

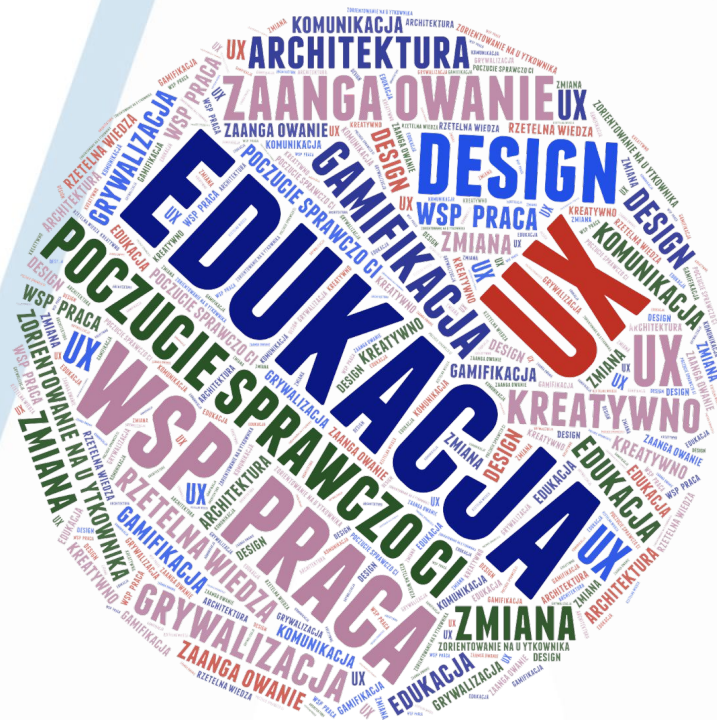
Fundacja Mamy Projekt



Fundacja **Mamy Projekt** od ponad dekady tworzy autorskie narzędzia i metody wspierające skuteczną, partycypacyjną edukację. Nasze doświadczenia pokazują, że najtrwalsze efekty przynosi **uczenie się oparte na współdziałaniu, kreatywności i poczuciu wspólnej odpowiedzialności za otaczający nas świat.**

Nasza MISJA

- Projektowanie **rozwiązań wspierających znaczące zmiany w edukacji**.
- Edukacja przestaje być obowiązkiem, a zaczyna być impulsem do zmiany, refleksji.



Wybrane PROJEKTY mamyProjekt



NIEMAPA

- **NIEMAPA** to znana i lubiana w całej Polsce seria kreatywnych **przewodników** inspirujących do zwiedzania i odkrywania miejsc na nowo ale też przybliżania ważnych spraw, takich jak na przykład ekologia, postawy obywatelskie, kwestie dostępności miast i ich zrównoważonego rozwoju.
- **Ponad 40** wydanych “przewodników”!



WYSTAWA

EkoEksperymentarium

- **Podróżująca wystawa** o tym, jak dbać o środowisko na co dzień. Każdemu domowemu pomieszczeniu odpowiadają instalacje do eksperymentowania dla dzieci.
- **Ponad 60 000 odwiedzających w 19 miastach w Polsce!**



GRA

EkoEksperymentarium

- **Nawet 500 000 zagrań rocznie!**
- **Platforma z grami dla dzieci** o ekologii na co dzień. Pozwala zrealizować z uczniami klas 1-5 lub przedszkoli cykl ekozajęć odnoszących się do podstawy programowej, na tematy takie jak oszczędzanie energii i zasobów czy bioróżnorodność. Bez logowania, bez instalowania, prosto i przyjemnie.



Scrollowane lekcje EkoEksperymentarium

- **Innowacyjny portal edukacyjny dla młodzieży z zestawem lekcji online o celach zrównoważonego rozwoju.** Scrollując strony pełne wiedzy, gier, video i infografik młodzież zgłębia wybrany temat w 45 minut
- Realizuje podstawę programową.



Wielkie Lekcje o Klimacie

- **Wielka Lekcja o Klimacie to lekcja online transmitowana na żywo**, trwająca ok. 30 minut, która umożliwia nauczycielom przekazanie uczniom w trakcie zajęć istotnych informacji dotyczących ekologii.
- **5 WLOK-ów w roku szkolnym 2024/2025** ponad 12 000 odbiorców na żywo, prawie 2 000 wyświetleń na YouTube.



EkoCentra “Punkt Zwrotny”

- Miejsce, w którym **zaczyna się zmiana!** Pokoje ekozagadek i wiele więcej.
- **Ponad 19 000 osób** wyedukowanych rocznie w EkoCentrach w Warszawie oraz Łodzi w roku 2025!



CASE STUDY

– EkoCentrum do edukacji klimatycznej.

**Kiedy edukacja
staje się
PUNKTEM ZWROTNYM**



Zdefiniowanie realnej potrzeby i badanie konkurencji

Punkt wyjścia – jaka jest potrzeba?

Rozpoznać realne potrzeby młodych ludzi i zrozumieć, gdzie leży luka pomiędzy edukacją szkolną a przygotowaniem do życia w świecie zmian klimatycznych i społecznych.

Analiza zastanych badań (postawy nastolatków) i doświadczeń fundacji

Wywiady z nauczycielami – o barierach i potrzebach w pracy z młodzieżą.

