



PedPilots - Ghid de învățare autodirijată pentru cadre didactice

2024-1-HU01-KA220-SCH-000250549



Finanțat de
Uniunea Europeană

PedPilots – „Formare pentru cadre didactice”

Unitate de învățare 11.

Activități de diseminare

RO

„Finanțat de Uniunea Europeană. Informațiile și declarațiile prezentate în acest document reprezintă opiniile autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat opinia oficială a Uniunii Europene sau a Fundației Tempus. Nici Uniunea Europeană, nici autoritatea finanțatoare nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.”

Cele 12 capitole ale caietului nostru de lucru sunt disponibile pe site-ul web al proiectului, de unde pot fi descărcate și utilizate gratuit. Recomandăm Genially ca resursă didactică digitală, care poate fi utilizată independent.



<https://www.pedpilot.eu/>



<https://view.genially.com/6885f7076f6692a268885f03>

11. Activități de diseminare

Introducere

În acest capitol, vom explica conceptul de diseminare, semnificația și rolul său în diverse proiecte educaționale, comunitare și de finanțare. Vom arăta cum cunoștințele, rezultatele și experiențele dobândite în timpul proiectului pot fi împărtășite cu alții într-un mod țintit.

Scopul acestui capitol este de a ajuta cititorii să:

- înțelege esența și scopul diseminării
- recunoască care ar putea fi grupurile țintă ale unei activități de diseminare
- învâța principiile și instrumentele unei diseminări eficiente
- și să fie capabili să creeze un plan simplu de diseminare pentru un anumit proiect.

Capitolul include dobândirea de cunoștințe teoretice, analiza de exemple practice și sarcini de proiectare, asigurând astfel aplicabilitatea imediată a ceea ce s-a învățat.

Obiective

Dezvoltarea abilităților de urmărire a muncii și de reflecție

- Prelucrarea experiențelor și pregătirea rapoartelor → gândire structurată, abilități de comunicare
- Activități de diseminare (partajarea și răspândirea experiențelor) → abilități de prezentare, competențe digitale
- Dezvoltarea gândirii reflexive (prelucrarea întrebării „De ce a meritat?”) → gândire critică, abilități de evaluare

Timp alocat

45 de minute

Rezultate ale învățării

1. Sarcini profesionale, cunoștințe științifice de specialitate
2. Planificarea proceselor pedagogice, auto-reflecție legată de implementarea acestora
3. Măsurare, evaluare (evaluarea și analiza proceselor și a dezvoltării personale a elevilor, evaluare personalizată, analiza și utilizarea rezultatelor evaluării, obiectivă și clară)
4. Comunicare, gestionarea conflictelor (cooperare, rezolvarea problemelor, menținerea relațiilor, respectarea regulamentelor, comunicare autentică, acceptarea feedback-ului, capacitatea de a convinge și de a fi convins)

Materialul expus prin exerciții practice

I. Ce este diseminarea și de ce este importantă?

1.1 Scurtă descriere

Diseminarea este un proces conștient și planificat în care cunoștințele, rezultatele și experiențele dobândite în cadrul proiectului sunt împărtășite grupurilor țintă adecvate, în scopul creșterii vizibilității și impactului.

Diseminarea eficientă se bazează pe un plan de comunicare și nu începe la sfârșitul proiectului: încă de la început, luăm în considerare cine, ce, când, cum și prin ce canale merită să comunicăm.

La începutul proiectului, atunci când planificăm diseminarea, trebuie să stabilim întotdeauna:

Ce împărtășim?

Materiale didactice, metodologie, instrumente, bune practici, rezultate ale cercetării, experiență de măsurare.

Cu cine?

Colegi, elevi, părinți, conducerea școlii, întreținători, comunități profesionale, comunități locale, parteneri internaționali.

Cum?

Prelegeri, ateliere, bloguri, buletine informative, postere/infografice, videoclipuri, rețele sociale, prezentări la conferințe, apariții în presă.

