



Co-funded by
the European Union

UNRUHE
PRIVAT
STIFTUNG

TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ KÉPZÉS #3. Közösségi média

A Nyomtass Te is! alapján, Magyarország, Budapest

TARTALOMJEGYZÉK

• Modul 1.....	3		
◦ A TRIC bemutatása.....	4		
◦ A TRIC tevékenységei.....	5		
◦ Partnerek.....	6		
◦ A SozialMarie-ról.....	7		
◦ A Nyomtass Te is! bemutatása.....	9		
◦ Társadalmi innováció.....	10		
◦ Modell/Eszköz #1.....	11		
• Modul 2.....	12		
◦ Gyakorlat #1.....	13		
◦ Modell/Eszköz #2.....	14		
◦ Esettanulmány #1.....	15		
◦ Vízió és misszió.....	16		
◦ Modell/Eszköz #3.....	17		
◦ Gyakorlat #2.....	18		
◦ Gyakorlat #3.....	19		
◦ Esettanulmány #2.....	20		
• Modul 3.....	21		
◦ Modell/Eszköz #4.....	22		
◦ Esettanulmány #3.....	25		
◦ Gyakorlat #4	26		
◦ Készség #1.....	27		
◦ Modell/Eszköz #5.....	28		
◦ Készség #2.....	31		
◦ Modell/Eszköz #6.....	32		
◦ Gyakorlat #5	33		
◦ Esettanulmány #4.....	34		
• Modul 4.....	35		
◦ Készség #3	36		
◦ Esettanulmány #5	37		
◦ Modell/Eszköz #7	38		
◦ Esettanulmány #6.....	39		
◦ Gyakorlat #6	40		
• Modul 5	41		
◦ Modell/Eszköz #8.....	42		
◦ Esettanulmány #7.....	43		
◦ Gyakorlat #7.....	44		
◦ Források.....	45		



MODUL #1

A program és a társadalmi innováció
konceptiójának bemutatása

A TRIC BEMUTATÁSA

Pályázat: Erasmus + Small Scale Program

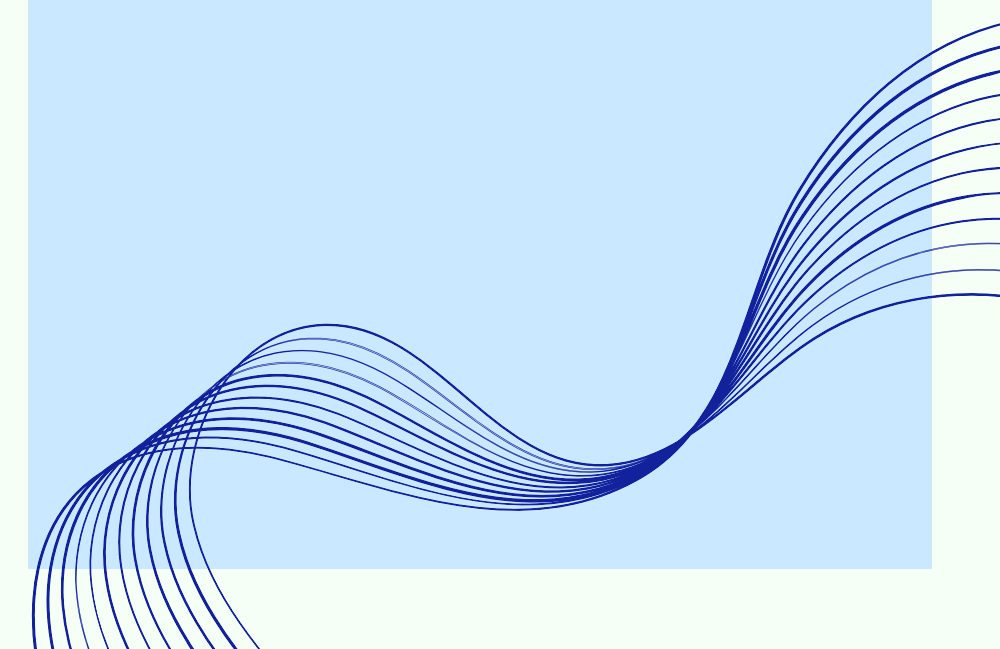
Projekt: TRIC – TRansferring social Innovation into Competencies

A megvalósítás időszaka: 2023.02.01 – 2024.01.31.

A TRIC projektben társadalmi innovációs kompetenciákat keresünk már bevált és sikeres társadalmi kezdeményezések elemzésével.

Céljaink:

- Társadalmi innovációs kompetenciák erősítése a felnőttek körében nem formális oktatási módszerekkel.
- A hatékony társadalmi innovációs módszerek átemelhetőségének támogatása a projektek képzési anyagokká történő átalakításával.
- A társadalmi innovációkban rejlő, a munkaerőpiac számára adaptálható kompetenciák azonosítása és ezek oktatása felnőttek számára.



A TRIC TEVÉKENYSÉGEI

01

KUTATÁS ÉS MÓDSZERTAN A TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ OKTATÁSI ANYAGOKBA VALÓ ÁTÜLTETÉSÉNEK LEHETŐSÉGEIRŐL

02

A SOZIALMARIE NYERTES ÉS JELÖLT PROJEKTJEINEK LEKÉRDEZÉSE ÉS FELDOLGOZÁSA

03

A TÁRSADALMI INNOVÁCIÓKBÓL KINYERHETŐ MÓDSZERTANOK KULCSKOMPETENCIÁVÁ ALAKÍTÁSA

04

5 KÉPZÉSI CSOMAG VÉGLEGESÍTÉSE A KONKRÉT TÁRSADALMI INNOVÁCIÓS MÓDSZEREKHEZ ÉS A MUNKAERŐ-PIACI KOMPETENCIÁKHOZ

05

20 FELNŐTT TANULÓ FEJLESZTI TÁRSADALMI INNOVÁCIÓS KOMPETENCIÁIT

06

BÉCSI ESEMÉNY AZ EREDMÉNYEK BEMUTATÁSÁRA

UNRUHE PRIVAT STIFTUNGCROMO
FOUNDATION

Az Unruhe Alapítvány fő projektje: a SozialMarie - Díj a társadalmi innovációért.

