. Dlatego niezwykle ważne jest, by osoby dojrzałe miały możliwość rozwijania kompetencji cyfrowych. Kluczowym wyzwaniem – jakie przed nami stoi – jest zmotywowanie osób z tej grupy wiekowej do nauki i rozwijania umiejętności w zakresie nowych technologii. Niezwykle istotne jest to, by zrozumieć, że podstawową barierą, która wpływa na taką skalę wykluczenia cyfrowego, jest brak motywacji – osoby starsze nie wiedzą, do czego wykorzystywać

3 <http://dojrzaloscwsieci.pl/raport-nt-korzysci.html>

nowe technologie i uważają, że nie jest to im potrzebne w życiu (rys. 3.2)⁴. Aby właściwie prowadzić szkolenie osób dojrzałych, należy pamiętać o tym, że czasami ich uczestnictwo w zajęciach komputerowych nie jest motywowane zdobyciem nowych umiejętności, a zupełnie innymi okolicznościami – chęcią poznania nowych ludzi⁵, wyjścia z domu, zrozumienia języka, jakim posługują się młodsze pokolenia oraz media. Dlatego niezwykle ważne jest, by w trakcie szkolenia, zwłaszcza na kursie podstawowym, szczególną uwagę zwrócić na motywację tych osób i wzmacniać ją poprzez wskazywanie korzyści wynikających z tego, że będą korzystać samodzielnie z nowych technologii.

Dlaczego 50+ nie są on-line?

Kluczowymi powodami wykluczenia cyfrowego u osób 50+ jest **brak motywacji i umiejętności**



Rys. 2. Dlaczego osoby 50+ nie są on-line?

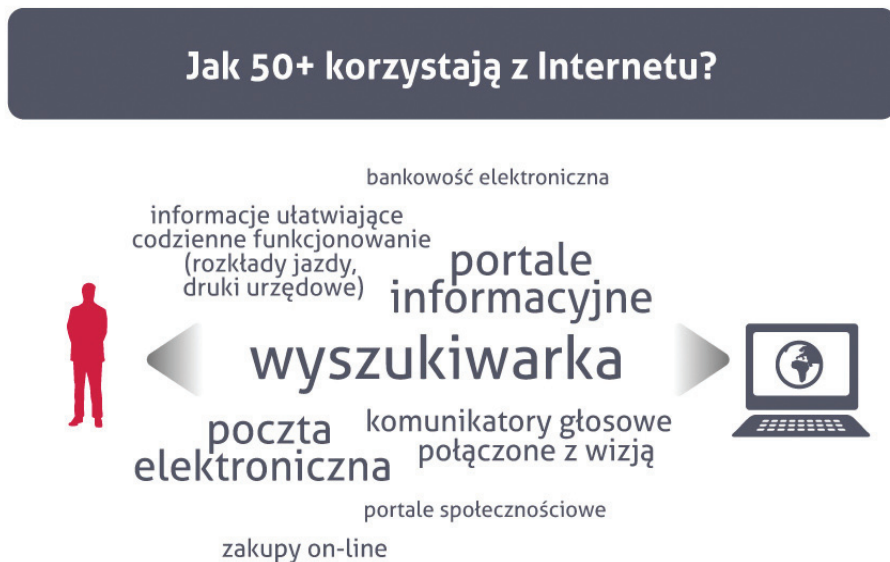
Źródło: Infografika Koalicji „Dojrz@łość w sieci”

Dla osób starszych już samo uczestnictwo w szkoleniu jest czymś wyjątkowym. Idea lifelong learning (uczenie się przez całe życie) jest w Polsce mało popularna i osoby po 40-tym roku życia w zasadzie nie korzystają z zajęć edukacyjnych. Stąd ważne jest, by w wypadku tych osób dbać o utrwalanie wiedzy i wielokrotne powtarzanie czynności – tylko w ten sposób możliwe jest efektywne nauczanie. Z ewaluacji kursów Akademii

4 Na podstawie wyniku Raportu Otwarcia Koalicji „Dojrz@łość w sieci”: <http://dojrzaloscwsieci.pl/raport-otwarcia.html>

5 Głównym problemem wśród osób starszych jest samotność – źródło: <http://dojrzaloscwsieci.pl/raport-nt-korzysci.html>

e-Seniora UPC⁶ wynika, że kurs umożliwiający utrwalenie podstawowych kompetencji (rys. 3.3.) w zakresie obsługi komputera i internetu powinien trwać ok. 32 godzin.



Rys. 3. Jak osoby 50+ korzystają z Internetu?

Polecane źródła wiedzy:
badania Koalicji „Dojrzałość w sieci” (<http://dojrzaloscwsieci.pl/raporty.html>)

Scenariusz warsztatów

1. Przygotowanie do zajęć.

Na etapie przygotowawczym należy przede wszystkim pamiętać o szczególnych wymaganiach i zróżnicowaniu tej grupy, również wiekowym (w zajęciach mogą brać udział zarówno ludzie po 50-tce, jak 70-, 80-cioletkowie). Pomocne będzie przygotowanie ankiety ułatwiającej rejestrację uczestników oraz materiałów, które będą wykorzystane w prowadzeniu zajęć. Aby ułatwić kursantom przyswojenie wiedzy, warto przekazywać im np. skserowane podsumowanie każdej lekcji. Dlatego trener, podczas planowania zajęć, powinien zawnoczu przygotować takie materiały. Warto również sprawdzić dostępny sprzęt komputerowy, łącze internetowe i dostępne oprogramowanie.

2. Rekrutacja.

Niezwykle ważne jest właściwe przeprowadzenie rekrutacji. Do przybycia na kurs zachęcać mogą ogłoszenia/plakaty wywieszane, np. w bibliotece, przychodni czy innych miejscach, które odwiedzają osoby starsze w twojej okolicy. Trzeba je napisać prostym językiem, bez technicznych sformułowań opisujących zakres kursu.

6 www.akademiaeseniora.pl

W trakcie rekrutacji na zajęcia warto, aby uczestnicy wypełnili ankietę, w której poza danymi kontaktowymi, osoby te powinny odpowiedzieć na kilka pytań, które ułatwią ci prowadzenie zajęć: czy już korzystały z komputera lub internetu, jakie mają zainteresowania, czy korzystają z telefonu komórkowego. Oprócz tego można porozmawiać z każdą osobą, która zapisała się na zajęcia i delikatnie dowiedzieć się, czy osoba ta nie cierpi np. na choroby przewlekłe, takie jak: cukrzyca, choroba wieńcowa. Warto spytać taktownie, czy nie ma kłopotów ze słuchem lub wzrokiem. Ta wiedza pozwoli ci właściwie poprowadzić zajęcia i być przygotowanym na różne sytuacje.

3. Zajęcia dydaktyczne.

- Wielkość grupy – grupa nie powinna liczyć nie więcej niż 10 osób. Tylko wtedy zarówno ty, jak i uczestnicy będą czuli się komfortowo.
- Elementy kursu podstawowego: zajęcia organizacyjne (1 h), włączanie i wyłączanie komputera oraz monitora (30 min.), klikanie – obsługa myszki (1,5 h), pisanie na klawiaturze (1,5 h), wyszukiwarki (1,5 h), co można znaleźć w internecie (1,5 h), wysyłanie wiadomości e-mail z załącznikami (1,5 h), komunikatory (1,5 h), portale społecznościowe (1,5 h), zakupy w sieci (1,5 h), bankowość elektroniczna (1,5 h).
- Konieczne jest właściwe przygotowanie komputerów przed każdymi zajęciami.
- W trakcie zajęć można używać rzutnika (wyświetlać prezentację) lub flipcharta, ale nie zawsze jest to konieczne – musisz sam zdecydować, jaka forma pracy będzie dla Ciebie najlepsza.
- Jedno spotkanie nie może trwać dłużej niż 1,5 godziny, należy również co pół godziny zrobić 5-minutową przerwę.
- Warto być wyczulonym na celne sformułowania, porównania, którymi uczestnicy będą opisywać swoje poczynania w sieci. Można je potem wykorzystywać, bo z pewnością ułatwią kontakt i wyjaśnienie bardziej skomplikowanych treści.
- Na pierwszych zajęciach konieczne jest wspólne ułożenie razem regulaminu, który będzie obowiązywał wszystkich uczestników zajęć. Zapoznaj również kursantów z regulaminem pracowni internetowej.
- Zadawaj prace domowe.
- Bądź do dyspozycji uczestników zajęć na 30 minut przed i po spotkaniu.
- Po zakończonym kursie zaproponuj minimum dwa spotkania konsultacyjne.
- Motywuj i odwołuj się do zainteresowań uczestników kursu – to z pewnością zwiększy ich zaangażowanie.
- Chwal postępy w nauce.
- Nie wykonuj ćwiczeń za kursantów.
- Mów głośno, powoli i wyraźnie.
- Nie używaj trudnych słów, unikaj języka informatycznego i zwrotów anglojęzycznych – pytaj często, czy uczestnicy rozumieją twój przekaz.

- Planując harmonogram kursu (np. 2 spotkania w tygodniu po 1,5 godziny), pamiętaj, aby nie robić długich przerw między zajęciami – zaplanuj kurs tak, by w trakcie nie było świąt, długich weekendów itd. – takie przerwy w nauce często powodują, że należy powtarzać duże partie materiału.
4. Ewaluacja.
- Po zakończonych zajęciach warto poprosić uczestników o wypełnienie anonimowej ankiety, z której będziemy mogli uzyskać informacje o tym, czy forma prowadzonych zajęć, treść i jakość materiałów była odpowiednia itd. Dzięki temu kolejne zajęcia przygotujesz o wiele lepiej.

Przykładowe ćwiczenie

Ćwiczenia prowadzone z grupą osób 50+ mają zdecydowanie inny charakter niż lekcja informatyki z młodzieżą w szkole. Tu na pierwszy plan wysuwa się dbałość o dobrą atmosferę, komfort pracy i bardzo dobry bezpośredni kontakt z trenerem. Sama strona merytoryczna szkolenia jest dość prosta, dlatego podany niżej opis ćwiczenia koncentruje się na „pozakomputerowych” aspektach, a jednocześnie jego elementy powinny być wykorzystane na każdym szkoleniu w tej grupy wiekowej.

Schemat zajęć komputerowych z osobami 50+ na przykładzie lekcji nt. komunikatorów:

1. Bądź do dyspozycji kursantów na 30 min przed zajęciami.
2. Przygotuj sprzęt komputerowy – sprawdź, czy na komputerach nie jest zainstalowany komunikator, który chcesz pokazać uczestnikom podczas lekcji. Jeśli tak jest, będzie musiał odinstalować program, by w trakcie lekcji każdy mógł nauczyć się instalować go samodzielnie na komputerze.
3. Po powitaniu i przypomnieniu o wyciszeniu telefonów komórkowych, sprawdź pracę domową. Aby prowadzone zajęcia były efektywne, a umiejętności zdobyte przez uczestników kursu utrwalone, należy na każdych zajęciach powtarzać w skrócie poprzednią lekcję. Zapytaj, czy poza tym kursanci robili coś w sieci.
4. Jako wprowadzenie warto opowiedzieć o tym, że to co dziś uczestnicy zajęć będą robić, jest jedną z kluczowych zalet internetu. Komunikacja w sieci pozwala na oszczędzanie pieniędzy i stały kontakt z bliskimi osobami. Jeśli w twojej pracowni komputerowej są dostępne kamerki i słuchawki z mikrofonem, zaproponuj poznanie możliwości Skype. Dzięki temu komunikatorowi kursanci dostrzegą olbrzymi potencjał internetu, jakim jest bezpośrednia komunikacja z osobami, które są nawet kilka tysięcy kilometrów od nas. Pamiętaj, że wiele osób starszych cierpi z powodu samotności i możliwość komunikowania się z bliskimi i nowo poznanymi osobami jest dla nich bardzo istotna.
5. W prostych słowach omów instalację programu.
6. Poproś, by samodzielnie zainstalowali program. Wydawaj proste i krótkie polecenia. Jeśli jest taka potrzeba, potraktuj uczestników indywidualnie.

7. Aby nie było problemu z zapamiętaniem loginów i haseł przez uczestników zajęć – wymyśl dla wszystkich wspólne hasło na czas kursu i przygotuj dla każdego login, np. „Grupa1paniAnia”.
8. Podziel uczestników na pary.
9. Poproś kursantów, aby dodali do kontaktów osobę, która jest z nimi w parze.
10. Następnie poproś, by „zadzwonili” do siebie i pozwól, aby ze sobą chwilę porozmawiali.
11. Zamień pary i niech ponownie wykonają ćwiczenie z inną osobą.
12. Naucz ich, jak eksportować kontakty.
13. Wspólnie odinstalujcie program – to ważne, by uczestnicy zapamiętali, że jeśli będą korzystać z komunikatora (Skype lub GaduGadu) poza własnym domem i nie ze swojego komputera, to po zakończonej rozmowie powinni usunąć swój profil.
14. Pokaż inne komunikatory, np. Gadu Gadu, Google Hangout.
15. Na koniec zadaj pracę domową i podziękuj za zajęcia. Wręcz uczestnikom krótkie podsumowanie lekcji tak, by mogli w domu powtórzyć program ze spotkania.
16. Pozostań do dyspozycji uczestników zajęć po zakończonym kursie.

4. Kompetencje cyfrowe

Aktywne funkcjonowanie w dzisiejszym szybko zmieniającym się świecie wymaga zdobycia określonej wiedzy i umiejętności korzystania z nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Kompetencje cyfrowe, zwane również e-kompetencjami, kompetencjami medialno-informacyjnymi lub kompetencjami komunikowania są niezbędne do życia w gospodarce opartej na wiedzy i do korzystania z kultury opartej na mediach. Dla osób zagrożonych wykluczeniem cyfrowym zdobycie tych kompetencji często równa się z wejściem w nową jakość życia. Internet oferuje nieograniczone możliwości komunikacji i aktywności. Prowadzenie bloga, vloga, udzielanie się na forach związanych z zainteresowaniami i pasjami lub też uczenie się w grupie, daje niesamowitą satysfakcję i otwiera drzwi do całego świata.