1.2 Ce înseamnă diseminarea?

Diseminarea înseamnă că nu lăsăm cunoștințele, informațiile, experiența sau rezultatele să se prăfuiască într-un sertar, ci le transmitem în mod intenționat și sistematic celor care pot beneficia de ele. Cuvintele cheie de reținut în timpul diseminării sunt practicitatea, comprehensibilitatea, accesibilitatea și reutilizabilitatea.

1.3 Când o folosim cel mai des?

În proiectele educaționale: împărtășirea lecțiilor, modulelor, metodelor și instrumentelor de evaluare.

În situații de cercetare și dezvoltare: publicarea rezultatelor experimentale, a protocoalelor de măsurare, a experiențelor pilot.

În programe internaționale (de exemplu, Erasmus+): pachete de lucru (WP), rezultate intelectuale (IO), vizibilizarea celor mai bune practici ale partenerilor în mai multe limbi.

1.4 De ce este importantă diseminarea?

1) Partajarea cunoștințelor

Un element foarte important al diseminării este partajarea cunoștințelor: nu doar publicăm materialele, ci și transmitem experiența noastră într-un mod ușor de utilizat de către alții. Acest lucru înseamnă că descriem circumstanțele, pașii, instrumentele necesare și chiar și capcanele, și atașăm materiale specifice de sprijin (șabloane, ghiduri, rubrici). În acest fel,

rezultatele continuă să existe și se răspândesc: ele nu se opresc la sfârșitul proiectului, ci sunt preluate, încercate și dezvoltate de alții. Feedback-ul duce la învățarea comună: vedem ce funcționează în altă parte și perfecționăm metoda în consecință. O bună partajare a cunoștințelor este documentată în mod clar, clarifică termenii de utilizare (de exemplu, CC BY), o leagă de obiective măsurabile (descărcări, adoptare, rezultate ale elevilor) și oferă întotdeauna următorul pas („descărcați-o de aici, încercați-o la scară mică”). În acest fel, ideile locale devin valori comune, iar greșelile servesc ca lecții utile.

2) Vizibilitate și recunoaștere

În diseminare, vizibilitatea și recunoașterea înseamnă că munca noastră este ușor de găsit, de înțeles și credibilă pentru grupurile noastre țintă — și că comunitatea reflectă acest lucru. Vizibilitatea nu înseamnă doar mai multe postări: înseamnă mesaje clare, o bună selecție a canalelor (site web, buletin informativ, presă, social media) și ajutoare vizuale (infografice, videoclipuri scurte) care dezvăluie rapid beneficiile și modul de adoptare a acestora. Recunoașterea nu înseamnă doar laude: înseamnă încredere, invitații și colaborări care confirmă că merită să continuăm și să extindem impactul. Merită să ne bazăm pe fapte (rezultate, exemple citabile), să lucrăm cu o imagine consistentă și să măsurăm (acoperire, descărcări, adaptare, feedback). În același timp, evitați autopromovarea: rămâneți bazat pe fapte și incluziv și acordați spațiu vocilor elevilor și partenerilor. La sfârșitul unei bune practici, includeți întotdeauna pașii următori: unde poate fi accesat materialul, pe cine să contactați, cum să vă implicați.

3) Sustenabilitate

Sustenabilitatea în diseminare înseamnă că impactul proiectului nu dispare după finalizarea acestuia. Ceea ce am creat – metode, instrumente, materiale didactice – nu ar trebui să fie doar o acțiune punctuală, ci ar trebui să rămână accesibil, ușor de înțeles și transferabil

altora. Prin urmare, este important ca materialele să nu rămână pe un stick USB, ci să fie organizate și recuperabile (de exemplu, cu instrucțiuni, detalii de contact și persoane de contact). Sustenabilitatea înseamnă, de asemenea, că ar trebui să existe cineva care să continue munca, astfel încât totul să nu depindă de entuziasmul unei singure persoane. Dacă alți profesori, alte clase sau chiar alte instituții pot utiliza și încorpora proiectul, atunci acesta nu mai este o acțiune unică, ci o schimbare reală și durabilă. Acest lucru arată, de asemenea, partenerilor și susținătorilor că munca nu a fost doar spectaculoasă, ci va rămâne semnificativă.

