

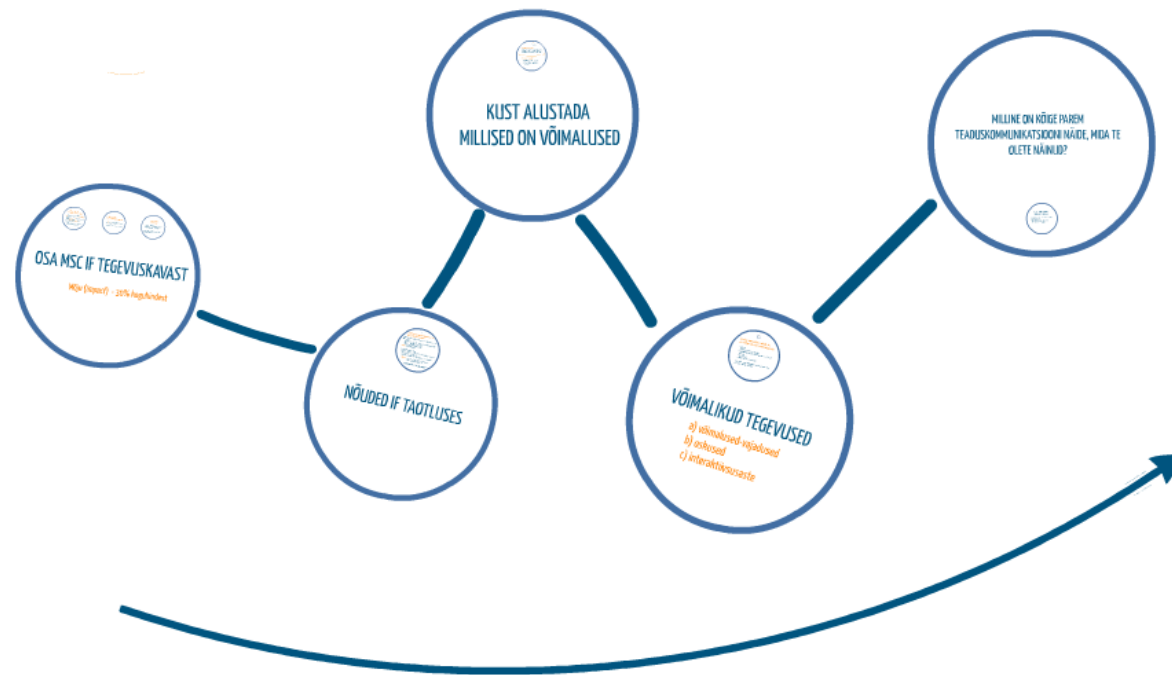
MSC stipendiumid - koolituskava, tulemuslikkus ja mõju: Dissemination, Communication, Public Engagement



Terje Tuisk
Eesti Teadusagentuur
terje.tuisk@etag.ee

 Eesti Teadusagentuur
Estonian Research Council

MSC stipendiumid - koolituskava, tulemuslikkus ja mõju: Dissemination, Communication, Public Engagement



Terje Tuisk
Eesti Teadusagentuur
terje.tuisk@etag.ee

Mida ma uurin, mis on selle juures kõige põnevam ja mis on teistel minu uurimistööst kasu

Mis mulle paarilise jutust meelde jäi ja millest ma eriti aru ei saanud

S 3 Teadmiste levitamine
(Communication & Dissemination)

- planeeringu koostamine, viiakirjelduse ja tegevuskava koostamine
- teadmiste levitamise strateegia ja meetmete koostamine
- teadmiste levitamise meetmete koostamine
- teadmiste levitamise meetmete koostamine

SMART - määratletud, mõõdetav, saavutatav, ajastatud, motiveeriv

S 4 Avalikkuse kaasamine
(Communication & Public Engagement)

- teadmiste levitamise koostamine
- teadmiste levitamise koostamine

SMART - määratletud, mõõdetav, saavutatav, ajastatud, motiveeriv

S 5 Sotsiaalsed aspektid
(Social issues)

