



Erasmus+

Šírenie a využívanie výsledkov projektov

Prieskum národnej agentúry

Katarína Šmálová
Košice, 22. októbra 2015



Prečo prieskum?

1. Bohaté skúsenosti Slovenska s realizáciou projektov v programoch EÚ
2. Šírenie a využívanie výsledkov projektov – stále slabšou stránkou
3. Podpora a poradenstvo – jednou z úloh NA

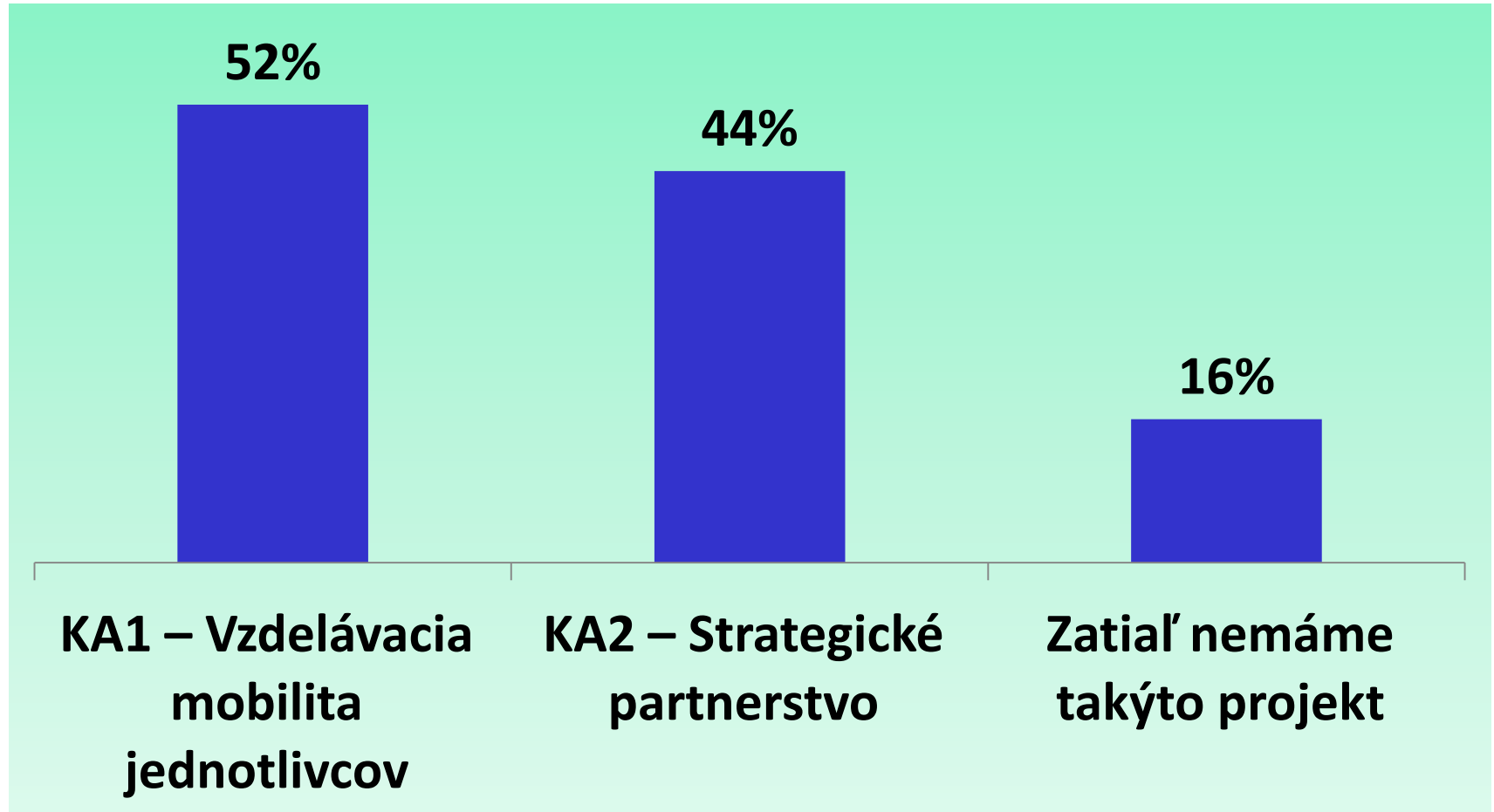
Základné info

- Prieskum v období 23. 9. - 9. 10. 2015
- Online dotazník odoslaný na kontaktné osoby decentralizovaných projektov **LLP** 2012, 2013 a **Erasmus+** 2014, 2015
- Oslovených 652 osôb
- **161 odpovedí**, návratnosť dotazníka 24,69 %

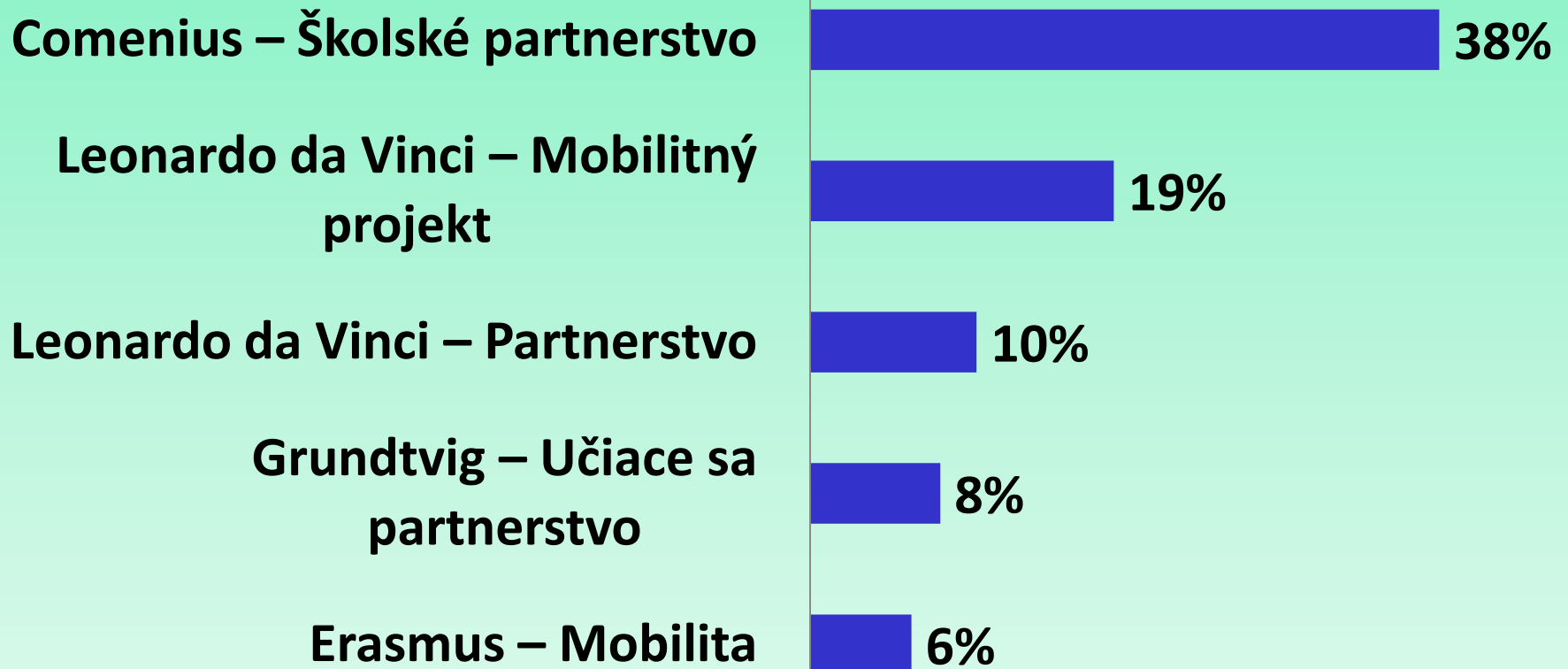
Kto sa zapojil do prieskumu? (1)