Ez az első társadalmi innovációs díj Európában, amelyet 2005-ben indítottak. Minden évben 15 kiemelkedő társadalmi innovációt választanak ki egy többlépcsős, regionális szakértők, és egy nemzetközi zsűri részvételével zajló értékelési folyamat során. A győzteseket egy bécsi díjátadó ünnepségen mutatják be a nyilvánosságnak. Az Unruhe workshopokat és rendezvényeket szervez a nyertes projektek mentorálására és a társadalmi innovációról szóló párbeszéd előmozdítására a közép- és kelet-európai régióban.

<https://sozialmarie.org/en>

A Cromo Alapítvány 2002-ben alakult meg azzal a céllal, hogy tréningjei, és fejlesztő projektjei révén hozzájáruljon a civil szektor folyamatos fejlődéséhez, egy részvételi elvű, aktív, demokratikus társadalom megerősödéséhez Magyarországon és Európában.

A szervezet alapértékei a hitelesség, az elszámoltathatóság, a szakmaiság és az innováció. A Cromo azt szeretné, ha a helyi szervezetek jól irányítottak és hatékonyak; a helyi polgárok aktívak és elkötelezettek; a helyi közösségek élénkek és fenntarthatóak; a társadalom befogadó és toleráns legyen.

<https://www.cromoalapitvany.hu/>

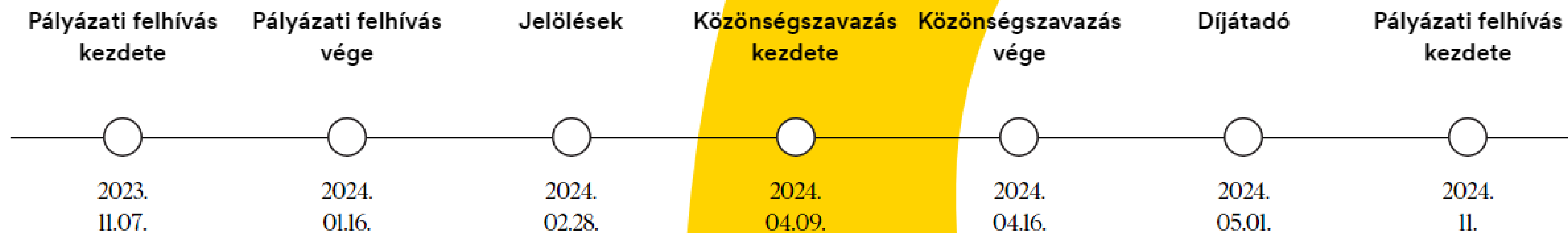
A társadalmi innováció sürgető társadalmi kihívásokra kínál megoldásokat. Új megközelítésekkel, innovatív válaszokkal szolgál és új utakat mutat. A társadalmi innováció egy korábban ismeretlen társadalmi kérdésre reflektál vagy egy már ismert problémát old meg újszerű eljárással. Az új eljárás kezdeményezője valamely érintett társadalmi csoport is lehet, de minden esetben magáévá kell tegye, részt kell vennie az alkalmazásában. A társadalmi innováció ily módon fenntartható és példaértékű megoldásokkal szolgál, amelyek másokat is ösztönöznek. (A társadalmi innováció definíciója, Unruhe Privatstiftung)

A SozialMarie egy társadalmi innovációs díj, amely minden évben 15 kiemelkedő projektet tüntet ki. A 2004. évi első pályázati felhívásával és a díjak 2005. évi odaítélésével a SozialMarie Európa első társadalmi innovációs díja. Az összesen 55.000 euró értékű pénzbeli elismerés mellett a SozialMarie mindenekelőtt nyilvánosságot biztosít a társadalmi innovációknak Közép-Kelet-Európában.

Magánszemélyek, a civil társadalom (informális csoportok, nonprofit szervezetek, társadalmi vállalkozások), az üzleti szektor, és a közszféra által megvalósított projektek jogosultak a pályázásra.

Ausztria, Magyarország, Csehország, Szlovákia, Szlovènia és Horvátország egész területéről lehet pályázni.

Időterv



A NYOMTASS TE IS! BEMUTATÁSA - 2020, 3. HELYEZETT

2020, 3. helyezett

Ország: Magyarország

Régió: Országszerte megvalósul

Szektor: Civil társadalom / Szociális gazdaság

Tevékenységi területek: Szemléletformálás,
Közösségfejlesztés

Projektgazda szervezet: eDemokrácia Műhely Egyesület

Felelős személy: L. László János

A zsűri értékelése

A magyar kormány a magyarországi média – TV, rádió és nyomtatott sajtó – több, mint kétharmadát, és így az ott megjelenő híreket és információkat is kontrolálja. Ez a vidéki választási eredményeket különösen nagymértékben befolyásolja. A Nyomtass Te is! egyszerű, innovatív módon biztosít hozzáférést a kormánytól független médiához és információkhoz a helyi közösségek számára. Ennek eredményeként a független sajtó és az online hírek egy része elérhetővé válik a vidéki Magyarország közösségei, illetve a helyi politikai párbeszéd számára is.

Társadalmi Innováció

MISZIÓ



Mi a társadalmi innováció?

A társadalmi innováció a társadalmi vagy környezeti problémák megoldására irányuló új, hatékony megoldások kifejlesztésének és megvalósításának folyamatát jelenti.