4.1. Podstawowe kompetencje cyfrowe

Globalizacja i nadmiar informacji powodują, że komunikacja między ludźmi odbywa się przez internet, głównie za pomocą komputerów – do niedawna stacjonarnych, a teraz coraz częściej przy użyciu urządzeń przenośnych, takich jak laptopy czy wchodzące przebojem na rynek tablety i smartfony. To sprawia, że przygotowanie do odbioru tzw. starych mediów, jak np. książki, prasa, radio czy telewizja, okazuje się niewystarczające. Aktywna obywatelka i obywatel, jeśli chcą nie tylko biernie odbierać treści dostarczane przez dużych nadawców (trzeba pamiętać, że internet też ma swoje mass media, „stare media” przenoszą się do sieci, zdobywając rzesze odbiorców), musi nauczyć się obsługi nie tylko sprzętu, ale przede wszystkim korzystania z programów (przy czym nie wystarczy już korzystanie ze stacjonarnych aplikacji, podczas gdy dostępne są coraz bardziej zaawansowane narzędzia przez przeglądarki czy te związane z przechowywaniem danych w tzw. chmurze). Współcześnie człowiek, który nie chce zostać wykluczony cyfrowo, musi mieć świadomość i umieć korzystać z możliwości jakie dają mu technologie do komunikacji, tworzenia komunikatów, ich przetwarzania oraz umożliwiają współpracę z innymi nad tworzeniem treści.

Jakie kompetencje cyfrowe powinny być rozwijane?

Dokumenty przedstawiające, jakie kompetencje powinny być rozwijane w ramach edukacji do korzystania z dzisiejszych mediów, wskazują przede wszystkim na sposoby korzystania z informacji, kwestie ich kreatywnego użycia, bezpieczeństwa sieciowego oraz zwracają uwagę na prawne i etyczne aspekty korzystania z mediów. Warto odwołać się do dokumentu przygotowanego na polskim gruncie. Jest nim *Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*. Autorki i autorzy, przyglądając się krytyczne zagranicznym dokumentom i raportom badawczym, analizującym sytuację korzystania z mediów także w Polsce, zaproponowali osiem obszarów, które powinny być kluczowe, jeśli chodzi o rozwijanie kompetencji cyfrowych. Są to: korzystanie z informacji, relacje w środowi-

sku medialnym, język mediów, kreatywne korzystanie z mediów, etyka i wartości, bezpieczeństwo i prawo, ekonomiczne aspekty działania mediów. Warto zwrócić uwagę, że skupiono się nie tylko na samej informacji i np. skutecznych sposobach poszukiwania i ich opracowywania. Sięgnięto także do kwestii etycznych, często pomijanych w dyskusji o internecie, relacji międzyludzkich, które przy komunikacji sieciowej mogą się odbywać w specyficznych warunkach, charakterystyce określonych mediów, ekonomicznym aspektem oraz wątkom poświęconym bezpieczeństwu. Jest to zatem kompleksowa propozycja, która nie tylko wskazuje najistotniejsze obszary związane z rozwijaniem kompetencji komunikowania, ale także przekazuje określoną wiedzę, umiejętności i poziom rozumienia, jaki powinien charakteryzować absolwentów określonych etapów edukacyjnych oraz osoby, które skończyły formalną edukację. Dla nich zaproponowano trzy poziomy kompetencyjne: minimum, optimum i poziom mistrzowski, a przedstawione w nich zalecenia można wykorzystać w zależności od potrzeb rozwijania kompetencji w określonym obszarze tematycznym. Zwłaszcza propozycje poziomu minimum powinny być interesujące w przypadku pracy z osobami wykluczonymi, prezentują one bowiem podstawowe umiejętności i wiedzę, jaką powinien posiadać przeciętny użytkownik współczesnych mediów.

Bibliografia

Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych <http://nowoczesnapolska.org.pl/2012/05/29/katalog-kompetencji-medialnych-i-informacyjnych-juz-dostepny/>

Edukacja medialna i informacyjna w Polsce. Raport otwarcia <http://nowoczesnapolska.org.pl/2012/01/20/edukacja-medialna-i-informacyjna-raport-otwarcia/>

Dzieci sieci – kompetencje komunikacyjne najmłodszych <http://dzieci-sieci.pl>

Dzieci sieci 2.0 - kompetencje komunikacyjne młodych <http://dzieci-sieci.pl>

Młodzi i media <http://bi.gazeta.pl/im/9/7651/m7651709.pdf>

Scenariusz warsztatu

Scenariusz skierowany jest do osób, które rzadko używają mediów internetowych do codziennej komunikacji, zdobywania informacji, załatwiania bieżących spraw (np. spraw urzędowych, zakupów, opłacania rachunków, zdobywania informacji o bieżących wydarzeniach, rozwijania zainteresowań, uzupełniania wiedzy szkolnej).

Szkolenie ma na celu zidentyfikowanie, jaką wiedzę na temat współczesnych możliwości medialnych mają uczestniczki i uczestnicy szkolenia, co będzie przydatne w przypadku prowadzenia dalszych szkoleń. Ma wskazać im różnorodne opcje wykorzystywania nowych mediów do celów edukacyjnych, w tym samodzielnego rozwijania kompetencji cyfrowych, a także zachęcić do krytycznej refleksji nad wykorzystywaniem nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych, przy jednoczesnym wskazaniu konieczności sięgania do nowych mediów jako źródeł informacji i narzędzi komunikacji z innymi.

Czas szkolenia to dwie i pół godziny – wersja minimalna (w propozycji ćwiczeń podane jest dodatkowe, trwające pół godziny ćwiczenie, co wydłużyłoby szkolenie do trzech

godzin zegarowych). Szkolenie może być rozbudowywane w zależności od zdiagnozowanej wiedzy i potrzeb uczestników szkolenia oraz twoich możliwości. Czas szkolenia można wydłużyć, np. do sześciu godzin i zrealizować je wówczas w dwóch modułach trzygodzinnych, włączając każdą osobę do pracy – z przygotowaniem zadania domowego włącznie – lub skupiając się na jednodniowej pracy z rozbudowaniem części warsztatowych, np. szersze omówienie określonych zagadnień, wprowadzenie większej liczby elementów. Warsztat mógłby również przybrać formę cyklicznych spotkań, np. cztery spotkania dwugodzinne raz w tygodniu o charakterze projektowym. Pomiędzy spotkaniami uczestnicy mieliby do realizacji w grupach określone zadania, które byście wspólnie omawiali podczas kolejnych spotkań.

Przebieg szkolenia

Na początku pozwól uczestnikom przedstawić się, każdy mówi o sobie i o tym, z jakich mediów i do jakich celów korzysta, np. oglądam wiadomości w telewizji, szukam w internecie przepisów, czytam bieżące wiadomości w gazecie (20 minut). Ty – jako prowadzący – zapisujesz hasła, a na koniec podsumowujesz obszary wykorzystywania mediów.

Następnie podziel uczestników na grupy przygotowujące obszary umiejętności cyfrowych wraz z konkretnymi przykładami, potem omów je ze wszystkimi (30 minut).

Kolejny temat szkolenia to *Media – narzędzia twórczej (współ-)pracy*. Poleć uczestnikom podzielonym na grupy przygotowanie posterów na temat zagrożeń związanych z komunikacją internetową, następnie omów je ze wszystkimi (30 minut); wymień i przedstaw możliwości współpracy przy użyciu chmurowego pakietu biurowego lub innego narzędzia pozwalającego na wspólną edycję tekstu, prezentacji czy rysunku przez wiele osób jednocześnie (20 minut).

Wspólnie przygotujcie tekst na określony temat przy użyciu omówionego narzędzia (30 minut). Na podsumowaniu szkolenia omów funkcjonalność i treści serwisu edukacyjnego www.edukacjamedialna.edu.pl – zaprezentuj scenariusze zajęć przyporządkowane do określonych tematów, wskaż możliwości samodzielnego lub grupowego uczenia się za ich pomocą z wykorzystaniem np. opisów, słowniczków, odnośników do materiałów uzupełniających i zadań sprawdzających (20 minut).

Bibliografia

Scenariusze zajęć z serwisu www.edukacjamedialna.edu.pl

Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych

<http://nowoczesnapolska.org.pl/2012/05/29/katalog-kompetencji-medialnych-i-informacyjnych-juz-dostepny/>

Ćwiczenie 1. Kompetencje cyfrowe a codzienność

Cel ogólny ćwiczenia: poznanie obszarów umiejętności cyfrowych niezbędnych w życiu codziennym.

Środki dydaktyczne: flipchart, mazaki, kartki dla każdego uczestnika, długopisy.

Czas realizacji: 30–40 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia

1. Każda grupa ma za zadanie przygotować listę obszarów umiejętności, jakie są niezbędne do aktywnego korzystania z mediów oraz wymienić konkretne – najważniejsze ich zdaniem – umiejętności, np. obsługa komputera – umiejętność włączania i wyłączania, korzystanie z edytora tekstu, wyszukiwanie informacji – korzystanie z wyszukiwarki internetowej.
2. Może się zdarzyć, że uczestnicy nie mają zbyt wielu pomysłów, wówczas warto zaproponować niektóre obszary tematyczne i poprosić o wypisanie umiejętności, jakie należy posiadać w tym obszarze.
3. Przedstawienie przez grupy obszarów tematycznych wraz z wykazem umiejętności. Propozycje wszystkich grup są rozwieszane na ścianach na dużych kartkach papieru, po przedstawieniu przez wszystkie zespoły zbierane są propozycje. Podsumowujesz je, zwracasz uwagę, czy przykłady są adekwatne i czy nie dałoby się znaleźć lepszych.

Ćwiczenie 2. Prywatność w korzystaniu z internetu

Cel ogólny ćwiczenia: poznanie metod zabezpieczenia swojej prywatności w komputerze.
Środki dydaktyczne: komputery z dostępem do internetu (dla każdego uczestnika jedno stanowisko).

Czas realizacji: 30 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia

1. Każdy uczestnik loguje się do swojej poczty elektronicznej, a następnie wchodzi na strony polecane przez ciebie (mogą to być internetowe serwisy czasopism, serwisy informacyjne, strony uczelni, szkół, blogów tematycznych itp.).
2. Następnie poproś wszystkich o losową zamianę stanowisk komputerowych (np. siadam na miejscu sąsiada obok).
3. Po zamianie miejsc poproś wszystkich, żeby sprawdzili, jakie okna/karty są otwarte w przeglądarce internetowej oraz o przejrzanie historii wyszukiwania. Rozmawiamy o tym, czy historia przeglądanych stron była dostępna dla osób, które usiadły na miejscu wcześniej zajmowanym przez inną osobę, czy można było wejść do skrzynki pocztowej poprzednio korzystającej osoby.
4. Prowadzisz dyskusję o tym, czy można zabezpieczyć się przed przeglądaniem historii wyszukiwania. Następnie wyjaśnij, jak ją usunąć, jak korzystać z przeglądarki w trybie prywatnym i co to oznacza. Omów, w jakich sytuacjach bezpiecznie można logować się do poczty, a w jakich lepiej tego unikać (np. dostęp do internetu w miejscach publicznych), jakie są korzyści z tworzenia kont użytkowników na komputerach, do których dostęp ma więcej osób. Możesz również porozmawiać o tym, czy można przeglądać historię wyszukiwania własnych dzieci.

4.2. E-learning

Jednym z obszarów, który bardzo szybko zaczął wykorzystywać nowe media, jest edukacja. Na polu technologii informacyjno-komunikacyjnych zaszły w ciągu ostatnich dwudziestu lat tak duże zmiany, że dziś uczenie się tylko z papierowych książek wydaje się nie tylko przestarzałe, ale i nie pozwala na dostęp do najnowszych informacji (co nie znaczy, że nie można tak się uczyć, daje to jednak zdecydowanie mniejsze możliwości niż korzystanie z elektronicznych pomocy). W Polsce bardzo szeroko dyskutuje się o spadku poziomu czytelnictwa, ale należy wziąć pod uwagę, że dzisiejsi uczniowie, studenci i przeciętni użytkownicy internetu czytają bardzo dużo w ramach komunikacji tekstowej, np. w ramach poczty elektronicznej, serwisów społecznościowych, serwisów informacyjnych i tematycznych. Sięgają także do materiałów wideo (również w codziennych kontaktach ze znajomymi, rodziną, współpracownikami) oraz do różnego rodzaju hipermedialnych treści, nie tylko o wyraźnie określonym charakterze edukacyjnym.

Edukacja przez internet

Rozwój technologii sprawił, że wydzielono cały obszar edukacji prowadzonej z wykorzystaniem internetu i elektronicznych narzędzi i nazwano go e-edukacją. Częściej jednak, nawet w Polsce, wykorzystywany jest anglojęzyczny termin e-learning. W skrócie oznacza on prowadzenie procesu edukacyjnego z wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych, chociaż dla wielu osób oznacza określony standard prowadzenia edukacji w ten sposób (np. w korporacjach, na uczelniach wyższych, szkoły natomiast korzystają często z mniej określonych form, eksperymentują często z nowymi technologiami i uczą się ich wykorzystywania). Do prowadzenia e-learningu stworzono bardzo dużo dedykowanych platform edukacyjnych, które pozwalają na prezentowanie i gromadzenie w określonym miejscu materiałów edukacyjnych, zarządzanie listą uczestników, przyznawanie uprawnień dostępu do materiałów (np. po zdaniu testu z modułu pierwszego lub wykonaniu innego określonego zadania uczestnik szkolenia otrzymuje dostęp do kolejnych treści tematycznych). Jedną z bardziej popularnych platform e-edukacyjnych, w dodatku dostępną w internecie za darmo i będącą oprogramowaniem typu open source, jest Moodle. Jeśli tylko wiesz, jak zainstalować ją na swoim serwerze lub znasz kogoś, kto może to zrobić to korzystaj z niej albo skorzystaj z usługi preinstalacji na serwerze komercyjnym, możesz w łatwy sposób zarządzać listą kursów i dostępem do nich.