- (1) sotsiaalsed aspektid
- (2) sotsiaalsed aspektid

SMART - määratletud, mõõdetav, saavutatav, ajastatud, motiveeriv

OSA MSC IF TEGEVUSKAVAST

Mõju (*Impact*) - 30% koguhindest

5.3 Tulemuste levitamine (*Communication & Dissemination*)

- planeeritava koolituse, rahvusvahelise ja sektoritevahelise **mobiilsuse mõju** teie kui teadlase arengule ja ühtlasi **teie uurimissuuna arengule** ja konkurentsivõimele
- loodetavate **tulemuste mõju ühiskonnale** laiemalt (näit. uued töökohad, uute tehnoloogiate kasutusevõtt jms)
- loodetavate **tulemuste efektiivsem kasutamine** - tööstus, teadusringkonnad, poliitikakujundajad

SIHTGRUPP - teised teadlased, tulemuste rakendajad (avalik sektor, tööstus, poliitikakujundajad, õpetajad jms)

5.4 Avalikkuse kaasamine (Communication & *Public Engagement*)

- **Oma uurimistöö** eesmärkide, sisu, tulemuste ja tulemuste mõju tutvustamine ühiskonnale ja inimestele

SIHTGRUPP - avalikkus, tavalised inimesed, MITTE-teadlased

5.5 Soolised aspektid (*Gender issues*)

- 1) uurimistöös ja teie mobiilsuses osalejad (võrdsed võimalused)
- 2) uurimisobjektid ja lõppkasutajad (potentsiaalsete sooliste erinevuste arvestamine juba planeerimisfaasis)

**Oleks hea kui lisate need 3 valdkonda ka oma koolituskavasse
(punkt 1.2 peatükis Excellence)**

2.2 Kommunikatsiooni ja tulemuste levitamise
põhi- ja efektiivsuse kirjeldus:

- 1) Kommunikatsiooni ja avalikuse kaasamise plaan, mille ajaline planeerimine
oleb: teemas:
- kui avalikkusel võiks olla teemaga probleem, siis peaks olema kaasatud
planeerimise faasis (juba ette ka teha)
 - kindlasti vajalik peale tulemuste saamist
- SIHTGRUPP** - tavalised inimesed

- 2) Teaduslike tulemuste levitamine
3) Teaduslike tulemuste kasutamine, infolehtuasiandvi haldise ja kasutamine
- artiklid, konverentsi teatajad jms
 - ajaliselt planeerida ajaks, kui on miildest rõõmida ja on vajadus rõõmida
- SIHTGRUPP** - teised teadlased, poliitikohtundajad, tööstus, aga
ka avalik sektor, haldusasutused jms.

KES ON TEE TULEMUSTE KASUTAMISEL SIHTGRUPP?

NÕUDED IF TAOTLUSES



2.2 Kommunikatsiooni ja tulemuste levitamise plaan ja efektiivsuse kirjeldus:

1) Kommunikatsiooni ja avalikkuse kaasamise plaan, mille ajaline planeerimine oleneb teemast:

- kui avalikkusel võiks olla teemaga probleem, siis peaks olema kaasatud planeerimise faasis (võib olla ka kasulik)
- kindlasti vajalik peale tulemuste saamist

SIHTGRUPP - tavalised inimesed

2) Teaduslike tulemuste levitamine

3) Teaduslike tulemuste kasutamine, intellektuaalomandi kaitse ja kasutamine

- artiklid, konverentsettekanded jms
- ajaliselt planeerida ajaks, kui on millest rääkida ja on vajadus rääkida

SIHTGRUPP - teised teadlased, poliitikakujundajad, tööstus, aga ka avalik sektor, haridusasutused jms.

KES ON TEIE TULEMUSTE KASUTAMISEL SIHTGRUPP?

