



Media

I. Dane organizacji

Nazwa organizacji w języku polskim	Proszę wprowadzić pełną nazwę organizacji, zgodnie z właściwym rejestrem.
Nazwa organizacji w języku lokalnym	Proszę wprowadzić pełną nazwę organizacji, zgodnie z właściwym rejestrem.
Adres organizacji	Proszę wprowadzić pełny adres organizacji, wraz z podaniem kraju.
Imię i nazwisko osoby do kontaktów roboczych	Dane osoby, która z ramienia organizacji będzie odpowiedzialna do udzielania dodatkowych informacji lub uzupełnień.
Nr telefonu osoby do kontaktu	Bezpośredni numer telefonu do osoby do kontaktów roboczych - z podaniem nr kierunkowego.
Adres e-mail osoby do kontaktu	Bezpośredni e-mail do osoby do kontaktów roboczych.

II. Charakterystyka mediów

Nazwa medium	Należy podać pełną, oficjalną nazwę medium w takiej formie, w jakiej funkcjonuje ono w obiegu publicznym. Jeśli medium jest częścią większego projektu lub działa pod marką własną, należy wskazać nazwę używaną w praktyce redakcyjnej i rozpoznawalną dla odbiorców.	
Typ medium	wybierz opcję	Pole wyboru, proszę wybrać typ medium, którego dotyczy projekt.
Rok założenia/rozpoczęcia działalności	Należy wskazać rok, w którym medium zostało założone lub faktycznie rozpoczęło działalność redakcyjną (pierwsze wydanie, pierwszy odcinek, uruchomienie strony).	
Wydawca/podmiot prowadzący	W tym miejscu należy podać dane formalne wydawcy lub organizacji prowadzącej medium – nazwę instytucji, stowarzyszenia, fundacji lub innego podmiotu odpowiedzialnego prawnie i finansowo za jego funkcjonowanie.	
Język publikowanych treści	Opis powinien wskazywać język lub języki, w których medium publikuje swoje treści. W przypadku publikacji dwujęzycznych lub wielojęzycznych należy podać proporcje lub dominujący język przekazu.	
Cechy wyróżniające medium	Opis specyfiki medium na tle innych podobnych przedsięwzięć: unikalny profil tematyczny, zasięg, grupa odbiorców, sposób prezentowania treści, tradycja, nowoczesna forma przekazu, otwartość na młode pokolenia czy wyspecjalizowanie w określonej dziedzinie.	
Rodzaj publikowanych treści	Przedstawienie zakresu merytorycznego publikacji – np. artykuły informacyjne, reportaże, materiały edukacyjne, audycje radiowe, relacje z wydarzeń polonijnych, wywiady, treści kulturalne, sportowe, społeczne, publicystyka.	



Informacja o kadrze/redakcji - imię i nazwisko; funkcja / stanowisko / pełniona rola; zakres obowiązków; opis doświadczenia i kwalifikacji kadry.	Opis powinien zawierać dane dotyczące składu redakcji: • imię i nazwisko członków zespołu, • funkcja/stanowisko lub pełniona rola, • zakres obowiązków, • opis doświadczenia i kwalifikacji, np. wcześniejsza praca dziennikarska, doświadczenie organizacyjne, specjalizacja tematyczna, kompetencje językowe. Warto również wskazać strukturę zespołu (np. redaktor naczelny, redaktorzy, autorzy współpracujący, wolontariusze, osoby odpowiedzialne za kwestie techniczne lub graficzne) oraz podkreślić, czy działalność opiera się na pracy zawodowej, wolontariackiej czy mieszanej.
---	---

