

Temesváry Zsolt – Tömör Ágnes

A Családbarát közgondolkodás népszerűsítésére és a Gyermekes családok közösségépítő üdülésének támogatására irányuló pályázatok utólagos szakmai hatásvizsgálatának tapasztalatai

A z Emberi Erőforrások Minisztériuma Családpolitikai Főosztálya 2012 nyarán kérte fel a Nemzeti Család- és Szociálpolitikai Intézet Családpolitikai Igazgatóságát a Családbarát közgondolkodás népszerűsítését, valamint a Gyermekes családok üdülésének támogatását célzó 2011-es, illetve 2012-es pályázatok szakmai elemzésére.

A Családbarát közgondolkodás pályázatot az NCSSZI írta ki egyházi és más civil szervezetek, valamint médiaszolgáltatók számára, 2012. február 01. és április 30. közötti támogatási időszakra vonatkozóan. A pályázat teljes keretösszege 62 millió forint volt, az egyes pályázók által maximálisan elnyerhető összeg pedig 1,5 millió forint. A pályázat célja a családbarát közgondolkodás elősegítését szolgáló képzési programok, kommunikációs programok és helyi közösségi kezdeményezések támogatása volt.

A Gyermekes családok üdültetése pályázatot ugyancsak az NCSSZI írta ki civil szervezetek számára 2011. június 15. és november 30. közé eső időszakra. A teljes keretösszeg 23 750 ezer, míg az egy szervezet által maximálisan megpályázható összeg 500 ezer forint volt. A pályázat a gyermekes családok legfeljebb 7 napos üdülését támogatta. Az elbírálás során előnyt élveztek a hátrányos helyzetű családokat üdültető szervezetek.

A beérkezett pályázatokat hatékonysági és méltányossági szempontok alapján vizsgáltuk meg. Érdekelt bennünket, hogy a szervezetek a rendelkezésükre álló erőforrásokból milyen tevékenységeket, milyen eszközökkel, mely partnerek bevonásával és hogyan

valósítottak meg, illetve mennyiben tudtak ezzel hozzájárulni a projektcélokhoz. Továbbá azt is megvizsgáltuk, hogy mely igénybevevői kör bevonásával sikerült a programokat végrehajtani, kik voltak a haszonélvezők, sikerült-e a leghátrányosabb helyzetű csoportokhoz eljuttatni a programokból eredő hozadékokat.

Családbarát közgondolkodás pályázatok utólagos szakmai hatásvizsgálata

Célok és eszközök

A Családbarát közgondolkodás elősegítése pályázati kiíráson belül három kategóriában lehetett benyújtani a pályázatokat, amelyek fedhették egymást. A kiírás értelmében a következő tevékenységekre lehetett pályázni: (1) képzési programok, tréningek, (2) kommunikációs programok, (3) rendezvények, helyi programok. Egy pályázó több tevékenységi körre is pályázhatott, így egy projekten belül valósíthatott meg például média megjelenéshez kapcsolódó tevékenységeket, vagy szervezhetett közösségi programokat.

A 97 db nyertes program közül 95-öt tudunk értékelni, kettő pályázat esetében a szakmai beszámoló, vagy egyéb, az elemzéshez szükséges dokumentáció (programterv, tematika stb.) nem állt rendelkezésre az informatikai rendszerben. A 95 pályázó összesen 139 féle programot valósított meg, ami átlagosan 1,46 projektet jelent. Összesen

38 pályázó valósított meg csupán egy programot; 6 pályázó készítette el projektjét úgy, hogy mind a 3 kategória képviseltesse magát benne; a többi 51 kivitelező pedig 2 tevékenységet valósított meg.

A pályázatok jellegének vizsgálatánál megállapítottuk, hogy a 139 programcsoport közül a legtöbb képzési program vagy tréning volt (60 db – 43%). Ezt követték a rendezvények és a helyi programok szervezése (49 db – 35%). Médiamegjelenéshez kapcsolódó kommunikációs programot 30 nyertes pályázó (22%) valósított meg.

Az elemzés következő lépése a projekt-célok meghatározása volt. Összesen 10 kategória mentén definiáltuk a projektekhez kapcsolódó célokat. Vizsgálatunkból kitűnik, hogy pályázóink legtöbb esetben a családi életre nevelést

tekintették fő küldetésüknek (53,68% említette). Szintén a kiemelt célok között szerepelt a házasságra való felkészítés (46,34%), a konfliktuskezelés és a szülői kompetenciák megerősítése (mindkettőt 36,81% említette). Viszonylag kevesen irányították tevékenységüket ugyanakkor a család és a munka összeegyeztetésének elősegítésére (12,63%), és a speciális családok problémáinak kezelésére (14,76%). Speciális családoknak tekintettük az olyan családokat, ahol hátrányos helyzetű személyek együttéléséről, vagy hátrányos helyzetű személy más személyekkel való együttéléséről beszélhetünk. Ebbe a körbe soroltuk a mélyszegény, a roma, a fogyatékkal élő vagy tartósan beteg vagy állami gondoskodásban lévő gyermeket nevelő háztartásokat. (1. táblázat)

1. táblázat

A megvalósított projektek célja (n=95)

Célok	Hány megvalósító jelölte meg célként?	
	db	%
Konfliktuskezelés	35	36,81
Házasságra való felkészítés	44	46,34
Gyermekekre való felkészítés	24	25,26
Családi életre nevelés	51	53,68
Házasságok megerősítése	35	36,81
Család és munka összeegyeztetése	12	12,63
Speciális családok problémáinak kezelése	14	14,76
Szülői kompetenciák megerősítése	35	36,81
Egyéb	2	2,11

2. táblázat

A megvalósítás során alkalmazott eszközök (n=95)

Eszköz	Hányan alkalmazták?	
	db	%
Szabadidős és sportrendezvények	44	46,32
Koncertek, más színpadi események	16	16,84
Médiamegjelenés	39	41,05
Kiadványok	17	17,89
Képzés	18	18,95
Előadás, tanácsadás	62	65,26
Egyéb	1	1,05

A célok vizsgálata mellett arra is kíváncsiak voltunk, hogy a megvalósítók projektjeik során milyen eszközöket használtak fel. A pályázatokban felmerülő eszközöket hét csoportban gyűjtöttük össze. Vizsgálódásunk során kiderült, hogy a legtöbben valamilyen tanácsadás jellegű tevékenységet vagy előadások szervezését végezték céljaik eléréséhez (a projektek kétharmada). Szintén sok megvalósító szervezett szabadidős és sporttevékenységeket (46,32%), vagy alkalmazott valamilyen elektronikus vagy papír alapú médiamegjelenési formát (41,05%). Viszonylag kevesen, a megvalósítók ötöde-hatoda foglalkozott képzésekkel (18,95%), zenés-táncos rendezvényekkel (16,84%), illetve önálló kiadványok (könyv, CD, folyóirat, DVD stb.) megjelentetésével. (2. táblázat)

