

Disszemináció

az Erasmus+ programban

1 Bevezetés

A **disszemináció** a projekt eredményeinek széles körű terjesztését, láthatóságát jelenti. Ez sokféle tevékenységet jelenthet a gyakorlatban, projektről projektre persze változik, és nagyban függ a szervezettől is (erőforrásai, típusa, tevékenységi köre).

Például egy kisebb projektben partner szervezet nyilván mást vállal ezen a téren is, mint egy nagy projekt főpályázója. Egy mobilitási projekt eredményeinek terjesztése is különbözik egy stratégiai partnerségben megvalósult projektétől. Minél nagyobb szabású egy projekt, annál szélesebb körű disszeminációs tevékenységekkel jár együtt.

Az Erasmus+ programban beadott pályázatoknál ki kell fejteni, milyen tervei vannak a pályázónak a disszeminációra, hogyan terjeszti majd a projekt eredményeit.

2 Disszemináció

Disszemináció = széles körben terjesztés.

Az Erasmus+ programon belül ez azt jelenti, a projekt megvalósítói amennyire csak lehet, széles körben terjesztik, láthatóvá teszik a projekt eredményeit, sikereit. Ahhoz, hogy az eredményeket hatékonyan lehessen terjeszteni, már a projekt elején át kell gondolni, hogyan fogjuk ezt megvalósítani: vagyis miért, mit, hogyan, mikor, kinek és hol terjesztjük majd a projekt eredményeit, a projekt közben, illetve az után.

Az eredmények hasznosítása = a projekt kimeneteinek terjesztése

Az Erasmus+ programban ez azt jelenti, hogy a lehető legjobban hasznosítjuk a támogatott tevékenységek eredményeit, így az eredmények a projekt időszakán túl is hasznosulnak. Vagyis egy projektet érdemes úgy tervezni, hogy az mások hasznára is váljon, mások igényeire is szabható legyen, a lehető legszélesebb körben. Vagyis fenntarthatóak legyenek az eredményei hosszú távon, ha már egy nemzetközi program részeként nyert támogatást.

Hatás és fenntarthatóság

Egy projekt hatása az, amit az ott megvalósított tevékenységek és azok eredményei kiváltak, akár személyekre, gyakorlatokra, szervezetekre és rendszerekre. Disszeminációs terv készítése egy projekthez segíthet abban, hogy a projekt hatása minél nagyobb és hosszabb távú legyen a résztvevők, partnerek, érintettek körében. Az igazán eredményes projektek (nyilván nem az

2

egész, hanem egyes részei) fenntarthatóak, vagyis hatásuk a projekt lezárulta után is tart.

A disszemináció célja:

- > a projekt eredményeinek terjesztése és hasznosítása;
- > nemzeti és európai szakpolitika irányelvek és rendszerek megvalósítása és formálása.

Minden pályázónak magának kell elterveznie, hogyan tudja ezeket a célokat magvalósítani a projektben. Persze a tervezés minden projektnél más és más: a projekt típusától, a résztvevők szükségleteitől függ a terv típusa és intenzitása. Befolyásolja az is, hogy a projekt egy folyamatra épül (pl. egy EVS önkéntes beilleszkedik egy új közegbe) vagy kézzelfogható eredményekre (pl. egy módszertani kiadvány létrehozása), hogy egyszeri vagy egy hosszabb távú kezdeményezés része, hogy kisléptékű vagy széles körű részvételre épül. A projektben részt vevő szervezeteknek kell ezt látniuk, és eszerint tervezni a disszeminációt is.

Például egy stratégiai partnerség esetében egy jó disszeminációs terv mérhető és reális célkitűzéseket tartalmaz, időbeli ütemezéssel. A célcsoport meghatározása is fontos már az elején, hiszen így az egész terv épülhet konkrétan rájuk. Egy mobilitási projektnél viszont (ifjúsági cserénél vagy EVS önkéntes esetében) egészen más szempontokat kell figyelembe venni: itt inkább azt fontos megtervezni, mit tanul majd a résztvevő a projekt során, és azt hogyan osztja meg majd másokkal is.

