

Vezérfonal szociális hackathon rendezvények szervezéséhez

Szerzők: Zsolt Bugarszki
Katri-Liis Lepik
Kadri Kangro
Marju Medar
Kristina Amor
Marko Medar
Koidu Saia

COSIE

Co-creation of Service Innovation in Europe



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 770492.

A dokumentum tartalma kizárólag a szerzők véleményét és nézőpontját tükrözi, a Végrehajtó hatóság nem tehető felelőssé a dokumentum tartalmáért és a benne szereplő információkért.

S Vezérfonal Szociális Hackathon Rendezvények Szervezéséhez

A Tallinni Egyetem School of Governance, Law and Society iskolájába a kutatásfejlesztési projektek végrehajtása során az a cél vezérel bennünket, hogy minél jobban megértsük a változó társadalmi folyamatokat és hozzájáruljunk egy XXI. századi jóléti társadalom, az azt alkotó közösségek és egyének jólétének fejlődéséhez egy olyan korban, amikor intézményeink, kormányzati megoldásaink és az őket körbevevő jogszabályok folyamatosan változnak.

A politológia, a nemzetközi kapcsolatok és általában véve a társadalomtudományi akadémiai tudást olyan területeken ötvözzük mint a jog, szociológia, demográfia, szociálpolitika a különböző kutatásfejlesztési projektjeinkben, képzéseinkben, nemzetközi publikációinkban és tudományos rendezvényeinken. A nyitott kormányzati megoldásokat támogatjuk helyi és országos szinten, tudományosan megalapozott és innovatív megoldásokat kínálva a közszolgáltatások, politikusok, jogászok, magánvállalkozások és nem-kormányzati intézmények részére.

A Szociális Hackathon rendezvények szervezéséhez készített vezérfonal a Tallinni Egyetem, Võru Megye Fejlesztési Ügynöksége és a Helpific Egyesület közös kiadványa, melyet az Európai Bizottság Horizon2020 programja által finanszírozott CoSIE projekt (támogatás iktatószáma 770492) keretében készítettünk el. A CoSIE ("Co-Creation of Service Innovation in Europe") projekt keretében arra a következtetésre jutottunk, hogy a közszolgáltatások innovációjának egyik lehetséges módja az, amikor a fejlesztések a szolgáltatásnyújtók és az azokat igénybevevők együttműködésével jönnek létre. A CoSIE projekt végrehajtása során, az együttműködő partnerek a közös alkotás különböző módszereit tesztelték a közszolgáltatások fejlesztése területén.

A CoSIE projektben résztvevő partnerek aktívan keresték azokat megoldásokat, melyek során digitális eszközökkel és az open data koncepció alkalmazásával elősegíthették új szolgáltatások közös létrehozását. Innovatív megoldásokkal a projekt arra tett kísérletet, hogy növelje az állampolgárok bevonódását és hangsúlyozza a részvétel lehetőségét. A projekt során 9 különálló egymással azonban számos ponton kapcsolódó pilot program került végrehajtásra. Mindegyik pilot más célcsoportokkal és szolgáltatási igényekkel dolgozott eltérő helyi környezetben. Az észt projekt fókusza a kistelepüléseken élő sérülékeny emberek helyzetén volt.

A CoSIE projekt észtországi teamje köszönetét fejezi ki azoknak az aktív állampolgároknak, akik részt vettek a szociális hackathon rendezvényeinken, a közösségeknek, melyek lehetővé tették ezeknek a rendezvényeknek a megtartását, a Szociális Minisztériumnak és a Võru megye önkormányzatainak. Külön szeretnénk megköszönni Rait Kuuse, Mailis Koger és Tiit Toots, a projekt vezetőinek és a konzorcium tagjainak támogatását és a három észt partner (Tallinni Egyetem, Võru Megye Fejlesztési Ügynöksége és a Helpific Egyesület) részvételét a projekt időtartama, 2017 és 2021 között. Köszönjük az összes támogatást és hozzájárulást a szociális hackathon rendezvények megszervezéséhez, ennek a vezérfonalnak az elkészültéhez és a CoSIE projekttel kapcsolatos céljaink eléréséhez Észtországban.

Hivatkozás:

Bugarszki, Zsolt; Lepik, Katri-Liis; Kangro, Kadri; Medar, Marju; Amor, Kristina; Medar, Marko; Saia, Koidu. (2021). Guideline for Social Hackathon Events. Tallinn University: School of Governance, Law and Society
<https://datadoi.ee/handle/33/338>

Kapcsolat

School of Governance, Law and Society
Tallinn University
Uus-Sadama 5
10120 Tallinn
<https://www.tlu.ee/en/yti>



TALLINN UNIVERSITY

School of Governance,
Law and Society

Tartalomjegyzék

| | |
|--|-----------|
| S Vezérfonal Szociális Hackathon Rendezvények Szervezéséhez | 2 |
| Bevezető | 5 |
| Elméleti háttér | 7 |
| Misszió | 12 |
| A szervező team létrehozása | 14 |
| Partnerek | 16 |
| Felkészítő/előzetes rendezvények | 18 |
| A helyszín(ek) | 20 |
| Marketing, PR, kommunikáció | 22 |
| A mentorok | 27 |
| Időbeosztás | 29 |
| Bevezető, a rendezvény kezdete | 31 |
| Az ötletek előadása (pitching) | 33 |
| Teamek alakítása | 35 |
| A fejlesztő munka, az ötletek kidolgozása | 37 |
| Projekt előadások, a zárórendezvény | 39 |
| Felhasználók bevonása | 41 |
| Adatkezelés | 44 |
| Open data, statisztikák használata a hackathon rendezvényen | 46 |
| Szakpolitikai nézőpontok | 48 |
| Infokommunikációs eszközök használata | 50 |
| Hivatkozások | 53 |

Bevezető

Ez a vezérfonal azok számára készült, akik szociális hackathon rendezvények szervezését tervezik a saját közösségükben annak érdekében, hogy kreatív megoldásokat találjanak az adott közösség és az ott élők problémáira.

Hackathon rendezvények eredetileg az informatikai (IT) szektor rendezvényei melyek során egy 48 órás intenzív fejlesztésre hozzanak létre teameket, melyek egymással versenyezve oldanak meg egy adott problémát, vagy hívják életre saját ötleteiket. A hagyományos hackathon rendezvények leginkább szoftver vagy hardver fejlesztésekről szólnak és technológiai jellegűek.

Mi adaptáltuk ezt a rendkívül intenzív és hatékony módszert társadalmi és környezetvédelmi problémákkal kapcsolatos megoldások keresésére a helyi közösségekben. Módszerünk a CoSIE (Co-Creation of Service Innovation in Europe) project keretében került kifejlesztésre 2017 és 2020 között.

A fejlesztésben résztvevő szervezetek:

- Tallinn University, School of Governance, Law and Society
- Võrumaa Arenduskeskus
- Helpific MTÜ



Elméleti háttér

Kulcsszavak: A változás teóriája, innovációs elméletek, living lab koncepció, co-creation

Innováció

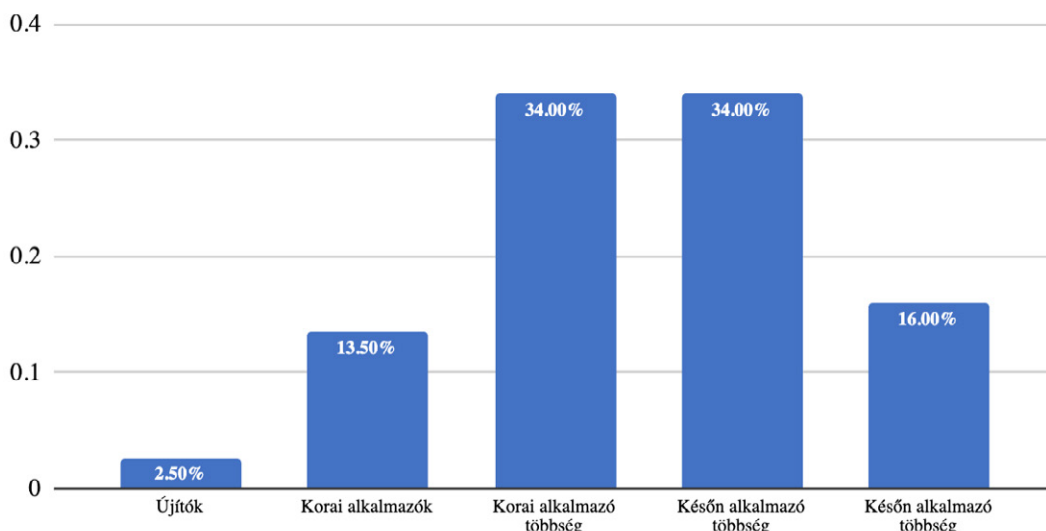
Az OECD definíciója szerint innovációnak azt a folyamatot tekintjük, aminek során egy új terméket/ szolgáltatást hozunk létre vagy egy meglévő terméket/szolgáltatást jelentősen továbbfejlesztünk, vagy egy folyamatot, marketing módszert, szervezeti megközelítést, üzletmenetet, munkahelyi kultúrát vagy a más szervezetekhez való kapcsolódásunkat alakítjuk át. (Oslo Manual, OECD, 2005)

Az innováció különböző típusai:

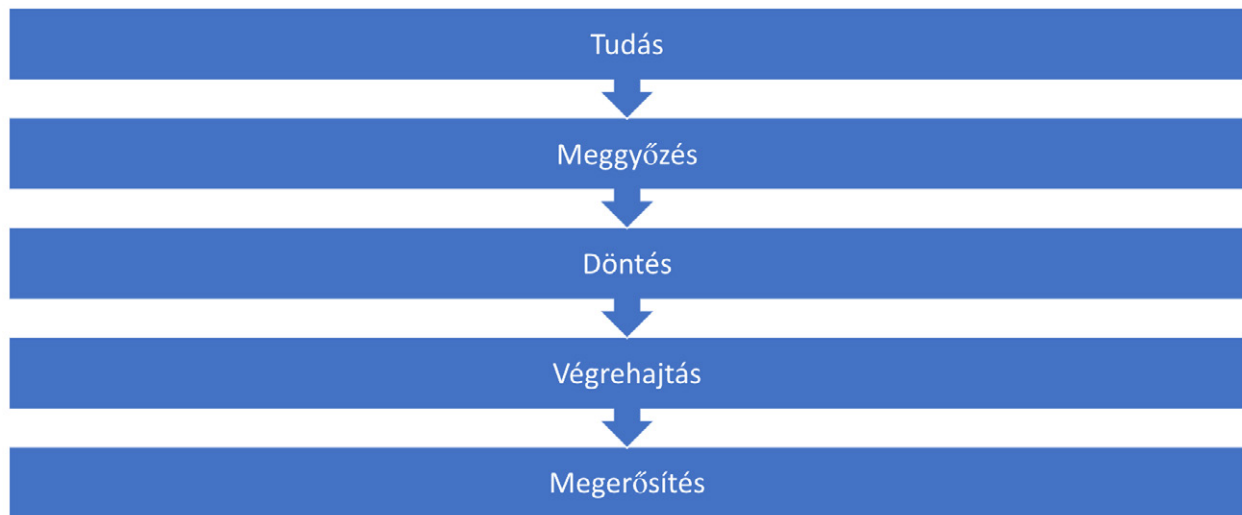
- Termékfejlesztés: Egy új vagy jelentősen továbbfejlesztett termék vagy szolgáltatás
- Folyamatfejlesztés: Egy új vagy jelentősen továbbfejlesztett gyártási vagy szolgáltatási mód
- Marketing innováció: Új marketing módszerek fejlesztése melyek jelentős változást hoznak a termék dizájnban, csomagolásban, áru elhelyezésben, promotálásban és az árképzésben.
- Szervezeti innováció: Új szervezeti megoldások az üzletvitelben, munkahelyi kulturában vagy a külső kapcsolatokban.
- Szociális innováció: Olyan innovációs megoldások melyeknek mérhető társadalmi hatása van és önmagukban is társadalmi folyamatokat céloznak.