III. Informacje o projekcie

Wsparcie w zakresie	
wybierz opcję	Pole wyboru, proszę wybrać rodzaj wnioskowanego wsparcia
Nazwa projektu	
Proszę podać pełną nazwę projektu w języku polskim.	
Opis realizacji projektu – główne cele projektu, szczegółowy opis i zakres działań.	
Opis powinien przedstawiać sposób funkcjonowania danego medium, jego skalę, charakter treści, źródła finansowania oraz przewidywane efekty. W zależności od typu medium należy przedstawić odpowiednie informacje o medium, o którego wsparcie składany jest wniosek. W szczególności proszę opisać: • w przypadku E-wydań / Portali internetowych -Link do strony / e-wydania – aktualny adres internetowy. -Zawartość – artykuły informacyjne, publicystyka, relacje z wydarzeń, multimedia. -Płatne reklamy / treści sponsorowane – procentowy udział w ogólnej liczbie treści. -Treści autorskie – udział materiałów stworzonych specjalnie na potrzeby portalu/e-wydania. -Przedruki – procent treści wcześniej opublikowanych w innych źródłach. -Inne źródła finansowania – reklamy, dotacje, sponsoring. -Koszt funkcjonowania (roczny) – orientacyjne wydatki na utrzymanie medium. -Wydatki – główne koszty, np. hosting, serwer, obsługa techniczna, honoraria autorów. -Zakładane cele i rezultaty – np. zwiększenie liczby odbiorców, poszerzenie tematyki, modernizacja szaty graficznej, zatrudnienie profesjonalnych redaktorów. -Narzędzie do mierzenia statystyk – np. Google Analytics. -Wpływ na podtrzymywanie polskości – rola w zachowaniu języka, kultury i więzi polonijnych. -Prognozowana liczba wyświetleń – szacunkowy zasięg w miesiącu.	



-Charakterystyka odbiorców – grupy docelowe korzystające z portalu/e-wydania.

• **w przypadku Mediów społecznościowych**

-Rodzaj mediów – np. Facebook, Instagram, YouTube.

-Linki do profili – bezpośrednie adresy.

-Zawartość – posty, grafiki, materiały wideo, transmisje na żywo.

-Płatne reklamy / treści sponsorowane – procentowy udział w ogólnej liczbie materiałów.

-Treści autorskie – udział materiałów tworzonych specjalnie na dane kanały.

-Przedruki – udział treści pochodzących z innych źródeł.

-Inne źródła finansowania – np. reklamy, dotacje.

-Koszt funkcjonowania (roczny) – wydatki na utrzymanie i rozwój kanałów.

-Wydatki – główne koszty, np. narzędzia graficzne, reklama płatna, wynagrodzenia.

-Zakładane cele i rezultaty – np. zwiększenie liczby odbiorców, rozwój działań multimedialnych, zatrudnienie specjalisty ds. grafiki.

-Narzędzie do mierzenia statystyk – np. narzędzia analityczne platform.

-Wpływ na podtrzymywanie polskości – sposób wspierania języka i kultury polskiej.

-Liczba oryginalnych materiałów – postów, grafik, filmów przygotowanych w ramach projektu.

-Prognozowana liczba wyświetleń – przewidywany zasięg miesięczny.

-Charakterystyka odbiorców – opis grupy docelowej.

• **w przypadku Prasy drukowanej**

-Tytuł czasopisma / gazety – pełna nazwa wydawnictwa.

-Częstotliwość ukazywania się – np. miesięcznik, kwartalnik.

-Ok założenia – data powstania pisma.

-Wydawca – instytucja lub organizacja prowadząca wydawnictwo.

-Cechy wyróżniające – np. najstarsze pismo polonijne, nagrody, unikatowy profil.

-Format papieru i rodzaj – np. A4, papier kredowy.

-Język publikowanych treści – język lub języki używane w piśmie.

-Zawartość – charakter treści, stałe rubryki, dodatki.

-Płatne reklamy / treści sponsorowane – procentowy udział w numerze.

-Treści autorskie – udział materiałów przygotowanych specjalnie do publikacji.

-Przedruki – udział treści wcześniej publikowanych.

-Inne źródła finansowania – reklamy, dotacje.

-Koszt wydania (roczny) – roczne koszty wydawania pisma.



