

Tevékenység: online tréning (1.nap)

Téma: az észti szociális hackathon módszerének megismerése // a hackathon szervezési előzményei

Helyszín: online (Teams)

Időpont: 2020.05.13.

1. A MEGBESZÉLÉS CÉLJA:

A márciusban félbeszakadt észti tanulmányút második felét jelentő gyakorlat, az adaptálandó módszer megismerését és szakmai megvitatását célozza az a 2 napos online műhely, aminek az első alkalmán vagyunk most túl. Az észti partner képviselőjében Kadri Kangro és Bugarszki Zsolt készítette elő szakmailag a műhelyt, amelynek a tematikáját alapvetően a korábban már megosztott kérdéseink adják - kiegészítve néhány olyan további elemmel, amit mindenképpen fontosnak tartottak megemlíteni.

Az online műhely témái a következők voltak:

1. Küldetés. Miért éppen a szociális hackathon?
2. A szociális hackathon körüli ökoszisztéma
3. A szervezőcsapat
4. Partnerek
5. Közösségek elkötelezése, bevonása, kommunikáció
6. Pre-események
7. Felkészülés az eseményre (alapvető lépések, amiket mindenképpen meg kell csinálni)

2. KERETEK:

- 2 x 1,5 óra, közte 30 perc szünettel
- munkanyelv: magyar (annak is, akinek az angol sem gond)
- észti partnerünk érdemi és valós idejű részvételét egy profi szinkrontolmács segíti
- résztvevők: 21 fő

3. SZAKMAI TARTALOM

Fontos lenne egy útmutatót kialakítani - az útmutató lehetséges felépítésének elemei mentén zajlott a beszélgetés.

Misszió

- miért is csináljuk ezt?
- mi a missziónk?

A hackathon kifejezés nagyon rosszul hangzik magyarul – mások ahogy fordították Mo-on: „ötletverseny”. Emészthetetlen „hackathon”-ként beszélni róla, ezért nagyon fontos ennek a nevét jól megfogalmazni, a helyi nyelvhöz illően.

Az alapvető küldetése: a szociális innovációnak a kultúráját behozni a vidéki közösségfejlesztés terébe.

A hackathon egy „co-creation” = közös alkotás, nagyon különböző szereplők közösen csinálnak „valamit”. Hangsúlyos: „nagyon különböző” résztvevők. Fontos, hogy ezek a szereplők, tekintet nélkül a hátterükre, együtt tudjanak létrehozni valamit: ez a közös alkotás létrejön, ez a missziója a hackathonnak. A hackathonok önmagukban IT rendezvények voltak korábban, Kadriék az élén járnak annak, hogyan lehet ezt társadalomfejlesztésre használni.

A koronavírus idején „minden szociális lett”. Élő, fontos problémákra reagálnak a mostani hackathonok, erre tudunk építeni.

Kadriék motivációja: olyan társadalom irányába szerettek volna ellépni, ahol az emberek nagyobb mértékben vesznek részt a helyi társadalom életében. Ez vidéken gyakran nem evidens, ennek a lehetősége, így jelentős különbség van a vidéki területek és városi területek között, ezt a lemaradást be kell hozni, ehhez járul hozzá a hackathon. Ezért fontos, hogy megfelelő eszközöket alkalmazzunk. Egy hosszútávú változás lebegett a szemük előtt, amely a hátrányos helyzetű térségeket hozza „helyzetbe”.

Előzmények

- a nyelv, amit a szervezők használtak nagyon fontos volt → a szervezők a helyi nyelvet kezdték alkalmazni
- vannak saját arculati elemek, amik helyi sajátosságokra épülnek (pl. logó, képek, videók, stb) → ezek nagyon fontos szerepet játszanak (a hitelességet erősíti)
- a hackathonok szervezői kivétel nélkül helyi emberekből kerültek ki (a kamerástól kezdve a helyi büféig, mindenki helyi volt) – nem lehet a városból „lehívni” szakembereket, a helyiek legyen a fő szervezők, akik helyben is élnek
- Észtországban nagyon alacsonyak a szociális ellátások, a segélyek, megtanulták az észtek, hogy vagy kezdenek valamit magukkal, vagy nem lesz semmi → ez egy nagyon fontos alapkezdés
- el kell jutni a „gödör aljára”, ahhoz, hogy cselekedjenek → az lesz „amit a mi kezünk megteremt”
- a kiindulópont: autonóm cselekvést elérni a helyiek részéről
- a magyar és romániai vonatkozásban ezt ki kell tudni alakítani
- a déli részen lakóknak Észtországban van egy „büszkeség”-ük: ha van helyi identitás, helyi kiállítás, arra nagyon szépen lehet építeni a hackathon kapcsán is – erre érdemes építeni (használni ezeket a szavakat, a helyi motívumokat)
- a helyi identitásra érdemes ráépíteni a folyamatot
- sokszor vannak olyan hackathonok, amelyek megrendelésre jönnek létre (el lehet képzelni, hogy egy önkormányzat, járás, vagy megye, esetleg egy gazdálkodó hirdeti meg ilyesmit) → ez forráshiányos helyzetben is előfordul (pl. helyi gazdálkodók megfogalmazznak egy közös célt)

