

STRATEGIJA ZA RAZDOBLJE OD 2026. DO 2030. GODINE

Uvod

Telecentar iz Zagreba je nevladina, neprofitna organizacija osnovana 2005. godine s misijom promocije cjeloživotnog učenja kao ključnog razvojnog alata za sve građane. Organizacijska vizija Telecentra je stvaranje neprofitnog brenda, prepoznatljivog po visokoj kvaliteti programa razvoja digitalne, medijske i AI pismenosti u obrazovanju, kulturi, zdravstvu i sportu.

U razdoblju od 2005. do 2008. godine Telecentar je koordinirao regionalnu mrežu nevladinih organizacija koja je provela program digitalne inkluzije za preko 5,000 izbjeglica i prognanika na području jugoistočne Europe. Istovremeno započinje Telecentrova medijska produkcija u sklopu koje su snimljeni promotivni filmovi za Hrvatsku turističku zajednicu.

Telecentar je 2009. godine sudjelovao u osnivanju međunarodne organizacije Telecentre Europe koja je okupila članice iz 28 zemalja sa sjedištem u Bruxellesu. Članstvo u Telecentre Europe je otvorilo prostor za međunarodnu suradnju, uvid u javne politike EU i pristup centraliziranim fondovima EU za razvoj ljudskih potencijala. Telecentre Europe je 2017. preimenovan u [ALL DIGITAL](#), a izvršni direktor Telecentra imenovan je tri puta u upravni odbor.

Telecentar je članica i međunarodne organizacije [Media & Learning Association](#) (MEDEA) sa sjedištem u Leuvenu, koja okuplja obrazovne institucije, sveučilišta i stručnjake posvećene promicanju inovativne upotrebe medija i digitalnih tehnologija u nastavi i učenju diljem Europe. Kroz to članstvo Telecentar prati europske trendove u razvoju medijske pismenosti te sudjeluje u razmjeni iskustava s drugim članicama u području primjene umjetne inteligencije u medijskom obrazovanju i borbi protiv dezinformacija.

Telecentar je upravljački član [European Citizen Action Service](#). ECAS je bruxelleska neprofitna organizacija s više od 30 godina djelovanja, posvećena jačanju prava EU građana i demokratske participacije civilnog društva u kreiranju europskih politika. U suradnji s ECAS-om, Telecentar od 2025. provodi civilni monitoring EU politike Put u digitalno desetljeće 2030 u Hrvatskoj i promiče digitalnu inkluziju ranjivih društvenih skupina.

Od 2012. do 2026. Telecentar je sudjelovao u provedbi 18 EU projekata u suradnji s 29 hrvatskih i 26 europskih partnera iz 17 zemalja. Projekti su 2014. predstavljeni kao primjeri dobre prakse na UNESCO-ovom Forumu o medijskoj i informacijskoj pismenosti u Parizu, 2015. na konferenciji o medijskoj pismenosti 3L Platforme u Bruxellesu i 2016. u izvješću Vijeća Europe o mapiranju praksi i akcija medijske pismenosti u EU-28. Godine 2019. Telecentar je predstavio projekte na prvoj konferenciji Europske komisije o medijskoj pismenosti u Bruxellesu.

MAD Lab je edukativni praktikum Telecentra i Sveučilišta Algebra Bernays koji povezuje projektno učenje i digitalne tehnologije. Aktivnosti uključuju participativnu produkciju podcasta, obrazovnih sadržaja, javnih događanja i medijskih kampanja. MAD Lab podcast obrađuje teme digitalne transformacije, umjetne inteligencije i suvremene kulture u kojoj se oblikuju društvene vrijednosti i javni dijalog. MAD Lab konferencije, bootcampovi i kampanje usmjereni su na razvoj nove pismenosti. Telecentar i Algebra od 2022. godine organiziraju stručne konferencije okupljajući dionike oko teme digitalne transformacije obrazovanja.

Telecentar koordinira [Mrežu za razvoj digitalne pismenosti](#), koja okuplja 35 organizacija iz civilnog i javnog sektora te provodi istraživanja i izrađuje smjernice kreatorima javnih politika. Dio tih smjernica već je ugrađen u ključne nacionalne strateške dokumente — Strategiju digitalne Hrvatske za razdoblje do 2032., Nacionalni plan razvoja sustava obrazovanja za razdoblje do 2027. godine te program politike Put u digitalno desetljeće 2030.