Narzędzia dostępne w sieci

Wspomniana platforma LMS Moodle wymaga jednak instalacji lub dostępu do zainstalowanej wersji. Nie zawsze jest to możliwe, dlatego w tej części wskażemy ci możliwości prowadzenia synchronicznej i asynchronicznej edukacji elektronicznej z wykorzystaniem darmowych, dostępnych w sieci usług i narzędzi, które są proste w obsłudze i nie wymagają wiedzy informatycznej do korzystania z nich. Mogą one być również doskonałym uzupełnieniem edukacji prowadzonej ze wsparciem platformy e-learningowej lub

w całości prowadzonych przy jej użyciu. Nic nie stoi na przeszkodzie, by platforma e-edukacyjna i inne narzędzia były wykorzystywane w ramach kompleksowego projektu oparcia działań edukacyjnych na różnorodnych narzędziach i usługach.

Uzupełnieniem działań podejmowanych przy użyciu np. LMS Moodle lub prowadzenie działań e-learningowych w myśl idei *zrób to sam*, może być narzędzie do blogowania (oraz blogów od tekstowych po vlogi w postaci kanałów wideo, np. na YouTube), mogą być usługi pozwalające na gromadzenie zdjęć w sieci, narzędzia do komunikacji wideo, sieciowy pakiet biurowy pozwalający na wspólną pracę i przechowywanie danych w chmurze, tradycyjna już poczta elektroniczna, serwis udostępniania plików lub narzędzia dzielenia się plikami, serwis społecznościowy czy folksonomiczne narzędzia np. gromadzenia odnośników.

Źródła

Platforma Moodle <https://moodle.org/?lang=pl>

Scenariusz warsztatów

Scenariusz skierowany jest do osób, które rzadko używają mediów internetowych do zastosowań edukacyjnych, komunikacji z innymi, poszukiwania informacji i samodzielnego tworzenia treści o charakterze edukacyjnym.

Cele szkolenia mają za zadanie przedstawienie wiedzy na temat możliwości wspierania procesu edukacyjnego z wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz prowadzenia działań edukacyjnych wyłącznie za pośrednictwem medialnie. Uczestnicy zdobędą także umiejętności obsługi określonych narzędzi, jakie można wykorzystać w ramach oddolnie organizowanego e-learningu oraz spróbują zaprojektować kompleksowe działanie e-edukacyjne z wykorzystaniem omawianych narzędzi (z możliwością wykorzystania innych, znanych uczestnikom).

Czas warsztatu to trzy godziny – czas minimalny. Bezpośrednim rozwinięciem szkolenia może być dodatkowe ćwiczenie, trwające sześćdziesiąt minut. Szkolenie możesz wydłużyć – możesz poświęcić więcej czasu na dyskusję, rozbudować części warsztatowe i poświęcić więcej czasu na praktyczne zapoznanie się z określonymi narzędziami (każde z narzędzi może być omawiane w ramach krótkiego, oddzielnego warsztatu, w efekcie szkolenie mogłoby trwać kilka tygodni, np. z dwugodzinnymi spotkaniami raz na tydzień). Doskonałym uzupełnieniem szkolenia byłoby wykorzystanie platformy Moodle – zgromadzenie materiałów i wykorzystanie narzędzi, np. do dyskusji, przesyłania prac zaliczeniowych lub wykorzystanie któregoś z omawianych narzędzi, np. do blogowania i serwisu społecznościowego jako platformy kontaktu i wzajemnego uzupełniania wiedzy.

Przebieg szkolenia

Poproś uczestników, aby każdy powiedział coś o sobie i o tym, z jakich mediów korzysta do celów edukacyjnych, np. uczę się języka, czytam obcojęzyczne strony lub korzystam

z materiałów szkoleniowych w internecie; realizuję projekty edukacyjne, kontaktując się z uczniami/współpracownikami przez Skype, zdobywam wiedzę w serwisach popularnonaukowych itp. (20 min.).

Następnie podziel uczestników na grupy, którym rozdasz podstawowe materiały dotyczące różnorodnych możliwości prezentacji materiałów edukacyjnych lub współpracy w ramach działań edukacyjnych (szczegółowy opis – ćwiczenie 1. Nowe media – nowe narzędzia edukacyjne) – czas trwania 30 minut. Po tym czasie grupy prezentują zgromadzone informacje i wspólnie dyskutujecie o możliwych zastosowaniach narzędzi/usług w edukacji.

Teraz pora na kolejne ćwiczenie – ćwiczenie 2. Blog jako platforma wymiany wiedzy. Zapoznaj uczestników z narzędziem do blogowania, pokaż im, jak zakładać blogi grupowe i jak wypełnić je zawartością o charakterze edukacyjnym; omów trudności związane z korzystaniem z bloga. Przeprowadź dyskusję o pozytywnych i negatywnych aspektach blogowania edukacyjnego; zleć grupom przygotowanie posterów – poradników na temat możliwości wykorzystania blogów jako narzędzi e-edukacji; omów scenariusz zajęć na temat blogowania z serwisu www.edukacjamedialna.edu.pl.

Przeprowadź dyskusję na temat możliwości modyfikacji scenariusza przy wykorzystaniu bloga do działań e-edukacyjnych (60 minut). Podsumowaniem szkolenia niech będzie dyskusja na temat omówionych narzędzi. Możesz zlecić uczestnikom przygotowanie w grupach krótkich scenariuszy edukacyjnych z wykorzystaniem narzędzi e-edukacyjnych jako wspierających określony kurs lub pomysł na wykorzystanie narzędzi e-learningu do przygotowania oddolnego szkolenia na określony temat. Na zakończenie omówcie powstałe projekty (60 min.).

Materiały

Scenariusz zajęć Blogi – systemy zarządzania treścią <https://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/blogi-systemy-zarzadzania-treścią/>

Ćwiczenie 1. Nowe media – nowe narzędzia edukacyjne

Cel ogólny ćwiczenia: zapoznanie uczestników z narzędziami edukacyjnymi dostępnymi w sieci.

Środki dydaktyczne: kartki z opisanymi narzędziami, komputery z dostępem do internetu (minimum jeden komputer na grupę), długopisy, flipchart, mazaki.

Czas realizacji: 30 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia

1. Przekaż uczestnikom – podzielonym na grupy – informacje o różnych narzędziach (wraz z krótką charakterystyką) pozwalających na prezentację materiałów edukacyjnych lub współpracę w celach edukacyjnych. Mogą to być np. serwis do blogowania – Blogger, serwis społecznościowy – Facebook, Twitter, serwis umieszczania zdjęć – Flickr, Picasa, Instagram, Pinterest, mail, narzędzia do wspólnego tworzenia dokumentów, np. Google Dysk).

2. Grupy zapoznają się z materiałami i na bazie własnych doświadczeń oraz poszukiwań w internecie przygotowują szersze informacje na temat możliwości wykorzystania określonego narzędzia w działaniach edukacyjnych. Zastanawiają się, jak można powiązać je z wykorzystaniem innych narzędzi i użyć np. przy wspólnym uczeniu się ze znajomymi lub np. w instytucji edukacyjnej.
3. Każda grupa przedstawia, czego się dowiedziała i prezentuje własne wnioski, które następnie są omawiane na forum całej grupy szkoleniowej wspólnie z tobą. Wszyscy zastanawiają się, jakich określonych narzędzi można użyć w działaniach edukacyjnych, które będą najlepiej sprawdzały się w określonym wykorzystaniu.

Materiały

www.blogger.com

www.facebook.com, www.twitter.com,

www.flickr.com, www.picasa.google.com, www.instagram.com, www.pinterest.com,

www.gmail.com

www.docs.google.com.

Ćwiczenie 2. Blog jako platforma wymiany wiedzy

Cel ogólny ćwiczenia: zapoznanie uczestników z blogiem i sposobami zastosowania bloga w e-edukacji.

Środki dydaktyczne: przygotowane blogi dla każdej z grup, komputery z dostępem do internetu (przynajmniej jedno stanowisko na grupę).

Czas realizacji: 60 minut.

Etapy wykonywania ćwiczenia

1. Uczestnicy wykorzystują założone przez siebie grupowe blogi i modyfikują ich ustawienia; ustawiają dostęp tylko dla autorów bloga.
2. Członkowie grupy ze wspólnym blogiem wybierają interesujący ich temat, następnie decydują, kto z grupy jest odpowiedzialny za określony wątek i przygotowują treści do opublikowania na blogu – każda z osób z grupy przygotowuje pięć wpisów blogowych. W każdym zamieszcza kilkuzdaniowy tekst własnego autorstwa (np. w formie krótkiego omówienia materiałów znalezionych w sieci), szuka zdjęcia i zamieszcza je we wpisie, które ilustrowałoby tekst oraz korzystając z opcji Bloggera, wstawia odtwarzacz filmu z YouTube tematycznie powiązany z tematyką wpisu.
3. Grupy prezentują własne blogi, omawiają poruszoną tematykę, podział zadań oraz trudności techniczne i związane z przygotowaniem materiałów.
4. Wspólnie z tobą wszyscy zastanawiają się nad możliwością wykorzystania bloga jako narzędzia do dzielenia się zasobami edukacyjnymi (np. notatkami, refleksjami) przy wspólnym, oddolnym uczeniu się i np. realizowaniu projektów edukacyjnych w instytucji edukacyjnej (np. blog nauczycielski, blog uczniów na określony temat, blog zbierający materiał na zaliczenie itp.) i poza nią.

Materiały

www.blogger.com,
www.youtube.com.

4.3. Grywalizacja

Celem niniejszego tekstu nie jest wskazanie, jak zrobić kolejny warsztat. Mam nadzieję zmienić twoje podejście do metod przekazywania wiedzy, którymi się posługujesz i zachęcić cię do tworzenia własnych narzędzi edukacyjnych. Cały tekst poświęcony będzie idei grywalizacji i pokazaniu, dlaczego warto i jak tworzyć gry w edukacji. Znajdziesz tutaj kilka wskazówek, które zapewne przydadzą się w twojej przyszłej pracy.

Nic nowego pod słońcem

Obecnie edukacja jest w tyle za nauką. Modele motywacji wykorzystywane powszechnie do nauczania były podważane już 40 lat temu. Dziś wiadomo, że zasada kija i marchewki często szkodzi zamiast pomagać. System wkuj, a dostaniesz za to nagrodę zawęży naszą uwagę, koncentrując umysł na osiągnięciu nagrody. Ten schemat działa tylko przy pracy fizycznej. Jeżeli uczeń ma zrobić coś więcej niż wykopanie dziury w ziemi, to kładąc nacisk na ocenę, pogarszasz jego wyniki.

Trudno uwierzyć? Badania grupy naukowców pod przewodnictwem D. Ariely z 2005 roku wskazały, że **jeżeli działalność człowieka wymaga nawet najprostszych umiejętności poznawczych, to zwiększanie nagrody prowadzi do pogorszenia się efektywności**. Zwróć uwagę na wielki sukces uniwersytetów trzeciego wieku, gdzie podstawową motywacją jest faktycznie samorozwój, chęć kontaktowania się z grupą oraz walka z nudą. Seniorzy nie uczą się dla ocen, dla papierka, dla zdobycia lepszej pozycji na rynku pracy. Ich motywacja płynie z wewnątrz.

Już dziś jesteśmy w stanie tworzyć narzędzia edukacyjne, o jakich nie śniło się naszym rodzicom. Komputer w klasie nie jest niczym niezwykłym, interaktywne narzędzia edukacyjne również. Każdy uczeń ma przy sobie telefon komórkowy, w którym mieści się komputer kilkaset, a czasem kilka tysięcy razy bardziej wydajny niż najsilniejsze komputery sprzed 20 lat. Ta sytuacja stawia nas edukatorów przed obowiązkiem przebicia się przez łątwą w odbiorze rozrywkę „napakowaną” kolorowymi i wciągającymi grami.

Ale z grami nie warto walczyć. Warto z nich skorzystać. Chciałbym zaproponować inne podejście do gier edukacyjnych: nie traktuj gier jak zabawek, traktuj je jak narzędzia, z którymi pracujesz nad grupą. Pomoże ci to w bardziej świadomym konstruowaniu i wykorzystywaniu swoich narzędzi.

Podejście wykorzystujące gry do celów przekazywania wiedzy, zostało ostatnio nazwane grywalizacją, gryfikacją lub gamifikacją. Wszystkie nazwy są kalką z języka angielskiego zwrotu *Gamification*. **Grywalizacja to nadanie cech gry sytuacji, która grą nie jest, w celu zwiększenia skuteczności graczy, ich zaangażowania bądź też poprawy zapamiętywania zadanego materiału**. Jest to sposób nauczania, w którym wiedza jest „przemycana”

i wiąże się z bardzo silnymi i pozytywnymi bodźcami, jakie daje gra. W ten sposób jesteś w stanie zmienić motywację grupy, z którą pracujesz – z motywacji zewnętrznej (oceny, przymus, konieczność), na wewnętrzną (chęć, przyjemność, zabawa).