- fontos lenne erős partnereket találni, akik csatlakoznak az ő témáikkal, kihívásukkal, és minket bíznak meg pl. hogy szervezzük meg

Mi a földrajzi kerete egy ilyen rendezvénynek? Mekkora léptékben érdemes? Mennyire hívhatjuk helyiek?

A célterület mérete

Ennek lehatárolásában fontos szempont a hovatartozás kérdése: hogy az emberekben működjön, hogy ők „helyiek”. Van egy helyi identitásuk, ez az érzelmi elem nagyon fontos. Észtországban a siker egy kulcsa volt, hogy megvolt a közösségi összetartozás, a helyhez való kötődés.

Észt célterület: 34 ezer fős megyében valósították meg, amelynek a legnagyobb települése 11 ezer fős, de többségében kistelepülések jellemzik. Észtországban nagyon kevés infrastruktúra van a falvakban (pl. pár ház), a házaknak „neveik” vannak. Az észt települések sokkal kisebbek, nincsenek utcák. De vannak jól felszerelt falvak is. Nagy távolságok vannak, nehéz a közlekedés, rengeteg a lápos rész. Ezt figyelembe véve egy 34 ezres közönséget céloztak meg. Nem csak azokat szólították meg, akik már aktívak, a teljes közösséget szólítják meg.

Egy-egy esemény kb. 100 fős. A 2. és 3. rendezvény hetekkel a határidő előtt betelt. Ez a 100 fős ideális, ha kevesebben vannak, akkor csökken a diverzitása.

Fontos tehát megfogalmazni: Hol érdemes, mekkora körökben érdemes ezt szervezni? Ha többen jönnek, akkor érdemes többet szervezni, de nagyon fárasztó ennek szervezése.

A legnagyobb erénye ennek a rendezvénynek, hogy olyanokkal dolgozol együtt, akikkel korábban nem volt lehetőség. Nem az a lényeg, hogy hány százaléka jön el, hanem az, hogy az egyes résztvevők hány százaléka jelenik meg.

Potenciális résztvevők: hivatalnokok, szakemberek, szolgáltatások végfelhasználói (azok, akiknek szólnak a szolgáltatások), helyi lakosok, szolgáltatások működtetői, gazdálkodók, stb.

Hogyan szólítják meg a helyieket?

- online felületen (az elszármazottak ezen keresztül jöttek), de az online hirdetés a helyieket kevésbé szólította meg
- a helyi lakosságot a helyi sajtón, médián keresztül, illetve személyes ismeretségen keresztül érték főleg el
- nagyon sok helyre elmentek (pl. egyházi közösségeken, helyi szervezetekhez, önkormányzatokhoz stb)
- egy idő után már napi kapcsolatban voltak a leendő résztvevőkkel, már előtte is tartották a kapcsolatot

Először az ellenállással szembesültek. Fontos pillanat volt, hogy tisztázni kellett, hogy ez nem egy szakrendezvény, ennek akkor van értelme, ha mindenki eljön és részt vesz.

Fontos számba venni, hogy a helyiek hogyan jutnak információhoz. (pl. helyi újság, közösségi hangadók stb.)

A hackathon nem egy rendezvényből állt. – ez egy ökoszisztéma. (több rendezvényből áll)

Személyes és általános megszólítás egyaránt nagyon jelentős és fontos.

A hackathon az egyik eszköz a „módszertárban”, fontos, hogy más eszközökkel is meg kell támogatni a közösségeket. A hackathon sem alkalmas arra, hogy a közösség minden tagját megszólítsuk. Megfelelő embereket hívjunk be, szólítsuk meg, akik már eleve aktívak.

Hogyan dokumentálták, hogy ki vesz részt? Hogyan biztosították, hogy hányan jönnek el?

A jelentkezők dokumentálása

Kommunikáció

A szervező csapat, a társadalmi innováció eszközrendszerével dolgozott. Az elején nem volt evidens, hogy milyen célcsoportot szólítsanak meg. Azt kellett megfogalmazni, hogy mit hallanak meg az emberek, amiről kommunikálunk.

Fontos volt megtalálni a mentorokat, akik különböző területeken rendelkeznek szakértelemmel.