Plaani tegemisel lisaks ajakavale kindlasti läbi mõelda:

- sihtgrupp
- sihtgrupi valiku põhjendus
- sõnum
- millise panuse olete ise valmis andma (juhul kui te ühinete mõne olemasoleva tegevusega)

Nende tegevuste ajakava peab kajastuma **Gantti diagrammis**



KUST ALUSTADA MILLISED ON VÕIMALUSED

Vastuvõetav organisatsioon:

- juhtimise ja
- teaduse populariseerimisega tegelev ühisus (Public Outreach, Science Communication, Scientific Culture jms)
- avalike suhete osakond
- partnerirollid ja organisatsioonid (vähemalt Soomes Lohu keskus)



Teha üksi või liituda tegijatega?

- mõistlik oleks planeerida pigem vähem, aga suurema mõjuga tegevusi
- tegevuse mõju on suurem kui liituda käimaolevate tegevustega
- uusi tegevusi on lihtsam algatada koos teiste organisatsioonidega

Kui liituda, siis kust alustada?

- uurida välja, mis organisatsioonis juba toimub
- mõelda, mis tüüpi tegevus mulle võiks sobida
- teha sisuline (sihtgrupid, sõnumid jms) plaan
- teha ajaline plaan

Vastuvõttev organisatsioon:

- juhendaja
- teaduse populariseerimisega tegelev üksus (*Public Outreach, Science Communication, Scientific Culture* jms)
- avalike suhete osakond
- partnerkoolid jt organisatsioonid (näiteks Soomes LuMa keskus)



Kontaktid üle-Euroopaliste organisatsioonidega

- Euroopa teaduskeskuste ja muuseumide võrgustik (Ecsite)
- Teadlaste Öö (*Researchers Night*) - algatus, mis toimub septembris üheaegselt ligi 30 riigis ja 300 linnas üle Euroopa.
NB! Neil on kohustus MSC stipendiaate kaasata!
- Euroopa Lasteülikoolide võrgustik (EUCU.net)
- Euroopa noorte teadlaste konkursside korraldajad (EUCYS, *National Organisers*)
- Euroopa teadusajakirjanike ühendus (EUSJA)
- Maailma teadusajakirjanike ühendus (WFSJ)

Kirjutised mitteerialastes avalikkusele
suunatud ja neile kättesaavares väljaannetes

- isiklik blogi
- vastuvõtuorganisatsioon väljaanded
- reaalpeepaari teaduskraad või veel laiemad tehisandis kaasand
väljaanded
- videod You Tube's
- sotsiaalmeedia (MSC olemas 10 lehti)

Nii kirjutasid ka: meelilaud videod võivad osatude hiljem kasutuks ka
järgmise grantide ja/või lüü saamiseks

VÕIMALIKUD TEGEVUSED

- a) võimalused-vajadused
- b) oskused
- c) interaktiivsuste



Kirjutised mitteerialastes avalikkusele suunatud ja neile kättesaavates väljaannetes

- isiklik blogi
- vastuvõtva organisatsiooni väljaanded
- muud populaarteaduslikud või veel laiemat ühiskonda kaasavad väljaanded
- videod YouTube's
- sotsiaalmeedia (MSC olemas FB leht)

nii kirjutised kui avalikud videod võivad osutada hiljem kasulikuks ka järgmiste grantide ja/või töö saamisel

Aktuaarsed tegevused

- lasteühiskond (Tallinn, Pärn)
- laste tegevused: laste õpetus ja tegevused
- laste tegevused: laste õpetus ja tegevused
- laste tegevused: laste õpetus ja tegevused
- laste tegevused: laste õpetus ja tegevused
- laste tegevused: laste õpetus ja tegevused
- laste tegevused: laste õpetus ja tegevused
- laste tegevused: laste õpetus ja tegevused

Pressiteated tulemuste ja tegevuse kohta võib kaasa tuua pressi ja avalikkuse huvi

Avalikud loengud, diskussioonid

- lasteülikoolid
- teaduskohvikud
- ülikoolide avalikud loengusarjad (Väärikate Ülikool TUs, *Studia Generalia* TLÜs jms)