Résztvevők és a célcsoport

A célcsoport meghatározásánál figyelembe vettük, hogy egy projektnek több preferált célcsoportja is lehet, ezért mindegyiket szerepeltettük elemzésünk során. Tisztában vagyunk azzal, hogy egyes csoportok között lehet átfedés (pl. „fiatalok” és „házasság előtt állók”, vagy „házasságban élők” és „szülők”). Ilyenkor mindig azt tekintettük célcsoportnak, amely tulajdonság a csoportra irányuló tevékenység szempontjából releváns. A célcsoport összetételét vizsgálva megállapítható, hogy a legtöbb projekt a gyermekeket és fiatalokat (61,05%), illetve a szülőket (58,95%) tekintette célcsoportjának. Szintén sok projekt koncentrált a házasság intézményére, a házasságokhoz szükséges pszichés feltételek megteremtésére, vagy a

házasságok megőrzésére, megerősítésére, így a megvalósítók nagy része foglalkozott házasság előtt állókkal (40%) és már házasságban élőkkel (47,37%). Ugyanakkor elmondható, hogy viszonylag kevés program foglalkozott a speciális célcsoportok bevonásával (20%) és az idősek mozgósításával (24,21%). Utóbbi különösen azért érdekes, mert sok projekt valósította meg tervét a Generációk Közötti Együttélés Világnapja alkalmából. (3. táblázat)

Az önkéntesek bevonásának vizsgálatánál megállapítottuk, hogy a projektek fele (55%) egyáltalán nem foglalkoztatott önkénteseket sem közvetlen, sem közvetett formában a megvalósítás során (legalábbis a szakmai beszámolójukban erre nem utaltak). Ugyanakkor örömdetes, hogy a megvalósítók közel harmada (28%) hangsúlyosan kiemelte az önkéntesek foglalkoztatását, csatlakozott egy létező programhoz, vagy ő maga hozott létre önkéntes szerveződést. A kivitelezők közel ötöde (17%) magvalósított ugyan önkéntes tevékenységet működése során, de az nem tudatos, célzott önkéntes munka volt.

A megvalósítók több mint fele alkalmazott valamilyen szakembert (55%), sőt legnagyobb részük (a szakembert foglalkoztató projektek 80%-a) kettőt, vagy annál többet is. A szakemberek legnagyobbbrészt a segítő szakmákból kerültek ki a tevékenységek jellegéből adódóan (szociális munkások, orvosok, pszichológusok stb.). A programok közel fele (45%) azonban nem alkalmazott szakembereket/képesített segítőköt, mert vagy nem tette szükségessé a program jellege (pl. koncertek szervezése), vagy más okból nem tartották fontosnak.

3. táblázat

A projektekben résztvevő célcsoportok (n=95)

Célcsoport	Pályázatok száma (db)	Résztvételi arány a pályázatok százalékában
Házasságban élők	45	47,37
Házasság előtt állók	38	40,00
Gyermekek, fiatalok	58	61,05
Szülők	56	58,95
Speciális csoportok	19	20,00
Idősek	23	24,21
Egyéb	4	4,21



A résztvevők száma között igen komoly eltérések tapasztalhatók, hiszen míg például egy kommunikációs tevékenység célhoz kapcsolódó online folyóiratnak vagy hetilapnak több tízezer olvasója is lehet, addig egy családterápiás foglalkozássorozatra legfeljebb néhány tucat résztvevő megy el. Ennek megfelelően átlagosan 2779 közvetlen résztvevője volt a programoknak. A legalacsonyabb részvételi szintű projektben 11-en voltak, legtöbb közvetett érintettől (87 000) pedig egy országos hetilap cikksorozatával kapcsolatban számoltak be. A projekteknek átlagosan 7044 közvetett résztvevője volt. A programokban átlagosan 540 hátrányos helyzetű ember vett részt, de a beszámolóiban a megvalósítók azt jelölték hátrányos helyzetűnek, akit akartak, nem voltak erre vonatkozó szempontok.

Esélyegyenlőségi és integrációs szempontok

Elemzésünk során hátrányos helyzetű/speciális csoportnak tekintettük a romákat, nőket, fogyatékkal élőket, szexuális kisebbségeket, egyszülős családokat, tartósan betegeket, állami gondozottakat, bántalmazottakat stb. A szakmai beszámolók alapján arra voltunk kíváncsiak, hogy hány esetben tüntették fel konkrétan ezen csoportok bevonását a tevékenységekbe. A programok közel kétharmadában

(58%) egyáltalán nem érvényesült a hátrányos helyzetű csoportok bevonása a megvalósításban. Öröndetes viszont, hogy a programok negyede (25%) tartalmaz a hátrányos helyzetűek integrációjára irányuló tevékenységeket, míg 17% érintőlegesen foglalkozik ezekkel a csoportokkal.

A résztvevők generációk szerinti megoszlása rávilágít, hogy a pályázók 40%-a csupán egyetlen korcsoportra kihegyezett projektet valósított meg, nem foglalkozott több nemzedék bevonásával. A projektek negyede (25%) törekedett arra, hogy hangsúlyosan megjelenjenek a generációs célok, és adott programelemen belül tudatosan együttműködjenek a különböző generációs csoportok (többnyire idősek és fiatalok). A projektek további harmada (35%) ugyan bevont a megvalósítás során különböző generációs csoportokat, de nem összehangoltan, kölcsönös tevékenységek mentén tette ezt, hanem egymástól elkülönülten.

Projekttechnikai és kommunikációs szempontok

Vizsgálatunkból kiderült, hogy a megvalósítók kétharmada (76%) nem számolt be szakmai előzményekről, hanem teljesen új kezdeményezést valósított meg. Csak a nyertesek ötöde (19%) jelezte, hogy van tapasztalata a témában, és egy már folyó projektet

visz tovább a támogatás felhasználásával. A szakmai beszámolók alapján, a pályázók több mint fele (56%) nem gondolkodik a program folytatásán, hanem a források felhasználását követően lezárja azt. Közel harmaduk (29%) viszont arról értekezik, hogy szándékukban áll a támogatási időszakon túl is folytatni a megkezdett tevékenységeket, a többiek (15%) csupán utaltak a folytatás lehetőségére.