Kto sa zapojil do prieskumu? (2)



Kto sa zapojil do prieskumu? (3)



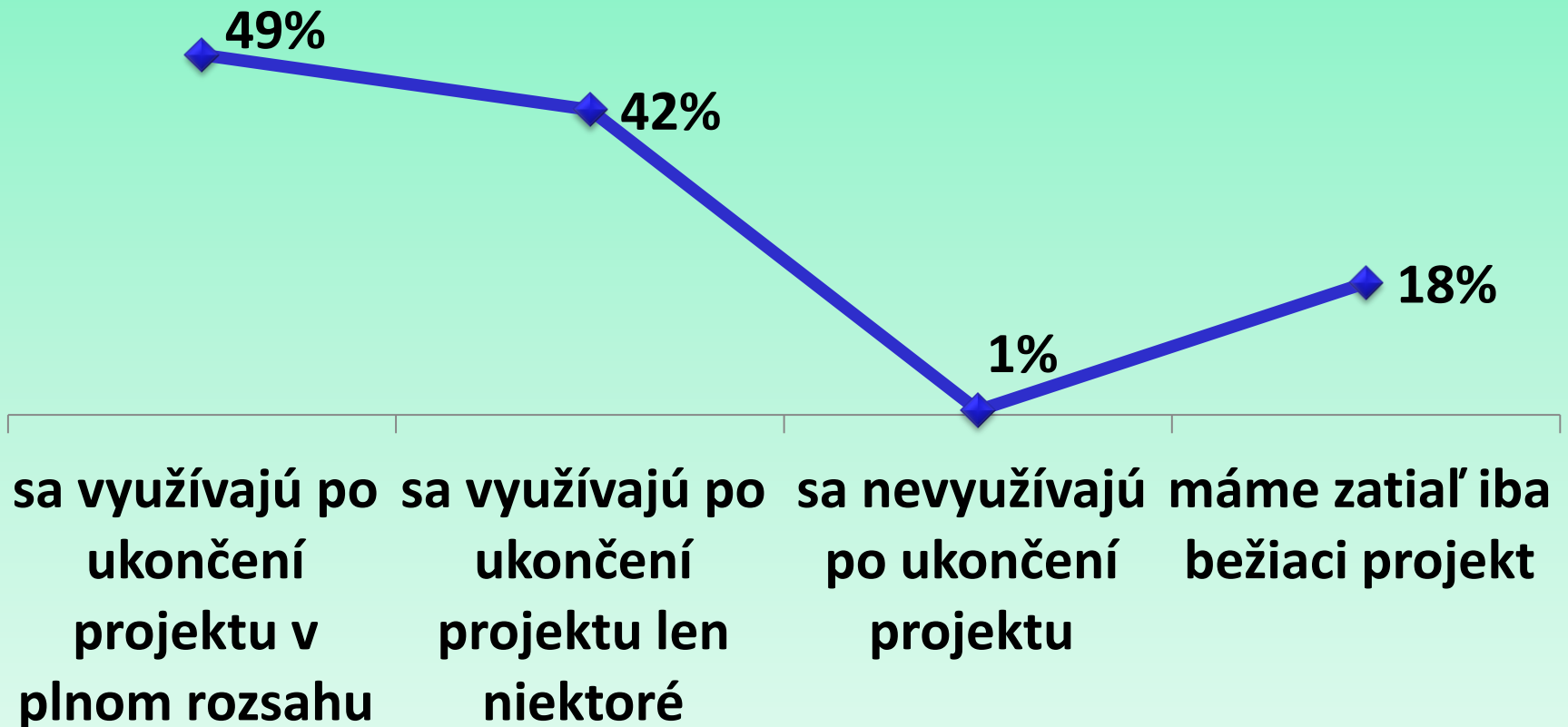
Ako zvyčajne prebieha šírenie?

