



# RADĪT VIĻŅUS

Iedvesmojošs buklets, lai radītu lielāku jūsu projekta ietekmi,  
veicinātu jūsu projekta redzamību un uzlabotu projekta rezultātu  
izplatīšanu un izmantošanu

Lejupielādējiet šo un citus SALTO Resursu centra  
iekļaušanas bukletus bez maksas:  
[www.SALTO-YOUTH.net/Inclusion/](http://www.SALTO-YOUTH.net/Inclusion/)

SALTO-YOUTH  
RESOURCE CENTRES



# RADĪT VIĻŅUS

*Kā radīt lielāku jūsu projekta ietekmi?*



Šis dokuments neatspoguļo Eiropas Komisijas, SALTO Resursu centra iekļaušanai vai sadarbības organizāciju oficiālos uzskatus. „Radīt viļņus” ir praktisks jaunatnes darba materiāls, nevis politikas dokuments.



## SALTO ir

atbalsts tālākas izglītības un apmācību iespējas programmas „Jaunatne darbībā” ietvaros. Eiropas Komisija ir radījusi 8 SALTO Resursu centru tīklu, lai veicinātu neformālās izglītības programmas „Jaunatne darbībā” īstenošanu.

SALTO mērķis ir atbalstīt programmas „Jaunatne darbībā” projektus, balstoties uz sekojošām prioritātēm – sociālā iekļaušana, kultūru daudzveidība, līdzdalība. SALTO atbalsta arī sadarbību ar tādiem reģioniem kā EuroMed, Dienvidaustrumu Eiropa vai Austrumeiropa un Kaukāza reģions. SALTO nodrošina Nacionālajām Aģentūrām apmācības, sadarbības veicināšanas aktivitātes un informatīvos materiālus.

Par šīm prioritātēm SALTO piedāvā dažādus resursus, informatīvos materiālus un apmācības Nacionālajām Aģentūrām un Eiropas jaunatnes darbiniekiem. Resursi ir pieejami **www.SALTO-YOUTH.net**. Meklējiet internetā Eiropas apmācību kalendāru, apmācību un jaunatnes darba metodes, apmācītājus un saites uz dažādiem interneta resursiem!

SALTO-YOUTH aktīvi sadarbojas ar citām iesaistītajām pusēm Eiropas jaunatnes darbā - programmas „Jaunatne darbībā” Nacionālajām Aģentūrām, Eiropas Padomi, Eiropas Jaunatnes Forumu, Eiropas jaunatnes darbiniekiem, apmācītājiem un apmācību organizētājiem.

## SALTO Resursu centrs iekļaušanai

[www.SALTO-YOUTH.net/Inclusion/](http://www.SALTO-YOUTH.net/Inclusion/)

SALTO resursu centrs iekļaušanai (Beļģijā) kopā ar Eiropas Komisiju strādā, lai iekļautu jauniešus ar ierobežotām iespējām programmā „Jaunatne darbībā”. SALTO atbalsta arī Nacionālās Aģentūras un jaunatnes darbiniekus iekļaušanas darbā, nodrošinot apmācību kursus, attīstot jaunatnes darba metodes, izplatot informāciju ziņu lapā.

Papildus darbam iekļaušanas jomā SALTO pilda dažādus uzdevumus, piemēram, veido apmācītāju tiešsaistes datubāzi, attīsta SALTO-YOUTH.net mājas lapu un veido šo bukletu par projektu redzamību un rezultātu izplatīšanu, un izmantošanu.

Vairāk informācijas un resursus meklējiet Iekļaušanas lapās:

 [www.SALTO-YOUTH.net/Inclusion/](http://www.SALTO-YOUTH.net/Inclusion/)

<b>IEVADS</b> .....	4
Projekta redzamība un ietekme - Par ko ir šis buklets?.....	4
Projekta redzamība, rezultātu izplatīšana un izmantošana – Definīcijas .....	7
Kāpēc jums vajadzētu „taisīt vilņus”? – Ieguvumi .....	11
<b>PLĀNOJOT VIĻNUS – DOMĀJIET, PIRMS METIET PIRMO AKMENI!</b> .....	14
Pieejamie resursi .....	16
Darbības plāna izveidošana .....	21
Kas būs ieguvēji? .....	23
Projekta rezultāti .....	26
Mērķa grupas .....	27
<b>REDZAMĪBA – PADARIET SAVU PROJEKTU REDZAMU</b> .....	30
1. Projekta identitātes definēšana.....	32
2. Informatīvo materiālu izveidošana .....	35
3. Attēli publikācijām.....	38
4. Cilvēku piesaistīšana.....	41
5. Darbs ar presi un citiem medijiem .....	46
<b>PROJEKTA REZULTĀTU IZPLATĪŠANA</b> .....	54
1. Rezultātu redzamība – padariet neredzamo par redzamo.....	55
2. Informācijas plūsma - pareiza informācijas izplatīšana .....	63
3. Reklamēšanas metodes – jūsu rezultātu publicēšana .....	66
4. Projekta mājas lapas izveidošana – virtuālā reklāma .....	70
5. Dodieties pie cilvēkiem – tiešie kontakti .....	73
<b>PROJEKTA REZULTĀTU IZMANTOŠANA</b> .....	76
1. Mērķa grupas iepazīšana .....	77
2. Jūsu rezultātu un produktu izmantošana .....	81
3. Projekta nākotne un ilgtspēja .....	82
4. Turpinājuma pasākumi dalībniekiem, partneriem un visiem iesaistītajiem.....	84
5. Plašāka bilde – rezultātu izmantošana politikas veidošanā .....	85
6. Politikas veidotāju informēšana .....	88
<b>ATSAUCES UN NODERĪGI AVOTI</b> .....	90
Mājas lapas un publikācijas.....	90
Autori un avoti .....	90
Īss vizuāls pārskats .....	95

# IEVADS

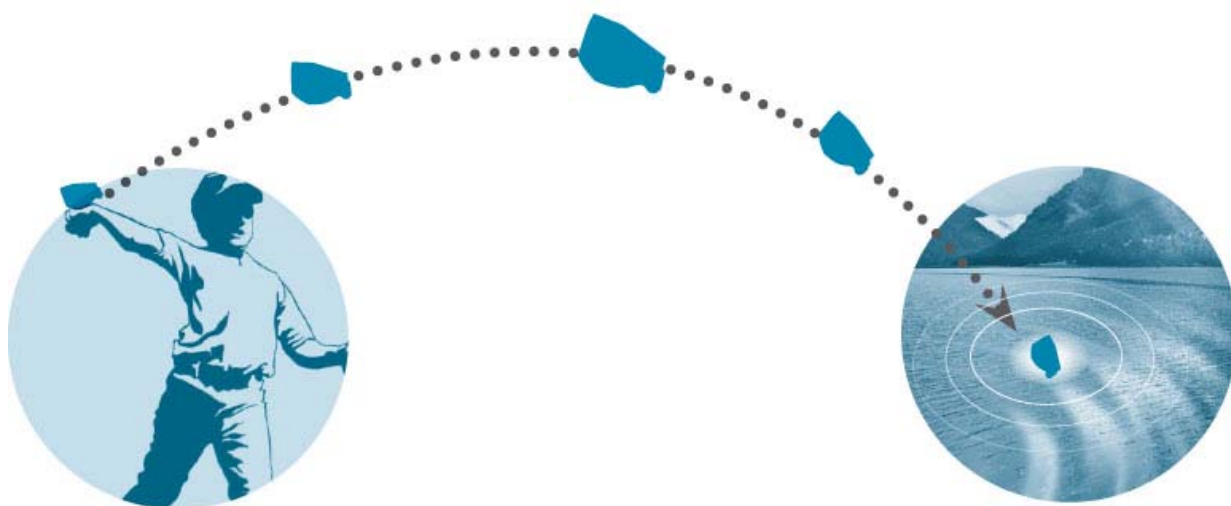
## *Projekta nozīme un ietekme*

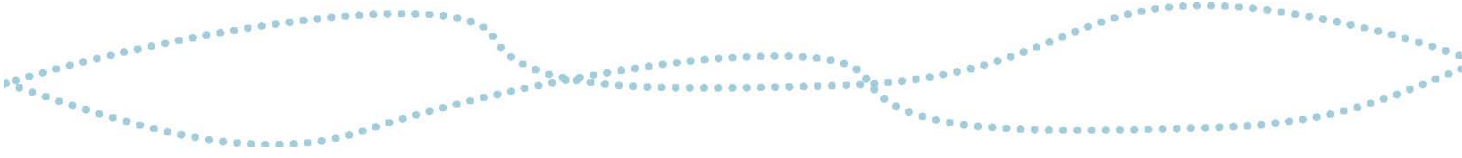
### PAR KO IR ŠIS BUKLETS?




#### **NO KURIENES NĀK VIĻŅU RADĪŠANA?**


Katru gadu Eiropā tiek īstenoti vairāki tūkstoši starptautiski jauniešu projekti. Tie maina dzīvi tūkstošiem un tūkstošiem jauniešu. Tiek īstenotas neskaitāmas aktivitātes: varat iedomāties pieredzi un rezultātus, ko rada šie projekti. Tomēr bieži šie projekti beidzas ar pēdējām aktivitāšu dienām vai kad tiek pabeigti pēdējie rakstu darbi. Projekta papīri un fotogrāfijas tiek noglabātas vistālākajā atvilktnē un aizmirstas.





Projektos ir ieguldīta liela nauda, bet bieži to redzamība ir vāja un to rezultāti netiek izmantoti, kā tas bija iecerēts, kaut arī ir iespēja attīstīties un tālāk pilnveidoties. Ar nelielu piepūli mēs varam padarīt projektus daudz redzamākus citiem.

 Tam vajag tikai nedaudz vairāk stratēģiskas domāšanas un plānošanas...


 Šis buklets sniedz jums idejas un padomus, kā padarīt jūsu projektu veiksmīgāku un pilnvērtīgāku.

To var salīdzināt ar akmens mešanu ūdenī. Jo lielāku akmeni un jo stiprāk jūs metat, jo lielākus viļņus tas radīs. Tāpat ir ar jūsu projektu. Ja jūs organizējat projektu tikai organizēšanas pēc, tad tam būs tikai neliela ietekme uz projekta dalībniekiem, un prieks par projektu drīz norims. Bet, ja jūs domājat nedaudz vairāk par to, ko vēlaties sasniegt ar jūsu projektu un kā izmantot tā rezultātus, projekts radīs daudz lielāku ietekmi uz tā dalībniekiem un sabiedrību.

### ≈ Un tāpēc jūs strādājat ar jauniešiem, vai ne?

Lai radītu izmaiņas cilvēku prātos  
Lai radītu ietekmi uz sabiedrību  
Lai izmainītu cilvēku dzīvi...

Eiropas Komisija domā tāpat. Ja programmas „Jaunatne darbībā” projekti ir veidoti tā, lai radītu pēc iespējas lielāku ietekmi, tad projekta rezultātus nepieciešams izplatīt un izmantot daudz saturīgākā, koordinētākā, stratēģiskākā un noturīgākā veidā. Projekta rezultātiem jāatrod vieta nākotnes projektos un procesos, lai tie būtu iepriekšējās pieredzes ieguvēji. Tas ievērojami veicina Eiropas programmas ietekmi un redzamību.




≈ Eiropas Komisija savās Izglītības un Kultūras programmās, arī programmā „Jaunatne darbībā” - <http://ec.europa.eu/youth/> (2007-2013) projekta redzamību, rezultātu izmantošanu un izplatīšanu ir padarījusi par prioritāti.

Rezultātu izplatīšana un izmantošana ir nosacīti jauni programmas „Jaunatne darbībā” pasākumi. Šī iemesla dēļ SALTO izveidoja šo īso un praktisko bukletu jaunatnes darbiniekiem, kuri saskaras ar nepieciešamību izplatīt un izmantot projektu rezultātus. Bukletā „Radīt viļņus” ir daudz praktisku padomu, kā palielināt projekta ietekmi. Arī Nacionālajām aģentūrām ir jāskaidro projektu pieteicējiem, ko projektu rezultātu izplatīšana un izmantošana sevī ietver. Šis buklets var palīdzēt Nacionālajām Aģentūrām izskaidrot projektu pieteicējiem, kas tas ir.

Lai veicinātu projektu rezultātu tālāku izplatīšanu un izmantošanu, reizēm ir pieejams programmas „Jaunatne darbībā” papildus finansējums. Tomēr šis buklets nav par to, kādas ir rezultātu izplatīšanas un izmantošanas prasības, lai saņemtu papildus finansējumu.

≈ „Radīt viļņus” cer jums dot iedvesmu, kā izmantot visas projekta iespējas.

 Šajā bukletā mēs, pirmkārt, orientējamies uz programmu „Jaunatne darbībā” un starptautiskiem jauniešu projektiem, bet visi padomi un ieteikumi ir arī izmantojami vietējos vai globālos jauniešu projektos.

## *Projekta redzamība, rezultātu izplatīšana un izmantošana*

### **Definīcijas**

**Rezultātu izplatīšana** – projektu rezultātu izplatīšana sabiedrībā. Jūs varat izmantot dažādus medijus, lai dokumentētu šos rezultātus un tie nonāktu pie jūsu mērķa grupas.

**Rezultātu izmantošana** – tā ir jūsu projekta rezultātu vai produktu efektīva izmantošana. Ejiet tālāk un veiciniet, lai jūsu projekta rezultāti vai produkti rada kādas pārmaiņas un tiek izmantoti citos projektos.

**Atcerieties!** Viena lieta ir izplatīt projekta prezentācijas materiālus, diskus, video, lai projekta iznākums būtu zināms un pieejams cilvēkiem. Bet, ja gribat iet vēl tālāk un iegūt vēl lielāku ietekmi, pārliecinieties, ka šie rezultāti tiek izmantoti un, ka tie nav vienkārši atstāti bez ievērības.







Tā jūs izvairīsieties no tā, ka projekts tiek nolikts atvilktnē, kur glabājat dokumentus un citas lietas, kas saistītas ar projektu, un ir pavisam aizmirsts. Projekta rezultātus var izmantot un pilnveidot ar jaunām idejām.

Eiropas Komisija programmas „Jaunatne darbībā” izplatīšanas un izmantošanas stratēģijā nodala divu veidu rezultātu izmantošanu:

≈ Projekta rezultātu pavairošana - pārliecinieties, ka projekta rezultātus izmanto citi, tie tiek attīstīti tālāk citos projektos vai turpinājuma pasākumos. Tādā veidā jūs padarāt projekta rezultātus ilgtspējīgus.

≈ Otrs veids ir rezultātu izmantošana politikas procesā, lai pārliecinātu lēmumu pieņēmējus pārņemt projektu pieredzi un rezultātus un izmantotu to vietējā, reģionālā, valstiskā vai Eiropas praksē un politikas veidošanā.


**Redzamība** ir vēl viens jēdziens, kas ir cieši saistīts ar jūsu jauniešu projekta rezultātu izmantošanu un izplatīšanu: ar savu projektu jūs varat parādīt savas organizācijas darbu un nozīmīgumu, varat popularizēt iespējas, ko sniedz programma „Jaunatne darbībā”, varat runāt par aktuālām lietām ar apkārtējo sabiedrību.


### *Kāda ir atšķirība starp projekta redzamību, rezultātu izplatīšanu un izmantošanu?*

- ≈ Projektu rezultātu izplatīšana veicina redzamību un pozitīvu organizācijas un projekta tēla veidošanos.
- ≈ Ja izplatīsiet projekta rezultātus cilvēkiem, kam tie ir nepieciešami, tad ir ticami, ka tie arī tos izmantos.
- ≈ Kad jūs iesaistāt cilvēkus savā projektā, lai veicinātu tā redzamību, tiem noteikti būs interese arī par projekta rezultātiem, tāpēc izplatiet rezultātus arī šiem cilvēkiem.
- ≈ Tie, kas jūtas piederīgi projektam, arī visticamāk izmantos projekta rezultātus.
- ≈ Veidi, kā jūs veicināt projekta redzamību, izplatāt projekta rezultātus, pamatā ir vienādi (reklāma, tikšanās, preses konferences utt.).



Ir skaidrs, ka šie trīs jēdzieni ir saistīti un pārklājas cits ar citu, tomēr skaidrības un izpratnes labā mēs izdalījām šīs dažādās vajadzības, kuras bija nepieciešamas.

 Šajā bukletā mēs runājam par redzamību projekta norises laikā, kamēr par izplatīšanu un izmantošanu vairāk ir jārunā pēc projekta beigām – kad ir sasniegts kāds rezultāts.

 Mēs runājam par projekta rezultātu izplatīšanu tad, kad mērķis ir publicēt jūsu projekta rezultātus un padarīt tos pieejamus citiem. Projekta izmantošana ir rezultātu pielāgošana jūsu mērķa grupas vajadzībām un pārliecināšanās, ka tie tiks efektīvi izmantoti.

### Dažādas formas, kā „radīt viļņus” ar jūsu projektu

Jūsu projekta redzamība (parādiet to)

- Popularizējiet, veidojiet tēlu, publicitāti, atpazīstamību...

Rezultātu izplatīšana (izplatiet tos)

- Prezentējiet rezultātus, izplatiet produktus ...

Rezultātu izmantošana (pārliecinieties, kā tie tiek lietoti)

- Pielāgojiet tos dažādām situācijām, dalieties pieredzē, apmāciet citus ...

Pavairošana

- Iekļaujiet savus rezultātus jaunos projektos (savos un citu), veiciet turpinājuma pasākumus...

Rezultātu vadīšana

- Iekļaujiet savus rezultātus jaunatnes politikas veidošanas procesā, ieteikumos, lobēšanā, sistēmu maiņā...


Lai kā jūs to sauktu (redzamība, izplatīšana...), tas viss nozīmē projekta ietekmes palielināšanu un efektīgāku ierobežoto līdzekļu izmantošanu, lai ar savu projektu sasniegtu lielākus rezultātus.

 Tāpēc šis buklets saucas „**Radīt viļņus**”.

## *Kāpēc vajadzētu „radīt viļņus”?*

### IEGUVUMI

Ir daudz pārliecinošu iemeslu, kāpēc projekti būtu jāpadara redzami citiem un tā rezultāti jāizplata un jāizmanto. Tas nenozīmē, ka pēkšņi jums ir jāizplata projekta rezultāti un jāizmanto tie tikai tāpēc, ka tā ir Eiropas prioritāte. Ja īstenojat projektu, kāpēc nepārliecināties, ka no tā iegūst pēc iespējas vairāk cilvēku.

 Jaunatnes darbs nenozīmē tikai īstenot projektus, tas nozīmē darīt to labi.

Dažreiz ir grūti gūt organizācijas atbalstu, lai iesaistītos programmā „Jaunatne darbībā”, jo tas paņem daudz laika un ir nepieciešams līdzfinansējums. Tomēr augstāk minētie argumenti un iespējamā projekta ietekme var palīdzēt pārliecināt kolēģus un organizācijas vadību tomēr pamēģināt. Kad jūs skaidri parādāt, ko var sasniegt ar jauniešu projektu palīdzību, viņi var kļūt vairāk ieinteresēti iesaistīties starptautiskā jauniešu projektā vai pat padarīt to par jaunatnes darba patstāvīgu sastāvdaļu.

Nākamajā lappusē atradīsiet dažus piemērus par tiem ieguvumiem, kas gūti no projektu redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas.

## 12 IEVADS

Iedvesmojiet citus ar savu darbu programmas „Jaunatnes darbībā” projektiem, pārlieciniet citus, ka šādi projekti ir iespējami un ka arī viņi var tos īstenot.

Neizgudrojiet jaunu velosipēdu! Ja balstiet savu projektu uz jau īstenota projekta rezultātiem, pielāgojiet tos jūsu vajadzībām un situācijai, tas palīdzēs jums darbā un jūs izvairīsities pieļaut tās pašas kļūdas.

Jūs varat pieņemt, ka jauniešu projekti ir paredzēti tikai viņiem, tomēr to veidošanā ir iesaistīti arī draugi, citas organizācijas, vecāki, sabiedrība, vietējā vadība. Neaizmirstiet viņus – tā iegūsiat lielāku ietekmi.

Uzlabojiet savas organizācijas reputāciju un atpazīstamību! Ja parādīsiet plašākai sabiedrībai, ka jūsu organizācija veic dažādus projektus un tie ir veiksmīgi īstenoti, tas noteikti cels jūsu organizācijas reputāciju.

Piesaistiet vairāk līdzekļu! Ja parādīsiet, ka projektiem ir liela ietekme uz jauniešiem, viņu darbības sfēru un politiku, tad lēmumu pieņēmēji labprātāk sniegs finansējumu projektiem.

Celiet jauniešu un jaunatnes darbinieku motivāciju! Ja popularizēsiet savu projektu un tā rezultātus dažādos masu medijos, tad cilvēki būs lepni par saviem panākumiem. Tas veicinās vienotības sajūtu - jā, mēs to izdarījām.

Piedalieties politikas veidošanas procesā! Iepazīstiniet politikas veidotājus ar projektu rezultātiem, nodrošiniet viņus ar informāciju un ieteikumiem, kas ir balstīti uz jūsu pieredzi un palīdzētu ietekmēt jaunatnes politiku.

Izmantojiet savu pieredzi, lai pārveidotu un mainītu sistēmu. Iespējams, strādājot ar programmu „Jaunatne darbībā” jums ir uzkrājusies pieredze, kā tā darbojas un kur tās darbība būtu jāuzlabo. Jūs varat palīdzēt uzlabot sistēmu un procesus.

Veiciniet projektu ilgtspējību! Pārliecināties, ka projekts nav vienreizējs pasākums, un projektā gūtā pieredze tiks izmantota turpmākos projektos, politikas veidošanā u.c., tad no jūsu projekta būs vairāk ieguvēju un rezultāts būs paliekošāks.

Parādiet Eiropas Savienības finansēto projektu ietekmi! Ja rādīsiet savu projektu labos rezultātus un produktus, kas ir radīti „Jaunatne darbībā” projektos, tas varētu pārliecināt citus, ka Eiropas projekti ir vērtīgi un atbalstāmi.




# PLĀNOJOT VIĻŅUS

## Domājiet, pirms metiet pirmo akmeni!



**Domājiet par projekta rezultātu izplatīšanu un izmantošanu pirms projekta!**

Tas, kādus viļņus jūs ar savu projektu radīsiet, ir atkarīgs no tā, kā iemetīsiet akmeni ūdenī. Ir svarīgi zināt, kā mest akmeni jau pirms pašas mešanas. Tiklīdz akmens būs izmests, tas kaut kad arī nogrims, radot lielus viļņus vai mazus vilnītšus.

 Jaunatnes projektu ietekme ir atkarīga no tā, cik labi pirms tam būsiet visu izplānojuši.

Jūs varat veikt dažādas aktivitātes un izgudrot dažādas metodes, lai nodrošinātu projekta redzamību un tā rezultātu izplatīšanu un izmantošanu. Tomēr, lai pārliecinātos, ka aktivitātes un metodes nodrošinās plānoto projekta ietekmi, ir nepieciešams par to domāt un analizēt savus projekta resursus jau pašā sākumā - pirms jūs uzsākat projektu.