4) Construirea comunității

Puterea de construire a comunității a diseminării constă în faptul că aceasta nu se limitează la „transmiterea” cunoștințelor într-o singură direcție, ci creează conexiuni în jurul acesteia. Când împărtășim o metodă cu un șablon, un videoclip scurt și detalii de contact, începe un dialog: apar întrebări, vin idei și se organizează încercări comune. Astfel se formează o rețea profesională (profesori, elevi, parteneri, comunitate locală), în care feedback-ul nu este critică, ci învățare comună. Comunitatea este puternică atunci când sunt vizibile o varietate de voci: citate ale elevilor, exemple ale partenerilor, adaptări. Merită să se deschidă „locuri de întâlnire”: dosare deschise, scurte conversații online, mini-ateliere trimestriale – și să se urmărească fiecare dintre ele (persoana de contact, data, linkul). Semne măsurabile: noi membri, editori de documente partajate, numărul de evenimente comune. Efectul final al diseminării construirii comunității: proiectul nu se încheie, ci devine o cauză comună – în mai multe instituții, din multiple perspective, consolidându-se reciproc.

5) Motivația

Motivația este importantă în diseminare, deoarece întregul proces se bazează pe energia umană. Când împărtășim un rezultat și primim feedback semnificativ – interes, recunoaștere,

invitații, dorința de a adopta – aceasta întărește convingerea participanților că ceea ce au făcut este semnificativ. Acest lucru este deosebit de important pentru elevi și profesori: dacă este clar că munca lor nu a existat doar la nivel intern, ci este considerată utilă și de către alții, acest lucru le conferă încredere în sine și respect de sine profesional. Motivația menține impulsul: există o șansă mai mare ca echipa să dezvolte în continuare materialul, să se angajeze într-un nou proiect sau chiar să inițieze ceva într-un alt domeniu. Este important și din punct de vedere extern: declarațiile autentice și entuziaste (de exemplu, citate ale elevilor, experiențe personale) sunt mult mai convingătoare decât un raport sec. Pe scurt, motivația nu este „plăcută”, ci este combustibilul. Când oamenii sunt mândri de ceea ce au creat, nu numai că se laudă cu asta, ci merg mai departe.

1.5 Mini listă de verificare

1. Partajarea cunoștințelor

- Se notează ce am făcut (nu doar că a fost „un succes”).
- Pașii sunt clari: cum poate fi repetat?
- Am adăugat instrumente/șabloane/documente model specifice.
- Am menționat dificultățile/capcanele, nu doar aspectele pozitive.

2. Vizibilitate și recunoaștere

- Este clar de ce această muncă este valoroasă (nu neapărat „mare”, dar utilă).
- Am publicat-o pe un canal unde publicul țintă poate avea acces la ea.
- Conține date, fapte și rezultate concrete – nu doar laude.
- Sunt reprezentate opiniile mai multor actori (de exemplu, elevi, profesori, parteneri), nu doar „opinia conducerii”.

3. Construirea comunității

- Am oferit o modalitate de a da feedback/pune întrebări (contact, link, oportunitate).
- Nu m-am limitat la a prezenta, ci am invitat și pe alții să încerce/să se alăture.

- Vor urma acțiuni de follow-up: folder partajat, scurt check-in online, o altă întâlnire.
- Nu leg totul de o singură persoană, ci de o rețea.

4. Sustenabilitate

- Materialul va rămâne accesibil ulterior (nu doar pe un stick USB sau într-un chat privat).
- Există o persoană desemnată care știe: „dacă cineva pune o întrebare, cine va răspunde?”
- Materialul este ușor de înțeles chiar dacă nu îl explic în direct.
- M-am gândit că și alte instituții ar putea să îl adopte (nu este specific unei anumite locații).

