|  |
| --- |
| CVTI SR |
| **Príprava projektov občianskej vedy** |
| Sekcia 3 |

1. **Hľadanie partnerov**

Občianska veda je založená na spolupráci. Úspech projektu vyžaduje spojenie materiálnych a ľudských zdrojov, rôznorodých schopností a zručností účastníkov.

Existujú rôzne stratégie ako naštartovať projekt občianskej vedy. Mnoho z nich vzniká vo vedeckom kolektíve ako klasický výskumný projekt – vedci vytvoria návrh, žiadosť o grant a po úspešnom získaní grantu začnú plniť jednotlivé projektové úlohy (<https://www.youtube.com/watch?v=XVLqUsOw1eQ>). V prípade úspechu a preukázania spoločenského významu projektu môžu riešitelia postupne získať viacero grantov. Ak má projekt dlhodobý charakter, je pre jeho udržateľnosť výhodné, ak sa aspoň časti zodpovednosti zaň ujme nadácia, nezisková organizácia, prípadne štátna agentúra, ktorej činnosť zastrešuje tému projektu. Niektoré projekty občianskej vedy začínajú priamo z iniciatívy neziskového sektora (napr. Zimné sčítanie vodného vtáctva), vzdelávacích inštitúcií alebo štátnych organizácií (na Slovensku vyšlo viacero originálnych projektov občianskej vedy z Agentúry pre ochranu životného prostredia – napr. projekt Živá príroda, alebo Enviróza (<https://www.youtube.com/watch?v=khHrCC8kXag>, <https://www.youtube.com/watch?v=_QcCfSvzqn>), ďalším príkladom je Monitoring sucha Slovenského hydrometeorologického ústavu (<https://www.youtube.com/watch?v=g5QmKAaJmCM>), sú financované z grantov alebo zo zdrojov zakladajúcej organizácie. Nemálo projektov so zapojením širšej verejnosti však vzniká „zdola“ – napr. monitoring bociana bieleho (<https://www.youtube.com/watch?v=T0S-lnZ76Hg>) – ako iniciatíva jednotlivca, ktorý spočiatku sám hradí náklady a poskytuje projektu základňu, kým svojím entuziazmom, kvalitným obsahom projektu a prvými výsledkami získa ďalších spolupracovníkov, granty na rozvoj, prípadne trvalú podporu zo strany inštitúcií.

Samozrejme, ani tradičná forma vedy sa bez spolupráce nezaobíde, ale v občianskej vede zvyčajne spolupracuje väčšie množstvo a rozmanitejšia paleta partnerov. Ako nájsť a udržať si tých správnych?

1. **Partneri – účastníci projektu**

Prvým krokom je poznať komunity. Kde sa združujú ľudia, ktorých by náš projekt mohol osloviť? Je vhodné overiť si, či majú na Slovensku (prípadne v regióne, ktorý skúmame), profesijné alebo záujmové združenia, kluby. Pre projekty z oblasti medicíny môžu byť relevantné združenia pacientov a ich podporovateľov. Pre výskum v oblasti meteorológie sú cieľovou skupinou ľudia, ktorých práca najviac závisí od počasia – poľnohospodári, záhradkári, lesníci (ako v prípade projektu monitoringu sucha, viac o ňom nižšie). Organizujú stretnutia, vzdelávacie podujatia, festivaly, výstavy? Zúčastnime sa ich, pokúsme sa spoznať účastníkov a návštevníkov, ich záujmy a motivácie. Hovorme s nimi o svojom projekte, vysvetlime im, aký je význam riešenia našej otázky.

Zistime, aký druh komunikácie preferujú, spoznajme ich komunikačné kanály. Majú vlastné periodiká, webové stránky, skupiny na sociálnych sieťach? Prispejme do nich informáciami o svojej téme, ponukou spolupráce na projekte a dôvodmi, prečo by sa mohli chcieť zapojiť. Pýtajme sa tých, ktorí sa zapojili na ich motivácie – možno nás prekvapia.

Nemali by sme dovoliť, aby nám vlastné predpoklady o účastníkoch projektu „zastreli zrak“. Veľký význam pri budovaní korektných vzťahov a dôvery má otvorenosť a aktívne počúvanie partnerov.

