

1.1.1

I. General information	
Name of the organization	Sieć Obywatelska Watchdog Polska
Short title (max. 30 characters)	Watchdog Polska
Full title of activity	Watchdog Polska. Angażowanie ludzi na rzecz jawności.
Component/ program goal	Demokracja/Integracja Europejska (B1)
Type of activity	Stworzenie strony internetowej
Date	13.10.2014 – 31.12.2014
Location	Warszawa, Polska
Activity goal	Zaangażowanie ludzi w Internecie poprzez danie im możliwości współtworzenia strony internetowej o informacji publicznej www.informacjapubliczna.org.pl .
Gender policy approach	<p>Założenie: Komunikaty crowdfundingowe odwoływać się będą do obu płci poprzez pokazywanie bądź to różnych postaci (kobiety i mężczyźni), jak też stosowanie języka i używanie ważnych dla kobiet i mężczyzn przykładów związanych z dostępem do informacji.</p> <ul style="list-style-type: none"> • w filmie do crowdfundingu występują 2 kobiety i jeden mężczyzna. • w opisie na stronę wspiermto.pl przykłady ważne dla obu płci <p>Założenie: Ewentualne przygotowanie komunikatów skierowanych do kobiet jako eksperyment (temat dostępu do informacji zdominowany jest przez mężczyzn, jednocześnie to kobiety częściej wspierają finansowo inicjatywy społeczne). Podejmiemy próbę zwrócenia uwagi kobiet na tę tematykę wprowadzając przykłady dotyczące rzeczy ważnych dla nich, np. zdrowie, edukacja.</p> <ul style="list-style-type: none"> • w komunikacie na stronę wspiermto.pl pojawiły się przykłady pacjentów i rodziców (niestety w formie męskoosobowej, ale na poziomie opisu występują obie płcie) <p>Założenie: W mediach społecznościowych będziemy zwracać uwagę na to, kto dzieli się materiałem i ewentualnie podejmować interwencje na rzecz większego udziału kobiet, poprzez zachęcanie znanych nam blogerek, dziennikarek i osób z zaprzyjaźnionych organizacji.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tego postulatu nie mieliśmy okazji wykonać, gdyż jeszcze nie odbył się właściwy moment angażowania przez media społecznościowe. <p>Założenie: Język tekstów będzie sygnalizował obecność obu płci (męskie i żeńskie końcówki, w przypadkach gdy to konieczne lub język obojętny na płeć).</p>

	<ul style="list-style-type: none"> W tych tekstach, które powstały (np. ankieta) używano zwrotu: „Drogie Czytelniczki, Drodzy Czytelnicy” <p>Założenie: Ewentualne zdjęcia osób i grafiki na stronie uwzględniać będą różnorodność płci i niestereotypowe zobrazowanie ról społecznych, np. ojcowie pytający o informację w szkołach swoich dzieci czy kobiety prowadzące biznes i pragnące poznać dane związane z możliwością inwestowania.</p> <ul style="list-style-type: none"> Tego postulatu nie mieliśmy okazji wykonać, gdyż jeszcze nie mamy przygotowanych wszystkich artykułów i podstron.
Target groups	<ul style="list-style-type: none"> aktywni internauci i internautki, lubiący komentować bieżącą politykę skupieni wokół wybranych portali, na TT, FB i wokół pojedynczych osób mających autorytet. nasi odbiorcy/odbiorczynie obecni na TT i FB subskrybentki/ci naszych newsletterów fani/fanki innych organizacji korzystających z dostępu do informacji.
Indicator	<ul style="list-style-type: none"> Liczba osób, które włączyły się we współtworzenie strony finansowo lub merytorycznie. Do końca grudnia 2014 planowaliśmy co najmniej 30. Na pewno włączyło się 30 osób – 2 osoby podpowiadały na inspirację do logo, 17 osób wypełniło ankietę, 10 osób (spoza nas samych) udostępniło informację o możliwości wypełnienia ankiety i zachęcało do wypełnienia jej. 1 osoba nadesłała szczegółową analizę strony, kilka osób skomentowało na liście dyskusyjnej. Powstanie nowej strony dzięki zaangażowaniu ludzi (częściowo już zrealizowany, ale de facto będzie można to stwierdzić po powstaniu strony) Pojawianie się informacji o tworzeniu strony wspólnie z Fundacją Heinricha Bölla na FB Sieci Obywatelskiej oraz FB strony informacjapubliczna.org.pl i watchdogportal (plan 15 razy). <p>Informacja pojawiła się w sumie 9 razy: cztery razy na FB, raz na stronie, raz w newsletterze, raz w ankiecie, raz w informacji do wspieramto.pl, raz w filmie. Zaplanowaliśmy ją także w architekturze informacji. Więcej informacji nie mieliśmy okazji umieścić, gdyż nie rozpoczęła się jeszcze kampania crowdfundingowa.</p> <ul style="list-style-type: none"> Pojawienie się informacji o stronie na FB co najmniej 30 osób prywatnych lub innych organizacji do końca 2014 roku. 31 – 14 polubień i 12 udostępnień, 5 komentarzy. Pojawienie się komunikatów o tworzeniu strony wspólnie z Fundacją Heinricha Bölla angażujących do działania na stronach gromadzących ludzi i w mediach lokalnych – Aula Polska, blogerzy.wykop.pl (10) <p>Ten etap jeszcze nie nastąpił.</p>
Cooperation with	Ten etap jeszcze nie nastąpił.

