

pismo organizacji pozarządowych  
województwa warmińsko-mazurskiego

ISSN 1427-5856

# pozarządowiec

wrzesień • nr 4(94) 2008 • rok XII

słowem  
dokonać  
zmiany  
media obywatelskie

Telewizja Obywatelska

Pozarządowiec

nasza historia

Na językach

media zaangażowane społecznie

Elbląskie Stowarzyszenie  
Wspierania Inicjatyw  
Pozarządowych

**ESWIP**

*Spoleczna użyteczność i wartość informacji wydaje się być nadrzędnym wyznacznikiem jej zasięgu – tak myślę. Jednak, jak każdy baczny obserwator, a zarazem uczestnik teatru życia, odczuwam na własnej skórze, jak globalizacja i szybkie zmiany modelu konsumpcji w sposób błyskawiczny wpłynęły na wartość treści przekazywanych w najszybszy i najbardziej dostępny sposób, jaki umożliwiają środki masowego przekazu. Proces globalizacji prowadzący do rozprzestrzeniania się zunifikowanych wartości i kanonów, do ujednolicania się obrazu świata, wtargnął do naszego życia z impetem i siłą, na którą niewielu było przygotowanych. W tej plątaninie informacji i wydarzeń coraz częściej zapominano o wartości społecznej przekazów medialnych – ze stratą dla nas – świadomych obywateli – rzecz jasna. Ale czy to oznacza że nie możemy tego zmienić? Czy musimy się poddać zalewającej nas komercji i populizmowi? W gąszczu mass-mediów będących zarówno ogromną szansą, jak i zagrożeniem dla funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego winno znaleźć się miejsce dla niekomercyjnych, społecznie zaangażowanych środków przekazu. Mediów, które odgrywają fundamentalną rolę w życiu jednostkowym i społecznym, działających pro publico bono (dla dobra publicznego) i na rzecz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego.*

Zapraszam do lektury.

Małgorzata Woźna  
redaktor prowadząca

|   |          |
|---|----------|
| Media zaangażowane społecznie. Obywatelska inwestycja w idee.<br><i>Anna Lebek-Obyrcka</i>  | 3        |
| Media obywatelskie narzędziem wzmocnienia rzecznictwa oraz działań monitorujących organizacji pozarządowych Warmii i Mazur<br><i>Anna Lebek-Obyrcka</i> | 4        |
| Telewizja obywatelska? To takie proste<br><i>Jola Prokopowicz</i>   | 6        |
| Pozarządowiec – nasza historia<br><i>Marcin Grajkowski</i>  | 10       |
| Razem z tobą<br><i>Elżbieta Szczesiul-Cieślak</i>   | 13       |
| Na językach<br>Dziennikarz ambasadorem EFS<br><i>Małgorzata Woźna</i>   | 16<br>22 |
| Wieści Orzyskie – miesięcznik aktywnej społeczności<br><i>Krzysztof Marusiński</i>  | 24       |
| Efektywnie, fachowo, skutecznie, czyli podsumowanie wiosny w ESWIP.<br><i>Małgorzata Woźna</i>  | 30       |

Stowarzyszenie jest członkiem Sieci Wspierania Organizacji Pozarządowych SPLOT Sieci Wspierania Organizacji Pozarządowych Województwa Warmińsko-Mazurskiego „HEROLD”



## pozarządowiec

PISMO INFORMACYJNE  
ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH  
WOJEWÓDZTWA WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO

### Wydawca:

Elbląskie Stowarzyszenie  
Wspierania Inicjatyw Pozarządowych



### Redagują:

Małgorzata Woźna (red. prow.), Anna Lebek-Obyrcka (współpraca), Arkadiusz Jachimowicz (red. naczelny)

### Projekt okładki:

Kuba Qbi Strumiński

### Adres:

82-300 Elbląg, ul. Związku Jaszczurczego 17;  
tel./fax: 055 236 27 16, 055 235 33 88;  
e-mail: [eswip@eswip.elblag.pl](mailto:eswip@eswip.elblag.pl)

Internetowa edycja pism dostępna jest pod adresem:  
<http://www.eswip.elblag.pl>

### Opracowanie graficzne i skład komputerowy:

ILKA, e-mail: [marek@wydawnictwo-ilka.pl](mailto:marek@wydawnictwo-ilka.pl)

Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca. Zastrzegamy sobie prawo skracania tekstów i zmiany tytułów. Autorzy tekstów prezentują swoje własne opinie. Za treść ogłoszeń redakcja nie odpowiada.



T E L E W I Z J A  
**OBYWATELSKA**

CHCEMY CIĘ POKAZAĆ

W KAŻDY CZWARTEK  
W TELEWIZJI ELBLĄSKIEJ

KONTAKT: ELBLĄG, UL. ZWIĄZKU JASZCZURCZEGO 17, TEL. 055 236 27 16  
E-MAIL: [REDAKCJA@ESWIP.ELBLAG.PL](mailto:REDAKCJA@ESWIP.ELBLAG.PL)

Niniejszy numer czasopisma został opublikowany dzięki pomocy finansowej Unii Europejskiej. Za jego treść odpowiada ESWIP, zaś poglądy w nim wyrażone nie odzwierciedlają w żadnym razie oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej. Projekt „Media Obywatelskie – narzędziem wzmocnienia rzecznictwa oraz działań monitorujących organizacji pozarządowych Warmii i Mazur” finansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Środki Przejściowe PL2005/017-488.01.01 oraz przy wsparciu finansowym Urzędu Miejskiego w Elblągu.

Elbląskie Stowarzyszenie  
Wspierania Inicjatyw  
Pozarządowych



OBYWATELSKA



# MEDIA ZAANGAŻOWANE SPOŁECZNIE OBYWATELSKA INWESTYCJA W IDEE

**Anna Łebek-Obrycka**

## PO CO KOMU MEDIA OBYWATELSKIE?

Współczesność podlega procesowi homogenizacji, rzeczywistość – zbiorowej unifikacji wartości, stajemy się społeczeństwem informacyjnym przywiązanym do nośników w postaci mediów. Nasze przywiązanie jednak jest biernym odbiorem, przywiązaniem statycznym. Chcąc podążać w kierunku kształtowania aktywnych postaw, w stronę budowania społeczeństwa obywatelskiego należy naszą pasywność przekształcić w twórczą aktywność. Nie tylko konsumować idee, które są nam bliskie, ale kreować na ich miarę medialne kapsuły, w których obiegną cały świat.

## EUROPEJSKA RZECZYWISTOŚĆ

Czy stać nas na tworzenie takich konstrukcji? Czy mamy wystarczająco dużo potencjału i umiejętności, by wpasować się w pędzący nurt skomercjalizowanych mediów z naszymi małymi „perełkami”? Otóż okazuje się, że i owszem. Coraz intensywniej rozwija się w Europie, jak i na świecie nurt Mediów Obywatelskich, jako wsparcia rozwoju społeczeństwa obywatelskiego. Najlepiej radzą sobie one w Danii, Szwecji i Niemczech, gdzie każdy chętny obywatel ma dostęp do wiedzy, szkoleń i niezależnych kanałów informacyjnych

realizujących ową ideę. Informacje medialne bowiem nie powstają samoistnie. Mają swojego ojca czy matkę, który ubiera je w słowa, tworząc tym samym komunikat zrozumiały dla potencjalnego odbiorcy. To od zaangażowania autora zależy, czy owe informacje będą wartościowymi przekazami, rzeczywistymi obrazami otaczającej nas rzeczywistości, czy koloryzowanymi medialnym sensacjami. Również w Polsce realizowane są inicjatywy, w których obywatele, aktywiści, pasjonaci kreują poprzez prasę, Internet czy telewizję otaczającą ich rzeczywistość. Co więcej – robią to w sposób coraz bardziej rozpoznawalny i profesjonalny, budując tym samym nie tylko społeczeństwo obywatelskie, ale również markę niezależnych, niekomercyjnych Mediów Obywatelskich.

## IDEA W PRZEKAZIE MEDIALNYM

Wydawać by się mogło, że owa idea nie może liczyć nie tylko na wsparcie finansowe, ale również zainteresowanie zarówno ze strony twórców, jak i przyszłych odbiorców. Mass-media jak dotychczas nie wykazują zbytniej potrzeby uspołeczniania się, zaś próby ich społecznej kontroli zazwyczaj kończą się fiaskiem. Niewiele w naszych odbiornikach programów pt. „Co mnie gryzie?”, gdzie każdy obywatel może wyrazić to, co mu na sercu leży. Pozo-



staje jednak szansa, którą warto, a nawet należy wykorzystać. Niezależne, niekomercyjne portale internetowe, studia telewizyjne i programy, w których rzeczywistość jest prawdziwa, gazety wypchane po brzegi ideami społecznikowskimi, poruszające sprawy ważne, trudne, niekiedy bolesne, bądź stojące na ostrzu noża, pokazujące to, czego normalnie nie doświadczymy – małe lokalne sukcesy, pasje i działania ludzi – otaczający nas świat. I to te właśnie, obywatelskie środki przekazu, dopuszczają mnie – młodą animatorkę środowisk wiejskich (nie dziennikarkę – nie, nie!), fascynatów medialnych, ludzi, którym nie jest obojętne to, co się dzieje wokół, a być może w niedalekiej przyszłości nawet Ciebie drogi czytelniku do głosu. I nie ma tu znaczenia dyplom studiów dziennikarskich czy ilość przebytych szkoleń medialnych. Liczy się IDEA, którą wszyscy w tym gronie wyznajemy. Wzajemny szacunek, współpraca i aktywne, twórcze uczestnictwo w mediach. ■

# MEDIA OBYWATELSKIE NARZĘDZIEM WZMOCNIENIA RZECZNICTWA ORAZ DZIAŁAŃ MONITORUJĄCYCH ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH WARMII I MAZUR

**Anna Łebek-Obrycka**

## MEDIA OBYWATELSKIE

Obywatele mają możliwości wpływania na otaczającą rzeczywistość. Już sam akt głosowania w wyborach jest pierwszym, choć przecież nie jedynym sposobem, aby pośrednio mieć wpływ na to, co dzieje się wokół nas. Zadaniem rzecznictwa nie jest tylko informowanie obywateli o przysługujących im prawach, ale przede wszystkim ich mobilizacja do działania na rzecz wprowadzania zmian. Organizacje pozarządowe są w tym zakresie wielką siłą. Będąc sercem zbiorowej aktywności reprezentują różnorodne idee, potrzeby, społeczne oczekiwania. Aby jednak efektywnie wpływać na podejmowane decyzje, muszą wybrać najlepszy dla siebie sposób głoszenia swoich postulatów. Jedną z takich możliwości jest współtworzenie mediów zaangażowanych społecznie. Dziennikarstwo obywatelskie bowiem, uprawiane w interesie społecznym, dostępne jest dla każdego. Mogą je zatem uprawiać również wszystkie media – komercyjne także. Czynią to poprzez budowanie świadomości i ak-

tywności obywatelskiej, a także wpływ na tworzenie prawa zapewniającego przestrzeganie tego, co nam się w społeczeństwie obywatelskim należy. To samo z powodzeniem mogą robić organizacje pozarządowe. W gąszczu mass-mediów winno się znaleźć miejsce dla niekomercyjnych, społecznie zaangażowanych środków przekazu. Działania organizacji pozarządowych bowiem, skupione są przede wszystkim na rzecznictwie interesów społecznych – działają one pro publico bono i na rzecz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego.

## KONCEPCJA PROJEKTU

Przekazywanie informacji za pośrednictwem słowa pozwala wpływać na otaczającą nas rzeczywistość – pobudza do dyskusji i refleksji. Staje się pierwszym krokiem na drodze inicjacji zmiany na lepsze. Warto zatem mobilizować organizacje pozarządowe do podejmowania się tego wyzwania. Zwiększenie wiedzy na temat przysługujących obywatelom praw i obowiązków oraz wzmocnienie wizerunku organizacji pozarządowych, będących

rzecznikami praw obywatelskich to naczelną cel projektu „Media Obywatelskie – narzędziem wzmocnienia rzecznictwa oraz działań monitorujących organizacji pozarządowych Warmii i Mazur”, realizowanego przez Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych. Koncepcja projektu opiera się na promocji i rozszerzeniu wiedzy na temat rzecznictwa organizacji pozarządowych z wykorzystaniem mediów obywatelskich, tj. tych prowadzonych przez same organizacje. Wśród najważniejszych działań projektu znalazły się debaty publiczne na temat rzeczniczej roli organizacji pozarządowych, szkolenia, promocja działań rzeczniczych oraz rozwój mediów obywatelskich. W studiu Telewizji Obywatelskiej powstają wywiady, filmy i spoty mające nie tylko promować, ale i przybliżyć tematykę rzecznictwa i działalności medialnej organizacji pozarządowych wszystkim zainteresowanym. Zwieńczeniem działań będzie konferencja mediów obywatelskich z całego województwa, która zaplanowana została na koniec października tego roku. Realizacja projektu przyczyni się do rozwoju funkcji rzeczniczej organiza-

cji, a zwłaszcza ich reprezentacji, upowszechnienia idei rzecznictwa i dobrych praktyk w tym zakresie.

## DZIAŁANIE KU ZMIANIE

### Zdarzyło się...

Realizację założonych działań projektowych rozpoczęła z dniem 18 lutego 2008 roku konferencja inauguracyjna projektu, która odbyła się w siedzibie ESWIP w Elblągu. Podczas spotkania zaproszonym przedstawicielom mediów lokalnych i regionalnych, członkom Rady Elbląskich Organizacji Pozarządowych oraz liderom przedstawione zostały zagadnienia rzecznictwa organizacji pozarządowych oraz koncepcja rozwoju mediów obywatelskich. Spotkanie zakończyła dyskusja nad współpracą różnorodnych branż medialnych oraz sposobów aktywizacji społeczności lokalnych i organizacji pozarządowych, tak, aby tworzyły silne i aktywne społeczeństwo obywatelskie, w pełni korzystające z przywilejów demokracji lokalnej, dbające o swoje prawa, pełniące funkcje strażnicze i monitorujące

względem władz lokalnych i regionalnych. Luty i marzec przebiegały pod znakiem intensywnej pracy. W ramach 40 godzin zajęć 10 osobowa grupa poszerzała swoje zdolności i umiejętności z zakresu dziennikarstwa telewizyjnego i radiowego, prawa prasowego, realizacji telewizyjnej czy emisji i higieny oraz zasad operowania głosem. Przeprowadzone warsztaty medialne pozwoliły przygotować zespół realizujący materiały telewizyjne: redaktorów, operatorów i montażystów. Jednak najważniejszym elementem było utworzenie internetowej telewizji Mediów Obywatelskich, prowadzonej i administrowanej przez Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych. Powstała strona internetowa, na której zamieszczane są materiały telewizyjne, dostępna jest dla wszystkich pod adresem [www.telewizjaobywatelska.org.pl](http://www.telewizjaobywatelska.org.pl). Strona jest jednocześnie platformą emisyjną dla produkcji zrealizowanych przez inne organizacje i grupy obywatelskie, co pozwala na zamieszczanie na niej materiałów filmowych, powstałych w ramach projektów, podejmujących różnorodną tematykę.