Navrhnite im, ako by mohli pomôcť (niekedy existuje v projekte len jeden spôsob, akým môžu účastníci prispieť – napr. zberom dát, hraním online hry, ale často existuje viac spôsobov – šírenie informácií o projekte, pomoc pri vzdelávaní dobrovoľníkov, pomoc organizačná alebo hmotná...), ale vypočujte si aj ich návrhy.

Je dôležité oslovovať ľudí primeraným, zrozumiteľným jazykom a vyhýbať sa zložitej terminológii. Snažme sa v rámci možností čo najviac priblížiť spôsobu vyjadrovania cieľovej skupiny. Ak považujeme za potrebné používať nejaký odborný termín, jasne a stručne ho vysvetlime. Buďme čo najkonkrétnejší. Používajme názorné ilustrácie a vyzývajme účastníkov na spätnú väzbu (či porozumeli a ak nie, hľadajme spolu dôvod). Uvažujme, aký tréning potrebujú, aby sa mohli účinne zapojiť do projektu. Stačí online, alebo je potrebné vziať ich „do terénu“? Ak zber údajov vyžaduje jemné rozlišovanie, vytvorme nástroj (napr. krátky online kvíz), aby sme si overili schopnosti účastníkov a účinnosť tréningu.

Pre účastníkov projektu, ktorí by sa o tému zaujímali hlbšie, majme pripravené materiály alebo odkazy na kvalitné, spoľahlivé zdroje, ktoré im umožnia dozvedieť sa viac.

Ak chceme do projektu zapojiť aj žiakov zo škôl, je dobré spolupracovať pri príprave materiálov s učiteľmi a všetky aktivity vopred vyskúšať s deťmi porovnateľného veku ako cieľová skupina.

V každom prípade, zapájanie verejnosti sa nedeje samovoľne. Aj komunikácia s účastníkmi musí mať vopred premyslenú stratégiu a časový plán, najmä v prípade, ak je projekt viazaný na konkrétne udalosti v prírode (čas kvitnutia určitých rastlín, rozmnožovacie obdobie alebo migrácia určitého druhu živočíchov), kultúrne udalosti (napr. sviatky, výročia), alebo priebeh školského roka. Vyplatí sa mať vopred pripravené materiály, vrátane textu e-mailov (aspoň tie časti, ktoré sa vopred pripraviť dajú, lebo dosť času a práce zaberie vypracovávanie tých častí, ktoré závisia od priebehu projektu a vopred sa pripraviť nedajú), ktoré v príslušnom termíne zverejňujeme alebo rozosielame: výzvy na spoluprácu, letáky, tlačové správy, metodické príručky, priebežné informovanie o výsledkoch, riešení problémov alebo o dodatočných úlohách, ktoré je potrebné splniť, poďakovanie za spoluprácu a záverečné vyhodnotenie výsledkov s informáciou, či sa projekt končí alebo kedy a v akej podobe bude pokračovať, aký bol jeho prínos, prípadne aké máme v súvislosti s témou plány do budúcnosti. Zdvorilo a včas odpovedať na otázky a požiadavky množstva účastníkov je náročné, preto väčšie projekty zvyčajne majú človeka špecializovaného na komunikáciu. Ak chceme zapojiť komunitu, ktorá je izolovaná alebo znevýhodnená, je vhodné prizvať do tímu jej aktívneho člena, ktorý pozná jej podmienky a potreby a bude v nej fungovať ako „spojka“ alebo „katalyzátor“ projektu.

Časť z komunikačných a organizačných úloh projektov občianskej vedy môže uľahčiť existencia mobilnej aplikácie, do ktorej účastníci zadávajú údaje. Nemožno sa však spoliehať iba na ňu – bez aktívnej propagácie by mohla ostať nepovšimnutá, málo využívaná a nenaplnila by potenciál projektu.

Treba si uvedomovať, že komunitu nestačí osloviť iba na začiatku projektu. Aby záujem rýchlo neopadol, mali by nasledovať ďalšie aktivity – vzdelávanie, súťaže, podujatia, kde môžu účastníci interagovať navzájom, diskusie o výsledkoch, v prípade pokročilejšej komunity aj zapojenie do analýzy dát, prípadne účasť na rozhodovaní o ďalších cieľoch. Ak prístup, ktorý sme zvolili, prestáva prinášať ovocie, zmeňme ho a skúsme zapojiť do komunikačnej stratégie nové prvky. Ak máme možnosť, spýtajme sa aj účastníkov, ktorí z projektu odchádzajú, na ich motivácie a dôvody.

