



## **Co z tego wynika, czyli o produktach i rezultatach**

**Poradnik dla Wnioskodawców składających wnioski w ramach obszaru 1. Angażowanie obywateli i obywaterek w sprawy publiczne i działania społeczne**

**Wersja trzecia  
maj 2021**

## Spis treści

Wstęp	4
1. Porady dotyczące określania produktów i rezultatów	6
2. Tabela produktów i rezultatów	10
1. Łączna liczba osób, które zaangażujecie w swoje działania	11
2. Liczba osób uczestniczących w działaniach edukacyjnych dotyczących aktywności obywatelskiej	12
3. Liczba podmiotów, które włączycie w przedsięwzięcia angażujące obywateli i obywatelki we wspólne działania	13
4. Liczba organizacji społecznych, które zaangażują obywateli i obywatelki we wspólne działania	13
5. Liczba wydarzeń na rzecz społeczności lub ochrony środowiska, w które zaangażujecie obywateli i obywatelki	14
6. Liczba kampanii społecznych dotyczących aktywności obywatelskiej, które przeprowadzicie	14
7. Liczba osób, do których dotrzecie w ramach kampanii społecznej/społecznych dotyczącej/dotyczących aktywności obywatelskiej	15
8. Liczba osób, które zaangażujecie w procesy partycypacyjne	15
9. Liczba podmiotów, które zaangażujecie w procesy partycypacyjne	16
10. Liczba procesów partycypacyjnych, które zainicjujecie	16
11. Liczba instytucji publicznych, które włączą obywateli i obywatelki w procesy podejmowania decyzji	17
12. Liczba inicjatyw rzeczniczych dotyczących lokalnych lub krajowych polityk publicznych lub aktów prawnych, które przeprowadzicie	17
13. Liczba lokalnych polityk lub aktów prawnych, do których zostaną zgłoszone uwagi i rekomendacje	18
14. Liczba organizacji społecznych, które będą prowadzić działania strażnicze	18
15. Liczba osób, które zaangażujecie w działania strażnicze	19
16. Liczba instytucji publicznych, których pracownicy i pracownice zostaną przeszkoleni na temat przejrzystości, rozliczalności lub innych standardów dotyczących otwartego rządu	20

17. Liczba wypowiedzi lub stanowisk, które poddacie weryfikacji w ramach działań fact-checkingowych	20
3. Przydatne publikacje i zasoby internetowe	21

## Wstęp



We wniosku wstępnym prosiliśmy Was o określenie bardzo skrótowo, jakie będą najważniejsze produkty i rezultaty Waszego projektu. Teraz, na etapie wniosków pełnych, te informacje muszą już być bardziej szczegółowe.

Niniejszy poradnik przygotowaliśmy po to, aby ułatwić Wam wypełnianie dwóch części wniosku pełnego: punktu **C6**, w którym prosimy o umieszczenie kompleksowego opisu produktów i rezultatów oraz **C7**, czyli tabeli produktów i rezultatów.

W naszym Programie (podobnie jak w wielu innych) pytamy Was zarówno o produkty, jak i rezultaty projektów. Przyjęte przez nas definicje tych pojęć, które wydają się dość intuicyjne, są następujące:

**Produkty** to bezpośrednie efekty działań, czyli **policzalne dobra i usługi**, które powstały lub zostały przeprowadzone w ramach projektu, np. odbyte szkolenia, utworzona strona www, fakt, że odwiedziło ją X osób, przeprowadzony monitoring, zorganizowany piknik lub proces konsultacyjny.

**Rezultaty** to korzyści, jakie wynikają z przeprowadzonych działań, czyli **zmiana**, którą realizowane przez Was działania wywołują wśród odbiorców projektu lub szerzej - w danej społeczności, np. podniesione kompetencje, większa integracja mieszkańców, funkcjonowanie nowego rozwiązania wprowadzonego w wyniku procesu konsultacyjnego lub rzeczniczego.

Zdajemy sobie sprawę, że w przypadku wielu projektów o wiele łatwiej określić produkty niż rezultaty, ale obydwie elementy są bardzo ważne. Właściwe określenie, jakie będą produkty i rezultaty Waszego projektu, pomoże Wam (jako jego realizatorom) i nam (jako Operatorowi Programu) odpowiedzieć na pytanie, co wynika z faktu, że zrealizowaliście projekt – co powstało, co się odbyło, ale także co w związku z tym się zmieniło i czy udało Wam się skutecznie odpowiedzieć na problem, na który zamierzaliście odpowiedzieć.

Oczywiście zdajemy sobie też sprawę, że niekiedy przejawy takiej zmiany można zauważyć dopiero po dłuższym czasie, znacznie wykraczającym poza okres realizacji

projektu i jego sprawozdania. Niemniej z pewnością są i takie rezultaty, które będą widoczne szybciej.

Nasz poradnik nie jest kompleksowym opracowaniem, ale mamy nadzieję, że i tak będzie dla Was przydatny. W rozdziale 1. opisaliśmy kilka prostych porad dotyczących określania produktów i rezultatów. W rozdziale 2. zebraliśmy informacje dotyczące wypełniania tabeli produktów i rezultatów oraz ich rozumienia. Natomiast w rozdziale 3. zgromadziliśmy kilka podpowiedzi dotyczących różnego rodzaju materiałów (publikacji, narzędzi), które mogą być pomocne przy określaniu produktów i rezultatów oraz ich mierzeniu.

Postaramy się także służyć Wam pomocą w tym zakresie na etapie realizacji projektów (m.in. poprzez organizację warsztatów na ten temat).