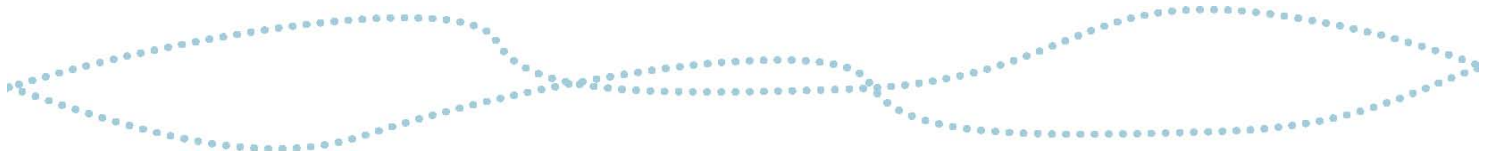
Šie varētu būt ierosinoši jautājumi:

Ko gribat sasniegt ar projektu? Kādi būs ieguvumi?	Labums un ieguvumi no Jūsu aktivitātēm
Ko ir vērts rādīt citiem? Kādi būs iespējamie projekta rezultāti?	Produkti, iznākums, informācija par projektu.
Ko projekts ietekmēs?	Mērķa grupu
Kāda būtu visefektīvākā informācija mērķa grupai	Pielāgojiet informāciju un aktivitātes mērķa grupai!
Kādi ir organizācijas dalībnieku/grupas resursi un prasmes	Pieejamie resursi un prasmes.
Ko ir nepieciešams izdarīt un iegūt projekta laikā? Kurš ko dara?	Plānošana un pienākumu sadale.
Cik tas viss izmaksās? Kur ņemt laiku un naudu tam?	Budžets un paredzēto aktivitāšu finansējums

Visi šie jautājumi ir savstarpēji saistīti. Jūsu projekta produkti un rezultāti vairāk vai mazāk parādīs, ko ir iespējams sasniegt ar projektu. Pielāgojiet informācijas izplatīšanas aktivitātes jūsu mērķa grupām. Jūsu pieejamie resursi un kompetences nodrošinās jūsu iespējas. Jums jābūt skaidrībā par to, kas un kā nodrošinās projekta redzamību, rezultātu izplatīšanu un izmantošanu, kāds budžets tam ir nepieciešams un kur jūs to saņemsiet.

Ir svarīgi piesaistīt pēc iespējas vairāk ieinteresētās personas šajā procesā.





≈ Jauniešiem ir jābūt aktīvi iesaistītiem projekta redzamības plānošanā, kā arī projekta īstenošanā dzīvē.

≈ Svarīgi ir piesaistīt arī cilvēkus, kuri var palīdzēt popularizēt projektu, izplatīt un izmantot projekta rezultātus jau pašā projekta sākumā.


≈ Un neaizmirstiet piesaistīt arī jūsu projekta mērķa grupu. Jo vairāk pielāgosiet projektu mērķa grupas vajadzībām, jo vairāk tas tiks izmantots.

### *Dieļjamie resursi*



**Kādi resursi jums ir pieejami un būtu nepieciešami, lai radītu ietekmi ar to?**

Jūs domājat, ka projekta redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas nodrošināšana nozīmē papildus darbu. Taču atcerieties, ka tas palīdzēs jūsu projektam būt nozīmīgākam un cels tā kvalitāti.

 Jauniešu projekts nav tikai veids, kā nodarbināt cilvēkus, tas nav mērķis pats par sevi. Tas palīdz radīt pārmaiņas un ietekmēt sabiedrību.

### *Jums ir vairāk resursu, nekā jūs domājat*

Ja uzmanīgi apskatīsiet jūsu projekta dažādos posmus un elementus, jūs ieraudzīsiet, ka ir pieejami daudzi resursi, kā padarīt projektu redzamu, izplatīt un izmantot tā rezultātus. Tas sākas jau minētajā plānošanas stadijā. Tas prasa novērtējumu un radošu domāšanu. Jūs varat piesaistīt projekta partnerus šajā procesā, varat prasīt padomus arī organizācijas biedriem. Kopā uztaisiet prāta vētru par to, kā gūt iespējami lielāku ietekmi ar šo projektu.

### Prāta vētra. Galvenie noteikumi.

1. Pārliecīniet dalībniekus piedāvāt cik vien iespējams vairāk ideju, lai cik trakas arī tās nebūtu (nav sliktu ideju).
2. Netiesājiet nevienu piedāvāto ideju līdz prāta vētras beigām, nesmejieties par idejām, neuzdodiet jautājumus (pieļaujami vienīgi precizējošie jautājumi).
3. Iedrošīniet dalībniekus attīstīt citam cita idejas, lai rastos negaidītas kombinācijas un risinājumi.

Ja grupa ir „iestrēgusi”, jūs varat stimulēt prāta vētru, pievienojot dažādus kritērijus:

- pārspīlējumi (iedomājieties, ka jums ir jāmaina visa pasaule);
- pretmeti (kas būtu jādara, lai paveiktu pēc iespējas mazāk izmaiņu);
- ierobežojumi (piedāvāt tikai tādas idejas, kuras var, piemēram, realizēt tikai par 1 Ls, vai jums ir pieejama tikai sarkana krāsa);
- ...

Jo vairāk galvas ir saliktas kopā, jo vairāk jums rodas trakas un radošas idejas, lai izplatītu projekta rezultātus un pieredzi vietējā sabiedrībā. Pēc tam jūs izvēlēsities un pielāgosiet idejas no jūsu radītā saraksta projekta mērķim, mērķa grupai un pieejamiem resursiem.

### *Projekta dalībniekiem un partneriem ir lieli resursu krājumi*

Par projekta redzamību, rezultātu izplatīšanu un izmantošanu ir jādomā jau partneru izvēles procesā. Jauni dalībnieki projektā ir svarīgs resurss, lai nodrošinātu tā ietekmi.

≈ Skaidri parādiet, ka pēc projekta beigām būs dažādi turpinājuma pasākumi. Tad cilvēki, kuri iesaistīsies projektā, būs atbildīgāki un turpinās izmantot projekta rezultātus.

≈ Projekta laikā strādājiet pie dalībnieku pieredzes vairošanas, lai tie kļūtu par projekta rezultātu izmantošanas dalībniekiem.

≈ Noskaidrojiet, kādi sociālie tīkli ir pieejami dalībniekiem (draugi, sporta klubi, spēļu klubi u.c.). Tas var būt svarīgi arī projekta rezultātu izplatīšanā. Pajautājiet dalībniekiem, kā viņi var palīdzēt popularizēt projektu un tā rezultātus.

≈ ...



Jūsu projekta partnerorganizācijām jau sākumā ir jābūt iesaistītām apspriedēs par projekta ietekmi. Ja jūs skaidri zināt, ko gribat sasniegt ar savu projektu un kā panākt, ka rezultāti tiek izmantoti, tas atvieglos kopējo darbu. Jūs varat meklēt pieredzējušus partnerus, kuriem ir saistība ar citām organizācijām, sektoriem utt.

Pārbaudiet, kādi resursi ir pieejami jūsu organizācijā un starp tās dalībniekiem. Daži varbūt ir datorģēni, kas varētu palīdzēt izveidot projekta mājas lapu, citi varbūt ir labi fotogrāfi, zīmētāji (varētu palīdzēt ilustrēt publikācijas), daži varbūt ir rakstnieki (varētu palīdzēt rediģēt informatīvo materiālu). Iespējams jūs būsiet pārsteigti par prasmēm, kas ir jūsu grupas dalībniekiem.



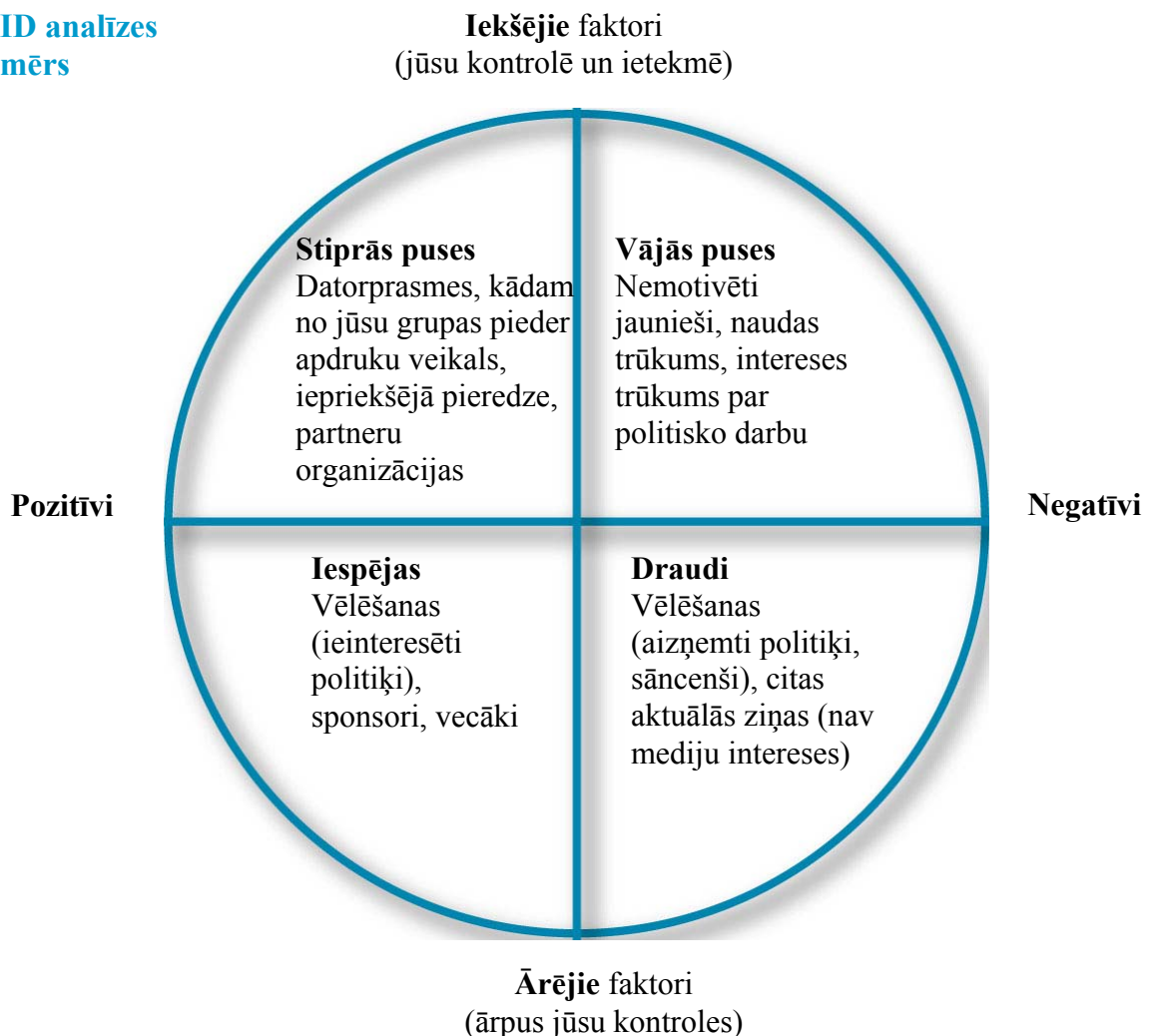
## Apziniet savas stiprās un vājās puses!

### Veiciet SWOT analīzi!

Apziniet savas organizācijas stiprās un vājās puses, lai veicinātu jūsu projekta ietekmi. Savas organizācijas iekšējās vājās puses, jūs varat mēģināt uzlabot (treniņos, piesaistot cilvēkus ar jaunām prasmēm u.c.), vai, pirmkārt, orientēties uz šīs organizācijas plusiem.


Jūsu projekts tiek īstenots kādā noteiktā vidē, tam ir sava vieta ārējā pasaulē, kuru nevariet tik vienkārši mainīt. Domājiet par sava projekta ietekmes veidošanu, kādi ir tie ārējie faktori, kas var traucēt projekta redzamību, projektu rezultātu izplatīšanu un izmantošanu, un kādi faktori var palīdzēt vieglāk nodrošināt projekta ietekmi (iespējas). Izmantojiet visas sava projekta iespējas un vienmēr sagatavojiet plānu B, ja gadījumā kaut kas noietu greizi.

### SVID analīzes piemērs



Šī SVID analīze palīdz jums apzināties jūsu iekšējos spēkus un vājumu, kā arī ārējās iespējas un draudus. Svarīgi ir apzināties šos faktorus, kad plānojat projekta redzamības un rezultātu izplatīšanas un izmantošanas aktivitātes.

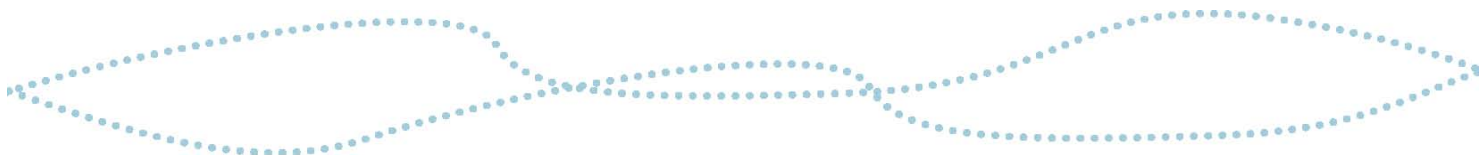
Ir svarīgi zināt arī savas stiprās un vājās puses ir svarīgi, kad sadalāt pienākumus. Draudī un iespējas ietekmē laiku un veidu, kā jūs izplatīsiet un izmantosiet sava projekta rezultātus.

 Ir noderīgi zināt, kādi produkti jau eksistē, un atrast tās tukšās vietas, kuras aizpildīt, nevis atkārtot to, ko citi jau ir paveikuši. Pievērsties vajadzībām, par kurām vēl neviens nav domājis – tā ir laba iespēja projektam un tā veiksmīgai izmantošanai.

### ***Ēik tas maksā?***

Ļoti iespējams, ka projekta rezultātu izplatīšana un izmantošana būs saistīta ar papildus izmaksām. Svarīgi ir aprēķināt aptuvenās izmaksas dažāda veida projekta redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas aktivitātēm. Izmaksas iekļaujiet projekta budžetā. Domājiet radoši, kur ņemsiet naudu šīm aktivitātēm un esiet reālisti!

Dažas izmaksas varēsiet iekļaut projekta finansējuma pieteikumā. Citām izmantošanas aktivitātēm jums būs jāpiesaista citi resursi (brīvprātīgie, pašvaldības atbalsts, ziedojumi u.c.). Svarīgi ir parādīt projekta rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumu pievienoto vērtību.



 Vairāk par budžeta plānošanu meklējiet *T-kit* materiālā par finansējumu un finanšu vadīšanu [www.training-youth.net](http://www.training-youth.net)



## *Darbības plāna izveidošana*

Jūs esat sapratuši, ko gribat sasniegt, ar kādiem resursiem, kas ir jūsu mērķa grupa. Jūs pielāgojat savus projekta rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumus mērķa grupai, ievērojot jūsu iekšējās stiprās un vājās puses, kā arī ārējās iespējas un draudus. Un tad īstais darbs var sākties.

Lai varētu plānot projekta redzamības, rezultātu izmantošanas un izplatīšanas pasākumus, jums vispirms nepieciešams dokumentēt projekta rezultātus vai radīt kādus produktus. Ir jāzina, kāds būs projekta gala produkts, lai plānotu, kā to sasniegt.

- Bieži ir vērtīgi iesaistīt iespējamās gala produkta lietotājus šī produkta izveidē, tādā veidā pielāgojot tos mērķa grupas vajadzībām.

Piemēram:

- ≈ Ja vēlaties parādīt statistiku, ir jādomā par sistemātisku datu vākšanu projekta laikā, jo vēlāk to būs daudz grūtāk izdarīt
- ≈ Ja vēlaties parādīt potenciālajiem nākotnes dalībniekiem, cik jums bija lieliska pieredze, iespējams ir nepieciešams uzfilmēt šos jaukos brīžus un izmantot tos kā reklāmas materiālu.
- ≈ Ja vēlaties pievienot detalizētu izmantoto metožu aprakstu, kādam tās ir jāpieraksta vai jānofilmē.
- ≈ Ja vēlaties izsniegt dalībniekiem Jaunatnes pases (*YOUTHPASS*) sertifikātus, kas apliecinātu viņu zināšanas, dodiet laiku dalībniekiem izvērtēt savu mācīšanās pieredzi un to pierakstīt.
- ≈ ...

Sekojoša struktūra var palīdzēt plānot redzamības, izplatīšanas un izmantošanas aktivitātes:



1. Kāds ir jūsu mērķis. Ko vēlaties sasniegt? Kas būs ieguvēji?

*Piemēram, iesaistīt starptautiskos projektos vairāk jauniešus ar īpašām vajadzībām.*

2. Kādi ir iespējamie rezultāti?

*Piemēram, publikācijas, politiski ieteikumi, mācīšanās pieredze...*

3. Kas ir jūsu mērķa grupa? Ko vēlaties ietekmēt ar savu darbību?

*Piemēram, vietējos politiķus, politikas veidotājus.*

4. Kādus rezultātu izplatīšanas vai izmantošanas pasākumus jūs vēlaties veikt?

*Piemēram, rekomendācijas politiķiem palīdzēt ar finansējumu, kad tiek iesaistīti cilvēki ar īpašām vajadzībām. Piemēram, iet un pastāstīt par to vietējās domes sapulcē.*

Kāda informācija, pasākumi jūsu mērķa grupai nepieciešami, kādā formātā un laikā?

*Piemēram, faktiskas ziņojums par to, cik papildus maksā cilvēku ar īpašām vajadzībām iesaistīšana. Pasākumi varētu būt saistīti ar kādu notikumu (piemēram, Invaliditātes diena) un tajos tiktu piesaistīti mediji.*

### 5. Kas ir nepieciešams, lai izplatītu šo ziņojumu? Kas to dara?

Piemēram, būs nepieciešams aprēķināt papildus izmaksas, kas saistītas ar īpašām vajadzībām gan uzņēmējorganizācijā, gan nosūtītājorganizācijā; vizuāli (attēlos, video materiālā) dokumentēt pieredzētās grūtības; rakstīt rekomendācijas.

Kad pārdomāsiet visus šos jautājumus, jūs nonāksiet pie labi pārdomāta rīcības plāna. Turpmākās grāmatas sadaļas dos idejas, kā uzsākt dažādos projekta redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumus.



### *Kādus viļņus jūs vēlaties radīt?*

Svarīgi zināt, kādu ietekmi jūs vēlaties radīt ar savu projektu. Tā ir cieši saistīta ar jauniešu projekta mērķi un to, kāpēc eksistē jūsu organizācija un kāda ir jūsu motivāciju būt jaunatnes darbiniekam un veidot starptautiskus jauniešu pasākumus. Kādas izmaiņas jūs vēlaties radīt sabiedrībā?

Cita šī paša jautājuma daļa ir - kas ir jūsu projekta ieguvēji? Kam jūs to veidojat? Protams, atbilde būs – „jaunieši”, bet arī jūsu organizācija un finansētāji, u.c. vēlās kaut ko iegūt no projekta aktivitātēm.

Atkarībā no jūsu mērķiem un ieguvējiem, jums jāveic dažādi projekta redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumi, lai varētu optimizēt jūsu projekta rezultātu izmantošanu un sasniegt jūsu mērķus.





Daži piemēri:

<i>Mērķis</i>	<i>Ieguvēji</i>	<i>Rīcība</i>
Iegūt starptautisku reputāciju, būt zināmiem kā starptautisku projektu īstenotājiem	Jūsu jauniešu organizācija	Izmantojiet savu projekta rezultātus, lai sevi parādītu kā starptautisku projektu īstenotāju. Kā? Visur uzrādiet savu logo, kontaktinformāciju (publikācijas, T-krekli...), daudz runājiet par savu starptautisko projektu.
Apzināt citas kultūras un būt atvērtākiem	Jaunieši	Veiciniet projekta ietekmi uz iesaistītajiem jauniešiem arī pēc atgriešanās mājās. Kā? Varat iedrošināt jauniešus uzturēt starptautiskos kontaktus, iesaistoties starptautiskā klubā, palīdzot organizēt nākamo starptautisko aktivitāti utt.
Radīt vairāk iespēju jauniešiem	Jaunieši ar ierobežotiem finanšu līdzekļiem	Jauniešiem ir finansiālās grūtības. Ar pozitīviem projekta rezultātiem jūs varat mudināt vietējo pašvaldību piešķirt papildus līdzekļu mazāk privilēģētiem projekta dalībniekiem. Kā? Parādiet pašvaldībai, cik liela pievienotā vērtība ir šādiem starptautiskiem projektiem, iesakot izveidot īpašu fondu mazāk privilēģētu jauniešu atbalstam.
.....	.....	.....

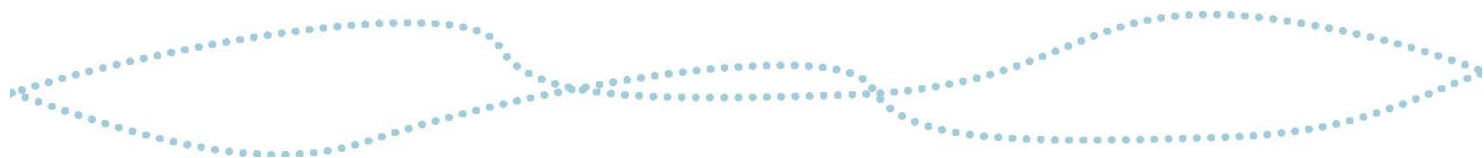
Parasti dažādi ieguvēji ir iesaistīti projektā. Svarīgi ir apzināties, ko jūs vēlaties sasniegt, jo no tā ir atkarīgs, kādas metodes un aktivitātes izmantosiet, lai ietekmētu mērķa grupas.

Jūsu ambīcijas var būt dažādas. Jūsu organizācijai - tās varbūt varētu dabūt finansējumu, atrast jaunus organizācijas biedrus, apmācīt jaunatnes darbiniekus. Jauniešiem - tā var būt vēlme papriecāties, atrast darbu, aizbraukt uz ārzemēm. Finansētājiem - veicināt Eiropas Savienības pilsonību un Eiropas Savienības programmu redzamību.

-  Kā projekta īstenotāji jūs atrodaties šo dažādo vajadzību krustcelēs un jums ir jāatrod veids, kā apmierināt tās visas.
-  Esat reālisti par to, ko varat sasniegt, bet nekautrējieties būt arī ambiciozi.