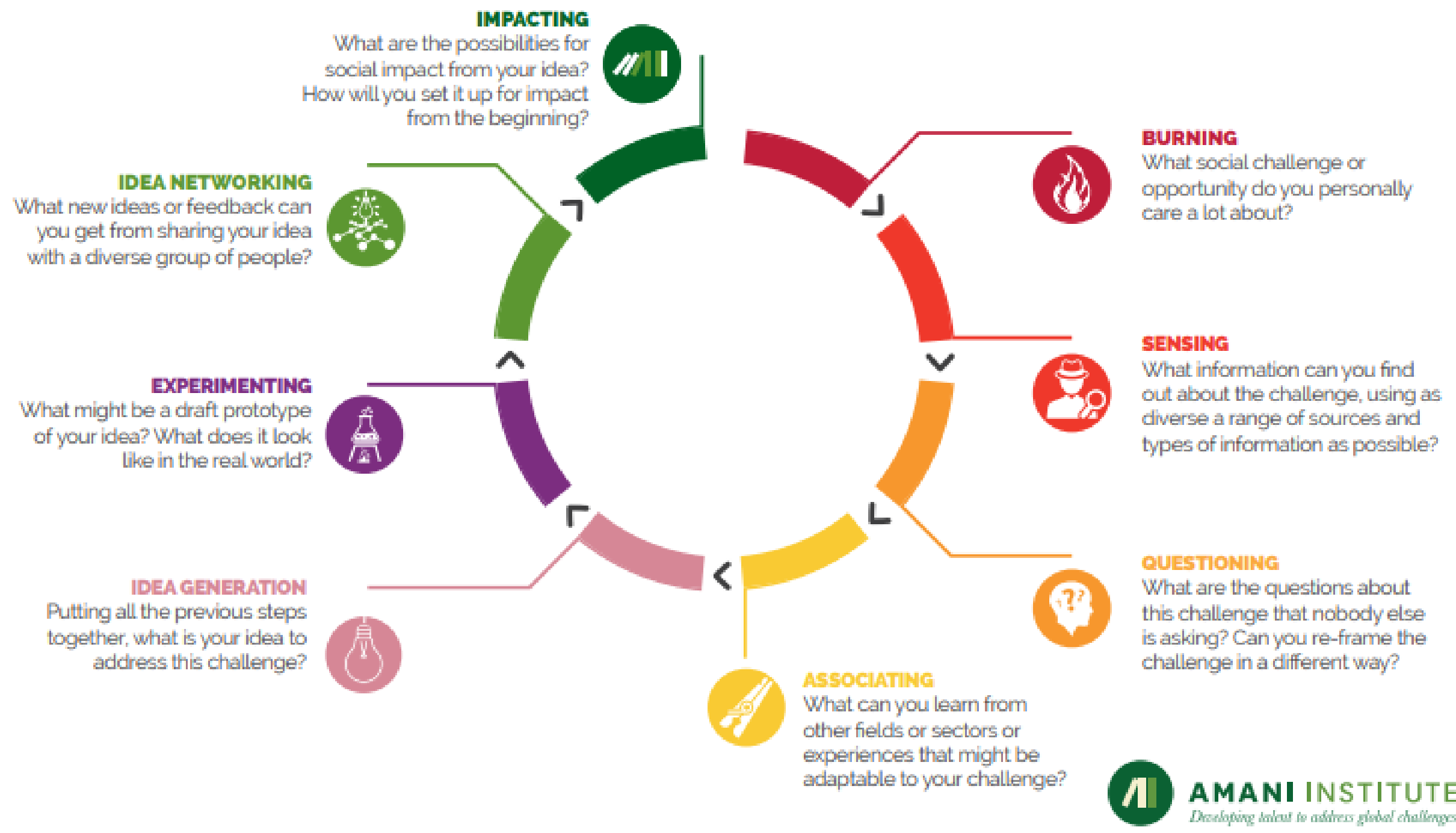
A társadalmi innováció célja, hogy hosszú távú és nagyszabású hatást érjen el. A társadalmi innováció hagyományosan nonprofit törekvéseken keresztül valósul meg, de az üzleti szféra is nyitott a társadalmi kihívások kezelésére.

VÍZIÓ



AMANI SOCIAL INNOVATION FRAMEWORK

8 Steps to Creating a New Idea





MODUL #2

Eljutni az ötlethez, a vízióhoz és a
misszióhoz

GYAKORLAT #1

Gondold át az ötleted!

Milyen közösségekben élsz?

1. KÉRDÉS

Milyen szükségletek és kihívások vannak a társadalmadban/ szomszédságodban/ közösségedben?