### Na bieżąco...

Od początku trwania projektu w studiu Telewizji Obywatelskiej realizowane są produkcje filmowe, programy i spoty. Właśnie tu powstaje program telewizyjny pod nazwą „9/3 – 9 minut na 3 sektor”. Każdy zrealizowany wywiad, to unikalna prezentacja sylwetek działaczy, inicjatyw organizacji pozarządowych, społeczności lokalnych, grup nieformalnych przedstawiających dobre przykłady działalności obywatelskiej, wolontarystycznej czy rzecznictwa interesów. Rozmówcami w programie są liderzy, radni, urzędnicy, eksperci, dziennikarze, przedstawiciele społeczności lokalnych. Twórcy projektu nie poprzestali jednak na samym programie – założyli również realizację cyklu 7 filmów uniwersalnych pod nazwą „Rzecznictwo organizacji pozarządowych”, poruszających tematykę roli rzecznictwa oraz organizacji orzecznich, reprezentacji sektora pozarządowego, współdziałania z administracją samorządową, wspierania lokalnych organizacji pozarządowych, budowania porozumień, czy tworzenia partnerstw lokalnych itp. Powstające filmy są formą promocji i pogłębiania wiedzy potencjalnych odbiorców nie tylko w naszym województwie, ale i w całej Polsce. Powyższe działania medialne wsparte zostały dwoma wydaniem pisma „Pozarządowiec”, zaś wszyscy zainteresowani mają niepowtarzalną okazję spotykać się podczas debat tematycznych organizowanych comiesięcznie w ramach Klubu Lidera. Na debaty zapraszani są przedstawiciele organizacji pozarządowych, radni, władze samorządowe, media lokalne, zaś poruszana tematyka dostosowywana jest do potrzeb uczestników. Jak do tej pory dyskutowano nad wpływem organizacji pozarządowych na jakość życia publicznego w Elblągu, stanem współpracy mieszkańców Elbląga z władzami

Deбата w Klubie Lidera



samorządowymi czy znaczeniem Rady Elbląskich Organizacji Pozarządowych jako rzecznika organizacji pozarządowych. W planach jest jeszcze organizacja kilku otwartych debat, których podsumowaniem będzie konferencja wieńcząca działania projektu.

## W RAMACH PODSUMOWANIA

21 października w Elblągu odbędzie się konferencja poświęcona roli mediów obywatelskich w prowadze-

niu rzecznictwa organizacji pozarządowych, w trakcie której zostaną zaprezentowane najciekawsze materiały telewizyjne i dziennikarskie powstałe w toku realizacji projektu. Odbędą się również warsztaty dotyczące tworzenia redakcji obywatelskich, współpracy z mediami, aktywizacji społeczeństwa obywatelskiego, itp. Realizacja projektu bowiem wpłynąć ma w efekcie końcowym na podniesienie poziomu wiedzy na temat rzecznictwa wśród organizacji i ich reprezentacji poprzez prezentację konkretnych przykładów działań, spe-

cyfiki i metod rzecznictwa. Organizacje i ich reprezentacje będą mogły w praktyce wdrażać przedstawione rozwiązania. Realizacja projektu przyczynić ma się również w założeniu jego twórców do wzmocnienia społeczeństwa obywatelskiego, wzrostu aktywności i odpowiedzialności społecznej oraz świadomości posiadanych praw i obowiązków. Mieszkańcy regionu poszerzą swoją wiedzę na temat działań organizacji pozarządowych m.in. jako rzeczników interesu obywateli oraz instytucji „strażniczych”. ■



# TELEWIZJA OBYWATELSKA? TO TAKIE PROSTE!

**Jola Prokopowicz**

– Stworzenie telewizji przez organizację pozarządową nie jest dziś czymś wyjątkowym i nieosiągalnym. Wręcz przeciwnie. Wystarczy mieć do tego lokum, ok. 30 000 zł i kilku ludzi, którzy chcieliby to robić – tak po ponad rocznej działalności Telewizji Obywatelskiej mówił jej pomysłodawca Arkadiusz Jachimowicz, prezes Fundacji Elbląg.

Skoro stworzenie telewizji nie jest takie trudne, to może warto przypatrzeć się, w jaki sposób rodziła się do życia lokalna, pozarządowa telewizja.

## „ŚREDNIOWIECZNY WIEŻOWIEC”

W przypadku Fundacji Elbląg pomysłem na stworzenie telewizji młodzie-

zowej powstał przy okazji projektu realizowanego w ramach Programu Phare 2003 „Organizacje pozarządowe na rzecz zrównoważonego rozwoju”, finansowanego ze środków Unii Europejskiej oraz Urzędu Miejskiego w Elblągu. Realizowany od grudnia 2005 roku projekt pn. „Średniowieczny Wieżowiec – elbląska młodzież na rzecz rozwoju dziedzictwa kulturowego Elbląga” zakładał przede wszystkim zagospodarowanie jednego z najbardziej rozpoznawalnych zabytków Elbląga – średniowiecznej Bramy Targowej. Dzięki projektowi realizowanemu we współpracy z Elbląskim Stowarzyszeniem Wspierania Inicjatyw Pozarządowych (ESWIP) oraz Regionalnym Centrum Wolontariatu w Elblągu, Brama mia-

ła stać się obiektem rozwoju młodzieżowych inicjatyw, stąd na jej kolejnych kondygnacjach zaplanowano: informację turystyczną, kawiarenkę „Brama Cafe”, sklepik z pamiątkami, Salę Rycerską, studio telewizji młodzieżowej i Salę historyczną. Niestety, ostatecznie samorząd obiektu nie przekazał w zarządzanie Fundacji, co wiązało się ze zmianami założeń projektowych. Wiele z zaplanowanych działań zostało przekształconych, ale studio telewizji młodzieżowej... przetrwało.

Ostatecznie młoda ekipa znalazła lokum w siedzibie ESWIP-u., gdzie do dziś istnieje niewielkie pomieszczenie przystosowane do nagrań materiałów filmowych i ich montażu. I to im wystarcza.



## NA POCZĄTKU SZKOLENIA

W lutym 2006 roku, w ramach „Średniowiecznego wieżowca”, rozpoczął się cykl szkoleń dla młodzieży, mający wyłonić ekipę przygotowaną do realizacji materiałów filmowych. Szlifowania młodych talentów podjął się Juliusz Marek, dyrektor Telewizji Elbląskiej, który wraz ze swoim zespołem redakcyjnym wprowadzał grupę w tajniki prawa prasowego, pracy dziennikarza, operatora i montażysty. Chętnych nie brakowało. W pierwszych zajęciach udział wzięło blisko 30 osób. Mimo że większości młodych działaczy udało się realizować zadania przewidziane warsztatami, te największe tajniki pracy w grupie (przeprowadzanie wywiadów i zdobywanie tematów na reportaże) poznali nieco później – kiedy oficjalnie rozpoczęli działalność na własny rachunek, tworząc materiały, które zaczęli podpisywać własnymi nazwiskami i pieczętować swoim logo.

Uroczyste otwarcie studia telewizyjnego odbyło się w połowie listopada 2006 roku. Wtedy to zostało podpisane porozumienie pomiędzy Telewizją Elbląską a Fundacją Elbląg. Od tego czasu, każdego czwartku w lokalnej telewizji emitowane jest 30-minutowe pasmo prezentujące materiały zrealizowane w kilku blokach tematycznych: EMIT (niegdyś nazwa rozwijana do Eksperymentalnej Młodzieżowej Inicjatywy Telewizyjnej), Studio Fundacji Elbląg oraz Telewizja Obywatelska. Czasem realizacje pokazywane są także

w telewizjach regionalnych oraz w sieci telewizji kablowych w Polsce.

## EMIT, CZYLI MŁODZIEŻOWO

Działalność w ramach EMIT-u, to realizacja materiałów promujących przede wszystkim działania podejmowane przez młodych i dla młodych – ale nie tylko. Gośćmi są także dojrzały zawodowcy, których rady i doświadczenie dają wiele wskazówek życiowych nie tylko widzom, ale i samej ekipie. Materiały realizowane w ramach EMIT-u łatwo odróżnić od pozostałych – załoga dba o to, by rozmowa z gościem przebiegała w odpowiednim tonie, z dawką zdrowego humoru, a przy tym – by na ekranie telewizora wyglądała efektownie pod względem wizualnym. W stosunku do swoich gości ekipa również stawia wymagania: poszukują ludzi nieprzeciętnych, kreatywnych i charyzmatycznych.

A kto tworzy EMIT? Początkowo było to kilkanaście osób. Po stronie dziennikarskiej stanęły wówczas dziewczęta, głównie licealistki – Kamila Bubrowiecka, Joanna Lewandowska, Natalia Siuda i Jolanta Prokopowicz. Za kamerami i przy stole montażowym zasiedli panowie, studenci informatyki – Kuba Strumiński, Bartek Rybaczewski, Jacek Perzanowski, Tomasz Czajkowski oraz Jakub Klawon. Próba czasu wpłynęła jednak na liczbę członków w zespole. Jedni rozpoczęli studia w innych miastach, inni poszli drogą

zawodową, w której nie wystarczyło wolnych chwil na realizację czysto hobbistyczne. Dziś stały trzon redakcyjno-realizatorski załogi EMIT-u to: Bartek Rybaczewski, Kuba Strumiński (od początku nieformalny szef ekipy) oraz Jola Prokopowicz. W roli prowadzących doskonale sprawdzają się: Anna Łebek, Aneta Puzdrowska, Darek Ignatowicz z Anną Kulasiewicz oraz Krzysztof Jaworski z Joanną Żondłowską. Wszyscy działają pod wspólnym mianownikiem – rozwój własnych pasji poprzez niekonwencjonalne realizacje, kontakt z nietuzinkowymi ludźmi i promocję nietypowych inicjatyw.

Dwa lata wspólnych realizacji pozwoliły wprowadzić na antenę kilka autorskich programów. Wszystkich niezorientowanych w kuchni smakoszy krok po kroku instruuje Darek w programie kulinarno-chałupniczym „Darek, podgrzewaj!”. Ciekawe wydarzenia z udziałem młodych i dla młodych prezentują „Iwenty”, czyli reportaże z imprez. Tym, którzy lubią wygodnie zasiąść i posłuchać rozmowy na poziomie, EMIT proponuje „Na sofę”, czyli talk-show. Widzom poszukującym dawki adrenaliny podsuwają sporty ekstremalne w programie „projekt EXTREME”, a dla miłośników niekomercyjnej muzyki mają „Elbląską encyklopedię muzyczną”, której gośćmi są głównie elbląskie kapele.

Mimo że EMIT ma się już czym chwalić, załoga nie wypracowała jeszcze własnej strony internetowej. Jak do tychczas, ich realizacje można oglądać

jedynie w cotygodniowym, kilkuminutowym paśmie Telewizji Elbląskiej, obok materiałów Studia Fundacji Elbląg i Telewizji Obywatelskiej.

## STUDIO FUNDACJI ELBLĄG

W tym bloku obejrzyć można materiały dotyczące działań podejmowanych przez Fundację Elbląg (FE). Odkąd działa studio (2006 r.), Fundacja zrealizowała kilka projektów. W każdym z nich uwzględniony został element audiowizualny, stąd widzowie mieli okazję poznać filantropijną działalność elbląskich biznesmenów, efekty współpracy młodzieży z seniorami, pasje i przedsięwzięcia realizowane przez seniorów i dla nich samych – a wszystko dzięki blisko półgodzinnym filmom. Jednak to nie wszystko. Studio FE to również cykle wywiadów („Rozmowy o filantropii”, „Pasje III wieku”, „Barwy III wieku”), spoty oraz relacje z wydarzeń związanych bezpośrednio z życiem Fundacji. To pierwsza organizacja w Elblągu, która samodzielnie rozpoczęła realizowanie materiałów

filmowych o własnej działalności na taką skalę.

Tworzenia materiałów podejmuje się ekipa EMIT-u, jednak w tym wypadku występująca już nie jako nieformalna grupa, ale stali współpracownicy Fundacji. Pomocni okazują się też fundacyjni pracownicy biurowi, którzy zarażeni a czasem niejako zmuszeni okolicznościami chwytają za mikrofon i walczą o kawałek dobrego materiału. Poza emisją w lokalnej telewizji, gotowe produkty Studia FE dostępne są na stronie [www.fundacja.elblag.pl](http://www.fundacja.elblag.pl).

## TELEWIZJA OBYWATELSKA – O „POZARZĄDÓWCE”

– Organizacje pozarządowe robią wiele dobrego. Nie wszystkie są na tyle medialne, aby swoją ciężką pracę pokazać większej grupie odbiorców. My im w tym pomożemy – tę myśl od początku powtarzał Arkadiusz Jachimowicz. Dziś coraz więcej organizacji wychodzi ze swych kryjówek i odważniej prezentuje swoją działalność, m.in. w programie „9/3 – 9 minut na trzeci sektor”. Jed-

nak nie od początku tak to wyglądało. Pierwszy materiał zrealizowany w ramach Telewizji Obywatelskiej promował krwiodawstwo w Elblągu („Wampirjada 2006”). Być może nie dotyczył stricte obszaru pozarządowego, ale zdecydowanie dotyczył problemu, który dotyczyć może każdego obywatela lokalnej społeczności. I nie tylko. W początkach Telewizji Obywatelskiej znalazły się także materiały, których młoda ekipa wówczas nie była w stanie się podjąć. Przykładem było rodzicielstwo zastępcze – temat wówczas zaczynał być nośny, ale wymagał dużo większego przemyślenia i znajomości zagadnienia, niż ekipa mogłaby przypuszczać.

Obecnie realizacja materiałów przysparza coraz mniej problemów. Coraz częściej działacze pozarządowi sami wychodzą z inicjatywą i zaproszeniem do zrealizowania materiału prezentującego podejmowane przez nich przedsięwzięcia bądź spotów nakłaniających do określonych działań na rzecz społeczności lokalnej. Ale to nie wszystko. Obecny projekt ESWIP-u, pn. „Media Obywatelskie – narzędziem wzmocnienia rzecznictwa oraz działań monitorujących organizacji pozarządowych Warmii i Mazur”, zakłada przede wszystkim zwiększenie wiedzy wśród społeczności Elbląga, województwa warmińsko-mazurskiego oraz kraju na temat przysługujących im praw i obowiązków obywatelskich, a także wzmocnienie wizerunku organizacji pozarządowych, będących rzecznikami praw obywatelskich. Najważniejsze działania projektu skupione są właśnie wokół Telewizji Obywatelskiej. Przeprowadzone już zostały liczne szkolenia z zakresu dziennikarstwa i realizacji telewizyjnej, wciąż powstają filmy na temat różnych kontekstów roli organizacji pozarządowych w społeczności lokalnej. Równoległe z filmami organizowane są debaty nawiązujące do ich treści. Ponadto, prowadzone są

Od lewej: Bartek Rybaczewski i Kuba Qbi Strumiński – trzon techniczny Telewizji Obywatelskiej i inicjatywy EMIT  
Fot. Marcin Grajkowski





rozmowy w ramach programu „9/3 – 9 minut na trzeci sektor”, wydane zostały kolejne numery „Pozarządowca”. Niebawem też wszystkie materiały filmowe będą dostępne na stronie internetowej Telewizji Obywatelskiej.

Mimo nie tak długiej obecności na antenie, Telewizja Obywatelska już zmieniła swe oblicze. Podobnie jak same organizacje pozarządowe. Niegdyś sztandarowy program „9/3 – 9 minut na trzeci sektor” opierał się na rozmowie w wygodnych fotelach głównie z prezesami organizacji pozarządowych. Dziś ten sam program, to wyjście z kamerą i nagranie organizacji w działaniu. I to bardziej przemawia do odbiorców, a przy tym zachęca organizacje do większej pracy i wyjścia naprzeciw mediom stworzonym z myślą o nich.

Załoga Obywatelskiej również uległa zmianom. Dzięki przeprowadzonym

warsztatom dotychczasowi pracownicy organizacji pozarządowych chwytają za mikrofon, kamerę i sami realizują materiały o swoich kolegach z trzeciego sektora. Po stronie redakcyjnej, jako prezenterzy, lektorzy i reporterzy, działają: Anna Łebek, Małgorzata Woźna, Dagmara Bielawska, Arkadiusz Jachimowicz, Marcin Grajkowski, Jola Prokopowicz. Jako operatorzy i montażyści sprawdzają się: Bartek Rybaczewski i Kuba Strumiński. Pomocnym jest również Bartłomiej Głuszak, któremu udaje się nawiązywać kontakty owocujące nagraniem i dalszą współpracą z kolejnymi stowarzyszeniami.

– Chcemy pokazać, że tworzenie własnych mediów nie jest trudne – zapewnia Arkadiusz Jachimowicz. – Mamy nadzieję, że coraz więcej organizacji będzie na tyle odważnych, żeby zakładać swoje gazетки, telewizje. Dzięki-

ki mediom organizacje mają okazję być lepszymi rzecznikami interesów osób, na rzecz których pracują.

## I CO DALEJ?

Jak będzie wyglądać Telewizja Obywatelska za kilka miesięcy? Czy jej rola w lokalnej społeczności się wzmocni? Czy nadal będzie potrzebna? Być może niebawem wskazanym tropem pójdą i inne organizacje, tworząc w swych siedzibach własne, małe stacyjki pozarządowe.