Podręcznik początkującego twórcy gier

To, co łączy wszystkie obecne na rynku gry, które odnoszą sukces, to **atrakcyjny wygląd, dobra mechanika gry, z wygodnym interfacem** oraz **wciągająca** lub po prostu „nieprzeszkadzająca” **fabuła**. Im więcej z tych elementów ma gra, tym większa szansa, że uda jej się przebić.

Rozpoznanie terenu

Pierwszym krokiem do opracowania własnego narzędzia jest zbadanie potrzeb grupy, jej potencjału i możliwości poznawczych. Metoda badania jest w tej kwestii sprawą absolutnie wtórną. Ważne jest natomiast, żeby nie polegać tylko na swoich doświadczeniach i własnej intuicji.

Największym zagrożeniem dla twórcy gry jest niezrozumienie potrzeb i wzorów myślowych jej odbiorców. Zdarza się, że gra nie trafia w gusta graczy i – mimo bardzo ciekawych założeń – nie jest popularna. By uniknąć tego zagrożenia, najlepszym wyjściem pozostaje wykonanie dobrze przygotowanego i przemyślanego badania. Dzięki temu twoja gra będzie miała większą szansę na dotarcie do praktycznie każdej grupy odbiorczej.

Na potrzeby tej publikacji weźmy na warsztat grupę 20 osób skupionych w klubie seniora, które uczęszczają na zajęcia poświęcone rozwijaniu umiejętności cyfrowych. Osoby te mają w większości problem z opanowaniem posługiwania się mailem i wyszukiwaniem informacji w internecie. Zgodziliście się, że w tym obszarze potrzebna będzie dodatkowa praca, ale twoi uczniowie nie chcą żmudnych ćwiczeń, które są dla nich nieinteresujące i zniechęcają ich do komputera. W rozmowie z nimi udało ci się dowiedzieć, że jest to grupa żywo zainteresowana wydarzeniami kulturalnymi oraz lokalnym rzemiosłem artystycznym.

Mechanika gry

Jeżeli wiemy, czego potrzebuje i co interesuje naszą grupę odbiorczą, to jesteśmy w stanie zastanowić się nad formą jaką przyjmie gra. Dobrze jest mieć pomysł, jakie zasady przyjmie nasza zabawa. Załóżmy, że dla naszego przykładu zdecydujemy się na grę z pogranicza ARG (ang. *Alternate Reality Game* – jest to odmiana gry przestrzennej) i *storytellingu*, czyli grę łączącą świat wirtualny ze światem rzeczywistym, wykorzystującą silnie narratora, który tworzy świat gry.

Naszym pomysłem na mechanikę gry będzie przekazywanie informacji, zadań i fabuły za pomocą wiadomości mailowych. Zadania będą wymagały od uczestników zgłębienia wiedzy z danego tematu, w czym pomogą im ogromne zasoby internetu. Taką grę można (a wręcz należy) podzielić na części i grać w nią nawet 2–3 tygodnie, po jednym „odcinku”, który przekazywany będzie na każdych zajęciach.

Fabuła

Fabuła większości gier opiera się na zasadach kabaretu: jest **trochę prześmiewcza, żartobliwa, ma lekką formę, luźno wiążącą się z rzeczywistością i pozwala uczestnikom wczuć się w realia jakie prezentuje gra**. Są jednak wyjątki od tej reguły. Gry miejskie oraz symulacyjne dotyczące tematów trudnych, takich jak historia i religia, powinny być mniej prześmiewcze, ponieważ zawarte w nich akcenty humorystyczne mogą posłużyć do odwracania uwagi graczy od kontrowersyjnych kwestii.

Przy tworzeniu fabuły warto mieć pomoc ze strony jej odbiorców. **Dostosowanie języka i zachowań** może się okazać kluczowe, aby uczestnicy zaakceptowali i ciepło przyjęli grę.

Ze względu na zainteresowania naszej grupy odbiorczej, fabularnie gra będzie nawiązywała do noweli detektywistycznej. Złodzieje zrabowali eksponaty z wystawy i zniknęli (prawie) bez śladu. Zdobywanie kolejnych poszlak przybliży uczestników do pojmania złodzieja i zwrotu skradzionych obrazów. Po drodze detektywi będą musieli „włamać się” na podejrzaną skrzynkę (odzyskać zapomniane hasło), wyszukać zarchiwizowane wiadomości, które doprowadzą do meliny i dowiedzieć się, jaką trasą złodzieje uciekali z muzeum (wyznaczanie trasy na mapach). Następnie uczestnicy będą musieli znaleźć informacje o podejrzanym osobniku (na policyjnej stronie osób poszukiwanych) i ostatecznie zdobyć wiedzę potrzebną do rozpracowania kodu otwierającego sejf (ostatnie 3 słowa z wybranego wiersza, łatwo dostępnego w wynikach wyszukiwania).

To tylko przykładowa fabuła pokazująca jak bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów można „zawinąć” w grę pracę domową. Dodatkowym plusem w tej grze byłoby wciągnięcie lokalnych artystów do fabuły i zorganizowanie wystawy ich prac, gdy uczestnicy rozwiążą zagadkę. Taki finał na pewno przypadnie im do gustu.

No i oczywiście tytuł. Intrygujący, przyciągający uwagę i korespondujący z fabułą gry. Dobry tytuł jest w stanie przyciągnąć wielu graczy. Zły tytuł może na przykład przyciągnąć niewłaściwych graczy. W naszym przypadku może się okazać, że zainteresowanie grą wykaże młodzież posiadająca już przekazywane w grze umiejętności.

Jak napisać instrukcję?

Każda gra powinna mieć instrukcję. Może ona być przygotowana w formie pisemnej, graficznej lub być przekazywana ustnie. Niezależnie od tego, jaką formę przekazu instrukcji wybierzemy, w jej tworzeniu należy kierować się czterema podstawowymi zasadami:

1. Tak prosta, jak to możliwe.
2. Tak krótka, jak to możliwe.
3. Spójna treściowo (jednoznaczna).
4. Logiczna w budowie, kierująca się określonym porządkiem.

Przygotowując instrukcję, warto trzymać się konwencji tego gatunku. Wyodrębniamy więc wstęp, cele gry, mechanikę i jej reguły oraz warunki zakończenia gry. Dzięki temu nadajemy instrukcji strukturę czytelną dla potencjalnych graczy.

W pracy nad instrukcją warto skorzystać z pomocy samych odbiorców. Takie badanie przed stworzeniem ostatecznej wersji może pomóc w odnalezieniu słabych czy niezrozumiałych punktów instrukcji.

Często dobrym pomysłem jest stworzenie ilustracji pomagających w interpretacji trudniejszych fragmentów tekstu. W takich sytuacjach wystarczy dodać prosty rysunek lub zdjęcie prezentujące daną zasadę. Dodatkowym pomysłem na zwiększenie klarowności gry jest nagranie krótkiego filmu, na którym będzie pokazana przykładowa rozgrywka. Tak nakręcony materiał może zostać dołączony do gry lub być zamieszczony za darmo w internecie.

W naszej grze informacje dotyczące zasad gry powinny zostać przekazane na samym początku, w pierwszym mailu. Kolejne maile będą miały 3 funkcje:

1. napędzały fabułę,
2. dawały informację zwrotną o postępach uczestników,
3. przekazywały kolejne zadania do wykonania.

Pamiętaj, że gra edukacyjna to przede wszystkim gra. Nie da się zrobić z niej wykładu.

Tworząc grę, skup się przede wszystkim na zadowoleniu graczy, a w dalszej kolejności pracuj nad walorami edukacyjnymi. Skuteczność przekazu zależy od zadowolenia uczestników!

By uzyskać lepszy rezultat w grze, warto podzielić maile na dwie części – fabularną, w której będziemy mogli posługiwać się bardziej kwiecistym językiem oraz zadaniową, która w prostych słowach poinstruuje graczy w kwestii zasad kolejnego zadania.

Garść dobrych praktyk

- **Mniej edukacji więcej gry.** To bardzo ważne, żeby pamiętać o możliwościach i ograniczeniach gier jako narzędzi edukacyjnych. Niewątpliwą zaletą gier jest ich ciekawa forma, która poprawia zapamiętywanie treści, motywuje do pracy, a także daje możliwość zdobycia bardziej praktycznej wiedzy. Niestety, żeby ta forma zadziałała właściwie, trzeba przekazać mniej treści. Gra, która będzie przekazywała zbyt dużo treści kosztem rozrywki, utraci swoje walory i zostanie odebrana negatywnie przez uczestników. Na naszym przykładzie można powiedzieć, że gracze w ramach jednego odcinka gry nie powinni wykonywać więcej niż jedno zadanie. Pozostała część powinna być wciągającym opisem świata, będącego następstwem działań graczy. Czyli mail z zadaniem dla gracza powinien zawierać 2–4 akapitów opisu świata gry i 1 akapit zadania.
- **Zaangażowanie graczy.** Gry dają pole do popisu każdemu typowi ludzi. Ekstrawertycy mogą cieszyć się zintensyfikowanymi kontaktami z innymi graczami, introwertycy mogą szukać optymalnych rozwiązań dla przedstawionych problemów i starać się „popsuć” grę przez znalezienie luki, która pozwala na osiągnięcie najlepszych wyników (tzw. Power Gaming). Istotny wpływ na wciągnięcie się uczestników ma dobrowolność uczestnictwa w grze. Bardzo skutecznym

sposobem jest wciągnięcie uczestników w proces przygotowań gry. Takie rozwiązanie obniża odsetek odrzuceń gry. Przymuszanie graczy nie przyniesie pożądanego efektu. Nikt nie będzie się dobrze bawił i nikt nie zapamięta przekazanej wiedzy. Wszyscy wypełnią przykry obowiązek i zapomną o wszystkim, czego się nauczyli.

- **Więcej emocji!** Wszystkie dobre gry są nie tylko wyzwaniem logicznym lub zręcznościowym dla uczestników, ale także podnoszą aktywację i wzbudzają intensywne emocje w graczach. Gra wzbudzająca emocje jest lepiej odbierana i zapamiętywana przez graczy. Co za tym idzie przekazywana wiedza jest lepiej zapamiętywana. Dlatego w naszej przykładowej grze tak ważne jest, aby fabuła przekazywana w formie maili była naprawdę dobrze napisana.

Testuj swoje gry

Jeżeli twoja gra jest już gotowa i widzisz w niej kolejny „Monopoly”, które rozejdzie się w milionach egzemplarzy na całym świecie, to wstrzymaj się. Zanim oficjalnie ogłosisz premierę narzędzia, zrób test gry. Każdej grze dobrze robi, jeżeli zostanie rozegrana kilka razy. Da się wyłapać luki w zasadach, niejasności w instrukcji, a nawet literówki. Bo nikt nie psuje gry, jak wpisanie „1000” zamiast „100”.

Test gry to również moment, w którym jesteś w stanie zdobyć informację zwrotną od testerów. Czy grało im się dobrze, czy nauczyli się tego, co trzeba, co mogłoby poprawić zabawę.

Testuj swoje gry na grupie jak najbardziej zbliżonej do twojej grupy docelowej.

Stąd też, jeżeli część osób nie będzie zainteresowana braniem udziału w grze, zawsze można wciągnąć je do procesu jako ekspertów, którzy przetestują zadania, dadzą informację zwrotną dotyczącą fabuły, a może nawet pomogą ją napisać.

Najpierw się pobaw, a potem popracuj

Każdy twórca gier ma w sobie sporo z dziecka. Ciekawość świata, chęć rozgryzania zagadek, plastyczna wyobraźnia. Nie są to jednak tylko cechy osobowe jednostek. To efekt lat spędzonych w innych rzeczywistościach wykreowanych przez gry. Prawda jest taka, że im więcej gier w swoim życiu rozegrasz, im więcej podpatrzysz cudzych rozwiązań, tym lepsze gry będziesz tworzyć. Dlatego warto pogimnastykować swój umysł na dostępnych na rynku grach, zanim weźmiemy się do robienia własnych narzędzi.

Szukaj, znajduj, korzystaj

No tak, łatwo powiedzieć graj w cudze gry, ale gdzie je znaleźć? Odpowiedź jest prosta: w internecie. Szukasz planszówek, polecam <http://boardgamegeek.com/>, chcesz pograć w proste gry webowe, proszę bardzo: <http://www.kongregate.com/>. Szukasz miejsca, gdzie możesz pogłębić swoją wiedzę z zakresu grywalizacji, zacznij od <https://iversity.org/courses/the-future-of-storytelling>.

Internet aż pęka w szwach od darmowych gier edukacyjnych, kursów, jak tworzyć gry oraz specjalistów, którzy są chętni do współpracy.

Podsumowanie

Niestety ten krótki tekst nie wyczerpuje tematyki. Jednak by rozpocząć swoją przygodę z grami edukacyjnymi w zupełności wystarczy. Mam nadzieję, że długo nie uwolnisz się od myśli, żeby stworzyć swoją własną gierkę i zobaczyć, jak zareagują na nią osoby, które uczysz.

Jeżeli ta myśl wykiełkuje i faktycznie zrobisz grę edukacyjną, to pamiętaj o jednym. Gra jest tylko narzędziem, tak jak młotek. Sama gra puszczona grupie niczym film o rozmnażaniu raków, który pamiętam z lekcji biologii, nie będzie skuteczna. **Najważniejszym elementem każdej gry edukacyjnej jest podsumowanie.** Po grze uczestnicy będą wrażliwi na wiedzę. Większość z nich będzie pobudzona, chętna do dzielenia się swoimi przeżyciami i chłonna jak gąbka. Porozmawiaj wtedy z nimi. Pozwól im upewnić się w przekonaniu, że to czego właśnie się nauczyli, jest istotne, ważne i fajne.