- V rámci vlastnej organizácie (94%)
- V ostatných organizáciách zapojených do projektu (77%)
- Mimo organizácií zapojených do projektu (80%)

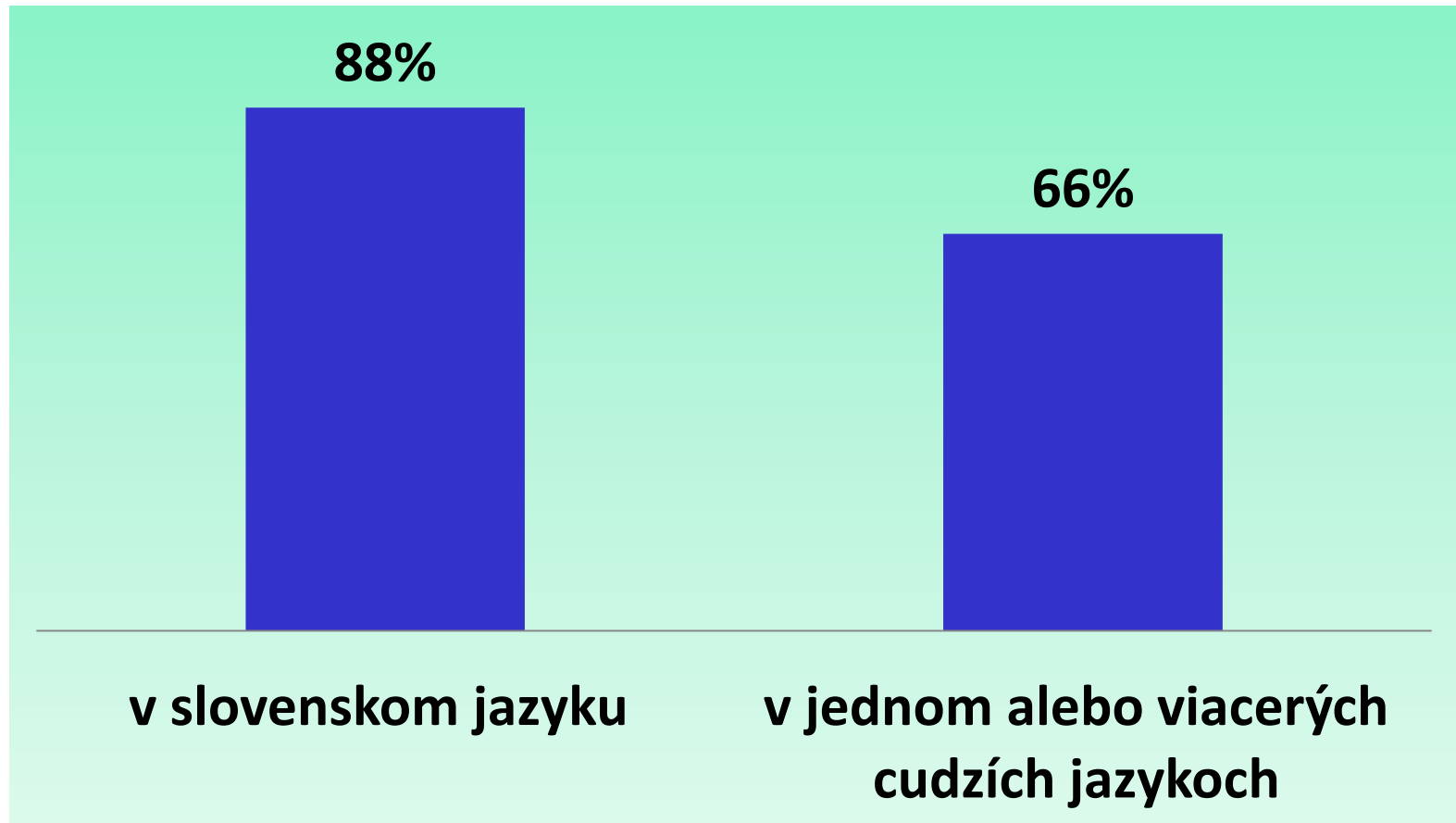
Ako sa zvyčajne využívajú výsledky?

