

KOMUNIKACIJSKI NAČRT PROJEKTA

Glasovi zaupnikov: Raziskovanje dobrega počutja kmetov in delavcev v kmetijstvu skozi njihova zaupanja vredna omrežja



Podatki o projektu

Akronim projekta: J6-70212

Vrsta projekta: temeljni raziskovalni projekt

Leto razpisa projekta: 2025

Vodja projekta: Mateja Slovinc Grasselli

Institucija: Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti (ZRC SAZU)

Trajanje projekta: 1. marec 2026–28. februar 2029

Podatki o komunikacijskem načrtu

Avtorica komunikacijskega načrta: Mateja Slovinc Grasselli¹

Pregled in popravki načrta: člani projektne skupine

Datum priprave načrta: 1. junij 2026

Različica dokumenta: 1.0



¹ Pri začetni pripravi Komunikacijskega načrta v maju 2026 si je avtorica pomagala z orodjem umetne inteligence ChatGPT (model GPT-5.3) z namenom pridobivanja povratnih informacij o strukturi in slogu besedila. Uporabila ga je za razločevanje med nameni, cilji in učinki komuniciranja oziroma med komunikacijskimi kanali, orodji in rezultati, za njihovo razvrščanje v alineje in podpoglavja ter odpravljanje zatipkanih besed in iskanje slogovno ustrežnejših izrazov ali zaporedja besed. Po uporabi tega orodja je avtorica večkrat pregledala, uredila in popravila generirano besedilo. Prevzema polno odgovornost za vsebino načrta.

Kazalo vsebine

1	Namen komuniciranja	3
2	Cilji komuniciranja.....	3
2.1	Cilji komuniciranja z raziskovalno skupnostjo	3
2.1.1	Krepitev mednarodnega raziskovalnega sodelovanja	3
2.1.2	Poglobitev interdisciplinarne izmenjave znanj.....	3
2.1.3	Diseminacija rezultatov med raziskovalci in raziskovalkami	4
2.2	Cilji komuniciranja s strokovno in splošno javnostjo	4
2.2.1	Izmenjava informacij med raziskovalno, strokovno in splošno javnostjo.....	4
3	Učinki komuniciranja.....	5
3.1	Učinki komuniciranja z raziskovalno skupnostjo	5
3.2	Učinki komuniciranja s strokovno in širšo javnostjo	5
4	Ciljne skupine.....	6
5	Ključna sporočila	6
6	Komunikacijski kanali in orodja.....	7
6.1	Raziskovalna skupnost	7
6.2	Deležniki in deležnice v kmetijstvu	8
6.3	Sekundarne ciljne skupine	8
7	Časovni načrt komuniciranja.....	9
8	Odgovornosti.....	10
9	Kazalniki uspešnosti	10
9.1	Znanstvena diseminacija in krepitev raziskovalne odličnosti.....	10
9.2	Strokovna in javna komunikacija raziskovalnih spoznanj	11
9.3	Participacija deležnikov in deležnic ter izmenjava znanj.....	11
9.4	Digitalna vidnost, dostopnost in doseg projektnih vsebin.....	11
10	Etični vidiki komuniciranja	11
11	Skladnost z zahtevami ARIS.....	12
12	Pregled verzij	12

1 Namen komuniciranja

Glavni namen komunikacije v projektu je sistematično deljenje informacij, ugotovitev, delnih in končnih rezultatov projekta med domačo in predvsem mednarodno znanstveno skupnostjo, ki raziskuje iste, podobne ali sorodne tematike. Komunikacija bo usmerjena v vzpostavljanje strokovnega dialoga ter krepitev mednarodne znanstvene vpetosti in odličnosti projektne skupine ter njenih članic in člana.

Komunikacijske aktivnosti bodo podpirale enega od osrednjih ciljev projekta, to je oblikovanje relevantnih ugotovitev in novih pristopov pri raziskovanju dobrega počutja v kmetijstvu na podlagi interdisciplinarne raziskave krajin podpore kmetov, kmetic ter delavcev in delavk v kmetijstvu, ob upoštevanju individualnih, družbenih, kulturnih in etičnih razsežnosti življenja in dela na kmetiji.