Artykuł Włączanie gier do procesów edukacyjnych dostępny jest na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska (CC-BY 3.0 Polska), dostępnej na stronie: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>

Pewne prawa zastrzeżone na rzecz autora. Zezwala się na dowolne wykorzystanie treści – pod warunkiem zachowania niniejszej informacji licencyjnej i wskazania autora. Autorem jest Teodor Sobczak.

Autor artykułu korzystał z Materiałów dla uczestników warsztatów tworzenia gier edukacyjnych do nauczania przedsiębiorczości dostępnych na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska (CC-BY 3.0 Polska), dostępnej na stronie: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>

Pewne prawa zastrzeżone na rzecz autorów, Fundacji Wspierania Edukacji i Rozwoju „Innowatorium” oraz Narodowego Banku Polskiego. Zezwala się na dowolne wykorzystanie treści – pod warunkiem zachowania niniejszej informacji licencyjnej i wskazania autorów oraz Fundacji Innowatorium i Narodowego Banku Polskiego jako właścicieli praw do tekstu. Autorami materiałów są Marcin Mitzner i Teodor Sobczak.

4.4. Medialaby

Medialaby to organizacje działające na styku kultury, technologii i edukacji. Należy podkreślić, że nie ma jednego modelu działania medialabu. Pierwszy, założony w Massachusetts Institute of Technology (MIT Media Lab) funkcjonuje jako laboratorium dla studentów uczelni. Hiszpański Medialab Prado to instytucja miejska, a węgierski Kitchen Budapest jest finansowany przez spółkę telekomunikacyjną. Różnice między poszczególnymi medialabami wynikają z odmienności środowisk i kontekstów w jakie są wpisane. Trudno je krótko opisać, ale w konkretnych przypadkach to potencjalnie ambitne i ciekawe działania. Dlaczego więc wszystkie nazywamy medialabami? Co je łączy?

Medialaby łączą na pewno dwa elementy:

- kreatywne wykorzystanie nowych technologii. Projekty medialabowe wykorzystują nowe technologie do celów artystycznych (sztuka nowych mediów), do działań społecznych (edukacji medialnej), do rozwoju technologicznego (laboratoria „Badania i Rozwój”);
- model działania oparty na procesie i na otwartości. Brzmi to zagadkowo i jest najbardziej wymagającym w realizacji elementem medialabu. Każdy z medialabów daje swoim uczestnikom przestrzeń do działania: pracownię wyposażoną w sprzęt techniczny, finansowanie od sponsora, specjalistyczną wiedzę z danej dziedziny. Ale medialaby nie organizują pracy – nie wymyślają projektów, warsztatów czy działań. To uczestnicy przychodzą z propozycjami, a rolą medialabu jest takie zorganizowanie otoczenia i przestrzeni, żeby możliwie jak najlepiej wesprzeć osobę w realizacji jej pomysłu i w działaniu.

Osoba prowadząca medialab nie jest kierownikiem projektów, koordynuje tylko działania w nim realizowane.

Polskie medialaby i ich podstawowe charakterystyki

W Polsce od pewnego czasu pojawiają się projekty medialabowe, nie są jednak zbyt rozpowszechnione. Poniżej podano kilka przykładów takich działających organizacji i obszar ich działalności.

Medialab Senior:

- międzypokoleniowość, wymiana doświadczeń,
- projektowanie jako wpływanie na kształt rzeczywistości.

Medialab Junior:

- edukacja medialna i obywatelska,
- otwarte technologie.

Medialab Gdańsk:

- instytucja – parasol dla różnych działań, przy instytucji miejskiej.

Medialab Katowice:

- ukierunkowanie na miasto i jego środowisko,
- budowanie społeczności.

Obóz Kultury 2.0:

- coroczne spotkania,
- projekty artystyczne i społeczne.

Czy PIAP może czerpać z idei medialabu?

Warto pomyśleć zwłaszcza o metodzie pracy i jej organizacji. Osoby korzystające z PIAP-ów są przyzwyczajone do tego, że przychodzą tam, by coś wydrukować, skserować

– korzystają z technologii w sposób praktyczny. Czasami korzystają z kursów komputerowych, fotograficznych lub innych. To działania nieangażujące (kserowanie) albo stricte edukacyjne (warsztaty komputerowe). Medialab w pewien sposób łączy te dwie funkcje i proponuje coś więcej. Musimy dziś umieć praktycznie wykorzystywać technologię i obsługiwać komputer (zrobić zdjęcie, zeskanować). Jak ją wykorzystamy? O to pytają medialaby. Technologia daje nam ciekawe możliwości, a medialab chce wykorzystać ją w pracy z lokalną społecznością. Hobbyści ogrodnicy, majsterkowicze... Zaproponujmy im to, co ciekawe i angażujące. Strona internetowa z fotografiami rękodzieła? Nawiązanie kontaktu z grupą ogrodniczą z okolicy? A może zbieranie i publikowanie informacji na temat naszego lasu po to, aby mieszkańcy poznali jego roślinność, zwierzyinę i rytm życia? Poprzez edukację medialną animujemy lokalną społeczność.

Wybrana bibliografia

<http://www.cultureshock.pl/>

<http://medialabkatowice.eu/>

<http://medialabgdansk.pl/>

<http://labkit.pl/>

<https://hackerspace.pl/>

<http://www.fablabt.org/>

<http://medialab-prado.es/>

<http://www.kitchenbudapest.hu/>

<http://www.baltanlaboratories.org/>

Publikacja *Medialab. Instrukcja obsługi*. red. Mirek Filiciak, Alek Tarkowski, Agata Jałosińska, wyd. Fundacja Ortus, 2011 dostępna pod linkiem: <http://labkit.pl/publikacja/>

Scenariusz warsztatów

Warsztat jest przeznaczony dla osób pracujących z grupami w bibliotekach i PIAP-ach, animatorów i animatorek kultury. To zajęcia dla osób pragnących świadomie wybrać metodę działania w społeczności lokalnej.

Cel główne warsztatu to zapoznanie uczestników z przykładami polskich i zagranicznych medialabów oraz sprowokowanie ich do refleksji i dyskusji o metodzie pracy w społeczności lokalnej, a także o konsekwencjach ich stosowania. Spotkanie może być prowadzone w formie warsztatu z elementami wykładu, podczas którego uczestnicy warsztatu otrzymują podstawowe wiadomości na temat wybranych medialabów, aby następnie w grupach przeanalizować różne metody pracy w społeczności i zastanowić się nad ich specyficznymi cechami, odnosząc je do własnych działań.

Propozycja planu warsztatu

1. Wstęp: 5 minut. Przedstaw się uczestnikom warsztatu i podaj krótką informację o swoim doświadczeniu. Przedstaw cel spotkania. Wyjaśnij, w jaki sposób udział w nim może wesprzeć działania osób uczestniczących. Podaj informacje organiza-

cyjne (czas trwania, przerwa). Z uwagi na ograniczony czas przedstawię przygotowane wcześniej zasady pracy.

2. Wprowadzenie do tematu zajęć (można posłużyć się cytatem z książki Medialab. Instrukcja obsługi: „(medialab to) raczej: otwarcie i gotowość do dynamicznego reagowania na zmiany”).
3. Przedstawienie się uczestników: 20–30 minut. Uczestnicy warsztatów przedstawiają się imieniem i nazwiskiem, podają afiliację oraz mówią o swoich ewentualnych doświadczeniach medialabowych.
4. Wykład: 60 minut. Wprowadzenie podstawowych informacji na temat medialabów, podanie i omówienie najciekawszych przykładów polskich medialabów.
5. Przerwa: 15 minut.
6. Część warsztatowa: 50 minut.
7. Sesja pytań i odpowiedzi: 10 minut.
8. Podsumowanie: 10 minut. Zebranie wniosków z wykładu, ćwiczeń, dyskusji oraz sesji pytań i odpowiedzi. Podkreślenie, że medialab to otwarta formuła i kolektywne decydowanie, a także budowanie społeczności. Biorąc pod uwagę kontekst swojej pracy, należy wybrać taką metodę, która będzie odpowiednia do celu działania. Medialab jest jedną z nich.

Ćwiczenie 1. Omówienie trzech przykładowych modeli pracy w społeczności lokalnej

Cel ogólny ćwiczenia: analiza różnych metod pracy w społeczności lokalnej i refleksja nad ich specyficznymi cechami, możliwym zakresem wywoływanej zmiany społecznej z odniesieniem do własnych działań. W wyniku przeprowadzonego warsztatu osoby biorące w nim udział: wskażą różne modele pracy w społeczności lokalnej, podadzą wyróżniki różnych modeli pracy, przeanalizują wpływ zastosowania różnych metod pracy na społeczność lokalną, będą mieli świadomość uwarunkowań własnej pracy oraz będą potrafili dobrać właściwe metody.

Środki dydaktyczne: komputer, łącze internetowe, rzutnik, flipchart i mazaki.

Czas realizacji: 50 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia

1. Podziel uczestników na 3 grupy za pomocą podartych, kolorowych kartek (każda z osób uczestniczących bierze jeden fragment kartki, grupę stanowią te osoby, których fragmenty kartek stanowią całość).
2. Każda z grup analizuje w ciągu 10 minut jeden z przykładowych modeli pracy:
 - I. Biblioteka, w której jest dostęp do komputera z internetem i osoba, która może udzielić informacji, wsparcia, ale to nie jest systematyczna działalność.
 - II. Kurs obsługi komputera prowadzony w bibliotece dla x osób przez trzy miesiące.

- III. Trzymiesięczne działanie prowadzone przy bibliotece polegające na stałej pracy grupy x osób nad digitalizacją lokalnego dziedzictwa (prowadzenie strony internetowej/bloga o historii lokalnej).
3. Podczas pracy grupa stara się odpowiedzieć na pytania pomocnicze:
 - Jakie skutki dla społeczności lokalnej ma każde z tych działań?
 - Co w danym działaniu jest dla nich twórcze, ciekawe?
 - Czy chcieliby wdrożyć u siebie takie działanie i dlaczego?
 - Co wydaje im się trudne?
 4. Każda z grup omawia opracowany przykład i zapisuje na flipcharcie wyniki swojej pracy.
 5. Po prezentacji pracy warto przeanalizować efekty pracy grup i podjąć próbę wyciągnięcia wniosków.
 6. Przeprowadź dyskusję na forum, której celem jest pogłębienie refleksji nad omawianymi wcześniej modelami. Odpowiedzi na pytania pomocnicze zapisz na flipcharcie przeznaczając osobny arkusz dla każdego z modeli. :
 - Jak działanie – wg każdego z modeli – buduje w uczestniku poczucie sprawstwa, obywatelstwa itd.?
 - Co każdej osobie daje dany model działania?
 - Jaki jest potencjał do zmiany społecznej przy każdym z modeli?
 - Co jest specyficzne dla każdego z modeli, czego nie dają pozostałe?
 - Jak reaguje środowisko na każdy z tych modeli?
 - Jak dobierać metodę do celu i możliwości?
 7. 7. Jako podsumowanie tej części poproś wszystkich z uczestników warsztatu, by powiedzieli, co zabierają ze sobą z tego warsztatu w kontekście metod pracy ze społecznością lokalną.

5. Bezpieczeństwo i prawo w sieci

Temat bezpieczeństwa i praw w sieci obejmuje wiele zagadnień: publikowanie treści, prawo autorskie, wirusy, szyfrowanie komunikacji, kradzieże tożsamości, włamania na konta bankowości elektronicznej itd. W internecie za „darmowe” usługi płacisz utratą anonimowości. Dotyczy to nie tylko sytuacji, kiedy podajesz imię i nazwisko oraz adres w sklepie internetowym, ale także wtedy, kiedy przekazujesz dane o swojej lokalizacji czy oznaczasz na zdjęciach przyjaciół. Tak, jak dbałeś i nadal dbasz o prywatność, przesyłając pocztówki w kopertach czy chowając prywatne zapiski, tak należy się starać o to, aby podczas obecności w internecie pokazywać tylko takie dane, którymi chcesz się dzielić.

Celem warsztatu jest pogłębienie wiedzy i umiejętności osób w nim uczestniczących w zakresie bezpiecznego korzystania z internetu i przysługujących im tam praw.

Głównym tematem jest ochrona prywatności w kontekście publikowania zdjęć w internecie, regulaminów i polityk prywatności serwisów oraz cyfrowych śladów, które zostawia każdy z nas podczas korzystania z przeglądarek internetowych każdego dnia.

Warunkiem koniecznym przeprowadzenia warsztatu jest dostęp do sali wyposażonej w komputery podłączone do internetu.

Przed rozpoczęciem warsztatu zapoznaj uczestników szkolenia z pojęciami: dane osobowe, prawo autorskie, pliki cookie (ciasteczka). Dane osobowe i prawo autorskie są regulowane przez odpowiednie ustawy: Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. 1997 nr 133 poz. 883 z póź. zm.) oraz Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. 1994 nr 24 poz. 83 z póź. zm.). Istnieje już sporo opracowań na ten temat mających bardziej przyjazną formę (patrz wybrana bibliografia). Jednak w ważnych sprawach trzeba bezpośrednio sięgnąć do aktualnego tekstu ustawy (najlepiej skorzystać z Internetowego Systemu Aktów Prawnych, by mieć pewność, że jest to najnowsza, aktualna wersja tekstu). Ciasteczko (ang. cookie) jest krótką informacją wysyланą przez serwer WWW i zapisywaną po stronie użytkownika w pliku cookie (zwykle na twardym dysku); parametry ciasteczek pozwalają odczytać informacje w nich zawarte tylko serwerowi, który je utworzył.

Grupą docelową tego szkolenia może stanowić młodzież lub osoby dorosłe posiadające niewielką wiedzę na temat bezpieczeństwa i praw w internecie. W zależności od składu grupy warto posłużyć się trochę innym materiałem, np. dać inne zdjęcia do analizy. Grupa nie powinna liczyć więcej niż 15 osób, jeśli prowadzona jest przez jedną osobę; zalecany czas realizacji warsztatu to minimum 2 godziny lekcyjne.