Az innováció kiterjesztése

Nem könnyű társadalmi újításokat bevezetni. Az innováció mindig az újítókkal kezdődik, akikhez a korai alkalmazók csatlakoznak, majd a korai többség és a később csatlakozó többség is magáévá teszi az újítást. (Rogers, 1995). Amikor szociális hackathonokat szervezünk, a fókusz a korai többségre helyezzük az innováció során.



Az innováció adaptációs és döntési folyamata az alábbi fokozatokon keresztül történik:



A tudás (knowledge) fázisában felmerül az igény, hogy az érintett egyén többet akar tudni az innovációról. A meggyőzés (persuasion) fázisában az egyén érdeklődik az innováció iránt és aktívan keres további információkat. A döntés (decision) fázisában az egyén mérlegre teszi a várható előnyöket és hátrányokat és ez alapján dönt arról, hogy elfogadja vagy elutasítja az innovációt. A végrehajtás (implementation) fázisában az egyén helyzettől függően különböző mértékben, de alkalmazza az újításokat. A megerősítés (confirmation) fázisában az egyén döntést hoz arról, hogy folytatja-e az adott újítás alkalmazását. (Rogers, 1995)

Living lab

Nincs egyetemesen elfogadott definíciója az ún. Living Lab (élő labor) koncepciónak. Találunk olyan meghatározásokat, melyek módszerként, szervezeti formaként, rendszerként, cselekvési térként, környezetként és/vagy egy terveszerűen kialakított innovációs megközelítésként utalnak a Living Lab koncepcióra. (Ståhlbröst, A., Holst, M., 2012).

A Living Lab szintén felfogható kutatási és innovációs koncepcióként. Ezek az élő laborok rendkívül felhasználó-központúak, nyílt innovációs ökoszisztémaként működnek, gyakran egy adott szakterület vagy földrajzi térség keretei között integrálva az egymással konkuráló kutatási és innovációs kezdeményezéseket civil, állami és privát együttműködések formájában. (Schumacher, 2013) (Akhilesh, K.B., 2017)

A felhasználó barát megközelítés mellett az élő laborok másik fontos sajátossága a nagyon erős gyakorlat orientáltság az élő közegben történő cselekvés. (Dutilleul et al., 2010)

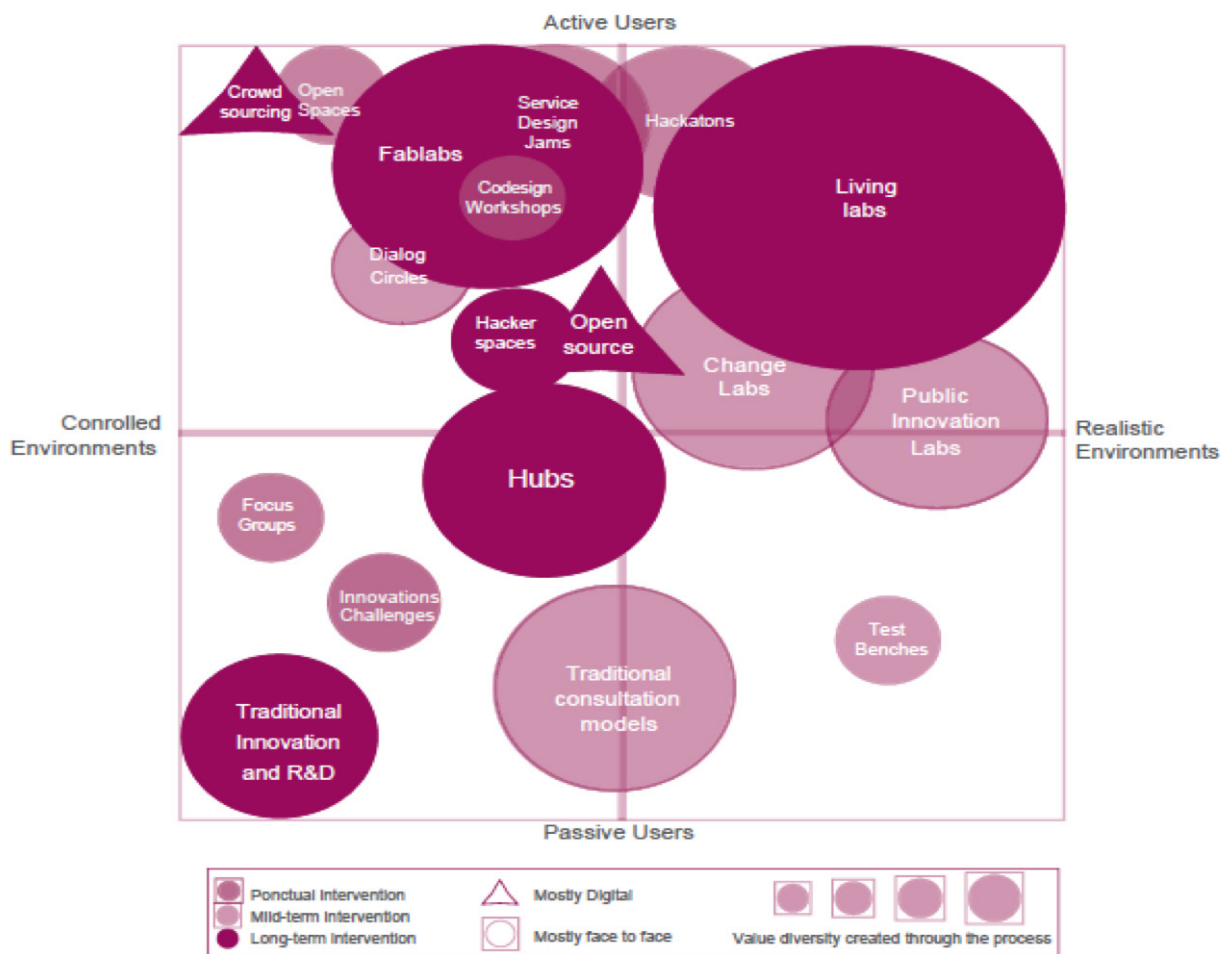
Az innováció folyamata itt is szakaszokra bontható (Bergvall-Kåreborn et al. 2006):

1. A koncepció kialakítása
2. Prototípus fejlesztés
3. A termék vagy szolgáltatás véglegesítése

A módszer spirál alakban visz keresztül a fenti fázisokon. A termék vagy szolgáltatásfejlesztés egy dinamikus folyamat, amiben folyamatos tesztelésre, visszacsatolásra van szükség melyek mentén el lehet végezni a szükséges változtatásokat és az egész folyamat kezdődik előlről még mielőtt a termék vagy szolgáltatás forgalomba kerülne.

Különböző típusú laborok és hubok léteznek. Az élő laborok abban emelkednek ki, hogy ezekben

tapasztaljuk a felhasználók bevonását a legmagasabb szinten és ezek tevékenykednek a leginkább élő környezetben.

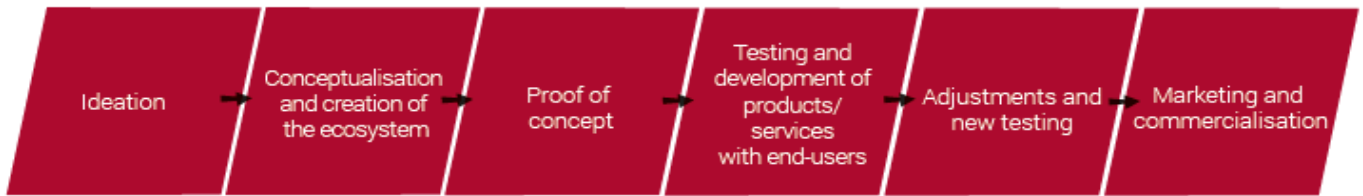


Source: Adapted from Sanders and Stappers, 2008

Co-creation (Közös alkotás)

A közös-alkotás és a kísérleti termék és szolgáltatás tesztelés élő környezetben az élő laborok kulcselemei. Az European Network of Living Labs (ENOLL), meghatározása szerint az élő laborok 4 fő tevékenység mentén írhatóak le:

- Co-creation (közös alkotás): a felhasználókkal és a szolgáltatókkal (gyártókkal) történő közös fejlesztés
- Exploráció: piaci lehetőségek, szükségletek és a felhasználói viselkedés megismerése
- Experimentáció: a fejlesztett termék/szolgáltatás élő helyzetekben történő kipróbálása a végfelhasználók saját közegében.
- Értékelés: A koncepciók, termékek és szolgáltatások értékelése szocioergonómiai, szociokognitív és szocioökónómiai kritériumok mentén.



Közös alkotás a közszférában

A közös alkotás, mint módszer mára már a közszférában is megjelenni látszik. A végfelhasználók bevonása, közös alkotás és a dizájn gondolkodás megjelenése a közszoigálatások fejlesztésében is egyre megszokottabbá válik. Amikor a co-creation (közös alkotás) módszerével fejlesztünk közszoigálatásokat, akkor nem szabad elfelejtkeznünk a szakpolitikai szempontokról sem. Minden érintett szereplőt be kell vonnunk a közös alkotás folyamatába, hogy az sikeres lehessen. Az egymástól alapvetően különböző jellegű partnerek bevonása a konstruktív párbeszédbe alapfeltétele a közös alkotásnak. A konstruktív párbeszéd azért is fontos, mert közös megoldásra leginkább úgy juthatunk ha nincs olyan partner amelyik mintegy kívülről csak csendesen követi az eseményeket, vagy épp ellenkezőleg, olyan partner, amelyik azonnal magához ragadja a kezdeményezést és átörölteti saját elképzeléseit. A közös alkotás akkor lehet sikeres, ha minden résztvevő félnek lehetősége van a fejlesztés befolyásolására és a párbeszéd során helyet kapnak ellentétes vélemények is. Ehhez sokszor küldő facilitátorra van szükség. Olyan moderátorokra, akik maguk nem vesznek részt a fejlesztésben, feladatuk arra szorítkozik hogy kialakítsanak és fenntartsanak egy olyan együttműködési teret, melyben a közös alkotás megvalósulhat.