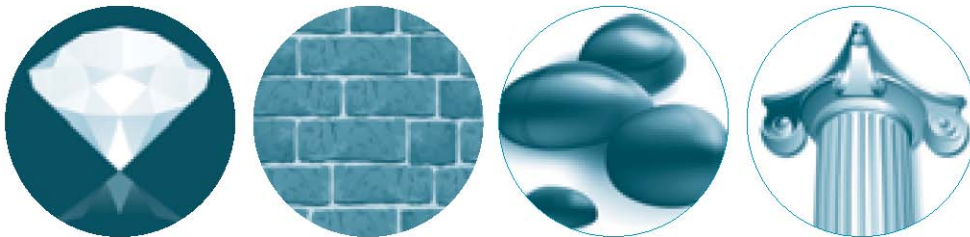
Neizgudrojiet jauni riteni! Daudzi Eiropas jauniešu projekti ir notikuši pirms jūsu projekta. Iespējams ir vērts uzzināt to, kas jau ir paveikts. Ir pieejamas daudzas dažādas datu bāzes, kas dokumentē īstenotos projektus. Jūs varat sakontaktēt vai satīties ar iesaistītajiem jaunatnes darbiniekiem. Tas ļaus jums mācīties no citu pieredzes un izvairīties no vienām un tām pašām kļūdām. Jūs varat pielāgot īstenoto projektu elementus sava projekta vajadzībām. Izmantojiet esošo produktu idejas un attīstiet esošās prakses! Tā jūsu projekts kļūs efektīvāks.

- ≈ Ja gribat izmantot starptautisku projektu, lai piesaistītu mediju uzmanību konkrētai problēmai, kontaktējieties ar citiem projektu īstenotājiem, kuriem jau ir veiksmīga mediju piesaistīšanas pieredze.
- ≈ Ja vēlaties izveidot spēļu disku, izpētiet, cik tādu jau eksistē, varbūt varat izveidot vienotu versiju.
- ≈ ...



## Projekta rezultāti

Sākums jebkurai ietekmei ir jūsu projekts, ko vēlaties īstenot. Pirms ķeraties klāt pie projekta redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumu plānošanas, jums jāpadomā, kādi būs iespējamie projekta rezultāti un produkti. Kādas projekta daļas vai mirkļus ir vērts rādīt projekta mērķa grupai? Kādi būs iespējamie jūsu projekta rezultāti? Kā izmantot šos rezultātus, lai gūtu iespējami lielāku ietekmi?



Dažāda veida rezultāti, ko varat iegūt no sava projekta:

- Redzami un taustāmi rezultāti: uzvedums, disks, dziesmu grāmata, vārdnīca, rokasgrāmata, mājas lapa, T-krekls...
- Neredzami un nesataustāmi rezultāti: pieredze un izglītība: valodas prasmes, personīgā izaugsme, organizatoriskās prasmes, konfliktu vadīšana, datoru prasmes, starptautiska draudzība, grupu dinamika, izdzīvošanas prasmes, tolerance...

- Metodes un pieejas: lomu spēles, iekustinātāji, grupu dinamika, sadarbības process, konfliktu vadīšana, improvizācija, sarunu vadīšana...
- Eiropas sadarbība: starptautiskā sadarbība, starptautiskā pieredzes apmaiņa, piederības sajūta Eiropai...
- Politikas rekomendācijas: problēmu zonu uzrādīšana, ieteikumi politikas veidotājiem, ieteikumi ideālas sabiedrības veidošanai, skats uz sabiedrību no jauniešu un jaunatnes darbinieku redzesloka, nepieciešamā finansējuma pieejamība, atgriezeniskā saite par programmām un procesiem...

Kad runājam par projekta rezultātiem, tad tā var būt jebkura no augstāk minētām kategorijām.

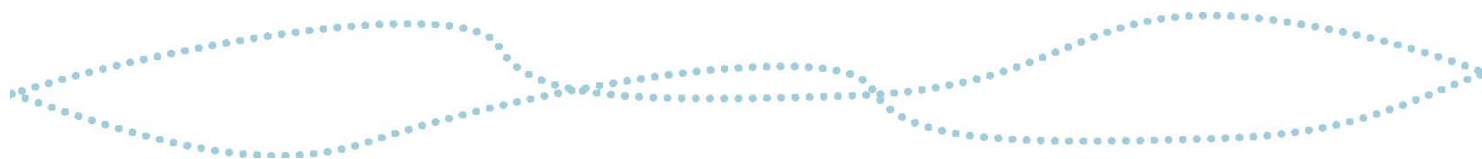
Ir viegli parādīt un izplatīt taustāmus rezultātus. (CD disks, grāmata), bet, kā redzējāt piedāvātajā pārskatā, daudzi rezultāti nav tieši redzami vai taustāmi. Galvenais izaicinājums nav padarīt rezultātus taustāmus, bet neredzamos rezultātus padarīt redzamus, lai ar tiem varētu dalīties.

### *Mērķa grupa*



#### **Ietekmējiet pareizos cilvēkus pareizajā līmenī!**

*Tagad jūs zināt, kādi būs jūsu projekta rezultāti, jūs esat padomājuši, kādus pasākumus vēlaties veikt un kas būs ieguvēji. Jūsu mērķi un iespējamie ieguvēji noteiks, kādas aktivitātes un metodes jūs īstenosiet, lai veicinātu projekta ietekmi.*



Tomēr vēl viens svarīgs faktors - kas ir jūsu mērķa grupa? Ko jūs vēlaties ietekmēt? Kam paredzēti projekta redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumi?

≈ Ja vēlaties ietekmēt politiku ar jūsu projekta rezultātiem, tad jūs mērķēsiet politiķu virzienā (lobēšana, kampaņa, kas balstīta uz jūsu projektu, organizēšana).

≈ Ja mērķis ir projektā iesaistīto jauniešu prasmju celšana, tad jūs veiksiet dažādus turpinājuma pasākumus pēc projekta, izmantojot neformālo izglītību.

≈ Ja vēlaties apmācīt jaunatnes darbiniekus, kas iesaistīti projektā, jūs dokumentēsiet metodes un pieejas, kas tika izmantotas darbā, lai jaunatnes darbinieki varētu tās izmantot nākamreiz.



### **Kas ir jūsu mērķa grupa?**

Izveidojiet sarakstu ar cilvēkiem, kurus būtu jāietekmē, lai sasniegtu nospraustos mērķus (jaunieši, politiķi, jaunatnes darbinieki...). Jūsu projekta redzamības, rezultātu izmantošanas un izplatīšanas pasākumiem jābūt pielāgotiem mērķa grupai. Jums jānoskaidro, kāda informācija tai ir svarīga, un jāpielāgo plānotie pasākumi to vajadzībām. Padomājiet kāds atbalsts jums ir nepieciešams, lai sasniegtu mērķa grupu ar saviem rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumiem. Vai ir labs vai slikts laiks, kad kontaktēties ar mērķa grupu (brīvdienas, vēlēšanas utt.)?

- Jums jāpielāgo projekta redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumi cilvēkiem, ko vēlaties sasniegt.

Ir dažādi projekta ietekmes **līmeņi**: mikro, mezo un makro līmenis atkarībā no projekta veida un iesaistītajiem dalībniekiem:

- Mikro līmeņa ietekme saistīta ar pašu projektu – projekta dalībnieki, jaunieši jauniešu organizācijā, vietējā sabiedrība, partneru organizācijas, kas saistītas ar projektu.
- Mezo līmeņa ietekme saistīta ar jauniešu sfēru plašākā nozīmē – jaunatnes darbiniekiem, citām organizācijām, kuras ir aktīvas jaunatnes sektorā.
- Makro līmeņa ietekme ir politikas veidošana nacionālajā un Eiropas līmenī.

Organizācija var strādāt, lai sasniegtu ietekmi jebkurā no šiem līmeņiem, tomēr parasti vislielākā ietekme ir mikro līmenī. Jūs varat dalīties ar rezultātiem un gūt mezo līmeņa ietekmi, sniedzot ieguldījumu citās jaunatnes organizācijās. Makro līmeņa ietekmi parasti sasniedz lielas organizācijas vai organizāciju tīkli. Makro līmenis var tikt sasniegts īpašos nacionālos vai Eiropas pasākumos, kas veicina esošo programmu attīstību.

Vienlaikus ir iespējams strādāt dažādos līmeņos. Jūs varat pēc projekta īstenot turpinājuma pasākumus ar iesaistītajiem dalībniekiem un tanī pat laikā mēģināt ietekmēt Eiropas politiku un programmas. Tomēr parasti līmenis, kurā ietekme ir vislielākā, atkarīgs no projekta lieluma, pieejamā budžeta un iesaistītajiem partneriem.

👉 Neviens no līmeņiem nav labāks vai sliktāks, ja vien paveicat labāko, ko spējat, lai veicinātu projekta ietekmi.



# REDZAMĪBA

## Padariet savu projektu redzamu

Vienkāršākais veids kā „radīt viļņus” ar jūsu aktivitātēm, ir padarīt tās zināmas citiem. Jūsu projekts kļūs daudz redzamāks, ja par to runāsi ar citiem cilvēkiem un piesaistīsi tos projektam. Tas palīdzēs radīt pozitīvu projekta, organizācijas un finansētāju tēlu. Šajā bukletā to mēs saucam par redzamību.

Ja projekts nav zināms un nav redzams, jūs ar to cilvēkus neietekmēsiet. Ja izlemiet parādīt, kādu lielisku darbu veiciet...



≈ Jūs iegūstat pozitīvu tēlu un uzticību.

≈ Tas var būt pirmais solis lielāka finansējuma iegūšanā (jo cilvēki zina, ka darāt labus darbus).

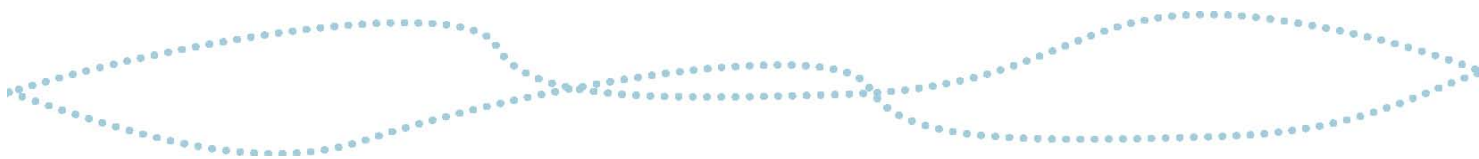
≈ Jūs iegūsiet vairāk biedrus (jo jaunieši ir redzējuši, ka projekti ir interesanti un jaukti).

≈ Jūs iegūsiet lielāku vecāku atbalstu (jo tie domā par saviem bērniem un viņu iespējām).

≈ ...

Pastāv dažādas **aktivitātes un metodes, kas veicina jūsu projekta vai organizācijas redzamību**. Jūs varat izmantot projektu kā „iemeslu”, lai padarītu organizāciju redzamu, lai veicinātu organizācijas darbību un lai parādītu finansētājiem Eiropā, ko jūs darāt. Jūs varat apvienot jūsu projekta popularizēšanu ar organizācijas popularizēšanu.

≈ Mēs vēlreiz atkārtojam, lai sasniegtu mērķa grupu, jums, pirmkārt, jāzina, kas viņi ir un kādas ir viņu vajadzības – ko viņi grib dzirdēt, redzēt, piedalīties, kāds ir vislabākais laiks, kad sniegt informāciju, un kas būs vislabākais veids, lai to izdarītu (pieejamā budžeta ietvaros).





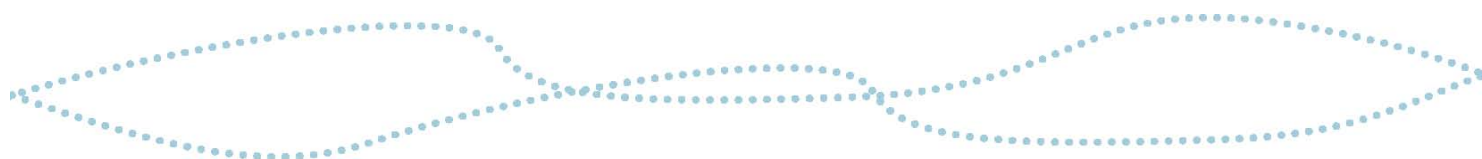
## 1. Projekta identitātes definēšana

### Izskats ir svarīgs



#### Parādiet sevi pasaulei atraktīvā veidā

Pirms sākat komunicēt ar ārējo pasauli, jums ir jāzina, kādu tēlu gribat radīt. Padomājiet par sava projekta identitāti. Turpmākie ieteikumi jums sniegs idejas, kā iegūt cilvēku smaidus un palikt to prātos.



≈ Izveidojiet vienkāršu, atraktīvu, jēgpilnu, smieklīgu nosaukumu savam projektam. Tas tiks izmantots visās Jūsu publikācijās un sarunās. Tāpēc tam ir jāpiesaista cilvēku uzmanība un jāpasaka, par ko ir projekts, pat ja tā ir vienīgā cilvēkam pieejamā informācija.

≈ Pievienojiet projekta nosaukumam savu organizācijas vārdu, lai tie kļūtu saistīti, kā to reizēm dara sponsori sporta pasākumos, un regulāri to izmantojiet.

≈ Saistiet sevi ar kādu noteiktu logo, simbolu vai tēlu (kā „vārdes” un „pīles” SALTO iekļaušanā – [www.SALTO-YOUTH.net/inclusion/](http://www.SALTO-YOUTH.net/inclusion/) ). Ja esat radoši, tas nevarētu izmaksāt dārgi. Šādu simbolu jūs varat pievienot savām vēstulēm, uzaicinājumiem, uzdrukāt uz T-krekliem...

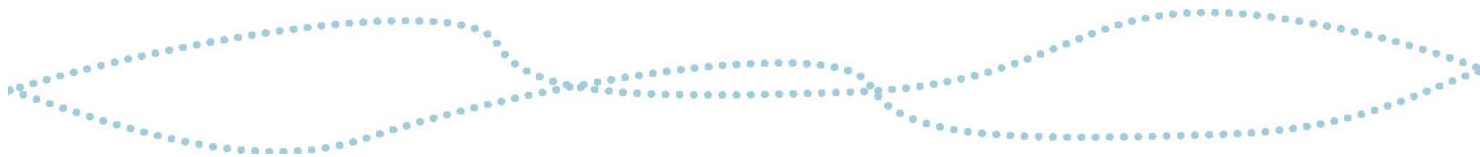
≈ Izveidojiet savam projektam arī apakšnosaukumu – daži vārdi, kas paskaidrotu projekta mērķi. Slavenākie piemēri – *Nokia – connecting people*, *Nike – Just do it*. Tam jābūt īsam, vienkāršam, tādām, kas izgaismo jūsu projekta (vai organizācijas) galvenos aspektus.

≈ Izstrādājiet personīgo stilu, jūsu publikācijām. Visiem materiāliem, ko izstrādājat projekta laikā, veidojiet līdzīgu vizuālo noformējumu (logo, simboli, teksta krāsa).

Iedvesmai aplūkojiet sekojošas mājas lapas:

[www.cam.ac.uk/cambuniv/style/](http://www.cam.ac.uk/cambuniv/style/),

[www.nhsidentity.nhs.uk/designstyle/](http://www.nhsidentity.nhs.uk/designstyle/), [www.volleyballengland.org](http://www.volleyballengland.org)



- 👉 Galvenais – izmantojiet vienotu stilu visos savos informatīvos materiālos un produktos, ko radāt.

### Neaizmirstiet par citiem!

Jūs neesat vienīgie, kas grib iegūt redzamību ar savu projektu. Cilvēki un institūcijas, kas Jūs atbalsta, arī vēlas kļūt redzami, jo viņi galu galā jūs finansiāli atbalsta. Bieži finansēšanas noteikumos (piem. programmā „Jaunatne darbībā”) ir atruna par logo un standarta teksta lietošanu saistībā ar finansētāju. Padomājiet par logo lietošanu informatīvajos materiālos un produktos.

Bieži tas ir viens no līguma noteikumiem, ka jums jānorāda, kas ir projekta finansētājs. Tas savā ziņā arī garantē projekta kvalitāti. Programmas „Jaunatne darbībā” noteikumi ir līdzīgi.

### *Punkts I.9 – Publicitāte, īpašums un atbildība paredz, ka*

saņēmējam ir jānorāda programmas „Jaunatne darbībā” ietvaros saņemtā finansējuma atbalsts visos dokumentos, kas tiek izplatīti un publicēti, uz visiem izstrādājumiem un materiāliem, kas tiek izgatavoti ar finansējuma atbalstu, kā arī visos sniegtajos paziņojumos un intervijās saskaņā ar vizuālās identitātes vadlīnijām, kuras noteikusi Eiropas Komisija<sup>1</sup>. Informācijai par finansējuma saņemšanu ir jāseko atrunai, kurā norādīts, ka par publikācijas saturu ir atbildīgs tikai publikācijas autors, un Eiropas Komisija nav atbildīga par šīs informācijas iespējamo izmantošanu.

---

1 Skatīt vadlīnijas [http://ec.europa.eu/dgs/education\\_culture/publ/graphics/identity\\_en.html](http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/graphics/identity_en.html).

≈ Tas nozīmē, ka visos informatīvajos materiālos jums ir jāiekļauj frāze – šo projektu finansē Eiropas Komisijas programma „Jaunatne darbībā”.

≈ Jums ir arī jāizmanto atsauce, ka konkrētā publikācija atspoguļo autora uzskatus, un ka Eiropas Komisija nav atbildīga par tajās pausto saturu un tā izmantošanu,

≈ Trešais standarta elements – jums būs jāpievieno Eiropas Komisijas programmas „Jaunatnes darbībā” logo savām publikācijām un informatīvajiem materiāliem. Meklējiet vairāk informāciju:

[http://ec.europa.eu/dgs/education\\_culture/publ/graphics/identity\\_en.html](http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/graphics/identity_en.html)

≈ Jūs varat sagatavot standarta aprakstu par programmu „Jaunatne darbībā” un izmantot to dažādās publikācijās. Standarta teksts varētu būt: Programma „Jaunatne darbībā” finansē un atbalsta Eiropas jauniešu (vecumā no 13-30 gadiem) projektus. Programmas mērķis ir attīstīt jauniešu personīgās prasmes un iemaņas, veicināt iniciatīvu, pilsonisko līdzdalību un aktīvu iesaistīšanos vietējā, nacionālajā un Eiropas līmenī. Programma palīdz uzlabot arī jauniešu aktivitāšu atbalsta sistēmas.

Eiropas Komisija finansē programmu „Jaunatne darbībā”, un Latvijā to administrē „Jaunatnes starptautisko programmu aģentūra” – [www.jaunatne.gov.lv](http://www.jaunatne.gov.lv).

Pieminiet visus cilvēkus, kas palīdzēja jums veidot projektu. Izveidojiet cilvēku un organizāciju sarakstu, kas jums ir palīdzējušas, un pievienojiet tos savu materiālu pateicību daļai. Pārliecinieties arī par to, ka viņi saņem publikāciju kopijas.



Pievērsiet īpašu uzmanību atbalstītājiem! Pateicieties tiem, piemēram, uzaicinot viņus uz noslēguma pasākumu.

## 2. Informatīvo materiālu izveidošana

### Cilvēku uzmanības piesaistīšana



#### **Ieinteresējiet citus par jūsu projektu un tā rezultātiem!**

Kad esat izveidojuši savu vizuālo tēlu, izmantojiet to informatīvajos un reklāmas materiālos. Ideja nav padarīt informatīvos materiālus pēc iespējas jautrākus un radošākus, bet, izmantojot ierobežotos līdzekļus, visefektīvākajā veidā sasniegt projektu mērķus un mērķa grupu.

Ir dažāda veida informatīvie materiāli, ko jūs varat izveidot. Visparastākie veidi ir brošūras un bukleti.

Lai cilvēkus jūsu bukleti ieinteresētu, tiem jābūt interesantiem, attēla un teksta proporcijām jābūt pārdomātām. Tekstam jābūt viegli lasāmam un skaidri saprotamam (pielāgotam mērķa grupai).



Parādiet savu bukleta paraugu mērķa grupai un palūdziet to komentārus, pirms sākat tos publicēt lielos (un dārgos) daudzumos.



Jūs varat izveidot arī plakātus, lai aicinātu cilvēkus uz noteiktiem pasākumiem. Pārlicinieties, ka esat pieminējuši visas nepieciešamās detaļas (laiks, diena, vieta, kā nokļūt, kas organizē u.c.). Cilvēkiem būs vieglāk, ja pie plakāta būs noplēšamas papīra strēmelītes ar pasākuma informāciju. Tās var viegli ielikt kabatā un aiznest mājās.

- 👉 Pārlicinieties, ka esat pievienojuši kontaktinformāciju visiem informācijas materiāliem. Padomājiet arī par to, kurš ir vieglākais un labākais veids, kā ar jums sazināties.
- 👉 Kad ar jums kontaktējas, atbildiet ātri un profesionāli – protams, izmantojot savu stilu, kur tas ir nepieciešams.
- 👉 Domājiet uz priekšu - vai jūsu informācija var mainīties? Ja jūsu kontaktinformācija var mainīties, tad labāk ir uzrādīt mājas lapas adresi, kur informācija tiek atjaunota. Ja neesat pārlicināti par kādām konkrētām aktivitātēm, pieminiet tās, tikai garām ejot, vai saglabājiet tās kādā viegli maināmā formātā.



**Vadlīnijas** par popularizējošu un informatīvu materiālu izveidi meklējiet „AIDA modeli”!

### „AIDA modelis” (*attention, interest, desire, action*)

AIDA ir akronīms, kas nāk no biznesa pasaules un kas tiek izmantots kā vadlīnijas, lai pārdošu preces un pakalpojumus, bet to var viegli pielāgot arī efektīvu tekstu rakstīšanai. Parasti ar tekstiem, ko veidojam, mēs vēlamies, lai lasītājs sāk rīkoties (atnāk uz pasākumu, ziedo naudu,...).

Publikācijai būtu jāizvada lasītājs cauri četrām „AIDA modeļa” fāzēm:

**Uzmanība:** tam ir jāpiesaista uzmanība – to var izdarīt vizuālā veidā, esot radošiem, izmantojot neparastus formātus, un ar atraktivitāti, smieklīgu nosaukumu vai attēlu uz vāka.

**Interese:** kad cilvēks sāk lasīt, tekstam ir jāpiesaista viņa interese, piemēram, īsumā aprakstot, ko viņi atradīs turpmākajā informācijā, kas te varētu būt interesants, kāpēc būtu jāturpina lasīt, kādas ir priekšrocības un kādi būs ieguvumi.

**Vēlme:** jums jārada cilvēkiem vēlmi iesaistīties, piedalīties, palīdzēt jūsu projektam (ziedot naudu, apmeklēt jūsu mājas lapu, atnākt uz tikšanos,...). Šajā fāzē jāmeģina pārliecināt, ka produkts vai projekts ir vērtīgs.

**Rīcība:** šī fāze vedina cilvēku rīkoties. Tai ir jāsatursīka informācija, lai lasītājam būtu viegli rīkoties – pieminēta kontaktinformācija, mājas lapas adrese, konta numurs u.c.