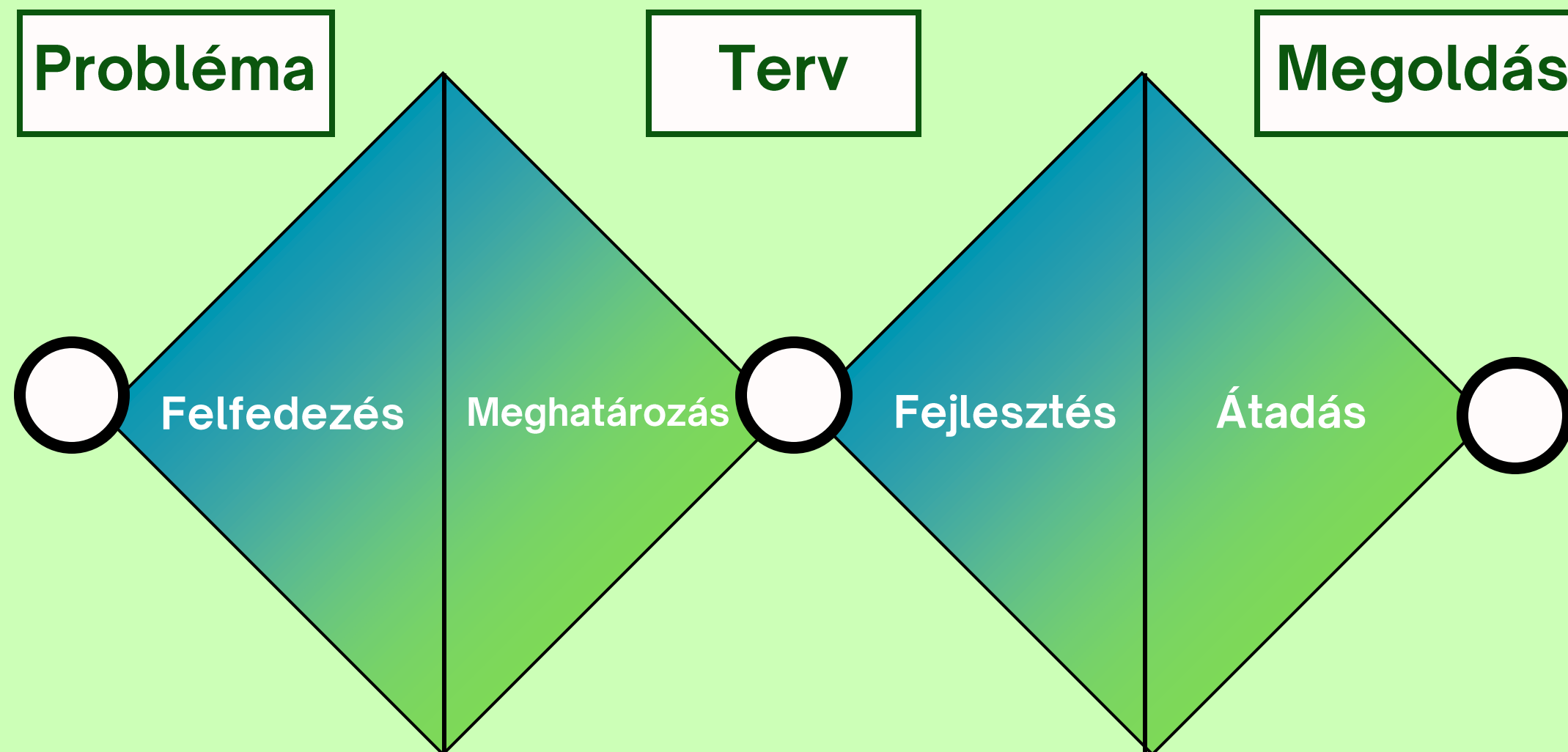
2. KÉRDÉS

Mi a személyes érdeked ezzel kapcsolatban?

3. KÉRDÉS

Modell/Eszköz #2 - Ötlet-kihívás

- Mi az alapvető probléma?
- Hogyan határozzuk meg?
- Probléma- és megoldásközpontú megközelítés
- Több ötlet generálása - Brainstorming (Ötletelés)
- A legjobb kiválasztása - Az ötletek rangsorolása



Esettanulmány #1 -

Nyomtass Te is! - Ötlet



tric

A kelet-európai szamizdat hagyományt felelevenítő Nyomtass Te is! a független média legfontosabb híreinek heti összefoglalója egyszerű, közérthető nyelven, félbehajtott A/4-es papírra nyomtatva. A mini-újság letölthető honlapunkról, és bárki kinyomtathatja és terjesztheti tetszőleges mennyiségben.

A kisvárosok közösségeinek megszólításával sokféle nézőpontot kínálunk a gyakran csak egyoldalúan képviselt kérdésekben. A magyar vidéki kormánypropaganda ellenében a magyarországi politikai köztudatot és a demokráciát az egész országban javíthatjuk.

Vízió és misszió

VÍZIÓ



A jövőképzés olyan folyamat, amelynek során egy közösség/szervezet tagjai meghatározzák, hogy milyen jövőt szeretnének.

"A jövőkép olyan, mint egy világítótorony, amely inkább megvilágít, mint korlátoz, inkább irányt ad, mint célt"
(James J. Mapes, Foresight First).

A missziót egy közösség/szervezet arra használja, hogy egyszerű és tömör megfogalmazásban elmagyarázza létének célját (céljait). A misszió megfogalmazása általában rövid, egyetlen mondat vagy rövid bekezdés.

MISSZIÓ



MODELL/ESZKÖZ #3

VÍZIÓ ÉS MISSZIÓ MEGALKOTÁSA

01

HOGYAN KÉPZELED EL AZ IDEÁLIS JÖVŐT?

02

MIÉRT AKARSZ ÉRTE DOLGOZNI?

03

HOGYAN AKAROD MEGALKOTNI?
PROGRAMOK/SZOLGÁLTATÁSOK/MEGOLDÁSOK

04

HOL SZERETNÉL DOLGOZNI? FÖLDRAJZI HATÓKÖR

05

KINEK SZERETNÉL DOLGOZNI?
CÉLCSOPORTOK/KEDVEZMÉNYEZETTEK

Gyakorlat #2

Vízió megalkotása

tríc

HOGYAN LÁTOD AZ
IDEÁLIS JÖVŐT?
RÖVID TÁVON?
HOSSZÚ TÁVON?

MIT SZERETNÉL
CSINÁLNI?

MILYEN
KÖZÖSSÉGBEN/
TÁRSADALOMBAN/
SZOMSZÉDSÁGBAN
SZERETNÉL ÉLNI?

MI A SZEMÉLYES
ÉRDEKED EZZEL
KAPCSOLATBAN?

HOGYAN
SZERETNÉL
HOZZÁJÁRULNI?

GYAKORLAT #3

Gondold át az ötleted!

Mit szeretnél
tenni ezért
az ideális
jövőért?

1.KÉRDÉS

Miért
szeretnél
hozzájárulni?

2.KÉRDÉS

Hogyan
szeretnéd ezt
elérni?

3.KÉRDÉS

Kinek a
számára?

5.KÉRDÉS

Hol?

4.KÉRDÉS

tríc

Esettanulmány #2 - Nyomtass Te is!

Vízió és misszió

VÍZIÓ

A projekt jövőképe egy olyan média létrehozása, amelyet bárki kinyomtathat és terjeszthet, szemben a kormányzati médiával, annak érdekében, hogy a terjesztők átlátható és valós információkkal rendelkezzenek az egész országban, különösen vidéken.

tríc

MISSZIÓ

A kormánypárti médiában visszatartott, tényeken alapuló hírek eljuttatása a kis falvakba.
A projekt küldetése egy olyan újság előállítása, amely minden lakos számára elérhető az interneten, kinyomtatva és a saját közösségében terjesztve, hogy az állam nehézkes kezével szemben hiteles és hiteles tájékoztatást nyújtson a magyarországi kisebb településeken.