A meghívás kapcsán a célcsoport nyelvére kell lefordítani. pl. az önkormányzatokat – helyi fejlesztési terv mentén szólították fel.

Fő üzenete: nagyon pontosan meg kell tervezni a kommunikációs témát, célcsoporttól függően pl. Tegyük Vorumát nagyjá! – ez volt Kadriék fő üzenete. Voruma nagyon hátrányos helyzetű régió, és így egyfajta önbizalombombát mondtak, ez egy nagyon erős kommunikációs vonal volt.

PÉLDA: <https://www.youtube.com/watch?v=ObbvWav-kBA>

Teamtagok

Olyan embereket toboroztak, akik nagyon sokfélék voltak. A tagok kiválasztását nagyon tudatosan kell felépíteni, helyi emberekből.

Politikai dimenzió

- Észtországban lapos a hierarchia.
- úgy emlegették a rendezvényt: tudod, amit a „Kadri” csinál – részt venni a „Kadri” rendezvényén, olyan, mint tolni a „Kadri” szekerét. Ennek a hatását tudatosan kell kezelni.
- vannak olyan önkormányzatok, akiket nem tudott megszólítani.

- érdemes a politikai dimenziót a helyi szokások szerint kezelni. pl. minisztériumok, cégek zsűritagok lehetnek, vagy lehet azt kérni, h megnyitó beszédet tartanak
- érdemes az „ellenfeleket” szerephez juttatni a helyi versengés – féltékenykedés leküzdés érdekében, tehát a hatalmi, politikai játszma méregfogát ki kell húzni
- fontos, hogy proaktív, konstruktív szerepet találjunk – és ne egy ellenzéki szerepet vállaljunk fel
- proaktív, a helyi közösség érdekében cselekvő dimenziót kellene megragadni
- jobbról-balról mindenki belefért
- fejlesztési központnak hívják Kadriék szervezetét, ez segítség
- stratégiai érzék kell ahhoz, hogy mikor hívják be pl. a politikai szférát

Partnerség

Egyedül nem érdemes ennek a rendezvényt megszervezni.

Észtországban 3 partner dolgozik össze a szervezés kapcsán. Partnerség-keresésnél oda kell figyelni, hogy mind a három partner vegyen részt.

Partnerség tehát kulcskérdés ... akár partnerként is be lehet vonni olyan szervezetek, akik helyben fontosak. Nem magától értetődő, hogyan lehet ennyiféle partnerrel együttműködni, ezt meg kell tervezni.

Személyes motiváció

Az esemény körüli ökoszisztéma kialakítása a lényeg. Tudni kell, hogy mi a motiváció, amely ezt az ökoszisztémát kialakítja.

Észtországi példa esetében fontos volt, hogy olyan eszközt adjunk, ami lehetőséget ad arra, hogy az emberek maguk alakítsák a jövőjüket. Most raktuk le az alapköveit a későbbi együttműködéseknek (amivel a különböző szereplők tovább dolgozhatnak, és ők léphetnek egy magasabb szintre). Tehát egy együttműködési kultúrát alakítunk ki, a hackathon ennek az építkező folyamatnak az első szakasza, egy hosszútávú építő munkába kapcsolódnak bele, és fontos, hogy ezt el tudjuk magyarázni (hogy ez egy hosszútávú építkezés).

Részvevők motivációs szintje – mi tartja ezt össze? Miért vesznek részt az emberek?

Cselekvés nyitottsága és szabadsága egy felszabadító élmény – a hackathon megadja ezt a szabad teret arra, hogy mindenki az legyen, ami akar lenni.

Feladatra „gyűlnek össze” emberek – sokan azért mennek el, mert azt a feladatot szeretnék megoldani. Egy adrenalinbombát kap az ember ezen az eseményen – hiszen megoldanak egy adott problémát.

A második hackathon alkalmával az embereknek már vannak élményei, amire lehet építeni. Erre a lendületre fontos ráépülni.

A motivációban nagyon fontos volt, hogy díjakat gyűjtöttek össze. Kisebb felajánlásokat (pl. 3-600ezer Ft, vagy kisadományok), amelyeknek fontos jelentősége volt a motivációban. Nagyon sok díj van, nem csak pénzről szól ez, hanem sokféle adomány lehetséges. Lehet pl. szimbolikus díjakat adni. Pl. a minisztérium azt ajánlotta fel, hogy 5 szervezetet meghívott, hogy üljenek le és tárgyaljanak a folytatásról. Nagyon sokféle lehet ezeket az apró, motiváció díjakat beletenni, ezt fontos nagyon tudatosan felépíteni. Ezeknek a díjaknak az átalakítását meg kell tervezni.