Benchmark – przyjrzelśmy się instytucjom jak Centrum Nauki Kopernik, CEO, Mini Citi, wystawy.

Młodzież: Średnia świadomość ekologiczna, niska wiara w możliwość wpływu, brak narzędzi do działania.

Potrzebna jest edukacja obywatelska i ekologiczna, która daje doświadczenie sprawczości – nie tylko wiedzę.

WNIOSEK

Zaprojektujemy i otworzymy stacjonarne Centrum Edukacji Klimatycznej

Diagnoza odbiorców

Diagnoza odbiorców

i poszukiwanie formy dla treści edukacyjnych dostosowanych do potrzeb odbiorcy.



Wywiady narracyjne z nastolatkami – chcieliśmy usłyszeć ich głos, emocje, język.

Analiza podstawy programowej MEN – gdzie są przestrzenie na edukację ekologiczną.

Zatrudniliśmy pracownię projektowania UX, która pomogła nam spojrzeć na edukację jako doświadczenie użytkownika.



Edukacja, która skutecznie dotrze do naszych odbiorców powinna być:

- doświadczeniowa
- dająca poczucie sprawczości
- oparta na emocjach i współtworzeniu
- łącząca prosty język, krótkie treści i dużo grafik, video.



WNIOSEK

Zaprojektujemy edukację w formie pokoi zagadek czerpiąc z gier i włączając grywalizację.

Faza projektowania i prototypowania

Faza projektowania i prototypowania

Zebrane dane posłużyły do stworzenia prototypu EkoCentrum.

1. Zaprojektowanie **ścieżki doświadczeń użytkownika** (ucznia).
2. Ustalenie **cech doświadczeń**.
3. Projektowanie **mechaniki gry** dla pokoi zagadek. Kolejne interakcje.
4. Określenie **ram organizacyjnych** wizyty.

Czas wizyty: 90 minut **Gra** na 45 min. (4x8 min. 3x45min)

Grupa: 8–25 osób

Nauczyciel prowadzący i jego rola

Przestrzeń: interaktywna, elastyczna

Jednorazowe spotkanie lub kurs (4 spotkania)

WNIOSEK

Projektowanie dla całej klasy i nauczyciela butikowej usługi edukacyjnej.

Faza działania i testowania

Faza działania i testowania

Kolejnym krokiem było uruchomienie ścieżki edukacyjnej w realnym środowisku i sprawdzenie, jak działa z prawdziwymi uczestnikami.



Obserwacja
uczestnicząca

Ankiety (ilościowe narzędzie)

Ewaluacja wew. zespołu

Shadowing

Ocena przez współpracujących z Fundacją **ekspertów**.



Uzyskaliśmy pełny obraz funkcjonowania programu – zarówno z perspektywy uczestników, jak i zespołu prowadzącego.



Zidentyfikowaliśmy elementy wymagające dopracowania (np. tempo przejścia między etapami, poziom trudności zadań, potrzeba większej przestrzeni na refleksję).

Wytyczne dla kolejnego EkoCentrum :)

Kiedy edukacja staje się punktem zwrotnym...



- Edukacja staje się punktem zwrotnym, gdy jest **doświadczalna i bliska życiu**.
- Badanie **realnych potrzeb i barier odbiorców** jest kluczowe.
- W edukacji klimatycznej nie może zabraknąć **wskazania rozwiązań dostępnych dla dzieci i młodzieży**.
- Motywacja i poczucie sprawczości zaczyna się od **doświadczenia sensu**, nie od programu.
- Zmiana postaw jest możliwa tam, gdzie rodzi się poczucie **bezpieczeństwa i relacja**.
- Projektowanie ścieżek edukacyjnych to projektowanie **całego doświadczenia edukacyjnego: przestrzeni, merytoryki, relacji edukatora z grupą, kultury współpracy opartej na podmiotowości i szacunku**.

Pomysłowe dzieci kupują mniej!

Ważne jest również to, że dzieci, które kupują mniej, są bardziej aktywne i kreatywne. To oznacza, że ich wyobraźnia jest bogatsza i bardziej rozwinięta. Dzięki temu mogą znaleźć wiele innych sposobów na spędzenie czasu i osiągnięcie swoich celów.



Ważne jest również to, że dzieci, które kupują mniej, są bardziej aktywne i kreatywne. To oznacza, że ich wyobraźnia jest bogatsza i bardziej rozwinięta. Dzięki temu mogą znaleźć wiele innych sposobów na spędzenie czasu i osiągnięcie swoich celów.

Ważne jest również to, że dzieci, które kupują mniej, są bardziej aktywne i kreatywne. To oznacza, że ich wyobraźnia jest bogatsza i bardziej rozwinięta. Dzięki temu mogą znaleźć wiele innych sposobów na spędzenie czasu i osiągnięcie swoich celów.

Ważne jest również to, że dzieci, które kupują mniej, są bardziej aktywne i kreatywne. To oznacza, że ich wyobraźnia jest bogatsza i bardziej rozwinięta. Dzięki temu mogą znaleźć wiele innych sposobów na spędzenie czasu i osiągnięcie swoich celów.

Kanil

Julia

Maja