Odpowiedzi udzieli z pewnością czas. Tym razem, dzięki nośnikowi w postaci telewizji, na własne oczy zobaczymy, w jakim kierunku kształtuje się działalność trzeciego sektora i sami ocenimy, czy rzeczywiście do szczęścia w ich poczynaniach niezbędna jest wizualizacja w postaci tematycznej stacji. ■

Regionalny serwis

# WARMIA I MAZURY

administrowany jest przez

Elbląskie Stowarzyszenie  
Wspierania Inicjatyw  
Pozarządowych



ELBLĄSKIE STOWARZYSZENIE  
WSPIERANIA INICJATYW POZARZĄDOWYCH

Chcesz podzielić się informacją o imprezie, którą organizujesz?

Ogłaszasz nabór na szkolenie? a może po prostu chciałbyś, by inni przeczytali o ciekawym projekcie, który realizuje Twoja organizacja?

napisz do nas:

redakcja@eswip.elblag.pl

chcesz zaistnieć?

# WWW.WIM.NGO.PL

serwis organizacji pozarządowych województwa warmińsko-mazurskiego

# POZARZĄDOWIEC – NASZA HISTORIA

Marcin Grajkowski

*„Pośród praw rządzących ludzkimi społeczeństwami istnieje jedno, które wydaje mi się bardziej wyraźne i jasne niż wszystkie inne. By ludzie pozostali cywilizowani lub by się tacy stali, sztuka stowarzyszania się musi rozwijać się i doskonalić wśród nich jednocześnie ze wzrastaniem równości możliwości.”*

*Alexis de Tocqueville „O demokracji w Ameryce”*

Tym cytatem w październiku 1996 r. Ewa Sprawka otworzyła pierwszy numer „Pozarządowca”. Pierwszy magazyn w naszym województwie poświęcony dla tych, którzy, jak ujęła to Pani Ewa, „zaprzedali duszę ruchowi pozarządowemu w naszym regionie”. Od tamtej pory pismo wydawane przez Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych jest źródłem informacji o tym, co ważnego dzieje się w III sektorze. Na łamach wydawnictwa znaleźć można inspiracje do rozwoju lokalnego, porady jak pozyskiwać fundusze, przykłady dobrych praktyk, artykuły i wypowiedzi ogólnopolskich autorytetów związanych z działalnością pozarządową, dyskusje o tym jak współpracować z samorządami i wiele innych ważkich tematów.

*Pracę w ESWIP-ie podjąłem mając w pamięci kilkuletnie doświadczenia dziennikarskie i redakcyjne w Wydawnictwie Miejskim w Elblągu, gdzie byłem sekretarzem redakcji i dziennikarzem. Pomyślałem, że warto w organizacji, której jednym z głównych celów jest przekaz informacji, uruchomić wydawanie miesięcznika. Pierwszy numer pojawił się już w pierwszych miesiącach działalności stowarzyszenia. Nazwę pisma – „Pozarządowiec” wymyśliła nieodżałowana Ewa Sprawka. Jest „Działkowiec” – powiedziała*

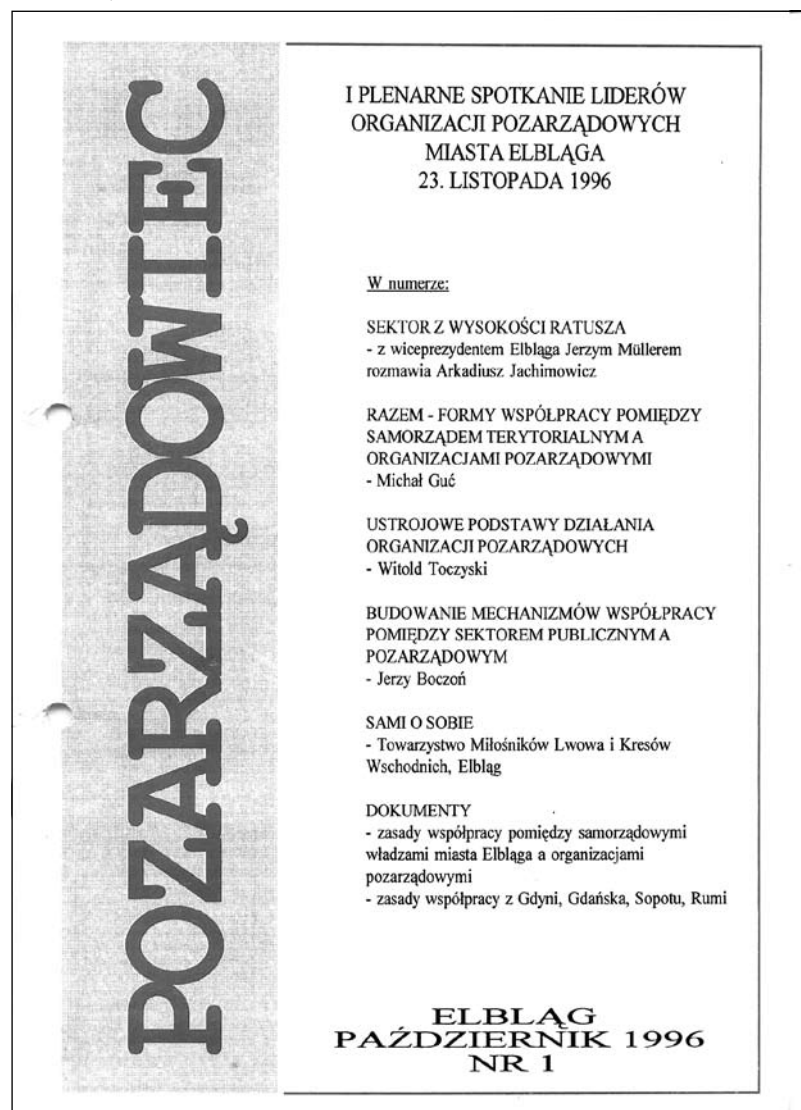
*– to może być i „Pozarządowiec”. Dla niej to był dobry dowcip, ale nazwa się przyjęła. Początkowo robiłem wszystko – pisałem teksty, robiłem skład komputerowy i wozilem do drukarni, potem pakowałem w koperty i wysyłałem w świat. Z czasem zespół redakcyjny powiększał się, a teraz to nawet nie zawsze dostaję jako redaktor naczelny ostatniej wersji pisma przed drukiem!... Myślę, że słowo pisane jest ciągle*

*ważne, a sektor pozarządowy powinien mieć kilka swoich gazet, aby móc artykułować swój sposób widzenia świata.*

**Arkadiusz Jachimowicz** – z „Pozarządowcem” związany od pierwszego numeru, redaktor naczelny pisma.

Przez blisko 12 lat redakcja współpracowała z ponad 100 osobami – autorami artykułów, ekspertami, tłumaczami, współpracownikami. Dzisiaj stała obsada

Pierwsze wydanie Pozarządowca



tworząca pismo to około 10 osób. Numer, który trzymają Państwo w ręku jest już 95 wydaniem. W sumie nakład „Pozarządowca” to ponad 60 tysięcy egzemplarzy. Trzy numery pisma ukazały się w języku rosyjskim, a jeden w języku litewskim.

– Przygotowywanie „Pozarządowca” to często była żmudna, czasem nudna praca... Do tego wiadomo, ludzie są tylko ludźmi czasem nie wyrabiali się z tekstami... i trzeba było czekać. a szef raczej do perfekcjonistów należy, więc poprawiał i poprawiał. Ale jak gazетка była już wydrukowana, to cały ESWIP szczęśliwy, szef też :-)

– Pamiętam, jak dałam do składu numer, w którym był wywiad ze śp. Ewą Sprawką. Wtedy to ówczesny składacz – sympatyczny Marek Zwierzyński, ze statuetki „Lodołamacza”, zrobił statuetkę „Logo-łamacza”. Pewnie jego zamiłowanie do grafiki wzięło górę nad wszystkim innym i pomyślał, że się pomyliłam. No bo jak to..? Jaki „Lodołamacz”?!! Logo-łamacz – to ja rozumiem:-).

**Joanna Żondłowska** – redaktor prowadzący „Pozarządowca” w latach 2004–2006.

Wiele z numerów naszego pisma poświęciliśmy konkretnym tematom – np. możliwościom pozyskiwania funduszy europejskich, współpracy, inicjatywom „Godnym Naśladowania”, czy jak w tym numerze mediom z obywatelską misją. Na naszych łamach miejsce dla siebie znajdowały również dokumenty, których tematyka związana była z III sektorem, publikowaliśmy prezentację wartościowych i ciekawych inicjatyw, porady dla tych, co zaczynają i tych, którzy mają za sobą już pewne doświadczenia, dokumenty mówiące o współpracy organizacji pozarządowych z jednostkami samorządów terytorialnych. Budowaliśmy dla naszych czytelników szczególnie „kompendium wiedzy” dla I i III sektora.

Od 1997 r. „Pozarządowiec” jest środowiska pozarządowego w wojewódz-



Szata graficzna pisma wielokrotnie ulegała zmianom



twie warmińsko-mazurskim. Pismo popularyzuje wiedzę na temat III sektora, prezentuje dobre inicjatywy, które są godne naśladowania, promuje aktywnych ludzi, którzy robią coś pożytecznego dla swojego środowiska.

Od wielu lat „Pozarządowiec” jest nieocenionym źródłem informacji i wiedzy o wszystkim, co dotyczy sektora pozarządowego. Jest to bardzo ważne, zwłaszcza, że wiele środowisk, głównie z małych miejscowości, ma nadal ograniczony dostęp do Internetu. Dzięki naszemu miesięcznikowi możliwy jest dostęp do najnowszych informacji – w formie drukowanej. Śmiało

więc można stwierdzić, że pismo ma swój udział w wielu inicjatywach i sukcesach wydarzeń obywatelskich, co ważniejsze, od lat towarzyszy aktywnym środowiskom w ich pracy na rzecz grup defaworyzowanych i społeczności lokalnych. Zdaje się, że czasami to towarzyszenie i informowanie jest nieocenione we wsparciu i wzmocnieniu ich pozycji. Najlepszym przykładem są publikowane na łamach „Pozarządowca” sylwetki aktywnych organizacji i działaczy obywatelskich. Jest to duży wkład, który często ułatwia tym osobom pracę, zwłaszcza w sytuacji gdy dzisiejsze media koncentrują się przede

wszystkim na polityce, przestępstwach i kolejnych aferach, zaniedbując tym samym tematykę III sektora.

**Dagmara Bielawska** – stała współpracownik i autor tekstów od 2006 roku, redagowała numer „Pozarządowca” poświęcony konkursowi „Godni naśladowania”.

Aby podnieść wartość treści, które prezentujemy, nasza redakcja stale współpracuje z wieloma podmiotami ważnymi dla III sektora. Musimy wymienić tutaj przede wszystkim Sieć Wspierania Organizacji Pozarządowych SPLOT, Sieć Wspierania Organizacji Pozarządowych Województwa Warmińsko-Mazurskiego HEROLD, Federację Organizacji Społecznych Województwa Warmińsko-Mazurskiego, Urzędem Marszałkowskim Województwa Warmińsko-Mazurskiego, znanych działaczy III sektora, partnerów zagranicznych. Najważniejsza dla nas była oczywiście współpraca z organizacjami pozarządowymi, które spotykaliśmy w naszym bliskim otoczeniu.

Ja osobiście, jako redaktor gazety „Trzeci Sektor bez Granic”, z przyjemnością współpracuję z „Pozarządowcem”, wymieniamy się ciekawymi artykułami, a niektóre numery „Pozarządowca” i gazety „Trzeci Sektor bez Granic” robiliśmy razem – ESWIP i KCWIS. Tego typu współpraca na pewno wzbogaca nasze wydawnictwa, i dla czytelników to też jest ważne – mają możliwość zapoznania się z organizacjami z innego kraju i różnymi spojrzeniami na inicjatywy transgraniczne czy też rozwój społeczeństwa obywatelskiego w naszych krajach.

**Elena Kuczerjawaja** – redaktor naczelna gazety organizacji pozarządowych obwodu kaliningradzkiego „Trzeci Sektor bez Granic”,

„Pozarządowiec” informował też zawsze o najistotniejszych dla społeczeństwa obywatelskiego inicjatywach i procesach, takich jak: legislacja, integracja, federalizacja, reprezentacja sektora poza-

rządowego, promował zasadę przejrzystości, czyli publikowanie raportów rocznych z działalności organizacji, przestrzeganie Karty Zasad Działania Organizacji Pozarządowych i wiele innych działań. Pismo często przedstawiało również codzienne bolączki i problemy sektora obywatelskiego. Stale informowaliśmy o aktualnych konkursach grantowych, możliwościach szkoleń, otrzymaniu wsparcia itp. Niektóre numery, głównie te poświęcone współpracy zagranicznej, docierały nawet poza granice naszego kraju – do organizacji z Obwodu Kaliningradzkiego, Litwy, Białorusi, Ukrainy.

*Moje pierwsze kroki i doświadczenia w ESWIP-ie wiążą się właśnie z „Pozarządowcem”. Moje pierwsze zadanie polegało na koordynacji projektu „6 dla Elbląga”, w ramach którego powstał szereg „Pozarządowców” poświęconych Elblągowi właśnie. Przez dłuższy okres pełniłem rolę redaktora prowadzącego Pozarządowca.*

*Z pracą w Pozarządowcu wiążą się zresztą same miłe, ale i śmieszne wspomnienia. Po pierwsze, była to dla mnie możliwość kontynuacji wcześniejszych doświadczeń – udzielałem się w kilku redakcjach, skończyłem studia o specjalności dziennikarstwo. Sama zresztą praca magisterska dotyczyła właśnie „Pozarządowca”. Po drugie, w początkowym okresie pracy w piśmie, gdy sam nie byłem przekonany za bardzo o jego popularności, nagle dostałem mnóstwo informacji zwrotnych – nie tylko z województwa, ale też z Warszawy, a nawet z Niemiec, iż pismo jest czytane i oczekiwane. Po trzecie, gdy poważny charakter Pozarządowca trochę już nam ciążył, wymyśliliśmy z Tomkiem Prokopowiczem „101 pomysłów na zastosowanie Pozarządowca” – a więc: podstawka pod herbatę czy zrobienie kanapki, podryw na „Pozarządowca”, łapka na muchy i in.*

*Pozarządowiec w przeciągu ośmiu lat w ESWIP-ie sporo się zmienił – zarówno pod względem szaty graficznej,*

*jak i treści czy kadry współpracowników, która jest coraz większa. Nie zmieniło się jedno – nadal wiele osób o niego pyta, nadal jest potrzebny.*

**Bartłomiej Głuszak** – redaktor prowadzący, autor tekstów i współpracownik „Pozarządowca”.

Od czasu ukazania się pierwszego numeru „Pozarządowca” wiele wydarzyło się w III sektorze i wiele zmieniło się w otaczającym nas świecie. Zmiany nie ominęły także mediów, które w tym czasie stały się bardziej globalne i bardziej dostępne. Zmieniliśmy się także my. Dla uatrakcyjnienia i wyższej jakości treści treści szukaliśmy nowych form i metod przekazu, dzięki którym moglibyśmy lepiej dotrzeć do naszych odbiorców. Doświadczenie i zaangażowanie w „Pozarządowcu” pozwoliło nam rozwinąć nasze media i pojawić się w takich obszarach jak Internet, czy telewizja lokalna. Zapraszam gorąco do zapoznania się z poniżej zamieszczoną prezentacją mediów, w które angażujemy się z naszą „obywatelską” misją.