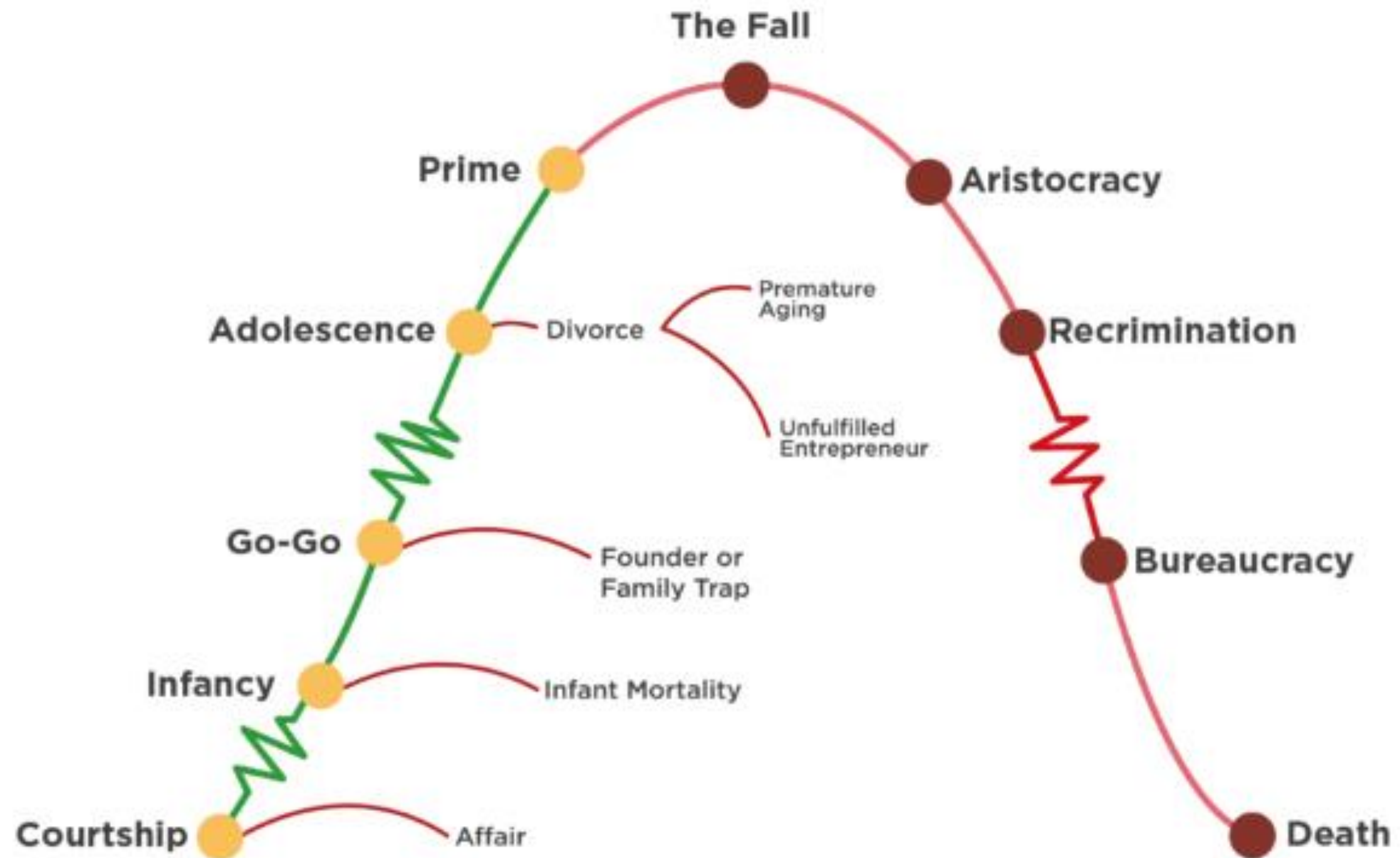


MODUL #3

Első lépések

Modell/Eszköz #4 - A projekt élelciklusa

tríc



MODELL/ESZKÖZ #4

PROJEKT ÉLETCIKLUS – 10 LÉPÉS (1.RÉSZ)

01

MEGSZÜLETÉS ELŐTT – A KEZDETI SZAKASZ AZ ÖTLET KIDOLGOZÁSA, A TŐKEBEVONÁS ÉS A VÁLLALKOZÁS MEGALAKÍTÁSA.

02

CSECSEMŐKOR–AHOGY A NEVE IS MUTATJA, EZ A FÁZIS A PROJEKTEK ELINDULÁSA. A CSECSEMŐHALÁL ELKÉPZELHETŐ.

03

GYERÜNK-GYERÜNK–A DOLGOK KAOTIKUSSÁ VÁLNAK.

ELŐFORDULHAT AZ ALAPÍTÓI CSAPDA, AMIKOR A PROJEKTTEVÉKENYSÉGEK ÉS A CSALÁDI ÉLET SZEMBE KERÜL EGYMÁSSAL.

04

SERDÜLŐKOR – A SERDÜLŐKOR SZAKASZÁBAN A PROJEKT ELKEZDI MEGHATÁROZNI ÖNMAGÁT ÉS KIALAKÍTANI A HELYÉT. ELŐFORDULHAT, HOGY A PROJEKT SZÉTVÁLIK, AKÁR A KORAI PROBLÉMÁK, AKÁR A CSALÓDOTT RÉSZTVEVŐK/ALAPÍTÓK MIATT.

05

FELNÖTTKOR– A PROJEKT FÉNYKORÁBAN A PROJEKT FITT, EGÉSZSÉGES ÉS NYERESÉGES.

MODELL/ESZKÖZ #4

PROJEKT ÉLETCIKLUS – 10 LÉPÉS (2.RÉSZ)

06

MEGÁLLAPODOTTSÁG - A FŐ FÁZIS VÉGET ÉR, AMIKOR A PROJEKT RÉSZTVEVŐI KEZDIK ELVESZÍTENI ÉLÉNKSÉGÜKET.

07

ARISZTOKRÁCIA-A PROJEKT A SIKEREI ÉS A JELENLÉTE MIATT ERŐS MARAD, DE PIACI RÉSZESÉDÉST VESZÍT, MIVEL A TECHNOLÓGIAI VÁLTOZÁSOK ÉS A PIACI TRENDEK ÁLDOZATÁVÁ VÁLIK.