Vairāk par „AIDA modeli” mājas lapā


<http://en.wikipedia.org/wiki/AIDA>

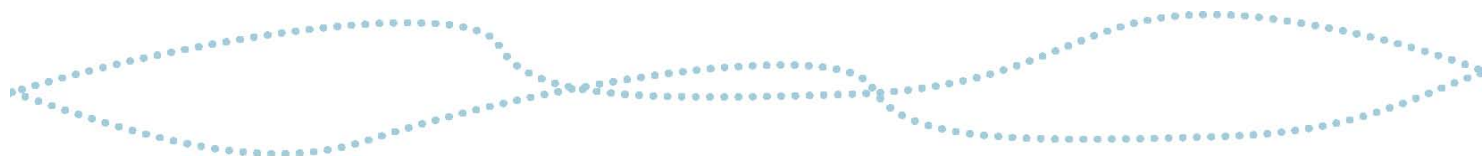
Nākamais solis būtu izsūtīt jūsu informāciju un reklāmas materiālus. Jūs varat īstenot dažādas aktivitātes, lai reklamētu projektu un palielinātu tā redzamību. Tās ir līdzīgas projektu rezultātu izplatīšanai.

### 3. Attēli publikācijām



**Vizuālie efekti** padara jūsu informatīvos materiālus, ziņojumus daudz pievilcīgākus. Ja jūsu mērķis ir jaunieši, ir jāatrod līdzsvars starp ziņojuma tekstu un vizuālo noformējumu. Šī sadaļa dos jums praktiskus padomus, kā izvēlēties pareizos attēlus reklāmas materiāliem un ziņojumiem.

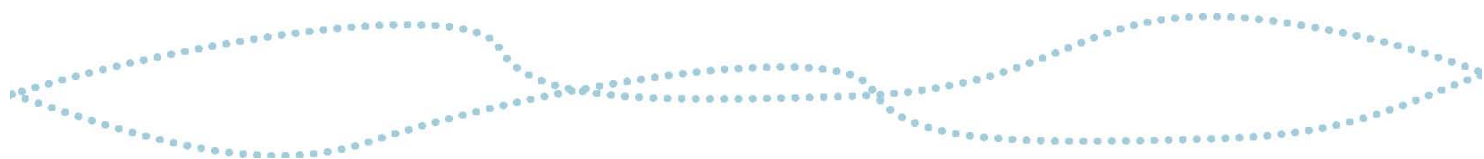
 Izlasiet šīs vadlīnijas, pirms uzsākat projektu un pirms sākat uzņemt fotogrāfijas, kas var izrādīties nederīgas publikācijām. Protams, jūs varat izmantot tās kā personīgos suvenīrus. Šajā sadaļā apskatīsim attēlu izmantošanas pamatapiecejas.



#### **Attēlu izvēle**

1. Izvēlētajiem attēliem būtu jāilustrē projekts.
  - Pārliecinieties, ka teksta rakstītājs un persona, kas vāc fotogrāfijas, ir vienojušies par fotogrāfiju veidu, kurš visvairāk būtu piemērots publikācijām.
  - Informējiet fotogrāfu, kādus attēlus vēlaties iegūt. Tām parasti būtu jāizceļ kāda konkrēta lieta vai persona. Jūs, protams, varat arī vajadzīgo izgriezt jau no gataviem materiāliem.
  - Ja attēlos redzamā persona ir atpazīstama, jums ir nepieciešama viņa piekrišana publicēšanai. Jūs varat pievienot pieteikumu anketām jautājumu par atļauju izmantot personu attēlus publikācijās.
2. Attēlos ir jābūt skaidrām norādēm uz projektu.
  - Attēlā fiksētajam ir jāilustrē projekta gars vai arī tam ir jābūt kādas projektam svarīgas personas fotogrāfijai.

3. Fotogrāfijās, kad vien tas ir iespējams, ir jāattēlo cilvēki
  - Fotogrāfijās ir jābūt redzamām cilvēku sejām vai visai cilvēka ķermeņa augšējai daļai. Pārliecinieties, ka cilvēki izskatās jauki un tiem nav aizvērtas acis.
  - Izmantotajā fotogrāfijā varētu būt no viena līdz trīs cilvēkiem. Pārliecinieties, ka tie stāv viens otram cieši klāt.
  - Kad vien iespējams, fotogrāfijās jābūt ar projekta identitāti saistītām lietām - fotogrāfijas fonā var būt programmas „Jaunatne darbībā”, Eiropas Komisijas logo vai citu finansētāju logo, T – kreklis ar logo, karogs vai publikācija kāda rokā.
  - Fotogrāfijas fonam ir jābūt interesantam, nozīmīgam. Tam nevajadzētu saturēt liekas vai tādas detaļas, kas novērš uzmanību.
4. Fotogrāfija, kurā fiksēta darbība, ir vairāk izmantojama nekā statiskās fotogrāfijas.
  - Kad fotografējat cilvēkus, pārliecinieties, kā tie veic savu darbu, un nevis skatās uz kameru un smaida. Uzņemiet profila bildes!
5. Ir noteikti jāuzņem „pirms un pēc” fotogrāfijas, kas dokumentē projekta vēsturi, kā arī tādas, kas fiksē svarīgus notikumus (atklāšanu, pieņemšanas, demonstrācijas u.c.).





### *Attēlu specifika*

- ≈ Pārliecinieties, ka tiek uzņemtas vertikālās un horizontālās fotogrāfijas. Bieži attēlu pievienošanas iespējas tekstem ir atkarīgas no brīvā laukuma lieluma.
- ≈ Pārliecinieties, ka bildes nav miglainas, statiskas vai tumšas. Attēliem jābūt asiem, krāsainiem, aktīviem un pareizi kontrastētiem (lai varētu veikt melnbaltu kopēšanu).
- ≈ Digitālo fotogrāfiju rezolūcijai ir jābūt pietiekami augstvērtīgai, lai tās varētu kopēt.

### *Attēlu informācija*

- ≈ Nekad neaizmirstiet pievienot informāciju par attēlā fiksēto.
- ≈ Vienmēr pieminiet organizācijas vai personu vārdus, kam pieder attēla kopēšanas tiesības.



### **Padoms**

Ja meklējat tikai tekstu ilustrējošus attēlus (bet nevis jūsu organizāciju un cilvēkus), internetā ir pieejamas dažādas foto attēlu datu bāzes, kuras var izmantot par brīvu. Piemēram, [www.flickr.com](http://www.flickr.com), [www.pdphoto.org](http://www.pdphoto.org), [www.sxc.hu](http://www.sxc.hu) u.c.

#### 4. Cilvēku piesaistīšana

##### Dabūjat cilvēkus savā komandā



##### Padariet savu projektu redzamu!

Ne vienmēr ir jāiet tālu, lai iegūtu publicitāti. Cilvēki jums apkārt ir ideāli, lai pārliecinātu tos par projekta lieliskumu. Bieži cilvēki, kuri jums ir apkārt, ir tie, kuri nodrošina lielāko atbalstu projektam, it sevišķi mazā sabiedrībā, kur cits citu pazīst.

##### Informējiet cilvēkus par savu projektu!

Viens no veidiem, kā celt jūsu projekta redzamību, ir informēt cilvēkus. Uzaiciniet tos uz informatīvajiem, reklāmas pasākumiem, informējiet tos par projektu un tā rezultātiem. Tie var būt vienkārši vakari ar dzērieniem un uzkodām vai pat kultūras pasākumi. Ar savām nedaudzajām radošajām idejām varat organizēt pasākumus, kas piesaistīs cilvēku interesi. Svarīgi ir zināt, kā ieinteresēt jūsu mērķa grupu.

≈ Organizējiet īpašus projekta reklāmas pasākumus! Dariet visu, lai tie nav garlaicīgi reklāmas pasākumi. Izmantojiet vizuālus materiālus un dinamiskas metodes, izveidojiet datora prezentācijas, skečus, *slaidšovus*. Jūs varat pieaicināt bijušos projekta dalībniekus, lai tie izstāsta savu pieredzi.

≈ Iedrošiniet cilvēkus domu apmaiņai un diskusijām.

Atkarībā no mērķa grupas nosaukums „Informatīvais pasākums” varētu nepiesaistīt. Tā vietā varat nosaukt to par „Vīna un siera vakaru” vai par kultūras vakaru ar tradicionāliem ēdieniem un dzērieniem. Tas skan daudz pievilcīgāk un jums joprojām ir iespēja prezentēt projektu.

≈ Dodiet cilvēkiem to, kas tiem interesē, kaut ko, kas liktu tiem piecelties no dīvāna. Bez ēdiena un dzēriena tās varētu būt arī loterijas ar interesantām balvām – kāda mūziķa koncerts, tikšanās ar kādu slavenību, interesanta tikšanās vieta u.c.

≈ Izmantojiet resursus, kas jums ir pieejami. Bieži vien laba ideja ir iesaistīt dalībniekus, kas ir bijuši iepriekšējā projektā, lai viņi pastāsta par savu pieredzi. Tanī pašā laikā jums būs brīvprātīgie, kas palīdzēs organizēt jums pasākumu. Ja jums ir ārzemju dalībnieki, viņi arī var pastāstīt par savu pieredzi.

Organizējiet informācijas autobusu, kas dodas uz dažādiem jūsu pilsētas/reģiona apgabaliem, lai informētu cilvēkus par projektu, ko jūs īstenojat, vai par projekta rezultātiem.

≈ Iekļaujiet informāciju par saviem pasākumiem vietējā pilsētas avīzē vai to izvietojiet uz pilsētas ziņojuma dēļa. Panāciet, ka jūsu projekts ir kultūras pasākumu sarakstā.

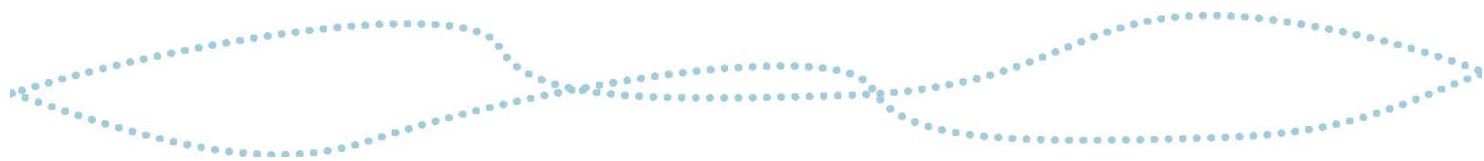
≈ Ejiet un prezentējiet savu projektu vietējā skolā, organizācijās, pasākumos un sanāksnās, utt.

≈ Dibiniet kontaktus! Atstājiet ziņas tur kur, jūsu mērķa grupa atrodas. Jūs varat atstāt skrejlapas. Pajautājiet, vai jūs varat piekārt plakātu pie sienas (ar noplēšamām lapiņām, kurās ir jūsu mājas lapa un kontaktinformācija). Pārlicinieties, ka jums ir atļauja to darīt – un uzraugiet, lai būtu pietiekami daudz skrejlapu.

≈ Neizmirstiet esošos kontaktus! Runājiet ar jūsu organizācijas biedriem, veikalā, pie ģimenes pusdienām. Runājiet par projektu ar cilvēkiem, kas jums ir apkārt, un pamanīsiet, ka daudzi cilvēki sāks interesēties par jūsu projektiem. Dažreiz viņiem pat ir ko jums piedāvāt (dažādu palīdzību, dažādus kontaktus, ieteikumus, naudu, radniekus, kas arī vēlas piedalīties...).

≈ Un, ja jūs tiešām gribat informēt visus iedzīvotājus savā pilsētā, tad ievietojiet informāciju pastkastēs.

≈ Ja jums ir vairāk resursu un enerģijas, rīkojiet kaut ko lielāku – jauniešu festivālu vai Eiropas dienu ar dažādām aktivitātēm, dažādām darbnīcām, dažādām lietām, ko pamēģināt. Protams, tas sniedzas ārpus jūsu projekta popularizēšanas, bet tas var būt kā viens no elementiem.



≈ Piesaistiet cilvēkus jūsu projektam un aktivitātēm arī virtuāli. Jūs varat rakstīt blogus un regulāri iesūtīt jaunumus par projektu tiešsaistē. Jūs varat dot iespēju cilvēkiem ievietot komentārus, attēlus vai stāstus vai atstāt ziņas viesu grāmatā. Līdzīgi jūs varat pievienot attēlus vai saites tiešsaistes video (piem. youtube.com), kas saistīti ar jūsu projektu. Taču, lai blogi tiktu apmeklēti, tiem jābūt interesantiem lietotājiem (t.i., lietojiet vieglu valodu, anekdotes, īsus tekstus, vizuālus elementus...) un vissvarīgākais – tiem jābūt regulāri atjaunotiem, lai katru reizi lietotājs atrod kaut ko jaunu.

≈ ...



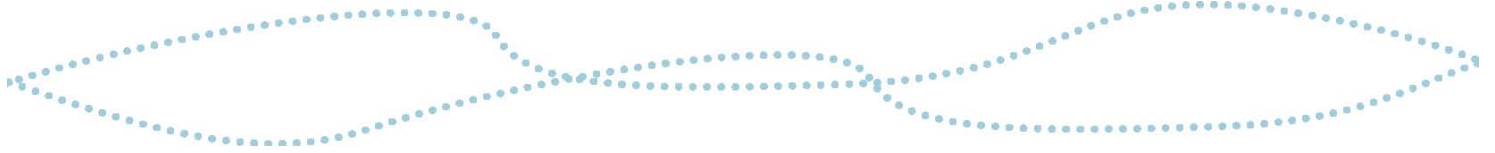
Iedrošini citus cilvēkus (jaunatnes darbiniekus un dalībniekus), kas iesaistīti projektā, runāt par projektu. Bet, pirms viņi to dara, viņiem jāidentificējas ar projektu, viņiem nepieciešams just, ka tas ir viņu. Jūs varat radīt piederības sajūtu projektam, ļaujot jauniešiem pilnībā piedalīties lēmumu pieņemšanā par projektu, nākt klajā ar dažādiem ierosinājumiem projektam, liekot viņus vadīt dažādās projekta daļās, kurās viņi ir ieinteresēti (t.i. izgatavot plakātus, mājas lapu, organizēt ziedojumu vākšanu). Tādā veidā tas kļūst par viņu projektu, un viņu prieks par to ietekmēs cilvēkus ap viņiem.

- Harta „līdzdalības kāpnes” ir noderīgs instruments, lai pakāpeniski palielinātu cilvēku iesaistīšanos projektā – vairāk par to lasiet „Going International – opportunities for all” 49. lapaspusē – lejupielādējiet šo publikāciju:

[www.SALTO-YOUTH.net/GoingInternational/](http://www.SALTO-YOUTH.net/GoingInternational/)

### *Kā iesaistīt vietējo sabiedrību?*

Viens no veidiem, kā pievērst cilvēkus jūsu projektam ir viņus aktīvi iesaistīt. Cilvēki var sniegt ieguldījumu jūsu projektā dažādos veidos. Iesaistot daudzus cilvēkus, jūsu projekts iegūs lielāku redzamību un vairāk cilvēku būs informēti par darbu, ko jūs darāt.



≈ Ja jūs uzņemat jauniešus no citas valsts, dzīvošana ģimenēs var būt veids, kā vairāk iesaistīt jūsu dalībnieku ģimenes starptautiskā projektā, ko jūs organizējat.

≈ Ielūdziet interesentus uz projekta sapulcēm! Padariet to par praksi – paziņojat par visām tikšanās reizēm un padarāt tas atvērtas visiem. Ziņojumi vai tikšanās lēmumi arī var būt publiskoti. Tad cilvēki zina, kādi lēmumi ir pieņemti un kā tie var piedalīties tajos. Jautājiet dažādiem interesentiem personīgi, vai viņi vēlētos piedalīties projektā.

≈ Nolieciet ideju kasti savā jauniešu centrā vai organizācijā tā lai cilvēki var tur atstāt savas idejas un atgriezenisko saiti par projektu jebkurā laikā. Pārliecinieties, ka jūs iztukšojat kasti regulāri, un atvērti komunicējat par ierosinātajām idejām.

≈ Ja jaunatnes darbinieki vai jaunieši no jūsu ārzemju partnerorganizācijas ir ieradušies vizītē (lai sagatavotos projektam vai projekta laikā), jūs viņus varat izmantot kā vēstniekus un ļaut viņiem apciemot iesaistītās jauniešu organizācijas, svarīgus cilvēkus, politiķus utt.

≈ Jūs varat organizēt kopējas aktivitātes vai vakariņas.

≈...

Pārliecinieties, ka jūs publicējat iespēju iesaistīties projektā dažādos veidos - sākot no informāciju izplatīšanas mutiski līdz rakstiem žurnālos, no ziņojumiem par jūsu sanāsmēm līdz plakātiem pie sienām. Ir ļoti svarīgi sekot ieteikumiem un ieguldījumiem, ko jūs saņemat. Ja cilvēki jums kaut ko piedāvā un viņi nesaņem atbildi (dažu dienu laikā), tad viņi nekad neko nepiedāvās nākotnē. Parūpējieties par visiem ierosinājumiem, ko jūs saņemat, izsakiet pateicību par ieguldījumu, informējiet viņus, kā jūs izmatsosiet vai neizmatsosiet šīs idejas.

Glabājiet visu cilvēku sarakstus, kas grib sniegt vai ir jau snieguši kādu ieguldījumu projektā, lai jūs varētu informēt viņus par projekta gaitu vai par nākotnes projektiem.

Neaizmirstiet ielūgt viņus uz noslēguma pasākumu vai izstādi.

### ***Ējiet tur, kur ir cilvēki!***

Cits veids, kā pievērst cilvēku uzmanību, ir doties tur, kur viņi ir. Var iesaistīt viņus reklāmas kampaņās (ar jūsu plakātiem, skrejlapām, mājas lapu) vai iet un prezentēt jūsu projektu dažādos forumos, kur tiek pārstāvēta jūsu mērķa grupa. Jūs varat reklamēt jūsu projektu (palielināt redzamību) vai jūsu projekta rezultātus (rezultātu izplatīšana).

## 5. Darbs ar presi un medijiem

### Iegūstiet publicitāti!

Šī nodaļa sniedz jums dažādus ieteikumus par to, kā strādāt ar medijiem un iegūt preses uzmanību. Tas ir atkarīgs no jūsu mērķiem – vai izmantot presi un medijus ir vispiemērotākais instruments, lai sasniegtu jūsu mērķa grupu. Kaut arī viena lieta ir skaidra – iegūta publicitāte (pozitīva vai negatīva) – tas vienmēr palielina jūsu projekta redzamību.



*Oeidojiet ziņas!*

**Padariet jūsu projektu par lielisku ziņu!**

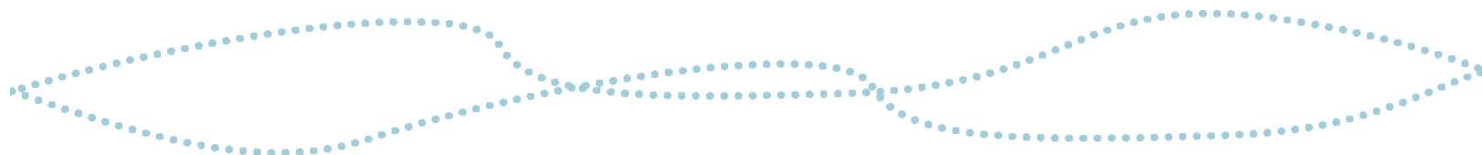
Jums ir lielisks projekts, kurā ir aktīvi iesaistīti jaunieši, lai nedaudz izmainītu pasauli. Jūs varat iepazīstināt ar projektu dažādas mērķa grupas (kā jau minēts iepriekš), bet jūs varat arī informēt plašāku publiku ar mediju starpniecību.

Jūs varat strādāt ar medijiem pirms projekta uzsākšanas, projekta laikā un pēc projekta beigām.

≈ Izziņojiet (reklāmas, motivācijas pasākumi, publikācijas utt.) par savu projektu, lai radītu lielāku interesi. Pārlicinieties, ka jums ir pārlicinoši argumenti, kāpēc cilvēkiem būtu jāapmeklē jūsu pasākumi – iejūties viņu ādā!

≈ Esiet kontaktā ar medijiem, lai informētu žurnālistus par interesantiem pasākumiem, kurus varētu atspoguļot publikācijās, ziņās.

≈ Pēc projekta jūs varat uzaicināt presi uz plašāku interviju par jūsu pieredzi. Šādā gadījumā ir svarīgi sagatavot savu vizuālo materiālu (ieskatieties sadaļā „Attēli publikācijām” 38.lpp.), interesantus paziņojumus, anekdotes un stāstījumus par interesantiem atgadījumiem un iespaidiem u.c.



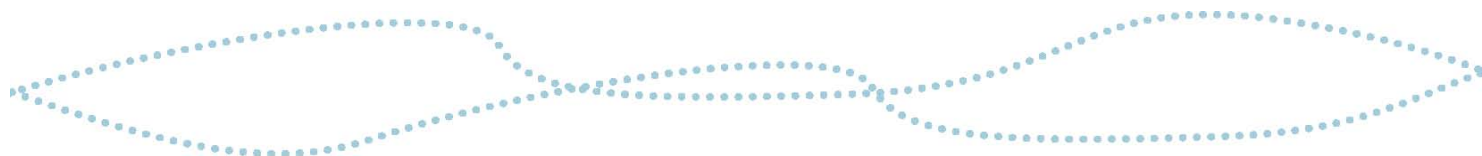
### *Kādu stāstu vēlaties izstāstīt?*

Pirms piesaistiet žurnālistus, padomājiet, kādu stāstu vēlaties izstāstīt?

- ≈ Kāds ir jūsu galvenais paziņojums (noformulējiet to vienā teikumā)?
- ≈ Kādu mērķa grupu jūs vēlaties sasniegt ar šo paziņojumu? Kam tas būtu jāizlasa?
- ≈ Sagatavojiet skaidru projekta kopsavilkumu un atcerieties, ka žurnālisti parasti nav jaunatnes darbinieki, viņi var nezināt dažādus izteicienus, saīsinājumus, kurus jūs lietojat. Pajautājiet cilvēkiem, kuri nav iesaistīti projektā, par ko ir projekts, balstoties uz Jūsu kopsavilkumu.
- ≈ Sagatavojiet argumentus, kāpēc jūsu stāsts ir tik svarīgs, lai to publicētu.
- ≈ Kāda ir saikne starp jūsu projektu un mediju auditoriju?
- ≈ Kāpēc lai šie cilvēki lasītu jūsu stāstu? (piemēram, „zaļo” projektu varētu vēlēties atspoguļot zaļi domājošas avīzes).


### *Komunicējiet ar medijiem!*

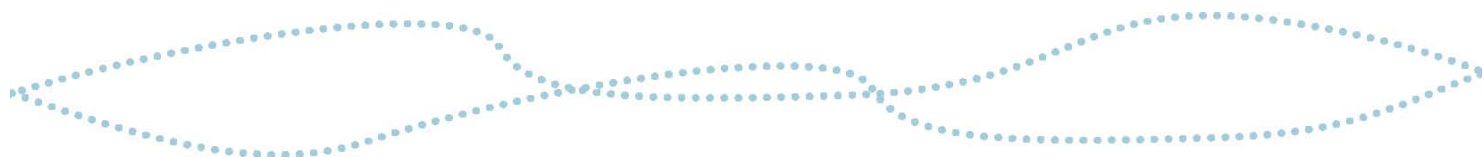
Atkarībā no jūsu stāsta un mērķa grupas, kurai to adresējat, jums būtu jākontaktējas ar dažādiem medijiem. Daži laikraksti publicē vairāk vietējās ziņas, daži koncentrējas uz politiku. Jums arī būtu jāmaina mediji atkarībā no tā, kādu mērķu grupu vēlaties sasniegt (jaunieši, sociālie darbinieki, jaunatnes darbinieki, politiķi,...). Pastāv arī prese īpašai auditorijai (religiskām grupām, politiskām kustībām) – varbūt jūsu stāsts ir derīgs speciālajai presei?