Dzisiaj najważniejsze dla nas są wyrazy uznania i zainteresowania z jakim spotykamy się w naszej pracy. Najlepszą nagrodą za włożoną pracę w powstanie każdego materiału są słowa podziękowania za przekazaną wiedzę, poruszenie pewnych problemów, czy promocję inicjatyw organizacji pozarządowych. Szczególnie cenimy sobie przyznaną przez środowisko III sektora nagrodę – tytuł „Godni Naśladowania”. Takie uznanie przynosi naprawdę bardzo wiele satysfakcji i pozwala na szybkie zdobywanie energii do dalszej pracy. Tutaj deklarujemy, że będziemy kontynuować naszą dotychczasową pracę i wciąż będziemy rozwijać nasze pomysły jak dotrzeć do Państwa z informacjami o III sektorze i nie tylko. Dziękuję za to wszystko w imieniu całego naszego zespołu redakcyjnego i zapraszam do lektury kolejnych numerów naszego pisma. ■

● **STUDIO TELEWIZJI OBYWATELSKIEJ**

Pomysł na utworzenie Telewizji Obywatelskiej pojawił się w 2006 roku. Jego inicjatorem i realizatorem było Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych. Naczelnym programem Telewizji jest cykl wywiadów 9/3, czyli „dziewięć minut na trzeci sektor”, w którym prezentowane są sylwetki aktywistów, inicjatywy organizacji pozarządowych oraz działania lokalnych społeczności. W ramach działań Telewizji Obywatelskiej powstają filmy i programy tematyczne, spoty oraz kampanie promocyjne.



● **STUDIO FUNDACJI ELBLĄG**

Studio telewizyjne powstało w ramach realizowanego przez Fundację Elbląg projektu pn. „Średniowieczny Wieżowiec – elbląska młodzież na rzecz rozwoju dziedzictwa kulturowego Elbląga”. Od samego początku, tj. od 2006 roku, mieści się w siedzibie Fundacji, gdzie funkcjonuje w pomieszczeniu przystosowanym do nagrań i montażu materiałów filmowych.



● **EMIT**

Inicjatywa telewizyjna EMIT to grupa pasjonatów, która powstała przy Studiu Fundacji Elbląg. Swoje umiejętności młodzi prezentują przede wszystkim w autorskich programach – „Na sofę” (talk-show), „Darek, podgrzewaj!” (alternatywna kuchnia dla studenta), „Projekt Extreme” (magazyn sportów ekstremalnych) i innych.



● **POZARZĄDOWIEC**

Od 11 lat Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych wydaje pismo organizacji pozarządowych województwa warmińsko-mazurskiego.



● **WIM.NGO.PL**

Regionalny serwis Warmia i Mazury administrowany przez Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych jest częścią ogólnopolskiego portalu organizacji pozarządowych [www.ngo.pl](http://www.ngo.pl). Portal jest źródłem wiedzy m.in. o bieżących konkursach, działaniach czy szkoleniach w regionie, jak i całej Polsce.





# RAZEM Z TOBĄ

**Elżbieta Szczesiul-Cieślak**

*Informację dla i o niepełnosprawnych wzięliśmy w swoje ręce, bo kto może to zrobić lepiej niż sami zainteresowani? Trzon redakcji stanowią osoby z niepełnosprawnościami, a wydawcą jest organizacja pozarządowa niepełnosprawnych.*

## DOBRE STRONY NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Zapewne nie jedna osoba zastanowi się, czy ten tytuł ma sens. Czy to w ogóle możliwe, że niepełnosprawność może mieć dobre strony. Od razu odpowiadam: niepełnosprawność – „chyba raczej na pewno” – nie. Ale niepełnosprawni? – Oto jest pytanie!

Ktoś bystry zauważył, że niepełnosprawni o tyle różnią się od innych, o ile wszyscy ludzie różnią się między sobą. Skrajnym przykładem może być np. porównanie Matki Teresy z Kalkuty z ludźmi, dla których miłosierdzie jest idiotyzmem i abstrakcją.

11 lat temu, gdy Elbląska Rada Konsultacyjna Osób Niepełnosprawnych postanowiła wydawać niewielki biuletyn informacyjny dla swoich klientów i przyjaciół, nie musieliśmy się wiele zastanawiać czy powszechna jest świadomość, że osoby z niepełnosprawnościami są nie tylko równouprawnione do normalnego życia w społeczeństwie, ale że na to zasługują. Było jasne, że dużo jest w tym względnie do zrobienia, a najtrudniejsze do zniesienia – między światem zdrowych a chorych, ułomnych, bezradnych – są bariery mentalne. To było wyzwanie.

Drugim naszym celem było informowanie. Informacja jest towarem cennym i, wbrew pozorom, wcale niełatwym do zdobycia. Tym bardziej, jeśli towar ma być świeży i dobrej jakości. Ta niematerialna, ale bardzo konkretna pomoc. Potrzebna była i jest, samym niepełnosprawnym oraz instytucjom i organizacjom działającym na ich rzecz, żeby łatwiej było odnaleźć się w nowych warunkach: najpierw po reformie administracyjnej i ustrojowej, później po wejściu Polski do UE. Niezwykle ważne jest monitorowanie zmian w przepisach prawnych (biegunka legislacyjna, to znana przypadłość kolejnych parlamentów), a także ukazanie nowych możliwości np. korzystania z unijnych funduszy.

„Razem z Tobą” miesięcznik osób niepełnosprawnych wychodzi już 12 rok i od początku swojego istnienia, tym właśnie celom służy. Służymy informacją dotyczącą przepisów prawnych, zdrowia, pomocnej techniki, możliwości pracy i nauki, a także funkcjonowania administracji, urzędów, instytucji, w tym europejskich. Ponadto podejmujemy interwencje, publikujemy listy czytelników poruszające różne, ważne sprawy, zamieszczamy rady psychologa.

Za równie potrzebne uważamy budowanie pozytywnego wizerunku osób niepełnosprawnych. Naszym zdaniem, najbardziej przekonującym sposobem jest pokazywanie indywidualium lub grupy – w działaniu. Zewnętrzna ekspresja, to oczywiście jeszcze nie całość, ale człowiek w dużej mierze wyraża

siebie poprzez to, co robi. Przedstawiamy więc działania i osiągnięcia osób niepełnosprawnych oraz organizacji i instytucji pomocowych, prowadzimy dział prezentacji artystycznych, a także sportu i rekreacji. Z zaangażowaniem uprawiamy także, podporządkowaną powyższemu celom, publicystykę społeczną.

Lata naszej mrówczej pracy zaowocowały w Elblągu integracją osób niepełnosprawnych, jako środowiska oraz zwiększoną świadomością, że w Polsce wszyscy obywatele mają takie same prawa. Że słabszy, wcale nie znaczy gorszy, bo każdy ma prawo do godności. Że niepełnosprawność nie zamyka wszystkich dróg, a sukcesy można odnosić mimo przeciwności. Wreszcie, że nie ma ludzi bezużytecznych, bo każde istnienie ma sens.

Czytelnicy niecierpliwą się, gdy skromne siły redakcyjne nie nadążają z przygotowaniem miesięcznika w terminie, zresztą, często pytają o kolejny numer, ledwie ostatni wyjdzie z drukarni. Są dumni z posiadania swojej gazety, mają swoje ulubione rubryki i autorów. Są i tacy, którzy, jak sami mówią, czytają „Razem z Tobą” od deski do deski. Wśród tych ostatnich nie brak osób zdrowych, nie związanych osobiście z niepełnosprawnymi. Tak wynika z badań ankietowych i licznych bezpośrednich przekazów, a także stale rosnącego zapotrzebowania na naszą gazetę, której nakład 3000 egzemplarzy jest nadal za mały.

Potwierdzeniem, że przesłanie „Razem z Tobą” przebija się również na zewnątrz, poza środowisko niepełno-



Elżbieta Szczesiul-Cieślak

sprawnych, są nagrody i wyróżnienia – przyznane przez PFRON za rzetelną i profesjonalną informację oraz propagowanie idei wyrównywania szans ON w Europejskim Roku Niepełnosprawnych oraz w konkursach literackich – za publicystykę.

Pomimo naszej lokalności otrzymujemy wiele sygnałów, żeby rozszerzyć objętość i zasięg gazety, bo na ogromnym rynku wydawniczym, brakuje jednak tego typu periodyków. Jedna ogólnopolska „Integracja”, jakkolwiek bardzo ważna i potrzebna, to jeszcze przysłowiowej wiosny nie czyni.

Aby sprostać wyzwaniu przełamania barier i dotrzeć z pozytywną informacją do jak największej liczby osób – niepełnosprawnych i zdrowych – stworzyliśmy portal internetowy naszej gazety. Najtańszym i najlepiej rozwijającym się medium jest obecnie internet. Gdy w 2004 roku postanowiliśmy

więc porwać się „z motyką na słońce” i prezentować dobrą stronę niepełnosprawnych na forum ogólnopolskim, badania wykazywały, że z internetu korzysta blisko 30% Polaków. Ta liczba stale i dynamicznie się zwiększa, podob-



nie, jak liczba naszych czytelników. Do chwili obecnej (22 sierpnia 2008 r. ) zanotowaliśmy 278514 wejść z tego ponad 122 tys. w bieżącym roku. Planowaliśmy również wydawanie ogólnopolskiej „Razem z Tobą” w wersji dźwiękowej – przyjaznej dla niewidomych, słabowidzących i obłożnie chorych, ale nie pozyskaliśmy dotąd pieniędzy na realizację tego pomysłu. Z naszej strony interneto-



wej można jednak odsłuchać lub pobrać pliki w wersji dźwiękowej.

Naszym kapitałem są ludzie – zaangażowana redakcja i współpracownicy oraz doświadczenie i kontakty. Naszą nieustającą nadzieją – odzew czytelników i organizacji pomocowych oraz pozyskanie współpracowników i korespondentów z terenu całego kraju.

Wydawanie własnego miesięcznika i prowadzenie portalu internetowego „Razem z Tobą” kosztuje nas немало pracy i nerwów. Elbłaska Rada Konsultacyjna Osób Niepełnosprawnych składa rokrocznie wnioski o dofinansowanie do PFRON, Miasta, Województwa i gdzie tylko się da, aby zdobyć fundusze na oba informatory. Nigdy nie wiadomo co przyniesie kolejny rok, ale trwamy i rozwijamy się, a czytelnicy nas lubią :).

Dlatego, nasi wierni oraz nowi Czytelnicy, sięgajcie co miesiąc po nowy numer miesięcznika – naszej-waszej gazety i odwiedzajcie codziennie dobrą stronę niepełnosprawnych: [www.razemztoba.pl](http://www.razemztoba.pl) ! Mam nadzieję, że spełnimy Wasze oczekiwania.



# NA JĘZYKACH

**W czym media komercyjne mogą być pomocne organizacjom? Czy trzeci sektor może być atrakcyjny medialnie? Jakie powinny być media obywatelskie?**

**Rozmawiają o tym:**

**Monika Hausman-Pniewska – trenerka, wiceprzewodnicząca Rady Organizacji Pozarządowych Województwa Warmińsko-Mazurskiego.**

**Piotr Pniewski – animator kultury, muzyk, dziennikarz, współpracuje z wydawanym przez ESWIP „Pozarządowcem” i miesięcznikiem organizacji pozarządowych gazeta.ngo.pl**

**Monika Hausman-Pniewska.** Oboje mamy za sobą doświadczenia dziennikarskie, a jednocześnie działamy i pracujemy w organizacjach pozarządowych, mamy więc możliwość wczucia się w sytuację obu stron. Zastanówmy się więc nad relacjami trzeciego sektora z mediami. Czy w ogóle możemy mówić o jakimś konkretnym wizerunku organizacji pozarządowych w mediach?

**Piotr Pniewski.** Jeśli organizacje istnieją w mediach, to jedynie śladowo, na dokładkę w nieco fałszywym wymiarze. Bierze się to stąd, że wiedzca przeciętnego dziennikarza o trzecim sektorze jest, szczerze mówiąc, żadna. Organiczna praca ngo'sów nie jest czymś, co jako zjawisko, byłoby w stanie zainteresować media komercyjne. Główną misją takich mediów, poza całą tą nadbudową, w której mówi się o informowaniu, edukowaniu, kształtowaniu postaw itp., jest zapewnienie przychodów, które gwarantują godziwe pensje właściciela

i personelu oraz dobrą kondycję finansową wydawnictwa.

**MHP.** Przesadzasz... Gazety mają przecież swoją misję. Mimo, że większość tytułów kieruje się zasadą „dajcie krew na pierwszą stronę”, to zasadniczą ich funkcją jest informowanie, a nie zapewnienie ludziom pensji! Choć to oczywiście też ważne.

**PP.** Dziennikarz, który pod koniec miesiąca nie otrzyma pensji w odpowiednim wymiarze, traci chęci do realizacji informacyjnej misji swojego pracodawcy.

**MHP.** Powiedziałeś, że dziennikarze niewiele wiedzą o organizacjach pozarządowych. Wydaje mi się, że wynika to także z tego, że sami w organizacjach nie działają. Zresztą, jak pokazują badania, stosunkowo niewielu ludzi w Polsce działa w trzecim sektorze. Poza wtajemniczoną w jego sekrety grupą stanowi on dla reszty zagadkę.

**PP.** I czyja to jest wina?

**MHP.** No właśnie, czyja? Jeśli można w ogóle mówić o winie, to leży ona po obu stronach – organizacji i mediów. Ale ja bym nie rozpatrywała problemu w kategoriach winy. To raczej wynik wzajemnej niewiedzy i braku umiejętności współpracy.

**PP.** Informacje o organizacjach pojawiają się wtedy, kiedy naczelny wpada na pomysł, że warto byłoby przedstawić coś pozytywnego, bo zbliżają się święta i potrzebny jest lekki, optymistyczny materiał.

**MHP.** Aha, że honorowi dawcy oddają krew, PCK szkoli z pierwszej

pomocy, a wolontariusze zbierają żywność dla biednych dzieci... Tak, to może być temat dla prasy, ale często też postraktowany marginalnie, ot, krótka wzmianka.

**PP.** Druga ścieżka, która pozwala przemycić do mediów informacje o inicjatywach trzeciego sektora to wszelkie rzeczy akcyjne, medialnie atrakcyjne. To będzie koncert charytatywny, zbiórka na rzecz leczenia chorych dzieci, ale też festyn, zabawa. Organizacje nie są bowiem w mediach postrzegane, o ile w ogóle są zauważane, jako sprofesjonalizowane poniekąd zespoły ludzi zajmujących się określonym problemem i szukaniem sposobów jego rozwiązania, ale raczej jako grupka fascynatów, która coś tam sobie dłubie, coś tam robi, i od czasu do czasu wystrzeli z pomysłem, który jest jakoś tam atrakcyjny dla lokalnej społeczności, a co za tym idzie dla mediów.

**MHP.** To zależy od skali. Niektórym organizacjom, pracującym systemowo, o dużym zasięgu działania, udało się znaleźć swoje miejsce w mediach. To będzie chociażby Polska Akcja Humanitarna czy Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy. One umiały się w mediach wypromować.

**PP.** Tak, ale mówimy tu cały czas o działaniach akcyjnych. Nie o stałej pracy tych organizacji.

**MHP.** To jak organizacje mają opakować ten swój produkt – swoją działalność? Nośny temat, siła i zasięg oddziaływania, charyzmatyczny lider to są tzw. haczyki dla mediów. Ale co jeszcze?

**PP.** No tak, WOŚP świetnie korzysta z siły mediów. Raz w roku mamy do



czynienia z olbrzymim telewizyjnym show, który sprawia, że w działania angażują się tysiące ludzi, a miliony śledzą z zapartym tchem ich przebieg. No ale znowu wracamy do tego, że nie wystarczy służyć czemuś dobremu, potrzebna jest jeszcze barwna otoczka. I tu się pojawia problem, bo jak uczynić atrakcyjnym dla mediów i ich odbiorców cykl szkoleń dla bezrobotnych czy zagrożonych wykluczeniem...

**MHP.** Właśnie. Jak zainteresować media szkoleniem? Moim zdaniem można to zrobić na przykład poprzez towarzyszenie jego uczestnikom. To może być sposób. Organizacja powinna tu zadbać o pokazanie ludzi, którzy coś konkretnego z tego szkolenia wynieśli, coś się w ich życiu zmieniło.

**PP.** Bo kogo, prócz samych organizatorów, obchodzi informacja, że odbyły się warsztaty, dotyczyły czegoś tam i się skończyły. A człowiek, jego odczucia, zmiany w jego życiu – to, o ile dobrze podane, zawsze jest interesujące.

**MHP.** Na wszelki wypadek zawsze trzeba pamiętać o ujęciu w projekcie kosztów promocji. Może to etyczne, może nie, ale wykupując ogłoszenie trochę oswajamy sobie dany tytuł i mamy większą szansę na namówienie jego redakcji do relacjonowania naszych działań w formie dziennikarskich tekstów.