# 1. Porady dotyczące określania produktów i rezultatów



Jak już wspominaliśmy, na etapie wniosków pełnych, informacje dotyczące planowanych produktów i rezultatów muszą być bardziej szczegółowe niż na etapie wniosków wstępnych. Prosimy o uzupełnienie i rozwinięcie informacji zawartych we wniosku wstępnym oraz określenie **wartości wskaźników** poszczególnych produktów i rezultatów. Te wartości mogą być wyrażone w liczbach albo procentach, w zależności od tego, czego dotyczy dany wskaźnik.

O **kompleksowy opis produktów i rezultatów**, które będą wynikiem Waszego projektu, prosimy Was w punkcie **C6** wniosku pełnego. Ten opis będzie dla nas punktem wyjścia do zrozumienia, co konkretnie chcielibyście osiągnąć w ramach projektu i jak zamierzacie to zmierzyć.

W formularzu wniosku pełnego (dostępnym na stronie naszego Programu i w stopce w Internetowym Systemie Wniosków) znajdują się **pytania pomocnicze**, z których warto skorzystać, wypełniając punkt C6:

- Jakie produkty (dobra lub usługi) powstaną w czasie realizacji projektu?
- Ile osób, z jakich grup / środowisk weźmie udział lub skorzysta z planowanych działań?
- Czy i do jakiej zmiany doprowadzą prowadzone działania, czy i jakie korzyści przyniosą (np. zmiana postaw, wiedzy, praktyk)? Czy i jak będzie można to zmierzyć?

Przygotowując wniosek pełny, warto również zapoznać się z kartą oceny merytorycznej, którą będą posługiwać się eksperci/teki oceniający/e Wasze wnioski. Karta ta także jest dostępna na stronie Programu.

W ramach kryterium „Jakość produktów, rezultatów i działań” eksperci/teki będą oceniać m.in.:

- Czy i na ile zakładane produkty i rezultaty działań są adekwatne do zidentyfikowanych problemów dotyczących wybranego obszaru wsparcia?
- Czy i na ile zakładane rezultaty są realistyczne?
- Czy i na ile zakładane rezultaty są konkretne?

Bardzo Was zachęcamy do tego, aby produkty i rezultaty określać w sposób **przemysłany**. Czasem warto wręcz zacząć od rezultatów, a dopiero potem planować działania, które pozwolą na ich osiągnięcie.

Wasza lista produktów i rezultatów **nie musi być długa** (większa liczba produktów i rezultatów nie przekłada się automatycznie na lepszą ocenę wniosku), ale zarówno produkty, jak i rezultaty powinny być:

- **realistyczne** – ich osiągnięcie musi być możliwe w ramach Waszego projektu, biorąc pod uwagę jego skalę, budżet, czas trwania;  
Zachęcamy do tego, by podejść do określania liczbowych produktów i rezultatów w sposób rozsądny – pomyślcie o planie minimum, który wyda się Wam realistyczny. To szczególnie ważne, ponieważ w programie Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy produkty i rezultaty stanowią podstawę działania i rozliczenia – zobowiążcie się zatem do tego, co naprawdę jesteście w stanie obiecać.
- **adekwatne** – muszą ściśle dotyczyć problemu, na który odpowiada Wasz projekt, być związane mocno z naszym obszarem wsparcia (jego szczegółowy opis znajdziecie w Podręczniku dla Wnioskodawców i Grantobiorców), a jednocześnie muszą do nich prowadzić działania, które zaplanujecie w Waszym projekcie;
- **konkretne** – muszą być jednoznaczne (zrozumiałe dla Was, dla nas i dla ekspertów/ek) i możliwe konkretne - unikajcie ogólnikowych sformułowań, podawajcie możliwie konkretne wartości;
- **mierzalne** – musi istnieć sposób na sprawdzenie, czy faktycznie dany produkt lub rezultat udało się osiągnąć. Czasem jest to bardzo proste, np. aby stwierdzić fakt, czy powstała strona www, wystarczy na nią wejść, liczbę osób z niej korzystających lub zasięgi postów w mediach społecznościowych można sprawdzić na podstawie dostępnych statystyk<sup>1</sup>, a liczbę warsztatów i ich uczestników można potwierdzić np. listami obecności.

---

<sup>1</sup> W przypadku stron www może być niezbędne podpięte bezpłatnych narzędzi do statystyk, w tym takich, które chronią prywatność użytkowników.

Stwierdzenie, jaka zaszła zmiana w wyniku przeprowadzonych działań bywa często bardziej wymagające. Jeśli np. założycie, że w wyniku Waszych działań społeczność, z którą pracujecie będzie bardziej aktywna, to musicie się zastanowić, w czym ta aktywność może się objawiać. Być może wystarczy policzenie przejawów takiej aktywności (np. liczby wspólnych inicjatyw, wniosków, zgłoszonych postulatów), ale może się okazać, że niezbędne będzie przeprowadzenie jakiegoś badania wśród odbiorców Waszych działań, porównanie stanu wiedzy przed i po udziale w Waszym projekcie itd.

Zdajemy sobie sprawę, że w niektórych przypadkach wykazanie skali podniesienia wiedzy / świadomości wśród licznej grupy docelowej może okazać się bardziej czasochłonne, kosztowne i trudniejsze pod względem metodologicznym niż same działania służące podniesieniu wiedzy. W takich przypadkach być może warto zrezygnować z podawania takiego wskaźnika i poszukać jakiejś alternatywy.

W punkcie C6 wypiszcie zatem te produkty i rezultaty, co do których jesteście pewni, że będzie w stanie je w sposób prosty i przejrzysty zmierzyć.