III. Documentation of processing					
	HBS	Own funds	Other sources	Other sources	Total
Budget <i>In accounting currency</i>	12 000	1000 zł			13 000 zł
Amount spent <i>in accounting currency</i>	12 000	Rzeczowo: 40 godzin pracy * 40 zł = 1600 zł			13 600 zł
Deviation from budget with explanation <i>(if relevant)</i>	Zmiany nastąpiły w trakcie projektu i wynikają z trudności w pozyskaniu podwykonawcy do wykonania strony.				

IV. Evaluation			
Activity goal achieved?	Goal achieved	Goal partially achieved	Goal not achieved
			X
<i>Mark appropriate box above</i>			
Assessment of indicator	<i>Większość wskaźników osiągnęliśmy, jednak liczymy na ich wielokrotnienie i pogłębienie na etapie kampanii crowdfundingowej.</i>		
Target groups reached?	<i>Większość grup osiągnęliśmy, jednak liczymy na ich wielokrotnienie i pogłębienie na etapie kampanii crowdfundingowej.</i>		
Explanation of evaluation/ narrative report	<p>Projekt polegał na przygotowaniu nowej strony informacjapubliczna.org.pl</p> <p>Naszym celem było zaangażowanie ludzi w Internecie poprzez danie im możliwości współtworzenia strony internetowej o informacji publicznej www.informacjapubliczna.org.pl.</p> <p>Założenia: modernizacja strony internetowej w kierunku:</p> <ul style="list-style-type: none"> • nowoczesnej, • wspólnotowej, • dostępnej dla osób poszukujących podstawowej wiedzy, • i „dialogicznej” <p>poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none"> • uproszczenie tekstów, • stworzenie nowej architektury informacji, • stworzenie nowej grafiki i kodu, • oraz zaangażowanie ludzi w jej sfinansowanie. <p>Celami szczegółowymi na 2014 r. były:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stworzenie platformy internetowej, która częściowo sfinansują darczyńcy indywidualni. • Zaangażowanie w rzeczowe wspierania całej akcji na rzecz zmiany strony internetowej kilku osób spoza dotychczasowego 		

środowiska.

- Wzmocnienie społecznościowego komunikatu wokół strony www.informacjapubliczna.org.pl.
- W ramach przygotowania się do angażowania ludzi w budowanie strony www.informacjapubliczna.org.pl:

Cele te realizowaliśmy poprzez następujące działania:

Przeprowadziliśmy ankietę oceniającą stronę (Załącznik 1 – Ankieta i Załącznik 2 - Zebrane odpowiedzi). Wypełniło ją 17 osób, kilka przesłało też luźne uwagi na listę dyskusyjną oraz jedna przygotowała dokładną analizę. W ocenę strony, poza 4 osobami z biura i firmą dostarczającą usługę, udało się zaangażować około 20 osób.