- Vo vlastnej organizácii (91%)
- V ostatných organizáciách zapojených do projektu (68%)
- Mimo organizácií zapojených do projektu (43%)
- Zatiaľ sa nevyužívajú (6%)

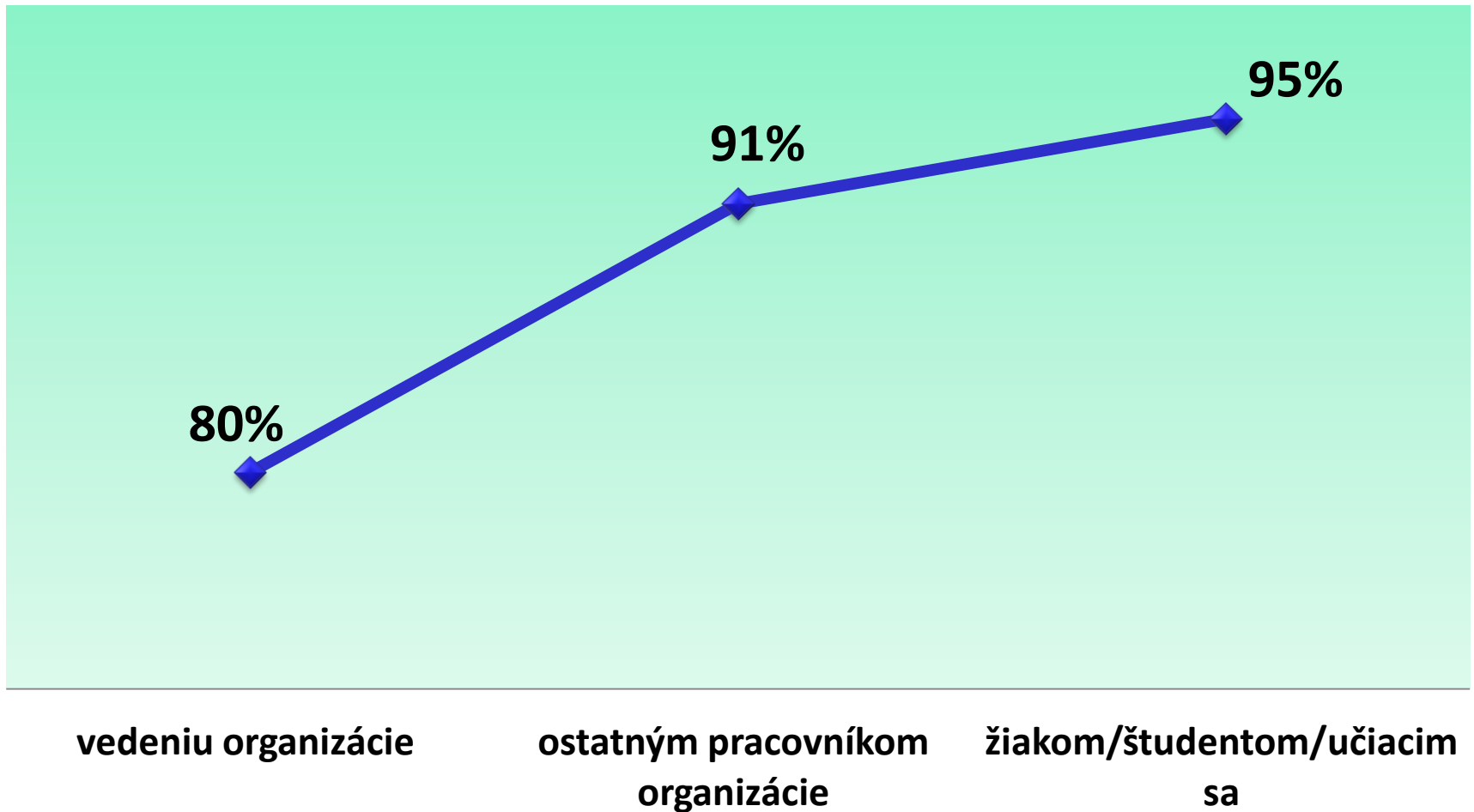
Čo sa stane s výsledkami po skončení projektu?