**PP.** To zdrowe podejście. Organizacja, która daje gazecie okazję do zarobienia kilku groszy, na pewno będzie lepiej przez nią postrzegana, nie ze względów czysto merkantylnych, ale dlatego, że pokazuje w ten sposób swoją skuteczność i umiejętność planowania działań od a do z. To dla danej gazety sygnał, że ma do czynienia z poważnym partnerem.

**MHP.** Ale dlaczego organizacje tak niechętnie współpracują z mediami? Czego się obawiają?

**PP.** Może to jest tak, że nie do końca rozumieją potrzebę zaistnienia w mediach.

**MHP.** Mam tu pewne doświadczenie z prowadzonych przeze mnie szkoleń. Bardzo częste są głosy, że media nie chcą o organizacjach pisać. Po co się męczyć, skoro i tak nic nie napiszą, albo zainteresują się tylko wtedy, gdy wydarzy się coś złego, na przykład sprzeniewierzy się dotację. W głowach przedstawicieli organizacji funkcjonuje stereotyp mediów karmiących się wyłącznie sensacjami. Pewnym rozwiązaniem problemu są wspólne spotkania. Są, na szczęście, organizowane z projektów szkolenia dla mediów i organizacji pozarządowych. To okazja znalezienia wspólnego języka. Organizacje poznają dzięki nim tryb np. wydawania gazety, poznają potrzeby mediów, choćby to, kiedy trzeba dostarczyć informację, żeby nie była już nieświeża, czerstwą bułką, która jest nic nie warta i nie wiadomo co z nią zrobić.

Pamiętam, co przeszkadzało mi najbardziej, gdy pracowałam jeszcze w gazecie. To było przynoszenie nieświeżych i nic nie mówiących informacji. Często o samym wydarzeniu w takiej notce były dwa zdania, a reszta to obszerna lista sponsorów i kilkanaście nazwisk organizatorów. Dziennikarz musi mieć szansę przetworzenia takiego tekstu, więc warto pamiętać o jego jakości i pewnym informacyjnym bogactwie, a także być gotowym na uzupełnienie informacji w nim zawartych na życzenie dziennikarza.

**PP.** A do tego wszystkiego te dwa wspomniane przez ciebie zdania mają zerowy medialnie potencjał. Są przepisane żywcem z projektu i sporządzone pozarządowym slangiem, co czyni je dla dziennikarza i czytelnika kompletnie niezrozumiałymi.

**PP.** A jaki może być dla organizacji pożytek z zaistnienia w mediach? Bo

nie chodzi przecież tylko o promocję realizowanego właśnie projektu, która tak czy inaczej musi mieć miejsce, bo takie są wymogi grantodawcy.

**MHP.** Staje się chociażby dzięki temu bardziej wiarygodna. I dla potencjalnego odbiorcy, i dla przyszłego grantodawcy, także dla urzędnika, który ma z nią do czynienia.

**PP.** Zdecydowanie łatwiej rozmawia się z kimś, kto wie o twoim istnieniu, że nie reprezentujesz jakiegoś mglistego przedsięwzięcia, ale robisz coś dobrego i masz na tym polu konkretne osiągnięcia. Myślę też o pożytku, jakim jest promocja trzeciego sektora. Narzekamy, że brak nam zasilenia ze strony nowych, młodych ludzi... Dlaczego mieliby się nagle pojawić, jeśli nie mają możliwości dowiedzenia się o nas. A tu media są bardzo dobrym narzędziem, oczywiście tylko wtedy, gdy umiejętnie go użyjemy.

**MHP.** Ważne jest też, żeby zmienić nastawienie ludzi do organizacji pozarządowych. Żeby nie korzystali tylko z wiedzy podwórkowej, albo z tego, co wiąże się z sensacyjnym podejściem do tematu. Bo komisja śledcza nagłośniła sprawę fundacji Kwaśniewskiej, której rozmaite rzeczy zarzucano, albo w „Jak miłość”, serialu, który oglądają miliony osób, pokazana została fundacja, której prezes sprytnie defrauduje pieniądze.

**PP.** Marne zdanie o fundacjach nie jest, niestety, odosobnione. I nie pomoże tu fakt, że ich działania są całkowicie transparentne. Nikomu nie chce się zaglądać do internetu, by sprawdzić, na co przeznaczają się pieniądze i jak są one wydawane. Jako społeczeństwo jesteśmy nie tylko nadmiernie podejrzliwi, ale też na tyle leniwi, że nie chce się nam weryfikować lekko rzucanych oskarżeń. A jeśli doda się do tego świetnie u nas funkcjonujący mechanizm przenoszenia wszystkiego co złe z jednostek na

ogół reprezentantów danej warstwy społecznej czy zawodowej...

**MHP.** Żadne media jednak bez zapłaty nie opublikują raportu z działań organizacji, a już na pewno nie zajmą się prezentacją rozliczeń dotacji. Tu trzeba korzystać z internetu, ale warto pomyśleć o tworzeniu własnych kanałów informacji, choćby własnej prasy. Niewiele jest poświęconych trzeciemu sektorowi tytułów, a i te, które istnieją, są często hermetyczne i mają krąg odbiorców ograniczony do środowiska pozarządowego. Na dokładkę dla zwykłego czytelnika wieje z nich nudą, bo zajmują się np. opisywaniem projektów, a brakuje w nich życia,

## TROJE NACZELNYCH O TRZECIM SEKTORZE W MEDIACH

Szczytno to miasto pod jednym względem wyjątkowe. Od piętnastu już lat ilość lokalnych czasopism w tym niespełna trzydziestotysięcznym mieście nie spada poniżej trzech. Kilka tytułów przeszło już do historii, w ich miejsce jednak szybko pojawiły się nowe. Jak przedstawiciele mediów działających w warunkach tak silnej konkurencji postrzegają swoją obywatelską misję? Czy widzą potrzebę opisywania inicjatyw trzeciego sektora i jak informacje o nich powinny wyglądać? Pytamy o to trzy najważniejsze i najbardziej doświadczone na rynku lokalnych szczycieńskich mediów osoby.

**Czym dla ciebie są media obywatelskie, jak rozumiesz to pojęcie?**

Jeżeli przyjąć, że naszym głównym celem, zadaniem czy wręcz powołaniem jest trafiać do czytelnika z informacjami, które go po prostu interesują, które według nas powinny do niego dotrzeć i na niego wpłynąć, to „Kurek Mazurski” jest medium obywatelskim. Tu finalnym skutkiem ma być to, że

brakuje człowieka i jego spojrzenia na prezentowane działania, choć to się już na szczęście zmienia. Przykładem jest chociażby gazeta WWW.NGO.PL. Tylko ten niezrozumiały dla przeciętnego czytelnika tytuł!

**PP.** I właśnie dlatego pozarządowe czasopisma mają krąg odbiorców zawężony do osób i tak mocno już zaangażowanych w trzeci sektor.

**MHP.** Trzeba jednak pamiętać, że dla zainteresowanych te informacje są bardzo cenne. Znajdą tam dobre przykłady działania, ważne dokumenty.

**PP.** Ale media pozarządowe nie powinny zamykać się w wąskim krę-

życie w mieście powinno kwitnąć. Relacje międzyludzkie i kontakty między społeczeństwem a władzą powinny być bardziej ścisłe. Dzięki nam, czy za naszym pośrednictwem, społeczeństwo powinno władzę kontrolować, a wszystko to ma sprzyjać rozwojowi miasta.

**Czy dostrzegasz potrzebę informowania w swoich mediach o działaniach organizacji pozarządowych? Jakie korzyści ma z tego twoja gazeta i czy w ogóle ma. Jakie korzyści mają z tego organizacje pozarządowe, a jakie czytelnik?**

Zgłaszają się do nas organizacje, które realizują projekty za zdobyte granty i proszą nas o jakiś komunikat czy ogłoszenie itp. Jeśli widzimy, że coś się autentycznie dzieje, że jakieś stowarzyszenie organizuje coś fajnego, to przyjmujemy każde zaproszenie, uczestniczymy w tych wydarzeniach i je relacjonujemy. Robimy to, choć zdajemy sobie sprawę, że mogą one nie zainteresować jakiegoś szerszego grona naszych czytelników. Jeździmy nawet po najmniejszych wioskach. Teraz zapraszają nas na przykład do Szuci, gdzie za środki z projektu odbywa się „Noc z Galindami”, jedziemy też do bardzo

gu prasy branżowej czy hobbystycznej. Mogą przecież zaistnieć w jakiś ciekawy sposób. To kwestia ich aktualności i jakości, atrakcyjności dla odbiorcy. Ale też kolportażu, bo nie może być tak, że odbiorca szuka informacji, to ona powinna sama wchodzić mu w ręce. Te niedostatki to może wciąż kwestia słabości trzeciego sektora i ciągle niewystarczających środków, może wynik pewnego braku dojrzałości... Na pewno jednak nie należy się łudzić, że nawet najlepsze media pozarządowe zastąpią pozytywną obecność ngo'sów w mediach komercyjnych.



*Andrzej Olszewski, wydawca i redaktor naczelny lokalnego tygodnika szczycieńskiego „Kurek Mazurski”.*

małej miejscowości Kot, gdzie lokalna społeczność organizuje festyn. I nie zwracamy uwagi na to, że w Szuci czy Kocie nie ma żadnego sklepu, w którym sprzedawany jest „Kurek”. To, co jest fajne, co jest wartościowe, zasługuje na pokazanie w gazecie nie z myślą o tym, że główni bohaterowie wydarzeń ją kupią, ale że przeczytają to inni i wezmą może z nich przykład. Ja nawet jako odbiorca mówię wszem i wobec, że warto

takie pomysły jak w Szuci zaszczyć w całym powiecie. Zachęcić gminy i sołectwa, żeby też szukały swoich źródeł, korzeni i starały się dotrzeć do jakichś pasjonatów historii i tradycji, podejmując próbę kultywowania dawnych zwyczajów, które miały tutaj miejsce.

Z drugiej strony, jeżeli ktoś realizuje programy, na które pozyskał niemałe pieniądze, i z nich opłacani są szkoleniowcy, prelegenci, koordynatorzy, organizatorzy i inni, to niech zadba też o środki na promocję tych działań w prasie. Wszyscy dostają za pracę przy projekcie pieniądze, nawet lokalny restaurator ma szansę zarobić, bo zapewnia catering, obiad i ewentualną uroczystą kolację, dlatego więc ja mam robić za darmo obszerny materiał z czegoś, co raczej nie przysporzy mi czytelników. Warto oczywiście informować o takich nawet najbardziej niematerialnych przedsięwzięciach, ale trzeba dbać o to, by i wilk był syty, i owca cała.

**Jak, według Ciebie, takie informacje powinny wyglądać, na czym po-**

**winny się skupić, żeby zainteresowały czytelnika, żeby je w ogóle wyłowić z natłoku informacji?**

Tak, żeby zaciekały czytelnika. Ci, którzy daną imprezę organizują, muszą to zrobić tak, by ludzie chcieli w niej uczestniczyć i ją oglądać. Muszą więc szukać pewnych kompromisów, dzięki którym promowaniu wartości towarzyszy też zabawa i dobry humor, co czyni je strawnymi dla odbiorcy. To samo prawo obowiązuje w stosunku do tekstu i czytelnika. Oczywiście, nie możemy fantazjować, ale trzeba wydarzenie przedstawiać w sposób barwny. Z jednej strony tekst musi oddawać wierny obraz rzeczywistości, z drugiej musi być atrakcyjny i ciekawy. Oryginalna i atrakcyjna impreza, jak wspomniana przeze mnie „Noc z Galindami”, na pewno zainteresuje odbiorcę. W przypadku poważniejszych tematów jest nieco inaczej. Tutaj często mam obiekcje. Czy opisanie warsztatów czy szkoleń – że się odbyły i czego dotyczyły, zainteresuje poten-

cjalnego odbiorcę? To kwestia wyłapania atutów, które wypływają z tych szkoleń. Informując mnie o projekcie jego realizator musi skoncentrować się na tych walorach swoich działań, które sprawią, że odbiorca pomyśli – kurczę, może i ja powinienem wziąć w tym udział. Dobrze jest, gdy szkoleniom i warsztatom towarzyszy wymierny efekt, na przykład fakt, że kilkunastu z ich uczestników zostało zatrudnionych przez jakąś firmę. To jest news. Sposobem na ciekawe opisanie szkolenia może być spojrzenie na nie z perspektywy jego uczestnika, zajęcie się jego konkretną osobą.

To jednak wymaga daleko idącej współpracy. Jeśli wspólnie z organizatorem warsztatów i szkoleń dojdziemy do consensusu co do przedstawienia ich w atrakcyjny sposób, to ja ten temat kupię. Ale też muszę mieć przekonanie, że nie robi on tego tylko dlatego, że w swoim projekcie ma założone jakieś publikacje w prasie i musi się z tego rozliczyć, co często ma miejsce.



*Arkadiusz Niewiński, wiceprzewodniczący Stowarzyszenia Klub Pro Publico Bono w Szczytnie, do niedawna naczelny tygodnika „Extra Mazury”.*

**Czym są dla Ciebie media obywatelskie, jak rozumiesz to pojęcie?**

Zakładam, że nie chodzi o podanie definicji, bo ta wyprana bę-

dzie z emocji, zaangażowania, chęci działania i potrzeby wpływania na lokalne (zwłaszcza) środowisko. Jak wszystkie definicje zresztą. Nie będzie w definicji ludzkiej pasji, wiary i poświęcenia. a te właśnie czynniki w istotnym stopniu odróżniają media obywatelskie od komercyjnych. Nie ujmuję tu nic realizującym swoją misję w mediach publicznych i prywatnych. Poruszają się oni jednak w pewnych ramach, które określają właściciele, wydawcy i ... koniunktura polityczna. Nie twierdzą przy tym, że media obywatelskie wolne są od ścierania się koncepcji, chęci forsowania jakichś poglądów czy prób osiągnięcia partykularnych celów. Samo wpływanie na działalność samorządów jest w mniejszym lub większym stopniu „umoczeniem się” w politykę. Trak-

towałbym więc media obywatelskie jako uzupełnienie bądź alternatywę dla innych źródeł informacji. Uzupełnienie o spostrzeżenia, opinie czy propozycje człowieka potocznie zwanego obywatelem, który w wielu kwestiach może mieć zdanie odmienne, a warte uwzględnienia.

Stowarzyszenie – Klub Pro Publico Bono w Szczytnie przez ponad rok wydawało bezpłatny tygodnik. Dla wielu mieszkańców było to jedyne (być może tylko z uwagi na ową bezpłatność) drukowane źródło informacji. Stosowaliśmy dziennikarskie informacje proste, ale nieobce nam były felietony i komentarze. Czy zawsze pisaliśmy obywatelsko? Sądzę, że przeważnie. Można było jednak zaszufladkować moje pióro jako „lewoskrętne”, a twórczość kolegi przewodniczącego jako

liberalno-antytrzyliterową (w środku „i”). Czy to dyskwalifikowało nasz tygodnik jako medium obywatelskie? Na to pytanie nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Podkreślić jednak muszę, że nikt ze składu redakcyjnego nie pobierał jakiegokolwiek wynagrodzenia. Zmierzam w ten sposób to twierdzenia, że brak gaży jest podstawowym wyróżnikiem dla mediów obywatelskich. Jeżeli pojawia się dochód, to kończy się obywatelska misja, a zaczyna się zarobkowanie. Cóż jednak znaczyć mogą nawet najszczytniejsze idee, gdy brak kasy. Koszty tygodnika „zjadły” nasze rezerwy finansowe i musieliśmy zawiesić (a może zaniechać?) działalność wydawniczą. Czy był to zmarnowany czas i pieniądze? Z pewnością nie. Z wrodzoną skromnością możemy stwierdzić, że dużo daliśmy mieszkańcom i dużo nauczyliśmy się sami. a wiedza jest jedną z największych wartości.