Az is motiváló tényező volt, hogy híres emberek jelennek meg a mentorok között. Olyan emberek, akiknek a véleményére helyiek adnak a véleményére.

A szervező csapat együttműködése

4-en szervezték / dolgoztak benne közvetlenül (egy főállásban, a többiek részmunkaidőben). Szükség van arra, hogy a központi csapat erre a munkára tudjon fókuszálni, aki kifejezetten erre a munkára fókuszál hosszú időn keresztül. Arra is megfelelő időt kell adni, hogy ez a szervező csapat is erre koncentráljon, együtt tudjanak működni, csapattá váljanak. Erre hónapokat kell fordítani.

01 - Kommunikáció, közösségi média, weboldal létrehozása, a sajtó felé való kommunikáció, ugyanez a személy volt a technikai, műszaki feladatok ellátására is Pl. mikrofonok, technikai háttér megszervezése és felállítása

02 - Szervezői szerep – aki megszervezte a cateringet, a terembérlést, a kapcsolatokat a helyi vállalkozókkal, hogy ajándékdobozok legyen, tehát bármi, ami a fizikai tér, fizikai tárgyak beszerzéséhez volt (pl. takarítás is), az egyes helyszínek kialakítása

03 - Módszertani szerep – hogyan lehet a mentoráláshoz útmutatókat, szabálygyűjteményeket, forgatókönyveket létrehozni, amit a csapatok használnak – milyen szerepek mentén fognak együttműködni az egyes szereplők a munkájuk során

04 - Összehangoló szerep – aki ezt a három terepet összefogja, és menedzseli (pl. szerződések, egyéb hivatalos dokumentumok ellenőrzése)

+1 – Nagyszámú önkéntesek bevonása, ehhez önkéntesek toborzása és a feladataik közös megtervezése

Nagyon sok részletre kellett odafigyelni, ezeket fontos összehangolni. Mindenkinek a felelősségi körébe tartozott a résztvevők meghívása, ez egy közös felelősség volt.

Pre-események

9 hónapos előzménye van a rendezvénynek, ez egy ideális előkészítési időszak. Kb. egy év, mire az esemény kialakítható. Erre az előkészítésre nagyon oda kell figyelni, hogy ez megfelelően legyen tervezve.

A 2 pre-esemény nagyon fontos, mert ez megalapozhatja az eseményt. Egyfajta felkészítő beszélgetés, amely segíti kialakítani a folyamatot. Erre lehet építeni az eseményen. A Pre-eseményt egy mini kipróbálása a folyamatnak, a nagy eseménynek, egyfajta előpróbája, tesztlehetőség. A pre-események segítenek a hibákat is kiküszöbölni, mert egy visszacsatolás lesz.

A pre-eseményt nem kell túlszervezni. Lehet egy merítés is, hogy kik „rezonálnak rá”, de itt egy beszélgetésről van szó lényegében. Nem frontális volt, hanem pl. 4-es csoportokban szerveződtek, egyes területek mentén beszélgettek. Voltak projektorok, szendvicsek, és sikerült „megütni egy hangot”.

Hivatalos pre-eseményként Kadri szerint nem állták meg a helyüket, nem volt velük elégedett. Több résztvevővel számolt, de azzal szembesültek, hogy sokkal kevesebben jöttek el. Tehát akkor nem érezték sikeresnek, de akik eljöttek, elköteleződtek, és részt vettek utána a hackathon szervezésében is.

Lehetőséget teremtenek, hogy elmagyarázzák, hogy megértsék, hogy milyen „fába vágják a fejszét”, a résztvevők visszajelezhetnek, hogy mennyire értették ezt meg. Tisztázták, hogy kinek milyen szerepköre lesz, ki mit vállal a későbbiekben. akik eljöttek a pre-eseményekre, már valahogy részeivé váltak a folyamatnak, ezért lelkesítő embereket érdemes bevonni a pre-események résztvevői körébe.

Azon is kezdtünk gondolkodni, hogy a hackathon miért éri meg a résztvevőknek, hogy eljöjjenek ezekre az előzetes eseményekre. pl. helyi közösségi problémákat hogyan lehetne megoldani, hogyan lehetne máshogy csinálni.

Főesemény

Néhány videó arról, hogy milyen a hangulat egy-egy ilyen eseményen:

- <https://www.facebook.com/watch/?v=540803656359137>
- <https://www.facebook.com/watch/?v=268861073615761>
- <https://www.facebook.com/watch/?v=2283042738648540>
- <https://www.facebook.com/watch/?v=714841695584507>
- <https://www.facebook.com/watch/?v=2237754596544353>
- <https://www.facebook.com/watch/?v=681538928930282>