Pamiętajcie również, że osiągnięcie poszczególnych wskaźników będzie podlegało weryfikacji na etapie realizacji projektu. Jako Operator Programu możemy zwrócić się do Was z prośbą o przedstawienie dowodów na to, że w projekcie rzeczywiście osiągnęliście zadeklarowane wskaźniki. Źródła pozwalające na weryfikację osiągniętych wskaźników mogą być różne (np. linki do informacji o wydarzeniach, i/lub publikacji powstałych w ramach projektu, oświadczenia koordynatora/ki, dokumentacja fotograficzna, korespondencja z instytucjami, raporty podsumowujące ewaluację).

Zwracamy uwagę, że jedynym wymaganym przez nas sposobem **dokumentowania spotkań** (również tych realizowanych w formie on-line) są podpisane oświadczenia koordynatora/ki wskazujące na to, ile osób wzięło udział w danym spotkaniu.

My jako Operator - ani na etapie sprawozdań ani w czasie ewentualnego monitoringu na miejscu - nie będziemy wymagać okazywania nam list obecności. Jeśli zdarzy się tak, że na jakimś spotkaniu nie będzie koordynatora/ki, to on/ona - bazując na wiedzy pozyskanej od innych osób - musi przygotować takie oświadczenie i je podpisać. W treści oświadczenia powinna się znaleźć informacja, kiedy i gdzie odbyło się dane spotkanie i ile osób wzięło w nim udział. W zależności od tego, w którym z produktów i rezultatów wykazujecie dane spotkanie w oświadczeniu powinna znaleźć się także informacja o liczbie uczestników w podziale na płeć i/lub wiek. Więcej na ten temat piszemy przy opisie poszczególnych produktów i rezultatów w rozdziale 2.



Wyjątek stanowią indywidualne formy wsparcia (np. poradnictwo, doradztwo), które stanowi istotną część projektu (np. nie chodzi o sytuacje, gdy ktoś oferuje w ramach projektu łącznie (dla wszystkich uczestników) kilkanaście godzin indywidualnego doradztwa). Jeśli w Państwa projekcie występują takie działania, to prosimy o kontakt z opiekunem/ką Waszego projektu - ustalimy z Państwem jakąś formę dokumentacji (najlepiej taką, jaka jest standardowo stosowana w Waszej organizacji). Ważne, by ta forma dokumentacji była zanonimizowana.

## 2. Tabela produktów i rezultatów



Na etapie wniosku pełnego – na podstawie informacji zawartych w punkcie C6 oraz w pozostałych punktach wniosku, prosimy także o wypełnienie tabeli produktów i rezultatów znajdującej się w punkcie **C7** wniosku. Tabela ta zawiera listę produktów i rezultatów dotyczących 1. obszaru wsparcia, do osiągnięcia których zobowiązaliśmy się jako Operator programu Aktywni Obywatele - Fundusz Krajowy wobec Biura Mechanizmów Finansowych (czyli przedstawiciela Państw-Darczyńców). Chcemy, by dzięki realizacji Programu zaszła w Polsce i w poszczególnych społecznościach lokalnych pożyteczna zmiana społeczna, dlatego monitorujemy te wskaźniki na poziomie całego Programu.

Oczywiście osiągnięcie „naszych” produktów i rezultatów będzie możliwe tylko wtedy, gdy projekty, które otrzymają dotacje w ramach Programu będą z nimi spójne. Dzięki zsumowaniu produktów i rezultatów z tych projektów okaże się, czy i nam – jako całemu Programowi - udało się osiągnąć to, co zaplanowaliśmy.

Prosimy więc o to, żebyście we wniosku pełnym zadeklarowali, które z **poniższych produktów i rezultatów odpowiadają Waszemu projektowi**. Oczywiście uzupełniając tę tabelę, bazujcie na opisie produktów i rezultatów przedstawionym w punkcie C6 – informacje w tabeli w punkcie C7 powinny być z nim spójne.

W punkcie C7 do wyboru macie 17 wskaźników. Wybierzcie spośród nich tylko te, które będą realizowane w Waszym projekcie (tak samo, jak w przypadku punktu C6 - większa liczba wskaźników nie przełoży się automatycznie na lepszą ocenę wniosku). **Jeśli wśród tych wskaźników nie znajdziecie takiego, który jest kluczowy dla Waszego projektu, dodajcie go do tabeli.** Skorzystajcie z tej możliwości tylko, jeśli na liście brakuje wskaźnika naprawdę istotnego z perspektywy Waszego projektu (czyli krótko mówiąc – nie wpisujcie tam wszystkich drobnych produktów).

**Wskaźnik numer 1. jest obowiązkowy do realizacji, lecz niewystarczający.** Prosimy o wskazanie co najmniej jeszcze jednego rezultatu lub produktu. Jeśli na liście

brakuje istotnego dla Waszego projektu produktu lub rezultatu, możecie sami dopisać go w tabeli<sup>2</sup>.

Prosimy także o podanie w tabeli odpowiednich wartości wskaźników (również w przypadku, jeśli zdecydujecie się na dodanie swoich produktów lub rezultatów). W przypadku wskaźników już znajdujących się w tabeli wszystkie wartości powinny mieć charakter liczbowy, jeśli jednak będziecie dodawali własne i będziecie chcieli, by były one wyrażone w procentach (np. x% uczestników/czek podnieście swoje kompetencje lub o x% wzrosła poziom wiedzy na jakiś temat), to dodajcie w nawiasie słowo procent przy nazwie dodanego wskaźnika, a w drugiej kolumnie wpiszcie samą wartość.