08

KORAI BÜROKRÁCIA - ÚJRATÁRGYALÁS - KÉTSÉGEK, PROBLÉMÁK ÉS A HANYATLÁSSAL KAPCSOLATOS BELSŐ PROBLÉMÁK MIATT A PROJEKT ELVESZÍTHETI CÉLJÁT.

09

BÜROKRÁCIA - A PROJEKT A FOLYAMATOKRA ÉS ELJÁRÁSOKRA ÖSSZPONTOSÍT, A PROJEKT KERESI A KILÉPÉS VAGY A KIVONÁS LEHETŐSÉGÉT.

10

HALÁL - HA A SZERVEZET NEM TUD MEGÚJULNI, BEZÁR, ELADÁSRA KERÜL, CSŐDBE MEGY, VAGY ELADJA ESZKÖZEIT.

Esettanulmány #3 - Nyomtass Te is!

Kihívások és válaszok

COVID19 - A SZEMÉLYES
TERJESZTÉS LELASSUL

A lap egyre több
tényszerű és
hiteles
információt kezd
terjeszteni a
Covidról.

ÉLETKORI KÜLÖNBSÉG -
A LAPOT FŐKÉNT
IDŐSEBBEK TERJESZTIK

Megpróbálják elérni
az egyetemeket, hogy
bevonják a fiatalokat,
elindítottak egy
kurzust a szamizdat
médiáról az ELTE-n.

AZ INTERNET-HOZZÁFÉRÉS
NEM MINDENHOL ÉRNETŐ
EL A VIDÉKI TERÜLETEKEN

A közvetlen baráti és
ismeretségi kör kezdi
magára vállalni, hogy
vidéken, ahol nincs
internet, elterjedjen -
egy szelfivel lehet
megmutatni, melyik
városban járnak.

GYAKORLAT #4

A projektleírás alapján
készíts egy listát a
tennivalókról!

ELLENŐRZŐLISTA, TENNIVALÓK

tríc



KÉSZSÉG #1 MOTIVÁCIÓ

Egy ilyen kezdeményezés projektvezetőjének érzelmileg érintettnek, empátikusnak és motiválnak kell lennie. Meg kell értenie, hogy mi motivál másokat, és fenn kell tartania ezt a motivációt.

Modell/Eszköz #5 - Motiváció

Tetteink mozgatórugója

tríc



A motiváció kifejezés azt írja le, hogy egy személy miért tesz valamit. Ez a hajtóerő az emberi cselekedetek mögött. A motiváció az a folyamat, amely a célorientált viselkedést elindítja, irányítja és fenntartja.

A MOTIVÁCIÓ ALKOTÓELEMEI

trinc

Különböző elemek vagy összetevők szükségesek ahhoz, hogy motiváltak legyünk és maradjunk. A kutatók a motiváció három fő összetevőjét azonosították: aktiválás, kitartás és intenzitás.

- Az aktiválás a viselkedés elindítására vonatkozó döntés. Az aktiválásra példa lehet a pszichológiai kurzusokra való beiratkozás a diploma megszerzése érdekében.
- A kitartás a cél érdekében tett folyamatos erőfeszítés, még ha vannak is akadályok. A kitartásra példa lehet, ha megjelenysz a pszichológia órán, még akkor is, ha fáradt vagy, mert előző este sokáig fent voltál.
- Az intenzitás az a koncentráció és lendület, amellyel egy célt követünk. Például az egyik hallgató különösebb erőfeszítés nélkül haladhat (minimális intenzitás), míg egy másik hallgató rendszeresen tanul, részt vesz a tantermi megbeszéléseken, és kihasználja az órán kívüli tanulási lehetőségeket (nagyobb intenzitás).

Ha úgy érzed, hogy kevés a motivációd, vannak olyan lépések, amelyekkel növelheted a lendületedet. Néhány dolog, amit tehetsz a motivációd fejlesztése vagy javítása érdekében:

- Állítsd be céljaid úgy, hogy **azokra a dolgokra összpontosíts, amelyek valóban fontosak** a számodra. Ha így teszel, az jobban segít átjutni a kihívásokon, mint az olyan célok, amelyek alacsony fontosságú dolgokon alapulnak.
- Ha valami olyan dologgal foglalkozol, amit túl nagynak vagy túl nyomasztónak érzel, **bontsd fel kisebb, könnyebben kezelhető lépésekre**. Ezután csak az első lépés megvalósítását tűzzük ki célul. Ahelyett, hogy például 50 kilótól próbálnál megszabadulni, bontsd ezt a célt ötkilós lépésekre.
- **Javítsd az önbizalmadat**. A kutatások szerint összefüggés van az önbizalom és a motiváció között. Ha tehát jobban bízol magadban és a képességeidben, az hatással lehet arra, hogy képes vagy elérni a céljaidat.
- **Emlékeztess magad arra, hogy mit értél el a múltban**, és hol vannak az erősségeid. Ez segít abban, hogy az önbizalomhiány ne korlátozza a motivációd.
- Ha vannak olyan dolgok, amelyekben **bizonytalannak érzed magad, próbáld meg javítani ezeken a területeken**, hogy képzetebbnek és alkalmasabbnak érezd magad.

KÉSZSÉG #2 EGYÉRTELMŰ CÉLOK KITŰZÉSE

A projektvezetőnek és a munkatársaknak képesnek kell lenniük világos, egyszerű és mérhető célokat kitűzni.



Modell/Eszköz #6 - SMART célok

Az a baj, ha nincs célod, hogy egész életedben fel-alá rohangálhatsz a pályán, és soha nem rúgsz gólt.- Bill Copeland

A SMART egy olyan rövidítés, amelyet használhatsz a célok kitűzéséhez.
Hogy céljaid egyértelműek és elérhetőek legyenek, minden célod legyen:

- **S**pecific (specifikus).
- **M**easurable (mérhető).
- **A**chievable (elérhető).
- **R**elevant (releváns).
- **T**ime bound (időhöz kötött).