5. Motivație

- Include lucrurile de care putem fi mândri – și munca CUI suntem mândri.
- Are un ton/o experiență personală, nu este doar un text oficial.
- Participanții primesc feedback că munca lor contează.
- Există un „pas următor” clar, care oferă impuls (ce vom face cu asta mâine?).

6. Practicitate/calitate

- Limbajul este clar, fără jargon.
- Este clar cui se adresează (profesorilor? elevilor? administratorilor?).
- Există o dată/informații de contact/link – cu alte cuvinte, este utilizabil.
- Formatul (de exemplu, poster, videoclip, atelier, buletin informativ) corespunde conținutului.

Exerciții de verificare

1. Ce înseamnă diseminare?

- A) Închiderea administrativă a unui proiect
- B) Evaluarea cursanților la sfârșitul proiectului
- C) Partajarea cunoștințelor, rezultatelor și experiențelor dobândite cu alții
- D) Selectarea participanților pentru un nou proiect

✓ Răspuns corect: C

2. De ce este importantă diseminarea în timpul unui proiect?

- A) Pentru că este un element obligatoriu al fiecărui proiect
- B) Pentru că este singura modalitate de a obține mai multe finanțări
- C) Pentru că ajută la ascunderea deficiențelor proiectului
- D) Pentru că permite altora să învețe din rezultatele proiectului și asigură durabilitatea impactului acestuia

✓ Răspuns corect: D

3. Care dintre următoarele NU este considerată o activitate de diseminare?

- A) Prezentarea rezultatelor proiectului la o ședință a facultății
- B) Scrierea unui articol pe blog despre experiențele dobândite în timpul proiectului
- C) Pregătirea raportului financiar final al proiectului
- D) Organizarea unui atelier pentru colegi cu privire la metodele utilizate

✓ Răspuns corect: C

II. Cine, ce și cum? – Grupurile țintă și mesajele de diseminare

Una dintre cele mai importante aspecte ale diseminării este faptul că contează cu cine comunicăm, ce comunicăm și cum comunicăm.

2.1. Cui? – Identificarea grupurilor țintă

Diseminarea este eficientă atunci când informațiile corecte ajung la persoanele potrivite.

Merită să selectați cu atenție grupurile țintă:

Exemple de grupuri țintă:

- Profesori, colegi de catedră, de exemplu personalul școlar, profesori din alte instituții

- Elevi, participanți la proiect și alți elevi interesați
- Părinți care sunt curioși să afle mai multe despre activitățile și dezvoltarea copiilor lor
- Conducerea școlii, administratorii care iau decizii strategice
- Comunitatea locală, organizații civile care pot utiliza rezultatele
- Publicul profesional, de exemplu conferințe, portaluri educaționale, institute de cercetare
- Parteneri internaționali, dacă proiectul are o dimensiune internațională, este important să fie împărtășit și în limbi străine

2.2. Ce? – Formularea mesajelor

Ceea ce împărtășiți depinde de destinatarul mesajului. Părinții vor fi interesați de alte lucruri decât profesorii sau factorii de decizie.

Exemple de conținut al mesajului:

Grupul țintă	Mesaje importante
Profesorii	Inovații metodologice, instrumente, experiențe
Elevi	Ce am învățat? Cum ne-am îmbunătățit?
Părinți	Ce s-a întâmplat în timpul proiectului, de ce putem fi mândri?
Conducerea școlii	Ce rezultate s-au obținut? Cum se încadrează acest lucru în misiunea școlii?
Forumuri profesionale	Ce abordări inovatoare ați utilizat? Ce rezultate au fost obținute?

Sfat util: folosiți un limbaj simplu și ușor de înțeles și explicați clar de ce informațiile sunt relevante pentru grupul țintă.

2.3. Cum? – Selectarea canalelor și formatelor adecvate

Forma și canalul de diseminare influențează în mare măsură gradul de realizare a

obiectivului. Este important ca forma să fie adecvată grupului țintă.