Nezabúdajme účastníkom poďakovať za to, akým spôsobom prispeli k projektu a oceniť ich prínos, prinajmenšom morálne. Niekedy sa dajú zabezpečiť aj iné spôsoby, ako dobrovoľníkom uľahčiť účasť v projekte, napr. preplatiť cestovné náklady, materiál, alebo im zapožičať prístroje.

Pri prezentovaní výsledkov (v publikáciách, na webe a pod.) pamätáme na tých, ktorí prispeli k ich vzniku. Tam, kde je to primerané (napr. sú autormi fotografií, ktoré chceme použiť) uvádzame mená účastníkov, samozrejme s ich súhlasom, alebo (ak ide o kolektívne prispenie) názov združenia. Aj drobné veci alebo udalosti súvisiace s komunikáciou ovplyvňujú zážitok dobrovoľníka z účasti v projekte, motivujú ho k pokračovaniu, rozvoju, alebo k posunu iným smerom. Snažme sa konať tak, aby ľudia, ktorí dobrovoľne venujú svoj čas nášmu projektu, mali na konci pocit zmysluplne vynaloženého úsilia.

1. **Partneri – organizácie**

**Žiadosť o projekt**

[**https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-apply\_sk**](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-apply_sk)

**Financovanie projektu**

* Granty
* Finančné nástroje (úvery, záruky a kapitál)
* Subvencie
* Trustové fondy
* Ceny a verejné obstarávania (verejné zákazky)

[**https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-apply/you-apply-eu-funding-beginners\_sk**](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-apply/you-apply-eu-funding-beginners_sk)

**Partnerstvo**

Ak už viete, na čo bude váš projekt zameraný a o akú výzvu máte záujem, je potrebné rozmýšľať nad vhodným partnerom do projektu. Treba si položiť základné otázky:

* Čo od partnerstva očakávate?
* Čo vám vie ponúknuť partnerstvo?
* Čo viete ponúknuť vy?

Partnerom môže byť akákoľvek spoločnosť, organizácia alebo mimovládna organizácia bez ohľadu na jej sídlo, za predpokladu, že bude finančne životaschopná a kvalifikovaná na plnenie úloh uvedených v návrhu projektu.

Užitočné informácie nájdete na odkazoch nižšie:

[**https://eraportal.sk/horizont-2020/manual-na-vyhladavanie-partnerov/**](https://eraportal.sk/horizont-2020/manual-na-vyhladavanie-partnerov/)

[**http://www.ideal-ist.eu/partner-search**](http://www.ideal-ist.eu/partner-search)

[**https://een.ec.europa.eu/tools/services/SearchCenter/Search/ProfileSimpleSearch**](https://een.ec.europa.eu/tools/services/SearchCenter/Search/ProfileSimpleSearch)

[**https://ec.europa.eu/info/education/set-projects-education-and-training/find-funding-partners-education\_en**](https://ec.europa.eu/info/education/set-projects-education-and-training/find-funding-partners-education_en)

[**https://een.ec.europa.eu/content/international-partnerships-0**](https://een.ec.europa.eu/content/international-partnerships-0)

[**https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home**](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home)

**Čo môžete využiť pri hľadaní partnerov**

* Existujúce zdroje, ak ste už niekedy v minulosti projekt realizovali a využite referencie od bývalých partnerstiev
* Podporné organizácie
* Medzinárodné databázy projektov

EU. Citizen-Science <https://eu-citizen.science/projects>, SciStarter [https://scistarter.org/](https://scistarter.org/-) - nástroj Project Finder, Zooniverse <https://www.zooniverse.org/>, An inventory of citizen science activities for environmental policies <https://data.jrc.ec.europa.eu/dataset/jrc-citsci-10004>

* Výstupy iných projektov
* Sociálne médiá

Uľahčiť prácu pri hľadaní partnerov môžu aj webové nástroje, napríklad formulár hľadania partnerov pre projekty Horizont 2020:

[**https://eraportal.sk/horizont-2020/formular-pre-hladanie-partnerov/**](https://eraportal.sk/horizont-2020/formular-pre-hladanie-partnerov/)