Jauniešu projektu stāsti parasti ir vērtīgas ziņas vietējiem medijiem (vietējais radio, TV, avīzes), bet tie var būt interesanti arī specializētiem žurnāliem (starptautiskiem žurnāliem, skolu avīzēm, jaunatnes darba rakstiem ...). Dažās valstīs ir īpašas jauniešu mediju organizācijas, kuras var veidot bezmaksas ziņas par projektu un ievietot informāciju savās mājas lapās. Dažreiz vietējās televīzijās un radio stacijās ir īpašas programmas (piem., speciālas programmas jaunatnei), kas gribētu veidot raidījumu par jūsu starptautisko projektu.

 Galvenais – izvēlieties medijus ievērojot, ko un kā jūs vēlaties sasniegt.



### *Kā komunicēt ar medijiem?*

≈ Uzziniet dažādu mediju mājas lapas un telefonu numurus. Piezvaniet vai nosūtiet e-pastu, lai noskaidrotu īsto personu, ar kuru kontaktēties par jūsu projektu. Sameklējiet tiešos kontaktus (telefons, e-pasts) ar vajadzīgo žurnālistu.

≈ Sakontaktējieties ar žurnālistu, lai noskaidrotu, vai viņš ir ieinteresēts publicēt jūsu stāstu, kas jums ir padomā. Varbūt viņam ir citas idejas attiecībā uz šo stāstu (cits nosaukums, cits fokuss utt.), vai kāds labs padoms.

≈ Dažas vietējās avīzes publicē jau gatavus rakstus (ar dažiem papildinājumiem, ja tas ir nepieciešams). Uzziniet, vai tādas avīzes tiek veidotas jūsu apkārtnē. Sakontaktējieties ar redaktoru un uzziniet, kādi ir rakstu un attēlu kritēriji (platums, garums u.c.).

### **Kā padarīt vieglāku žurnālistu darbu?**

Parasti kontakti ar presi notiek ar preses relīžu palīdzību. Piezvaniet un pārliedcinieties, vai relīze ir saņemta un tajā ir pietiekoša informācija, vai ir nepieciešama kāda papildus intervija vai fotogrāfijas.

Lai uzrakstītu preses relīzi, jums ir nepieciešams atbildēt uz sekojošiem jautājumiem:

- ≈ Kādu informāciju vēlaties vēstīt? Kāda ir jūsu ziņa? Kāda ir jūsu stāsta būtība?
- ≈ Kāds ir mērķis jūsu vēstījumam?(jaunu brīvprātīgo piesaiste, uzaicinājums uz pasākumu u.c.)
- ≈ Kam ir domāts stāsts (mērķa grupa)?
- ≈ Kāpēc žurnālistiem jāpublicē tieši jūsu stāstu, nevis tūkstoši citus?

Preses relīzei ir jābūt sagatavotai īsā tekstā (20 - 40 teksta rindas uz A4 formāta lapas). Tā sākas ar svarīgāko informāciju un nobeigumā ir atrodamas praktiskas detaļas (kontakta informācija, preses konferences detaļas u.c.). Rakstiet tieši un skaidri. Relīzes sākumā norādiet datumu. Ja vēlaties, lai raksts tiek publicēts ne ātrāk par konkrētu laiku, pievienojiet norādi – „neizmantojot līdz (datums, laiks)”. Pretējā gadījumā izmantojiet norādi – „tūlītējai publicēšanai”.

Preses relīzei ir jāiekļauj sekojoši elementi:

#### **1. Nosaukums un paskaidrojošais teksts.**

Nosaukumam ir jābūt īsam, atraktīvam, ziņkāri rosinošam.





### 3. Iepazīstiniet ar sevi!

Izmantojiet savas organizācijas un programmas „Jaunatne darbībā” logo. Norādiet žurnālistiem kontakttālruni un kontaktpersonu, ko viņi var sazināt jebkurā laikā. Žurnālistiem ir neregulāras darba stundas, un visticamāk - tie necentīsies jums atzvanīt vairākas reizes pēc kārtas, ja vien jums nav galvu reibinošas ziņas. Pieminiet, kāda papildus informācija jums ir pieejama (digitālās fotogrāfijas u.c.).

Ļaujiet tekstam nedaudz nostāvēties vai iedodiet to palasīt cilvēkam, kas neko nezina par projektu, lai gūtu neatkarīgu vērtējumu. Nosūtiet žurnālistiem savu tekstu digitālā formātā (tā būs vieglāk to labot). Atcerieties, personīgie kontakti ar žurnālistu darbojas vislabāk, tāpēc ir ieteicams sekot līdzī preses relīzei, piezvanīt, lai pārliecinātos, ka tā ir saņemta, vai tā ir izmantojama, vai ir nepieciešama vēl kāda informācija.

≈ Jums, iespējams, preses relīzē ir jāizceļ atsevišķas stāsta daļas, lai ieinteresētu dažādas mērķa grupas un lai iegūtu iespējas publicēties atšķirīgos žurnālos, jo: „Viena kurpe neder visiem!”

≈ Vienmēr pieminiet, ka jūsu projektu finansē programma „Jaunatne darbībā” – tā ir obligāta prasība, taču vai tā tiks arī publicēta ārpus jūsu kontroles.

### Padariet žurnālistu darbu vienkāršāku!

Žurnālistiem ir daudz dažādu darbu un termiņu, līdz kuriem jānodod raksti. Ir svarīgi piesaistīt viņu uzmanību, kā arī padarīt to darbu vieglāku. Jo vieglāku to padarīsiet, jo ātrāk tiks publicēts jūsu stāsts. Galvenā tomēr ir informācijas vērtība un cilvēku interese par jūsu ziņu. Slikta vai nederīga ziņa droši vien nekad netiks publicēta.

## Kā padarīt žurnālista dzīvi vieglāku?

- ≈ Nodrošini īsu, skaidru preses relīzi!
- ≈ Nodrošini atsevišķi faktu lapu, ko var izmantot žurnālists raksta veidošanā. Pievienojiet dažas digitālas fotogrāfijas ar tiesībām tās izmantot par brīvu, pārliecinieties, ka tās ir augstas izšķirt spējas fotogrāfijas, kuras var izmantot iespiešanai. Jūs variet tās ievietot arī vietnēs - [www.yousendit.com](http://www.yousendit.com), [www.dropload.com](http://www.dropload.com), u.c.
- ≈ Ja jums nav gatavas fotogrāfijas, nodrošiniet fotogrāfu, kuram tās ir pieejamas. Pajautājiet jūsu grupas vadītājiem, vai viņi vēlas būt fotogrāfijās vai ziņās.
- ≈ Savās aktivitātēs esiet tiešā saistībā ar preses pārstāvi, kurš veic visu darbu ar presi, lai izvairītos no dažādiem stāstiem, un kurš organizē intervijas vai foto sesijas.
- ≈ Ja mērķējiet uz radio žurnālistiem, jūs varat iekļaut kādus labus skaņu ierakstus no jūsu projekta (intervijas, dziesmas...). Protams, padomājiet par e-pasta pielikuma ietilpību. Alternatīva varētu būt CD disks.
- ≈ Izdomājiet galvenos punktus, par kuriem vēlaties runāt, un tos ievērojiet, jo tas ļoti iespējams nonāks līdz preseī.



Nodrošinieties ar piemēriem par projektā paveikto, kā arī ar stāstiem par smieklīgiem notikumiem projekta laikā. Žurnālisti meklē sensācijas, pārsteigumus, kaut ko, kas atšķiras (piem., projekta laikā ir nodibinājusies cieša draudzība starp cilvēku grupām, kas tradicionāli pieder pie ienaidniekiem).

≈ Nekad nerunājiet par to, ko nevēlaties redzēt avīzēs. Uzmanieties ar negatīviem piemēriem – akcentējiet pozitīvo. Labojiet žurnālistus, ja tie interpretē lietas nepareizi.

≈ Ja vien iespējams, apskatiet rakstus pirms to publicēšanas, lai pārbaudītu, vai žurnālists visu ir sapratis pareizi, vai nav kļūdas datumos, vārdos.

### **Pārliecinieties, ka dabūsiet raksta, raidījuma kopijas.**

Tā ir laba iespēja komandas motivācijas celšanai. Krājiet visu, ar ko varat lepoties, un parādiet to citiem. Tas var palīdzēt jums vieglāk dabūt finansējumu projektiem nākotnē, ja jūsu projekts ir bijis plaši atspoguļots medijos.



Tas ir iemesls, kāpēc finansētāji dod līdzekļus projektam: **lai „radītu viļņus”!**



# Projekta rezultātu izplatīšana

## Parādiet sava projekta rezultātus



**Padariet savus projekta rezultātus pieejamus un zināmus!**

Jūsu projekts var radīt labus rezultātus. Projekta laikā jaunieši iemācās daudzas lietas, un jūs varat radīt dažādus produktus (CD, video, teātra izrādi) vai arī jūs varat attīstīt jaunas metodes (skatīt 26. lpp.). Projekta rezultāti ir labi, taču vēl labāk, ja citi cilvēki par to uzzinātu un tiem varētu piekļūt. Tāpēc mēs runājam par rezultātu izplatīšanu.

Rezultātu izplatīšana ir plānots process, kura laikā tiek nodrošināta informācija par programmas un iniciatīvas rezultātiem galvenajām iesaistītajām pusēm

[http://ec.europa.eu/dgs/education\\_culture/valorisation/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/valorisation/index_en.html)

Projektu rezultātu izmantošanas būtība ir pēc projekta informēt sabiedrību par rezultātiem un produktiem tiem, uz kuriem jūs gribat atstāt ietekmi. Jūsu projekta rezultātu ietekme ir atkarīga no to lietotāju vajadzībām un veidu, kā jūs izplatāt rezultātus.

Ir vairāki veidi, kā izplatīt jūsu projekta rezultātus. Šajā nodaļā atradīsiet praktiskus padomus un ieteikumus par to, kā publicēt jūsu produktus un rezultātus un kā tos padarīt redzamus īstajiem cilvēkiem. Daudzi no iepriekšējā nodaļā sniegtajiem ieteikumiem par redzamību (jūsu projekta reklamēšana un publicēšana) attiecas arī uz jūsu projekta rezultātu izplatīšanu (jūsu projekta rezultātu un produktu reklamēšana un publicēšana).

### *1. Rezultātu redzamība*

#### **Padariet neredzamo par redzamu!**



**Izmantojiet jūsu redzamos un neredzamos projekta rezultātus!**

Dažus projekta rezultātus ir vieglāk izplatīt nekā citus (jūs varat viegli izsūtīt ziņojumu vai saiti uz mājas lapu), bet kā jūs informēsiet cilvēkus par nesataustāmiem rezultātiem? Piemēram, jauniešu projektā iegūtajām prasmēm, par jaunām pieejām, ko jūs un jūsu kolēģi ieguvuši, organizējot starptautiskus projektus...

Svarīgi ir atrast veidus, kā dokumentētu neredzamos rezultātus un padarīt tos redzamus, lai varētu tos izplatīt tālāk.



**Šeit ir daži ieteikumi:**

**Dokumentējiet mācīšanās pieredzi un jauniešu projektu ietekmi uz cilvēkiem!**

Jaunieši, kuri piedalās projektā, iespējams, piedzīvo daudz interesantas pieredzes un no tā mācās. Viņi iegūst dažādas sociālās, organizatoriskās, starpkultūru un citas prasmes jūsu projekta laikā. Jūsu aktivitātes ir neformālās mācīšanās avots, un tā būtu pievienotā vērtība, ja jūs patiesībā to parādītu apkārtējai pasaulei (politiķiem, vecākiem, citām izglītības institūcijām utt.) Daži ieteikumi:

≈ Dodiet dalībniekiem Jaunatnes pases (*YOUTHPASS*) sertifikātu vai līdzīgu sertifikātu, kas dokumentētu, ko jaunieši vai jaunatnes darbinieki ir iemācījušies projektā saskaņā ar astoņām Eiropā noteiktajām mūžizglītības galvenajām kompetencēm. Projekta laikā jūs varat organizēt brīžus, kad jūs ar dalībniekiem varētu pārrunāt un izvērtēt, ko viņi ir iemācījušies vienā vai vairākos kompetenču laukos.

Programmas „Jaunatne darbībā” projektos visiem dalībniekiem ir tiesības prasīt Jaunatnes pasi un projekta organizatoram ir pienākums to iedot. Vairāk informācijas par Jaunatnes pasi (*YOUTHPASS*) un astoņām Eiropā noteiktajām galvenajām kompetencēm meklējiet mājas lapā - [www.youthpass.eu](http://www.youthpass.eu)

### **Mūžizglītības galvenās kompetences**

#### **Komunikācija dzimtajā valodā**

≈ Spēja izpaust un interpretēt priekšstatus, domas, jūtas, faktus un uzskatus gan mutiskā, gan rakstiskā veidā (klausīties, rakstīt, lasīt un runāt) un pilnībā piemērotā un radošā veidā lingvistiski iesaistīties dažādās vidēs (projektos, darbā, mājās un brīvajā laikā).

#### **Komunikācija svešās valodās**

≈ Tā paplašina iepriekšējo kompetenci tikai citā valodā. Komunikācija svešvalodās arī attīsta starpkultūru izpratni.

## **Matemātiskās kompetences un pamatkompetences zinātnē un tehnoloģijās**

≈ **Matemātiskās kompetences** ir spēja attīstīt un pielietot matemātisko domāšanu, lai atrisinātu ikdienas problēmas. Tās iekļauj skaitļošanu matemātiskajos procesos un zināšanās. Tas ietver zināšanas un vēlēšanos izmantot matemātiskās domāšanas veidus (loģisko domāšanu) un prezentācijas (formulas, modeļus, zīmējumus, tabulas).

≈ **Zinātnes kompetences** attiecas uz spēju un vēlēšanos lietot zināšanas un metodes, kas izskaidro dabu, lai identificētu jautājumus un izvirzītu pierādāmus secinājumus.

≈ **Tehnoloģiskās kompetences** attiecas uz zināšanām un metodēm, kas tiek lietotas, lai apmierinātu cilvēciskās vajadzības un vēlmes.

### **Digitālās kompetences**

≈ Tās ietver informācijas tehnoloģiju lietošanu un pārzināšanu darbā, brīvajā laikā un komunikācijā. Tam pamatā ir pamatzināšanas informāciju tehnoloģijās: datoru lietošana, lai atjaunotu, saglabātu, veidotu, prezentētu un sniegtu informāciju, lai komunicētu un sadarbotos kopējos tīklos caur internetu.

### **Mācīties mācīties**

≈ Spēja iesaistīties mācīšanās procesā, organizēt savu mācīšanos gan individuālo, gan grupu. Tā ietver mācīšanās procesa un vajadzību apzināšanos. Šī kompetence nozīmē iegūt, apstrādāt un asimilēt jaunas zināšanas un prasmes, lai izmantotu dažādās vidēs (mājās, darbā, izglītībā un apmācībās). Motivācija un konfidence ir izšķirošas indivīda kompetencei.

### **Sociālās un pilsoniskās kompetences**

≈ Individuālā, starppersonu un starpkulturālā kompetence. Tā ietver visa veidu uzvedību, kas ļauj indivīdam iesaistīties efektīvi un konstruktīvi viņa sociālajā un darba dzīvē un atrisināt konfliktus, ja tas nepieciešams. Pilsoniskā kompetence ļauj indivīdam pilnībā piedalīties pilsoniskajā dzīvē, balstoties uz savām zināšanām par sociālām un politiskām koncepcijām un struktūrām, nodrošinot aktīvu un demokrātisku līdzdalību.

### **Iniciatīva un uzņēmējdarbība**

≈ Individīda spēja idejas pārvērst par darbībām. Tā ietver radošumu, inovāciju un riska uzņemšanos, kā arī iespēju plānot un vadīt projektus, lai sasniegtu mērķus. Tā ietver spēju apzināties darba un projektu saturu. Tam vajadzētu iekļaut sevī arī ētisko vērtību apzināšanos .

### **Kultūras apzināšanās un izpaušana**

≈ Tā ir spēja novērtēt ideju, pieredzes un emociju radošās izpaušmes, kā arī mūziku, skatuves mākslu, literatūru un vizuālo mākslu.

Jūs varat ne tikai dokumentēt dalībnieku mācīšanās pieredzi Jaunatnes pases (*YOUTHPASS*) sertifikātā, bet arī veikt sekojošas aktivitātes:

≈ Dokumentēt dzīves stāstus – sekojiet dažiem jauniešiem ilgāku laiku un parādiet, kā jaunatnes darbs un starptautiskie projekti ietekmē viņu dzīvi.

≈ Krāt dalībnieku izteikumus par gūtajiem iespaidiem. Piemēram, es daudz iemācījos, pirms tam es domāju, ka cilvēki no x valsts ir skaļi un naidīgi, bet tagad es domāju, ka viņi ir ļoti sabiedriski un ar viņiem ir jauki būt kopā utt.

≈ Uzskaitīt, ko viņi ir iemācījušies, piemēram, lietojot sevis novērtēšanas skalu. Jūs varētu veikt pašnovērtējumu pirms projekta, projekta beigās un kādu laiciņu pēc projekta, lai redzētu ilgtermiņa ietekmi. Jūs varat arī salīdzināt mācīšanās pieredzi ar jauniešiem, kuri nepiedalījās starptautiskā projektā.

SALTO ir izveidojis ilgtermiņa novērtēšanas sistēmu, kuru meklējiet: [www.SALTO-YOUTH.net/Evaluation/](http://www.SALTO-YOUTH.net/Evaluation/).

≈ Vizuāli dokumentēt aktivitātes, kurā jūsu dalībnieki mācās. Tās var būt prezentācijas, video vai ieraksti, dalībnieku ziņojumi par to, ko viņi ir iemācījušies radošos produktos no darbnīcām utt. Lūdziet jauniešiem atļauju, pirms lietojat viņu fotogrāfijas, video, citus produktus!

## Dokumentējiet pieeju vai metodes, kas tika izmantotas jūsu jauniešu projektā!

Vienas no nozīmīgākajiem projekta aspektiem ir, kā jūs organizējat projektu un tiekat galā ar specifiskām situācijām (jauniešu līdzdalības nodrošināšana visa projekta gaitā, konflikta vadīšana, publicitātes iegūšana, finansējuma iegūšana, jaunas grupu dinamikas metodes u.c.).

Lai jūsu lieliskās idejas sniegtu labumu arī citiem, dokumentējiet šīs metodes vai pieejas. Šeit būs daži ieteikumi:

≈ Uzrakstiet sava projekta scenāriju, kā jūs to plānojāt un īstenojāt soli pa solim, lai citiem ir pieejama un izprotama sniegtā informācija un lai citi varētu atkārtot Jūsu paveikto vai pārņemt jūsu pieredzes pozitīvos elementus.

≈ Izstrādājiet projekta kvalitātes novērtēšanas kritērijus, kas balstīti uz jūsu pieredzi, kādiem tiem ir jābūt jauniešu projektā. SALTO iekļaušanas kvalitātes kritērijus apmācību organizēšanā varat meklēt:

[www.SALTO-YOUTH.net/InclusionQualityCharter/](http://www.SALTO-YOUTH.net/InclusionQualityCharter/).

≈ Pierakstiet dažādās metodes, kuras tika izmantotas projekta laikā, lai citi jaunatnes darbinieki tās varētu izmantot savā darbā. Labāk pat ir papildināt ar tām jau esošās rokasgrāmatas, piemēram, SALTO apmācību un jaunatnes darba rokasgrāmatu - [www.SALTO-YOUTH.net/Toolbox/](http://www.SALTO-YOUTH.net/Toolbox/). Lai izvairītos no dublēšanās un atkārtotības, ja kādas no metodēm jau ir atrodamas rokasgrāmatā, aprakstiet, kā jūs tas pielāgojāt savam projektam.



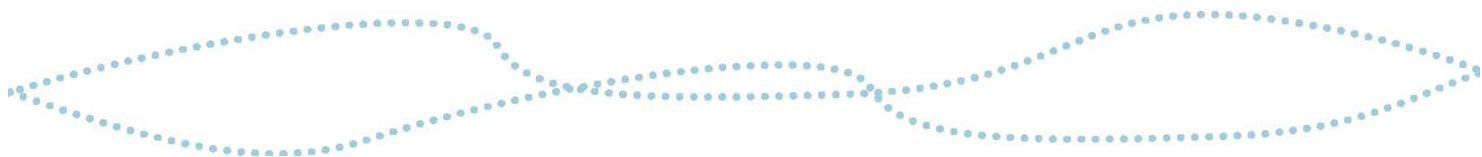
≈ Kā alternatīva metožu pierakstīšanai ir video, kas parādītu, kā īstenojāt noteiktas metodes un kā tās strādā. Tomēr ne vienmēr dalībnieki un jaunatnes darbinieki jutīsies ērti, ja tiks filmēti aktivitāšu laikā.

≈ Veiciet novērtēšanu ar dalībniekiem un līderiem, lai izanalizētu, kas bija labi un kas būtu jāuzlabo projektā. Dokumentējiet ieteikumus un secinājumus.

≈ Veidojiet bibliogrāfiju (grāmatas, raksti, interneta saites) ar resursiem, kurus izmantojāt projekta uzsākšanai. Jūs varat arī pievienot savus resursus SALTO tiešsaistes sarakstam

[www.salto-youth.net/links/](http://www.salto-youth.net/links/) .

≈ ...



### *Darīdiet savus Eiropas sadarbības partnerus!*

Tiklīdz jūs sākat strādāt starptautiskā līmenī, starptautisko partneru tīkls ir ļoti svarīgs. Jo labāk pazīsiet savus starptautiskos partnerus, jo projekta organizēšana noritēs gludāk. Starptautisko kontaktu skaits parāda jūsu iesaistīšanos starptautiskajā jaunatnes darbā un jūsu ieguldījumu idejā par vienotu Eiropas kopienu.

Kā parādīt jūsu ieguldījumu starptautiskā darbā:

≈ Veidojiet statistiku par valstīm, kas iesaistītas projektā, cilvēku skaitu, kuri tieši darbojas jūsu projektā, cik daudz cilvēku netieši iesaistījās projektā, palīdzot sagatavošanās un turpinājuma pasākumu procesā.

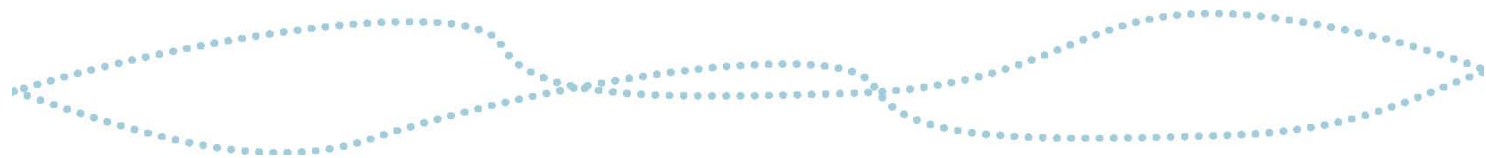
≈ Analizējiet kādu valstu un cik daudz cilvēku apmeklēja jūsu mājas lapu. Pārliecinieties, ka jūsu mājas lapa ir viegli izmantojama un pieejama.