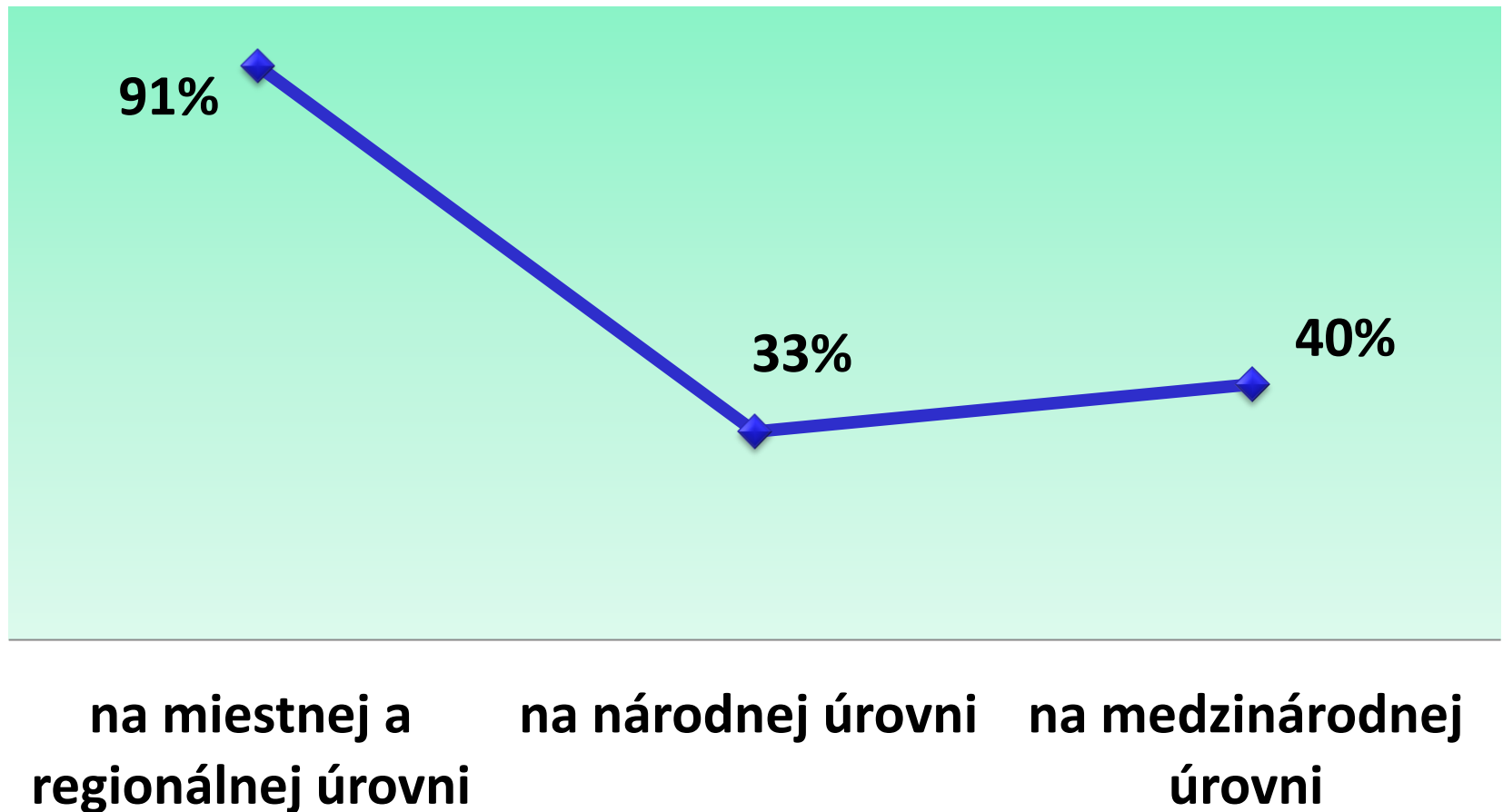
V akých jazykoch sa šíria informácie a výsledky?