- Wydatki – np. druk, skład, dystrybucja.
- Cena egzemplarza – jeśli dotyczy.
- Zakładane cele i rezultaty – np. zwiększenie nakładu, rozszerzenie objętości, modernizacja szaty graficznej, zatrudnienie profesjonalnych redaktorów.
- Czy pismo posiada wersję cyfrową – informacja o e-wydaniu.
- Data i miejsce rejestracji – formalne dane rejestracyjne.
- Kolor druku – kolorowe / czarno-białe.
- Wpływ na podtrzymywanie polskości – rola pisma w utrwalaniu języka i kultury polskiej.
- Liczba numerów rocznie, nakład, liczba stron, szacowana liczba odbiorców, charakterystyka odbiorców – dane ilościowe i opis grupy docelowej.

• w przypadku Radio i Telewizji

- Nazwa stacji / programu – oficjalna nazwa medium.
- Ok rozpoczęcia nadawania – data uruchomienia działalności.
- Wydawca / nadawca – instytucja lub organizacja prowadząca stację/program.
- Cechy wyróżniające – np. unikatowa tematyka, nagrody, zasięg.
- Język nadawanych treści – język lub języki audycji/programów.
- Zawartość programowa – audycje informacyjne, publicystyczne, kulturalne, rozrywkowe, transmisje wydarzeń.
- Płatne reklamy / treści sponsorowane – udział w ramówce lub emisji.
- Treści autorskie – udział materiałów przygotowanych specjalnie przez redakcję.
- Przedruki / adaptacje – udział materiałów powielanych z innych źródeł.
- Inne źródła finansowania – np. reklamy, dotacje, sponsoring.
- Koszt funkcjonowania (roczny) – wydatki związane z nadawaniem i produkcją.
- Wydatki – główne koszty, np. sprzęt, studio, wynagrodzenia, licencje.
- Zakładane cele i rezultaty – np. zwiększenie zasięgu, profesjonalizacja produkcji, rozwój nowych formatów, wzmocnienie obecności wśród Polonii.
- Narzędzia do mierzenia zasięgu/statystyk – np. Nielsen, mediapanel, statystyki streamingowe.
- Wpływ na podtrzymywanie polskości – w jaki sposób działalność stacji/programu wspiera język, kulturę i więzi polonijne.
- Prognozowana liczba odbiorców / widzów / słuchaczy – szacunkowy zasięg.
- Charakterystyka odbiorców – grupa docelowa, np. młodzież, rodziny, szeroka diaspora.

Dodatkowo proszę zawrzeć informacje dot. wkładu własnego

Opis powinien uwzględniać planowany wkład własny w projekt:

- wkład finansowy – środki własne organizacji przeznaczone na realizację projektu,
- wkład osobowy – praca członków organizacji, wolontariuszy, zarządu (liczba osób, przepracowane godziny, stawka godzinowa),
- wkład rzeczowy – np. użyczenie sal, sprzętu, samochodu, innych zasobów nieodpłatnie, z wyceną zgodną z cenami rynkowymi.



W przypadku pobierania świadczeń pieniężnych, opłat od odbiorców działania (np. za udział w wydarzeniu, sprzedawać bilety, pobierać opłaty za zajęcia itp.) należy o tym fakcie również napisać we wniosku. Możliwość odpłatności wykonywania działania reguluje regulamin konkursu. Warto pamiętać, że możliwość pobierania świadczeń pieniężnych (opłat) od odbiorców zadania mają wyłącznie organizacje prowadzące działalność odpłatną. Informacje o opłatach muszą być spójne z informacjami zawartymi w budżecie działania. Często w zapisach regulaminów konkursów znajdują się informacje mówiące, że w przypadku uzyskania przychodów z realizacji działania dofinansowanego ze środków publicznych podmiot ma obowiązek zwrócić tę nadwyżkę.

Termin realizacji projektu

Data rozpoczęcia	Data rozpoczęcia realizacji - również termin kwalifikowalności kosztów.	Data zakończenia	Data zakończenia realizacji - również termin kwalifikowalności kosztów.
------------------	---	------------------	---

Miejsce realizacji projektu

Proszę wskazać dokładne miejsce (adres) realizacji projektu.