≈ Jautājiet saviem kolēģiem jaunatnes darbiniekiem no starptautiskām organizācijām rekomendācijas vēstules par sadarbību ar jūsu organizāciju projekta gaitā.

- ≈ Izveidojiet starptautisko partneru „identitātes kartes”: kas viņi ir, ko dara, vai viņu organizācija ir kāda starptautiska organizāciju tīkla sastāvdaļa? Pievienojiet informāciju, cik reizes esat sadarbojušies un kā ir gājis, kā jūs nonācāt kontaktā?
- ≈ Saglabājiet foto attēlus, video, kas parādu partneru un dalībnieku kultūru daudzveidību. Šis materiāls var būt jūsu prezentācija par projektu un starptautisko sadarbību.
- ≈ ...

### *Izvirziet ieteikumus politiķiem jūsu projekta gaitā!*

Kad organizējat starptautisku jauniešu projektu, jūs droši vien saskārāties ar situācijām, no kurām labprāt nākamreiz izvairītos. Šāda pieredze, kā padarīt lietas labāk, ir ļoti noderīga, ja tā sasniedz cilvēkus, kuri var mainīt sistēmu (Nacionālās aģentūras, vietējās varas pārstāvji,...).

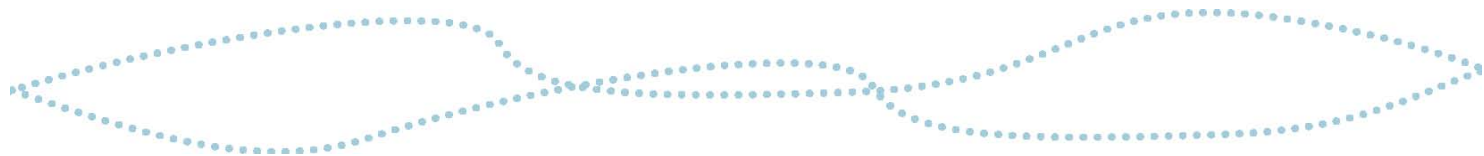


- ≈ Novērtēšanas brīži jūsu projektā var būt laba iespēja apspriesties ar projekta vadītājiem, kādus ieteikumus varat izstrādāt, lai padarītu jauniešu projektus un jaunatnes darbu vēl labāku. Šo diskusiju varat pārvērst par noderīgiem ieteikumiem lēmumu pieņēmējiem.
- ≈ Projekta laikā jūs varat aicināt jauniešus izteikties un iedomāties ideālu pasauli. Viena metode, kuru varat izmantot, ir **Nākotnes darbnīcas** ([www.SALTO-YOUTH.net/find-a-tool/460.html](http://www.SALTO-YOUTH.net/find-a-tool/460.html)). Dalībnieki domā par ideālu pasauli (konkrētu dzīves jomu vai sabiedrību), tad apskata apstākļus, kas neļauj to sasniegt, un formulē ieteikumus, kā tos pārvarēt. Ieteikumus var apkopot un prezentēt vajadzīgajai personai attiecīgā formātā.

≈ Jūs noteikti būsit ievērojuši, ka rezultātu izplatīšanas pasākumi ietver sevī kaut ko konkrētu, ko vēlaties izplatīt tālāk. Ir svarīgi plānot uz priekšu, kādus materiālus vai informāciju jums ir jāsavāc projekta laikā, jo tā vēlāk būs nepieciešama.

#### Piemēram:

*Ja jūsu mērķis ir informēt citus jauniešus par iespējām veidot starptautiskus projektus, jūs varētu noorganizēt atraktīvu un vizuāli informatīvu tikšanos, kurā pastāstītu par jūsu pieredzi. Tāpēc jums būs vajadzīgs vizuāls materiāls, piemēram, dzīvespriecīgs video vai fotogrāfijas ar lieliskākajiem projekta mirkļiem. Pats par sevi saprotams, ka tas ir jāplāno jau laikus, lai varētu uzņemt vajadzīgās fotogrāfijas, nofilmēt aktivitātes, jo to nav iespējams izdarīt pēc notikuša projekta .*



## 2. Informācijas plūsma – pareiza informācijas izplatīšana

### Zināt, kam nosūtīt informāciju

Ir labi, ka jums ir lieliski projekta rezultāti, kurus izplatīt tālāk, bet vai jūs zināt, kam tos nosūtīt? Jums ir jāizlemj, kam jūs šo informāciju nodosiet. Tāpēc nākamais solis ir uzzināt nepieciešamo informāciju par jūsu mērķa grupu, lai piekļūtu viņiem vai viņu organizācijām ar saviem rezultātiem.

≈ Projektā ir jābūt sistēmai, ar kuras palīdzību jūs iegūsi kontaktinformāciju par jums interesējošiem cilvēkiem. Vienmēr, kad tiek runāts, zvaniet, sūtiet īsziņas, padariet to par ieradumu pajautāt, vai viņi vēlas būt informēti par esošā projekta virzību un nākotnes projektiem.

≈ Jūs varat arī iegūt kontaktinformāciju par organizācijām, kas jau strādā jūsu interesējošā laukā, un piedāvāt tām iespēju iepazīties ar jūsu projektu. Jūs varat izmantot telefona grāmatu vai internetu, lai iegūtu viņu kontaktinformāciju.

≈ Arī jūsu esošie kontakti var būt noderīgi. Šie cilvēki var zināt, kuri varētu būt ieinteresēti jūsu projektā un tā rezultātos. Šeit ir jāiekļauj arī tie, kuri jūs atbalstīja un palīdzēja.

≈ Nevajadzētu aizmirst arī izplatīt informāciju par projekta rezultātiem jūsu organizācijas biedru vidū, kuriem nebija iespēja tieši piedalīties projektā, tie, kuri „palika mājās”. Viņi jau tāpat saņem jūsu informatīvos materiālus.





≈ Neaizmirstiet iepriekšējo projektus, kuros jūs esat bijuši, un kontaktus, ko esat ieguvuši. Aizsūtiet viņiem vēstuli vai e-pastu, varbūt tiem būtu interesanti iegūt vairāk informācijas par jūsu projektu un tā rezultātiem.

≈ Padariet vieglāku reģistrāciju informācijai par jūsu projektu. Pievienojiet reģistrēšanās pogu vai formu jūsu mājas lapā, organizācijas žurnālā vai citās publikācijas materiālos formu, kuru cilvēki var aizpildīt un atsūtīt jums atpakaļ, utt.)


Jūs varat arī dažādās sapulcēs, prezentējot jūsu projektu, informēt cilvēkus par iespēju reģistrēties, lai saņemtu jaunumus. Jūs varat izdalīt parakstu lapas (prasot vārdu, adresi, e-pastu utt.) un savākt tās pēc sapulces.

≈ Saņemiet cilvēku kontaktinformāciju un piekrišanu iegūt informāciju par jūsu aktivitātēm laikā, kad viņi piedalās citās aktivitātēs (t.i., pievienojiet reģistrācijas formā sadaļu - „vai jūs vēlaties saņemt jaunāko informāciju”, kuru cilvēki var atzīmēt). Vai izveidojiet interneta spēli, kuras reģistrācijas formā cilvēki var atzīmēt - „sūtiet man jaunumus”.

≈ Cits veids, kā iegūt cilvēku kontaktinformāciju, ir žurnālā ievietot formu, kuru cilvēki var aizpildīt un atsūtīt atpakaļ. Ja jūs gribat veicināt, lai cilvēki atbild, pievienojiet izlozi, kurā iespējams laimēt balvu, ja viņi atsūta informāciju atpakaļ. Svarīgi ir visus informēt, kurš ir ieguvis balvu, cik vien ātri tas ir iespējams pēc izlozes.


Sniedziet cilvēkiem iemeslus reģistrēties jūsu ziņu lapā (organizējiet konkursus vai spēles ar balvām, aizsūtiet suvenīrus, sniedziet nozīmīgu informāciju, par kaut ko, ko viņi var lietot paši savās aktivitātēs, utt.).



 Cilvēki parasti jau iepriekš grib zināt to, kādu informāciju viņi saņems, kā jūs izmantosiet viņu doto kontaktinformāciju (vai nodosiet šo informāciju kādai trešajai pusei, garantijas, ka izmantosiet kontaktinformāciju, tikai lai nosūtītu jūsu projekta informāciju, u.c.).

≈ Veidojiet adresu sarakstu tā, lai būtu viegli to atjaunot un informācija būtu pieejama visiem kolēģiem.

≈ Atjaunojiet adresu sarakstu – tā ir naudas un laika tērēšana, ja sūtījumi nonāk atpakaļ pie sūtītāja.

- 
- Dariet tā, lai saņēmējiem būtu iespējams atjaunot savu informāciju (pa pastu vai elektroniski) vai izrakstīties no jūsu saraksta. Pārsvarā Eiropas valstīs likums nosaka - ja saņēmējs atsakās saņemt informāciju no jums, tā ir jāpārtrauc sūtīt. Jebkurā gadījumā - nepieprasīti ziņojumi droši vien tiks uzreiz izdzēsti.
  - Vieni apavi neder visiem. Ir svarīgi pielāgot jūsu ziņojumu cilvēkiem, kurus vēlaties ietekmēt.

### 3. Reklamēšanas metodes

#### Jūsu rezultātu publicēšana



#### **Nogādāriet informāciju un produktus pareizajiem cilvēkiem**

Ir vairāki veidi, kā publicēt projekta informāciju vai rezultātus. Mēs apskatīsim dažus ieteikumus, kā nosūtīt informāciju pareizajiem cilvēkiem un kā panākt, lai viņi to izlasa.

Jūs varat izlemt izsūtīt bukletus, brošūras, ziņojumus un prezentācijas. Jūs tā kā uzspiežat to cilvēkiem, neprasot, vai viņi to vēlas vai nē. Nostādiet sevi organizācijas, kura ir daudzo adrešu sarakstu vietā, tad sapratīsiet, ka daudzie tūkstoši vēstuļu, ko tā saņem, nonāk atkritumos.

Pilnīgi pretēja pieeja ir sūtīt tikai pieprasīto informāciju. Jūs sūtāt materiālus cilvēkiem, kuri ir izrādījuši interesi par tiem, un tāpēc ietaupāt līdzekļus. Mīnuss ir tāds, ka jums ir jāizstrādā sistēma, kurā cilvēki var izteikt savu interesi saņemt informāciju.

Iespējams, jums būtu nepieciešams abu informācijas izplatīšanas veidu apvienojums. Ne visi cilvēki, kurus vēlaties sasniegt, prasīs informāciju par jūsu projektu, tāpēc varat izveidot cilvēku sarakstu (politikas veidotāji, finansētāji u.c.), kuriem būtu jānosūta informācija. Ja izmantosiet tikai informācijas uzspiešanas veidu, iespējams, daudzi jūsu materiāli nonāks atkritumos.

Informācijas uzspiešana ir diezgan vienkārša – paņemiet jaunatnes organizāciju sarakstu un izsūtiet savas publikācijas un produktus. Gatavs!

Taču sistēmas izveide, kurā cilvēki prasa jūsu informāciju, prasa darbu un izdomu.

Lai cilvēki pieprasītu šo informāciju, viņiem vajadzētu zināt, kāda veida informāciju viņi saņems un kas notiks ar sniegto kontaktinformāciju (garantiju, ka viņi saņems informāciju tikai no jums un par jūsu projektu, ka jūs nenodosiet informāciju kādām trešajām pusēm).

### *Informējiet cilvēkus pa pastu* – izsūtiet savus rezultātus!

Viens no veidiem, kā sasniegt cilvēkus un publicēt jūsu projekta rezultātus, ir izsūtīt paziņojumu. Jūs to varat darīt ar dažādiem līdzekļiem. Izpētiet, kā jūsu mērķauditorija visbiežāk komunicē. Jūs varat būt nedaudz radoši, lai izceltos un pievērstu uzmanību.

≈ Jūs varat izmantot pastu, taču, ja vēlaties pievērst cilvēku uzmanību, padariet vēstuli jautru, pievienojiet mazu suvenīru vēstulei, sagrieziet pastkarti kā puzzle vai pievienojiet izlozi (par rezultātiem informējot nākamajā vēstulē)... Lai ietaupītu izmaksas jūs varat šo sūtīt ar citiem materiāliem (piemēram, jūsu organizācijas žurnālu)!

≈ Ievērojiet neierastos formātus (piemēram, lielas pastkartes), tās bieži ir dārgāk sūtīt. Uzziniet pastā, cik tas maksā, un salīdziniet ar savu budžetu!

≈ Vairāk un vairāk tiek izmantotas īsziņu iespējas. Nosūtiet intriģējošu ziņu cilvēkiem, aicinot viņus apskatīt mājas lapu vai piedalīties pārsteiguma sapulcēs.

≈ Jūs arī varat sūtīt e-pastus jūsu mērķa auditorijai. Tas ir lētāk nekā iepriekšējās divas iespējas, taču vairāk un vairāk e-pasti nonāk *spam folderos*.

≈ Ja jūs tiešām gribat visus sasniegt, jūs varat staigāt no mājas uz māju un pastkastē iemest skrejlapu vai vēstuli. Bet, ja jūs iemetiet kaut ko kādā pastkastē, tas nenozīmē, ka tas arī tiek izlasīts...

## *Zmantojiet esošos komunikācijas līdzekļus*

Jums ne vienmēr vajag radīt jaunas lietas – jūs varat lietot esošos komunikācijas līdzekļus, kas jums ir pieejami, un kas bieži papildus neko nemaksā.

≈ Uzrakstiet par savu projektu jūsu organizācijas žurnālam (vai kādam citam žurnālam).

≈ Varbūt jums ir elektroniskais e-pastu saraksts vai ziņu lapa jūsu organizācijas locekļiem?

≈ Varbūt jūsu valstī ir publikācijas vai ziņu lapas, kas veltītas jaunatnes darbam, kurās jūs varētu publicēt savu rakstu vai ziņojumu (bez maksas).

≈ Ja jaunatnes (darba) mājas lapā ir aktivitāšu kalendārs, pievienojiet savu projektu un dažādas aktivitātes, uz kurām jūs gribētu uzaicināt cilvēkus.

≈ Sadarbojieties ar citiem informācijas izplatīšanas kanāliem: jūs varat pievienot ziņojumu vai rakstu jau esošai līdzīgas organizācijas ziņu lapai vai žurnālam.

≈ Bibliotēka un jauniešu informācijas centri. Iesniedziet savu kolekciju (publikācijas, metodoloģiskos materiālus, mūzikas CD no jūsu projektiem), lai jūsu projekta produkti būtu pieejami ilgāk.

≈ Iesniedziet sava projekta rezultātus medijos – vietējā prese bieži ir labs instruments, lai iegūtu jūsu projekta rezultātu publicitāti.



## *Organizējiet informatīvos pasākumus!*

- ≈ Organizējiet tikšanos, lai pastāstītu par jūsu projekta rezultātiem. Padomājiet, kādā veidā organizēt tikšanos, lai vislabāk sasniegtu un ietekmētu mērķa grupu.
- ≈ Izmantojiet elementus, kas padarīs jūs tikšanos atraktīvu: bieži dzērieni par brīvu vai daži pazīstami cilvēki, vai būt pirmajam, kas saņem produktu, ko esiet uztaisījuši – tas viss var palīdzēt. Lietojiet vizuālos materiālus un dinamiskas metodes jūsu projekta rezultātu prezentācijā (piemēram, PowerPoint, skeču, video, slaidus...).
- ≈ Iesaistiet jūsu projekta jauniešus pastāstīt par projektu. Iedrošiniet auditorijas iesaistīšanos un veidojiet jautājumu un atbilžu sesijas.
- ≈ Dodiet cilvēkiem kaut ko tādu, kas viņus ieinteresē – viktorīnu ar balvām, koncertu, kurā ir mūzika, kas viņiem patīk, ballīti/aktivitātes neierastā, interesantā vietā, tikšanos ar kādu pazīstamu personu...
- ≈ Izmantojiet resursus, kas jums ir pieejami. Iesaistiet dalībniekus, kas ir piedalījušies projektā, un ļaujiet viņiem pastāstīt par savu pieredzi. Viņiem ir patīkami dalīties ar saviem stāstiem, un tanī pašā laikā jums ir daži brīvprātīgie, kas jums var palīdzēt organizēt pasākumu. Ja jums tanī laikā ir ārzemju dalībnieki, viņi arī varētu pastāstīt par savu pieredzi.
- ≈ Neaizmirstiet ielūgt vietējos politiķus un citas iesaistītās puses (piemēram, skolotājus, ja rezultāti akcentēti vairāk uz mācīšanos, arodbiedrības, ja projekts ir par nodarbinātību, utt.) Sniedziet viņiem iemeslus atrasties šajā pasākumā. Piemēram, dodiet viņiem iespēju sniegt nelielu runu, pastāstiet, kādi citi svarīgi cilvēki piedalīsies jūsu pasākumā, dodiet viņiem vairāk informācijas, par ko ir projekts (jūsu izglītojošie mērķi) un par projekta rezultātiem.
- ≈ Jūs varat iet pie cilvēkiem, uz kuriem ir vērsti projekta rezultāti. Jūs varat organizēt informācijas autobusu, lai dotos uz jūsu pilsētas/reģiona dažādiem apgabaliem un parādītu jūsu projekta rezultātus. Jūs varat arī doties uz vietējām skolām, organizācijām. Jūs varat lūgt prezentēt projekta rezultātus vietējās pilsētas domes sapulcēs utt.
- ≈ Vai esiet padomājuši un ielūguši vietējo presi un medijus?

#### 4. Projekta mājas lapas izveidošana

##### Virtuālā reklāma

Ja jūsu organizācijai ir sava mājas lapa, jūs varat paredzēt sadaļu jūsu projektam, vai jūs varat izveidot jaunu mājas lapu. Izmantojiet interneta resursus, lai dokumentētu un celstu jūsu projekta redzamību, vai lai izplatītu jūsu projekta rezultātus un produktus. Visapkārt pastāv daudz dažādu iespēju.

👉 Padomājiet par ilgtermiņu, lai jūsu rezultāti nepazūd pēc gada tāpēc, ka jums nav naudas, lai uzturētu mājas lapu. Iedaliet laiku arī mājas lapai, lai tā pēc pāris mēnešiem neizskatās pilnīgi novecojusi.

≈ Atkarībā no tā, ko jūs gribat, jūs varat dokumentēt jūsu projektu bloga formā ([www.myspace.com](http://www.myspace.com)), tiešsaistes tīkla formātā ([www.yahogroups.com](http://www.yahogroups.com)) vai kā īstu mājas lapu.

≈ Vai pat labāk: jūs varat pievienot jūsu projektu un tā rezultātus jau esošām mājas lapām, piemēram, ievietojat jūsu metodes SALTO mājas lapā ([www.SALTO-YOUTH.net/toolbox/](http://www.SALTO-YOUTH.net/toolbox/))utt.

≈ Pievienojiet savus video bezmaksas populārās mājas lapās, kā, piemēram, [www.youtube.com](http://www.youtube.com) - dariet kaut ko jautru ar to, izceliet to tā, lai cilvēki to skatītos (piemēram, saistiet to ar konkursu, izlozi vai kādu populāru cilvēku, utt.).

Bet, ja jūs izlemjat izveidot savu mājas lapu, tad sekojoša informācija ir jums.



## *Jeteikumi un padomi mājas lapai*

- ≈ 50 % no veiksmīgas mājas lapas ir atkarīga no tās izskata, 10% no tās satura un 40% no reklāmas. Pārliecinieties, ka jūsu mājas lapa izskatās labi. Jūs varat viegli pārņemt dizainu no citām mājas lapām. Apskatiet līdzīgas populāras mājas lapas, un mācieties no tām!
- ≈ Pievienojiet atraktīvas bildes jūsu informācijai!
- ≈ Ievietojiet vissvarīgāko informāciju lapas augšpusē. Mājas lapā tekstam nav jābūt garākam par pusotru lapu. Garāki teksti var tikt piedāvāti lejupielādēšanai.

The screenshot shows the SALTO-YOUTH Resource Centres website. The header includes the logo, the European Union flag, and the text 'Education and Culture'. A navigation menu lists: About SALTO, Bridges for Recognition, Services, Tools, MySALTO. A secondary menu lists: Cultural Diversity, Eastern Europe & Caucasus, EuroMed, Inclusion, South East Europe, Training & Cooperation, Youth Initiatives, Information. The main content area is titled 'SALTO and Inclusion' and contains the text: 'The YOUTH programme should be open to ALL - and if it doesn't reach certain target groups because of specific obstacles, something should be done about this. This is what SALTO contributes to social inclusion'. Below this text are six columns of content, each with a small image and a title: 1. 'Latest Inclusion News' with an image of ducks; 2. 'Training Opportunities on Inclusion' with an image of a hand holding a small figure; 3. 'Training Resources to support Inclusion projects' with an image of a hand holding a small figure; 4. 'Useful publications on Inclusion' with an image of a hand holding a small figure; 5. 'Trainers for Social Inclusion and...' with an image of a hand holding a small figure; 6. 'Inclusion Links' with an image of a hand holding a small figure.

- ≈ Uzziniet, kādas mājas lapas mērķa grupa apmeklē, un piedāvājat līdzīgu informāciju un pakalpojumus, piemēram, ja jūsu mērķa grupai patīk diskusiju forumi, pievienojiet tos arī mājas lapā.
- ≈ Pārliecinieties, ka jūsu mājas lapā ir kaut kas nepieciešams un noderīgs, piemēram, cilvēki var kaut ko lejupielādēt, piedalīties spēlēs utt.

Galvenais jautājums ir - kā piesaistīt jaunus cilvēkus jūsu projekta mājas lapai?



- ≈ Kā minēts iepriekš, labākais veids, kā piesaistīt cilvēkus jūsu mājas lapai, ir piedāvāt tiem kaut ko interesantu un lietojamu.
- ≈ Pieminiet savas mājas lapas adresi Jūsu informatīvajos materiālos.
- ≈ Palūdziet citām līdzīgām un draudzīgām mājas lapām ievietot Jūsu tiešsaisti vai baneri viņu mājas lapās.
- ≈ Reģistrējiet savu mājas lapu populārākajās interneta meklēšanas programmās ([www.google.com](http://www.google.com), [www.altavista.com](http://www.altavista.com) u.c.).
- ≈ Ievadiet sava projekta informāciju interneta diskusiju forumos vai citu projektu datu bāzēs ar tiešsaisti uz jūsu projekta mājas lapu.

- ≈ Organizējiet spēles un viktorīnas, kur dalībniekiem ir jāatrod noteikta informācija jūsu mājas lapā.
- ≈ Un, protams, sekojiet līdzī savai statistikai (ir pieejamas bezmaksas programmas statistikas skaitīšanai – [www.bravenet.com](http://www.bravenet.com), u.c.).