Pamiętajcie, że osiągnięcie poszczególnych wskaźników zawartych w tabeli C7 również będzie podlegało weryfikacji na etapie realizacji projektu. Jako Operator Programu możemy zwrócić się do Was z prośbą o przedstawienie dowodów na to, że w projekcie rzeczywiście osiągnęliście zadeklarowane wskaźniki. Źródłami pozwalającymi na weryfikację osiągniętych wskaźników może być różnego rodzaju dokumentacja projektowa (np. oświadczenia koordynatora/ki odnośnie liczby uczestników poszczególnych spotkań, raporty z działań, artykuły i printscreeny stron internetowych) – na etapie planowania projektu warto uwzględnić tę kwestię.

W przypadku wartości liczbowych zakładamy, że **wartością początkową wskaźnika jest zawsze 0<sup>3</sup>**.

Poniżej znajdziecie informację o każdym ze wskaźników produktów i rezultatów z naszej tabeli – co się pod nim kryje, jak go rozumieć i liczyć.

## 1. Łączna liczba osób, które zaangażujecie w swoje działania

Jest to wskaźnik **obowiązkowy** - zakładamy, że wszystkie wspierane przez nas projekty chociaż w minimalnym stopniu muszą się przyczynić do jego realizacji.

Uwzględnijcie w nim **wszystkie osoby**, które zostaną przez Was zaangażowane w działania realizowane w ramach Waszego projektu – zarówno te, które będą uczestniczyć (także jako prowadzący/e) np. w organizowanych przez Was szkoleniach, warsztatach, spotkaniach konsultacyjnych, piknikach, konferencjach, jak i te, które

---

<sup>2</sup> W tabeli istnieje możliwość dodania maks. 5 produktów/rezultatów.

<sup>3</sup> Zdajemy sobie sprawę, że w niektórych sytuacjach będzie to oznaczało nadmierne uproszczenie, ale chcemy się skupić tylko na produktach/rezultatach tego, co wydarzy się w ramach projektu.

będą brać udział we wspieranych przez Was działaniach wolontariackich czy inicjatywach lokalnych, a także te, które podpiszą np. zainicjowaną przez Was petycję.

Nie uwzględniajcie jednak tych osób, które będą wyłącznie odbiorcami prowadzonych przez Was kampanii społecznych, a także osób będących stałymi pracownikami/cami Waszej organizacji lub Partnera/ów (niezależnie od tego, czy są wynagradzani za swoją pracę w ramach Waszego projektu czy też nie).

Uwaga - na etapie sprawozdania będziemy prosili o podanie danych w następującym **podziale na płeć**: kobieta, mężczyzna, inna<sup>4</sup>. Niezależnie od specyfiki działań, które będą podejmowane w ramach projektów (czy np. będzie to duże wydarzenie dla społeczności lokalnej czy też kilkusobowe spotkanie), niezbędne będzie przedstawienie **oświadczenia** koordynatora/ki projektu o łącznej liczbie osób zaangażowanych w działania, w tym liczbie osób poszczególnych płci. Jeśli w projekcie odbędą się duże wydarzenia, oświadczenie może oczywiście dotyczyć danych o charakterze szacunkowym.

## 2. Liczba osób uczestniczących w działaniach edukacyjnych dotyczących aktywności obywatelskiej

W tym wskaźniku powinny być uwzględnione wszystkie osoby, które wzięły udział w różnego rodzaju działaniach edukacyjnych prowadzonych w ramach Waszego projektu (nie tylko w szkoleniach).

Nie uwzględniajcie w nim jednak osób prowadzących te działania ani osób będących stałymi pracownikami/cami Waszej organizacji lub Partnera/ów (niezależnie od tego, czy są wynagradzani za swoją pracę w ramach Waszego projektu czy też nie).

Uwaga - na etapie sprawozdania będziemy prosili o podanie danych w **podziale na cztery kategorie wiekowe**: dzieci i młodzież (0-17 lat), młodzi dorośli (18-29 lat), dorośli (30-64 lat), osoby starsze (w wieku 65+)<sup>5</sup>. Zdajemy sobie sprawę, że z różnych względów pytanie o to samych uczestników może być trudne, więc wystarczy jedynie, by w sprawozdaniu przedstawić szacunkowe dane w podziale na kategorie wiekowe – bazujące na ogólnej obserwacji przeprowadzonej przez koordynatora/kę lub innych/e pracowników/ce Wnioskodawcy/Partnera. Podobnie jak w przypadku poprzedniego wskaźnika, także tutaj w takich sytuacjach wystarczy przedstawienie **oświadczenia** koordynatora/ki.

Jest to typowy wskaźnik produktu – liczymy po prostu liczbę osób uczestniczących. Namawiamy jednak do tego, by dodatkowo – jeśli uznacie to za wykonalne i sensowne

---

<sup>4</sup> Wymóg prezentowania tych danych w podziale na płeć wynika z potrzeb Biura Mechanizmów Finansowych.

<sup>5</sup> Wymóg prezentowania tych danych w podziale na te cztery kategorie wiekowe wynika z potrzeb Biura Mechanizmów Finansowych.

w Waszym przypadku – pomyśleć o korespondującym z nim wskaźniku rezultatu np. zwiększeniu wiedzy lub kompetencji tych osób. Jeśli się na to zdecydujecie, wpiszcie go jako osobny, dodatkowy wskaźnik.