Opis grupy docelowej i liczba odbiorców projektu. Opis środowiska polonijnego, do którego skierowany jest projekt.

Proszę wskazać przede wszystkim, kto korzysta z danego medium – czytelników, widzów, słuchaczy lub użytkowników portalu i mediów społecznościowych. Warto opisać, że grupę docelową stanowią członkowie lokalnej Polonii, w tym rodziny, młodzież i seniorzy, a także działacze organizacji polonijnych, uczniowie szkół polonijnych oraz sympatycy Polski i polskiej kultury. Następnie należy oszacować liczbę odbiorców projektu, np. poprzez podanie nakładu pisma, liczby subskrybentów, średniej oglądalności, słuchalności, zasięgów w mediach społecznościowych czy liczby odwiedzin portalu. Wskazane jest również podanie prognozy rozwoju zasięgu, np. przewidywany wzrost liczby czytelników czy użytkowników.

Kolejnym elementem jest opis środowiska polonijnego, w którym działa medium: przybliżona liczebność Polaków w danym kraju lub regionie, poziom aktywności kulturalnej i społecznej, stopień integracji lub rozproszenia, a także wyzwania, takie jak brak dostępu do polskojęzycznych treści, ryzyko utraty języka i tożsamości czy ograniczone możliwości uczestniczenia w życiu polonijnym. Na końcu warto pokazać, jaką rolę pełni dane medium w tym środowisku, np. zapewnia bieżący dostęp do informacji w języku polskim, wspiera edukację i znajomość kultury, buduje więź z ojczyzną, integruje społeczność i dociera do grup, które nie angażują się w działalność organizacyjną, w szczególności do młodzieży i nowych fal emigracji.

W jaki sposób projekt odpowiada na potrzeby Polonii i Polaków za granicą - dlaczego ważna jest realizacja projektu?

Proszę opisać, jakie konkretne potrzeby społeczności polonijnej będą zaspokojone dzięki realizacji działań medialnych. Proszę wskazać, w jaki sposób medium (portal, prasa, radio, telewizja, media społecznościowe, e-wydania) wspiera podtrzymywanie języka polskiego, kultury i tradycji, a także budowanie więzi Polaków z krajem. Opis powinien pokazywać znaczenie projektu dla odbiorców – np. zapewnienie dostępu do rzetelnej informacji, integracja środowiska, przeciwdziałanie utracie języka i tożsamości narodowej w młodszych pokoleniach, czy tworzenie przestrzeni do debaty i promocji polskich inicjatyw. Warto wskazać również, dlaczego kontynuacja lub rozwój medium jest ważny (np. zwiększenie zasięgu, poprawa jakości, zapewnienie stabilności działania), odnosząc się do realnych wyzwań i braków w lokalnym środowisku polonijnym.