A **kommunikációs terv** tehát összetett: információs tevékenységet is tartalmaz, de benne van a projekt promóciója is (hogy minél többen megismerjék, mi zajlik a benne). Azért is jó előre tervezni, mert kommunikációs tevékenységek a projekt minden szakaszában vannak, csak mindenhol másra esik a hangsúly.

3 Tippek

MIÉRT terjesszük a projekt eredményeit?

- > tudatosság-növelés miatt;
- > a projekt hatása így még nagyobb lehet;
- > a célcsoportokat és az érintetteket így jobban be lehet vonni;
- > egy megoldás vagy tudás megosztása mások hasznára lehet;
- > hatással lehet a szakpolitikára és a gyakorlatra;
- > új kapcsolatokat alakíthatunk ki.

MIT osszunk meg?

>> Kézzelfogható eredményeket: például egy jól működő eljárást egy adott probléma megoldására; gyakorlati eszközt vagy terméket (pl. kiadvány); kutatási beszámolókat és tanulmányokat; jó gyakorlatokat és eset-tanulmányokat; értékelő beszámolókat; hírlevelet vagy szóróanyagot.

>> Nem kézzelfogható eredményeket: például a résztvevők által elsajátított tudást vagy tapasztalatot; nagyobb kulturális tudatosság elérését a résztvevőkben; idegen nyelv elsajátítása. Ezek nehezebben mérhetők, itt hasznos lehet kérdőívet, interjút vagy önértékelést használni.

KINEK?

- > a résztvevőknek;
- > az érintetteknek, szakértőknek, az adott területen dolgozóknak;
- > döntéshozóknak helyi/regionális/nemzeti vagy európai szinten;
- > a sajtónak és a médiának;
- > a nagyközönségnek.

Legyünk rugalmasak és realisták ebben is: ne feltétlenül célozzunk meg ezek közül mindenkit, csak ami fontos lehet a projekt szempontjából.

HOGYAN?

Nagyon sok formája lehet, legyünk kreatívak: minden új ötlet fontos, amivel egy Erasmus+ projekt kitűnik a többi közül!

Például:

- > az EU-s disszeminációs platformon való közzététellel;
- > a projekt vagy a szervezet honlapján, blogján;
- > a kulcsszereplőkkel történő találkozók során;

- > információs napok, workshopok, szemináriumok, képzések, kiállítások alkalmával;
- > célzott írásbeli anyagokkal, mint beszámolók vagy cikkek a megfelelő sajtóban, hírlevelek, sajtóközlemények, szórólapok, kiadványok;
- > az audiovizuális médián keresztül, mint rádió, tévé, youtube videó, flickr, klippek, appok, podcastok;
- > közösségi médiában (Facebook, twitter, instagram);
- > rendezvényeken;
- > projekt „márkaépítése” során, pl. szlogenek, logók használata;
- > meglévő kapcsolatok és hálózatok kihasználásával.

Az eredmények terjesztése és széles körű hasznosítása egy jó projektnél több szempontból is előnyös: a projektben részt vevő partnerek jó híre nő; növeli az adott téma, társadalmi probléma, célcsoport iránti figyelmet; a szervezet így akár felkeltheti más támogatók figyelmét; befolyással lehet az adott terület szakpolitikai irányaira.

MIKOR?

Már a projekt tervezésénél se felejtsük el, aztán a projekt során, illetve a projekt támogatási időszaka után is tervezzünk vele.

- > a partnerekkel reális és tartható terveket szőjük, amikor a célcsoportokat és a határidőket kijelöljük;
- > a disszeminációs tervet igazítsuk a projekt kulcspillanataihoz;
- > a terv maradjon rugalmas, hogy majd a projekt során a valósághoz lehessen igazítani.

Például a PROJEKT ELŐTT készítsünk vázlatos tervet; határozzuk meg, milyen hatást szeretnénk elérni, vegyük figyelembe, hogyan és kiknek szeretnénk majd a projekt eredményeit terjeszteni.

A PROJEKT KÖZBEN frissítsük a tervet a projekt valóságának megfelelően; keressük meg a megfelelő médiát helyi vagy regionális szinten; iktassunk be rendszeres tevékenységeket (pl. képzések, beszélgetések); figyeljük a hatást a célcsoporton; vonjunk be másokat, ha úgy látjuk, rajtuk keresztül új területeket vagy felhasználókat is elérünk.