### **3. Liczba podmiotów, które włączycie w przedsięwzięcia angażujące obywateli i obywatelki we wspólne działania**

W tym wskaźniku powinny być uwzględnione wszystkie **podmioty** (np. organizacje społeczne, spółdzielnie mieszkaniowe, szkoły, biblioteki, parafie, przedsiębiorstwa, urzędy gmin), które włączycie we wspólne działania, czyli różne aktywności służące lepszej integracji społeczności, wzmocnieniu aktywności mieszkańców, wspólne działania na rzecz ochrony środowiska itd.

Jak rozumieć w tym przypadku pojęcie „**włączyć**”? W tym przypadku nie ma znaczenia, czy w ramach projektu podpiszecie z tymi instytucjami jakieś porozumienia czy też nie. Ważne, by wziąć pod uwagę fakt, że jakaś instytucja faktycznie zaangażowała się w te działania, np. coś współorganizowała, zapewniła jakiś wkład rzeczowy, osobowy, finansowy, pomogła Wam w dotarciu do jakiejś grupy mieszkańców.

Pamiętajcie, prosimy, by w tym wskaźniku **uwzględnić** także Waszą organizację i ewentualnie Partnera/Partnerów projektu, jeśli także będą w te działania zaangażowani.

Prosimy **nie uwzględniać** w tym wskaźniku podmiotów zaangażowanych w procesy partycypacyjne (konsultacje społeczne, budżety obywatelskie itd.), a jedynie zaangażowane w działania szeroko rozumiane jako działania aktywizacyjne, angażujące do wspólnego działania – mamy bowiem osobny wskaźnik poświęcony zaangażowaniu osób i podmiotów w procesy *stricte* partycypacyjne.

### **4. Liczba organizacji społecznych, które zaangażują obywateli i obywatelki we wspólne działania**

W tym wskaźniku powinny być uwzględnione wszystkie **organizacje społeczne** (np. stowarzyszenia rejestrowe, stowarzyszenia zwykłe, fundacje, spółdzielnie socjalne, spółki non-profit, koła gospodyń wiejskich, kościelne osoby prawne), które w ramach Waszego projektu będą angażować obywateli/ki we wspólne działania, czyli różne aktywności służące lepszej integracji społeczności, wzmocnieniu aktywności mieszkańców, wspólne działania na rzecz ochrony środowiska itd.

Jak rozumieć w tym przypadku pojęcie „**zaangażować**”? Chodzi nam o sytuację, w których te organizacje będą pracować z wolontariuszami/kami, organizować różnego rodzaju wydarzenia i inicjatywy wspólnie z obywatelami/kami i z myślą o nich.

Pamiętajcie, prosimy, by w tym wskaźniku **uwzględnić** także Waszą organizację i ewentualnie Partnera/Partnerów projektu – o ile są organizacjami społecznymi i także będą angażować obywateli/ki w takie działania.

Prosimy **nie uwzględniać** w tym wskaźniku organizacji społecznych zaangażowanych w procesy partycypacyjne (konsultacje społeczne, budżety obywatelskie itd.).

## **5. Liczba wydarzeń na rzecz społeczności lub ochrony środowiska, w które zaangażujecie obywateli i obywatelki**

W tym wskaźniku powinny być uwzględnione różnego rodzaju **wydarzenia** (np. pikniki sąsiedzkie, święta ulic, wystawy, warsztaty), które służą lepszej integracji społeczności (budowaniu więzi sąsiedzkich, lokalnych) lub ochronie środowiska. Chodzi o takie wydarzenia, w których aktywny udział biorą obywatele/ki.

Jak rozumieć w tym przypadku pojęcie „**zaangażować**”? Chodzi nam o aktywne włączenie obywateli/ek w różne działania opisane powyżej jako uczestników/czki lub wolontariuszy/ki.

Jak rozumieć w tym przypadku pojęcie „**społeczność**”? Chodzi nam o grupę osób powiązanych ze sobą wspólną cechą, taką jak np. miejsce zamieszkania, uczęszczanie lub pobyt w określonej instytucji czy placówce, wykonywany zawód, zainteresowania (m.in. społeczność szkolna, grupa na facebooku, społeczność lokalna, grupa sąsiedzka).

## **6. Liczba kampanii społecznych dotyczących aktywności obywatelskiej, które przeprowadzicie**

Poprzez kampanie społeczne dotyczące aktywności obywatelskiej rozumiemy różnie szeroko prowadzone akcje i kampanie, służące oddziaływaniu na opinię publiczną, podnoszące świadomość i mobilizujące do działania (aktywności obywatelskiej), np. angażowania się jako wolontariusze/ki, brania udziału w wyborach, konsultacjach społecznych, pomocy sąsiedzkiej, podnoszenia jakości debaty publicznej itd., a także włączania się w działania na rzecz ochrony środowiska (np. ochrony klimatu, przyrody, powietrza gatunków, gleb).

Jako jedną kampanię społeczną rozumiemy połączoną ze sobą sekwencję działań – o zasięgu ogólnopolskim, regionalnym lub lokalnym określonych w czasie i mających wspólny cel.

Prosimy nie uwzględniać w tym wskaźniku kampanii, które będą miały za cel wyłącznie promowanie projektu – np. zachęcanie do udziału w nim (czyli takich, które służą wyłącznie rekrutacji).



## 7. Liczba osób, do których dotrzecie w ramach kampanii społecznej/społecznych dotyczącej/dotyczących aktywności obywatelskiej

W tym wskaźniku należy uwzględnić osoby, do których dotrzecie poprzez realizowaną w ramach projektu akcję / kampanię społeczną. Jeśli w ramach projektu zrealizujecie kilka akcji/kampanii, to podajcie łączną liczbę odbiorców.