Az elemzés során kíváncsiak voltunk arra, hogy a megvalósítók a hagyományos kommunikációs csatornákon (szórólap, újsághirdetés, plakát stb.) túl használják-e a modern kor eszközeit, hirdetik-e programjaikat, eredményeiket a Facebookon, tesznek-e fel tevékenységükről videókat videómegosztó oldalakra (pl. Youtube), szerveznek-e a figyelemfelkeltés érdekében spontán társasági összejöveteleket (flashmobokat). Vizsgálatunkból kiderült, hogy a hagyományostól eltérő média-megjelenési formák alkalmazása még mindig gyermekcipőben jár, parciális szerepet játszik a megvalósítók eszköztárában. A megvalósítók négyötöde (82%) egyáltalán nem használja a modern médiát, ez pedig igen fontos lenne az üzenetek terjesztése, a projektek népszerűsítése érdekében, különösen a fiatal korosztály megnyerése miatt.

Megfigyeltük, hogy a szervezetek hogyan toborozták célcsoportjukat, milyen kommunikáci-

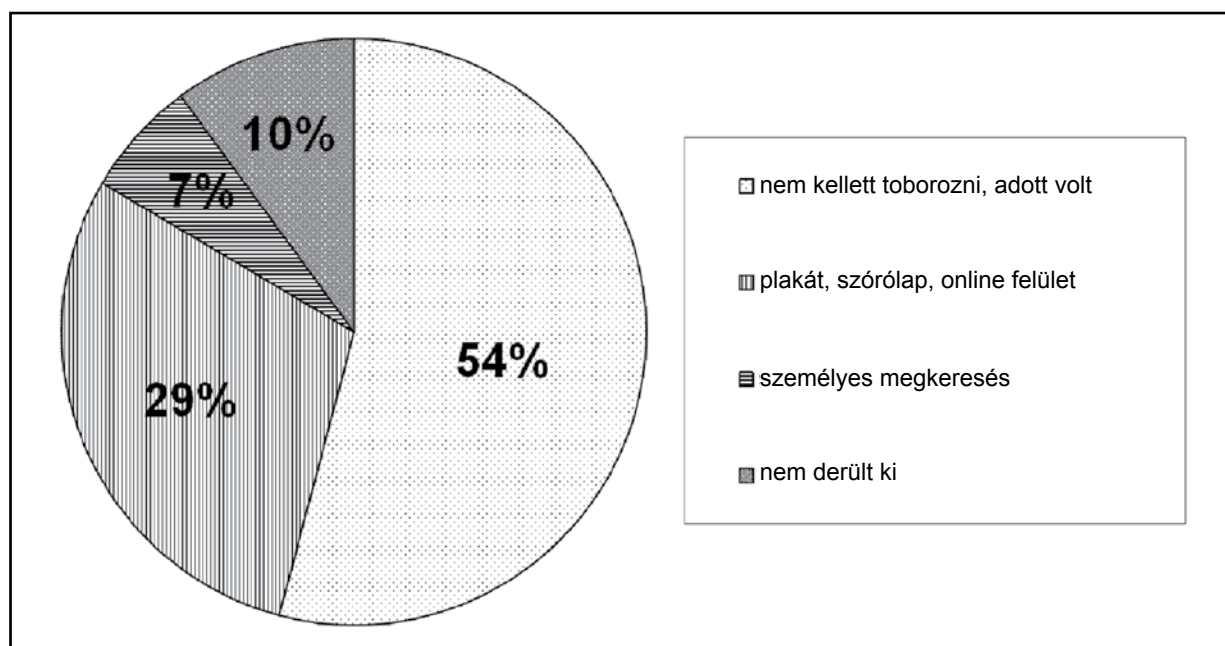
ós technikákat alkalmaztak a résztvevők megnyerésére. A szervezetek több mint fele (55%) saját közösségével dolgozott, nem toboroztak további résztvevőket, hanem a rendelkezésre álló személyi állománnyal valósították meg a projektet (pl. egyházközségi tagok, egyesületi tagok stb.). Harmaduk (29%) használt a projekt népszerűsítésére plakát-kampányt, ezeket többnyire csatolták is az általunk elemzett beszámolókhhoz. Alig minden huszadik (6%) használt csak személyes megkeresési módszert (utcai, iskolai stb.). (1. ábra)

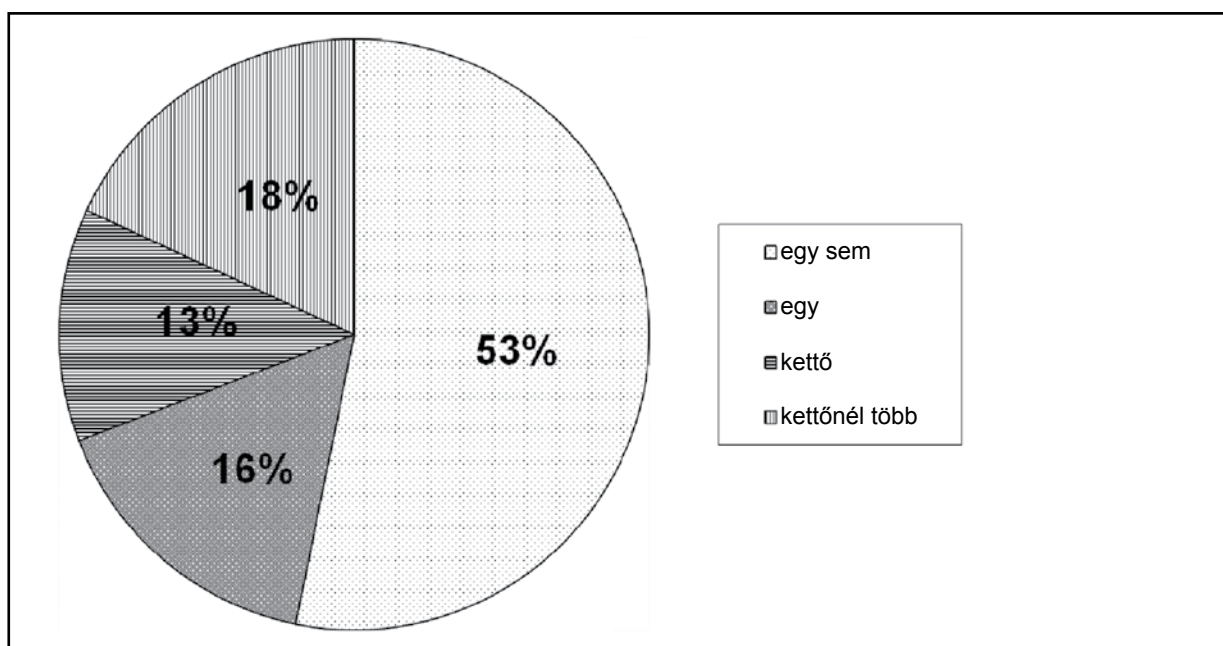
Következő szempontunk arra vonatkozott, hogy együttműködtek-e partnerszervezetekkel a megvalósítók a tevékenységek megvalósítása során. Az alábbi kördiagramon látható, hogy a megvalósítók több mint fele (53%) nem működött együtt más partnerszervezetekkel, programját egyedül kivitelezte. Szerencsére a végrehajtók másik fele együttműködött más partnerekkel is, sőt az együttműködők legnagyobb része egynél több szervezettel közösen végezte el a megvalósítást. (2. ábra)