Wybrana bibliografia

Fundacja Panoptykon: *Jak świadomie i bezpiecznie korzystać z Internetu? Dowiedzcie się!* <http://www.panoptykon.org>, dostęp 19.11.2013

Fundacja Panoptikon: *Świadomy ciasteczkowicz, czyli jak zarządzić plikami cookie w Twojej przeglądarce. Instrukcja dla początkujących*. <http://www.panoptikon.org>, dostęp 20.11.2013

Legalna Kultura: *Przewodnik po prawie autorskim*. <http://www.legalnakultura.pl>, dostęp 20.11.2013

A. Miler, G. Stunża: *Dzieci w biblio-sieci*, Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna w Gdańsku, Gdańsk 2013. <http://bibliocamp.info>, dostęp 20.11.2013

G. Prujaszczyk, K. Śliwowski: *Browsing „wirtualne” zagrożenia*. <http://panoptikon.org>, dostęp 20.11.2013

Strona Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych. <http://giodo.gov.pl/>, dostęp 19.11.2013.

Scenariusz warsztatów

Scenariusz zawiera trzy ćwiczenia, których celem jest przede wszystkim uświadomienie osobom uczestniczącym konsekwencji najczęstszych działań podejmowanych przez nie w internecie; są to: publikowania zdjęć oraz akceptowania regulaminów (polityk prywatności) serwisów. Ostatnie ćwiczenie dotyczy tego, jak poprzez zmianę ustawień przeglądarki można zwiększyć swoje bezpieczeństwo w sieci. Odpowiedzialne korzystanie z internetu wymaga bowiem zarówno wiedzy na temat mechanizmów działania serwisów, jak i znajomości narzędzi, które pomagają bezpieczeństwo zwiększyć.

Ćwiczenie 1. Zdjęcie w internecie

Cel ogólny ćwiczenia: zdobycie przez osoby uczestniczące wiedzy o tym, jakie informacje o sobie zostawia w Internecie; kształtowanie umiejętności świadomego podejmowania decyzji o tym, czy publikować w internecie określone treści (zdjęcia) czy nie; posługiwanie się podstawowymi pojęciami z zakresu ochrony danych osobowych, praw autorskich.

Środki dydaktyczne: wydruk materiałów z Flickr Commons (<http://www.flickr.com/>) (zdjęć wybranych osób), kartki papieru A4, długopisy, flipchart, mazaki.

Czas realizacji: 40 minut.

Etap realizacji ćwiczenia

1. Osoby uczestniczące podziel na czteroosobowe grupy. Możesz to zrobić, prosząc je o policzenie do czterech i numery jeden pracują wtedy razem, numery dwa razem itd.
2. Każdej grupie daj jedno zdjęcie (z <http://www.flickr.com/>), kartkę A4 oraz długopis.
3. Poproś każdą grupę, by dokładnie przyjrzała się zdjęciu i spisała na kartce, czego dowiedzą się o znajdujących się na nim osobach (5–10 minut).
4. Każda grupa prezentuje efekty swojej pracy.
5. Przeprowadź miniwykład i zadaj pytania: Zamieszczanie zdjęć z rodziną, przyjaciółmi czy zdjęć z wakacji oraz pracy na portalach społecznościowych jest bardzo

popularne. Jedno zdjęcie ujawnia bardzo wiele informacji na nasz temat. W jaki sposób i przez kogo mogą one zostać wykorzystane? Jakie konsekwencje może mieć podanie przy zdjęciu swojej lokalizacji? Dyskusja. Zapisanie na flipcharcie ciekawszych odpowiedzi na zadane pytania.

6. Skomentuj, że analizowane zdjęcia pochodzą z serwisu Flickr Commons. Poproś, by uczestnicy szkolenia dowiedzieli się więcej na temat zasad publikowania zdjęć z Przewodnika po prawie autorskim Legalnej Kultury i zainicjuj dyskusję na temat prawa autorskiego i prawa do ochrony wizerunku w internecie. Koniecznie podkreśl, że twórca ma prawa osobiste i majątkowe, a prawa osobiste nie są zbywalne.
7. Jako podsumowanie zadaj pytanie: W jaki sposób możemy zminimalizować zagrożenie prywatności i ochrony praw autorskich, o których mówiliśmy podczas warsztatu? Odpowiedzi zapisz na flipcharcie.

Ćwiczenie 2. Polityka prywatności serwisu

Cel ogólny ćwiczenia: wzrost świadomości istnienia zasad zarządzania danymi osobowymi przez serwisy internetowe; rozumie konieczność zapoznawania się z regulaminami i politykami prywatności serwisów; kształtowanie umiejętności podejmowania świadomej (racjonalnej) decyzji o tym, czy korzystać z serwisu stosującego daną politykę prywatności.

Środki dydaktyczne: komputer z przeglądarką internetową i dostępem do internetu lub wydrukowane fragmenty polityk prywatności i regulaminów serwisów, kartki A4, długopisy.

Czas realizacji: 40 minut.

Etap realizacji ćwiczenia

1. Podziel uczestników na trzyosobowe grupy.
2. Każdej osobie w grupie wręcz fragment polityki prywatności wybranego serwisu – możesz wybrać lokalne forum, stronę sklepu internetowego lub posłużyć się przykładami proponowanymi w załączniku 1. Ważne, aby materiały pochodziły z różnych serwisów.
3. Osoby uczestniczące wypisują, jakie informacje o użytkownikach i użytkowniczkach uzyskują poszczególne serwisy oraz w jaki sposób je wykorzystują i komu je udostępniają. Wymieniają się spostrzeżeniami w grupach (20 minut).
4. Praca na forum – zapytaj: Czego dowiedzieliście się z tekstów? Jaką ochronę waszych danych deklarują właściciele serwisów?
5. Podsumowanie. Warto czytać politykę prywatności serwisu przed założeniem na niej konta czy zamieszczeniem swojej pracy, aby mieć świadomość, na co się zgadzamy albo znaleźć serwis, który bardziej odpowiada naszym oczekiwaniom. Serwisy różnią się także polityką w zakresie praw autorskich (np. YouTube i Vimeo).

Ćwiczenie 3. Ciasteczka i siła hasła

Cel ogólny ćwiczenia: nabycie praktycznych umiejętności w zakresie zwiększenia bezpieczeństwa danych w sieci; kształtowanie umiejętności zmiany w przeglądarce ustawień bezpieczeństwa, czyszczenia historii przeglądania i zapamiętanych haseł; kształtowanie świadomości, że ustawienie mocnego hasła na koncie pocztowym i innych ma duże znaczenie w bezpiecznym korzystaniu z sieci.

Środki dydaktyczne: komputer z przeglądarką internetową i dostępem do internetu, kartki A4 i długopisy (do ewentualnych notatek).

Czas realizacji: 40 minut.

Etap realizacji ćwiczenia

1. Podziel osoby uczestniczące na grupy (liczba grup równa się liczbie komputerów). Jeśli masz do dyspozycji jeden komputer, to podłącz go do rzutnika i zaprezentuj poszczególne czynności wszystkim. Po prezentacji zadбай o to, aby każda osoba mogła je samodzielnie przećwiczyć.
2. Sprawdźcie ustawienia prywatności, w tym śledzenia, historii i ciasteczek w przeglądarce. Jeśli nie zapewniają one dostatecznej ochrony, warto je zmienić. Pomocą przy realizacji tego zadania będą publikacje: Browsing „wirtualne” zagrożenia oraz Świadomy ciasteczkowicz, czyli jak zarządzać plikami cookie w Twojej przeglądarce. Instrukcja dla początkujących (patrz Wybrana bibliografia).
3. Na stronie, która oferuje możliwość sprawdzenia siły haseł, sprawdźcie różne warianty haseł i zapamiętajcie, jakie kombinacje zapewniają największe bezpieczeństwo.
4. Podsumuj zajęcia i powiedz, że zdobyte podczas warsztatu umiejętności pozwolą na bardziej odpowiedzialnie i bezpieczniej korzystać z internetu.
5. Jeśli zostanie trochę czasu, poproś osoby, które zgłoszą się na ochotnika, by powiedziały, co po dzisiejszych zajęciach zmienią w ustawieniach swojego komputera i jak oceniają dotychczas stosowane przez siebie hasła.

Załącznik 1. Polityka prywatności przykładowych serwisów

„Informacje o tobie, które uzyskujemy” (facebook): <https://www.facebook.com/about/privacy/your-info>

„Oświadczenie dotyczące praw i obowiązków: 2. Udostępnianie treści i danych użytkowników: : <https://www.facebook.com/legal/terms>

„Regulamin, Załącznik nr 6” (allegro): http://allegro.pl/country_pages/1/0/z1.php

„Przechowywanie i uzyskiwanie dostępu do informacji w urządzeniu końcowym użytkownika (w szczególności z wykorzystaniem plików cookie)”, Art. 3. „Cele w jakich wykorzystywane są Cookies i Inne Technologie”: http://nk.pl/nk_policy#informacja_handlowa

„Polityka prywatności” (Google): <https://www.google.com/intl/pl/policies/privacy/>

„Rodzaje danych o lokalizacji używanych przez Google”: <https://www.google.com/intl/pl/policies/technologies/location-data/>

„Zasady zachowania poufności obowiązujące w Usługach PayPal”, „4. Używanie i ujawnianie informacji przez firmę PayPal, Ujawnianie informacji osobom trzecim niebędącym użytkownikami systemu PayPal: https://cms.paypal.com/pl/cgi-bin/marketingweb?cmd=rendercontent&content_ID=ua/Privacy_full&locale.x=pl_PL#4.%20Our%20Use%20and%20Disclosure%20of%20Information

Dla osób angielskojęzycznych lub gdy istnieje możliwość przetłumaczenia fragmentów tekstów:

Polityka prywatności Yahoo: <http://info.yahoo.com/privacy/uk/yahoo/>: „Information Collection And Use”, „Information Sharing And Disclosure”

Polityka prywatności Vimeo: <http://vimeo.com/privacy>: „Information We Collect About You”, „How We Use the Information We Collect”, „With Whom We Share Your Information”.

6. Otwarte zasoby edukacyjne i otwarte licencje

Dzięki technologiom cyfrowym każdy może stać się twórcą. Internet daje możliwości i warunki do dzielenia się efektami własnej twórczości i korzystania z dorobku innych. Ważne, aby pamiętać o tym, że nie wszystko co znajdziemy w sieci możemy wykorzystać na naszej stronie internetowej, blogu czy też do tworzenia własnych materiałów edukacyjnych. Niniejszy tekst pozwoli ci przybliżyć uczestnikom twojego warsztatu – osobom wykluczonym cyfrowo, pojęcia otwartych zasobów internetowych oraz licencji Creative Commons.

Licencje Creative Commons

Creative Commons udostępnia darmowe narzędzia – licencje, dzięki którym proces tworzenia i wymiany treści w internecie jest przejrzysty i zgodny z obowiązującym prawem. W tradycyjnym modelu praw autorskich (*wszystkie prawa zastrzeżone*) wykorzystanie cudzego utworu wiąże się z koniecznością uzyskania co najmniej zgody autora. Ten proces bywa uciążliwy i zniechęcający, podczas gdy wielu autorów chętnie dzieli się swoją twórczością. Licencje CC ułatwiają dzielenie się zgodnie z *zasadą pewne prawa zastrzeżone*, gdzie to autor określa, na jakich zasadach można korzystać z jego utworu.

Licencje CC mają cechy wspólne (poszanowanie osobistych praw autorskich) oraz dodatkowe warunki wybrane przez twórcę. Twórca zawsze zachowuje osobiste prawa autorskie, jednocześnie umożliwia innym swobodne kopiowanie i rozpowszechnianie utworu. Dodatkowo może określić, czy zezwala na komercyjne wykorzystanie utworu lub ograniczyć tworzenie utworów zależnych. Więcej przystępnych informacji możesz znaleźć w: <http://creativecommons.pl/poznaj-licencje-creative-commons/>.

Otwarte zasoby edukacyjne

Korzystanie z tzw. otwartych zasobów, czyli utworów publikowanych na licencjach CC, staje się coraz bardziej powszechne. Chcąc zaoszczędzić czas i środki, autorzy różnego rodzaju treści sięgają po legalnie dostępne materiały, które wolno im swobodnie rozpowszechniać i udostępniać publicznie.

Otwarte zasoby łatwo znajdziesz w sieci. Wystarczy wejść na stronę <http://search.creativecommons.org/>, wpisać pożądaną hasło w wyszukiwarce i zaznaczyć, czy planujesz dany utwór modyfikować i udostępniać komercyjnie. Wyszukiwarka Creative Commons pomaga przeszukiwać największe repozytoria otwartych treści, m.in. Wikipedię, YouTube czy Flickr. Materiały na CC potrafi rozpoznawać również Google (wyszukiwanie zaawansowane).

Zagadnienie otwartości zasobów i wolnego licencjonowania jest obszerne i wielowarstwowe, ale łatwo znajdziesz w sieci przystępne materiały, które pomogą poprowadzić zajęcia:

Przewodnik po otwartości. Centrum Cyfrowe, CC BY: <http://ngo.otwartawiedza.pl/przewodnik/>

Komplety materiałów dot. otwartości i prawa autorskiego (także krótkie animacje instruktażowe): <http://otwartawiedza.pl/>

Lubiana przez słuchaczy grafika instruktażowa o prawie autorskim i CC, którą warto wykorzystać do prezentacji w czasie warsztatu: <http://koed.org.pl/materialy/materialy-promocyjne/>

Przegląd otwartych zasobów: <http://otwartezasoby.pl>

Przewodnik po otwartych zasobach. <http://pl.scribd.com/doc/55806909/Przewodnik-po-Otwartych-Zasobach-Edukacyjnych>

Scenariusz warsztatu

Grupą docelową warsztatu są osoby wykluczone cyfrowo.