Amikor megoldásokat keresünk, elsősorban a probléma gyökerét kell megértenünk. Például, amikor egy fogyatékossgal élő munkanélküli személy számára keresünk megoldást az nem szorítkozhat arra, hogy találjunk neki munkát. A probléma sokkal inkább társadalmi és nem egyéni jellegű. Rosszul működő rendszerek tartanak embereket hátrányos helyzetekben (pl. Munkanélküliség). Például ha van elérhető támogató szolgáltatás és a személy motivált a munkavégzésre de egy másik elem (pl. a közlekedés megoldása) hiányzik vagy nem működik megfelelően akkor az egész rendszer működésképtelenné válik azért mert egy eleme nem működik. Az egyetlen működőképes megoldás minden érintett szereplő számára az lehet, hogy közösen feltárják a rendszer hibáit, azonosítják a problémás elemeket és együtt kidolgozzák a szükséges megoldásokat.

A közös alkotás előfeltétele tehát, hogy egyetértés legyen a problémát és a célokat illetően, illetve a célok elérésének kontextusát illetően. Ahhoz, hogy ezek a célok elérhetővé váljanak a különböző szereplőknek találkozniuk kell, és együtt kell a megoldásokon dolgozniuk. Ezen az előfeltevésen alapul a szociális hackathon módszer is.



Misszió

A szociális hackathon rendezvények célja

Különböző célok mentén szervezhetünk szociális hackathon rendezvényeket. Egy adott földrajzi térség fejlesztéséhez, makacs problémák (pl. magas munkanélküliség, közlekedési nehézségek, tartós gondozási szükségletek kielégítése) megoldására vagy különböző szervezetek/cégek kihívásaira reagálva.

A technológiai jellegű multinacionális cégek és vállalatok világában a hackathon rendezvények igen elterjedtek olyan problémák megoldására, amelyre házon belül nem találtak megoldásokat. Ilyenkor előszeretettel rendeznek egy hackathon rendezvényt az adott probléma körül amibe a vállalat erőforrásaink kívüli kreatív szereplőket vonnak be, tőlük remélve azt, hogy együtt megoldásokat találnak. Ez az alapkonceptió véleményünk szerint átültethető a közsféra világába is, amikor önkormányzatok, minisztériumok, civil szervezetek, vagy szociális, oktatási, egészségügyi szolgáltatók keresnek megoldásokat azokra a problémákra, amelyeket saját kereteik között eddig nem tudtak megoldani.

A küldetés mindig ugyanaz: arra használni a hackathon rendezvényt, hogy létrejöjjön a közös alkotás tere, ahol létező problémákra találhatunk megoldásokat egy nagyon intenzív, rövid fejlesztő rendezvény keretében.



A szervező team létrehozása

Milyen teamer van szükség egy hackathon rendezvény lebonyolításához? Milyen feladatokat kell ellátnia ennek a teamnek? Milyen szakemberek vegyenek részt a team munkájában?

Nagyon fontos, hogy a szervező team munkája nem szorítkozik pusztán a szociális hackathon rendezvény 48 órájára. A teamnek fontos feladatai vannak a rendezvényt megelőző hónapokban és az utánkövetés szakaszában is.

Amikor egy helyi team először szervez szociális hackathon rendezvényt, nagyon sok türelemre és hosszú előkészületekre van szükség. Mi azt javasoljuk, hogy minimum 6 hónappal, de optimálisan 9 hónappal a rendezvény előtt meg kell kezdeni az előkészületeket és ez alatt az idő alatt a teljes szervező teamnek rendelkezésre kell állnia.

A COVID-19 okozta lezárások alatt sok országban online hackathon rendezvényeket szerveztek és a tapasztalatok azt mutatták, hogy ezeket akár hetek alatt is sikerült tető alá hozni több ezer vagy akár tízezer ember mozgósításával. De ezeket az eseményeket általában nagy tapasztalattal bíró teamek szervezték, akiknek több évre visszamenő tapasztalat van a hackathon rendezvényekkel.

A mi tapasztalatunk az volt, hogy pusztán egyetlen bármennyire is karizmatikus ember nem képes hatékony szociális hackathon rendezvényt szervezni. A feladat igen megterhelő, ahhoz, hogy minden részletre kiterjedő figyelemmel sikerüljön a rendezvényt lebonyolítani minimum 5-6 fős erős, elkötelezett teamre van szükség.

A team tagjainak a következő feladatokat kell ellátnia:

- Partnerkapcsolatok (résztevőkkel, partnerekkel, szponzorokkal, beszállítókkal történő kommunikáció)
- A helyszín menedzselése (megfelelő helyszín kiválasztása, technikai eszközök, hangosítás, logisztikai feladatok, termek és szobák elosztása, szálláslehetőségek, szállítás közlekedés, étkezés biztosítása, akadálymentesítés)
- Rendezvényszervezés (munkamódszerek kidolgozása, résztvevők irányítása, a rendezvény különböző fázisainak megtervezése)
- PR, marketing és kommunikáció (a belső és külső kommunikáció megszervezése, közösségi media kezelése, sajtókapcsolatok)
- Utánkövetés (a hackathon során létrehozott megoldások/ötletek továbbkísérése, a fejlesztések új szakaszba segítése, állami és privát szférával történő kapcsolódások megteremtése, a projektek megszilárdításának támogatása)

Amikor az első szociális hackathon rendezvényeket szerveztük Észtországban, akkor a szervező team munkáját sok alkalommal menet közben is alakítanunk, módosítanunk kellett. Egy-egy ilyen esemény 100 fő részvételével zajlott 10-12 team kezdte meg a fejlesztő munkát egymással párhuzamosan általában egy nagyobb intézményben (iskolák) helyett kapva. A teamen belüli gyors információcsere és a rugalmas alkalmazkodás képessége nagyon fontos eleme volt a szervezői munkának. A felkészülés tehát egyszerre szól arról, hogy lehetőleg minden részletről előre gondoskodjon a team ugyanakkor maradjon tere, ideje és erőforrása a rugalmas alkalmazkodásra is a rendezvény ideje alatt.

Partnerek

Kik a legfontosabb partnerek, akiket érdemes bevonnunk egy szociális hackathon rendezvény szervezésébe?

Mivel a szociális hackathon rendezvények alapvetően a közös alkotásról (co-creation) szólnak, érdemes magát a rendezvényt is a közös alkotás módszerével megszervezni. Ahogy a hackathonon résztvevő csapatok esetében, itt is arról van szó, hogy az egymástól jelentősen különböző szereplők eltérő nézőpontjai jelentik a kezdeményezés legnagyobb hozzáadott értékét.

Az általunk szervezett észtországi szociális hackathon rendezvények egyrészt egyetem, egy önkormányzati társulás fejlesztő központja és egy szociális kérdésekkel foglalkozó start-up kezdeményezés együttműködéséppén jött létre. Ezenkívül bevontunk a szervezésbe és lebonyolításba minisztériumokat és más kormányzati szervezetet, vállalatokat, cégeket, helyi vállalkozókat. Minden bevont partnernek megvan a saját kapcsolati hálóját és minden partner jelentékeny tapasztalatokkal rendelkezik a saját területén. Azzal hogy bevontuk őket, olyan szektorokhoz nyílnak meg ajtóik, amelyekhez a saját szervezetünknek korábban nem volt elérése.

Mi azt javasoljuk, hogy a szociális hackathon rendezvények szervezése során rendszeres találkozókra kerüljön sor a bevont szervezetek között.

A mi esetünkben a partnerek több mint 200km távolságra voltak egymástól. Különböző találkozási formákkal kísérleteztünk. Az első időszakban személyesen találkoztunk havonta olyan módon hogy a szereplők félúton találkoztak. Mindenki utazott 100km-t és ez egy méltányos megoldásnak bizonyult az összes érintett fél számára. Később, amikor a megbeszélőnivalók már sokkal jobban összpontosultak a rendezvény helyszínét adó helyi partnerekre és a helyi viszonyokra a találkozókat már a hackathon rendezvény tervezett helyszínén bonyolítottuk. Megint később (mi 3 évig fejlesztettük és teszteltük a szociális hackathon módszerét), amikor már az első rendezvényeken túl voltunk és több tapasztalatunk volt, a partnerek pedig összecsiszolódtak, akkor heti találkozókra váltottunk, de azt online (Skype) bonyolítottuk. A 3 éves együttműködés második évében az online kommunikáció már kielégítő megoldás volt, mert a résztvevő szervezetek képviselői nem csak személyesen ismerték egymást, hanem arról is személyes tapasztalatunk volt egymásról hogyan dolgozunk és milyen helyzetben és ennek talaján kialakult egy bizalmi légkör.

A folyamatban nem napi szinten, de szintén résztvevő partnerekkel azonban a továbbra is leginkább a személyes találkozók domináltak, ebben csak a COVID-19 krízis időszaka hozott változást, amikor személyes találkozókra nem volt lehetőség.



Felkészítő/előzetes rendezvények

Miért kell felkészítő/előzetes rendezvényeket szervezni? Hány ilyenre van szükség? Mi történik ezeken a rendezvényeken? Kik vesznek részt egy ilyen eseményen? Mi az előzetes rendezvények célja?

Tapasztataink szerint minimum két felkészítő/előzetes rendezvényt érdemes szervezni a szociális hackathon 48 órás rendezvényét megelőzően. Ezek a felkészítő rendezvények általában pár órán át tartanak és rendszerint a hackathon rendezvényre előzetesen regisztrált szereplők illetve érdeklődők számára kerülnek megrendezésre. Különösen azok számára hasznos, akik még nem vettek részt korábban ilyen jellegű rendezvényen. A felkészítő/előzetes rendezvények alkalmasak újabb partnerek, szponzorok, döntéshozók és más szereplők bevonására, médiafigyelem felkeltésére és a rendezvény népszerűsítésére a lakosság körében.

A felkészítő/előzetes rendezvények fő funkciói:

- A szociális hackathon rendezvényről szóló információk, tájékoztatók megtartása, a módszer és a szabályok ismertetése.
- A rendezvény terveivel kapcsolatos visszajelzések és ötletek gyűjtése a majdani résztvevőktől, partnerektől, a rendezvény szervezésének közös alkotássá fordítása.
- Annak felmérése, hogy milyen problémákat és ötleteket terveznek a különböző szereplők a rendezvényre hozni.
- A résztvevők elkötelezettségének és motivációjának növelése
- A különböző szereplők közötti első találkozások létrehozása, annak felmérése, hogy mely típusú szereplők körében van szükség további promócióra.
- A közös alkotás és a team munka gyakorlása rövid játékokon és feladatokon keresztül.
- Média tartalom (fotók, videók) készítése a közösségi media és marketing team részére, a szereplők és partnerek bemutatása.
- Média, helyi döntéshozók, véleményformálók meghívása, a rendezvény ismertségének növelése céljából.

Ideális esetben az előzetes rendezvények a szociális hackathont megelőző 3 hónap során kerülnek megszervezésre. Ha túl korán tartjuk őket, akkor a lelkesedés és a motiváció alábbhagy mire a rendezvényre sor kerül, ha pedig túl későn akkor nem marad elég időnk a felmerült ötletek és szükséges változtatások beépítésére.



A helyszín(ek)

Milyen térbeli igényei vannak egy szociális hackathon rendezvénynek? Milyen nagyságú helyszínrre van szükség? Hány teremre, szobára, milyen helyiségekre van szükség? Milyen eszközök, berendezések szükségesek a helyszínen?