- Spora część z nich deklarowała wsparcie finansowe lub poprzez swoją pracę.
- Zazwyczaj doceniano prezentowane treści, natomiast z krytyką spotkał się sposób prezentowania treści – zbyt rozdrobniony, chaotyczny i niekonsekwentny.
- Pojawiły się też uwagi dotyczące tego, że strona zbyt wolno się ładuje.
- Również zwrócono uwagę a potrzebę lepszej grafiki.
- Oczekiwano większej możliwości wykorzystywania mediów społecznościowych.
- Ponadto podkreślano potrzebę uwzględnienia sposobów na prowadzenie wnioskodawców przez poszczególne etapy uzyskiwania informacji.

Te uwagi zostały uwzględnione w planowanych przez nas zmianach.

W ramach budowy strony:

Dużo czasu zajęło nam znalezienie dobrego podwykonawcy do przygotowania nowej strony.

Ostatecznie udało się to zrobić dopiero w ostatnim miesiącu realizacji projektu, dlatego musieliśmy postawić na przygotowanie materiałów, które zostaną wykorzystane do dalszej pracy. Są to architektura informacji, logo, layout oraz film do crowdfundingu i opis przedsięwzięcia.

Architektura informacji dostępna jest tutaj:

https://www.dropbox.com/s/5nabmsaacrdn1ka/informacjapubliczna_architektura_02.pdf?dl=0

Firma, z którą pracujemy poprosiła nas o wypełnienie tzw. briefu (Załącznik 3). Na tej podstawie zastanowili się nad sposobem prezentacji poszczególnych kwestii.

Po tym etapie przedstawili propozycję logo i przekonali nas do zmiany adresu strony na krótszy i bardziej nowoczesny informacjapubliczna.org. Jest to o tyle istotne, iż ma wpływ na samo logo – zawiera ono nazwę.

Wybraliśmy otwarty okrąg, o do którego przedstawiono następujące skojarzenia

	<p>„Okrag z otwartym łukiem nawiązuje do szeroko rozumianego gestu otwierania. Budujemy tym samym cały szereg pożądaných skojarzeń: otwarta kłódka, otwarte kajdany, otwarta skorupa, doskonale wyrażających ideę dążenia do jawności”</p> <p>Layout strony można zobaczyć tutaj. https://www.dropbox.com/s/46bpt2kupa38zod/layout-01-g%C5%82%C3%B3wna-01.jpg?dl=0</p> <p>Przygotowaliśmy także film i narzędzia do kampanii crowdfundingowej. Scenariusz filmu i informacja do kampanii stanowią Załączniki 4 i 5. Zostaną one wykorzystane w styczniu i lutym 2015, mamy jednak do nich gotowe wszystkie materiały.</p> <p>Ze względu na problemy z wyłonieniem podwykonawcy strony, opóźniły się wszystkie nasze działania związane z faktycznym rozpoczęciem zbierania pieniędzy na stronę i ostatecznym jej uruchomieniem. Z zaplanowanych działań udało nam się zrealizować prawie wszystkie oprócz uproszczenia języka i ostatecznego zmienienia strony. Praca nad językiem będzie znacznie łatwiejsza, gdy już mamy architekturę informacji. Dlatego ta część odbędzie się w 2015 roku, co sygnalizowaliśmy podczas realizacji projektu. Zakodowanie strony pokryjemy już ze środków zebranych w kampanii.</p>
Results in terms of gender policy	Większość sposobów nie mieliśmy okazji głęboko zrealizować. Liczymy na wielokrotnienie i pogłębienie na etapie kampanii crowdfundingowej.
Assessment of cooperation	Nie mieliśmy okazji jej zrealizować.
Possible follow-up activities	Planujemy pracować do końca lutego, a stronę rozwijać przez następne lata.

Appendices:

- Publications
- Programs of events
- List of participants (if applicable)
- Media coverage of the project
- Documentation in photographs (*if available/relevant*)

City, Date

Signature