Pomemben namen komunikacije v okviru projekta je tudi participatorno obveščanje strokovne in splošne javnosti o poteku raziskave, raziskovalnih aktivnostih in rezultatih projekta. Komunikacija bo zasnovana kot proces izmenjave znanj, izkušenj in pogledov o dobrem počutju v kmetijstvu med raziskovalci in raziskovalkami ter različnimi deležniki in deležnicami.

Tovrstna komunikacija podpira raziskovalne cilje projekta, ki se nanašajo na poglobljanje razumevanj izvorov dobrega in slabega počutja v kmetijstvu skozi narativno posredovane poglede in interpretacije zaupnikov kmetov in kmetic ter delavcev in delavk v kmetijstvu, pridobivanje osnovnih informacij o duševnih stiskah ter oblikah in pomenih podpornih sistemov v kmetijskih skupnostih. Projekt naslavlja tematike, ki v slovenskem prostoru še niso bile sistematično raziskane, zato ima komunikacija pomembno vlogo pri umeščanju raziskovalnih spoznanj v širši znanstveni in družbeni kontekst.

2 Cilji komuniciranja

2.1 Cilji komuniciranja z raziskovalno skupnostjo

Komunikacijski cilji projekta so primerno usmerjeni v krepitev mednarodnega raziskovalnega sodelovanja ter razvoj dialoga in učinkovite diseminacije med raziskovalci in raziskovalkami.

2.1.1 Krepitev mednarodnega raziskovalnega sodelovanja

- vzpostavitev redne strokovne komunikacije in povezovanja z domačimi in tujimi raziskovalnimi institucijami;
- oblikovanje novih in poglobitev obstoječih sodelovanj članic in člana projektne skupine z mednarodno uveljavljenimi raziskovalci in raziskovalkami;
- priprava skupnih znanstvenih objav in študijskih obiskov.

2.1.2 Poglobitev interdisciplinarne izmenjave znanj

- krepitev kritičnega dialoga med raziskovalci in raziskovalkami različnih ved in disciplin;
- spodbujanje izmenjave znanj in idej ter razprav o raziskovalnih dilemah, ki se bodo pojavile tekom projekta, v raziskovalni skupnosti;

- pridobitev novih uvidov v kritično presojo uporabljenih konceptov ter teoretskih pristopov;
- predstavitev in preverjanje interdisciplinarnih pristopov na področju raziskovanja dobrega počutja v kmetijstvu v znanstveni skupnosti;
- odpiranje in povezovanje novih raziskovalnih tem in vprašanj.

2.1.3 Diseminacija rezultatov med raziskovalci in raziskovalkami

- širjenje znanstvenih spoznanj in rezultatov projekta v domačem in mednarodnem raziskovalnem prostoru;
- krepitev mednarodne prepoznavnosti in ugleda projektne in raziskovalne skupine ter raziskovalne organizacije;
- povečanje možnosti za sofinanciranje nadaljnjih raziskav v nacionalnih okvirih in v okviru mednarodnih konzorcijev.

Cilji komunikacije so neposredno povezani s cilji projekta, saj podpirajo razvoj novih interdisciplinarnih pristopov in omogočajo vključevanje različnih znanstvenih perspektiv pri raziskovanju dobrega počutja v kmetijstvu.

Hkrati so cilji skladni s strateškimi usmeritvami Javne agencije za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije (ARIS), ki spodbuja ustvarjanje novega znanja, razvoj in implementacijo inovativnih idej, mednarodno vpetost raziskovalcev in raziskovalk ter razvoj znanstvene odličnosti posameznikov in posameznic, raziskovalnih skupin in organizacij.

2.2 Cilji komuniciranja s strokovno in splošno javnostjo

Cilji komunikacije v tem sklopu so usmerjeni v pripovedovanje zgodb, razvoj dialoga, participativno izmenjavo znanj ter učinkovito diseminacijo projektnih rezultatov med raziskovalno, strokovno in splošno javnostjo.