Szacując liczbę odbiorców, należy wziąć pod uwagę zasięgi poszczególnych kanałów komunikacji, używanych w trakcie akcji / kampanii (np. spotów radiowych lub telewizyjnych, zasięgi w mediach społecznościowych, liczbę osób, które potencjalnie zobaczą plakaty etc.). Pamiętajcie, by zadeklarować realistyczne wartości liczbowe, np. w oparciu o analizę potencjalnych użytkowników, potencjalne zasięgi postów.

Prosimy nie uwzględniać w tym wskaźniku osób, do których dotrzecie wyłącznie z informacją o tym, że realizujecie Wasz projekt. Prosimy liczyć odbiorców kampanii społecznych, których definicję podajemy wyżej.

## 8. Liczba osób, które zaangażujecie w procesy partycypacyjne

W tym wskaźniku należy uwzględnić osoby, które w wyniku prowadzonych przez Was w projekcie działań wezmą udział w **procesach partycypacyjnych**. Przez proces partycypacyjny rozumiemy działania mające na celu włączenie obywateli/ek w procesy podejmowania decyzji, np. konsultacje społeczne, budżety obywatelskie, szkolne budżety partycypacyjne, inicjatywy uchwało- i ustawodawcze.

Jak rozumieć w tym przypadku pojęcie „zaangażować”? Chodzi nam o aktywne włączenie obywateli/ek w te procesy, polegające na przedstawieniu przez nich swojej opinii, zgłoszeniu wniosku, wzięciu udziału w głosowaniu, spotkaniu konsultacyjnym lub podpisaniu inicjatywy.

Nie uwzględniajcie jednak w tym wskaźniku osób będących stałymi pracownikami/cami Waszej organizacji lub Partnera/ów (niezależnie od tego, czy są wynagradzani za swoją pracę w ramach Waszego projektu czy też nie).

Uwaga, na etapie sprawozdania będziemy prosili o podanie danych w podziale na:

- płeć: kobiety, mężczyźni, inne,
- wiek: dzieci i młodzież (0-17 lat), młodzi dorośli (18-29 lat), dorośli (30-64 lat), osoby starsze (w wieku 65+)<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Wymóg prezentowania tych danych w podziale na te cztery kategorie wiekowe oraz płeć wynika z potrzeb Biura Mechanizmów Finansowych.

Zdajemy sobie sprawę, że z różnych względów pytanie o to samych uczestników może być trudne, więc wymagamy jedynie, by w sprawozdaniu przedstawić szacunkowe dane w podziale na płeć i kategorie wiekowe – bazujące na ogólnej obserwacji przeprowadzonej przez koordynatora/kę lub innych/e pracowników/ce Wnioskodawcy/Partnera. Podobnie jak w przypadku wcześniej omówionych wskaźników wystarczy przedstawienie **oświadczenia** koordynatora/ki.

## 9. Liczba podmiotów, które zaangażujecie w procesy partycypacyjne

W tym wskaźniku należy uwzględnić **podmioty** (np. organizacje społeczne, urzędy gmin, spółdzielnie mieszkaniowe, szkoły, biblioteki, parafie, przedsiębiorstwa), które w wyniku prowadzonych przez Was w projekcie działań wezmą udział w procesach partycypacyjnych. Poprzez proces partycypacyjny rozumiemy działania mające na celu włączenie obywateli/ek w procesy podejmowania decyzji, np. konsultacje społeczne, budżety obywatelskie, szkolne budżety partycypacyjne, inicjatywy uchwało- i ustawodawcze.

Jak rozumieć w tym przypadku pojęcie „**zaangażować**”? Chodzi nam o aktywne włączenie tych podmiotów w realizowany przez Was proces partycypacyjny, na zasadzie jego organizacji, współorganizacji, czy też aktywnego uczestnictwa (przedstawienie swojej opinii, zgłoszenie wniosku, wzięcie udziału w głosowaniu, spotkaniu czy podpisanie inicjatywy).

Pamiętajcie, by w tym wskaźniku **uwzględnić** także Waszą organizację i ewentualnie Partnera/Partnerów projektu – o ile także będą angażować obywateli/ki w takie procesy.

## 10. Liczba procesów partycypacyjnych, które zainicjujecie

W tym wskaźniku należy uwzględnić zainicjowane przez Was **procesy partycypacyjne**, które rozumiemy jako działania mające na celu włączenie obywateli/ek w procesy podejmowania decyzji, np. konsultacje społeczne, budżety obywatelskie, szkolne budżety partycypacyjne, inicjatywy uchwało- i ustawodawcze.

Jak rozumieć w tym przypadku pojęcie „**zainicjować**”? Chodzi nam o takie procesy, które zostały rozpoczęte z Waszej inicjatywy lub przy Waszym wyraźnym udziale, np. ich realizację zaplanowaliście w trakcie przygotowań lub realizacji projektu razem z samorządem lub inną instytucją publiczną lub zorganizowano je z inicjatywy osób, które wsparliście w Waszym projekcie i w wyniku tego wsparcia pojawiły się pomysły i gotowość do przeprowadzenia takich procesów.

Jako jeden proces potraktujcie, wszystkie działania (nawet wielowątkowe, złożone z kilku elementów), które służą zebraniu opinii / wniosków w jednej sprawie.

## 11. Liczba instytucji publicznych, które włączą obywateli i obywatelki w procesy podejmowania decyzji

W tym wskaźniku należy uwzględnić liczbę **instytucji publicznych** (np. urzędów gmin, bibliotek, szkół, domów kultury, domów pomocy społecznej), które w wyniku prowadzonych przez Was w projekcie działań włączą obywateli/ki w procesy podejmowania decyzji.