Opis zakładanych rezultatów	
Co będzie bezpośrednim efektem (materialne „produkty” lub „usługi” zrealizowane na rzecz uczestników) realizacji projektu?	Proszę wskazać konkretne, namacalne rezultaty działań medialnych, jakie powstaną w trakcie realizacji projektu. Mogą to być m.in.: liczba wydań gazety, odcinki audycji radiowych, programy telewizyjne, artykuły i reportaże, liczba przygotowanych postów, materiałów wideo czy podcastów, uruchomienie lub rozwój strony internetowej, wydanie specjalnych dodatków tematycznych, stworzenie archiwum cyfrowego. Należy podać w miarę możliwości dane liczbowe (np. ile numerów pisma, ile godzin emisji, ilu odbiorców planuje się objąć zasięgiem).
Czy realizacja projektu przyczyni się do zmiany społecznej w środowisku lokalnym i w jaki sposób?	Proszę opisać, jaki długofalowy efekt społeczny przyniesie realizacja projektu dla środowiska polonijnego. Mogą to być: wzmocnienie poczucia tożsamości narodowej, zwiększenie dostępu do informacji i treści w języku polskim, lepsza integracja społeczności polskiej w danym kraju, aktywizacja młodzieży poprzez media cyfrowe, zwiększenie uczestnictwa w życiu kulturalnym Polonii, przeciwdziałanie izolacji informacyjnej i językowej. Należy wskazać, w jaki sposób medium wpływa na budowanie więzi między Polakami za granicą oraz na podtrzymywanie ich relacji z Polską.
Czy przewidywane jest wykorzystanie rezultatów w dalszych działaniach organizacji?	Proszę wskazać, czy i w jaki sposób rezultaty projektu będą kontynuowane lub rozwijane po zakończeniu finansowania. Może to być np. utrzymanie archiwum publikacji online, dalsze wydawanie pisma czy prowadzenie portalu, wykorzystywanie przygotowanych materiałów w działalności edukacyjnej lub kulturalnej organizacji, rozwój współpracy z innymi mediami polonijnymi, poszerzanie zasięgu i bazy odbiorców. Ważne jest, aby pokazać, że efekty projektu nie będą jednorazowe, lecz wpisują się w długofalową strategię działania organizacji.
Dodatkowe informacje dotyczące rezultatów realizacji projektu	
Nazwa rezultatu	Planowany poziom osiągnięcia rezultatów (wartość docelowa).
Proszę wpisać konkretne, mierzalne efekty projektu (np. liczba artykułów, numerów pisma, audycji, postów, wyświetleń czy odbiorców).	
Proszę wskazać przewidywaną skalę osiągnięcia rezultatów w postaci wartości liczbowych lub procentowych, możliwych do zweryfikowania.	
Można dodawać i usuwać wiersze.	
Opis przedstawionych w budżecie kosztów oraz uzasadnienie potrzeby ich pokrycia z dotacji.	
Proszę opisać wszystkie koszty ujęte w budżecie projektu oraz uzasadnić, dlaczego są one niezbędne do realizacji zadania. Należy wyjaśnić, w jaki sposób każdy z wydatków przyczyni się do osiągnięcia celów projektu i jakie będzie miał znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania organizacji. Warto w tym miejscu rozwinąć opis również o zakres danego wydatku, np. w przypadku wynagrodzeń proszę podać zakres obowiązków danej osoby, w przypadku pozycji zbiorczych przedstawienie ich składowych itp.	



IV. Kalkulacja kosztów

Kalkulacja powinna być sporządzona zgodnie z cenami rynkowymi. Proszę ceny podawać w PLN.

Lp.	Rodzaj kosztu	Rodzaj miary	Koszt jednostkowy (w zł)	Liczba jednostek	Wartość pokryta z (w zł)					Razem
					dotacji	wkładu finansowego	wkładu osobowego	wkładu rzeczowego	świadczeń pieniężnych od odbiorców zadania	
1.	Proszę jak najszczegółowiej zapisywać rodzaje kosztów o jakie będą Państwo wnioskować.	Jako rodzaj jednostki proszę unikać zagregowanych miar. Nie używajmy kompletów, zestawów, pakietów itp.			0,00					0,00
2.					0,00					0,00
3.					0,00					0,00
4.					0,00					0,00
5.					0,00					0,00
6.										0,00
7.										0,00
8.										0,00
9.					0,00					0,00
10.					0,00					0,00
11.					0,00					0,00
Razem					0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

V. Dodatkowe informacje

- W kosztorysie powinien się znaleźć wkład własny w projekt w wysokości minimum 5% wartości dotacji.
- W kosztorysie powinny się znaleźć wszystkie pozycje, na które organizacja wnioskuję o dofinansowanie i są niezbędne do realizacji projektu.
- Lista kategorii kosztów nie jest zamknięta; proszę **nie używać** rodzaju miary typu komplet, zestaw, pakiet, które uniemożliwiają ocenę pozycji

kosztorysu.

- W kosztorysie można dodawać i usuwać pozycje/wiersze.
- W *Dodatkowych informacjach dot. rezultatów* można dodawać/usuwać wiersze.
- Proszę uzupełnić wszystkie pola zaznaczone na niebiesko.



STOWARZYSZENIE
„WSPÓLNOTA POLSKA”