2.2.1 Izmenjava informacij med raziskovalno, strokovno in splošno javnostjo

- zagotavljanje transparentnega in kontinuiranega obveščanja o raziskovalnih aktivnostih in rezultatih projekta ter njihove promocije;
- spodbujanje participativne komunikacije med raziskovalci in raziskovalkami ter drugimi skupinami, ki delujejo na področju kmetijstva;
- omogočanje širše izmenjave znanj, izkušenj in pogledov na dobro počutje in duševne stiske v kmetijstvu;
- spodbujanje vključevanja v raziskavah kmetijstva manj zastopanih skupin, na primer migrantov in migrantk ter kmetič, v znanstveno in javno razpravo;
- s predstavitvijo raznovrstnih, celo kontrastnih pripovedi o spremembah in težavah v kmetijstvu, podpori in povezanosti v skupnosti in družini ter vključujočo komunikacijo prispevati k večji prepoznavnosti raziskovalnega področja dobrega počutja v kmetijstvu v nacionalni in mednarodni prostor;
- krepitev razumevanja tematike v raziskovalni, strokovni in splošni javnosti.

Drugi sklop ciljev komuniciranja je tesno povezan s cilji projekta, saj spodbuja razpoznavo, izmenjavo in soočanje različnih raziskovalnih, strokovnih in izkustvenih interpretacij dobrega počutja v kmetijstvu in dejavnikov, ki nanj vplivajo.

Ti cilji so posredno povezani tudi s strateškimi usmeritvami ARIS, ki poudarjajo pomen prenosa znanja iz raziskovalne sfere v gospodarsko okolje. Vzpostavitev in krepitev dialoga med različnimi javnostmi o dobrem počutju v kmetijstvu lahko prispevata k boljšemu prepoznavanju težav, potreb in možnih sistemskih rešitev na področjih kmetijstva, javnega zdravja ter socialne varnosti kmetov, kmetič ter delavcev in delavk v kmetijstvu, kar je skladno z vizijo ARIS, da je znanje ključen dejavnik gospodarskega razvoja.

3 Učinki komuniciranja

3.1 Učinki komuniciranja z raziskovalno skupnostjo

Načrtovana komunikacija bo prispevala k večji znanstveni odličnosti projekta ter povečala možnosti za razvoj relevantnih novih raziskovalnih pristopov in njihovo nadaljnjo vključevanje v razprave mednarodne znanstvene skupnosti.

Pričakovani raziskovalni učinki komunikacije vključujejo:

- večjo mednarodno prepoznavnost projekta in raziskovalnih rezultatov;
- okrepljeno mednarodno raziskovalno sodelovanje;
- razvoj novih interdisciplinarnih raziskovalnih pristopov;
- večjo kakovost znanstvene refleksije in teoretskih prispevkov;
- prispevek k zmanjševanju geografske vrzeli v raziskovanju dobrega počutja v kmetijstvu oziroma k dopolnjevanju spoznanj, ki izhajajo predvsem iz raziskav v Združenih državah Amerike, Združenem kraljestvu, Kanadi, Avstraliji in Novi Zelandiji;
- povečanje možnosti za skupne raziskovalne pobude in publikacije;
- krepitev znanstvene odličnosti posameznega raziskovalca, projektne skupine, programske skupine in raziskovalne organizacije;
- prispevek k uresničevanju ciljev in strateških usmeritev ARIS.

3.2 Učinki komuniciranja s strokovno in širšo javnostjo

Komunikacijske aktivnosti projekta bodo prispevale k širši izmenjavi znanj, izkušenj in interpretacij dobrega počutja v kmetijstvu ter okrepile družbene učinke raziskave.

Pričakovani družbeni učinki komunikacije vključujejo:

- utrjevanje dialoga med raziskovalci in raziskovalkami, kmeti in kmeticami ter delavci in delavkami v kmetijstvu ter njihovimi zaupniki in zaupnicami, pa tudi med strokovnjaki in strokovnjakinjami, odločevalci in odločevalkami ter drugimi akterji;
- večja vidnost izkušenj in pogledov določenih skupin ljudi, ki so v ruralnih raziskavah manj zastopane kot nosilci kmetijskih gospodarstev;
- spodbujanje razprav o dejavnikih, ki vplivajo na dobro počutje v kmetijstvu;

- boljše razumevanje družbenih, kulturnih in strukturnih razsežnosti dobrega počutja v kmetijstvu;
- večja strokovna in splošna ozaveščenost o pomenu duševnega zdravja in podpornih sistemov v kmetijstvu;
- odpiranje prostora za razprave o sistemskih rešitvah za družbeno in ekonomsko vzdržno kmetijstvo;
- prispevek k uresničevanju ciljev in strateških usmeritev ARIS.