A PROJEKT UTÁN ötleteljünk a további lehetséges együttműködésen; értékeljük a hatást és az elért eredményeket; keressük meg a megfelelő médiát.

Sikeresség

A hatás mérése fontos része a folyamatnak: vagyis annak mérése, hogyan haladunk a kitűzött célok felé. Ebben indikátorok segíthetnek: ezek mennyiségi (számok, százalékok) vagy minőségi (részvétel és tapasztalatszerzés minősége) mutatók is lehetnek.

Például:

- > a projektmegvalósítók honlapjának látogatottsága – számok, tények; találkozók száma az érintettekkel;
- > bevont résztvevők száma egy workshopnál vagy egy infónapnál; utánkövetés (sokan eljöttek egy infónapra, de mit kezdtek vele?);
- > termékek gyártása és körforgása (hány szórólapot gyártottunk és az kikhez juttattuk el?);
- > média megjelenések száma;
- > láthatóság a közösségi médiában (hányan lájkoltak vagy kommenteltek egy posztot?);
- > nyilvános eseményeken való részvétel;
- > már meglévő hálózatokhoz kapcsolódás, nemzetközi partnerekkel kapcsolatépítés; információ és tudás továbbítása feléjük;
- > hatás a regionális, nemzeti vagy európai szakpolitikai intézkedésekre;
- > visszajelzés a résztvevőktől.

4 Követelmények az Erasmus+ programban

Az Erasmus+ programban a pályázónak már a pályázat beadásakor disszeminációs tervet kell készítenie. Ez a támogatás egyik feltétele, amit a pályázat értékelésénél figyelembe vesznek.

>> Mobilitási projekteknél: a tervezett disszeminációs tevékenységek felsorolása és a lehetséges célcsoportok meghatározása a pályázati űrlap része.

>> Együttműködési projekteknél: elvárás a részletes disszeminációs terv elkészítése, amely tartalmazza a célcsoportot, eszközöket és eredményeket. Bár általában (papíron) egy partner felelős az egész projekt disszeminációjáért, annak megvalósítása a partnerek közös felelőssége. Tehát minden partnert be kell vonni ezekbe a tevékenységekbe valamilyen szinten.

Az Erasmus+ program láthatóságának kötelező elemei

1. LOGÓ

Az Erasmus+ program támogatásával megvalósult projektek során létrejött minden kiadvány, plakát, promóciós termék stb. esetében kötelező a Program hivatalos logójának és arculati elemeinek használata. A hivatalos logó és az aktuális arculati kézikönyv megtalálható a nemzeti iroda honlapján: <http://www.eplusifjusag.hu/hu/applicants/downloads> valamint az Európai Bizottság honlapján: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/promotional_en.htm

2. TÁMOGATÁS FORRÁSÁNAK FELTÜNTETÉSE

Minden, a projekthez készült kommunikációs anyagon kötelező feltüntetni az alábbi mondatot az EU-s logó mellett: „Co-funded by the European Union”. Részletek az alábbi linken: http://ec.europa.eu/dgs/communication/services/visual_identity/pdf/use-emblem_en.pdf

3. AZ ERASMUS+ DISSZEMINÁCIÓS PLATFORM HASZNÁLATA

A jelenleg kialakítás alatt álló új platform az összes megvalósult projektet bemutatja majd, külön kiemelve a jó példákat, vagyis projektadatbázis és jó gyakorlatok gyűjteménye is lesz egyben. Minden évben a nemzeti irodák és a Végrehajtó Ügynökség választják ki a jó gyakorlatokat. A platform céljai: információs eszköz a közönség számára; projekt adatbázis (projektek összefoglalói, zajló folyamatok, linkek); a projektek eredményeihez való hozzáférés biztosítása; jó példák bemutatása. Minden pályázónak kötelező egy rövid angol nyelvű összefoglalóban bemutatni a projektet már a pályázati űrlapon, ez automatikusan publikussá válik a platformon a pályázat támogatásáról szóló döntéssel.