S

- *Specific*
- Konkrét célkitűzés

M

- *Measurable*
- Számokban mérhető

A

- *Achievable*
- Elérhető és teljesíthető

R

- *Relevant*
- Fontos és releváns

T

- *Time-bound*
- Határidőhöz kötött

GYAKORLAT #5

A projektleírás alapján
készíts egy listát a
tennivalókról!

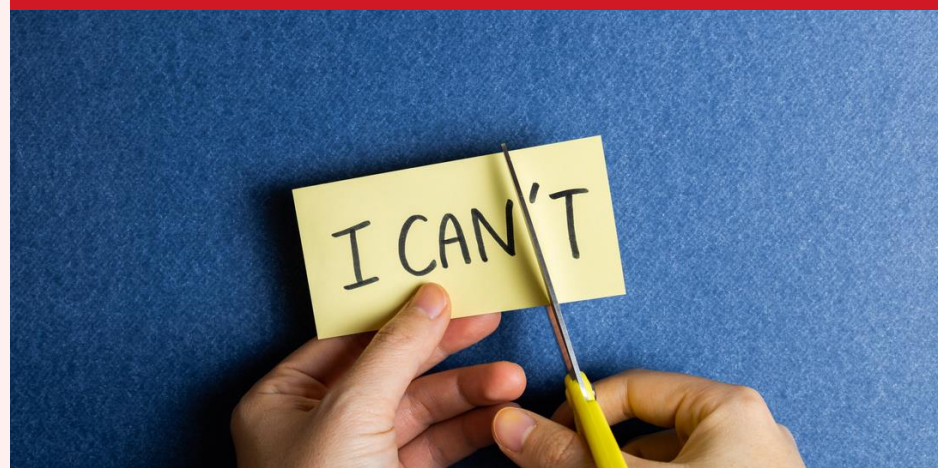
ELLENŐRZŐLISTA, TENNIVALÓK

tríc

Esettanulmány #4 Nyomtass Te is!-

Motiváció és célok kitűzése

MOTIVÁCIÓ



A projekt vezetőit és résztvevőit nem az anyagiak motiválták, hanem elsősorban az érzelmek (düh a kormány média túlkapásai miatt) és az önmegvalósítás (létrehozni valamit, ami fenntartható, működőképes és valódi megoldást jelent a problémára).

A kezdeti szakaszban a kitűzött cél nem felelt meg a SMART elvárásoknak, a kimenet nem volt számszerűsítve; csak később, a fejlesztési és növekedési szakaszban határozták meg, hogy a terjesztést 50 településen legalább hat hétig fenn kell tartani. Ezt később 1000 településre terjesztették ki.

CÉLOK KITŰZÉSE





MODUL #4

Növekedés és fejlődés

tr>c



KÉSZSÉG #3 PÉNZÜGYI ÁTLÁTHATÓSÁG

A projektvezetőnek képesnek kell lennie arra, hogy a pénzügyi kérdéseket átláthatóvá tegye, nyíltan kommunikáljon, és lehetővé tegye a projekt érdekelt felei számára a folyamatos nyomon követést. Több ember fogja támogatni a projektet, ha a pénzügyi feltételek átláthatóak, könnyen érthetőek, és nem csak egy szűk csoportnak biztosítanak különleges pénzügyi előnyöket.

Esettanulmány #5 Pénzügyi átláthatóság **tríc**

A projekt költségei egyszerűek, nyomdai és szállítási költségek, grafikai tervezési jutalék. Mivel mindenki önkéntes, nincs fizetés és bérfizetés.

Egy kis nyomda 10 Ft-ért nyomtat újságot, egy nagy nyomda 6,5 Ft/újság, a grafikus díja 50 000 Ft.



MODELL/ESZKÖZ #7

Intézményesülés

**Találj önkénteseket
és kollégákat,
akikkel együtt
dolgozhatsz**

CSAPATKIALAKÍTÁS

**Belső kommunikáció
kialakítása -
közösségi média
használata külső
kommunikációra**

KOMMUNIKÁCIÓ

**Költségvetés,
árképzési és
jövedelemtermelési
terv készítése**

PÉNZÜGYEK

**A struktúra
kialakítása és a
szerepek és
felelősségi körök
tisztázása**

**SZEREPEK ÉS
FELELŐSSÉGI KÖRÖK**

**A legfontosabb
feladatok és
folyamatok
megtervezése**

**ALAP
FOLYAMATFEJLESZTÉS**

ESETTANULMÁNY #6-NYOMTASS TE IS!

A PROJEKT KORAI INTÉZMÉNYESÜLÉSE

tríc

Csapatkialakítás

A szerkesztőség sokáig saját barátaira és ismerőseire támaszkodott a cikkek megírásában és terjesztésében. Csak később, a növekedés és fejlődés szakaszában alakult át országos hálózattá, amelyhez koordinátorok és helyi terjesztők is csatlakoztak.

Szerepek és felelősségi körök

A kezdeti időkben nem volt struktúra, nem volt szerepmegosztás, csak szakmai szempontból egyértelmű szerepek.

Alap folyamatfejlesztés

Megpróbálták egy professzionális szervezetfejlesztőt bevonni, akivel nem voltak teljesen elégedettek.

Pénzügyek

Mivel a projekt költségvetése eleve alacsony, a működéséhez szükséges pénzt főként adományokból gyűjtötték össze. Csak viszonylag későn, közvetlenül a választások előtt kaptak nagyobb összegű támogatást (2022 tavasz).

Kommunikáció

A projekt nemcsak Magyarországon, hanem külföldön is sikeres volt. A projekt vezetője számos újságban és internetes cikkben szerepelt. Bár nem mindig kapcsolódott közvetlenül a projekt céljához, a nyilvánosság jelentős hasznot hozott a projektnek.

GYAKORLAT #6

A projektleírás alapján
készíts egy listát a
tennivalókról!

ELLENŐRZŐLISTA, TENNIVALÓK

tríc



MODUL #5

Fenntarthatóság és jövőbeli tervek



A társadalmi hatás olyan lényeges vagy pozitív változást jelent, amely a társadalmi igazságtalanságokra és kihívásokra keres és alkalmaz megoldásokat.