Strateški cilj 1. Razvoj javnih politika digitalne transformacije

U području razvoja javnih politika, Telecentar planira nadograditi dosadašnje rezultate kroz umrežavanje s ključnim dionicima, provedbu znanstvenih i stručnih istraživanja, izradu smjernica temeljenih na dokazima, razvoj standarda zanimanja, kvalifikacija, mikrokvalifikacija i kurikuluma, organizaciju stručnih skupova te sustavan monitoring provedbe EU politike „Put u digitalno desetljeće” u Hrvatskoj.

1. Umrežavanje

Nastaviti izgrađivati mrežu međunarodnih i nacionalnih partnera iz akademske zajednice, drugih organizacija civilnog društva, javnog sektora i privatnog sektora kako bi se ostvario stalan pristup relevantnim dionicima u kreiranju digitalnih politika i osigurala veća pregovaračka težina pri zagovaranju.

KPI pokazatelji

- Broj aktivnih formalnih partnerstava (3 nova partnerstva godišnje)
- Broj mreža u kojima je Telecentar član (2 nacionalne i 3 EU razine)
- Broj zajedničkih inicijativa realiziranih s partnerima godišnje (2 EU projekta)
- Broj sastanaka s partnerima u kojima Telecentar sudjeluje (3 međunarodna, 4 nacionalna)

2. Provedba znanstvenih i stručnih istraživanja

Sustavno generirati vlastite empirijske podatke o stanju digitalne transformacije (digitalne kompetencije, pristup infrastrukturi, digitalizacija obrazovanja i javnih usluga, uz poseban fokus na digitalnu uključenost ranjivih društvenih skupina) kako bi zagovaranje politika bilo utemeljeno na dokazima, a ne samo na percepciji.

KPI pokazatelji

- Broj provedenih istraživanja (1 godišnje)
- Broj ispitanika obuhvaćenih istraživanjima (500 godišnje)
- Broj članaka objavljenih u stručnim publikacijama ili na DigComp.info (1 godišnje)
- Broj citiranih istraživačkih nalaza (2 godišnje)

3. Izrada smjernica temeljenih na istraživanjima

Prevesti istraživačke nalaze u praktične, primjenjive smjernice i preporuke za donositelje politika, obrazovne institucije i praktičare, čime se povećava izravna primjenjivost istraživačkog rada, uz posebne preporuke za unaprjeđenje digitalne uključenosti ranjivih društvenih skupina.

KPI pokazatelji

- Broj objavljenih/ažuriranih dokumenata sa smjernicama (2 godišnje)
- Broj institucija koje su formalno usvojile ili primijenile predložene smjernice (1 godišnje)
- Broj službenih javnih dokumenata u koje su uvrštene smjernice (1 godišnje)

4. Razvoj standarda zanimanja, kvalifikacija, mikrokvalifikacija i kurikuluma

Doprinijeti usklađivanju hrvatskog sustava kvalifikacija s potrebama tržišta rada u području digitalnih kompetencija kroz izradu i predlaganje standarda zanimanja, standarda kvalifikacija, mikrokvalifikacija i kurikuluma unutar Hrvatskog kvalifikacijskog okvira (HKO), čime se istraživački i zagovarački rad Telecentra pretvara u formalno priznate obrazovne ishode dostupne obrazovnom sustavu i tržištu rada.

KPI pokazatelji

- Broj izrađenih standarda zanimanja (1 godišnje)
- Broj izrađenih standarda kvalifikacija (1 godišnje)
- Broj razvijenih mikrokvalifikacija (1 godišnje)

- Broj razvijenih ili ažuriranih kurikuluma temeljenih na standardima (1 godišnje)

5. Organizacija konferencija

Uspostaviti prepoznatljiv godišnji stručni skup koji okuplja donositelje politika, akademsku zajednicu, ravnatelje i nastavnike srednjih škola, praktičare neformalnog obrazovanja te organizacije koje rade s ranjivim društvenim skupinama oko tema medijske, AI i digitalne pismenosti pozicionirajući konferenciju kao platformu za međusektorski razvojni dijalog.