**Czy dostrzegasz potrzebę informowania w swoich mediach o działaniach organizacji pozarządowych? Jakie korzyści ma z tego twoja gazeta i czy w ogóle ma. jakie korzyści mają z tego organizacje pozarządowe, a jakie czytelnik**

We wszystkich mediach powinny ukazywać się informacje o działalności organizacji pozarządowych. Nawet najdrobniejsze przedsięwzięcia, jeżeli dostrzegą je media, będą przyczynkiem do zwiększania ludzkiej aktywności. Życie nie składa się tylko z rzeczy wielkich. Zawsze powtarzam, że jeden chce tirem jeździć do Madrytu, a drugi wozić gimbusem dzieci do Pidunia. Jedno i drugie jest konieczne. W sporo tych „małych” konieczności angażują się organizacje pozarządowe. Taka ich rola. I – oczywiście – trzeba naród informować o takiej pracy. Informacje to ziarno, z którego wyrosnąć mogą następni działacze III sektora. a poza tym dla-

czego media mają „marnować”, papier, farbę czy impulsy elektroniczne tylko na informowanie ludzi o tym ile zarabia wójt, ile było krwi w wypadku drogowym, albo ile wypił radny na wycieczce z dziećmi. Czy informacja o zorganizowaniu przez jakieś stowarzyszenie imprezy sportowej nawet dla dziesięciorga dzieci jest mniej ważna? Czy zapewnienie pomocy trzem bezdomnym jest warte funta kłaków? Czy doradzenie dwojgu bezrobotnym jak zwiększyć swoje szanse na zatrudnienie to bzdet? a przecież efekty pracy pozarządowców nie sprowadzają się do wartości: 10, 3 lub 2. To o wiele większe liczby. Kto jednak o tym wie? Media komercyjne wcześniej nie dostrzegały organizacji pozarządowych. Myślę, że naszą działalnością informacyjną spowodowaliśmy, że u nas „temat” wypłynął. W Szczytnie powstał kolejny tygodnik, komercyjny co prawda, ale już składający zapotrzebowanie na informacje z III sektora. To napawa optymizmem. a co do korzyści – są dla mediów i dla organizacji. Promowanie działań to impuls dla aktywizowania ludzi zrzeszonych i niezrzeszonych w organizacjach. To swoista nagroda za społeczną działalność. a dla mediów? Ich odbiorcy to także pozarządowcy. Jeżeli nie będą czytać o swoich i bliźnich działaniach, to część z nich może w ogóle przestać kupować niektóre gazety czy periodyki. a to już jest przeliczalne na pieniądze.

**Jak według ciebie takie informacje powinny wyglądać, na czym powinny się skupić, żeby zainteresowały czytelnika, żeby je w ogóle wyłowił z natłoku informacji**

No i dochodzimy do sedna sprawy. Wszystko zależy od warsztatu dziennikarskiego. To tak jak w supermarketach. Nawet przeciętny towar, byle dobrze zapakowany, znajdzie swoich nabywców. Jeżeli łatwo jest pisać o masakrach drogowych, napadach, skandalach i „no-

wych pomysłach” władzy, to już pewnej wiedzy i wycucia wymaga skonstruowanie informacji o przedsięwzięciach pozarządowych. Dziennikarze komercyjni często nie potrafią, nie chcą albo boją się napisać, że nawet małe może być piękne. Nie wyrażają szacunku dla cudzej pracy. Nie opisują swoich doznań przy wydarzeniach kulturalnych. a właśnie te elementy stanowią o tym, że informacje stają się atrakcyjne. Kiedyś opisać miałem „mikołajkową” wizytę ekipy z Wyższej Szkoły Policji w Świeżycy Środowiskowej prowadzonej przez Stowarzyszenie Humanitarne „Dar Serca”. Ostatecznie zdecydowałem się na krótką informację pisemną, ale podparta kilkoma zdjęciami. Udało mi się na nich uchwycić twarze, gesty, pojedyncze dzieci i całe grupy. Czy może być czytelniejsza informacja od fotografii szczęśliwego dziecka? Mogłem przecież napisać: ośmioro policjantów z WSPol. przybyło do świetlicy, rozdali prezenty o wartości xxl, dzieci cieszyły się, opiekunowie dziękują. Kropka. Fotka. Ktoś przeczytał i zapomniał, a ktoś nie przeczytał. a przecież miło było mi usłyszeć, że fotoreportaż z dziećmi wywołał u kogoś ciarki na plecach a nawet kilka łez.

Dostrzegam jednak możliwość poprawy relacji III sektora z mediami, zwłaszcza komercyjnymi. Niech pozarządowcy sami sporządzają informacje i przesyłają zdjęcia do gazet i tygodników. Niech staną się obywatelskimi współpracownikami. Często na redakcyjnych makietach pojawiają się puste miejsca i tam może trafić pozarządowy i gotowy już materiał. Przestrzegam jednak przed uprawianiem autoreklamy i stylu Trybuny Ludu z 1975 r. Tego żadna redakcja nie przepuści i zrazi się do współpracy. Nie patrzmy więc tylko na stricte media obywatelskie, ale próbujmy uczynić bardziej obywatelskimi wszystkie inne. Dla wspólnego dobra mediów, organizacji i czytelników.



**Halina Bielawska**, zastępca redaktora naczelnego gazety lokalnej „Tygodnik Szczytno”, laureatka konkursu „Obywatel Reporter”.

**Czym dla ciebie są media obywatelskie, jak rozumiesz to pojęcie?**

Jako misję, nawet jeśli brzmi to na zbyt pompadycznie. Ujmując zaś żartobliwie – jako kształtowanie takich postaw, które powodują, że ludzie sami sobie robią dobrze. Prywatnie – mam alergię na sformułowania typu: „należy mi się” lub „tego się nie da” czy też „ktoś coś musi (powinien) zrobić”, przy czym „ktoś” najczęściej jest samorządowa czy państwowa instytucja, nawet jeśli rzecz dotyczy najbardziej prozaicznych, czynności typu odmalowanie przystanku we wsi. Rolą obywatela-reportera (dziennikarza), w moim przekonaniu, jest zatem pokazanie kilku chłopów, jak malują ten przystanek, bo w każdym gospodarstwie pędzel raczej jest, a nie narzekającego na władze sołtysa. Ale też i pokazanie takich sytuacji, kiedy ludzie tzw. zwykli, nareszcie odważnie podnoszą głowy, konsolidu-

ją się, potrafią wywalczyć, a przynajmniej starają się o to, należne działania urzędów czy instytucji. Media obywatelskie to zatem takie, które starają się wpoić w czytelników – obywateli – poczucie praw, ale i obowiązków, pobudzić do aktywności, przekonać, że więcej i szybciej można osiągnąć dzięki oddolnym inicjatywom i własnej, wspólnej pracy dla siebie i innych pospołu.

Niestety, z perspektywy lat z ubolewaniem dostrzegam, że hasło: „bliżej ludzi” powoli oddala się od mediów lokalnych, a wkracza wszechogarniająca komercja i brutalne prawa rynkowe. a to właśnie gazety lokalne, ze względu na swą specyfikę i możliwości, napełniej mogłyby i powinny realizować idee dziennikarstwa obywatelskiego.

**Czy dostrzegasz potrzebę informowania w swoich mediach o działaniach organizacji pozarządowych? Jakie korzyści ma z tego twoja gazeta i czy w ogóle ma. Jakie korzyści mają z tego organizacje pozarządowe, a jakie czytelnik?**

Bez względu na to istnieje potrzeba prezentowania działalności organizacji pozarządowych. To ta sama płaszczyzna, jak wspomniani wyżej panowie z pędzlami na przystanku. Pożyteczna jest każda forma aktywności społecznej, niezależnie od tego, czy jest sformalizowana statutem. W przypadku organizacji pozarządowych dochodzi jeszcze wskazanie (uświadamianie), że duży może więcej, że te sformalizowane ramy dają szereg dodatkowych możliwości, jak np. pozyskanie środków na budowę nowego

przystanku (żeby się już trzymać jednego przykładu). Nie apologizuję organizacji pozarządowych jako jedynie słusznej formy działania na rzecz swoją i innych, bo cenne jest każde takie działanie, a wręcz niepokoi mnie trochę lawinowo rosnąca liczba organizacji „papierowych”, które swoją działalność zaczynają od oczekiwań i żądań zamiast od rzeczywistych, choćby i drobnych dokonań. Jako dziennikarza (który może nawet i ma podstawy, by przypisywać sobie chlubne miano obywatela-reportera) interesują mnie realne działania i realne korzyści prospołeczne. O korzyściach gazety raczej trudno tu mówić, szczególnych nie dostrzegam. Utarło się w mediach przekonanie, że dobra informacja to zła informacja. Zdarzało mi się „walczyć” z jednym z redaktorów naczelnych gazety lokalnej (a pracowałam czy też współpracowałam już ze sporą ich liczbą) o to, by informacja o jakimś stowarzyszeniu czy projekcie była w ogóle zamieszczona. Nie było łatwo przełamać przekonanie, że to jest nudne i nikogo nie obchodzi. Może i tak jest. Ale jeśli takim „nudnym” materiałem uda się jednego choćby czytelnika przekonać do tego, że warto podejmować działania i że jak się chce i robi – to się zrobi – to i warto je publikować.

**Jak, według ciebie, takie informacje powinny wyglądać, na czym powinny się skupić, żeby zainteresowały czytelnika, żeby je w ogóle wyłowić z natłoku informacji?**

Wzory, wzory i jeszcze raz wzory. Nic tak nie mobilizuje, jak przykład sąsiada, który się postarał i ma. ■

NUMERY ARCHIWALNE PISMA DOSTĘPNE SĄ NA STRONIE  
WWW.ESWIP.ELBLAG.PL



# DZIENNIKARZ AMBASADOREM EFS

Małgorzata Woźna

W ramach realizowanego w Łodzi projektu „Empatia – lokalna solidarność na rzecz równych szans” grupa bezrobotnych nagrała bajkę dla dzieci. W realizację słuchowiska zaangażowała się lokalna rozgłośnia radiowa. Zyskał na tym projekt, bo nagranie odbyło się w bardzo dobrych warunkach. Zyskała też stacja radiowa – bo jej logo pojawiło się na wydanych płytach CD. Projekt współfinansowany był ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

## „CHCIEĆ – TO MÓC”...

Choć „chcieć” – to tylko część sukcesu. Aby „móc” – oprócz dobrych chęci potrzebnych jest kilka innych czynników, a jednym z nich, niewątpliwie bardzo istotnym, są środki finansowe. Wstąpienie Polski do Unii Europejskiej przyniosło konkretne rozwiązania tego problemu, a są nimi Fundusze Strukturalne. Trzeba jednak wiedzieć, gdzie i jak szukać oraz kto może po nie sięgać. Okazuje się bowiem, że jest wiele niewykorzystanych pieniędzy a tym samym szans na rozwój. Wychodząc naprzeciw tej potrzebie Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych wraz z Departamentem Europejskiego Funduszu Społecznego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Warmińsko-Mazurskiego zorganizowało szkolenie dla tej grupy osób, które mają za zadanie dostarczanie informacji do szerokiej rzeszy społeczeństwa – czyli mediów naszego województwa. Szkolenie „Dziennikarz ambasadorem EFS – edukacja, informacja i promocja dobrych praktyk” odbyło

się dwukrotnie – w maju (I grupa) oraz czerwcu (II grupa).

Początek szkolenia to zapoznanie dziennikarzy z tym, co już dzięki wsparciu finansowemu Unii Europejskiej udało się zrobić, czyli „dobre praktyki”: zaprezentowane zostały najbardziej interesujące projekty dofinansowane z Europejskiego Funduszu Społecznego – „anielska wieś tematyczna, gdzie diabły mówią dobranoc”,

dzili Garncarską Wioskę w Kamionce pod Nidzicą (maj) i Zakład Aktywności Zawodowej w Giżycku (czerwiec).

Najistotniejszą, z punktu widzenia mediów, częścią szkolenia była kwestia „Media a Europejski Fundusz Społeczny”, czyli obecność mediów w EFS i EFS w mediach.

Funkcją mediów jest nie tylko dostarczanie informacji o wydarzeniach i sytuacji w kraju i na świecie, ale także



Anielskie przysmaki

czyli Aniołowo, Miejsce Inicjatyw Pozytywnych – Kacze Bagno, Cesarskie Kadyny, Wioska Dzieci – Pogrodzie, Wioska Kaperska – Suchacz oraz projekt ośrodków przedszkolnych z terenu Gminy Lubawa. Dziennikarze mieli okazję spróbować lokalnych smaków przywiezionych przez przedstawicieli wsi, grać na bębnach afrykańskich i spróbować swoich sił w chodzeniu na szrudłach pod okiem Michała Łapińskiego z Kaczego Bagna a także odwie-

wyjaśnianie, interpretowanie oraz komentowanie znaczenia i sensu wydarzeń, koordynowanie jednostkowych i zbiorowych działań społecznych. Patrząc z tej perspektywy atutami EFS są: podejmowanie rzeczywistych działań na rzecz mieszkańców, rozwijanie inicjatyw obywatelskich, rozwijanie potrzeb mieszkańców, rozwijanie kapitału społecznego (mobilizacja mieszkańców, zwiększanie potrzeby aktywności obywatelskiej, zwiększenie zaufania i chęci



Przygotowania do nauki chodzenia na szczudłach

do działania), dysponowanie budżetem na promocję oraz dotarcie do bezpośrednich beneficjentów ogółu mieszkańców, możliwość pokazania prawdziwych historii ludzi uczestniczących w projekcie.

Zgodnie z rozporządzeniem Komisji (WE) w czasie realizacji projektów finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego wymagane jest podjęcie działań informacyjno-promocyjnych. Z tego punktu widzenia dla EFS atutami mediów są: możliwość dotarcia do szerokiej grupy docelowej, wypracowane kanały docierania do różnych grup społecznych i zawodowych, łatwość komunikowania się z potencjalnymi beneficjentami”.

Analizując funkcje mediów i celów funduszy europejskich można zauważyć, że istnieje wiele obszarów, w których może odbywać się współpraca. Obecność mediów w EFS i EFS w mediach może się odbywać na dwa sposoby: media tworzą projekty (zarówno samodzielnie jak i we współpracy z innymi podmiotami), informują o działaniach podejmowanych w ramach projektów finansowanych z funduszy unijnych (metody aktywne) lub korzystają z informacji o działaniach podej-

mowanych w ramach EFS udostępniając powierzchnię reklamową (metody bierne).

Aktywne podejście mediów do EFS polega na:

- samodzielnym tworzeniu projektów oraz ich realizowaniu,
- tworzeniu projektów i zapraszaniu do realizacji innych partnerów,
- włączaniu się w realizację projektów przygotowanych przez innego partnera,
- obserwacji działań projektu i opisywanie jego elementów z własnej inicjatywy.

Istnieją także metody bierne.

- realizatorzy projektu wykupują od mediów powierzchnię (czas reklamową, publikując ogłoszenia,
- realizatorzy projektu zgłaszają się do mediów z prośbą o objęcie danego działania patronatem medialnym,
- agencje PR obsługujące projekty kontaktują się z mediami w celu przekazania im przygotowanej przez siebie informacji (przy okazji dziennikarze otrzymują gadżety reklamowe),
- realizatorzy projektu przekazują mediom informacje o swoich działaniach (za pomocą telefonu, faksu czy maila).

## CO MEDIA MOGĄ ROBIĆ W RAMACH EFS?

- informować o konkretnych działaniach w ramach projektu,
- promować poszczególne etapy realizacji projektu,
- promować efekty projektu lub grupy projektów,
- tworzyć własne cykle tematyczne odnoszące się do różnych priorytetów realizowanych w ramach EFS,
- angażować się w debatę publiczną realizowaną w projektach,
- wspierać badania,
- pomagać beneficjentom we włączaniu się do społeczeństwa informacyjnego.