Következő szempontunk arra irányult, hogy volt-e a projekteknek formális lezárása, törekedtek-e ezzel a szervezők a visszacsatolások biztosítására, a projekteredmények elmélyítésére. Eredményeink alapján látható, hogy a megvalósítók több mint két harmada (71%) szervezett

1. ábra

Milyen technikákat alkalmaztak a célcsoport toborzására? (n=95)



2. ábra**Együttműködő szervezetek száma (n=95)**

valamilyen formális programlezárást. Legtöbben (37%) záró értekezletet, konferenciát valósítottak meg. Ezt követte nem sokkal (34%) az írásos, vagy képi beszámolók alkalmazása. A kivitelezők közel harmada (29%) semmiféle formális lezárást nem említett szakmai beszámolójában.

Gyermekek családok közösségépítő üdülésének támogatására irányuló pályázat utólagos szakmai értékelése

A 89 megvalósított és lezárt pályázatból 77 db pályázat utólagos hatásvizsgálatát állt módunkban elvégezni. 12 pályázat esetében a szakmai beszámoló, vagy más lényeges dokumentáció hiányában nem tudtunk érdemleges információkhoz jutni.

Célok és eszközök

A program jellege kérdéskategóriában 7 válaszkategóriát alkottunk. Ezek közül egy adott programra vonatkozóan maximum 3 válaszlehetőséget vettünk igénybe, kiszűrve így azt, hogy melyek a legfontosabb jellemzők. A programok jellege a következőképp alakult. (3. ábra)

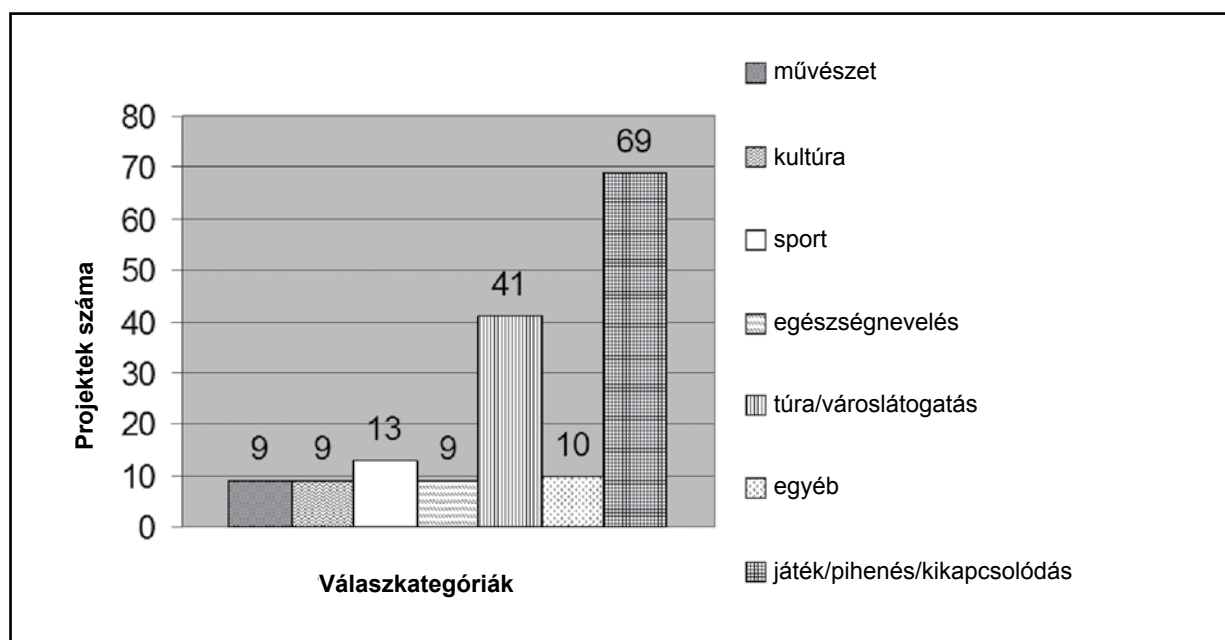
Ahogy az a diagramból is jól látható, a programok elsősorban (77 pályázatból 69 db) arra irányultak, hogy résztvevőik pihenjenek, ki-kapcsolódjanak a hétköznapi monotonitásából. A szervezők másodsorban (41 db) olyan programokat szerveztek, melyeknek célja a túrázás, városlátogatás volt, majd az ilyen jellegű programok számától jóval lemaradva, harmadik helyen a sport fontosságát szem előtt tartó programok következtek (13 db). Viszonylag sok volt (10 db) az olyan programok száma, amelyeket egyik válaszkategóriába sem tudtuk besorolni, ezek például kismamák közösségépítésére, a katolikus vagy más hit közösségben történő elmélyítésére, stb. irányultak. A programok csupán 9 esetben irányultak művészeti vagy kulturális jellegű tevékenységre, illetve egészségnevelésre/egészségjavításra.

Az elemzés következő lépése a program résztvevőire irányuló céljának, küldetésének meghatározása volt, 5 kategória mentén. (4. ábra)

Ebben a kérdéskategóriában is maximum 3 válaszlehetőséget lehetett kiválasztani. A fenti ábra értelmében a programok 61 esetben irányultak a társas készségek, illetve képességek fejlesztésére. Ezeket a készségeket elsősorban közös, sokszor irányított beszélgetéseken való részvétellel fejlesztették a résztvevők.