KPI pokazatelji

- Broj organiziranih konferencija/stručnih skupova (1 godišnje)
- Broj sudionika (100 po događaju)
- Broj visokopozicioniranih govornika/donositelja odluka koji sudjeluju na konferencijama (5 godišnje)
- Rezultati ankete zadovoljstva sudionika (prosječna ocjena $\geq 4/5$)

6. Civilni monitoring provedbe EU politike Digitalno desetljeće 2030

Uspostaviti trajni civilni mehanizam praćenja ispunjavanja hrvatskih nacionalnih ciljeva u okviru EU programa „Put u digitalno desetljeće” (Digital Compass 2030) s fokusom na digitalne vještine i digitalizaciju javnih usluga.

KPI pokazatelji

- Broj objavljenih civilnih izvješća o praćenju provedbe (1 godišnje)
- Broj praćenih Digital Decade/DESI pokazatelja obuhvaćenih monitoringom (10 godišnje)
- Broj dionika obuhvaćenih monitoringom (10 godišnje)
- Broj preporuka za unaprjeđenje nacionalne politike (5 godišnje)

Strateški cilj 2. Razvoj MAD Laba

U području razvoja MAD Laba, Telecentar planira ojačati postojeći praktikum kao prostor sudioničkog projektnog učenja u kojem studenti i mladi kreatori razvijaju vlastite digitalne, medijske i AI kompetencije kroz produkciju podcasta, obrazovnih multimedijских sadržaja, festivalskih događanja i komunikacijskih kampanja.

1. Produkcija podcasta

Nastaviti i proširiti produkciju MAD Lab podcasta koji kroz participativan pristup studenata Sveučilišta Algebra Bernays obrađuje teme digitalne transformacije, umjetne inteligencije i suvremene kulture, jačajući doseg i utjecaj podcasta kao platforme za javni dijalog o novoj pismenosti.

KPI pokazatelji

- Broj objavljenih epizoda (24 godišnje)
- Broj slušanja/pregleda epizoda (10.000 godišnje)
- Broj gostiju – stručnjaka i kreatora javnih politika uključenih u epizode (24 godišnje)
- Broj studenata uključenih u participativnu produkciju (20 godišnje)

2. Produkcija obrazovnih multimedijских sadržaja

Producirati raznovrsne obrazovne multimedijские sadržaje koji teme digitalne, medijske i AI pismenosti prevode u pristupačne formate namijenjene učenicima, nastavnicima i široj javnosti, jačajući obrazovni doseg Telecentra izvan formalnog obrazovnog sustava, uz informativno-obrazovne sadržaje prilagođene digitalnoj uključenosti ranjivih društvenih skupina.

KPI pokazatelji

- Broj proizvedenih multimedijских sadržaja (15 godišnje)
- Broj pregleda sadržaja (1.000 godišnje)
- Broj obrazovnih institucija koje koriste proizvedene sadržaje u nastavi (10 godišnje)
- Broj korisnika obuhvaćenih edukativnim sadržajima (200 godišnje)

3. Organizacija festivala

Uspostaviti MAD Lab festival kao prepoznatljiv javni događaj koji na kreativan i pristupačan način okuplja studente, nastavnike, kreativnu industriju i širu javnost oko tema digitalne transformacije, umjetne inteligencije i nove pismenosti.

KPI pokazatelji

- Broj organiziranih festivala (1 godišnje)
- Broj posjetitelja festivala (1.000 po događaju)
- Broj uključenih izlagača, predavača i kreativnih partnera (15 godišnje)
- Rezultati ankete zadovoljstva posjetitelja (prosječna ocjena $\geq 4/5$)

4. Produkcija zagovaračkih kampanja

Provoditi komunikacijske kampanje koje promoviraju razvoj medijske, AI i digitalne pismenosti, koristeći raznovrsne internetske komunikacijske kanale i uključujući ciljanu publiku u produkciju i diseminaciju promotivnih sadržaja.

KPI pokazatelji

- Broj provedenih kampanja (1 godišnje)
- Doseg kampanje (30.000 jedinstvenih korisnika na društvenim mrežama i webu)
- Stopa angažmana na objavama vezanim uz kampanju (500 godišnje)