Te procesy mogą mieć różny charakter – mogą to być np. konsultacje społeczne, budżety obywatelskie, budżety obywatelskie/partycypacyjne dotyczące tych instytucji (np. szkół), ale mogą to być także różnego rodzaju trwałe mechanizmy włączania mieszkańców/użytkowników we współtworzenie instytucji oraz wzmacniania poczucia współodpowiedzialności za sposób ich funkcjonowania (np. ciała doradcze z udziałem obywateli/ek). Mogą być to zarówno instytucje, które w ramach projektu pierwszy raz przeprowadzą tego rodzaju procesy, jak i te, które w wyniku działań projektowych zwiększyły udział obywateli/ek i/lub poprawiły jakość takich procesów.

Pamiętajcie, by w tym wskaźniku **uwzględnić** także Waszego ewentualnego Partnera/Partnerów projektu – o ile są instytucjami publicznymi i w wyniku działań podjętych w projekcie w ten sposób angażują obywateli/ki.

## 12. Liczba inicjatyw rzeczniczych dotyczących lokalnych lub krajowych polityk publicznych lub aktów prawnych, które przeprowadzicie

W tym wskaźniku należy uwzględnić liczbę inicjatyw rzeczniczych dotyczących **lokalnych lub krajowych** polityk publicznych lub aktów prawnych, które zostaną przeprowadzone w ramach projektu przez Wnioskodawcę, jak i ewentualnego Partnera/Partnerów.

Co należy rozumieć jako **inicjatywę rzeczniczą**? Jest to aktywność służąca wpływaniu na zmiany poprzez wyrażanie interesów różnych grup społecznych i/lub proponowanie rozwiązań dotyczących polityk publicznych lub aktów prawnych. Celem inicjatyw rzeczniczych mogą być m.in.: zmiany regulacji prawnych (wprowadzenie nowych ustaw czy przepisów wykonawczych) lub powstrzymanie niekorzystnych zmian, zmiana interpretacji obowiązujących przepisów, egzekwowanie praw, zmiana w funkcjonowaniu instytucji publicznych.

W ramach jednej inicjatywy rzeczniczej można się posługiwać różnymi metodami działań. Oprócz prób docierania z propozycjami zmian do decydentów, mogą to być np. kampanie społeczne służące budowaniu poparcia dla proponowanych zmian, szukanie sojuszników i budowanie koalicji na rzecz zmian, uczestnictwo w różnego rodzaju ciałach opiniotwórczych i doradczych.

Poprzez **polityki publiczne** rozumiemy tutaj dokumenty, programy, strategie, ale także standardy i praktykę działań podejmowanych w sferze publicznej. Poprzez **akty prawne** rozumiemy zarówno projekty, jak i funkcjonujące już prawo, obowiązujące na szczeblu lokalnym lub ogólnopolskim.

Jeśli jakaś inicjatywa rzecznicza dotyczy zmiany zarówno polityki publicznej, jak i aktu prawnego, prosimy policzyć ją jako jedną inicjatywę.

### **13. Liczba lokalnych polityk lub aktów prawnych, do których zostaną zgłoszone uwagi i rekomendacje**

W tym wskaźniku należy uwzględnić **lokalne** polityki publiczne lub akty prawne, do których w wyniku przeprowadzonych działań w projekcie zostaną zgłoszone uwagi i rekomendacje, a także których dotyczą inicjatywy uchwałodawcze. Jeśli polityka publiczna lub akt prawny ma charakter ponadlokalny, prosimy je uwzględnić w osobnym, dodatkowym wskaźniku.

Jak rozumieć w tym przypadku pojęcie „**zgłoszone**”? Chodzi nam o uwagi przedstawione w ramach procesu konsultacyjnego, inicjatywy rzeczniczej lub inicjatywy uchwałodawczej w sposób adekwatny do danego procesu. Zatem jeśli adresat uwag wyraźnie nie określił dopuszczalnej formy ich zgłaszania, to prosimy nie uwzględniać ich w tym wskaźniku (np. nie uznawać za zgłoszoną uwagę komentarzy zamieszczonych na forum internetowym czy w mediach społecznościowych).

Poprzez **polityki publiczne** rozumiemy tutaj lokalne dokumenty, programy, strategie, ale także standardy i praktykę działań podejmowanych w sferze publicznej. Poprzez **lokalne akty prawne** rozumiemy zarówno projekty, jak i funkcjonujące już prawo (obowiązujące na szczeblu lokalnym).

Jeśli uwagi dotyczą zmiany zarówno polityki publicznej, jak i aktu prawnego, prosimy policzyć je jednokrotnie.

### **14. Liczba organizacji społecznych, które będą prowadzić działania strażnicze**

W tym wskaźniku należy uwzględnić **organizacje społeczne** (np. stowarzyszenia rejestrowe, stowarzyszenia zwykłe, fundacje, spółdzielnie socjalne, spółki non-profit, koła gospodyń wiejskich, kościelne osoby prawne), które w ramach projektu będą prowadzić działania strażnicze.

Co należy rozumieć jako **działania strażnicze**? Są to zaplanowane, prowadzone według przyjętych zasad działania służące sprawdzaniu, jak funkcjonują np. różnego rodzaju władze, administracja, instytucje publiczne. Działania sprawdzające mogą dotyczyć zarówno prawa, jak i praktyki jego stosowania.

W przypadku naszego obszaru wsparcia działania te mogą dotyczyć:

- monitorowania działań i decyzji instytucji mających wpływ na środowisko,
- monitorowania działań i decyzji instytucji dotyczących aktywności obywatelskiej,
- monitorowania działań osób pełniących funkcje publiczne lub ubiegających się o nie.

