

NAVODILA ZA PRIPRAVO KOMUNIKACIJSKIH NAČRTOV PROJEKTOV ARIS

Pripravile: Jerneja Fridl, Agata Tomažič, Tanja Valte



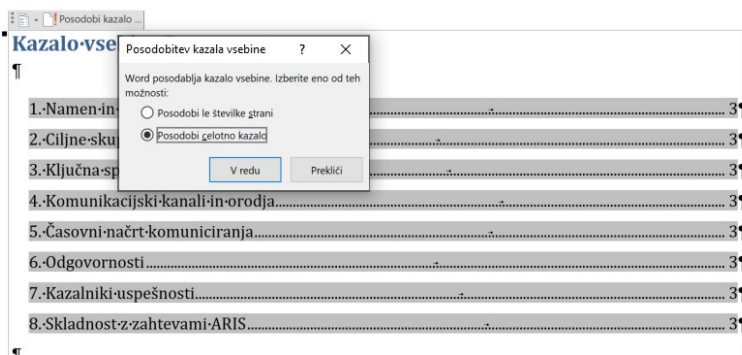
ARIS ni predvidel predpisanega obrazca za komunikacijski načrt, zato smo za vas pripravile predlogo, ki vam je lahko v pomoč pri razmisleku o vsebini komunikacijskega načrta. Lahko jo uporabite, lahko pa tudi ne.

UVODNI PODATKI

- Praviloma je treba izpolniti vse predvidene rubrike; neizpolnjene rubrike se izbrišejo.
- Pri projektih ARIS je akronim praviloma enak številki oziroma šifri projekta.
- Vrsta projekta je lahko: raziskovalni program, temeljni raziskovalni projekt, aplikativni raziskovalni projekt, podoktorski projekt, ciljni raziskovalni program (CRP), mednarodni raziskovalni projekt (npr. bilateralni in multilateralni projekti, sodelovanje s tujimi raziskovalnimi organizacijami ter sofinanciranje mobilnosti in raziskav), razvojni ali inovacijski projekt ali projekt za mlade raziskovalce.
- Pri navedbi institucije se navede polno ime institucije in akronim, ki se uporablja v nadaljevanju, na primer: Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti (ZRC SAZU).
- • Pri trajanju projekta se navede obdobje od začetka do zaključka projekta v obliki dd.mm.llll.
- • Obvezno je treba navesti tudi različico dokumenta, saj se dokument v času trajanja projekta lahko dopolnjuje. Začetna različica dokumenta je 1.0.

KAZALO

Ko boste s pripravo vsebine zaključili, ne pozabite **posodobiti celotnega kazala**, kot je prikazano spodaj:



VSEBINA KOMUNIKACIJSKEGA NAČRTA

1. Namen in cilji komuniciranja

V tem razdelku opišite, **zakaj je komuniciranje rezultatov projekta smiselno in potrebno** ter **kako podpira raziskovalne cilje projekta in cilje ARIS**. Namen komunikacijskega načrta ni promocija sama po sebi, temveč premišljeno obveščanje o raziskovalnem delu in njegovih rezultatih. Cilji komuniciranja so lahko usmerjeni v:

- obveščanje znanstvene, strokovne ali splošne javnosti o poteku in rezultatih raziskave,
- prispevek k razumevanju raziskovalne teme v širši družbi,
- omogočanje uporabe raziskovalnih rezultatov v praksi ali pri oblikovanju politik,
- krepitev prepoznavnosti raziskovalne skupine in raziskovalnega področja.

Cilji naj bodo realni, vsebinsko utemeljeni in skladni z naravo projekta. Ni treba, da so zelo podrobni, pomembno pa je, da jasno pokažejo, čemu komuniciranje služi.

2. Ciljne skupine

V tem razdelku opredelite, **koga boste z rezultati projekta obveščali**. Smiselno je razlikovati med različnimi ciljnimi skupinami, saj vse vsebine niso namenjene vsem javnostim.

Primeri ciljnih skupin:

- znanstvena skupnost (domača in/ali mednarodna),
- strokovna javnost oziroma uporabniki rezultatov,
- odločevalci in oblikovalci javnih politik,
- študenti,
- splošna javnost,
- mediji.