Exemple de formate și canale:

Grupul țintă	Canal/formă
Profesori	Prezentare a personalului didactic, zi dedicată metodologiei, buletin informativ
Elevi	Expoziție, poster, videoclip, prezentare în clasă
Părinți	Întâlniri între părinți și profesori, postări pe rețelele sociale, bloguri școlare
Conducerea școlii	Rapoarte de proiect, propuneri strategice, prezentări
Comunitatea profesională	Prezentări la conferințe, publicații, seminarii web
Comunitate online	Facebook, Instagram, TikTok, YouTube – formate vizuale, scurte și captivante

Exerciții de verificare

1. De ce este important să definiți publicul țintă pentru diseminare?

- A) Pentru a nu fi nevoie să informați pe toată lumea
- B) Pentru ca informațiile partajate să ajungă exact la cei vizați
- C) Pentru că aceasta este singura modalitate de a pregăti conturile financiare ale proiectului
- D) Pentru a nu fi necesară utilizarea mai multor canale

Răspuns corect: B

2. Ce formă de comunicare este cea mai potrivită pentru a ajunge la un public profesionist?

- A) Ședința cu părinții
- B) Postare pe Facebook
- C) Publicație științifică sau prezentare la conferință
- D) Raportul excursiei școlare

Răspuns corect: C

3. Care dintre afirmațiile următoare referitoare la mesajele de diseminare este adevărată?

- A) Același mesaj trebuie comunicat tuturor grupurilor țintă, fără modificări
- B) Numai participanții la proiect ar trebui să formuleze mesaje
- C) Este important ca mesajul să fie adaptat limbajului și intereselor grupului țintă
- D) Conținutul mesajelor poate fi redactat numai de coordonatorul proiectului

Răspuns corect: C

III. În ce forme poate fi implementată diseminarea?

Diseminarea nu este doar o „prezentare la final”, ci un proces de comunicare conștient și creativ care poate lua multe forme, în funcție de cine ne adresăm, ce vrem să împărtășim și cum ajungem la ei.

Iată o prezentare generală a celor mai comune și eficiente forme:

1. Forme verbale: prezentare, prelegere

- La ședințele facultății, conferințe sau ateliere
- Ateliere, sesiuni de formare: participare activă, învățare bazată pe experiență; și alții pot încerca și adapta metodele prezentate
- Discuții la masa rotundă, forum. Interactiv, bazat pe schimbul de opinii. Excelent pentru reflecție și gândire comună

2. Forme scrise

- Articol, postare pe blog, publicație profesională

Poate fi informal (de exemplu, blog) sau academic (de exemplu, studiu)

Disponibile permanent, format reutilizabil

- Raport, buletin informativ

Rezumat scurt și concis pentru un grup țintă specific (de exemplu, părinți, întreținători)



- Materiale didactice, descriere metodologică

Permite adaptarea rezultatelor de către alți educatori sau instituții

3. Forme vizuale

- Afiș

Poate fi afișat la un eveniment, pe holul unei școli sau la o expoziție

Suport de informare atractiv, concis și bine structurat

- Infografice

Informații complexe prezentate într-o formă vizuală spectaculoasă și ușor de înțeles

- Expoziție, perete foto, instalație

Poate fi o formă creativă de diseminare care implică elevii

4. Formate digitale

- Video, vlog

Scurt rezumat sau videoclip despre proiect, creat împreună cu elevii

Poate fi distribuit cu ușurință și pe rețelele de socializare

- Platforme de prezentare (de exemplu, Genially, Canva, PowerPoint online)

Material interactiv, care poate fi încorporat și este atractiv din punct de vedere vizual

- Site web, blog al proiectului

Actualizări continue, mai multe tipuri de conținut într-un singur loc

Documentație permanentă și publică

5. Formate sociale și publice

- Rețele sociale (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube etc.)

