

HATÁSVIZSGÁLATI KERETRENDSZER

MÉDIAPROJEKTEK SZÁMÁRA

A hatásvizsgálati keretrendszer egy sor olyan eszközt és iránymutatást tartalmaz, amelyek segítségével világos és strukturált módon lehet célokat meghatározni, valamint nyomon követni és mérni a médiaprojektek tevékenységeinek hatását. Lehetővé teszi a média-munkacsoportok számára, hogy felmérjék a kockázatokat, nyomon kövessék az előrehaladást a meghatározott célok felé, és szükség esetén kellő időben korrekciókat hajtsanak végre.

A hatásvizsgálati keretrendszert eredetileg az [IMS \(International Media Support\)](#) fejlesztette ki a 2023 februárjától 2024 júliusáig végrehajtott [Local Media for Democracy \(LM4D\) program](#) számára. A modell azóta az IMS módszertanának központi elemévé vált a [Pluralistic Media for Democracy \(PM4D\) programban](#) is, mindkettőhöz az Európai Unió nyújt támogatást társfinanszírozásban. Összesen 17 EU-tagállamban több mint 70 helyi, regionális, oknyomozó, réteg- és közösségi médiaszervezet használta ezt a keretrendszert, hogy hatékonyabban tudják megtervezni és megvalósítani a projektjeiket, és a lehető legnagyobb hatást érjenek el célközönségüknél.

Ez a módszertan elősegíti a felhasználóközpontú megközelítést, közvetlenül összekapcsolva a projekttevékenységeket a fő teljesítménymutatókkal (KPI) és az eredményekkel. A projekt kezdetétől a befejezéséig megkönnyíti a mennyiségi és minőségi adatok azonosítását, gyűjtését. Ugyanakkor lehetővé teszi a kockázatok értékelését és csökkentését is. Fontos, hogy ez a megközelítés túlmutat a „mi” és „mennyi” egyszerű nyomon követésén, és mélyebb betekintést nyújt a valódi hatásokba.

A **hatás** olyan mérhető változást jelent, amelyet a projekttevékenységek idéznek elő a célközönség és a célzott közösségek körében, a közszolgálati médiatermékek és -szolgáltatások elérésében, valamint hatékonyságában, vagy a médiaszervezetek üzleti fenntarthatóságában.

HATÁSHIPOTÉZIS

A folyamat a projekt hatáshipotézisének megfogalmazásával kezdődik, amely összefoglalja, hogy a projekt mit kíván elérni, kinek a számára és miért. Ez a hipotézis alkotja a hatásterv vázát, amely révén nyomon követhető, hogy a tervezett változás megvalósul-e. Minden ilyen megfogalmazásnak konkrétan, fókuszáltnak és kezelhetőnek kell lennie. A több célkitűzéssel rendelkező projektek esetében külön hipotézisek is kidolgozhatók.

A hatáshipotézisek felépítése

Az alábbi sablon segítségével határozza meg a projektje célját a felhasználó szemszögéből:

A MI	[tartalmunk/termékünk/szolgáltatásunk]
EL FOGJA ÉRNI, HOGY	[milyen változás következzen be]
A KÖVETKEZŐ CÉLCSOPORT SZÁMÁRA	[célközönség/felhasználói szegmens]
AZÁLTAL, HOGY	[íge – pl. csökkenti a felhasználót érő kellemetlenségeket]
VALAMINT AZÁLTAL, HOGY	[íge – pl. növeli a felhasználó nyereségét]
A HALADÁSUNKAT KÖVETNI FOGJUK	[KPI-k, azaz a fő tevékenységmutatók segítségével]
AZ ALÁBBI ADATFORRÁSOK HASZNÁLATÁVAL	[adatforrások megnevezése]

*A Strategyzer [értékkajánlat-sablonja](#) és a Solutions Journalism Network [hatást követési útmutatója](#) alapján

Hipotézis-nyilatkozat útmutató

Példák termékekre és szolgáltatásokra:

- új weboldal,
- meglévő weboldal rovata,
- helyi újságírói hálózat,
- tematikus tartalomsorozat,
- multimédiás formátumok (videók, podcastok, adatvizualizáció),
- mobilalkalmazások,
- e-hírlevelek,
- új terjesztési csatornák (pl. közösségi média),
- közösségi erőforrás bevonását támogató modulok (crowdsourcing modulok),
- marketingkampányok,
- nyilvános rendezvények,
- képzés,
- közösségi finanszírozás (crowdfunding) vagy tagklubok stb.

Példák a felhasználók problémáira:

- kirekesztettség érzése,
- tájékozatlanság,
- időpazarlás,
- frusztráció, elégedetlenség,
- túl sok információ,
- nem tudni, kiben lehet megbízni, stb.

Példák a felhasználók előnyeire:

- hozzáférés az információkhoz,
- új hozzáférési pontok a minőségi újságíráshoz,
- az érzés, hogy meghallgatnak vagy kapcsolatban állnak,
- felhatalmazás,
- fokozott közösségi elkötelezettség,
- a stressz csökkentése,
- felhasználóbarát tartalomfogyasztás stb.