A helyszínnel kapcsolatos legfontosabb követelmények:

- Szükség van egy nagy teremre, melynek befogadóképessége eléri a 100 főt. Itt kerülnek a plenáris események lebonyolításra, a nyitó rendezvény, a bemutatkozó előadások, motivációs tréninget, a zárórendezvény és különböző társas rendezvények.
- Olyan helyre van szükség, ami elérhető fogyatékosággal élő emberek, idősek, gyerekek számára is. Amikor közszolgáltatások fejlesztéséről van szó, akkor különösen fontos a közösség sérülékeny tagjainak bevonása.
- Meg kell oldanunk a hangosítást, és szükség lesz minimum 2-3 nagyobb kihelyezett képernyő, vagy vetítés megoldására. Egy 100 fős rendezvényt nem lehet mikrofon nélkül tartani.
- 10-15 team létrehozásával számolhatunk egy szociális hackathon rendezvényen. Mindegyik team számára külön teamszobát, vagy jól elkülöníthető dolgozó sarkot kell biztosítani az épületben, ahol egymást nem zavarva 48 órán keresztül folyamatosan tudnak dolgozni.
- A mentorok és a szervezők számára külön teamszobára van szükség, ezekben célszerű a különböző irodai eszközöket (nyomtató, fénymásoló, számítógépek, laptopok) elhelyezni.
- Az étkeztetés és kapcsolatépítés számára érdemes kávézó sarkokat és büféket kialakítani. Az étkeztetés megoldása nagyon fontos egy szociális hackathon alkalmával. Egy 48 órás intenzív munkáról beszélünk, ami rendkívüli megterheléssel jár a résztvevők számára. Amennyiben a szervezőknek nincs lehetőségük (költségvetésük) ingyenes étkeztetést biztosítani a helyszínen, akkor külső partnerek bevonásával fizetős lehetőségeket kell elérhetővé tenni vagy olyan helyen kell szervezni a rendezvényt, ahol a közelben elérhető áron étkezhetnek a résztvevők.
- Gyermekek megőrző, játszóház, játszószoza. Érdemes megfontolni háziállatok befogadását is. Ha a rendezvényt család és közösségbarát módon akarjuk megoldani, ha rá akarunk venni helyi lakosokat arra, hogy 2 napot szánjanak az életükből helyi közösségi problémák megoldására, akkor azt olyan módon kell tennünk, hogy számukra valóban elérhető és logisztikailag megszervezhető legyen a rendezvény. A rendezvény hangulatát és tartalmát is nagyon pozitívan befolyásolja a közösség teljes spektrumának megjelenítése.
- Szükség van a helyszínen ruhatárra, csomagok elhelyezésére alkalmas szobára.
- Parkolóhelyek biztosítása
- Pihenő, rekreációs helyek kialakítása (matracok, babzsákok, pin-pong asztal, csocsó, nem csak gyerekek, hanem az összes résztvevő számára)

A mi tapasztalataink szerint ezeknek a feltételeknek leginkább iskolaépületek, kulturális intézmények, egyetemek, rugalmasabb konferencia és rendezvényközpontok, városházák, sport centrumok felelnek meg. Ha a klíma és az időjárás megfelelő, szociális hackathon rendezvények szabad ég alatt, nyílt helyszíneken is megtarthatóak.

Marketing, PR, kommunikáció

Hogyan találjunk team tagokat, mentorokat, partnereket, zsűritagokat és legelső sorban....résztevőket?

Egy szociális hackathon rendezvény lebonyolításához tudatos marketing és kommunikációs stratégiára van szükség. Ha 100 nagyon különböző háttérű embert egy fedél alá akarunk hozni egy adott probléma megoldására vagy egy adott helyi közösség fejlesztésére akkor ehhez megfelelő számú embert kell elérnünk.

A rendezvény marketing stratégiájának értelemszerűen összhangban kell lennie a rendezvény fő célkitűzéseivel.

Erős narratívákra van ahhoz szükség, hogy megfelelő számú embert és szervezetet mozgósítsunk egy adott probléma megoldására vagy térség fejlesztésére. Az is fontos, hogy olyan embereket érjünk el, akik képesek a cselekvésre és akik szaktudása, tapasztalata, érintettsége adekvát a megoldani szándékozott problémák szempontjából.

Ha a cél egy adott földrajzi térségben élők életminőségének javítása, a helyi közösség erősítése akkor ez az erős narratíva épülhet a helyi identitás köré és a közösség pozitív jövőképe köré.

E köré narratíva köré épülhet a marketing stratégia.

Nagyon fontos a célcsoport részletes meghatározása. Pontosan milyen embereket, kiket várnak a szervezők? Milyen partnerekkel akarnak dolgozni?

Nem elegendő 100 véletlenszerűen elért embert meghívni egy ilyen rendezvényre. Sokkal tudatosabb célzásra van szükség és a résztvevő 100 embernek jól kell reprezentálnia az adott közösség sokszínűségét, vagy az adott probléma körül releváns szakterületeket. A szociális hackathon módszere csak akkor működik, ha sikerül találkozásokat létrehozni olyan emberek között, akik máskülönben nem találkoznának és legfőképpen nem dolgoznának együtt. Ha a szociális hackathon rendezvényre 100 szociális munkás jön el a régióból, olyanok, akik saját szakmai fórumaikon keresztül már egyébként is jól ismerik egymást, akkor a módszer semmilyen hozzáadott értékkel nem bír, a szakmai "buborék" tagjai találkoznak (valószínűleg már sokadszor) egymással.

Ebben az értelemben a szociális hackathon rendezvények egyik rejtett küldetése az ún kreatív destrukció, a meglévő kapcsolati hálókat újakkal való kiegészítése, a bevett problémamegoldási sémák megújítása az eddigektől eltérő új kapcsolatokon és az általuk hozott nézponatokon, munkamódszereken és világlátáson keresztül.

Mindezt figyelembe véve a marketing stratégiának ki kell terjednie nagyon eltérő célcsoportok elérésére és a velük való kommunikációra. A szociális hackathon rendezvényt megelőző toborzó kampány során folyamatosan monitorozni kell mely célcsoportokat sikerült megszólítani, honnan érkeznek a regisztrációk és melyek azok a szakterületek, témák, célcsoportok ahol még további erőfeszítésekre van szükség. Érdemes kvótákat felállítani a 100 fős keretlétszámon felül, és kiegészítő kampányt indítani ott ahol szükséges illetve leállítani a regisztrációt azokon a szakterületeken vagy célcsoportoknál ahol már elég jelentkezőnk van.

Az ésszt szociális hackathon rendezvények az ország gyéren lakott deli részén, a kistelepülésekre szabdalt Vorumaa megyében kerültek megszervezésre, ahol a következő fő célcsoportokat azonosítottuk:

 Minisztériumok, helyi önkormányzatok képviselői, a közigazgatás dolgozói

- Az egyes szociális és egészségügyi szolgáltatások végfelhasználói, kliensei, a helyi közösség segítségére szoruló tagjai
- Szakértők, szakemberek a szociális és egészségügyi ellátás területéről
- Szakértők és szakemberek főleg az innovációs és kreatív iparágak területéről (IT, marketing, dizájn)
- Civil szervezetek és a helyi közösségek kezdeményezései
- Helyi vállalkozók és üzletemberek
- Helyi lakosok, falubeliek, a helyi közösség tagjai

Mindegyik célcsoport megközelítése eltérő kommunikációs megoldásokat, és eltérő csatornákat igényelt.

Kormányzati tisztviselőkkel, a helyi önkormányzat képviselőivel, döntéshozókkal, közigazgatási dolgozókkal a formális nyelvet használva, formális csatornákon érdemes kommunikálni. Meghívólevelek, fogadóórák, időont egyeztetés utáni találkozók, rendezvények.

Szakemberek, szolgáltatók, civil szervezetek a saját szakmai csatornáikon keresztül voltak leginkább elérhetőek, de a személyes találkozók, megbeszélések, meghívások itt is nagyon fontosak voltak. Hasonló módon lehet elérni helyi vállalkozókat és üzletembereket de figyelembe kell venni a privát és a közzféra közötti különbségeket.

A helyi közösség tagjait, a környékbeli lakosokat leginkább a közösségi media és a hagyományos media eszközeivel lehet elérni (helyi újságok, TV és rádió csatornák). Tapasztalataink szerint hatalmas különbség van a fiatalok és az idősebbek médiafogyasztási szokásai között, és jelentős különbségeket tapasztaltunk az urbánus, városi közegben élők és a vidéki kistelepülések lakosai között is. Miközben a városi közegben, különösen a fiatalok között kiválóan működnek a közösségi media csatornái, addig kistelepüléseken és az idősebbek között inkább előtérbe kerülnek a helyi újságok és a hagyományos media csatornái, de itt külön kiemelkedő szerepe volt megint a személyes találkozásoknak.

Külön stratégiára van szükség a hátrányos helyzetű csoportok (fogyatékossgal vagy mentális problémával élő emberek, idősek, kistelepülésen élők) elérésére és bevonására. Esetükben nem lehet elintézni a bevonást közösségi media posztokkal, e-mailben küldött meghívókkal, egy sokkal összetettebb megközelítésre van szükség amelyben a személyes találkozók, a segítő, támogató szervezetek bevonása, a célcsoport tagjai felé tett gesztusok (külön figyelem az akadálymentesítésre) és a részvételhez szükséges összes logisztikai és infrastrukturális feltétel megteremtése egyaránt szükséges.

A másik fontos eleme a kommunikációs stratégiának a megfelelő "nyelv" megtalálása. A formális szakmai nyelvet lehet és kell is használni a kormányzati szervekkel, közigazgatással, szakemberekkel és azok szervezeteivel való kommunikációban de ez a nyelv cserben hagy bennünket akkor, amikor kliensekkel vagy a helyi közösség lakosaival próbálunk kommunikálni.

Fiatalokat, diákokat, modern kommunikációs eszközökön a közösségi médián keresztül az ő stílusukra szabott kommunikációs megoldásokkal érdemes elérni. Itt előtérbe kerülnek a vizuális elemek, mémek, videók, emojik használata, animációk, képregények, grafikák és egy sokkal informálisabb barátságosabb nyelv használata vagy például a humor.

Amikor klienscsoportokkal, a helyi közösség szociális és egészségügyi szolgáltatásainak igénybevevőivel vagy a helyi lakosokkal, falubeliekkel beszélünk akkor ügyelnünk kell arra, hogy lehetőleg teljes egészében hagyjuk el a szakzsargonok és szakmai kifejezések használatát, a rendezvényünket nem csak fizikai értelemben hanem nyelvi, kommunikációs értelemben is elérhetővé kell tenni a résztvevők széles rétegei számára.

Észtországban olyan helyi közösségekben dolgoztunk, ahol a helyi lakosok az észti nyelv egy sajátos dialektusát beszélik. Erre mi külön figyelmet fordítottunk, ezt a dialektust és az ott megszokott kifejezéseket használtuk a kommunikációban és a rendezvények vizuális kulturájának kialakításakor ügyeltünk arra, hogy a térség szimbólumait, jellegzetes színeit használjuk, hangsúlyt adva ezzel a helyi identitásnak és olyan légkört teremtve amiben a helyi közösség tagjai biztonsággal mozogtak. A kommunikációs stratégia kialakításakor alkalmaztunk egy helyi költőt copywriter-ként, akinek a helyi nyelvjárásban írt kifejezéseit használtuk aztán a közösségi media posztjaiban. Saját médiatermékeink létrehozásakor (fényképek, videók, kisfilmek, kampányfilmek) szintén helyi médiavállalkozókat alkalmaztunk, akik a helyi közösség tagjai is voltak egyben így munkáikban sokkal természetesebben tudtak ahhoz kapcsolódni és képesek voltak azt szerves módon megjeleníteni. Nagyon fontos volt a szervezés során és az irányadó narratíva kialakításakor, hogy ne a "Tallinnból lejöttek vidékre segíteni" alaphelyzetből szervezzük a rendezvényt, hanem a "helyi közösség kitalálja önmagát" pozíciót erősítsük. És mivel a szervező team zöme, és a beszállítóként meghívott vállalkozók, szolgáltatók 100%-a helyi ember volt, nagyon hamar egy helyi rendezvény képét mutatta a kezdeményezés annak ellenére, hogy az alapötlet nem ott született.