Ni nujno, da projekt nagovarja vse navedene skupine. Pomembneje je, da jasno navedete **katere so primarne in katere sekundarne ciljne skupine** ter zakaj so za projekt relevantne.

Pri tem upoštevajte, da različne ciljne skupine zahtevajo različen način in obseg komuniciranja.

3. Ključna sporočila

V tem razdelku opredelite **osrednja sporočila projekta**, ki jih želite posredovati posameznim ciljnim skupinam. Ključna sporočila naj odgovarjajo predvsem na vprašanja:

- kaj raziskujete,
- zakaj je to pomembno,
- kakšni so (ali bodo) glavni rezultati,
- kakšen je širši pomen raziskave.

Sporočila so lahko zapisana okvirno in jih ni treba oblikovati kot končnih besedil za javnost.

Pomembno je, da so:

- vsebinsko pravilna,
- razumljiva ciljni skupini,
- skladna z raziskovalnimi cilji.

Za različne ciljne skupine so lahko poudarki različni (npr. znanstveni doprinosi za strokovno javnost, družbeni pomen za splošno javnost).

4. Komunikacijski kanali in orodja

V tem razdelku navedite **kanale in orodja**, preko katerih boste komunicirali rezultate projekta.

Izbor naj bo **smiseln glede na ciljne skupine in naravo projekta**.

Primeri kanalov:

- znanstvene objave (revije, monografije, zborniki),
- konference, simpoziji, delavnice,
- spletna stran projekta ali razdelek na spletni strani inštitucije,
- družbena omrežja (če so za projekt relevantna),
- poljudni članki, intervjuji, medijski prispevki,
- javni dogodki (predavanja, razprave, razstave).

Ni potrebno uporabljati vseh kanalov. Zadostuje **osnovni, realno izvedljiv nabor**, ki omogoča doseganje izbranih ciljnih skupin. Pri tem upoštevajte tudi obstoječe komunikacijske kanale in podporo institucije.

5. Časovni načrt komuniciranja

V tem razdelku opišite **kda v času trajanja projekta** so predvidene posamezne komunikacijske aktivnosti. Časovni načrt je lahko okviren in vezan na faze projekta, na primer:

- začetek projekta (predstavitev ciljev in raziskovalne ekipe),
- vmesne faze (vmesni rezultati, dogodki, konference),
- zaključek projekta (predstavitev glavnih rezultatov).

Časovni razpored je lahko zapisan opisno ali v obliki kratke tabele. Pomembno je, da je usklajen z dinamiko raziskovalnega dela in da ne predvideva aktivnosti v fazah, ko vsebinsko še niso možne.

6. Odgovornosti

V tem razdelku določite, **kdo je odgovoren za izvajanje komunikacijskih aktivnosti**. To je lahko:

- vodja projekta,
- posamezni člani projektne skupine,
- več oseb z deljenimi nalogami,
- pristojne službe institucije.

Ni potrebno navajati zapletenih struktur. Zadostuje jasna navedba, kdo koordinira in kdo izvaja komuniciranje, saj to prispeva k realni izvedljivosti načrta.

7. Kazalniki uspešnosti

V tem razdelku opredelite **kako boste spremljali uspešnost komuniciranja**. Kazalniki naj bodo preprosti, merljivi in sorazmerni z obsegom projekta.

Primeri kazalnikov:

- število znanstvenih in poljudnih objav,
- udeležba na dogodkih,
- število medijskih objav ali odzivov,

- obiski spletnih vsebin,
- odziv ciljnih skupin.

Kazalniki niso namenjeni podrobnemu vrednotenju, temveč osnovnemu spremljanju dosega in izvedbe komunikacijskih aktivnosti.

8. Skladnost z zahtevami ARIS

V tem razdelku navedite, da bo komunikacijski načrt in njegovo izvajanje **skladno z zahtevami ARIS**, zlasti glede:

- navajanja sofinanciranja ARIS pri objavah in dogodkih,
- diseminacije rezultatov raziskav,
- upoštevanja pravil odprtega dostopa (kadar je to relevantno),
- etičnih načel raziskovalnega in javnega delovanja.

Zadostuje kratka, jasna izjava o skladnosti.