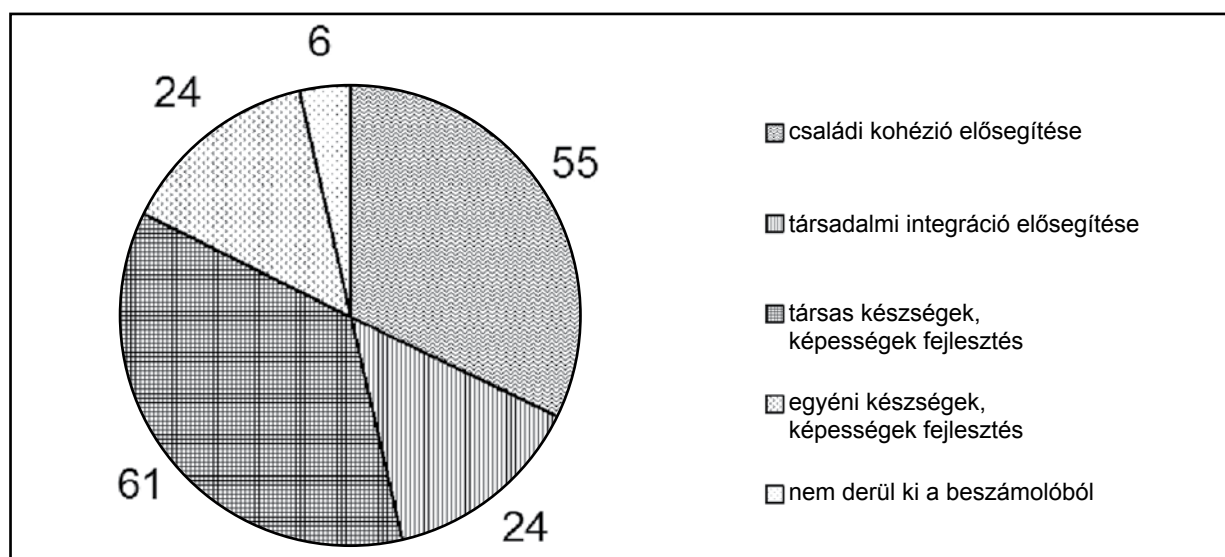
3. ábra

A program jellege



4. ábra

A program deklarált küldetése (n=76)

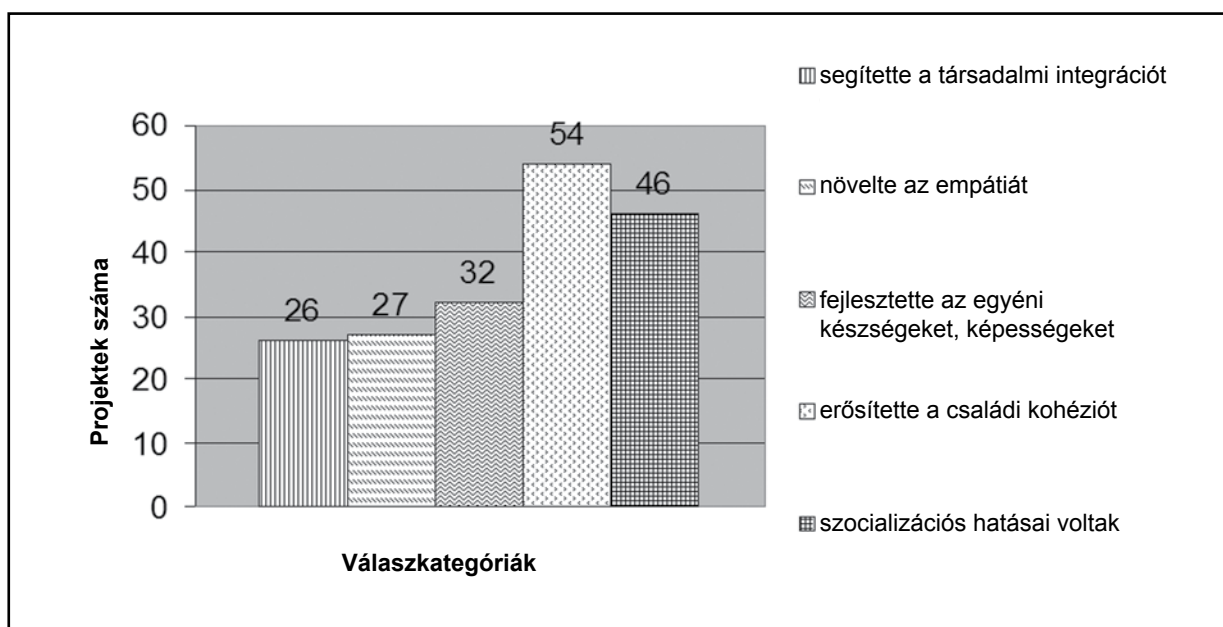


A programok szintén nagy arányban segítették elő a családi kohéziót.¹ Az egyéni készségek, képességek fejlesztésére már kevesebb (24 eset) program irányult, ami még így is viszonylag soknak mondható, ha tekintetbe vesszük, hogy a pályázat családok üdültetését és közösségépítését irányozta elő. Ugyanennyi esetben

beszélhetünk a társadalmi integráció elősegítéséről, mely olyan tevékenységek révén valósult meg, amelyeknek célja valamilyen társadalmi, közösségi haszon elérése (bűnmegelőzés, devianciák megelőzése, kezelése, stb.). 6 esetben nem derült ki a beszámolókból, hogy a programnak mi volt a célja.

5. ábra

A projekt hatása a célcsoportra (n=76)



A célok meghatározása után arra is kíváncsiak voltunk, hogy a program elérte-e a célját, a kívánt módon gyakorolt-e hatást a célcsoportra. A küldetéssel összehangolva fogalmaztuk meg a hatásokat is, melyek a következőképpen alakultak. (5. ábra)

A vártaknak megfelelően a legnagyobb arányban a családi kohéziót erősítették a projektek (54 eset), valamint a szocializációs hatásuk volt a legjellemzőbb (46 eset), ami a célok közül a társas készségek fejlesztésének felel meg. Tulajdonképpen tehát elmondható, hogy a projektek elérték céljukat, sikerült hatást gyakorolniuk az üdülésben résztvevő családokra.