A közösségi media és a modern infokommunikációs eszközök nem csak marketing szempontból hasznosak. Ezek az eszközök arra is alkalmasak, hogy magát a rendezvényt sokkal szélesebb rétegekhez juttassuk el, jelentősen megnövelve a résztvevők számát.

Ma már meglehetősen olcsón és egyszerűen megoldható egy ilyen esemény Facebook-on vagy Youtube csatornán történő közvetítése és azok bevonása, akik fizikailag esetleg nem tudtak csatlakozni.

A hackathon alatt létrejövő teamek tagjai sok esetben egymástól távol élnek. A különböző online team management és team kommunikációs eszközök (Slack, Basecamp, Trello) kiválóan alkalmasak arra, hogy ez a távolság áthidalható legyen a jövőben is.

A COVID-19-hez kapcsolódó szigorítások miatt volt olyan rendezvényünk, amit el kellett halasztanunk. Amikor mégis megtarthattuk akkor egy hybrid módon szerveztük meg, kombinálva a személyes találkozásokat kiscsoportos keretek között az online megoldásokkal. Az egyes teamek fizikailag együtt voltak kis csoportokban, de a plenáris találkozások, a mentorokkal való kapcsolattartás és a projektek bemutatkozásai az online térben történtek ZOOM videóhívások segítségével. Ismét komoly rugalmasságra és rengeteg improvizációra volt szükségünk de mostanra már jelentékeny tapasztalatot halmoztunk fel az online események és az infokommunikációs eszközök használata terén is és magabiztosan kijelenthetjük, hogy azokon a helyeken, ahol az internetelérés megoldott egy szociális hackathon rendezvény biztonsággal megrendezhető online megoldásokkal is.

Digitális megoldásokat alkalmaztunk a regisztráció során is:

- A regisztrációról szóló kampányt a Facebookon bonyolítottuk le, aminek segítségével sikerült jól célozni az eléréseinket. Hasonló módon lehet elérni fiatalabb résztvevőket az Instagram segítségével.
- Hatékonynak bizonyult a Google Ads kampányok használata is amennyiben sikerül jól megválasztott kulcsszavakkal operálnunk. A Google arra is ad lehetőséget, hogy a Youtubbe videomegosztó csatornán hirdessünk.
- Amennyiben jelentékeny címlista áll rendelkezésre érdemes megfontolni hírlevelek, vagy e-mail kampányok szervezését (pl. a Mailchimp rendszerén keresztül). Minden esetben figyelni kell azonban az adatvédelmi szempontokra és lehetőséget kell adni a felhasználóknak az e-mail listákról való leiratkozásra.

Bármilyen kommunikációs kampányt folytatunk is nagyon fontos annak monitorozása, az eredmények mérhetősége. A Google Analytics vagy a Facebook Pixel segítségével gyakorlatilag ingyen rendelkezésünkre

állnak professzionális eszközök erre, azonban ezeknek az adatoknak a gyűjtésekor is figyelemmel kell lennünk a GDPR előírásaira és az adatvédelemre.

Ha folyamatosan monitorozni és mérni tudjuk kommunikációs kampányainkat, akkor rövid idő alatt nagy tapasztalatot szerezhethetünk a célcsoportunk elérése szempontjából hatékony módszerekről és jelentékeny időt és költségeket spórolhatunk meg a jövőben.

Néhány tipp a közösségi média használata kapcsán:

- **Érdemes részletes időbeosztást készíteni a különböző posztoknak, melyeket előre elkészíthetünk és az adott időpontra beállíthatunk. Itt főleg olyan előre tervezhető posztokról van szó, melyek a rendezvényhez kapcsolódó egyes mérföldköveket jelenítik meg. (emlékeztetők, regisztrációs határidők, ötletek beküldésének határideje, stb.). Ezek az előre beállított posztok kiegészíthetők olyan ad-hoc üzenetekkel, posztokkal, melyek reflektív módon egy adott helyzetre reagálnak, a mindennapi történéseket, a híreket vagy az adott közösség eseményeit követik.**
- **A közösségi media tökéletesen alkalmas arra is, hogy a szociális hackathon által megcélzott problémák kapcsán párbeszédet folytassunk a potenciális résztvevőkkel, megoldási ötleteket, elképzeléseket gyűjtsünk már a rendezvény előtt is. Az ilyen előzetesen elküldött ötletek inspirálóan hathatnak másokra is, ezeket felhasználhatjuk a rendezvény kommunikációjában növelve a résztvevők bevonódását.**
- **Bármilyen közösségi médiát használunk nagyon fontos azokon a folyamatos jelenlét. A hackathont megelőző hónapban naponta minimum egy poszt kiküldése fontos, míg 2-3 hónappal a rendezvény előtt heti 2-3 poszttal operáltunk. A posztok képi és színvilága egységes legyen, azonos betűtípussal, dizájn elemekkel érdemes operálni és minden esetben meg kell jeleníteni a rendezvény, a szervezők és/vagy az esetleges szponzorok logóját.**

A mentorok

Mi a mentorok szerepe? Kiből lehet mentor?

A szociális hackathonokhoz az adott témához vagy térséghez illeszkedő mentorálási programot érdemes kidolgozni. A mentorok legfontosabb szerepe, a létrejövő csapatok támogatása, de hogy ezt milyen módszerek mentén teszik az jelentősen különbözhet rendezvényről rendezvényre akár.

Bármilyen mentorálási módszert is választunk nagyon fontos hogy azok eszközei előre elkészüljenek (módszertani alapelvek, munkalapok) és ezek a rendezvény két napja során mindeki által hozzáférhető módon rendelkezésre álljanak.

A mentorok számára útmutatót kell készítenünk és a mentorok munkáját koordinálni kell. A szociális hackathonok némileg különböznek a piaci szférában megszokott IT és üzleti hackathonoktól. Ha erről a területről hívunk meg tapasztalt mentorokat akkor szükség lesz elegendő időt szánni arra, hogy megismerhessék a szociális hackathon sajátosságait, a rendezvény egyedi kontextusát. Másrészt az is fontos, hogy a szervezők képesek legyenek tanulni a hackathon módszerekkel nagy tapasztalatot szerző start-up és IT szektor résztvevőitől, az általuk alkalmazott innovációs és üzleti megoldásokat hasznosítani a társadalmi problémák kezelése terén is.

Olyan mentorok bevonását ajánljuk, akik különböző területeket képviselnek: vállalkozásfejlesztés, technológia, marketing, közszolgáltatások területe, dizájn, IT, környezetvédelem, media, segítő szakemberek. Minél heterogénebb a mentorok csapat annál jobban tudnak kapcsolódni a csapat munkájához.

A szociális hackathon 48 órája alatt a mentorok rotációs rendszerben látogatják meg az egyes csapatokat. Itt fontos szerep hárul a mentorok koordinátorára. Az ő feladata a módszertan megismertetése a mentorokkal, az időbeosztás elkészítése, a mentorok delegálása a különböző csapatokhoz, és annak biztosítása, hogy minden csapat megfelelő segítséget kap. Ő gyűjti össze a mentoroktól érkező visszajelzéseket is a módszertant illetően.

Azt javasoljuk, hogy a mentor koordinátor ne pusztán a rendezvény 48 órájára legyen alkalmazva hanem olyan ember legyen, aki a szervező csapat munkájában az első pillanattól kezdve részt vesz és folytatja a munkát az utánkövetés szakaszában is.

Az utánkövetés feladatai:

- Azonosítani és kiemelni azokat a projekteket, melyek a leginkább ígéretesek a szociális hackathon célkitűzései szempontjából
- A kiválasztott projektek kísérése, támogatása a hackathont követő fejlesztési fázisban
- A kiválasztott projektek összekötése olyan releváns szereplőkkel (önkormányzatokkal, állami ügynökségekkel) melyek képesek az ötlet beemelésére a közszféra által nyújtott szolgáltatások világába vagy olyan megoldások kidolgozása amelyek mentén társadalmi vállalkozásként folytatható az adott tevékenység.



**Hogyan zajlok egy szociális
hackathon rendezvény?**

Hogyan zajlok egy szociális hackathon rendezvény?

Időbeosztás

A tapasztalatok szerint a hackathon rendezvények optimális időtartama 48 óra, ami azonban három napot ölel át. Annak érdekében, hogy maximálni tudjuk a résztvevők számát ajánlott a rendezvényt péntek délután 5 óra magasságában kezdeni, amikor a legtöbb résztvevő munkaideje már véget ér.

A bevezető ismertető, az ötletek bemutatkozó előadásai és azt követően a teamek létrehozása fér bele az első estében, a konkrét fejlesztői munka a következő nap reggelén 8 óra tájban indulhat el. A teljes második nap és a harmadik nap délelőtti részében az ötletek kidolgozásának szentelhető. Ebben az időszakban kerül sor a mentorok támogatására is és workshopok, prezentációk tartására, kapcsolatépítésre.

A fejlesztési szakaszban 6-8 óránként érdemes ellenőrzőpontokat beépíteni hogy a szervezők és a mentorok nyomon követhessék a teamek haladását. Ezt meg lehet szervezni plenáris rövid beszámoló formájában, ahova minden team küld egy prezentáló résztvevőt, de úgy is meg lehet oldani, hogy a mentorok látogatják végig a teameket és nekik számolnak be a munkájuk előrehaladásáról.

A záró prezentációk a harmadik nap, délután 2 órától kezdődnek, majd egy rövid értékelési szünet után a győztesek is kihirdetésre kerülnek. Ez az az alkalom, amit érdemes online is közvetíteni, és a szavazásba a szélesebb közönséget is bevonni. A győztesek kiválasztására egy zsűrit kérhetünk fel, akik soraiba szakértőket, döntéshozókat hívhatunk meg és itt van lehetőség arra, hogy helyet adjunk szponzorknak, támogatóknak, helyi vállalkozóknak.

Észtországban az első szociális hackathon alkalmával a rendezvényt péntek délután kezdtük és vasárnap délutánig tartott, de a résztvevők visszajelzései után ezt módosítottuk, és csütörtök délutántól szombat délutánig tartottak a rendezvényeink, hagyva egy napot a hétvégéből a résztvevőknek.

Az első két hackathon rendezvényen egy meghívott zsűri választotta ki a győztes projektet, és egy kategóriát hagytunk a közönségdíjas ötletnek. A harmadik hackathon rendezvény alkalmával már nem volt zsűri a győztesekre online lehetett szavazni és a záró project előadásokat az interneten közvetítettük. Mindkét megoldásnak megvannak a maga hátrányai és előnyei, de mindkettő működik.