Celem warsztatu jest odniesienie kompetencji uczestników w zakresie: korzystania z otwartych zasobów internetowych, oznaczania licencji CC, publikowania własnych utworów na licencji CC, sprawnego wyszukiwania otwartych zasobów.

Polecane metody pracy na warsztacie to: prezentacja, burza mózgów, ćwiczenia praktyczne, które pozwolą przećwiczyć wyszukiwanie zasobów oraz oznaczanie licencji CC.

Sugerowany czas warsztatu: 3 godz. Wstęp (15 minut) – integracja grupy, rozeznanie potrzeb, przybliżenie tematu zajęć; prezentacja (45 minut) – prezentacja zagadnień dotyczących licencji Creative Commons w kontekście prawa autorskiego w dobie internetu; przegląd popularnych otwartych zasobów (30 min); część warsztatowa (75 minut) – ćwiczenia praktyczne dotyczące wyszukiwania zasobów oraz oznaczania licencji; podsumowanie (15 minut).

Materiały

opcjonalnie: wydruk prezentacji ze strony <http://koed.org.pl> *Nie bądź piratem, dziel się ze światem.*

Ćwiczenie 1. Wyszukiwanie materiałów na wolnej licencji

Cel ogólny ćwiczenia: sprawne korzystanie z legalnych treści w sieci. W wyniku wykonania ćwiczenia osoby szkolone: samodzielnie wyszukają otwarte zasoby w internecie, posłużą się pojęciem otwartych zasobów, będą korzystać z wyszukiwania zaawansowanego.

Spytaj uczestników, jak wyszukaliby w sieci np. legalne zdjęcia drzewa do publikacji na swoim blogu. Po krótkiej burzy mózgów wyjaśnij, dlaczego nie wolno im skorzystać z przypadkowej fotografii znalezionej w Google (łamanie autorskich praw majątkowych, które dotyczą automatycznie każdego publikowanego utworu) i zaproponuj inną drogę: otwarte zasoby, udostępniane w domenie publicznej lub na licencjach CC. Po krótkim wyjaśnieniu przejdźcie do części praktycznej.

Środki dydaktyczne: rzutnik i komputer z dostępem do internetu.

Czas realizacji: 30 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia

1. Zaprezentuj uczestnikom wyszukiwarki tzw. otwartych zasobów:
<http://search.creativecommons.org/?lang=pl>
<http://eng.letscc.net/>
(opis narzędzia znajdziesz tu:
<http://creativecommons.pl/2012/01/wygodna-wyszukiwarka-zasobow-na-licencjach-cc/>)
2. Prześledź z nimi proces wyszukiwania, ściągania i zapisywania na komputerze wybranego utworu na licencji CC, np. fotografii w serwisie Flickr.com. Pokaż, jak poprawnie oznaczyć licencję przy publikacji cudzego utworu. Zaprezentuj podany przykład.



Fot. Flickr, Accretion Disc, CC BY

3. Podziel uczestników na 3-osobowe grupy. Grupy wybierają kilka haseł do wyszukania (np. zdjęcie kota, mapa Podlasia), określają warunki, na jakich chcieliby korzystać z wyszukanych materiałów (komercyjne lub nie, do modyfikacji lub nie), a następnie starają się znaleźć i wybrać określone utwory za pomocą wskazanych wyszukiwarek.
4. Grupy przedstawiają wybrane przez siebie i zapisane na komputerze utwory wraz z oznaczeniem licencji CC. Sprawdźcie wspólnie, czy wybrane utwory są legalne i czy poprawnie oznakowano licencje.
5. Pokaż kilka popularnych repozytoriów, z których uczestnicy będą mogli korzystać na własny użytek.

6. Zadaj pracę domową: np. opublikowanie własnej galerii zdjęć w serwisie Otwarte Zabytki (fotografie zabytków, informacje o historii obiektów).

Ćwiczenie 2. Publikowanie własnych utworów na wolnej licencji

Cel ogólny ćwiczenia: dzielenie się treścią w sieci – publikacja własnych utworów na licencjach CC. W wyniku wykonania ćwiczenia osoba szkolona: opublikuje swój utwór (zdjęcie, tekst, wideo itp.) na licencji Creative Commons, poprawnie oznaczy wybraną licencję, skorzysta z serwisów udostępniających otwarte zasoby, np. www.otwartzabytki.pl.

Wyjaśnij korzyści wynikające z dzielenia się własną twórczością w internecie. Spytaj uczestników o przykłady projektów (przede wszystkim społecznościowych), z których efektów mogą korzystać wszyscy. Przypomnij, jakie znaczenie ma stosowanie narzędzi Creative Commons w obniżaniu barier w dostępie do wiedzy.

Środki dydaktyczne: rzutnik, komputer z dostępem do internetu (optymalnie 1 komputer na 2–3 osoby).

Czas realizacji: 45 minut.

Etapy realizacji ćwiczenia

1. Zaprezentuj uczestnikom kilka projektów, w ramach których internauci tworzą przydatne otwarte zasoby, swobodne do ponownego wykorzystania. Na przykład: <http://pl.wikipedia.org/>
<http://otwartzabytki.pl/>
<http://www.openstreetmap.org/#map=5/51.500/-0.100>
2. Skoncentrujcie się na serwisie Otwarte Zabytki, opowiedz kilka słów o idei projektu i koncepcji tworzenia obywatelskiego katalogu zabytków. Wyjaśnij, dlaczego tak istotne jest publikowanie w serwisie treści, do których ma się pełne prawo (jest się ich autorem lub autor materiałów udzielił nam licencji na ich swobodne wykorzystywanie). Przypomnij, na jakie swobody zezwala licencja CC BY-SA (uznanie autorstwa – na tych samych warunkach) <http://otwartzabytki.pl/pl/strony/o-projekcie>
3. Podziel uczestników na 3-osobowe grupy.
4. Pokaż kilka uzupełnionych profili zabytków, które mogą posłużyć za wzór.
5. Grupy mają za zadanie wybrać z bazy Otwartych Zabytków obiekt, który znają (np. ponieważ znajduje się w ich sąsiedztwie, pamiętają go z wakacji), a następnie znaleźć w internecie legalne zdjęcie obiektu, które opublikują na profilu zabytku z uwzględnieniem licencji CC BY-SA (np. Wikimedia Commons lub z Wikipedii). Druga część ćwiczenia polega na sporządzeniu krótkiej notki o zabytku i zamieszczeniu jej w odpowiednim polu formularza do edycji treści w serwisie.
6. Pozwól uczestnikom zaprezentować efekty pracy na forum całej grupy.
7. Zadaj pracę domową: np. sporządzenie galerii wybranego zabytku i opublikowanie jej na Otwartych Zabytkach.

7. Źródła finansowania projektów

Środki na realizację przedsięwzięć przeciwdziałających wykluczeniu cyfrowemu można pozyskać w ramach źródeł grantowych i pozagruntowych. Poniżej przedstawiono wybrane źródła finansowania, które możesz wykorzystać do sfinansowania swoich projektów.

Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji

Ministerstwo prowadzi otwarte konkursy ofert na realizację zadań publicznych w formie wspierania bądź powierzania realizacji zadania publicznego; bliższe informacje na ten temat można znaleźć na stronie WWW:

<https://mac.gov.pl/>

Wnioskodawcy: organizacje pozarządowe lub inne jednostki wymienione w art. 3 ust. 3 ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (DzU 2010 r. nr 234, poz. 1536, z późn. zm.).

Beneficjenci: osoby niepełnosprawne, po 45 roku życia, z wykształceniem co najwyżej średnim i inne spełniające wymogi wykluczenia cyfrowego (konkretne grupy beneficjentów wskazywane w danym konkursie).

Obszar realizacji: cały kraj.

Terminy konkursów: są podawane na bieżąco na stronie WWW.

Działania możliwe do realizacji w konkursach, m.in.:

- zwiększanie wykorzystania ICT przez osoby wykluczone cyfrowe, w tym osoby po 45 roku życia, niepełnosprawne i słabo wykształcone;
- podnoszenie świadomości w zakresie korzyści z wejścia w świat cyfrowy (np. możliwość załatwiania spraw urzędowych elektronicznie, użycia bezpiecznych form uwierzytelniania, takich jak bezpłatny profil zaufany);
- zwiększanie poczucia zaufania do świata cyfrowego przez działania edukacyjne dotyczące zagrożeń w sieci i sposobów ich uniknięcia (np. prawa konsumenta, ochrona danych osobowych w sieci, edukacja medialna);
- rozwijanie zaawansowanych kompetencji cyfrowych, w szczególności w zakresie programowania.

Program Edukacja à Priorytet Edukacja medialna i informacyjna

Institucja Zarządzająca Programem: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Strona WWW: <http://www.mkidn.gov.pl/pages/strona-glowna/finanse/programy-ministra/programy-mkidn-2014.php>

Wnioskodawcy: samorządowe instytucje kultury – z wyjątkiem instytucji współprowadzonych przez ministra i jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, kościoły i związki wyznaniowe oraz ich osoby prawne, podmioty prowadzące działalność gospodarczą.

Strona WWW z listą instytucji kultury współprowadzonych: <http://www.mkidn.gov.pl/pages/strona-glowna/kultura-i-dziedzictwo/instytucje-kultury-w-polsce/instytucje-wspolprowadzone.php>

Beneficjenci: grupy społeczne o utrudnionym dostępie do usług kulturalnych (m.in. seniorzy, osoby z niepełnosprawnościami, osoby ze środowisk zagrożonych patologiami i ubóstwem) oraz kadry kultury.

Obszar realizacji: cały kraj.

Cel Priorytetu: wspieranie zadań z obszaru edukacji medialnej i informacyjnej, której istotą jest przygotowanie do świadomego korzystania z nowych mediów oraz rozwój kompetencji związanych ze stymulowaniem działań twórczych obywateli w posługiwaniu się nimi.

Działania możliwe do realizacji, m.in.:

- rozwijanie kompetencji informacyjnych, w tym m.in. związanych z wyszukiwaniem informacji zgromadzonych w różnych źródłach, krytyczną oceną, przetwarzaniem, prezentowaniem i ich efektywnym wykorzystaniem;
- zadania adresowanych do kadr kultury, rozwijające warsztat dydaktyczny oraz wspomagających prowadzenie zajęć z zakresu edukacji medialnej i informacyjnej.

Najbliższy termin ogłoszenia konkursu: 31.03.2014 r.

Program Kultura – Interwencje

Instytucja Zarządzająca Programem: Narodowe Centrum Kultury.

Strona WWW: <http://www.nck.pl/>

Wnioskodawcy: samorządowe instytucje kultury – z wyjątkiem instytucji współprowadzonych przez ministra i jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe.

Beneficjenci: preferowane zadania skierowane do dzieci i młodzieży.

Obszar realizacji: cały kraj.

Cel strategiczny: tworzenie warunków dla wzmacniania tożsamości i uczestnictwa w kulturze na poziomie regionalnym, lokalnym i krajowym poprzez finansowe wsparcie realizacji projektów upowszechniających dorobek kultury i zwiększających obecność kultury w życiu społecznym.

Rodzaje zadań możliwych do zrealizowania:

- organizacja kursów, szkoleń, warsztatów, plenerów, konkursów, przeglądów, festiwali, wystaw (wraz z katalogami), koncertów, happeningów, spektakli

(teatralnych, muzycznych i innych), realizacja działań animacyjnych wspomagających lokalne społeczności w działaniach twórczych, działania interdyscyplinarne;

- nagrania audiowideo, rejestracja wideo spektakli, filmów (w tym: filmów dokumentalnych), wydanie publikacji (w tym publikacji w formach takich jak: książka drukowana, e-book, audiobook, książka dla niewidomych i słabowidzących), wydanie czasopism, dokumentacja, archiwizacja, udostępnianie oraz popularyzowanie dorobku kultury.

Terminy konkursów: podawany jest na bieżąco na stronie WWW.

Samorządy powiatowe i wojewódzkie – konkursy ofert

Konkursy ofert ogłaszane przez samorządy powiatowe i samorządy wojewódzkie w ramach powierzenia lub wspierania realizacji określonych zadań publicznych wg zasad wynikających z Ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

Wnioskodawcy: organizacje pozarządowe i podmioty, o których mowa w art. 3 ust. 3 Ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

Beneficjenci: osoby z różnymi rodzajami niepełnosprawności (inne grupy wykluczone społecznie), ich rodziny oraz środowisko lokalne.

Obszar realizacji: dany region (województwo/powiat/gmina) w zależności od lokalizacji konkursu.

Rodzaje zadań możliwych do zrealizowania: warsztaty, szkolenia, konsultacje indywidualne i inne wpisujące się w cel danego zadania konkursowego.

Terminy konkursów: podawany jest na bieżąco na stronie WWW danej instytucji.

Tryb uproszczony (z pominięciem otwartego konkursu ofert), procedura tzw. małych grantów

Możliwość realizacji zadania publicznego o charakterze lokalnym lub regionalnym, spełniającego łącznie następujące warunki:

- wysokość dofinansowania lub finansowania zadania publicznego przez organizację nie przekracza kwoty 10 000 zł;
- zadanie publiczne ma być zrealizowane w okresie nie dłuższym niż 90 dni;
- w danym roku kalendarzowym ta sama organizacja nie może otrzymać łącznie więcej niż 20 tys. zł dotacji w trybie z pominięciem otwartego konkursu ofert.

Etapy składania i rozpatrywania oferty w trybie uproszczonym

1. Organizacja składa ofertę do odpowiedniego departamentu urzędu marszałkowskiego.
2. Oferta jest oceniana przez pracowników departamentu na podstawie kryteriów, które obowiązują w trybie konkursowym w danym roku.