## GDZIE SZUKAĆ POMYSŁÓW I PIENIĘDZY?

- Ministerstwo Rozwoju Regionalnego [www.mrr.gov.pl](http://www.mrr.gov.pl);
- Departament Europejskiego Funduszu Społecznego – konkursy w ramach priorytetu „Nauka i edukacja” [efs@warmia.mazury.pl](mailto:efs@warmia.mazury.pl), tel. 089 521 97 21, infolinia 0801 337 801;
- Wojewódzki Urząd Pracy w Olsztynie – konkursy w ramach priorytetu „Rynek pracy” – [www.up.gov.pl/efs](http://www.up.gov.pl/efs), tel. 089 52 27 955;
- Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej – konkursy w ramach priorytetu „Integracja społeczna” – [rops@warmia.mazury.pl](mailto:rops@warmia.mazury.pl), tel. 089 521 95 30. ■

Na podstawie materiałów źródłowych: materiały szkoleniowe „Media a EFS” Łukasz Głowacki (koordynator programowy w projekcie „Empatia – Lokalna Solidarność na Rzec Równych Szans”, realizowanym w ramach IW Equal – Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Kapitału Społecznego „Rezonans”, dyrektor Radia Vox FM Łódź).

# WIEŚCI ORZYSKIE MIESIĘCZNIK AKTYWNEJ SPOŁECZNOŚCI



**Krzysztof Marusiński**

## POCZĄTKI

Wszystko zaczęło się jakieś półtora roku temu. Wraz z przyjaciółmi, członkami Mazurskiego Stowarzyszenia Aktywności Lokalnej w Orzyszu, zastanawialiśmy się jakimi sposobami, metodami i jakimi narzędziami realizować misję, którą przyjęliśmy dla naszego stowarzyszenia. Misją tą jest: podnoszenie aktywności społecznej poprzez budowanie zasobów i niwelowanie barier, co pomoże lepiej żyć mieszkańcom Mazur Orzyskich.

Jednym z pomysłów było wydawanie gazety lokalnej. Zamysł ten wydawał się ciekawy z tego powodu, że gazeta wyzwalałaby aktywność mieszkańców w wielu wymiarach i jednocześnie oddziaływałoby w różny sposób na wielu mieszkańców. Wpierw wynikiem aktywność przy rejestracji tytułu prawnego i przy organizowaniu redakcji. Potem niezbędna będzie aktywność przy pisaniu materiałów do gazety. Skład gazety, jej druki i dystrybucja to kolejne „okazje” do wyzwalać aktywności. W końcu, owoc tych działań, a więc każdy pojedynczy egzemplarz gazety, wywoła aktywność czytelnika. Przewidywaliśmy, że będzie to aktywność bardzo różna: od obojętnego przeczytania gazety, poprzez zastanowienie się i wymianę uwag z innymi mieszkańcami, po podjęcie działań wynikających z wiedzy nabytej w trakcie jej czytania.

Pomysł wydawał się tyle ciekawy, co niemożliwy do zrealizowania przez organizację, której środki finansowe pochodziły jedynie ze składek członkowskich. Aby obniżyć koszty wydawania należało drukować gazetę we własnym zakresie. Do tego trzeba mieć sprzęt i materiały eksploatacyjne. Potrzebny jest papier do druku. Gazetę powinna prowadzić osoba mająca wiedzę i doświadczenie w tym zakresie, a nie znajdzie się chyba taka, która chciałaby pracować za darmo. Potrzebny jest ktoś do składu komputerowego i do korekty przed drukiem.

Dzisiaj okazuje się, że można zrobić wiele, i że nieco z tych możliwości zrealizowaliśmy. Nasza gazeta lokalna pt „Wieści Orzyskie” drukowana jest we własnym zakresie, na sprzęcie przekazanym nam przez sponsora. Wydajemy każdego miesiąca 1000 egzemplarzy każdego numeru, w formacie A4 o objętości 12 stron. Dzięki zrealizowanemu projektowi pn „Kurs na aktywność! I tak trzymać!”, dofinansowanemu przez Fundację Fundusz Współpracy przy udziale środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL, redakcja została wyposażona w niezbędny sprzęt, a 15 mieszkańców gminy Orzysz uczestniczyło w warsztatach dziennikarskich.

## O NAS SAMYCH

Dotychczas ukazało się 11 wydań gazety służącej pobudzeniu mieszkań-

ców gminy Orzysz do aktywności obywatelskiej. Jaka jest ta gazeta?

Materiały do gazety piszą nasi mieszkańcy w różnym wieku. Regularnie pisują do gazety zarówno młodzi – uczniowie gimnazjum i liceum – jak i starsi, w wieku ponad 60 lat. Są wśród nich osoby bezrobotne, uczące się, pracownicy orzyskich zakładów pracy i instytucji, rolnicy, młode matki i emeryci. Niektórzy przekazują do redakcji, po kilka materiałów do jednego numeru, a niektórzy jeden materiał co kilka numerów. Niektóre z tych osób przygotowują teksty, inne rysują dla potrzeb gazety, a jeszcze inne przekazują fotografie lub udostępniają swoje zbiory archiwalne.

Tematyka poruszanych spraw jest różnorodna. Dużo miejsca poświęcamy prezentowaniu różnych form aktywności. Takich, mniej społecznych i mało obywatelskich jak wędkowanie, ale także takich mniej spotykanych jak patrole modlitewne, omadlające różne miejsca w mieście. Zwracamy uwagę na aktywność wolontarystyczną na rzecz potrzebujących i na potrzebę udziału w wyborach. Prowadzona jest stała rubryka prezentująca zmiany zachodzące w naszym mieście na przestrzeni lat. Stare fotografie publikowane są obok współczesnych, przedstawiając te same miejsca. W każdym numerze czytelnik znajdzie stare mazurskie przepisy kulinarne przystosowane do możliwości współczesnej kuchni. Każdy napisać



**PRINTservice**  
www.printservice.com.pl  
BIURO INFORMACYJNO-HANDLOWE, SERWIS KOPIAREK  
11-500 Giżycko, ul. Wojska Polskiego 8  
tel. 087 429 35 30/31, fax 087 426 47 06, tel. kom. 0 509 838 889

kserokopiarki  
drukarki  
niszczarki  
projektory  
bindownice  
sprzęt biurowy

AUTORYZOWANY PRZEDSTAWICIEL RENOMOWANYCH FIRM

Niechaj wielkanocne życzenie,  
Pełne nadziei i miłości,  
Przyniesie sercu zadowolenie  
Dzisiaj i w przyszłości!  
Redakcja



EFS  EQUAL

Wydanie gazety dofinansowane jest przez Fundację Fundusz Współpracy przy udziale środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL

MIESIĘCZNIK AKTYWNEJ SPOŁECZNOŚCI ORZYSZAN  
wydawany przez Mazurskie Stowarzyszenie Aktywności Lokalnej w Orzyszu

# wieści orzyskie



Nr 2/2008/EQUAL

luty 2008

egzemplarz bezpłatny

ISSN 1898-3375

## AKTYWNY ORZYSZANIN 2007

Wybieramy najaktywniejszego mieszkańca naszej gminy i miasta. Zapraszamy mieszkańców do uczestnictwa w konkursie, który wyłoni najaktywniejszego orzyszanina roku 2007.

Konkurs odbywa się na zasadzie plebiscytu. Każdy z mieszkańców może zgłosić lub poprzeć kandydaturę do tego tytułu. Spośród kandydatów, którzy zostaną wskazani przez największą ilość osób, zwycięzcę wybierze Kapituła Plebiscytu. Kandydatów można zgłaszać już od dziś w sposób wskazany w Regulaminie wydrukowanym na następnej stronie.

Organizując ten Plebiscyt chcemy popularyzować dobre postawy tych mieszkańców naszej gminy, którzy wśród wielu swoich działań dnia po-



wszedniego znajdują także czas na pomoc i bezinteresowne słuźenie innym mieszkańcom. Chcemy upowszechnić działania, które potrzebne są nam wszystkim, a które trudno zapewnić wyłącznie na drodze działalności komercyjnej. Pragniemy uhonorować tych z nas, którzy czynią dobro innym.

Laureat uzyska tytuł "Aktywny Orzyszanin 2007" oraz stosowną statuetkę.

Wykonuje ją Pracownia Autorska Jerzego Stankiewicza z Kętrzyna. Artysta uzyskał dyplom z rzeźby z wyróżnieniem w 1988 na UMCS w Lublinie. Zajmuje się tworzeniem biżuterii wzorowanej na wyrobach dawnych Prusów z przełomu IV-X w. Są to wyroby z mosiądzu, dekoracyjnie patynowane, często inkrustowane bursztynem i korałem, czasem srebrzone i oksydowane. Wykonuje też rzeźbę do wnętrz i ogrodów, insygnia, rzeźbę sakralną, tablice pamiątkowe, medale i statuetki.

Statuetka, mająca być uosobieniem aktywności skierowanej ku lokalnej społeczności, przedstawiać będzie postać kobiety trzymającej w uniesionych dłoniach kulę, emitującą w przestrzeń energię.

Wykonana będzie z mosiądzu patynowanego na brąz, ustawiona na czarnym granicie. Oczko w kuli wykonane będzie z bursztynu.

Bomba poszła w górę! Prosimy o głosy!

### Od Redakcji

Znów spóźniliśmy się z wydaniem gazety. Trochę to sprawa finansów, ale też i opóźnień w nadsyłaniu materiałów do publikacji. Ostatnio przeprowadzone szkolenie dziennikarskie może w tej sprawie pomóc. Liczymy, że osoby biorące udział w warsztatach nauczyły się przygotowywać materiały, a co za tym idzie będą one "rodziły się" bez wielkiego wysiłku, będzie ich więcej na "rynku prasowym" Orzysza.

Większa ilość materiału do gazety nie wyeliminuje problemu: jakie artykuły powinny znaleźć się w Wieściach. Gazeta ma

za zadanie aktywizować nas, mieszkańców, a więc powinny być tutaj przykłady dobrych działań, prezentacje pożytecznych inicjatyw oraz wskazywanie aktywnych osób.

Taka gazeta będzie pożyteczna, ale czy ciekawa? Nie chcielibyśmy zanudzać naszych czytelników, staramy się więc, aby czasami było coś ciekawego lub zabawnego. Tych ostatnich materiałów jest mało. Tym bardziej, że najchętniej śmiejemy się z osób znanych, na przykład z naszych władz i ich przywar. Pół biedy, gdy nasi gminni dostojnicy mają poczucie humoru... A czy mają? Pośmiejmy się z nich, to pewnie się o tym przekonamy.

Redaktor

może do gazety w swojej sprawie będąc pewnym opublikowania jego listu w rubryce „Panie Redaktorze”.

Ktoś powiedział, że Wieści Orzyskie są polityczne. Tak, są polityczne, bo patrzymy naszym gminnym politykom na ręce. Ktoś inny powiedział że jesteśmy brukowcem. Tak, jesteśmy brukowcem bo zajmujemy się bardzo przyziemnymi, najprostszymi sprawami związanymi z miejscowościami, w których nierzadko, droga wybrukowana jest kocimi łbami.

Przede wszystkim jednak, ta gazeta jest nasza. Jest miejscem, gdzie mieszkańcy mogą wypowiadać swoje opinie o miejscu w którym żyją, o naszej władzy, o swoich potrzebach. Wypowiedzieć się na tym forum może każdy. Specjalnie dużo uwagi poświęcamy temu, aby do tego zachęcać.

Prawdą jest, że niewiele znajdują u nas, dla siebie interesującego, osoby spoza naszej gminy, osoby z dużych ośrodków społecznych, z ważnych organizacji i instytucji. Dla nich nasze sprawy mogą wydać się zbyt błahe i mało poważne. Jednak prawdą jest, że gazeta u nas cieszy się tak dużą popularnością, że nie każdy chętny ma możliwość zaopatrzyć się w jej egzemplarz.

Jeżeli poprzez gazetę kilka tysięcy mieszkańców gminy zostanie zachęconych do zajęcia stanowiska w ważnych dla naszej społeczności sprawach, to niewątpliwie część z nich podzieli się swoją opinią z innymi. Część z tych, podejmie próby przeprowadzenia zmian w swoim otoczeniu, a część z takich działań osiągnie rezultat. I o to nam właśnie chodzi.

Biorąc pod uwagę fakt, że „Wieści Orzyskie” dobrze spełniają cele, które im wyznaczyliśmy, planujemy rozwijać

naszą gazetę. Wiemy, że bez pomocy instytucji bądź doświadczonych ludzi mediów rozwój ten będzie bardzo trudny i może przebiegać w niewłaściwym kierunku. Poszukujemy więc pomocy, przede wszystkim merytorycznej z zakresu tworzenia kolejnych wydań, ich składu komputerowego, grafiki, szkolenia redakcji i korespondentów. Chętnie przyjmujemy opiekę mentorską i możliwość bieżących konsultacji za pośrednictwem poczty elektronicznej. Nawiążemy kontakty z innymi mediami obywatelskimi o podobnym charakterze, funkcjonującymi na zbliżonych zasadach.

Osoby chcące w różny sposób włączyć się w tworzenie gazety proszone są o kontakt:

Krzysztof Marusiński

0668 959 616,

e-mail: marusinski@neostrada.pl

Nowoupieczeni „dziennikarze” bezpośrednio po warsztatach dziennikarskich.  
foto Łukasz Głowacki



## 5 POMYSŁÓW NA LOKALNĄ AKTYWNOŚĆ

### WSZECHSTRONNIE AKTYWNI

W zapomnienie odchodzą czasy, w których wieś kojarzyła się z zastojem i nudą. Teraz to właśnie tam miłośnicy przyrody znajdują ukojenie, pasjonaci sztuki odkrywają urodę rodzimej twórczości, a ludzie bawią się wymiennie na plenerowych festynach z wiejskim jadłem i klimatem. Aktywna wieś jest obecnie symbolem postępujących zmian, rozwoju i przekraczania barier. Miejscem działania małych społeczności, kiełkowania pomysłów na rozwój oraz budowania społeczeństwa obywatelskiego. Realizowany od początku lipca projekt „5 pomysłów na lokalną aktywność” zakłada przede wszystkim wsparcie w rozwoju obszarów wiejskich oraz zwiększenie aktywności społecznej ich mieszkańców.

### WŁĄCZANIE W DZIAŁANIE

Projekt oparty został na trzech kluczowych obszarach: PRAKTYKA, PROMOCJA, SZKOLENIA, którymi obejmie 10 społeczności lokalnych bądź organizacji czy instytucji działających na obszarach wiejskich. W ramach zaplanowanych działań społeczności uczestniczące w projekcie mogą liczyć na wsparcie i systematyczną współpracę animatora bądź doradcy czy uczestnictwo w jednodniowych wizytach studyjnych. Realizatorzy zaplanowali również cykl jedno i dwudniowych szkoleń m.in. z zakresu:

- Tworzenia, zarządzania i rozliczania projektów;
- Tworzenia strategii rozwoju, planów odnowy oraz budowania partnerstw;

- Zarządzania i funkcjonowania organizacji;
- Współpracy z mediami.

W planach są również zajęcia praktyczne z rękodzielnictwa czy metod pracy ze społecznością lokalną. Na koniec każda z miejscowości będzie miała możliwość realizacji własnego pomysłu na „lokalną inicjatywę” ożywiająca i integrującą społeczność, np. festynu dla mieszkańców czy dodatkowych zajęć dla dzieci i młodzieży.

Projekt realizowany będzie do końca roku na terenie województwa warmińsko-mazurskiego ze szczególnym uwzględnieniem powiatów: elbląskiego, braniewskiego, lidzbarskiego, ostródzkiego oraz iławskiego. Szczegółowych informacji udziela koordynator projektu Anna Łebek.

Projekt „5 POMYSŁÓW NA LOKALNĄ AKTYWNOŚĆ” realizowany przez Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych współfinansowany jest ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Rządowego Programu Funduszu Inicjatyw Obywatelskich.



## NA RZECZ AKTYWNEJ WSPÓŁPRACY

We wrześniu 2008 r. ESWIP rozpoczęło realizację projektu pod nazwą „Na rzecz aktywnej współpracy”, mającego na celu podniesienie stanu wiedzy na temat społeczeństwa obywatelskiego i procesów demokratycznych. Projekt realizowany będzie na terenie województwa warmińsko-mazurskiego. Planowane zakończenie działań to koniec listopada 2009 r.

Główny cel projektu realizowany będzie poprzez:

- podnoszenie stanu wiedzy o mechanizmach budowania społeczeństwa obywatelskiego i procesów

demokratycznych wśród przedstawicieli administracji i organizacji pozarządowych,

- zwiększenie umiejętności budowania sprawnego systemu zarządzania informacją i budowania strategii rzecznictwa interesów,
- poszerzenie obszarów współpracy wewnątrz sektora pozarządowego i pomiędzy organizacjami a administracją samorządową oraz budowania strategicznych i projektowych partnerstw lokalnych,
- wzmocnienie integracji i samoorganizacji środowiska pozarządowego.