Bevezető, a rendezvény kezdete

A rendezvény egy plenáris gyűléssel kezdődik, amin az összes résztvevő, a szervezők és a mentorok egyszerre vesznek részt. A házigazda és a szervezők bemutatkozása után, a mentorok és más kulcsszereplők kerülnek bemutatásra, tisztázásra kerül a rendezvény célja és elhangoznak a legfontosabb logisztikai útmutatók, szabályok.

Ez a bevezető lehetőség szerint ne legyen 60 percnél hosszabb és jusson idő bemelegítő (jégtörő) játékokra, humorra, lelkesítő jelenetekre, amik megadják a rendezvény alaphangulatát. Ebből a szempontból a rendezvény inkább hasonlít a tehetségkutató show-hoz, mint egy tudományos vagy szakmai konferenciához.

Az indító ülés arra is kiválóan alkalmas, hogy bemutatkozhassanak a főbb támogatók, helyet kapjanak a helyi politikusok és véleményvezérek és hallathasság hangjukat a helyi közösség tagjai és a szolgáltatások felhasználói. Ez utóbbiakat érdemes külön is megszólítani, színpadra hívni. Ahogy a záró előadások, ez a bevezető, bemutatkozó alkalom is érdemes lehet az online közvetítésre.



Az ötletek előadása (pitching)

Mi az a pitching? Milyen instrukciókkal lássuk el az ötletgazdákat? Milyen segítséget nyújtunk nekik a felkészüléshez? Mi a pitching funkciója a hackathon rendezvény szempontjából? Milyen hosszú legyen egy ötlet előadása?

A pitching egy rövid, egyszemélyes prezentáció aminek során az ötletgazda előadja tervének fő elemeit. A pitching célja minden esetben a figyelem, az érdeklődés felkeltése. A szociális hackathon rendezvényen a fő célkitűzés csapatok toborzása a résztvevők soraiból az ötlet megvalósítására.

Különböző módjai vannak az ötletek prezentálásának. A leggyakoribb formátum az amikor az ötletgazdát a szervezők felhívják a színpadra ahol 90 (esetenként 180) másodperc áll rendelkezésére az ötlet bemutatására mindenféle vizuális segédeszköz (slide, képek, poszter) használata nélkül. Ez a formátum általában nagyon jól működik, főleg ha az időkereteket sikerül szigorúan komolyan venni. Ha a résztvevők már tapasztaltabbak és részt vettek korábban hasonló rendezvényeken, akkor bátran lehet használni a szűkebb, 90 másodperces időkeretet.

Amikor azonban olyan résztvevőkkel dolgozunk, akik számára ez a módszer új, vagy olyanokkal, akiknek kommunikációs nehézségeik vannak, koruk, nyelvi akadályaik vagy fogyatékoságuk okán, akkor az időkeretet érdemes három percre kitolni.

A három perc meghaladását azonban semmilyen esetben sem ajánljuk. Bármelyik időkeretet is választjuk a szervezőknek nagyon szigorúnak kell lenni annak betartásánál, a mikrofonok elnémításával vagy az előadó félbeszakításával amint az idő lejár. Az egyik legjobb megoldás az, amikor egy kihelyezett kijelzőn egészen pontosan követni lehet az idő múlását és amint a számláló jelzi az idő leteltét egy karakteres hangjelzés szakítja meg az előadást.

A keretek szigorú tartása nagy segítséget jelent akkor, amikor 20-30 ilyen előadás is elhangzik egymás után. A megelőző, felkészítő események egyik programpontja lehet ezeknek a pitcheknek (prezentációknak) a gyakorlása tapasztalt szakember vezetésével.



Teamek alakítása

Miképpen toborznak csapatokat az ötletgazdák? Miképpen segíti a hackathon rendezvény a teamek megalakulását?

A rövid prezentációk alatt a szervezők nagy poszterekre jegyzetelik le filctollal az ötlet főbb elemeit. A prezentáció végeztével ezt a posztert az ötletgazda a kezébe kapja, amivel elvonulhat a terem egy kijelölt részére, felállítva a saját "standját".

Az összes ötlet rendelkezni fog egy ilyen standdal, az ötletgazda áll a posztere előtt és a terem hirtelen átalakul egy ötletvásár helyszínévé ahol a résztvevők körbejárják az egyes ötleteket, feltehetik kérdéseiket, és eldönthetik melyik teamhez csatlakoznak.

Csak azok az ötletek indulhatnak el a megvalósítás útján, amelyek elegendő teamtagot toboroztak a résztvevők soraiból. 100 fő résztvevő és 20 előadott ötlet esetén átlagosan 5 fős teamekkel számolhatunk. A teamek létszámának nem kell egyenlően megoszlania de kritériumként érdemes egy minimum létszámot meghatározni és azt is erősen megfontolandó leszögezni, hogy a teamtagoknak különböző szakterületekről kell érkezniük.

Ennek gyors megállapítására a résztvevők eleve előre meghatározott szerepekre regisztrálnak és a regisztráció során a szerepükhöz rendelt színű matricákat kapnak. Mindegyik szín egy-egy szerepet reprezentál. Pl. szakértő, közigazgatási dolgozó, felhasználó, civil szervezet, lakos, vagy lehetnek szakmai kategóriák is, mint IT, marketing, dizájn, stb.) A kategóriákat a hackathon rendezvény fő karaktere mentén érdemes kialakítani.

A teamek toborzására érdemes egy 2 órás időkeretet adni, ez alatt az idő alatt tapasztalataink szerint egy 100 fős rendezvényen megoldható a teamek megalakulása. A résztvevők azzal jelzik az adott ötletre való csatlakozásukat, hogy a színes matricájukat elhelyezik az adott ötlet kiakasztott poszterén. A szervezők ezt követően nagyon egyszerűen meg tudják állapítani, hogy összesen hány és hányféle matrica van a poszteren és ez alapján döntenek az adott projekt továbbbenedéséről.

Egy szociális hackathon rendezvény alkalmával, sokszor előfordul, hogy a teamek alakítását és magát a fejlesztést is erős érzelmi megnyilvánulások kísérik. A behozott problémák vagy a felvetett ötletek a szereplők hűsbavágó problémái vagy szívügyük és az intenzív fejlesztés egy heterogén közegben igen megterhelő lehet.

Ezt az intenzív dinamikát és a vele járó érzelmi megnyilvánulásokat a team munka és az innováció természetes részének tekinthetjük és azon kell dolgoznunk, hogy találjunk egy olyan közös nyelvet, ami mentén a nagyon eltérő háttérű emberek megtalálják egymással a hangot.

A szervezők feladata ennek biztosítása, facilitálással, támogatással és a teamek szoros követésével. A mentorok feladata erre is kiterjed, tehát nem pusztán szakmai tanácsadóként vannak jelen, hanem a közös munka kapcsolati dimenzióin is dolgoznak.

Amint a teamek kialakításra kerültek, a szervezők kihirdetik a résztvevő teamek végső listáját, és ez az a pont, ahonnan a fejlesztő munka hivatalosan elindulhat. Mindegyik teamnek rendelkeznie kell egy névvel, akkor is ha ez egyelőre csak egy munkanév, és a továbbiakban ezzel a névvel vesznek részt a rendezvényen.

Délután 5 órai kezdéssel számolva, mire a bevezető előadások, a prezentációk és a teamek megalakulása lezajlik addigra este 8-9 óra less. Erre az időpontra a teamek elfoglalják saját helyiségüket, sarkukat a rendezvény helyszínén, amit a maguk igényei szerint alakíthatnak és ami az elkövetkező két napban rendelkezésükre áll.

A fejlesztő munka, az ötletek kidolgozása

Miképpen zajlik a projektek fejlesztése? Hogyan dolgoznak a teamek?

A hackathon rendezvény alatt az idő legnagyobb része a projektek fejlesztésével telik. A 48 óra időtartamból kb. 40 óra az intenzív és folyamatos fejlesztő munkáról szól.

Hogy ez az intenzív munka zavartalanul folytatható legyen a teameknek saját tere van szüksége amit a saját igényeik szerint alakíthatnak. Ennek a helynek folyamatosan elérhetőnek kell Lennie számukra. Sokszor előfordul, hogy a teamtagok egymást váltva dolgoznak. Dizájnerek és a projekt menedzserek kialakítják a kereteket és megalkotják az elképzelés vázát napközben, míg az IT fejlesztők éjjel veszik át a munkát, amikor ők nyugodtabban tudnak dolgozni. Sokan a helyszínen aludnak akár hálózsákban a padlón vagy csak pár óra mennek haza vagy a szálláshelyükre.

Ha a rendezvény jól működik, a résztvevők nem alszanak sokat. Az éjszakai hackathon rendezvények alatt sokan arról számoltak be, hogy még ha le is feküdtek aludni pár órára folyamatosan a projektről álmodtak és nagyon korán felébredtek és folytatták a munkát.

Mindezek miatt az is nagyon fontos, hogy megfelelő rekreációs lehetőségeket biztosítsunk a rendezvényen. Pin-pong asztal, beltéri és külső sportolási lehetőségek és a rengeteg kávé állandó kísérői a hackathon rendezvényeknek ahogy a megfelelő étkezés is. Reggeli torna, facilitált szünetek, játékok, szórakoztató gyakorlatok tudják csökkenteni az intenzív munka feszültségét.

A résztvevők talán elhozzák gyerekeiket, házi kedvenceiket vagy idősebb családtagjaikat, ami a tapasztalataink szerint jelentősen hozzájárulhat a rendezvény sikeréhez. Nem pusztán azért, hogy a jelenlétük erősíti a rendezvény közösségi jellegét, hanem azért is mert számos projekt, ötlet éppen a közösséget, gyerekeket, időseket célozza és az ő jelenlétük sokat segíthet ezeknek az ötleteknek a validálásában.

A fejlesztő munka támogatására készülnek a mentorok eszközei. Apró feladatokkal, mérföldkövek kijelölésével és a teamek ismételt látogatásával támogatják a mentorok a munkát. Észtországban az ismert vállalkozásfejlesztő modellek adaptált változatát használtuk és a dizájn gondolkodás megközelítés adta a fejlesztő munka keretét. Nagyon fontos, hogy az ezekhez a modellekhez tartozó eszközök, adatlapok már a rendezvény előtt rendelkezésre álljanak és a résztvevők a fejlesztő munka kezdetén megtanulják használni őket.

A fejlesztő munka kezdete előtt, időt kell adni a teameknek arra, hogy megismerjék egymást, tisztázzák a teamen belüli szerepeket és kompetenciákat, és kialakítsanak egy saját belső nyelvet.

Az ellenérző pontok, mérföldkövek alkalmával a mentorok konstruktív visszajelzést adnak a fejlesztő munka haladásáról, ami nagy segítséget jelent abban, hogy a célok reálisan elérhetőek legyenek és megtörténjenek a szükséges változtatások ha ez veszélybe kerül.



Projekt előadások, a zárórendezvény

A rendezvény 3. Napján délután 2 órától az összes résztvevő ismét a plenáris ülés termében találkozik, hogy meghallgassák a csapatok záró előadásait. Az egyik legnagyobb különbség az IT hackathonon és a szociális hackathonok között az elvárt eredmények tekintetében van. Egy IT hackathon általában valamilyen prototípus szoftver, hardver, vagy legalább egy mock-up bemutatásával végződik, ami rendszerint már közel áll egy elfogadható termék állapotához.