A társadalmi hatás fázisai:

- az átfogó társadalmi probléma megfogalmazása
- az erőforrások és igények meghatározása
- célok és stratégiák meghatározása
- az eredmények nyomon követése, a számadatok elemzése
- fejlesztés és innováció

MODELL/ESZKÖZ #9 TÁRSADALMI HATÁS

Esettanulmány #7 - Nyomtass Te is! - Társadalmi hatás és jövőbeli tervek

A projekt fordulópontja a 2022-es előválasztás volt, amikor az előválasztás szervezői a lakosság tájékoztatására használták a lapot, valamint helyet biztosítottak a jelölteknek, hogy a választóikhoz szóljanak.

A Google Play Áruházból letölthető alkalmazás nagyban megsokszorozta a projekt hatását. A projekt csúcspontján 150 helyi aktivista naponta 1,3 millió példányt osztott szét, volt olyan nap, amikor több mint 80 szelfi érkezett, vagyis ennyi településen osztották szét naponta az anyagot a választások előtti hónapokban.

Jelenleg az aktivitás jelentősen visszaesett, nincs megfelelő politikai környezet, elképzelhető, hogy a 2024-es önkormányzati és uniós választásokra újra felpörög a projekt.

GYAKORLAT #7 – AKCIÓTERV

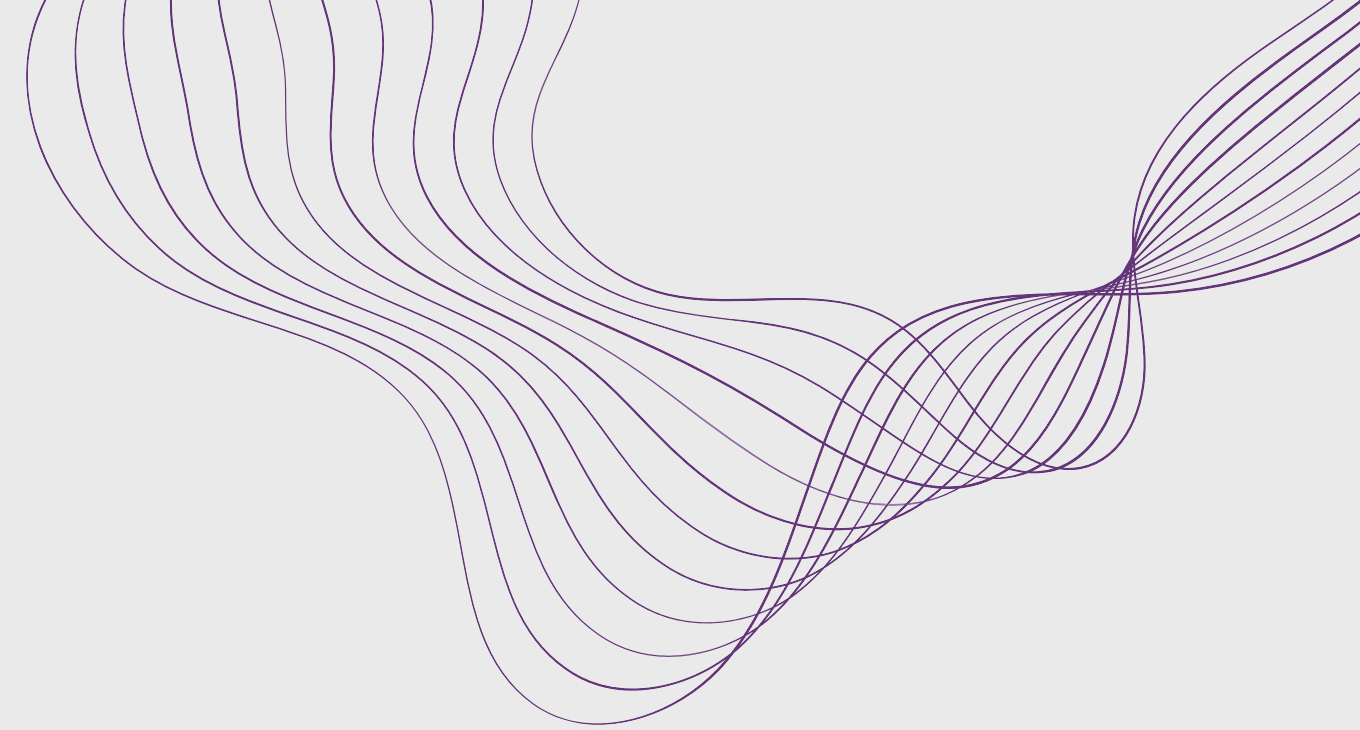


Ha döntéshozó lennél,
hogyan kezdenéd?



Állampolgárként
mit tehetsz?

FORRÁSOK



- <https://sozialmarie.org/en>
- <https://www.cromofoundation.org/>
- <https://www.viima.com/blog/social-innovation>
- <https://amaniinstitute.org/wp-content/uploads/2016/08/ASIF-Infographic-1.pdf>
- <https://www.viima.com/blog/the-complete-guide-to-idea-challenges>
- <https://www.sozialmarie.org/en/projects/7997>
- <https://www.investopedia.com/terms/m/missionstatement.asp#toc-what-is-a-mission-statement>
- <https://www.adizes.com/organizational-lifecycle>
- <https://www.verywellmind.com/what-is-motivation-2795378>
- <https://www.verywellmind.com/what-is-motivation-2795378>
- <https://kiszervezettmarketing.hu/online-marketing/smart-celok/>
- <https://socialimpact.com/>

tríc

**Köszönjük a
figyelmet!**



**Co-funded by
the European Union**

Az Európai Unió finanszírozásával: A kifejtett nézetek és vélemények azonban a szerző(k) sajátjai, és nem feltétlenül tükrözik az Európai Unió vagy az OeAD-GmbH véleményét. Ezekért sem az Európai Unió sem a támogatást nyújtó hatóság nem tehető felelőssé.



**Co-funded by
the European Union**