4 Ciljne skupine

Primarna ciljna skupina so domači in tuji raziskovalci in raziskovalke, ki pri svojem delu že uporabljajo in presoja izbrane koncepte in teoretizacije oziroma jih tema dobrega počutja v kmetijstvu raziskovalno zanima. Skupino zaznamuje heterogenost po znanstvenih vedah in disciplinah (antropologija, sociologija, filozofija, psihologija, geografija, agronomija) ter kariernih stopnjah. S projektno skupino jih vežejo prizadevanja za znanstveno odličnost, potreba in želja po objavi znanstvenih prispevkov ter prepričanje, da so temeljne raziskave ključne za razvoj znanosti.

Druga primarna ciljna skupina so kmetje in kmetice, delavci in delavke v kmetijstvu in njihovi zaupniki, zaupnice ter kmetijski svetovalci in svetovalke. Skupina je raznolika po spolu, starosti, izobrazbi, poklicni usmeritvi in izkušnjah v kmetijstvu. Projektna skupina bo v komunikaciji z njimi upoštevala raznolikost njihovih potreb, interesov in možnosti sodelovanja.

Sekundarne ciljne skupine so:

- a) strokovna javnost s področja kmetijstva in javnega zdravstva,
- b) študenti in študentke različnih stopenj in smeri izobraževanja,
- c) odločevalci in odločevalke ter oblikovalci in oblikovalke javnih politik,
- d) splošna javnost,
- e) mediji.

5 Ključna sporočila

Sporočilo št. 1: Monodisciplinaren pristop k teoretizacijam dobrega počutja je potrebno preseči.

Raziskave dobrega počutja so pogosto omejene na posamezne discipline, pri čemer prevladujeta psihologija in ekonomija. Enotnega razumevanja, kaj je dobro počutje, ni. Projekt kritično preizprašuje in sooča antropološke, sociološke, psihološke in filozofske interpretacije dobrega počutja na podlagi skupnega branja literature, analize rezultatov in sodelovanja z udeleženci in udeleženkami raziskave. Tak pristop bo prispeval k novim in bolj poglobljenim razumevanjem, kako ljudje ustvarjajo, pojmujejo, doživljajo in si zamišljajo dobro počutje v različnih družbenih in kulturnih kontekstih. Projekt ima za cilj uvesti nove interdisciplinarne pristope k proučevanju dobrega počutja v kmetijstvu, kar lahko prispeva k razvoju raziskovanja dobrega počutja v več disciplinah.

Ciljne skupine: predvsem raziskovalna skupnost.

Sporočilo št. 2: Zaupniki in zaupnice kmetov, kmetic ter delavcev in delavk v kmetijstvu odpirajo nove poglede na dobro počutje v kmetijstvu.

Utemeljitev: Raziskave so pokazale, da je neformalni podporni sistem kmetov, kmetic ter delavcev in delavk v kmetijstvu pomemben za njihovo spopadanje s stiskami. Usmerjene so bile v identifikacijo priložnostnih zaupnikov in zaupnic ter zasnovo usposabljanj za razvoj njihovih kompetenc na področju duševnega zdravja. Projekt ni akcijsko naravnani, čeprav bi lahko posredno pripeljal do tovrstnih rezultatov.

Da bi nadgradil prejšnje raziskave, projekt izhaja iz dejstva, da so priložnostni zaupniki in zaupnice v stiku z delavci in delavkami v kmetijstvu ter kmeti in kmeticami v stiski. Raziskovalke in raziskovalec zaupnikov in zaupnic ne bodo spraševali po konkretnih težavah ljudi, ki jim zaupajo, ampak jih bo zanimalo, kako oni sami doživljajo, vidijo in razumejo stiske v kmetijstvu in glavne vzroke zanje. Sodelovanje med zaupniki in zaupnicami ter raziskovalno skupino bo prispevalo k boljšemu razumevanju etičnih, čustvenih in strukturnih dejavnikov, ki vplivajo na dobro počutje v kmetijstvu, ter morebitnemu razvoju novih interdisciplinarnih raziskovalnih pristopov.

Ciljne skupine komuniciranja: vse ciljne skupine komuniciranja, tako primarne kot sekundarne.