Noderīgu informāciju par mājas lapas dizainu atradīsiet [www.usabilitynet.org/tools/webdesign.htm](http://www.usabilitynet.org/tools/webdesign.htm),  
[www.w3.org/Provider/Style/](http://www.w3.org/Provider/Style/)

Padomājiet par mājas lapas pieejamību cilvēkiem ar dažādiem traucējumiem (vieglā valoda, lielāki burti). Jūs varat pārbaudīt savas mājas lapas pieejamību ar <http://bobby.watchfire.com>, [www.w3.org/TR/WAI-WEBCONTENT/](http://www.w3.org/TR/WAI-WEBCONTENT/)

## *5. Dodieties pie cilvēkiem!*

### **Tiešie kontakti**



#### **Projekta rezultātu prezentēšana ieinteresētajām personām.**

Tā vietā, lai vienkārši izsūtītu jūsu projekta informācijas materiālus (skatīt 35.lpp.), jūs varat arī veikt informatīvās kampaņas. Jūs varat doties uz sanāksmēm un pasākumiem, kurās piedalās jūsu mērķa grupa.

- ≈ Pozitīvi ir tas, ka šāda komunikācija ir daudz personiskāka.
- ≈ Jūs varat parādīt projekta materiālus un ienest kaut ko no projekta gara (attēlus, video, dažādus piemērus utt.).
- ≈ Cits pluss ir tas, ka cilvēki var uzdot jautājumus. Projekts un tā produkti kļūst daudz reālāki nekā, tad kad tie ir bukletos un ziņojumos.
- ≈ Cilvēki var iepazīt jaunatnes darbiniekus vai projekta dalībniekus.

Šeit būs dažas praktiskas idejas:

- ≈ Runājiet par jūsu starptautisko projektu regulārajās organizācijas tikšanās reizēs, paņemiet līdzi fotogrāfijas, video (ja tāds jums ir),...
- Uzaiciniet ārzemju dalībniekus kopā veikt kādas aktivitātes.

≈ Ja jūs gribat sasniegt vecākus, apmeklējiet jūsu dalībnieku vecākus mājās un izskaidrojiet, par ko ir jūsu projekts, parādot projekta izglītojošo pusi. Šādā veidā jūs varētu panākt vecāku atbalstu idejai par bērnu piedalīšanos projektā, sniegt ieguldījumu projektā (finansiāli vai citādi) vai uzņemt starptautiskus dalībniekus mājās.

≈ Ejiet un runājiet skolās vai organizācijās par projektu, un iegūsiet vairāk dalībniekus nākotnes projektiem. Jūs pat varat piedāvāt sniegt lekciju par starpkultūru kontaktiem vai par valsti, ar kuru jūs kopā strādājat.

≈ Sniedziet prezentācijas skolās, organizācijās... organizējiet slaidu vakaru, projektu dalībnieku liecības, parādiet savu video vai citus projekta produktus...

≈ Piedalieties festivālos vai citādos pasākumos un izplatiet skrejlapas par iespējām, ko jūs piedāvājat jauniešiem, par starptautiskiem projektiem, par programmu „Jaunatne darbībā”(jūsu Nacionālā Aģentūra varētu jūs atbalstīt ar info materiāliem).

≈ Dodieties uz aktivitātēm vai pasākumiem, kur jūs varat runāt par jūsu projekta rezultātiem.

≈ Apmāciet un informējiet jaunatnes darbiniekus, kuriem ir kontakti ar mērķa grupām tā, lai viņi varētu motivēt savus jauniešus piedalīties starptautiskos projektos vai vienkārši būt informētiem par iespējām.

≈ Domājiet, kur jūsu mērķa grupa iet: sporta organizācijas, bibliotēkas, interneta kafejnīcas, jauniešu centri, ielu stūri, ballītes, interešu centri un sasniedziet viņus šajās vietās.

≈ Varbūt jūsu mērķa grupa uzturas kaut kur internetā. Runājiet par savu projektu interneta forumos vai čatos. Jūs varētu padomāt par tādām virtuālām pasaulēm, kā [www.draugiem.lv](http://www.draugiem.lv), [www.imvu.com](http://www.imvu.com), [www.facebook.com](http://www.facebook.com), vai [www.secondlife.com](http://www.secondlife.com). Paprasiet saistītām mājas lapām ievietot saiti uz jūsu projekta lapu.



≈ Esiet vienkārši sakontaktējami jūsu mērķa grupai nākotnē! Lietojiet komunikācijas līdzekļus, ko jūsu mērķa grupa lieto. Tie varētu būt telefons vai e-pasts, bet varbūt arī padomājiet par čatu, skype, interneta forumus, mobilos tālruņus un īsziņas utt. Varbūt viņiem vieglāk pajautāt informāciju caur čatu vai īsziņu?

Jūs varat organizēt paši visas reklāmas aktivitātes, vai jūs arī varat apskatīties, vai nav kādi interesanti pasākumi, kas saistīti ar jaunatnes darbu vai projekta tēmu un piedalīties tajos, tā vietā lai paši kaut ko organizētu. Tiek arī rīkoti pasākumi, īpaši saistīti ar jūsu pieredzi un labo praksi, ko organizē programmas „Jaunatne darbībā” nacionālās aģentūras, Eiropas Komisija (piemēram, Eiropas jaunatnes nedēļa [www.youthweek.eu](http://www.youthweek.eu)) vai citas jauniešu organizācijas jūsu valstī. Jūs varat piedalīties šajos pasākumos ar savu informatīvo stendu un izplatīt informācijas materiālus, sniegt prezentācijas vai organizēt darbnīcu par jūsu projektu utt.

#### **Visbeidzot** – Vai esat padomājuši par šo?

Vai esat padomājuši par autortiesību jautājumiem savām publikācijām? Kam pieder jūsu publikāciju autortiesības? Vai cilvēki var izplatīt jūsu produktus (publikācijas, CD) bez maksas vai jūs prasāt ieguldīt ražošanas vai transporta izmaksas? Kā jūs tiksiet ar šo sistēmu galā (bez peļņas iegūšanas, jo jauniešu projekti nav paredzēti, lai iegūtu peļņu!)? Vai jums ir autortiesības izmantot citu cilvēku fotogrāfijas? Ko jūs darīsiet, ka jūsu publicētais materiāls izbeigsies (pārdrukāsiet, ievietosiet elektronisko versiju mājas lapā...)? Kurš par to maksās?



# Projekta rezultātu izmantošana

## Pārliecinieties, ka jūsu rezultāti tiek izmantoti!

Tas ir ļoti labi, ka projekta laikā jūs radāt kādus produktus (CD ar spēlēm, video, teātra izrādi utt.) vai ka jūs padarāt jūsu projekta rezultātus redzamus citiem un ka jūs reklamējat un izplatāt šos produktus ar dažādiem kanāliem. Bet tas pat būtu labāk, ja produkti tiktu izmatoti, nevis pazustu kāda cilvēka atvilktnē.

*Rezultātu izmantošana sastāv no rezultātu pavairošanas un rezultātu izmantošana politikas veidošanā. Tas ir plānots process, lai pārliecinātu individuus un lēmumu pieņēmējus adoptēt rezultātus un lietot tos vietējā, reģionālā, nacionālā vai Eiropas līmenī.*  
[http://ec.europa.eu/dgs/education\\_culture/valorisation/](http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/valorisation/)

Ja jūs gribat lielāku jūsu projekta ietekmi, jums jāpārliecinās, ka jūsu projekta rezultātus izmanto citi dažādos līmeņos. Atkarībā no tā, kādus rezultātus jūs iegūstiet no sava projekta, jūs varat veikt vairākas darbības, lai pārliecinātos, ka tie tiek izmantoti.

### *1. Mērķa grupas iepazīšana*



**Sniedziet jūsu mērķa grupai to, kas viņiem ir nepieciešams un ko viņi grib!**

Tas ir tikai loģiski, ka cilvēkiem, lai izmantotu jūsu produktus un rezultātus, jāatbilst tam, ko viņi meklē. Jo vairāk produkts vai ziņa ir saistīta ar cilvēkiem, ko jūs gribat ietekmēt, jo lielāka iespēja, ka tie tiks izmantoti. Jo vieglāk ir lietot jūsu rezultātus un produktus, jo lielākas iespējas, ka tie tiks efektīvi izmantoti.

≈Ievērojiet, ka, ja mēs runājam par produktiem un rezultātiem, mēs domājam visu produkciju no jūsu jauniešu projekta - vai tā ir materiāla vai nemateriāla. Padomājiet par dažāda veida publikācijām, PowerPoint, slaidiem, ieteikumiem, CD, darba metodēm utt.



Dažas idejas, kā piemērot jūsu produktus un rezultātus jūsu mērķa grupai:

≈ Pirmkārt, iepazīstiet jūsu mērķa grupu un padomājiet vai pajautājiet viņiem pašiem, kādas ir viņu vajadzības un vai viņi varētu dabūt kaut ko noderīgu no jūsu projekta.

- Ja jūs plānojat reklāmas video par jauniešu apmaiņu, kas ilgst 45 minūtes, kura lielāko daļu veido personiski jociņi starp apmaiņas dalībniekiem, tad tas nekad netiks izmantots, piemēram, apmācību kursā (pārāk garš un pārāk daudz personisku joku). Īssfilma ar galvenajiem elementiem par to, kas ir jauniešu apmaiņa, var būt daudz noderīgāka.
- Ja jūs gribat informēt politiķus par jūsu projekta ietekmi un jūs aizsūtāt viņiem kolāžā veidotu ziņojumu pilnu ar smieklīgām bildēm, tad politiķi to var neuztvert nopietni. Taču statistika un skaidras liecības par cilvēku attīstību projekta laikā šinī gadījumā var būt pieņemams informācijas sniegšanas veids.

≈ Dodiet jūsu projekta un rezultātu lietotājam argumentus, kāpēc viņiem būtu jāizmanto jūsu projekta rezultātus. Paskaidrojiet, kas tajos ir derīgs viņiem. Informējiet tos par ieguvumiem. Pievienojiet dažus argumentus uz bukleta aizmugurējā vāka vai iekļaujiet jūsu rakstā vietējai presei utt.

≈ Pārliecinieties, ka jūsu produkts ir mērķa grupai viegli saprotams. Mājas lapas gadījumā pārliecinieties, ka navigācija ir saistīta, loģiska un viegla. Pārliecinieties, ka cilvēki zina, kur viņi atrodas jūsu mājas lapā un kur viņi no tās var doties. Ja jums mājas lapā ir ievietotas metodes, ko esiet izmantojuši, pārliecinieties, ka esat snieguši informāciju par visiem soļiem un nepieciešamiem materiāliem, lai izpildītu dotos uzdevumus. Ja jūs veidojat publikāciju, pārliecinieties, ka valoda ir pietiekami viegla un ka teksts nav pārāk garš un garlaicīgs. Pievienojiet ilustrācijas, piemērus, grafikas, anekdotes, uzdevumus, numerāciju, tabulas...( kā šajā bukletā).



≈ Pārbaudiet jūsu izstrādātos materiālus ar mērķa grupu, pirms publicējat simtiem un tūkstošiem kopiju, par kurām jūs nezināt, vai tās būs izmantojamas un saprotamas. Iegūstiet no viņiem arī atgriezenisko saiti. Ja viņi būs tie, kas izmantos jūsu produktu, tad, protams, tie zinās vislabāk, kā tam ir jāizskatās. Lai palielinātu jūsu produkcijas un rezultātu lietošanu, ir svarīgi, ka tiek iesaistīti produktu lietotāji tā radīšanas procesā.

≈ Norādiet uz trūkumiem sfērā, kurā jūs strādājat, vai tēmā, ko jūs apskatāt. Uzziniet, kas jau pastāv, kas jau ir paveikts, neizgudrojiet no jauna riteni. Varbūt jūs pamanīsiet kaut ko, kas trūkst. Jūs varat aptaujāt cilvēkus no attiecīgās sfēras, vai viņiem liekas, ka kaut kā trūkst viņu darbā. Ja jūsu projekta rezultāti norāda uz patiesu vajadzību vai aizpilda kādu robu, tad tie visticamāk tiks izmantoti nekā tad, ja tie tikai piedāvā kaut ko līdzīgu, ko citi jaunatnes darbinieki zina vai piedāvā.

≈ Vai esat domājuši par tulkošanu, lai nodrošinātu iespēju, ka jūsu rezultāti tiek izmantoti? Tā var būt tulkošana citā valodā. Bet tā var būt arī piemērošana „skautu žargonam”, „iekļaušanas darba valodai” vai „politisko jauniešu organizāciju runai” ...





Sekojošs paraugs var palīdzēt jums pieņemt idejas un produktus. Analizējiet produktu (piemēram, simulāciju spēle, publikācija utt.) saskaņā ar paraugu zemāk. Apskatiet, kurus elementus no jūsu produkta jā saglabā tādi, kādi tie ir, kurus jāizmet laukā, kurus jūs izmainītu un kurus pievienotu – paturot prātā, protams, jūsu mērķa grupu.

**Piemērs:** jaunatnes darba metožu datu bāze internetā

≈Piemērot to darbiniekiem, kas strādā ar jauniešiem ar īpašām vajadzībām rajonos, kur nav pieejams internets

**Ko saglabāt?**

Metožu bāzi  
iedvesmai

**Ko izslēgt?**

Intranetu – lietotājiem  
nav pieeja internetam

**Ko izmainīt?**

Piemērot metodes  
jauniešiem ar  
invaliditāti

**Ko pievienot?**

Papīra vai CD formātā  
tiem, kuriem internets  
nav pieejams.



## 2. Jūsu produktu un rezultātu izmantošana

### Atbalsta nodrošināšana



#### **Palīdziet citiem gūt labumu no projekta un tā rezultātiem!**

Neskatoties uz to, ka, pielāgojot un vienkāršojot jūsu projekta rezultātu izmantošanu, jūs varat iet soli tālāk un piedāvāt atbalstu projekta produktu izmantošanā. Jūs aktīvāk varat iet pie ieinteresētām organizācijām vai jaunatnes darbiniekiem, lai sniegtu tiem atbalstu projekta rezultātu izmantošanā. Tiešie kontakti un izskaidrošana bieži nostrādā labāk!

≈ Piedāvājiet citām organizācijām uzsākt līdzīgus projektus. Viņi var mācīties no jūsu pieredzes un attīstīt to, pielāgojot aktivitātes, kuras veicāt jūs, savas mērķa grupas vajadzībām. Viņi var piedalīties darba ēnošanā un iepazīties, kā organizējat nākamo projektu.

≈ Organizējiet informatīvus pasākumus par to, kā izmantot jūsu jauniešu projekta produktus, kā izmantot jūsu projekta video apmācībās, kā strādāt ar metožu CD u.c. Šis ir arī vērtīgs brīdis, lai gūtu atgriezenisko saiti, kā labāk pielāgot Jūsu produktu mērķa grupai.

≈ Nepiedāvājiet tikai statistiku un ieteikumus vietējiem politiķiem, bet veiciet arī izskaidrojošu darbu, paskaidrojiet, kā nonācāt līdz šādiem ieteikumiem, uz ko balstāties.

≈ Izmantojiet savu pieredzi darba grupās, konferencēs, semināros. Ja uzskatāt jaunatnes darbinieka pieredzi kā daļu no projekta sasniegumiem, tad varat aktīvi to izmantot dažādos ekspertu saietos, konsultācijās, treniņos.

≈ Ir dažādas aktivitātes, kurās var izmantot jūsu projekta rezultātus: politiskās debates par jaunatnes tēmu, jaunu organizāciju apmācībās, programmas „Jaunatne darbībā” novērtēšanas sanāksmēs u.c.

≈ ...



### 3. Projekta nākotne un ilgtspēja

Padariet projekta rezultātus paliekošākus! Projekta norises laiks ir ierobežots. Viļņiem, ko ar to radāt gan nevajadzētu beigties, kad beidzas projekta norises laiks. Ar nelielu piepūli jūs varat paildzināt tā ietekmi un izmantot savu pieredzi. Jūs varat un jums ir jāizmanto savi produkti arī pēc projekta gala atskaites nodošanas.

Daži ieteikumi, lai padarītu jūsu projekta rezultātus ilgtspējīgākus:

≈ Ja jums ir projekta mājas lapa, bet jūsu budžets atļauj to uzturēt tikai gadu, tad pēc gada tā vairs nestrādās. Jūs, protams, varat saņemt finansējumu tikai ierobežota laika posmam, bet jūsu organizācija, citi sponsori vai bezmaksas interneta vietne var palīdzēt uzturēt projekta rezultātus redzamus ilgāk.

≈ Cerēsim, ka projekta produkti ir izmantoti sabiedrības lielās intereses dēļ. Vai esat padomājuši, kā atjaunot krājumus (kur tam atrast naudu)? Jūs varat jau projekta sākumā padomāt par iespēju elektroniski lejupielādēt projekta publikācijas vai arī ievietot CD saturu mājas lapā. Tādējādi jūsu rezultāti nepazudīs, kad beigsies CD un bukletu krājumi.



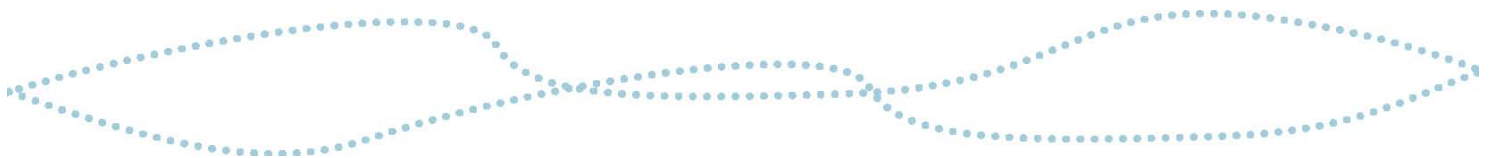
≈ Padariet jūsu materiālus neatkarīgus no laika un apkārtējās situācijas. Lasītājiem vajadzētu spēt izmantot projekta produktus nezinot, kad tas ir noticis, kas piedalījās projektā, kāda bija organizācijas tā laika struktūra. Pārliecinieties, ka jūsu publikācijām ir jēga un nozīme arī pēc vairākiem gadiem un ka to uztver projektā neiesaistīti cilvēki. Nelietojiet neskaidras un mainīgas atsauces, kā arī atsauces, kas tiek izmantotas tikai lietošanā organizācijas iekšējām vajadzībām.

≈ Padomājiet arī, kā atjaunot jūsu projekta rezultātus un produktus. Laika gaitā lietas mainās, bet projektā iegūtā pieredze un rezultāti vēl var būt izmantojami. Kad mainās situācija vai kad atkārtoti drukājat savus materiālus, jums būs nepieciešams izdarīt dažādus papildinājumus. Piemēram, programma „Jaunatne” (2000 – 2006) ir kļuvusi par programmu „Jaunatne darbībā” (2007-2013), tāpēc visām atsauksmēm uz veco programmu jābūt papildinātām ar jauno informāciju.

≈ Plānojiet, kurš regulāri atjaunos mājas lapas informāciju? Statiska mājas lapa ir mirusi mājas lapa! Kurš pievienos jaunas publikācijas? Un kur jūs tam ņemsiet finansējumu?

≈ Ja esat izveidojuši memorandu ar jūsu secinājumiem un ieteikumiem, padomājiet, kā to papildināt, ja pēc jauniem projektiem ir nākušas klāt jaunas atziņas? Kas to darīs? Kā to izdarīt?

≈ ...



#### 4. Turpinājuma aktivitātes dalībniekiem, partneriem un visiem iesaistītajiem



##### Turpiniet procesu, ko esiet uzsākuši!

Viens no redzamajiem jauniešu projekta rezultātiem ir pieredze, kas jauniešiem, jaunatnes darbiniekiem un partnerorganizācijai nepieciešama. Bieži jauniešu projekti sniedz motivāciju dažādiem projektā iesaistītajiem cilvēkiem. Organizējot turpinājuma pasākumus, jūs varētu šo motivāciju palielināt, veicināt lielāku iesaistīšanos un ieguldījumu nākotnē.

##### Šeit ir dažas metodes, kas varētu veicināt iesaistīšanos:

≈ Plānojiet no sākuma, kāda veida turpinājuma pasākumus jūs varat piedāvāt jauniešiem, jaunatnes darbiniekiem vai organizācijām. Izskaidrojiet jau sākumā, ka jauniešu projekts ir pirmais solis ilgākā darba procesā. Dažiem jauniešiem varat piedāvāt iespēju būt vienaudžu jaunatnes darbiniekiem nākamajā projektā, kā arī viņi var būt iesaistīti rezultātu izplatīšanā. Aktīvi iesaistiet jauniešus projekta rezultātu izplatīšanas un izmantošanas aktivitātēs - tas ir arī viņu projekts.

≈ Ja jūsu projekta rezultāti ir attīstījuši jūsu dalībnieku prasmes, jūs varat izsniegt viņiem sertifikātu - Jaunatnes pasi (*YOUTHPASS*), kas norāda uz iegūtajām prasmēm. Šādā veidā prasmes (jūsu projekta rezultāti) var tikt izmantotas darba intervijās, meklējot jaunas izglītības iespējas vai, lai dalībnieki zinātu, kas viņiem joprojām jānācās. Vairāk par Jaunatnes pasi meklējiet mājas lapā [www.youthpass.eu](http://www.youthpass.eu).

≈ Projekta laikā jaunieši ir ieguvuši starpkultūru pieredzi un varbūt kļuvuši nedaudz vairāk vērsti uz starptautiskiem kontaktiem. Jūs varat šo projekta aspektu paildzināt, izveidojot sistēmu, kas padarītu vieglāku kontaktu uzturēšanu ar partnergrupu ārzemēs, piemēram, izveidot e-pasta grupu, sūtīt jaunāda kartiņas, plānot atbildes vizīti, organizēt starptautisku ballīti utt.

≈ Projekta laikā jūs, iespējams, esat atklājuši lietas, ko gribat uzlabot. Jūs varat analizēt savas apmācību vajadzības un izveidot apmācību plānu, lai attīstītu jūsu prasmes un organizētu vēl labākus projektus nākotnē. Jūsu projekta rezultāti var tikt izmantoti, lai veicinātu jaunatnes darbinieku apmācības.

## 5. *Plašāka bilde*

### Rezultātu izmantošana politikas veidošanā

Daļa no rezultātu izmantošanas mērķa ir veicināt jūsu projekta rezultātu un pieredzes iesaisti politikā un sistēmās. Jūs ejat tālāk par jūsu projektu un palielināt rezultātu izmantošanu no praktiskā līmeņa līdz stratēģiskās attīstības līmenim. Tā vietā, lai izceltu vienu specifisku jauniešu projektu, jūs domājat, kā varētu attīstīt sistēmu kopumā, kas uzlabotu jaunatnes darba un projektu kvalitāti.

**Rezultātu izmantošana politikas veidošanā** – ir plānots process, lai pārliecinātu individuus un lēmumu pieņēmējus uzņemt pieredzi un rezultātus no jūsu projekta un izmantot tos vietējā, reģionālā, nacionālā vai Eiropas politikā un sistēmās.