Šírenie vo vlastnej organizácii



Šírenie mimo vlastnej organizácie



Ktoré spôsoby šírenia vo vlastnej organizácii vzbudili najväčší záujem o projekt?

- webová stránka organizácie (68 %)
- nástenky (51 %)
- osobné prezentácie pre kolegov (35 %)
- webová stránka projektu (33 %)
- propagačné materiály (30 %)
- školský časopis alebo iná publikácia organizácie (30 %)
- žiaci/študenti/učiaci sa zapojení do projektu prezentujú projekt a jeho výsledky ostatným rovesníkom (30 %)

Čo sa šírením v organizácii dosiahlo?

- žiaci/študenti/učiaci sa, kolegovia sú motivovaní k účasti na tomto alebo podobnom projekte (76 %)
- vedenie organizácie je motivované k účasti na tomto alebo podobnom projekte (70 %)
- máme už ďalší projekt, v ktorom využívame skúsenosti z predchádzajúcich projektov (48 %)
- vedenie zaradilo medzinárodnú spoluprácu a projektovú činnosť do stratégie rozvoja organizácie (47 %)
- výsledky projektu boli zapracované do učebných plánov a materiálov (42 %)

Ktoré spôsoby šírenia mimo organizácie a mimo organizácií zapojených do projektu vzbudili najväčší záujem o projekt?

- webová stránka organizácie (66 %)
- nástenky a iné priestory prístupné verejnosti (51 %)
- médiá s miestnou, resp. regionálnou pôsobnosťou (40 %)
- osobné prezentácie na pracovných stretnutiach s inými organizáciami na miestnej, regionálnej alebo celoštátnej úrovni (33 %)
- webová stránka projektu (32 %)
- propagačné materiály (32 %)

Čo sa dosiahlo šírením mimo organizácie a mimo organizácií zapojených do projektu?

- zvýšila sa prestíž našej organizácie v rámci regiónu (69 %)
- oslovili nás noví partneri zo zahraničia s ponukou spolupráce (54 %)
- iné organizácie sú motivované k účasti na podobnom projekte medzinárodnej spolupráce (45 %)
- zvýšila sa prestíž našej organizácie v rámci Slovenska (32 %)
- zvýšila sa prestíž našej organizácie v zahraničí (24 %)

Najmenej účinné šírenie

- Šírenie len v rámci svojej organizácie – napr. správa vedeniu, pedagógom a žiakom školy
- Letáky, brožúry, tlačené propagačné materiály
- Nástenka
- Výročná správa organizácie
- Každý spôsob má svoj význam pre určitú cieľovú skupinu, efektívna je ich kombinácia

Bariéry šírenia výsledkov

- Informačný pretlak – nezáujem médií, škôl, rodičov, verejnosti
- Čas a peniaze – preťaženosť učiteľov, veľa bežiacich projektov alebo nezáujem o mimoškolskú prácu navyše, chýbajúce financie na šírenie