6 Komunikacijski kanali in orodja

6.1 Raziskovalna skupnost

Komunikacijski kanali:

- inštitutska raziskovalna mreža;
- projektna spletna stran;
- osebne spletne strani raziskovalk in raziskovalca;
- domača in mednarodna strokovna združenja (antropološka, sociološka, filozofska, psihološka, geografska);
- Forum raziskovalcev slovenskega podeželja;
- znanstvene revije in recenzentske platforme;
- znanstvene in strokovne konference;
- medinstitucionalna raziskovalna omrežja;
- zaupanja vredni raziskovalni repozitoriji;
- elektronski poštni sezname;
- družbena omrežja raziskovalk in raziskovalca, inštituta in raziskovalne organizacije.

Komunikacijska orodja:

- mreženje in koordinacija raziskovalne mreže;
- predstavitev projekta in raziskovalnih rezultatov;
- oblikovanje tematskih raziskovalnih skupin;

- priprava recenziranih člankov in publikacij;
- ustne predstavitve, posterji in panelne razprave;
- medinstitucionalno raziskovalno sodelovanje (bilateralni projekti, gostujoča predavanja, raziskovalni obiski);
- objava raziskovalnih podatkov;
- ciljno obveščanje o dogodkih;
- komunikacija prek družbenih omrežij (LinkedIn, Facebook).

6.2 Deležniki in deležnice v kmetijstvu

Komunikacijski kanali:

- stanovska kmetijska združenja;
- podporne in svetovalne institucije;
- Slovenska skupnost prakse, oblikovana v okviru projekta SafeHabitus;
- strokovne konference, okrogle mize in drugi javni dogodki;
- elektronski poštni in telefonski sezname;
- spletna stran projekta;
- družbena omrežja raziskovalk in raziskovalca, inštituta in raziskovalne organizacije;
- spletna stran in družbena omrežja programa OMRA;
- televizijske ali radijske oddaje in revije o kmetijstvu in življenju na podeželju ter drugi mediji.

Komunikacijska orodja:

- participativne oblike vključevanja deležnikov in deležnic (predstavitev izkušenj in pogledov na dobro počutje v kmetijstvu na delavnicah, okroglih mizah, objavah na družbenih omrežjih ipd.);
- organizacija srečanj Slovenske skupnosti prakse;
- predstavitve projekta in raziskovalnih rezultatov;
- predstavitev zanimivosti, povezanih s projektno temo;
- ciljno obveščanje o projektnih aktivnostih.

6.3 Sekundarne ciljne skupine

Predstavitev projekta in njegovih rezultatov bo temeljno komunikacijsko orodje za sekundarne ciljne skupine.

Odločevalce in odločevalke bomo nagovarjali prek posvetovalnih in drugih organov ministrstev (na primer Sveta za ženske na podeželju pri MKGP), srečanj Slovenske skupnosti prakse projekta SafeHabitus, katere člani so med drugim predstavniki štirih ministrstev, ter dogodkov za širšo javnost, kot sta Slovenski podeželski parlament in Kmetijski sejem AGRA, kjer so redno prisotni. Posebej bodo vabljeni tudi na okroglo mizo, organizirano v okviru projekta. Tako predstavljeni rezultati projekta bi lahko prispevali pomembne uvide za oblikovanje politik in podpornih

mehanizmov, ki bi izboljšali blaginjo kmetov, kmetic, delavcev in delavk v kmetijstvu ter podeželskih skupnosti.

Članice in član projektne skupine bodo študente in študentke seznanjali z ugotovitvami projekta na rednih in vabljenih predavanjih na različnih članicah Univerze v Ljubljani in v okviru mednarodnega magistrskega študijskega programa EMMIR. Na ta način se bodo raziskovalna spoznanja projekta prenašala v izobraževalni proces, hkrati pa bodo bodoči strokovnjaki in strokovnjakinje z različnih področij bolje seznanjeni s temami in pomeni dobrega počutja in duševnih stisk v kmetijstvu.

Splošna javnost in predstavniki medijev se bodo s projektom seznanjali prek komunikacijskih aktivnosti za primarne ciljne skupine, pa tudi posebej prek javnih dogodkov, spletne strani projekta, družbenih omrežij in medijev.