Aktiivselt kaasavad tegevused

- teadusfestivalid (Teadlaste öö, IT-öö ...)
- koolide teaduspäevad - koolide algatatud (kui lähete koos lapsega, siis näiteks lapse kool ja lasteaed)
- teadlaste invasioon koolidesse (näiteks teadusbuss, doktorantide „Elus teadus“, rändav bioklass jms)
- teaduslaagrid, teadusringid (TÜ teaduskool ...)
- avalikud teemapäevad, konverentsid (robotika, Taimede Lummuse päev, Õpilaste teaduslikud ühingud)
- uurimistööde juhendamine, olümpiaadidele kaasaaitamine jms.
- töövarjupäev/nädal
- koolitused õpetajatele või mõnele teisele teile sobivale sihtgrupile

MILLINE ON KÕIGE PAREM TEADUSKOMMUNIKATSIOONI NÄIDE, MIDA TE OLETE NÄINUD?

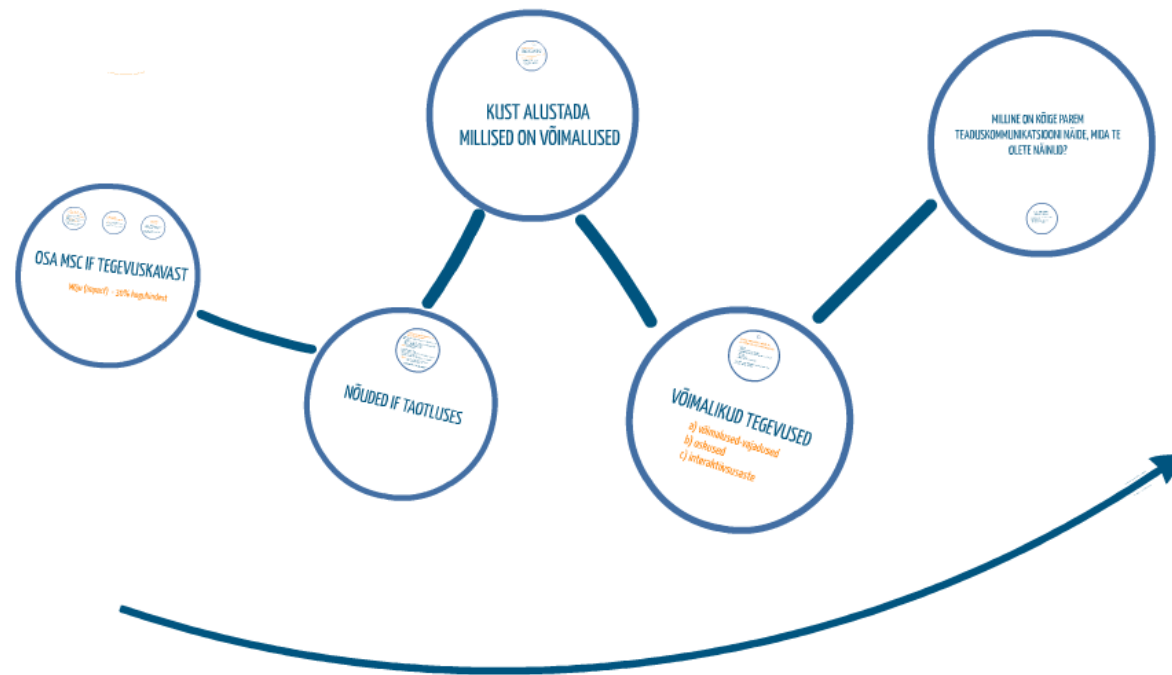
MILLIST TÕHUTEGEVISET SOBKST TUE WALKONNAST?

- Kujutab - midagi tekitab rõõmu ja kogu teie
"elutunne"!
- Mõju suurendab 2 korda personalist teie!
- 1. Kõrgeimad teie teie teie teie!

MILLIST TÜÜPI TEGEVUSED SOBIKS TEIE VALDKONNAS?

- Ajurünnak - mida üldse oleks võimalik ja/või vajalik teie valdkonnas teha?
- Valige grupi peale 3 kõige geniaalsemat ideed
- Tutvustage valikut teistele gruppidele

MSC stipendiumid - koolituskava, tulemuslikkus ja mõju: Dissemination, Communication, Public Engagement



Terje Tuisk
Eesti Teadusagentuur
terje.tuisk@etag.ee