Pamiętajcie, prosimy, by w tym wskaźniku **uwzględnić** także Waszą organizację i ewentualnego Partnera/Partnerów projektu – o ile są organizacjami społecznymi i także będą prowadziły takie działania.

## **15. Liczba osób, które zaangażujecie w działania strażnicze**

W tym wskaźniku należy uwzględnić osoby, które zaangażujecie w prowadzenie działań strażniczych (opisanych w poprzednim punkcie). Nie uwzględniajcie w tym wskaźniku osób będących stałymi pracownikami/cami Waszej organizacji lub Partnera/ów (niezależnie od tego, czy są wynagradzani za swoją pracę w ramach Waszego projektu czy też nie).

Jak rozumieć w tym przypadku pojęcie „**zaangażować**”? Chodzi nam o możliwe aktywne włączenie obywateli/ek w te działania – zaangażowanie ich w realizację tych działań lub promocję ich wyników.

Uwaga, na etapie sprawozdania będziemy prosili o podanie danych w podziale na:

- płeć: kobiety, mężczyźni, inne,
- wiek: dzieci i młodzież (0-17 lat), młodzi dorośli (18-29 lat), dorośli (30-64 lat), osoby starsze (w wieku 65+)<sup>7</sup>.

Zdajemy sobie sprawę, że z różnych względów pytanie o to samych uczestników może być trudne, więc wymagamy jedynie, by w sprawozdaniu przedstawić szacunkowe dane w podziale na płeć i kategorie wiekowe – bazujące na ogólnej obserwacji przeprowadzonej przez koordynatora/kę lub innych/e pracowników/ce Wnioskodawcy/Partnera. Podobnie jak w przypadku wcześniej omówionych wskaźników, w takiej sytuacji także tutaj wystarczy przedstawienie **oświadczenia** koordynatora/ki.

---

<sup>7</sup> Wymóg prezentowania tych danych w podziale na te cztery kategorie wiekowe oraz płeć wynika z potrzeb Biura Mechanizmów Finansowych.

## 16. Liczba instytucji publicznych, których pracownicy i pracownice zostaną przeszkoleni na temat przejrzystości, rozliczalności lub innych standardów dotyczących otwartego rządu

W tym wskaźniku należy uwzględnić liczbę **instytucji publicznych** (np. urzędów gmin, urzędów marszałkowskich, ministerstw, szkół, domów kultury), których pracownicy/e w wyniku prowadzonych przez Was w projekcie działań zostaną przeszkoleni na temat przejrzystości, rozliczalności lub standardów dotyczących otwartego rządu.

Czym są **standardy dobrego rządu**? Standardy te dotyczą partycypacji obywatelskiej, praworządności, nastawienia na konsensus, równości i włączenia społecznego, efektywności, rozliczalności, przejrzystości i odpowiedzialności.

Prosimy uwzględnić te instytucje, których pracownicy/e zostaną przeszkoleni z chociaż jednego z tych tematów.

## 17. Liczba wypowiedzi lub stanowisk, które poddacie weryfikacji w ramach działań fact-checkingowych

W tym wskaźniku należy uwzględnić **liczbę wypowiedzi lub całościowych stanowisk**, które zostaną sprawdzone w ramach działań fact-checkingowych prowadzonych w trakcie projektu.

Czym są działania **fact-checkingowe**? To działania służące sprawdzeniu prawdziwości (zgodności z faktami) informacji, zawartych w pojawiających się w przestrzeni publicznej wypowiedziach polityków/czek, urzędników/czek i innych wpływowych osób, a także np. w artykułach, audycjach, programach telewizyjnych i internetowych. Głównym celem działań fact-checkingowych jest poprawa jakości debaty publicznej i wyeliminowanie lub przynajmniej napiętnowanie faktu posługiwania się w niej nieprawdziwymi informacjami.



### 3. Przydatne publikacje i zasoby internetowe



Jak już wspominaliśmy, nasz poradnik absolutnie nie jest kompleksowym opracowaniem. Poniższa lista publikacji i zasobów internetowych również nie wyczerpuje tematu, mamy jednak nadzieję, że okaże się przydatna przy planowaniu i mierzeniu wskaźników produktów i rezultatów Waszych projektów.

1. **Ewaluacja. Jak to się robi?** - publikacja dotycząca planowania, realizacji i wykorzystywania efektów działań ewaluacyjnych, pod redakcją Łukasza Ostrowskiego i Marii Wiśnickiej (<https://stocznia.org.pl/publikacje/ewaluacja-jak-to-sie-robi>)
2. **Box - badanie oddziaływania na kapitał społeczny** - zestaw narzędzi przygotowanych przez Fundację Stocznia do prowadzenia samodzielnych badań i podręcznik, który pomoże zrozumieć, jak one działają ([www.kapitalspoleczny.org](http://www.kapitalspoleczny.org))
3. **Jak określić cel i rezultaty projektu, aby się z nich rozliczyć?** - artykuł Karoliny Cyran-Juraszek (<https://publicystyka.ngo.pl/jak-okreslic-cel-i-rezultaty-projektu-aby-sie-z-nich-rozliczyc>)  
Uwaga: zwracamy uwagę, że autorka w artykule posługuje się nieco innymi pojęciami niż my w naszym Programie.
4. **Jak dobrze ewaluować projekty kulturalne?** – miniporadnik dla realizatorów projektów z zakresu edukacji kulturalnej autorstwa Mai Durlik i Kai Dziarmakowskiej (<https://stocznia.org.pl/publikacje/miniporadnik-ewaluacji-dla-realizatorow-projektow-edukacji-kulturalnej>)