7 Časovni načrt komuniciranja

Začetek projekta (M1–7):

- vzpostavitev spletne strani projekta;
- predstavitev raziskovalne skupine, ciljev in faz projekta;
- spodbujanje izmenjave znanj, idej in raziskovalnih dilem med raziskovalci in raziskovalkami;
- vzpostavitev redne strokovne komunikacije z mednarodnimi raziskovalnimi organizacijami;
- vzpostavljanje sodelovanja s kmetijskimi stanovskimi organizacijami in podpornimi institucijami v kmetijstvu;
- udeležba na znanstvenih in strokovnih konferencah ter okroglih mizah.

Vmesne faze projekta (M8–24):

- nadaljevanje interdisciplinarnega znanstvenega dialoga;
- krepitev stikov z osebami s kmetijskim ozadjem;
- priprava znanstvenih, strokovnih in poljudnih prispevkov;
- organizacija srečanja Slovenske skupnosti prakse;
- priprava raziskovalnih podatkov za objavo v repozitoriju;
- redno obveščanje javnosti prek spletne strani projekta in družbenih omrežij.

Zaključek projekta (M25–36):

- širjenje znanstvenih spoznanj in rezultatov projekta v domačem in mednarodnem raziskovalnem prostoru;
- povratno komuniciranje rezultatov raziskave med udeležence in udeleženke raziskave ter deležnike in deležnice v kmetijstvu;
- organizacija okrogle mize;
- priprava znanstvenih, strokovnih in poljudnih prispevkov;
- izvedba gostujočih predavanj in obiskov raziskovalnih organizacij;
- objava raziskovalnih podatkov v repozitoriju;

- redno komuniciranje projektnih rezultatov v medijih, na spletni strani projekta in družbenih omrežjih.

8 Odgovornosti

Za strateško vodenje komunikacijskih aktivnosti je odgovorna vodja projekta, za njihovo operativno izvajanje pa članice in član projektne skupine, vključno s strokovno sodelavko. Pri tem jim različni komunikacijski in pravni strokovnjaki nudijo strokovno podporo.

Koordinacijo izvajanja komunikacijskega načrta in mesečno spremljanje njegovega uresničevanja nosi vodja projekta, ki mora komunikacijski načrt pregledati in po potrebi posodobiti vsaj enkrat na leto. Vodja projekta je zadolžena za potrjevanje ključnih sporočil in njihovo skladnost s cilji projekta, koordinacijo objav in javnih nastopov ter komunikacijo z zunanjimi sodelavci in sodelavkami. Vodja projekta spremlja doseganje komunikacijskih kazalnikov na podlagi sistematičnega popisa vseh komunikacijskih aktivnosti ter po potrebi predlaga prilagoditve komunikacijskih aktivnosti. Poleg tega ob pomoči projektne skupine identificira in beleži znanstvene in družbene učinke projekta.

Za izvajanje posameznih komunikacijskih aktivnosti so odgovorni članice in član projektne skupine v skladu s svojimi nalogami in področji dela po delovnih sklopih oziroma delovnih paketih projekta. Sodelujejo pri pripravi vsebin in organizaciji dogodkov, prek katerih se predstavljajo projekt in njegovi rezultati. Poleg tega skrbijo za diseminacijo projektnih spoznanj v svojih znanstvenih in strokovnih mrežah. Strokovna sodelavka je zadolžena za objavo vsebin na spletni strani ZRC SAZU in nudi potrebno administrativno podporo.

Strokovno podporo pri komunikaciji, pomoč pri pripravi in objavo vsebin na družbenih omrežjih raziskovalne organizacije zagotavljata strokovnjakinji za komuniciranje pri ZRC SAZU, ki vodi projekta poročata tudi o dosegu objav na institucionalnih komunikacijskih kanalih. Pri prenosu raziskovalnih spoznanj v širšo javnost raziskovalni skupini s svojim znanjem in izkušnjami pomaga širša raziskovalna skupnost (npr. Mreža za občansko znanost, predstavniki in predstavnice Infrastrukturne pisarne ZRC SAZU in ostali člani in članice projekta SPOZNAJ).

Pri komunikacijskih aktivnostih projekta skupina odgovorno upravlja z osebnimi podatki, za kar je odgovorna vodja projekta ob podpori pravnih svetovalcev in svetovalk z Uprave ZRC SAZU.