W trakcie realizacji projektu przewidziane są następujące działania:

- spotkania informacyjno-szkoleniowe dla pełnomocników samorządów ds. organizacji pozarządowych połączone z promowaniem ich integracji i współpracy międzysektorowej,
- wsparcie samoorganizowania organizacji pozarządowych w formie powiatowych rad na terenie powiatów w których takie rady są nieaktywne,
- prowadzenie konsultacji oraz promocji współpracy międzysektorowej,
- wymiana doświadczeń i najlepszych praktyk na płaszczyźnie międzynarodowej.

Głównym beneficjentem projektu będą pełnomocnicy władz samorządowych ds. organizacji pozarządowych radni oraz przedstawiciele trzeciego sektora z terenu Warmii i Mazur.

Najważniejsze rezultaty projektu to:

- zacieśnienie współpracy na forum

pełnomocników ds. organizacji pozarządowych

- rozwój Powiatowych Rad Organizacji Pozarządowych, jako struktury przedstawicielskiej do współpracy z samorządami (poprzez Pełnomocników),
- przygotowanie dwóch raportów o fi-

nansach i najlepszych praktykach organizacji pozarządowych

- stworzenie modelowych struktur wsparcia III sektora.

Szczegółowych informacji udziela koordynator projektu Dagmara Bielawska.

Projekt realizowany będzie przy wsparciu udzielonym przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego oraz budżetu Rzeczypospolitej Polskiej w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych.



## AKADEMIA HEROLD

Sieć Wspierania Organizacji Pozarządowych Województwa Warmińsko-Mazurskiego „HEROLD” powstała w roku 2001 jako porozumienie kilkunastu organizacji pozarządowych, które postanowiły wspólnie działać na rzecz organizacji pozarządowych w regionie. Sieć realizowała wiele działań: tworzyła kanały dystrybucji informacji dla organizacji, współtworzyła strategię współpracy samorządu wojewódzkiego z organizacjami pozarządowymi, organizowała wojewódzkie konferencje plenarne organizacji pozarządowych, szkolenia, Fora Inicjatyw Pozarządowych itp.

W opracowanej przez Sieć strategii rozwoju na lata 2007-2011 wskazano kilka głównych problemów: duży poziom zróżnicowania organizacji działających w sieci, niskie doświadczenie w pozyskiwaniu funduszy pomocowych, zarządzaniu projektami, czasem, zasobami ludzkimi, brak stałego finansowania działań organizacji, rotacja zasobów ludzkich w organizacjach sieci, słaba motywacja do współpracy. Podjęto także decyzję o konieczności zmiany profilu sieci z dystrybucji informacji na rozwój lokalny, i co za tym idzie – rozszerzenia Sieci o organizacje rozwoju lokalnego.

„Akademia HEROLD – rozwój i wzmocnienie sieci organizacji pozarządowych na rzecz rozwoju Warmii i Mazur”

Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych, w odpowiedzi na potrzeby i wyzwania stojące przed Siecią, przygotowało projekt „Akademia HEROLD – rozwój i wzmocnienie sieci organizacji pozarządowych na rzecz rozwoju Warmii i Mazur”, który będzie realizowany w okresie wrzesień 2008 – marzec 2010, w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Głównym celem projektu jest wzmocnienie sieci HEROLD oraz podniesienie wiedzy i kwalifikacji liderów sektora pozarządowego w regionie.

Projekt składa się z trzech zasadniczych etapów:

- w pierwszej kolejności Sieć zostanie poszerzona o organizacje rozwoju lokalnego oraz wypracuje jednolite standardy działania organizacji członkowskich,
- następnie, we współpracy z partnerami projektu: Stowarzyszeniem Centrum Aktywności Lokalnej oraz Stowarzyszeniem Trenerów Orga-

nacji Pozarządowych będą prowadzone cykle edukacyjne, w ramach których liderzy organizacji będą uczestniczyli w zajęciach Szkoły Animatorów, Szkoły Trenerów, szkoleniach specjalistycznych oraz wizytach studyjnych,

- uzupełnieniem tych działań będzie kampania informacyjna, która ma na celu promocję działań Sieci HEROLD oraz zachęcanie organizacji pozarządowych do podejmowania partnerskich działań na rzecz rozwoju lokalnego i regionalnego. Kampania będzie prowadzona przez organizację Lokalnych Forów Inicjatyw Pozarządowych, pismo Pozarządowiec, publikację oraz film.

Szczegółowych informacji udziela koordynator projektu Maciej Bielawski.

Informacje na temat wszystkich projektów będą ukazywały się na bieżąco na stronach internetowych: [www.eswip.elblog.pl](http://www.eswip.elblog.pl) oraz [www.wim.ngo.pl](http://www.wim.ngo.pl). Wszystkie osoby zainteresowane szczegółowymi informacjami proszone są o kontakt z koordynatorami projektów pod numerem telefonu (55) 235 33 88 lub (55) 236 27 16.

# „EFEKTYWNI, FACHOWO, SKUTECZNIE”, CZYLI PODSUMOWANIE WIOSNY W ESWIP

**Małgorzata Woźna**

„Organizowane przez państwa Stowarzyszenie szkolenia, w których uczestniczyliśmy oceniamy jako bardzo dobre, potrzebne i ciekawe. Tematy szkoleń były bardzo trafnie dobrane, aktualnie nas interesujące. Były one dobrze przygotowane, w odpowiednich miejscach do tego typu szkoleń, wysoki, merytoryczny poziom. Podczas szkoleń otrzymaliśmy przydatne materiały. Prowadzący szkolenia posiadają bardzo rzetelny, szeroki zakres wiedzy. Szkolenia odbywały się w miłej atmosferze” (pracownicy MGOPS Miłakowo).

„Szkolenie było interesujące pod względem organizacji, nie czuło się znudzenia, zajęcia były wyczerpujące na każdy temat i zrozumiałe. Wykładowcy spełniali oczekiwania kursantów. Atmosfera była miła, gdyż ilość uczestników była odpowiednio dopasowana, każdy mógł się wypowiedzieć i poznać problemy innych. Miejsce szkoleń również miało duże znaczenie, gdyż wpływało pozytywnie na człowieka” (Grażyna Płoska, Świetlica Wiejska w Bogaczewie).

Tak na temat szkoleń organizowanych przez Elbląskie Stowarzyszenie

Wspierania Inicjatyw Pozarządowych wypowiadają się ich uczestnicy.

## „EFEKTYWNI, FACHOWO, SKUTECZNIE NA WARMII I MAZURACH”

Szkolenia zorganizowane były w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, którego głównym celem jest wzrost poziomu zatrudnienia i spójności społecznej. W celu zapewnienia właściwych warunków dla realizacji przez instytucje integracji i pomocy społecznej zadań z zakresu aktywnej integracji niezbędne jest stworzenie możliwości podnoszenia kwalifikacji ich kadr i potencjału organizacyjnego powiązane go ściśle ze specyfiką realizowanych przez nie zadań. Odpowiadając na te potrzeby Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Warmińsko-Mazurskiego przygotował Projekt systemowy „Efektywnie, Fachowo, Skutecznie na Warmii i Mazurach”.

## UCZESTNICY, CZYLI KTO?

W ramach Priorytetu VII, Działania 7.1, Poddziałania 7.1.3 Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki przewidziane były szkolenia dla pracowników i wolontariuszy ośrodków pomocy społecznej, powiatowych centrów pomocy rodzinie oraz innych instytucji pomocy



Pierwsze kroki na szrudłach

i integracji społecznej z terenu województwa warmińsko-mazurskiego. Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych wiosną tego roku w ramach ww. projektu zorganizowało cykl szkoleń, w których udział wzięło ponad 220 osób.

## KIEDY?

28–29.04. i 15–16.05.

Budowanie partnerstw na rzecz rozwoju aktywnej integracji w środowisku lokalnym.

7–9.05., 12–14.05., 25–27.06.

Formy i metody aktywnej integracji zawodowej i społecznej młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym.

20–21.05.

Aktywizacja zawodowa osób niepełnosprawnych, w tym z zaburzeniami psychicznymi.

## CO SIĘ DZIAŁO W STARYCH JABŁONKACH?

Chodzenie na szczudłach, zabawy z ogniem, czy gra na bębnach afrykańskich to tylko część zajęć, w których uczestnicy szkolenia mogli wziąć udział. Postawiliśmy na warsztaty, ponieważ uczestnicząc w grach i zabawach lepiej przyswajają się wiedzę, a potem łatwiej przekazać ją dalej. Chcieliśmy pokazać uczestnikom, w jaki sposób można pracować z młodzieżą czy osobami niepełnosprawnymi, a któż to robi lepiej niż osoby na co dzień z nimi pracujące?

W ramach szkolenia Formy i metody aktywnej integracji zawodowej i społecznej młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym zajęcia poprowadziła Danuta Górny (psycholog, psychoterapeuta z Laboratorium Psychoedukacji w Warszawie), która przedstawiła psychospołeczne uwa-



runkowania zachowań ryzykownych młodzieży. Problemy dotyczące kontaktu, utrzymywania relacji z trudną młodzieżą, radzenia sobie ze stresem oraz przykłady dobrych praktyk pracy z młodzieżą przedstawił Krzysztof Panfil (pedagog, prezes Stowarzyszenia Przyszań). W programie szkolenia znalazł się również temat środków masowego przekazu tworzonego przez młodych jako forma aktywizacji przez media.

Tę część zajęć poprowadziła Anna Łebek (ESWIP, animator społeczno-kulturowy) na co dzień zajmująca się m.in. tą formą pracy z młodymi ludźmi. Dużym powodzeniem cieszyły się zajęcia poprowadzone przez Michała Łapińskiego (animator społeczno – kulturowy, Miejsce Inicjatyw Pozytywnych Kacze Bagno), który po teoretycznym wprowadzeniu zachęcił uczestników szkolenia do wzięcia udziału w prowadzonych przez niego formach pracy z młodzieżą: uczestnicy mieli okazję chodzić na szczudłach, tańczyć z ogniem i grać na bębnach afrykańskich. W programie nie mogło zabraknąć również zajęć dotyczących

możliwości zdobywania środków w ramach programu Młodzież w działaniu. Tę część szkolenia poprowadził Tomasz Woźniak (dyrektor Centrum Kultury w Iławie oraz trener umiejętności społecznych Fundacji Centrum Edukacji Obywatelskiej), który opowiedział także o swoich doświadczeniach w pracy z młodzieżą.

Szkolenie na temat „Budowanie partnerstw na rzecz rozwoju aktywnej integracji w środowisku lokalnym” obejmowało teoretyczne podstawy budowania partnerstw, praktyczne informacje nt. tworzenia lokalnych partnerstw na rzecz rozwiązywania problemów społecznych – Programy Aktywności Lokalnej PAL oraz możliwości finansowania działań partnerskich w kontekście Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki i innych programów grantowych. Uczestnicy szkolenia mieli również okazję uczestniczyć w warsztatach, na których zostały przedstawione dobre praktyki partnerstw: Wolontariat 50+, Programy Aktywności Lokalnej (PAL) oraz zastosowanie metody Centrum Aktywności Lokalnej CAL

w instytucjach pomocy społecznej i organizacjach pozarządowych. Zająć poprowadzili: Arkadiusz Jachimowicz (prezes ESWIP, trener), który przedstawił teoretyczną część na temat budowania partnerstw, Monika Hausman-Pniewska (ESWIP, trener Centrum Aktywności Lokalnej) oraz Małgorzata Wasiewicz (MOPS Gdynia). Ostatnim punktem programu były możliwości finansowania lokalnych partnerstw w kontekście Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki oraz innych programów grantowych.

Celem kolejnego szkolenia pt. „Aktywizacja zawodowa osób niepeł-

nosprawnych, w tym z zaburzeniami psychicznymi” było przedstawienie uczestnikom, w formie wykładowej połączonej z warsztatami, mechanizmów budowania grup zadaniowych oraz doboru ról w Zespołach Pracowniczych, szczególnie z udziałem osób z niepełnosprawnościami, a także możliwości finansowania własnych pomysłów na aktywizację zawodową osób niepełnosprawnych. Poruszone zostały również zagadnienia prawne i organizacyjne dotyczące zatrudnienia osób niepełnosprawnych. Zaprezentowano także dobre praktyki w zakresie aktywizacji i form

zatrudniania osób niepełnosprawnych. Szkolenie poprowadzili: Beata Wrzosek (Elbląska Szkoła Medyczna – Szkoła Policealna im. Jadwigi Romanowskiej) oraz Marek Skaskiewicz (prezes Warmińsko – Mazurskiego Stowarzyszenia Ludzi Niepełnosprawnych „ALFA”).

## TO JESZCZE NIE KONIEC...

Wrzesień i październik znowu upłyne pod znakiem szkoleń. Zainteresowanie jest ogromne, szkoda, że nie możemy zabrać ze sobą wszystkich. ■

Efekt zajęć warsztatowych – aktywizacja zawodowa osób niepełnosprawnych



## Przegląd mediów zaangażowanych społecznie:

### Portale internetowe:

[www.ngo.pl](http://www.ngo.pl) – Portal Organizacji Pozarządowych  
[www.oai.pl](http://www.oai.pl) – Obywatelska Agencja Informacyjna  
[www.civicpedia.ngo.pl](http://www.civicpedia.ngo.pl) – Serwis internetowy poświęcony badaniom społeczeństwa obywatelskiego  
[www.watchdog.org.pl](http://www.watchdog.org.pl) – Portal Organizacji Strażniczych  
[www.pk.org.pl](http://www.pk.org.pl) – Panorama Kultur  
[www.autentyk.info](http://www.autentyk.info) – Niezależny Magazyn Internetowy  
[www.ekonomiaspoleczna.pl](http://www.ekonomiaspoleczna.pl) – portal poświęcony zagadnieniom Ekonomii Społecznej

### Magazyny i czasopisma:

[gazeta.ngo.pl](http://gazeta.ngo.pl) – ogólnopolski miesięcznik o charakterze popularyzatorskim i edukacyjnym  
Pozarządowiec – pismo organizacji pozarządowych województwa warmińsko-mazurskiego  
Razem z Tobą – miesięcznik osób niepełnosprawnych  
Ekonomia Społeczna – kwartalnik podejmujący tematykę przedsiębiorczości społecznej  
Kwartalnik LOS – Czasopismo Samopomocy Społecznej  
Rocznik – pismo o organizacjach pozarządowych  
Pomagamy – nowoczesne pismo wolontariuszy

### Inicjatywy telewizyjne:

[www.telewizjaobywatelska.org.pl](http://www.telewizjaobywatelska.org.pl) – Studio Telewizji Obywatelskiej  
Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych  
Studio Telewizyjne Fundacji Elbląg oraz Eksperymentalna Młodzieżowa Inicjatywa Telewizyjna  
Fundacja Elbląg ([www.fundacja.elblag.pl](http://www.fundacja.elblag.pl))  
Kurier Obywatelski  
Centrum Inicjatyw Obywatelskich w Słupsku ([www.youtube.com/cioslupsk](http://www.youtube.com/cioslupsk))  
[ngotv.pl](http://ngotv.pl)  
Obywatelska Telewizja Internetowa przy Europejskim Domu Spotkań Fundacji Nowy Staw  
[3sektor.tv](http://3sektor.tv)  
Telewizja internetowa promująca działania Ekonomii Społecznej w Polsce i na świecie



T E L E W I Z J A  
**OBYWATELSKA**

[www.telewizjaobywatelska.org.pl](http://www.telewizjaobywatelska.org.pl)

Pasjonaci, społecznicy, lokalni liderzy, animatorzy – wspólnie kreujemy obywatelską rzeczywistość. Podejmujemy się tematów trudnych i niewygodnych, reagujemy na problemy społeczne, wstuchujemy się w głosy obywateli. Powołując do życia Telewizję Obywatelską podjęliśmy się realizacji społecznej misji mediów. Korzystając z siły przekazu, działając pro publico bono, tworzymy media zaangażowane społecznie.