A szociális hackathonok egy komplexebb környezetben zajlanak, a legtöbb ötlet, elképzelés túlságosan sokdimenziós és sokszereplős ahhoz, hogy pusztán pár óra kódolással, programozással meg lehetne oldani. Makacs társadalmi problémák komplex válaszokat igényelnek melyek sok szereplőt érintenek. Társadalmi kérdések kezelése ráadásul a legtöbb esetben egy szigorúan szabályozott, a közszféra által dominált terület sajátja, ahol adatvédelmi, személyiségi jogi kérdések nehezítik a gyors haladást illetve sokkal nagyobb a szereplők felelőssége és a közvélemény óvatossága. A közszféra viszonyai abban a közgazdászvállalás hajlandósága tekintetében jelentősen eltérnek a magánszférától.

Másrésről viszont azzal, hogy a hackathon módszerét valódi társadalmi és környezeti problémák megoldására használjuk lökést adhat a start-up szektornak is, elmozdítva a hangsúlyokat a fotómegosztó applikációk és randioldalak működtetéséről valódi problémák felé, ahol a gyors, innovatív és kreatív fejlesztési módszerek jobban hasznosulhatnának.

A szociális hackathonok záró projektbeszámolóit jobbra még mindig koncepciók. Néha konkrét, részletes tervek vagy akár kész termékek, máskor stratégiai elképzelések, melyek a 48 órás intenzív fejlesztést követően kelhetnek életre. A rendezvény igazi hozzáadott értéke a közös alkotás, a nagyon különböző háttérrel érkező emberek találkozása és erőfeszítése arra, hogy együtt létrehozzanak valamit, amit egyenként egyikük sem lenne képes létrehozni.

A záró előadások leginkább arról szólnak, hogy demonstrálják a csapatban rejlő lehetőséget az előadást remélhetőleg hallgató döntéshozók, befektetők, szabályozók és a közvélemény előtt.

A szociális hackathonok másik előfeltétele a nyitottság nem csak a résztvevők hanem a szabályozók, önkormányzatok és állami szervek részéről, a közösség oldaláról. Innováció nem lehetséges változás nélkül, új ötletek csak akkor tudnak életre kelni ha van terük a tárgyalásra, a változtatásra és a közösség meglévő energiái akkor tudnak életre kelni ha ezek a változások reálisan be is következhetnek vagy legalábbis nem állja útját adminisztratív vagy hatalmi akadály saját kezdeményezések végrehajtásának. A szociális hackathon az alulról jövő kezdeményezések előmozdítója de csak egy olyan közegben tud érvényesülni ahol erre létező igény, megrendelés van.

Amikor az egyes ötletek és megoldási javaslatok egy zsüri által értékelésre kerülnek akkor a zsüribe érdemes pont azokat a kormánytisztviselőket, helyi önkormányzati vezetőket, befektetőket meghívni akiktől leginkább ezeknek a projekteknek a felkarolását vagy engedélyezését várjuk. Ha ők is részesévé válhatnak a közös alkotásnak, később könnyebben válnak nyitottá és befogadóvá az ilyen alulról jövő kezdeményezések felé.

A zárórendezvény kiemelten fontos eleme, hogy hagyjunk időt magunknak az ünneplésre. Zárjuk a rendezvényt díjak átadásával, szórakoztató show elemekkel, közös ünnepléssel ami a résztvevők és az általuk végzett robotmunka ünneplése. Az egész rendezvény alkalmával fontos, hogy a résztvevők ne passzív nézőként hanem aktív szereplőként legyenek jelen és ez érvényesüljön a zárórendezvényen is. Minden csapat jelenlen meg a színpadon, készüljenek fotók, videointerjúk velük, bátorítsuk a résztvevőket a közösségi médián történő megosztásra, hozzunk létre a rendezvényhez köthető hashtageket (#) és hagyjunk időt az ismerkedésre, kapcsolatépítésre.

Felhasználók bevonása

Hogyan vonjuk be a közösség hátrányos helyzetű, sérülékeny tagjait, a szociális és egészségügyi szolgáltatások felhasználóit a szociális hackathon rendezvényekbe?

A szociális és egészségügyi szolgáltatások igénybevevőinek bevonása a fejlesztői folyamatba komplex ugyanakkor proaktív megközelítést igényel már az előkészítés fázisában is. A helyszínen és az utánkötés során pedig támogatást kell nyújtanunk a résztvevőknek.

Tapasztalataink szerint az előzetes személyes találkozások nagyon fontosak ennél a célcsoportnál, amikor lehetőségünk nyílik arra, hogy bizalmat ébresszünk magunk és a rendezvény iránt.

Szintén fontosak az előzetes események. Ezeken demonstrálhatjuk a felhasználóbarát és akadálymentes környezetet és azt, hogy milyen fontosnak tartjuk a célcsoport bevonását a fejlesztő munkába.

A szolgáltatások igénybevevőivel folytatott kommunikációs során érdemes előnyben részesíteni a storytelling (történetmesélés) technikákat, a saját narratívák érvényesülését. Ez a nagyon személyes kommunikációs mód közelebb vihet bennünket ahhoz hogy elérjük és bevonjuk a szolgáltatások felhasználóit anélkül, hogy elijesztenénk őket az absztrakt szakmai és technológiai nyelvezettel.

Akadálymentesítés

Az együttműködés különböző segítő szakemberekkel és tapasztalati szakértőkkel hozzájárulhat ahhoz, hogy a szociális hackathonok szervezése során minden fontos akadálymentesítéssel kapcsolatos problémát számításba vegyünk. Az akadálymentesítés szempontjainak érvényesülniük kell a kommunikáció során, az önkéntesek bevonásánál, és a fizikai környezet kialakításánál.

A szervezéssel foglalkozó team összes tagjának fontos szerepe van az akadálymentesítés biztosításában. A teamtagok, beleértve az önkénteseket is, felkészítéssel vesznek részt az akadálymentességről aminek során világossá teszik, hogy annak biztosítása minden egyes teamtag közös felelőssége. Kezdve a rendezvény honlapjának kialakításától, a különböző kommunikációs anyagok tartalmán keresztül, az akadálymentesítést szolgáló eszközök beszerzéséig a szervezési folyamat legelején tisztázni szükséges, miképpen fognak az akadálymentesítés szempontjai érvényesülni.

Észtországban, az akadálymentesítés biztosítására önkénteseket vontunk be a www.helpific.com és a www.vabatahtlikud.ee platformok segítségével, akik a fogyatékossgal élő résztvevőket segítették a különböző helyzetekben.

A honlapon ajánlott külön szekció létrehozása az akadálymentesítés kérdéseiről. Az a szekció jól látható helyen kell legyen, például a fő menüsorban. Fontos, hogy a weboldal látássérült emberek számára is elérhető legyen, ennek a szempontnak már az oldal fejlesztése során előtérbe kell kerülnie. A rendezvény során ajánlott jelnyelvi tolmács alkalmazása a hallássérült emberek részvételének elősegítésére.

Az írott anyagok, információk könnyen érthető változatát érdemes mind az online mind a nyomtatott kommunikációs eszközökön szerepeltetni. Érdemes megfontolni nagyobb betűméret (16-os Ariel betűtípussal) használatát.

A különböző videókat feliratokkal kell ellátnunk, ha van lehetőségünk rá, jelnyelvi tolmács szerepelhet a videó sarkában. A rendezvény helyszínén braille nyelven kihelyezett útbaigazító táblákat helyezhetünk el, és külön gondot kell fordítanunk arra, hogy jól észrevehető táblákat, jeleket, feliratokat helyezzünk el

mindenhol.

Az akadálymentesítés kapcsán a következő kérdésekre kell választ adnunk:

- Akadályozza-e bármi (pl. lépcső) a rendezvény helyszínének elérését?
- A mosdók elérhetőek-e fogyatékossgal élő emberek számára?
- Rendelkezésre állnak parkolóhelyek mozgássérültek számára?
- A folyosók és átjárók az épületen belül elérhetőek?
- A plenáris ülések és találkozók helyszínén biztosítottunk-e helyet kerekesszékek számára?
- Van-e lehetőség arra, hogy indukciós loop segítségével tegyük követhetővé a rendezvényt hallássérültek számára?
- Tudjuk-e biztosítani az ingyenes részvételt a személyi segítőik és jeltolmácsok részére?
- Milyen kommunikációs csatornákon (telefon, e-mail) kaphatnak tájékoztatást a résztvevők az akadálymentességgel kapcsolatos kérdésekben?



Adatkezelés

Hogyan kezeljük a rendezvény kapcsán összegyűjtött adatokat úgy, hogy azok megfeleljenek az adatvédelmi alapelveknek?

Ahhoz, hogy a rendezvény kapcsán összegyűjtött adatokat felelős módon tudjuk használni egy előre elkészített adatkezelési szabályzatra van szükségünk.

Egy ilyen szabályzatnak ki kell térnie arra:

- Milyen személyes adatokat fogunk gyűjteni
- Milyen módon gyűjtjük ezeket az adatokat
- Milyen célból gyűjtjük az adatokat
- Azoknak a személyeknek és szervezeteknek a listája, akik hozzáférhetnek az általunk gyűjtött adatokhoz
- Milyen módon kérhetjük adataink törlését
- Az összegyűjtött adatok archiválásának módja és időtartama

A résztvevőknek explicit módon hozzá kell járulniuk ehhez az adatkezelési módhoz. A weboldalon vagy a közösségi media felületein ez megoldható online, a hackathon rendezvényeken pedig érdemes a regisztráció során az előre kinyomtatott beleegyező nyilatkozatot aláírni.





Open data, statisztikák használata a hackathon rendezvényen

Open data, statisztikák használata a hackathon rendezvényen

Miképpen támogathatjuk a teamek munkáját elérhető statisztikákkal, adatokkal?

A hackathon témájával kapcsolatosan elérhető adatok, statisztikák, tanulmányok, tudományos bizonyítékok és kutatási eredmények felhasználása jelentősen növelheti a rendezvény hatásosságát.

A felkészülés időszakában érdemes alapos kutatómunkát végezni milyen adatok, statisztikák, információk állnak rendelkezésre az adott témáról vagy földrajzi térségről. Ezeket az információkat szisztematikusan összegyűjtve kinyomtatva vagy online formátumban elérhetővé tehetjük a hackathon résztvevői számára.

Amikor a teamek az általuk javasolt megoldásokon dolgoznak, ezekre az adatokra kell támaszkodniuk. Sok résztvevő nem szakemberként hanem személyes élményein keresztül vesz részt a munkában ezért megoldási javaslatok is leginkább személyesek. Ahhoz, hogy ezeket rendszerszinten, a közszolgáltatások szintjén is értelmezni lehessen tudnunk kell az egyéni történeteket szélesebb kontextusba helyezni. Ebben tudnak nagy segítségünkre lenni a térségről szóló összefoglaló adatok, statisztikák, a meglévő szolgáltatások listája, adatbázisok, tanulmányok és kutatási eredmények, korábbi projektek eredményei. Ez a kontextualizáció szükséges ahhoz is, hogy az egyes ötletek elérjék a döntéshozók, befektetők szintjét.