Példa a hipotézis megfogalmazására (szerkezeti változat):

A MI	[új rovatunk a meglévő weboldalon]
EL FOGJA ÉRNI, HOGY	[eredeti, minőségi helyi tartalom álljon rendelkezésre]
A MIR LAKOSAI	[Mir lakosai számára]
AZÁLTAL, HOGY	[eljutunk hozzájuk, és csökkentjük frusztrációjukat amiatt, hogy a helyi ügyek nem kapnak elég nyilvánosságot,]
VALAMINT AZÁLTAL, HOGY	[napi híreket, heti tematikus cikkeket és havi eseménynaptárat teszünk közzé]
HALADÁSUNKAT KÖVETNI FOGJUK	[a helyi tudósítók által készített 100 egyedi cikk révén, valamint az olvasói aktivitás nyomon követésével]local reporters and monitoring reader engagement]
A KÖVETKEZŐ ADATFORRÁSOK HASZNÁLATÁVAL	[Google Analytics, közönségsvavazások és felmérések]

Példa hipotézisre (szöveges változat):

Weboldalunk új rovata eredeti, minőségi, helyi ügyekről szóló tartalmat kínál Mir lakosainak. Napi híreket, heti multimédiás riportokat és havi eseménynaptárat teszünk közzé, ezzel mérsékelve a helyi tudósítások hiányából fakadó elégedetlenséget. A projekt haladását 100, saját gyártású, helyi tartalom előállításával, illetve a közönség elköteleződésének nyomon követésével mérjük, amelyhez a Google Analyticset és olvasói kérdőíveket használunk.

HATÁSMÉRÉSI TERV

Addig finomítsa a hatáshipotézisét, amíg az pontosan és világosan meg nem határozza a tervezett változást. A véglegesítés után ez az állítás szolgál majd a hatásmérési terv alapjául, amelynek részletesen be kell mutatnia a célcsoportokat, az egyes csoportoknál elérni kívánt változásokat, a főbb tevékenységeket, valamint tartalmaznia kell egy adatgyűjtési és -mérési tervet is. Mindez segítséget nyújt a meglévő adatok áttekintésében, a fő teljesítménymutatók (KPI-k) meghatározásában, a még begyűjtendő adatok azonosításában, a folyamatok megszervezésében, illetve a szükséges erőforrások felbecsülésében.

Hatásmérési terv:

Szervezet	
Ország, régió, város	
Projektneve	
Projektcsoport (nevek és szerepek)	

Hipotézis:

Írja be ide a projektje hipotézisének szövegét
--

Hatásvizsgálati keretrendszer

1. Főbb tevékenységek	2. Célcsoportok	3. A tervezett változás
Melyek a projekt legfontosabb tevékenységei? (Azaz, mit tartalmaz a projekt vagy termék, és milyen lépések szükségesek a megvalósításához?)	Mely csoportokat érintik ezek a tevékenységek? (Legyen a lehető legkonkrétabb, beleértve a demográfiai és pszichográfiai jellemzőket is.)	Hogyan érintik ezek a csoportokat? Milyen változásokat szeretne elérni?

Mérési terv

4. Jelenlegi állapot	5. KPI	6. Új adatok
Milyen adatokkal rendelkeznek már? Létrehozott rendszereket a releváns információk gyűjtésére? (pl. web- és közösségi médiaelemzés, felmérések, interjúk, kutatások stb.)	Mely mutatókat fogja használni a változások rögzítésére és mérésére? (Legyen konkrét, és ha lehetséges, állítson fel mérhető célokat.)	Milyen új típusú adatokra (mennyiségi és minőségi) lesz szüksége? Ehhez milyen erőforrásokra lesz szüksége?
7. Logisztika	8. Kihívások	
Melyek az adatgyűjtés és az ahhoz kapcsolódó elemzések legfontosabb lépései? A csapaton belül ki lesz a felelős ezekért a feladatokért? Milyen időkereten belül történik az adatgyűjtés és az elemzés befejezése?	Milyen belső és külső kihívásokra számíthat az adatok gyűjtése során? Milyen stratégiákat fog alkalmazni ezeknek a kockázatoknak a csökkentésére?	

** A hatásmérési terv módszertanát a *Future News Pilot Fund* fejlesztette ki, abból a célból, hogy feltérképezze és bemutassa a közszolgálati újságírás területén megjelenő innovációkat az Egyesült Királyságban.

A hatásmérési tervet a projekt kezdetekor kell kidolgozni, a projektcsapatnak pedig folyamatosan igazodnia kell hozzá a végrehajtás során. Ez biztosítja, hogy a tevékenységek és a közvetlen eredmények a tervek szerint valósuljanak meg, valamint hogy a teljesítése érdekében a kellő időben begyűjtsék a releváns adatokat és elemezzék a tervezett fő teljesítménymutatókat (KPI-k). Ezzel a megközelítéssel azonosíthatók a kívánt eredmények eléréséhez vezető út fontosabb mérföldkövei, és azonnal kiszűrhetők az esetleges eltérések, amelyek jelzik, ha módosításra vagy irányváltásra van szükség. Mindez lehetővé teszi a megalapozott döntéshozatalt, idő- és erőforrás-pazarlás nélkül.