Résztevők

A célcsoport meghatározásánál tekintettel voltunk arra, hogy egy projekt több társadalmi csoportot is megcélozhatott programtervével. A projektekben résztvevő célcsoportokat az alábbi diagram szemlélteti. (6. ábra)

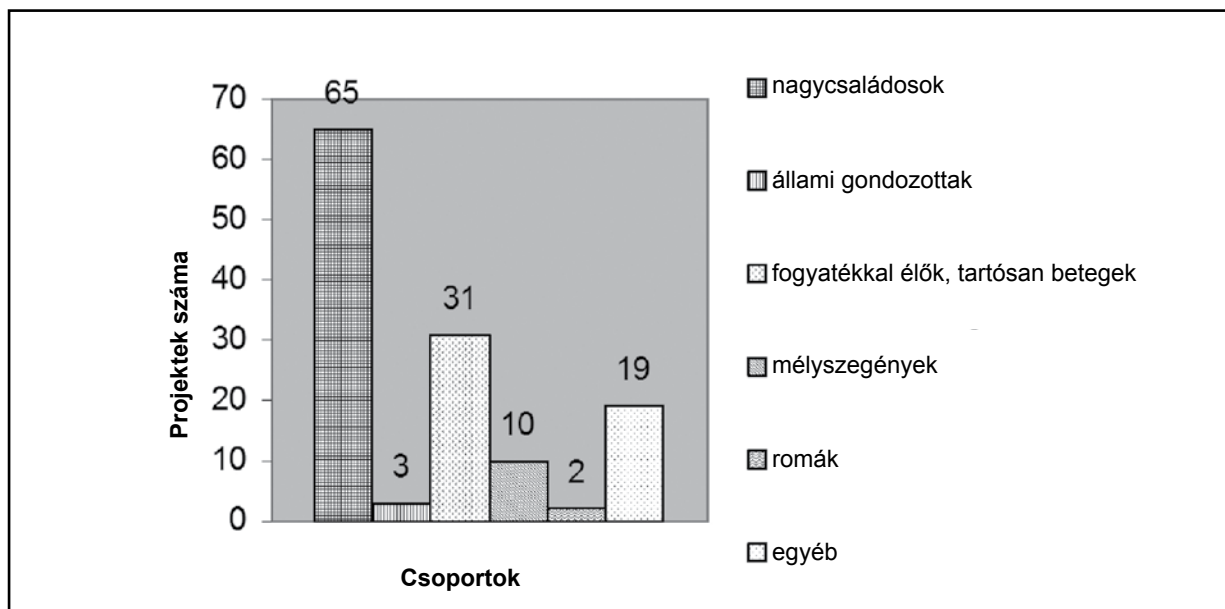
Jól látható, hogy kiugróan magas volt a nagycsaládosok részvétele a projektekben (65 eset), így ez a csoport nevezhető a támogatások leggyakoribb haszonélvezőjének. A szervezett üdü-

lésekben már kevesebb, mint feleannyian vettek részt fogyatékkal élők vagy tartósan betegek (31 projektben). Sajnálatos módon a romákat (2 eset) és állami gondozottakat (3 eset) nagyon csekély arányban sikerült elérni.

Léven, hogy a pályázat családok üdültetését támogatta, felmerült bennünk kérdésként az is, hogy vajon mennyire hangsúlyos a szülők bevonása a programok megvalósításába, hiszen egy üdülés kapcsán, melynek lényege a kikapcsolódás és az egymással eltöltött idő, érdekes lehet, hogy a szülő-gyermek tevékenységek voltak-e jellemzőbbek, vagy a különböző korcsoportok külön-külön való foglalkoztatása. Ezt a 10 fokú Lickert-skála alkalmazásával végeztük, hiszen ez az elemző értékelését igénybe vevő kérdés, tekintettel arra, hogy sok pályázat esetében a szakmai beszámolókból mindez nem derült ki, csak az egyéb dokumentációkból (programtervből, jelenléti ívekből, stb.). Az 1-es érték az egyáltalán nem hangsúlyos, a 10-es pedig a teljes mértékben hangsúlyos értéket jelenti az egyes pályázatok esetében. Az 5-ös (közép-ső) és az a fölötti hangsúlyosság összesen 67 pályázat esetében szerepelt. Megállapíthatjuk tehát, hogy a projektek többségében a gyermekek szüleikkel együtt vettek részt a programokon, így a családtagok közös időtöltése a legtöbb esetben megvalósult.

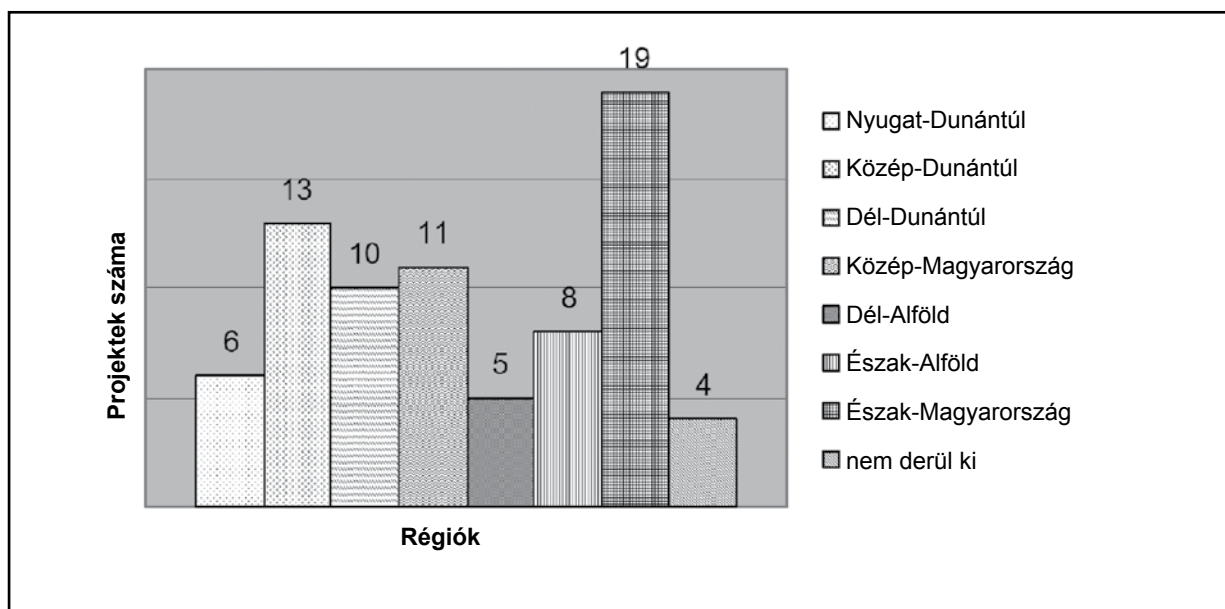
6. ábra

Résztevő célcsoportok (n=76)



7. ábra

Résztevő célcsoportok (n=76)