Bariéry využívania výsledkov

- Obmedzený počet osôb aktívne zapojených do projektu
- Nezáujem cieľových skupín
- Nesprávne šírenie
- Čas a peniaze – preťaženosť učiteľov, chýbajúce zdroje na udržanie výsledkov
- Neochota meniť zaužívané stereotypy
- Časté zmeny v legislatíve
- Po čase strata nadšenia a neaktuálnosť výsledkov

Radíme si navzájom (1)

- ✓ Šíriť na metodickom dni, dni otvorených dverí, triednych aktívoch, zápisoch žiakov, osloviť kolegov z iných organizácií;
- ✓ Robiť vždy fotografický záznam alebo video záznam (urobiť výstavu fotografií prístupnú verejnosti, umiestniť všetko na webstránku školy, odboru školstva, mesta, e-twinningov, v regionálnych novinách a sociálnych sieťach), vytvoriť motivačno-informačné video o projekte a jeho budúcich alebo už zrealizovaných výsledkoch.

Radíme si navzájom (2)

- ✓ Osloviť miestnu televíziu, písať do médií;
- ✓ Realizovať projektové dni pre žiakov, rodičov a verejnosť (rodičia dokážu naozaj veľa pomôcť);
- ✓ Žiaci, ktorí aktívne pracovali v projekte, sú najlepšími propagátormi, cez facebook šíria priamo medzi spolužiakmi a priateľmi;
- ✓ Neprezentovať len výsledky, ale aj zážitok spojený s výsledkom;
- ✓ Osobný kontakt, ústna propagácia a šírenie výsledkov majú najväčšiu účinnosť.

Radíme si navzájom (3)

- ✓ Spolupracovať s rôznymi občianskymi združeniami, stavovskými organizáciami a podnikmi, komorami a združeniami cieľovej skupiny;
- ✓ Vystupovať na seminároch, workshopoch, konferenciách pre odbornú verejnosť s cieľom sieťovania, organizovať ich;
- ✓ Zpracovať výsledky do učebných osnov, tie potom publikovať ako inšpiráciu, písať odborné články napr. do Učiteľských novín;
- ✓ Zapájať sa do odborných sietí.

Radíme si navzájom (4)

- ✓ Vytvoriť si dobrý tím spolupracovníkov s pozitívnou pracovnou atmosférou (výborná znalosť cudzieho jazyka nestačí, rôzne typy v tíme sú vítané);
- ✓ Zostať otvoreným, dať druhým možnosť pridať sa neskôr, do časti aktivít;
- ✓ Zabezpečiť zastúpenie žiakov viacerých ročníkov v tíme.

Radíme si navzájom (5)

- ✓ Mať podporu vedenia inštitúcie, ktoré vyčlenení vlastné prostriedky (technické, materiálne, personálne, finančné) na podporu projektu a prípadné ocenenie (i finančné) úspešných riešiteľov projektu s uznaním projektovej činnosti v rámci zvyšovania kvalifikačnej úrovne zamestnancov;
- ✓ Nerobiť projekt len pre projekt, zapojiť viacerých učiteľov, ktorí budú výsledky využívať, ponúknuť výsledky iným školám.

Radíme si navzájom (6)

- ✓ Šírenie a využívanie dôkladne naplánovať vopred a vymedziť na dostatok času a zdrojov;
- ✓ Definovať aktivity a termíny, priebežne kontrolovať;
- ✓ Nenechávať si všetko na koniec, postupne veci spracovávať a uverejňovať;
- ✓ Pri tvorbe projektov myslieť už aj na šírenie výsledkov a udržateľnosť, plánovať pridanú hodnotu, ktorá môže zaujať médiá;
- ✓ Aj po skončení projektu sa stále vracáť k téme;
- ✓ Rozvinúť myšlienku do nového projektu, zapojiť novú cieľovú skupinu.



Ďakujem za pozornosť.