3. Umieszczenie ofert rekomendowanych do dofinansowania w terminie 7 dni roboczych od dnia wpłynięcia oferty na okres 7 dni w BIP-e, na stronie internetowej i na tablicy ogłoszeń urzędu marszałkowskiego – każdy może w ciągu 7 dni zgłosić swoje uwagi do oferty.
4. Po upływie tego okresu, po rozpatrzeniu uwag oraz uznaniu celowości zadania, zarząd województwa podejmuje decyzję o zleceniu zadania i zawiera umowę o przyznaniu dotacji na jego realizację.

Wnioskodawcy: organizacje pozarządowe i podmioty, o których mowa w art. 3 ust. 3 Ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

Beneficjenci: osoby niepełnosprawne inne grupy spełniające wymogi wykluczenia społecznego.

Obszar realizacji: dane województwo.

Terminy składania ofert: na bieżąco przez cały rok.

Fundacje korporacyjne – Fundacja ORANGE

Obszar wsparcia: edukacja (wyrównywanie szans edukacyjnych/wykorzystanie nowych technologii w edukacji).

Program Akademia Orange.

Strona WWW: http://www.fundacja.orange.pl/akademia_orange_o_programie.html

Cel: promowanie nowoczesnej edukacji dzieci i młodzieży poprzez wspieranie innowacyjnych projektów edukacyjnych, które zachęcają do zdobywania wiedzy oraz uczestnictwa w kulturze.

Wnioskodawcy: NGOsy, państwowe i samorządowe instytucje kultury, w tym biblioteki, szkoły i inne placówki oświatowe i uczelnie, szczególnie szkoły i uczelnie artystyczne.

Beneficjenci: dzieci i młodzież (do 18 roku życia) oraz instytucje i osoby z nimi pracujące (pracownicy instytucji kultury, organizacji pozarządowych, nauczyciele itd.).

Możliwe działania: inicjatywy edukacyjno-kulturalne służące rozbudzeniu potencjału młodych ludzi z różnorodnych środowisk i włączenie ich do aktywnego uczestniczenia w kulturze (przy użyciu ICT).

Nabór wniosków: I kwartał 2014 r.

Program Orange dla bibliotek.

Strona WWW: http://www.fundacja.orange.pl/orange_dla_bibliotek_o_programie.html

Cel: wspieranie bibliotek w przemianie w nowoczesne, wielofunkcyjne centra informacji, kultury i edukacji.

Wnioskodawcy: gminne biblioteki publiczne prowadzone przez jednostki samorządu terytorialnego w każdej formie prawnej.

Beneficjenci: dzieci i młodzież oraz osoby starsze.

Działania możliwe w Programie:

- kursy dla dzieci i dla seniorów stawiających pierwsze kroki w cyfrowym świecie;
- działania edukacyjno-społeczne z wykorzystaniem nowych mediów, w celu inicjowania projektów na rzecz społeczności lokalnej i włączania mieszkańców do wspólnych działań.

Nabór wniosków: wrzesień 2014 r.

Fundacje korporacyjne – Fundacja Kronenberga

Obszar wsparcia: działania na rzecz dobra publicznego w zakresie edukacji i rozwoju lokalnego.

Strona WWW: <http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/6138.htm>

Cel Programu: udzielanie dofinansowań instytucjom non-profit na przedsięwzięcia mieszczące się w dwóch głównych obszarach programowych:

- I. **Edukacja:** Innowacje w edukacji, edukacja ekonomiczna, dziedzictwo kulturowe i tradycje, twórczość artystyczna dzieci i młodzieży.
- II. **Rozwój lokalny:** Priorytety opieki zdrowotnej, polityka społeczna, nauka przedsiębiorczości.

Działania m.in.: warsztaty, szkolenia, konkursy i olimpiady.

Wnioskodawcy: fundacje, stowarzyszenia, szkoły, domy kultury, biblioteki, jednostki samorządu terytorialnego działające na rzecz dobra publicznego.

Beneficjenci: społeczności lokalne (w tym m.in. dzieci, młodzież, osoby starsze, wykluczone społecznie).

Raport roczny z działań społecznych Fundacji Kronenberga:

http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/raport_roczny_fk_2012.pdf

Terminy naborów w roku 2014:

- od 7 stycznia do 4 lutego 2014,
- od 18 marca do 15 kwietnia 2014,
- od 27 maja do 24 czerwca 2014,
- od 2 do 30 września 2014.

Fundusze strukturalne UE – perspektywa 2007–2013

Źródło: Program Operacyjny Kapitał Ludzki à Poddziałanie 9.6.2 Podwyższanie kompetencji osób dorosłych w zakresie ICT i języków obcych.

Wnioskodawcy: wszystkie podmioty z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych).

Beneficjenci: osoby w wieku od 18 do 64 lat, bez zatrudnienia oraz pracujące, w tym m.in. niepełnosprawni, z wykształceniem co najwyżej średnim, po 50 roku życia, długotrwale bezrobotni, kobiety powracające na rynek pracy po przerwie związanej z urlopem macierzyńskim.

Działania: organizacja i prowadzenie szkoleń ICT (zakres tematyczny m.in. ECDL Start i/lub Core).

Najbliższe konkursy planowane w ramach Poddziałania 9.6.2 POKL:

Termin ogłoszenia: 31.12.2013 r.

Obszar: województwo kujawsko-pomorskie.

Instytucja Organizująca Konkurs: Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego

Strona www: <http://www.mojregion.eu/program-operacyjny-kapital-ludzki/aktualnosci.html>

Termin ogłoszenia: IV kwartał 2013 r.

Obszar: województwo mazowieckie.

Instytucja Organizująca Konkurs: Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych.

Strona WWW: <http://pokl.mazowia.eu/>

Crowdfunding – finansowanie społecznościowe

- Crowdfunding to forma zbierania kapitału na przedsięwzięcia społeczne i biznesowe od Internautów.
- Finansującymi są członkowie społeczności wirtualnych, znajomi, rodzina i wszelkie inne osoby skupione wokół danego pomysłu/przedsięwzięcia.
- Przedsięwzięcie jest w takim przypadku finansowane poprzez dużą liczbę drobnych, jednorazowych wpłat dokonywanych przez osoby zainteresowane projektem.
- Zbiórki prowadzone są na stworzonych w tym celu platformach internetowych.
- Proponujemy nagrody od poszczególnych wpłat – w zależności od pułapu/wysokości wpłaty.
- Platformy do prowadzenia zbiórek społecznościowych pobierają procent od uzyskanej kwoty.

Platformy do zbiórek crowdfundingowych prowadzonych na terenie Polski:

<http://www.polakpotrafi.pl/>

<http://www.beesfund.com/>

Wolontariat pracowniczy

Kontakt z firmami/korporacjami z różnych branż (szczególnie IT/ICT/nowe media) w celu pozyskania zasobów ludzkich (pracownicy – wolontariusze) do realizacji naszych projektów/przedsięwzięć.

- Opracowanie i wystanie pisma z propozycją współpracy polegającej na zaangażowaniu pracowników – wolontariuszy danej firmy do obsługi/realizacji przedsięwzięcia.
- Pismo zawiera: opis przedsięwzięcia, opis naszej organizacji, korzyści dla firmy wynikające z zaangażowania pracowników do realizacji przedsięwzięcia.

Wskazówka: nawiązanie kontaktu z firmą/korporacją prowadzącą program wolontarystyczny wynikający z polityki społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility* – CSR).

Modelowy przykład wolontariatu pracowniczego: Program Wolontariatu Pracowniczego w Citi Handlowy

Institucja Zarządzająca Programem: Fundacja Kronenberga działająca przy Citi Handlowy.

Strona WWW: <http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/6151.htm>

Pracownicy Citi Handlowego dzielą się swoją wiedzą, doświadczeniem i umiejętnościami oraz wspierają różnorodne przedsięwzięcia społeczne – w tym o charakterze lokalnym.

Wolontariusze w łatwy sposób – z wykorzystaniem internetu – mogą skorzystać z bazy, by wyszukać interesujące ich działania, śledzić własne zaangażowanie w pracę w ramach wolontariatu oraz poznawać inicjatywy wspierane przez Fundację Kronenberga.

ASOS – Rządowy Program na rzecz Aktywności Osób Starszych 2014–2020

Institucja Zarządzająca Programem: Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej.

Strona WWW: <http://www.mpips.gov.pl/aktualnosci-wszystkie/seniorzy/>

Cel Programu: tworzenie warunków do rozwoju aktywności społecznej osób starszych.

Wnioskodawcy: organizacje pozarządowe oraz podmioty określone w art. 3 ust. 3 Ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i wolontariacie.

Beneficjenci: osoby po 60 roku życia.

Obszar realizacji: cały kraj.

Terminy konkursów: do śledzenia na stronie WWW.

Priorytety Programu:

- **Priorytet I.** Edukacja osób starszych.

Działania:

- 1. Zajęcia edukacyjne z zakresu różnych dziedzin (m.in. prawo, gospodarka, zdrowie, w tym profilaktyka zdrowotna, sport, turystyka, edukacja, wizyty studyjne, języki obce, umiejętności interpersonalne, nowe technologie),** programy edukacyjne i warsztaty o starzeniu, osobach starszych i aktywnym starzeniu.
 2. Zajęcia przygotowujące do usług wolontariackich.
 - 3. Kształcenie opiekunów.**
 4. Promowanie wolontariatu kompetencji.
 5. Promocja oferty edukacyjnej wśród osób starszych.
- **Priorytet II.** Aktywność społeczna promująca integrację wewnątrz- i międzypokoleniową.

Działania:

1. Aktywność społeczna, w tym wolontariat osób starszych.
 2. Aktywność fizyczna osób starszych, aktywność turystyczno-rekreacyjna osób starszych.
 - 3. Zajęcia w obszarze kultury i sztuki, w tym angażujące różne pokolenia.**
 4. Budowanie sieci społecznych, w tym wolontariat wewnątrz- i międzypokoleniowy.
 - 5. Przeciwdziałanie e-wykluczeniu.**
- **Priorytet III.** Partycypacja społeczna osób starszych.

Działania:

1. Formy aktywności osób starszych wobec społeczności lokalnych (rozwój społeczeństwa obywatelskiego).
2. Aktywność wspierająca uczestnictwo i integrację w życiu społecznym/publicznym.
3. Sieć pomocowo-informacyjna (budowanie pozytywnego wizerunku starości, pomoc obywatelska).
4. Aktywna obecność w procesie tworzenia i funkcjonowania grup obywatelskich oraz organizacji pożytku publicznego.

Fundusze strukturalne UE – perspektywa 2014–2020

Źródło: Program Operacyjny Polska Cyfrowa.

Instytucja Zarządzająca Programem: Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji.

Strona WWW: <https://mac.gov.pl/category/wiadomosci/konsultacje-spoeczne/>

- **Oś Priorytetowa 3:** Cyfrowa aktywizacja społeczeństwa.
- **Priorytet Inwestycyjny 2.3:** Wzmacnianie zastosowania technologii komunikacyjno-informacyjnych dla e-administracji, e-learningu, e-integracji, e-kultury i e-zdrowia w zakresie wspierania e-integracji.
- **Cel szczegółowy 5:** E-integracja i e-aktywizacja na rzecz zwiększenia aktywności oraz jakości korzystania z internetu.

Działania:

1. Wykorzystanie lokalnych centrów aktywności do działań cyfrowej integracji i aktywizacji.

Cel: wsparcie w zakresie cyfrowego aktywizowania i zintegrowania lokalnych społeczności. Służyć temu będą lokalne centra aktywności, które oferując dostęp do szybkiego internetu, odpowiedni sprzęt, a przede wszystkim szeroką ofertę usług szkoleniowo-doradczych.

Działania służące:

- aktywizacji społeczności lokalnych dzięki zastosowaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT);
- upowszechnianiu wykorzystania internetu i nowych technologii poprzez naukę ich zastosowania, tj.: naukę korzystania z powszechnych e-usług prywatnych i publicznych (np. e-bankowość, e-deklaracje, e-handel, e-konsultacje społeczne, kontakty międzyludzkie, pomoc w uzyskaniu profilu zaufanego, e-zdrowie itp.), udostępnianie cyfrowych zasobów kultury, pomoc szkoleniowa i doradcza.

Wnioskodawcy: jednostki samorządu terytorialnego oraz ich związki i stowarzyszenia, organizacje pozarządowe i ich partnerstwa.

Obszar realizacji: cały kraj.

2. Wsparcie inicjatyw społecznych na rzecz aktywizacji cyfrowej oraz e-integracji.

Cel: wsparcie nowatorskich inicjatyw na rzecz e-integracji i budowania kapitału społecznego z wykorzystaniem technologii cyfrowych, skierowanych do różnych grup społecznych z uwzględnieniem ich specyficznych potrzeb.

Wsparcie otrzymają podmioty realizujące inicjatywy o charakterze prospołecznym i ponadregionalnym, skierowane na:

- podnoszenie kompetencji cyfrowych z nastawieniem na praktyczne ich wykorzystanie, w tym głównie grup wymagających szczególnego rodzaju wsparcia (m.in. osoby niepełnosprawne) oraz niemobilne;
- animowanie innowacyjnych działań budujących kapitał społeczny (w tym postawy partycypacyjne) z wykorzystaniem technologii cyfrowych;

- stworzenie innowacyjnych narzędzi podnoszenia umiejętności cyfrowych wśród osób o średnim poziomie kompetencji.

Wnioskodawcy: organizacje pozarządowe, konsorcja NGOs z jst, instytucje prowadzące działalność w zakresie uniwersytetów trzeciego wieku.

Obszar realizacji: cały kraj.