9 Kazalniki uspešnosti

9.1 Znanstvena diseminacija in krepitev raziskovalne odličnosti

- Število znanstvenih člankov (objavljenih, oddanih ali v recenzijem postopku);
- priprava monografije ali posebne številke znanstvene revije;
- število zaključnih magistrskih del;
- število objav v spletnih znanstvenih in strokovnih medijih (Alternator, EASA Newsletter ...);
- število prispevkov na znanstvenih konferencah;
- število vzpostavljenih sodelovanj z raziskovalnimi organizacijami;

- število gostujočih predavanj na raziskovalnih organizacijah.

9.2 Strokovna in javna komunikacija raziskovalnih spoznanj

- Število strokovnih člankov;
- število poljudnih člankov;
- število prispevkov na strokovnih konferencah in okroglih mizah;
- število objav v medijih.

9.3 Participacija deležnikov in deležnic ter izmenjava znanj

- Število oseb s kmetijskim ozadjem, aktivno vključenih v projektne aktivnosti;
- število srečanj Slovenske skupnosti prakse;
- število udeležencev okrogle mize ob svetovnem dnevu zdravja in varnosti pri delu.

9.4 Digitalna vidnost, dostopnost in doseg projektnih vsebin

- Število prenosov spletno dostopnih znanstvenih in strokovnih prispevkov projekta;
- število objav v razdelku »Novice in obvestila« na spletni strani projekta;
- število gledalcev in gledalk na spletu objavljenega posnetka okrogle mize;
- število, odziv in doseg objav v medijih;
- število, odziv in doseg objav na družbenih omrežjih.

10 Etični vidiki komuniciranja

Komunikacijske aktivnosti projekta bodo potekale v skladu z načeli raziskovalne etike, varstva osebnih podatkov ter spoštljivega in odgovornega komuniciranja o občutljivih temah. Pri tem bodo članice in član projektne skupine upoštevali načela CARE ter priporočila Komisije ZRC SAZU za etiko, integriteto in enake možnosti v raziskovanju (Komisija EIEM).

Identiteta udeležencev in udeleženk raziskave v komunikacijskih aktivnostih ne bo razkrita, razen kadar bodo za uporabo in objavo določenih osebnih podatkov v raziskovalne in komunikacijske namene podali informirano soglasje. Raziskovalni podatki, uporabljeni v komunikacijskih gradivih in javnih predstavitev, bodo praviloma anonimizirani oziroma predstavljeni na način, ki ne omogoča prepoznave posameznikov in posameznic.

Projekt bo pri komuniciranju o dobrem počutju, duševnih stiskah in drugih potencialno občutljivih vsebinah posebno pozornost namenjal varovanju dostojanstva posameznikov in posameznic ter preprečevanju stigmatizacije in stereotipizacije. Komunikacijske aktivnosti ne bodo senzacionalizirale osebnih izkušenj ali raziskovalnih ugotovitev.

V primeru odzivov v raziskovalni, strokovni ali splošni javnosti, ki bi ogrozili zasebnost, dostojanstvo ali dobrobit udeležencev in udeleženk raziskave, bo projektna skupina opravila evalvacijo preteklih in načrtovanih komunikacijskih aktivnosti. Pri tem se bo posvetovala s strokovnjaki in strokovnjakinjami za (nenasilno) komunikacijo ter člani in članicami Komisije EIEM.

Projekt ne bo ustvarjal vtisa, da posameznikom in posameznicam nudi individualno svetovanje, terapevtsko pomoč ali druge oblike strokovne obravnave. Kadar bodo komunikacijske vsebine obravnavale občutljive teme s področja duševnega zdravja, bodo po potrebi vključene informacije o relevantnih virih pomoči in podpore.

11 Skladnost z zahtevami ARIS

Komunikacijski načrt in njegovo izvajanje sta skladna z zahtevami Javne agencije za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije, ki predvidevajo celovito komunikacijo in diseminacijo raziskovalnega projekta in njegovih rezultatov. Na spletni strani projekta so objavljene vse obvezne in druge vsebine. Pri vseh projektnih objavah in javnih dogodkih bo dosledno navedena Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije kot sofinancer projekta. Pri izvajanju komunikacijskih in diseminacijskih aktivnosti bodo upoštevana etična načela raziskovalnega in javnega delovanja ter načela odprte znanosti.

12 Pregled verzij

Verzija	Datum	Avtor ali avtorica	Opis sprememb
1.0	1. 6. 2026	Mateja Slovenc Grasselli	