Tekintettel arra, hogy szociális, illetve a család fontosságát szem előtt tartó pályázatok utólagos hatásvizsgálatát végezzük, különösen fontos az önkéntesség meglétét, illetve hiányát is áttekinteni. Azt néztük meg, hogy a szakmai beszámolóban szerepel-e,

hogy bevontak önkénteseket a programok megvalósításába, leírják-e részletesen feladataikat, konkrétan önkéntességi szempontok mentén alakítják-e ki a programokat, vagy kapcsolódnak már meglévő önkéntes tevékenységekhez. Második kategóriának azt

adtuk meg, ha a szakmai beszámoló csak megemlíti, hogy alkalmaztak önkénteseket, harmadikként pedig hogy egyáltalán nem említik. A projektek 40%-a egyáltalán nem említi a szakmai beszámolóban, hogy bevontak volna önkénteseket a programjaikba, 60% viszont említi vagy utal rá, s ezen belül is több az olyan pályázatok aránya (34%), amelyekben az önkéntes munka tudatos, célzott volt.

Szintén fontos kérdés a szakemberek bevonása, s közreműködésük aránya a projekt megvalósításában, hiszen leginkább szakmai szervezetek nyújtottak be pályázatot. Szakembereknek tekintettük azokat, akik a projektek tartalmának megfelelő szakképesítéssel rendelkeztek, akik a célcsoportra a végzettségüknek megfelelő hatást gyakoroltak (pl. pszichológus, páterapeuta, stb.). A projektek szakmai beszámolóinak 71%-ában nem szerepel szakemberek részvételének említése, s mindössze a megvalósítók 29%-a alkalmazott valamilyen szakembert, viszont akik alkalmaztak, azok inkább többet, mint egyet (22%).

Az online pályázati rendszerben létrehozott felületen a pályázóknak meg kellett adniuk, hogy közvetett és közvetlen módon, illetve hátrányos helyzetű személyek közül hányakat ért el a programjuk, s ez a kérdés természetesen bennünket is érdekelt. Közvetett résztvevők voltak azok, akik nem kapcsolódtak be közvetlenül a projekttevékenységbe, de a megvalósult produktumok rájuk is vala-

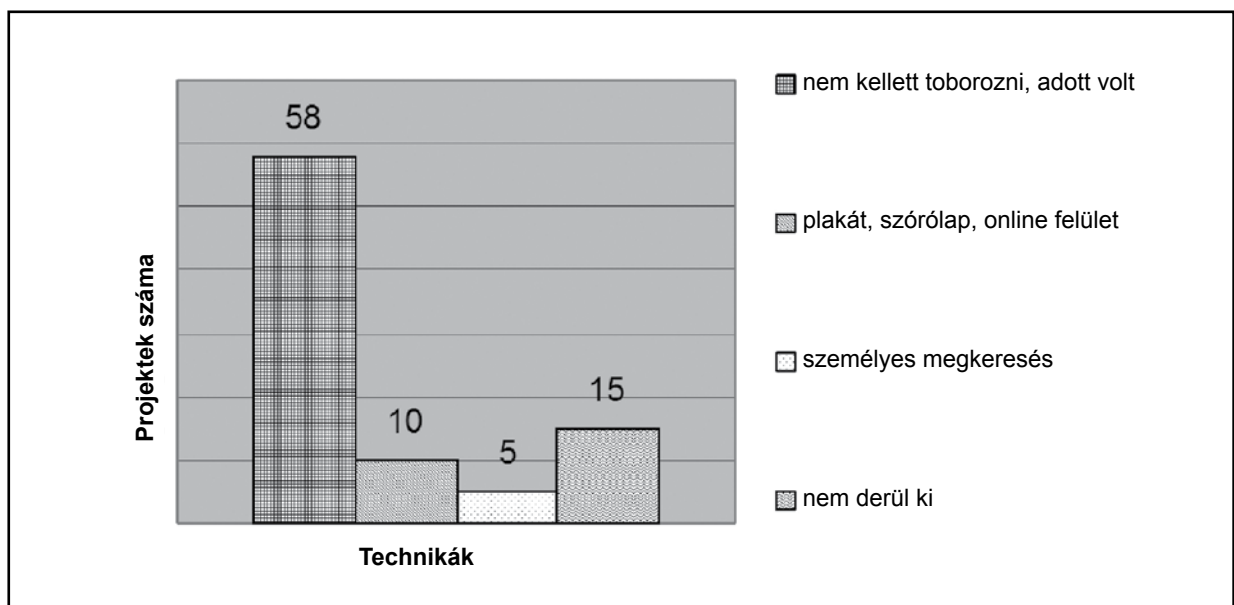
milyen hatást gyakoroltak (pl. családi lap olvasói). Közvetlen résztvevők voltak azok, akiket a program közvetlenül elért, akik aktív részesei voltak a tevékenységeknek (pl. beszélgetéseken, foglalkozásokon részt vevő szülők). Átlagosan 61 közvetlen résztvevője volt a projekteknek, a legkevesebben 14-en, legtöbben pedig 250-en vettek részt közvetlenül a programokban. Ennél lényegesen nagyobb a közvetett résztvevők átlaga (átlagosan 125 közvetett résztvevő), akik legtöbben 800-an, legkevesebben pedig 2-en voltak. Hátrányos helyzetűeket a megadott adatok szerint csak elenyésző számban (átlagosan 22 hátrányos helyzetű) ért el a támogatás.

Integrációs és környezetvédelmi szempontok

A pályázatokat abban a tekintetben is megvizsgáltuk, hogy mennyire voltak hatással a családi kapcsolatok megerősödésére. A projektek többségéről elmondható, hogy a családi kapcsolatok szorosabbra fonódását szolgálta. Összesen 32 volt azoknak a pályázatoknak a száma, amelyek 8-as és 9-es értékelést kaptak e szempont alapján, kiegészítve ezt a skála középső értékével értékelt, valamint az a fölötti értékű pályázatok számával, már 66 pályázat pozitív hatásáról beszélhetünk a családi kapcsolatok megerősítésére vonatkozóan.

8. ábra

A célcsoport toborzásának technikái (n=76)



Hasonlóan a fentiekhez megvizsgáltuk azt a kérdést is, hogy a projektek mennyire szolgálták a családi és szülői szerepek elsajátítását. A projektek erre is pozitív hatást gyakoroltak. A 76 pályázatból összesen 56 kapott 5-ös vagy annál magasabb értékelést, ami a pályázatok 74%-át jelenti.