Programmas „Jaunatne darbībā” rezultātu izplatīšanas un izmantošanas stratēģija.

Dažas lietas, ko jūs varētu darīt, lai jūsu projekta pieredze un rezultāti tiktu izmantoti politikā:

≈ Ja jūs izveidojat kvalitātes kritērijus par to, kas ir labs jauniešu projekts un kā tam jābūt organizētam, jūs varētu apskatīt, vai citas jauniešu organizācijas ir nonākušas pie līdzīgiem secinājumiem. Kopā jūs varētu izskatīt, vai šos kvalitatīvos standartus var padarīt par oficiāliem, piemēram, tie tiek pieņemti jauniešu organizāciju valdēs, nacionālajās jaunatnes padomēs, vai jūs ieviešat tos jaunatnes darbinieku apmācību programmā utt.

≈ Bieži finansējums, īpaši tiem ar ierobežotiem finanšu līdzekļiem, ir šķērslis līdzdalībai. Pamatojoties uz datiem un jūsu projekta pieredzi, jūs varētu aicināt, piemēram, vietējo pašvaldību finansēt jauniešus ar ierobežotām iespējām, lai veicinātu viņu iesaistīšanos starptautiskos projektos.

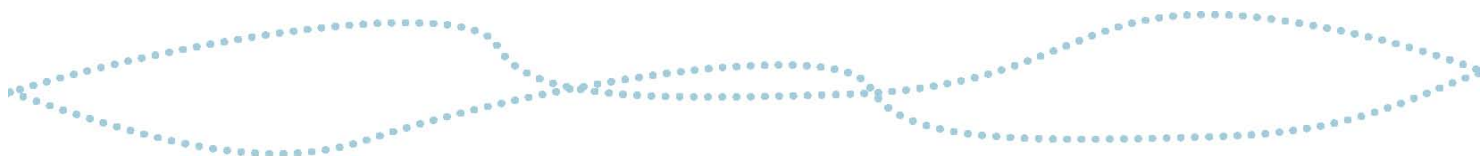
≈ Ja jūsu projekts saskārās ar grūtībām atrast piemērotu vietu jūsu jauniešu apmaiņai, jūs varētu uzzināt no citām jauniešu organizācijām jūsu rajonā, vai viņiem ir tās pašas problēmas. Kopā jūs varat risināt šo problēmu un meklēt pieeju, piemēram, skolām brīvlaikā, pilsētas infrastruktūrai vai jūs varētu izmantot (kopā ar dažām pilsētām) jauniešu hostelus.

≈ Varbūt jaunatnes darbinieki jauniešu projekta laikā pieredzējuši dažādas situācijas, ar kurām viņi nebija gatavi saskarties, piemēram, veselība un drošība, konfliktu vadīšana, krīzes vadīšana, darbs ar dažādām reliģijām utt. Ja rodas vajadzība jaunatnes darbiniekiem saņemt apmācību šajos jautājumos, jūs varētu apvienoties un lūgt Nacionālo aģentūru, SALTO vai citus apmācību organizētājus nodrošināt apmācību šajā sfērā. Varbūt jūs paši varētu organizēt apmācības (piemēram, programmas „Jaunatnes darbībā” atbalsta pasākumi).

≈ Tāpat jūs projekta laikā varētu izstrādāt ieteikumus jaunatnes politikai. Jūs varētu mēģināt iesaistīt citus jauniešu projektu īstenotājus un kopā veidot rekomendācijas, lai palielinātu iespējas, ka jūsu balsis tiks sadzirdētas. Tīkla veidošana un sadarbība ir ļoti svarīga, lai jūsu ziņa tiktu sadzirdēta.

≈ Varbūt jūs varat izveidot rokasgrāmatu, kādam vajadzētu būt jauniešu projektam. Tā var būt saistīta ar jūsu īpašajām vajadzībām un pieredzi. Jūs varētu sadarboties ar citām organizācijām, kam ir vai kas plāno šādu rokasgrāmatu, un izveidot vienu kopēju grāmatu, kuru publicētu lielākā apjomā. Tā varētu būt grāmata par jaunatnes darbu jūsu valstī. (Neaizmirstiet to regulāri papildināt ar jaunumiem).





≈ Jūs varat sniegt ieguldījumu jau eksistējošajās jaunatnes darba metodēs, nekā radīt savus. Pastāv dažādi metožu krājumi un publikācijas par metodēm. Ja katru reizi jauniešu organizācijas rada savu metožu krājumus, notiek atkārtošanās. Jūs varētu pieņemt lēmumu savā organizācijā strādāt ar jau esošu metožu datu bāzi un publikācijām, nevis radīt citu piemēram, SALTO toolbox apmācībām un jaunatnes darbam: [www.SALTO-YOUTH.net/Toolbox/](http://www.SALTO-YOUTH.net/Toolbox/).

≈ Ja projektā esat apskatījuši noteiktas tēmas, jūs varētu izvirzīt secinājumus, piemēram, par jauniešu vardarbības cēloņiem, veidiem, kā motivēt jauniešus utt. Ja jūs domājat, ka šīs idejas ir relatīvi jaunas, tās varētu būt kāda jauniešu pētījuma priekšmets. Jūs varētu nodot savas idejas jaunatnes pētniekiem, sociālā darba vai psiholoģijas studentiem. Šādā veidā informācija par jaunatnes jautājumiem būtu pētīta tālāk.

≈ Jūs varētu arī padomāt, kā iegūt atbalstu jaunatnes jomā no svarīgiem lēmumu pieņēmējiem. Šādā veidā jūsu rezultāti gūtu lielāku politisku svaru un tie iespējams tiktu uzklauti un ņemti vērā.

☛ Kā minēts 26.lapaspusē, jūsu projektam var būt ietekme dažādos līmeņos, sākot no mikro uz makro. Projekti var būt ideāla bāze jūsu organizācijā, lai izvirzītu ieteikumus jaunatnes politikai. Neaizmirstiet informēt jūsu organizācijas valdi par projekta rezultātiem, lai viņiem būtu labāka izpratne par starptautiskiem projektiem un Eiropas līmeņa sadarbību.



## 6. Politikas veidotāju informēšana

### Politikas akcijas

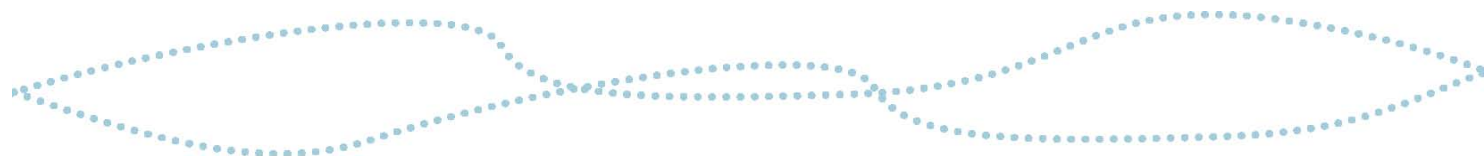
#### Lēnām, bet pārliecinoši mainiet sitēmu(as)

Politiķi un politikas veidotāji ir ļoti jūtīgi attiecībā uz savu tēlu, īpaši pirms vēlēšanām. Ja plānojat iesaistīties kādās politiskās aktivitātēs, piesaistiet arī vietējo presi. Atkarībā no ūsu mērķa varat veikt sekojošas aktivitātes:

≈ Ierosiniet vietējo politiķu darba kārtībā apskatīt kādu jūsu projektā atklāto problēmu, ko tie var atrisināt. Jūs varat prezentēt savu projektu vai rekomendācijas domes sēdēs. Tas padara jūsu projektu redzamu politiķiem un iezīmē jautājumus, kurus tie varētu atrisināt.

≈ Vāciet parakstus par problemātiskiem jautājumiem, ar kuriem strādāsiet jūsu projektā. Nododiet tos vajadzīgajai amatpersonai. Piemēram, līdzfinansējuma pieprasījums no vietējās pašpārvaldes, lai jaunieši ar ierobežotām iespējām varētu piedalīties starptautiskajā projektā.

≈ Iesaistieties akcijās, kas piesaistītu politiķu un mediju uzmanību konkrētai jauniešu problēmai vai prasībai, piemēram, veidojiet jauniešu ķēdi apkārt domes ēkai, lai parādītu sociālās iekļaušanas nepieciešamību.



≈ Organizējiet tiešas tikšanās ar atbildīgajiem politiķiem par jaunatnes darba situāciju un realitāti, ar kuru saskārāties projekta gaitā. Izvērtējiet, kā varat sadarboties vai gūt lielāku atbalstu jūsu aktivitātēm (piem., finansējums, infrastruktūras izmantošana, ...) Jūs varat izmantot grafikus un statistiku, lai sniegtu informāciju.

≈ ...

Veidojiet sarunas ar līdzīgu projektu organizētājiem vai jaunatnes darbiniekiem, apvienojiet resursus un sadarbojieties, lai veicinātu pārmaiņas „augstākā līmenī”, no kā nākotnē visi būtu ieguvēji. Jaunatnes darbinieku tikšanās ir svarīgas. Jūs varat organizēt īpašas tikšanās - varat sasaukt kopā dažādus jaunatnes darbiniekus, lai strādātu ar specifiskiem jautājumiem (piem., iekļaušana, jaunatne un māksla, ...).



## Atsauces un tālāka lasīšana

### Interneta mājas lapas un publikācijas

Meklējiet vairāk informācijas par projektu izplatīšanu un izmantošanu

≈ DG EAC Valorizācijas mājas lapā.

[http://ec.europa.eu/dgs/education\\_culture/valorisation/](http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/valorisation/)

≈ Youthpass (Jaunatnes pase) Eiropas sertifikāts, lai padarīti mācīšanās pieredzi redzamu

[www.youthpass.eu](http://www.youthpass.eu) , [www.SALTO-YOUTH.net/youthpass/](http://www.SALTO-YOUTH.net/youthpass/)

≈ SALTO Ilglaicīga novērtēšanas sistēma

[www.SALTO-YOUTH.net/evaluation/](http://www.SALTO-YOUTH.net/evaluation/)

### Projekta rezultātu izplatīšana un izmantošana citās programmās

≈ Kapitalizācijas ceļvedis, Urbact, Francija, 2004.g. – [www.urbact.eu](http://www.urbact.eu) .

≈ Projekta rezultātu izplatīšanas un izmantošanas veidi Leonardo projekts, Lielbritānijas NA – [www.leonardo.org.uk](http://www.leonardo.org.uk) ,

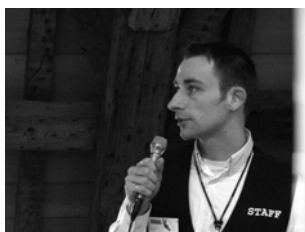
≈ ES ārējo darbību redzamības vadlīnijas, EuropeAid,

<http://ec.europa.eu/europeaid/> vai <http://eu-visibility.ru/guidelines/eng/>

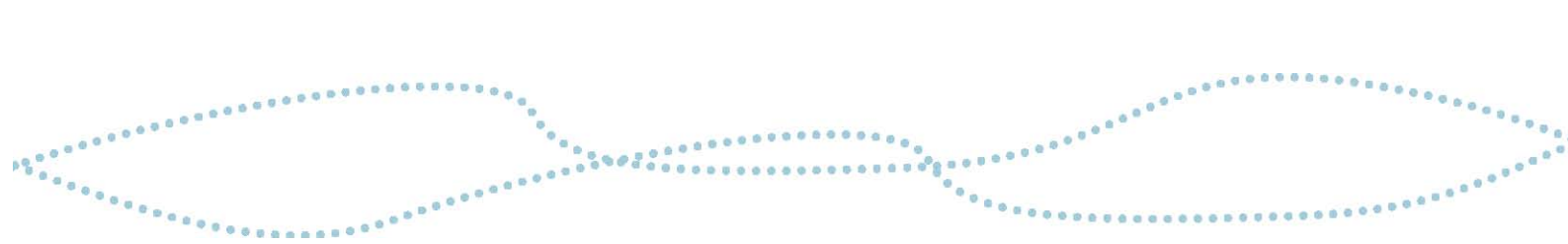
### *Autori un avoti*

*Tonijs Geidens - autors un redaktors*

<http://trainers.salto-youth.net/TonyGeudens/>



Tonijs uzrakstīja šo publikāciju, balstoties uz 15 gadu pieredzi jaunatnes darbā un uz pieredzi, kuru viņš ir ieguvis 6 gadu laikā, esot SALTO Iekļaušanas koordinators, kā arī pateicoties daudziem semināriem un cilvēku atbalstam.



Salto Resursu centrs strādā visā Eiropā ar ierobežotiem līdzekļiem un ierobežotu darbinieku skaitu, mēģinot izdarīt pēc iespējas vairāk. Daudzi Salto izplatīšanas un izmantošanas pasākumi ir veikti, lai panāktu lielāku ietekmi.

Kad Eiropas Komisija izstrādāja projekta rezultātu izplatīšanas un izmantošanas stratēģiju programmas „Jaunatne darbībā”, Salto kļuva par vienu no galvenajiem spēlētājiem, kura uzmanības centrā bija darbs pie šīm svarīgajām aktivitātēm.

SALTO priekšrocība ir arī fakts, ka tas atrodas starp visām ieinteresētajām pusēm. Tam ir labi kontakti ar Nacionālajām Aģentūrām, un tas var iezīmēt dažādu aģentūru aktivitātes. Šis buklets apskata projekta rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumus, kas veicina jauniešu projektu ietekmes palielināšanu.

### *Komentāri* – atgriezeniskā saite

Liels paldies sekojošām personām par viņu vērtīgo ieguldījumu, piemēriem un atgriezenisko saiti.

- ≈ **Elizabetei Degiampietro** – [Eiropas Komisija](#), DG izglītības un kultūras nodaļa
- ≈ **Pegijai Genēvai, Veronikai Remisovai, Džiordžio Guazzugli-Marini** – [Eiropas Komisija](#), Jaunatnes programmu nodaļa
- ≈ **Udo Teikmanim** – [SALTO Apmācību un sadarbības resursu centrs](#)
- ≈ **Sūzijai Grīnai** – [SALTO Kultūras daudzveidības resursu centrs](#)
- ≈ **Eināram Rafnam Gudbrandsonam** – [SALTO Dienvidaustrumu Eiropas resursu centrs](#)
- ≈ **Karolīnai Majadonai** – [SALTO EuroMed resursu centrs](#)
- ≈ **Sandrīnai Suelai** – [SALTO līdzdalības resursu centrs](#)

≈ **Annai Hendriksai, Sofijai Van Dālai, Elzai Mēršārtai, Joalam Versinam, Bertrantam Lebecam un Dāvidam Vemelam** – [Jint](#), Beļģijas Flāmu Nacionālā aģentūra  
≈ **Miriamai Jānes** – [Noored](#), Igaunijas Nacionālā aģentūra  
≈ **Magālijai Raino** – [BIJ](#), Franciski runājošās Beļģijas Nacionālā aģentūra  
≈ **Flāvijai Gionovelli, Gillesam Bakalam** – [INJEP](#), Francijas Nacionālā aģentūra  
≈ **Gonzalo Felipem Serrano Martinezam**, - [COLEGA](#), [Jaen](#), Spānija  
≈ **Fabrisai Lahenmaierai**, [INE](#), Francija  
≈ **Paskālam Čaumette**, [Coripas](#), Francija  
≈ **Saskiai Vandeputte** – [Trenesis](#), Beļģija

Atvainojamies ikvienam, kas devis savu ieguldījumu šī bukleta tapšanā, bet nav pieminēts šajā sarakstā!

### **Sekojošas aktivitātes un publikācijas ir iedvesmojušas šī bukleta tapšanu:**

≈ ViVa seminārs 2005.gada jūlijā Francijā, [INJEP](#), Francijas NA programma „Jaunatne darbībā”,  
[www.yonet.org/spip.php?rubrique76](http://www.yonet.org/spip.php?rubrique76) un [www.ijep.fr](http://www.ijep.fr)  
≈ Apmācību kurss „Padod tālāk!”, 2005., [INJEP](#), Francija NA programma „Jaunatne darbībā”, [www.injep.fr](http://www.injep.fr) un 2006. gada Beļģijas Flāmu NA programma „Jaunatne darbībā”, [www.jint.be](http://www.jint.be)  
≈ Apmācību kurss „Izplati liesmas!”, 2007., Beļģijas Flāmu NA programma „Jaunatne darbībā”, [www.jint.be](http://www.jint.be)  
≈ VOTE darba grupa, [www.jint.be](http://www.jint.be)  
≈ TCP seminārs, 2007., SALTO Apmācības un sadarbība, [www.salto-youth.net/trainingandcooperation/](http://www.salto-youth.net/trainingandcooperation/)  
≈ Youthpass apmācības, Portugāle, 2007., [www.youthpass.eu](http://www.youthpass.eu)  
≈ Nīderlandes NA programma „Jaunatne darbībā”  
[www.youthinaction.nl](http://www.youthinaction.nl)  
≈ Francijas NA programma „Jaunatne darbībā”, [INJEP](#),  
[www.injep.fr](http://www.injep.fr)  
≈ Projekta rezultātu izplatīšanas un izmantošanas vadlīniju piezīmes Leonardo projektiem, Lielbritānijas NA Leonardo,  
[www.leonardo.org.uk](http://www.leonardo.org.uk)  
≈ ES Redzamības vadlīnijas ārējām darbībām, EuropeAid,  
<http://ec.europa.eu/europeaid/> , <http://eu-visibility.ru/guidelines/eng/>

*Piezīmēm:*

## Kā radīt viļņus? – Īss vizuāls pārskats



### Jūsu projekta redzamības un projekta rezultātu izplatīšanas un izmantošanas aktivitāšu plānošana.

Soli pa solim izejiet cauri dotajām ilustrācijām un jautājumiem, un jūs nonāksiet pie noderīga projekta redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas plāna.

1. Kāds ir jūsu mērķis? Ko mēģināt sasniegt ar savu projektu, kādi būs ieguvumi? (piem., iesaistīt vairāk jauniešus ar īpašām vajadzībām starptautiskā projektā)
2. Kādi būs iespējamie projekta rezultāti? Kādus „akmeņus” metīsiet? (publikācijas, politiskas rekomendācijas)
3. Kas ir jūsu mērķis? Ko gribat ietekmēt ar jūsu aktivitātēm? (vietējos politiķus, politikas veidotājus, ...)
4. Kādus projekta rezultātu izplatīšanas un izmantošanas pasākumus veiksiet? (rekomendēsiet politiķiem piešķirt papildus finansējumu, lai iesaistītu jauniešus ar īpašām vajadzībām)  
Kāda informācija un rīcība ir nepieciešama jūsu mērķa grupai, kādā laikā un veidā?
5. Kas jums ir nepieciešams, lai izplatītu minēto informāciju? Kas to dara? (vizuālā dokumentācija – fotogrāfs, rekomendāciju, kas balstītas uz faktiem, sagatavošana – organizācijas prezidents)





### *Redaktora informācija*

Publicēts 2007.gada novembrī, SALTO-YOUTH Iekļaušanas resursu centrā

[www.SALTO-YOUTH.net/Inclusion/](http://www.SALTO-YOUTH.net/Inclusion/)

SALTO-Jint, Gretrystraat 26, 1000 Brussel, Belgium

Tel. +32(0)22090720, Fax +32(0)22090749

[inclusion@salto-youth.net](mailto:inclusion@salto-youth.net)

Šis buklets ir balstīts uz dažādiem projektu redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas semināru materiāliem un publikācijām. Liels paldies ekspertiem par sniegto palīdzību.

Koordinēšana, teksts, redakcija: Tonijs Goidens, [tony@salto-youth.net](mailto:tony@salto-youth.net), [Tony@Geudens.com](mailto:Tony@Geudens.com)

Rediģēšana – Fionnula Valša, Īrija, [fionnulawalsh@hotmail.com](mailto:fionnulawalsh@hotmail.com)

Dizains - miXst, [info@mixst.be](mailto:info@mixst.be)

Attēli COLEGA Jaen, Spānija, [jaen@colegaweb.org](mailto:jaen@colegaweb.org), SALTO Iekļaušana, [inclusion@salto-youth.net](mailto:inclusion@salto-youth.net),

Ilustrācijas: [www.istock.com](http://www.istock.com) un miXt, [info@mixt.be](mailto:info@mixt.be)

Drukāšana: VCP Graphics, [vcpgraphics@pandora.be](mailto:vcpgraphics@pandora.be)

Atļauta izmantošana, pavairošana nekomerciālos nolūkos ar atsauci uz [www.SALTO-YOUTH.net/MakingWaves/](http://www.SALTO-YOUTH.net/MakingWaves/) un informējot [inclusion@salto-youth.net](mailto:inclusion@salto-youth.net).

Vai jūs esat viens no tūkstošiem jaunatnes projektu organizētājiem Eiropā? Mēģiniet panākt pārmaiņas ar jaunatnes darbu? Varbūt vēlaties, lai projektam būtu lielāka ietekme? Tam ir vajadzīgs nedaudz vairāk piepūles un stratēģiskas domāšanas!

Jūsu projekts ir kā akmens, kas iesviests ūdenī - tas rada viļņus. Šis buklets jums palīdzēs radīt iespējami lielākus viļņus.

- ≈ Esiet lepni par savu darbu! „Radīt viļņus” dod jums praktiskus padomus, lai palielinātu projekta redzamību. Jo vairāk cilvēki zina par jūsu darbu, jo labāk.
- ≈ Neapšaubāmi, jūsu projektam ir kādi lieliski rezultāti: jaunas metodes, CD disks, teātra uzvedums, ieteikumi lēmumu pieņēmējiem...
- ≈ Nesēdieties uz projekta rezultātiem – dalieties ar citiem! Bukletā „Radīt viļņus” Jūs atradīsiet padomus par projekta rezultātu izplatīšanu.
- ≈ Būtu pavisam labi, ja jūsu projekta rezultāti tiktu izmantoti. Buklets „Radīt viļņus” sniegs jums padomus arī projekta rezultātu izmantošanā.

Projekta redzamība, rezultātu izplatīšana un izmantošana ir svarīgs jautājums programmā „Jaunatne darbībā”.

SALTO aktīvi veic savu atbalsta lomu programmā „Jaunatne darbībā” un ir izveidojis šo bukletu jaunatnes darbiniekiem, kuri saskaras ar projekta redzamības, rezultātu izplatīšanas un izmantošanas prasībām savos projektos.

- ❖ Patiesībā - „radīt viļņus” ar jūsu projektu ir pats par sevi saprotams. Kad īstenojiet jauniešu projektu, veiciet to, cik vien labi iespējams! Lai tam ir vislielākā ietekme!

„Radīt viļņus” cer, ka ir iedevis jums iedvesmu panākt ar jūsu projektu visu iespējamo un veidot kārtīgus viļņus!

Šo bukletu ir veidojis SALTO centrs iekļaušanai. Lejupielādējiet to par brīvu internetā!  
[www.SALTO-YOUTH.net/MakingWaves/](http://www.SALTO-YOUTH.net/MakingWaves/)