Fontos, hogy ezek az adatok, információk visszaköszöjenek a záró előadásokban és mind a zsüri mind pedig a mentorok külön odafigyeljenek ennek a dimenzióknak a meglétére.



Szakpolitikai nézőpontok

Hogyan lehet a szociális hackathon rendezvénynek mérhető hatása?

A hagyományos IT hackathonok résztvevői rendszerint piacot keresnek az újonnan fejlesztett termékeik és szolgáltatásaik számára, és befektetőik ezt a piacra lépést gyorsíthatják fel számukra.

A szociális hackathonok keretein belül mi inkább szakpolitikai perspektívákban gondolkodunk, a közsféra intézményeit, helyi önkormányzatokat, kormányzati szerveket célunk meg, akik vagy az adott célcsoport ellátásáért felelősek vagy a szakterület szabályozásáért. Természetesen arra is van lehetőség, hogy a hackathon során kidolgozott kezdeményezések civil szervezet, társadalmi vállalkozás vagy akár piaci cég formájában folytassák működésüket.

Ahhoz, hogy a hackathonon sikeres projektek tovább tudjanak lépni és eredményeiket a mérhető társadalmi hatás szintjére emeljék be kell illeszteniük ezeket a projekteket a helyi vagy akár az országos szakpolitikai fejlesztések áramába. A mi tapasztalataink azt mutatják, hogy ez nagyon ritkán történik meg egyedi projektekkel. Azonban ha sikerül feltárni a hackathon rendezvényen megszületett megoldások közötti kapcsolódásokat, különösen akkor, amikor ezek a megoldások egy adott földrajzi térség vagy közösség viszonyaira koncentrálnak, akkor képesek lehetünk nagyobb léptékben gondolkodni és cselekedni.

A szakpolitikai szint eléréséhez a hackathon rendezvények önmagában nem elegendőek. Szükség van egy olyan támogató ökoszisztémára, aminek a rendszeresen megtartott szociális hackathon rendezvények részét képezik azonban az ott újtukra indult projekteket végig lehet kísérni a fejlesztés további útjain amíg azok már szakpolitikai szinten is láthatóvá válnak. Ilyen támogató ökoszisztémák már sok olyan országban kéteznek, ahol a szociális innovációnak megvan a kialakult infrastruktúrája. Azonban a legtöbb helyen, a szociális hackathonok szervezői úttörőként vannak jelen. Ebben a helyzetben a szervezőknek extra erőfeszítéseket kell tenniük, hogy a sikeres projekteket összekössék a helyi döntéshozókkal, önkormányzatokkal, befektetőikkel, a meglévő szolgáltatások képviselőivel.



Infokommunikációs eszközök használata

Milyen szerepet tölthetnek be az infokommunikációs eszközök a szociális hackathon rendezvényeken?

Észtország egy fejlett digitális társadalom ahol az internet alapú megoldások megszokottnak számítanak.

Az otthonról végzett munka, online eszközök használata a team kommunikációban megszokottnak számítottak az országban már a Covid-19 pandemic krízist megelőzően is.

Egy szociális hackathon rendezvényen a résztvevők nem ritkán egymástól távoli településekről, jönnek így az infokommunikációs eszközök használata elengedhetetlen lesz a hackathont követően vagy online hackathonok esetén a rendezvény alatt is.

A teamek és projektjeik továbbélésének egyik záloga, hogy a 48 órás rendezvény után is biztosított legyen a kapcsolattartás lehetősége.

A mi rendezvényeinken megfordult teamek számos kommunikációs eszközt használtak:

- Skype, ZOOM MS team, Google meet a videohívásokra
- Zárt Facebook csoportok a team kommunikációra
- Facebook oldalak a brandépítésre és a külső kommunikációra
- Messenger szolgáltatás üzenetküldésre
- Basecamp, Slack, Monday.com, Toggl a projektek menedzselésére
- Google forms online kérdőívek készítésére
- Dropbox, Google Drive, WeTransfer fájlok megosztására
- Okostelefonok applikációi (Whatsapp) a kommunikációra

Érdemes megfontolni saját eszközök fejlesztését is.

Az észt pilotprojekt keretében partnerünk a Helpific MTÜ olyan speciális funkciót fejlesztett a platformján, melynek segítségével fogyatékossgal élő emberek könnyebben részt vehetnek a hackathonhoz hasonló rendezvényeken előre gondolkodva a szükséges személyi asszisztenciáról és egyéb támogatásról.

Meg kell jegyeznünk azonban, hogy a speciális igényel bíró célcsoportok bevonása a fejlett technológiai eszközök mellett továbbra is igényel jelentékeny személyes kommunikációt, találkozást és egy bizalmi kapcsolat kiépítését.

A várható hatás mérése

Különböző módon mérhetjük a szociális hackathon rendezvények hatásosságát. Az azonban nagyon fontos, hogy bármelyik mérési módszert választjuk azok a rendezvény előtt kerüljenek kiválasztásra és tartsuk magunkat az előre felállított indikátorokhoz.

A leginkább átlátható módja a hatás mérésének az, ha azt nem mi végezzük hanem harmadik, a rendezvény szervezésében és lebonyolításában nem érintett felet bízunk meg a monitorozással. Ebben érdemes egyetemekkel, kutatóközpontokkal és független auditáló szervezetekkel együttműködni.

Fontos ugyanakkor a saját értékelésünk is, amit a különböző szereplőkkel közösen végezhetünk el.

Érdeemes a rendezvény kapcsán mind rövid, mind pedig hosszú távú indikátorokat felállítani és ezeket az indikátorokat mikro, mezzo és makro szinten is mérni.

A rövid távú indikátorok lehetnek azok, melyeket szinte azonnal, a helyszínen mérni tudunk:

- A regisztrált résztvevők száma,
- A résztvevők sokszínűsége, kor, nem, földrajzi hely, szakmai háttér, szakértelem alapján,
- A bevont szereplők és partnerek száma,
- A bemutatott ötletek száma és a hackathon rendezvényen fejlesztett projektek száma
- Díjazottak, és azoknak a projekteknek a száma melyek képesek voltak a rendezvényt követően magasabb szintre lépni

Ezek az indikátorok már alkalmasak lehetnek egy nagyobb léptékű hatás kimutatására ugyanis amennyiben sikerült nagyszámú, különböző hátterű embert bevonni, akik értékelhető megoldási javaslatokkal álltak elő és azokat sikerrel végig is vitték az intenzív fejlesztési folyamaton akkor minden bizonnyal elmondhatjuk, hogy sikerül a térségben meghonosítani a co-creation (közös alkotás) módszerét, ami jelen pillanatban nagyon kevés közszolgáltatás fejlesztésénél van jelen.

Sokkal fontosabbak azonban a hosszú távú indikátorok, melyek a szakpolitikai szinten is érzékelhető változásokra utalnak. Ilyen indikátorok lehetnek:

- Az olyan projektek száma, melyek sikerrel beépültek a helyi közszolgáltatások körébe vagy közfeladatot ellátó nem-kormányzati szolgáltatásként működnek tovább, vagy piaci alapon azonban a helyi lakosság számára elérhető/megfizethető módon működnek.
- Azoknak a projekteknek a száma melyek sikerrel újították meg egy-egy létező szolgáltatás működését mérhető költségcsökkenést, vagy nagyobb eredményességek elérve ezáltal.
- Azok a projektek, melyek innovációs projektként önállóan tudták folytatni a tevékenységüket érzékelhetően hozzájárulva a térség szolgáltatási palettájához.
- A helyi döntéshozatalra, fejlesztéspolitikára tett hosszútávú hatás

Az észt pilot projekt következtében az öt érintett helyi önkormányzat egyhangúlag döntött úgy, hogy a szociális hackathonok módszerét beépítik fejlesztési módszereik köré. 2020-tól kezdődően, évente szerveznek ilyen rendezvényeket a térségben immár saját forrásból az Európai Unió támogatása nélkül. Más észt helyi önkormányzatok is kifejezték érdeklődésüket a módszer iránt, szociális hackathon rendezvényt szerveztek 2020 végén az ország második legnagyobb városában Tartu-ban is. Ugyanebben az évben egy újabb fejlesztési projekt keretében magyarországi és romániai partnerek vették át a módszerünket és készítettek képzési anyagokat a tapasztalainkat felhasználva. Az észt Köztársasági Elnök 2019-ben a leginkább kreatív kezdeményezés díját adta teamünknek.

Hivatkozások

Hivatkozások:

- Akhilesh, K.B (2017). Co-Creation and Learning. Concepts and Cases. Springer India
- Almirall E., Lee M., & Wareham J. (2012). Mapping Living Labs in the Landscape of Innovation Methodologies. Technology Innovation Management Review September 2012.
- Ballon P. and Schuurman D. (2015) 'Living Labs: Concepts, Tools and Cases', info, Vol. 17 Issue: 4.
- Bergvall-Kareborn, B. and Stahlbrost, A. (2009). 'Living Lab: An Open and Citizen-Centric Approach for Innovation. International Journal of Innovation and Regional Development', 1(4): 356–370.
- Bugge, M. et al. (2011). 'Measuring Public Innovation in Nordic Countries'. Oslo: Nordisk Innovasjon
- Dutilleul B., Frans A. J., Birrer F. & Mensink W. (2010). Unpacking European Living Labs: Analysing Innovation's Social Dimensions. Central European Journal of Public Policy – Vol. 4 (1).
- Haurinen A. (2015). 'Living lab value creation: an ecosystem point of view.' University of Oulu; faculty of technology. Master thesis.
- Leminen, S., Westerlund, M., and Nyström, A. (2012). 'Living Labs as Open-Innovation Networks'. Technology Innovation Management Review, 2 (9), pp. 6-11.
- Lehmann, V., Frangioni, M., and Dubé, P. (2015). 'Living Lab as Knowledge System: An Actual Approach for Managing Urban Service Projects?', Journal of Knowledge Management, Vol. 19 Issue: 5, pp.1087-1107.
- Logghe, S. and Schuurman, D. (2017). 'Action Research as a Framework to Evaluate the Operations of a Living Lab'. Technology Innovation Management Review, 7(2) 35–41.
- Mulgan, G. et al (2007). Social innovation: What it is, Why it matters and how it can be accelerated. The young Foundation.
- Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations (4th ed.). New York: The Free Press.
- Schumacher, J. (2014) Alcotra Innovation project: Living Labs. Definition, Harmonization Cube Indicators & Good Practices. Deliverable 3.1. Alcotra report.
- Schuurman, D., De Marez, L., and Ballon, P. (2016). 'The Impact of Living Lab Methodology on Open Innovation Contributions and Outcomes'. Technology Innovation Management Review, 1(6): 7–16.
- Veeckman, C., Schuurman, D., Leminen, S., and Westerlund, M. (2013). 'Linking Living Lab Characteristics and Their Outcomes: Towards a Conceptual Framework'. Technology Innovation Management Review, 3 (12), pp. 6-15.
- Kaartinen, S. & Linnapuomi, A. (2015). Tapahtumia kaikille! Opas saavutettavan kulttuurifestivaalin järjestämiseen Kulttuuria kaikille teenuse julkaisuja. Kulttuuria kaikille – palvelu / Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry, Finland Festivals ry ja Lasipalatsin Mediakeskus Oy