A vizsgálatunk arra a kérdésre is kiterjedt, hogy mennyire jelent meg a szakmai beszámolóban a családközpontúság, a „családbarát” gondolat. A pályázatok döntő többségében felfedezhető volt. A középső (5-ös) érték alatti értékelést csak a pályázatok 13%-a kapott, mindössze 10 darab. A többi a „teljes mértékben megjelent” állítás felé tolódott, összesen 66 pályázat.

Érdekelt bennünket az is, hogy mennyire jelentek meg a program végrehajtása során a környezetvédelmi, természetvédelmi szempontok, hiszen nagyon fontos, hogy az üdülés, kikapcsolódás, szórakozás alkalmával ne szennyezzük környezetünket, sőt a családtagok együtt töltött idejének növelésére, valamint az egyes családok közösségépítésére is alkalmas lehet a szabad levegőn végzett önkéntes, esetleg környezetvédelemre irányuló munka. Sajnos elenyésző volt azoknak a pályázatoknak a száma, amelyekben megjelentek a környezetvédelmi, természetvédelmi szempontok, azon pályázatok számához képest, amelyekben egyáltalán nem jelentek meg ezek. A 76 darab pályázatból összesen csak 20 kapott 5-ösnél magasabb értékelést, míg egyértelműen 1-est 42 darab.

Projekttechnikai és kommunikációs szempontok

Elsőként azt néztük meg, hogy mely régióban történt a projekt megvalósítása, hiszen a pályázati kiírás szerint kiemelten támogatandók az olyan üdülések, melyek hátrányos kistérségekben, pl. a kelet-magyarországi régióban – Észak-Magyarországon (Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves és Nógrád megyében), Észak-Alföldön (Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok és Szabolcs-Szatmár-Bereg megyékben), vagy a Dél-Alföldön (Bács-Kiskun, Békés és Csongrád megye) – valósultak meg. (7. ábra)

A legkedveltebb üdültető térség az Észak-Magyarország régió volt, 19 projekt itt valósult meg. Sajnos a másik két, kiemelten támogatandó régióban (Dél-Alföld, Észak-Alföld) megvalósuló üdülések száma sokkal kevesebb volt: 5 és 8. A

Közép-Dunántúlra szívesebben szerveztek családi nyaralásokat a szervezők (13 eset), feltehetően a Balatonnak vagy a Velencei-tónak köszönhetően, de Közép-Magyarország (11 eset) és a Dél-Dunántúl (10 eset) is kedvelt térségek voltak vizeik, hegyeik, hegységeik és egyéb látványosságaik miatt.

Fontos szempont, hogy a szervezők együttműködtek-e más szervezetekkel a megvalósítás során, és ha igen, hány szervezettel. A kérdés kapcsán nemcsak a „hivatalos” konzorciumi partnerekre gondoltunk, hanem olyanokra is, amelyek szálláshellyel, étellel stb. segítették a megvalósítást (pl. önkormányzatok, plébániák). A megvalósult projektek 77%-a nem működött együtt semmilyen más szervezettel, maguk végeztek minden tevékenységet. 12% azoknak a projekteknek az aránya, amelyek mindössze egy partnerszervezettel rendelkeztek, 4% azoknak, amelyek kettővel, és 7%, amelyek kettőnél többel.

A projekten belüli információáramlás a szervezés és lebonyolítás gördülékenységét befolyásolja, ezért tartottuk fontosnak megvizsgálni ezt a szempontot is. Válaszkategóriáink a következők voltak: *verbális* információáramlásnak a szóban, telefonon vagy értekezleten történő kommunikációt tartottuk; *elektronikus*nak pedig az e-mailen vagy a program honlapján zajló kommunikációt. *Egyéb* (plakát, szórólap segítségével megvalósuló információközvetítés) és *nem derül ki* válaszlehetőségeket is megadtunk. Egy projekt természetesen több kommunikációs technikát is alkalmazhatott egyszerre. A projektek szervezői a verbális kommunikációáramlást preferálták (56 eset). Viszonylag sok esetben (18) sajnos nem derült ki, hogy milyen úton zajlott a kommunikáció. E-mailen vagy honlapon történő információáramlás 11 esetben valósult meg, egyéb módokon pedig 6 esetben kommunikáltak a projekt szervezői és résztvevői.

Azt is megvizsgáltuk, hogy a szervezők hogyan toborozták a résztvevőket, egyáltalán kellett-e toborozni őket. Egy projekten belül itt is több válaszlehetőség volt. (8. ábra)

A projektek jóval több, mint felének (58 eset) nem kellett toboroznia résztvevőit, mert adott volt, hogy a rendelkezésükre álló személyekkel valósítják meg a programokat (pl. egyházközségi tagok). 10 projekt esetében választották a szervezők a plakáttal, szórólappal, vagy online felületen való hirdetést és toborzást, s csupán 5 esetben a személyes megkeresést.

Érdekelt bennünket az is, hogy történt-e valamilyen formális lezárás vagy utánkövetés a projekt kapcsán. A megvalósult projektek közül 35-ben sajnos nem tesznek említést arról, hogy történt valamilyen lezárási vagy utánkövetési folyamat, amelyből szélesebb képet kaphattak volna a szervezők – s talán mi is – arról, hogy milyen sikerei és esetleges buktatói voltak az adott projektnek. 63 pályázat esetében beszélhetünk valamilyen lezárásról, ezek nagy része (31 esetben) élménybeszámoló útján történt, legtöbbször a hazaindulás előtti pár órát szánták rá a szervezők egy nagy közös beszélgetésre. 10 esetben fotópályázatot vagy rajzversenyt szervez-

tek az üdülés utolsó napjára, vagy már otthon, az adott település (melynek lakói lehettek a résztvevők) művelődési házában. Kérdőíves felmérést mindössze 6 esetben végeztek.

Fontosnak tartottunk egy olyan értékelő jellegű kérdést is feltenni, amelyből választ kaphatunk arra, hogy hogyan szolgálta a megvalósított tevékenység a projekt alapcélját (ezt az első szempontok között vizsgáltuk meg). Az értékelés egyértelműen a kutató szubjektív véleményét tükrözi. A megvalósított tevékenységek többnyire (73 esetben) megfelelnek a pályázati kiírásban elvárt feltételeknek, valamint a kitűzött projektcélokat is nagyrészt sikerült elérni.

Jegyzetek

- 1 Családi kohézió: a ténylegesen és hangsúlyosan családi programokat vettük figyelembe, ahol cél a családi szerepek tanulása, a családtagok közötti kapcsolatok erősítése volt.