Acoperire largă, partajare rapidă, deosebit de eficient pentru a ajunge la tineri sau părinți

- Acoperire media (ziare locale, radio, TV)

Servește la informarea comunității în general

- Evenimente publice, evenimente de închidere a proiectului

Cu invitații, prezentări, rapoarte și participarea elevilor

Exerciții de verificare

1. Care dintre următoarele NU este considerată o activitate de diseminare?

- A) Publicarea unui studiu într-o revistă de specialitate
- B) Prezentarea rezultatelor proiectului la o conferință
- C) Transmiterea raportului financiar final al proiectului către administrator
- D) Organizarea unui atelier interactiv pentru colegi

Răspuns corect: C

2. Ce formă de diseminare este potrivită pentru a ajunge la un public mai larg, cum ar fi părinții sau locuitorii din zonă?

- A) Distribuirea notelor la materie
- B) Chestionar online închis
- C) Postare pe Facebook, eveniment public sau comunicat de presă
- D) Analiză profesională internă

Răspuns corect: C

3. Ce au în comun posterul, infograficul și materialul de prezentare?

- A) Conțin numai informații textuale
- B) Toate sunt destinate exclusiv părinților
- C) Ajută la partajarea informațiilor într-un format vizual clar și atractiv
- D) Nu pot fi partajate online

Răspuns corect: C

IV. Prezentarea bunelor practici

Diseminarea este cea mai eficientă atunci când informațiile sunt transmise părților interesate într-un mod țintit, creativ și captivant. Următoarele exemple provin din diferite tipuri de proiecte, dar toate demonstrează modul în care rezultatele proiectelor pot fi făcute vizibile, ușor de înțeles și utile pentru alții.

1. „Învățarea în Europa” – Diseminarea unui proiect al UE privind mobilitatea școlară prin intermediul unei expoziții de fotografie realizate de elevi

Proiect: Un program internațional de mobilitate pentru școlile secundare, în cadrul căruia elevii au vizitat mai multe țări în scopuri de studiu.

Forma de diseminare: A fost organizată o expoziție foto școlară cu fotografiile și rapoartele de experiență ale elevilor, cu o deschidere publică și invitații adresate presei locale.

De ce este aceasta o bună practică?

Un format personal, bazat pe experiență, care a fost atractiv atât pentru colegii de școală, cât și pentru părinți și profesori.

De asemenea, a fost creată o expoziție digitală din materialul expozițional, care a devenit disponibilă online.

Aceasta a contribuit la creșterea gradului de conștientizare cu privire la proiecte și la promovarea oportunităților Erasmus+ în școală.

2. „Metode de predare inovatoare” – Atelier de metodologie pentru profesori

Proiect: Un proiect de formare a profesorilor care viza testarea și introducerea de metode de predare noi și creative.

Formă de diseminare: Participanții la proiect au organizat un atelier metodologic pentru alți profesori, în cadrul căruia au prezentat metodele pe care le-au încercat, cu planuri de lecție

și materiale didactice specifice.

De ce este aceasta o bună practică?

Participanții nu numai că și-au informat colegii, dar le-au oferit și oportunități de învățare activă.

Materialele didactice și prezentările au fost puse la dispoziția publicului pe site-ul web al școlii.

Activitatea a contribuit, de asemenea, la crearea unei comunități, care a sprijinit răspândirea noilor metode pe termen lung.

3. „Povestirea digitală – prin ochii elevilor” – serie de videoclipuri pe YouTube

Proiect: Un proiect școlar în cadrul căruia elevii au învățat instrumentele povestirii digitale și și-au dezvoltat propriile proiecte sub formă de film.

Formă de diseminare: Elevii au realizat scurtmetraje, care au fost transformate într-o serie de videoclipuri YouTube și distribuite pe rețelele de socializare.

De ce este aceasta o bună practică?

Formatul este tineresc și digital, comunicând cu grupul țintă folosind propriile instrumente. Videoclipurile erau personale și emoționante.

Numărul de abonați ai canalului a crescut rapid, conferind proiectului un impact pe termen lung.

Lecții învățate din bunele practici:

O bună diseminare atrage atenția, este ușor de înțeles, orientată către grupul țintă și creativă.

Cu cât publicul țintă este implicat mai activ, cu atât mesajul este mai eficient.

Merită să combinați mai multe formate pentru a ajunge în mod eficient la diferite grupuri țintă