

**Anna Kadzikiewicz**

**III miejsce w konkursie „Praktykuj za granicą”**

**Strategia komunikacji  
dla projektu edukacyjnego Amnesty International  
PRAWA CZŁOWIEKA - EDUKACJA – DZIAŁANIE**

**„RAZEM ZMIENIAMY ŚWIAT”**

**I. CELE STRATEGII:**

Zgodnie z wytycznymi Amnesty International Polska, organizacja, poprzez strategię komunikacji, chce osiągnąć następujące efekty:

- wykształcenie spośród członków i członkiń Amnesty International Polska multiplikatorów,
- pozyskanie nauczycieli, którzy będą uczyć o prawach człowieka w szkołach oraz tworzyć Szkolne Grupy Amnesty International,
- zwiększenie obecności tematyki praw człowieka w mediach.

Celem strategii komunikacyjnej dla projektu REAP jest:

1. pozyskanie wśród członków i członkiń Amnesty International Polska multiplikatorów;
2. zwiększenie wiedzy wśród uczniów i nauczycieli o Szkolnych Grupach Amnesty International;
3. zainteresowanie mediów tematyką praw człowieka, działalnością Amnesty International Polska oraz Szkolnymi Grupami Amnesty International;
4. zwiększenie świadomości w społeczeństwie o tematyce praw człowieka i działalności Amnesty International Polska w ramach projektu REAP.

**II. TAKTYKA:**

Dla właściwej realizacji strategii niezbędne jest opracowanie taktyki działań, której podstawowe założenia to:

1. **Stworzenie zespołu zarządzającego projektem** – powołanie zespołu jest konieczne dla sprawnej realizacji strategii, koordynowania działań na terenie całego kraju oraz dbania o przestrzeganie harmonogramu i kosztorysu projektu. Celem zespołu powinno być również kontrolowanie i dokonywanie przeglądu wyników badań w trakcie trwania projektu;
2. Precyzyjne **określenie grup docelowych oraz właściwe dobranie narzędzi** do grup docelowych – odpowiednie dobranie narzędzi do właściwie sprecyzowanych grup docelowych jest istotnym elementem strategii;
3. Określenie **harmonogramu i kosztorysu działań** – harmonogram działań powinien być dostosowany do roku szkolnego i powinien uwzględniać międzynarodowe święta poświęcone prawom człowieka (m.in. rocznica przyjęcia Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, Międzynarodowy Dzień Dziecka);
4. **Przeprowadzenie badań** przed, w trakcie i po zakończeniu projektu, dotyczących: znajomości tematu praw człowieka oraz działalności Amnesty International w społeczeństwie, a w szczególności w grupach docelowych;
5. Ścisła **współpraca z partnerami i „ambasadorami projektu”** – poprzez wzajemne wspieranie inicjatyw i podejmowanie wspólnych działań.

**III. GRUPY DOCELOWE:**

Grupy docelowe powinny być określone mając na uwadze cele strategii. Należy więc wyodrębnić następujących adresatów strategii:

1. **Członkowie i członkinie Amnesty International** – obecni jak i potencjalni multiplikatorzy;
2. **Nauczyciele** – jako potencjalni opiekunowie Szkolnych Grup Amnesty International i multiplikatorzy;
3. **Uczniowie** szkół podstawowych, gimnazjów, liceów – jako potencjalni członkowie i inspiratorzy tworzenia Szkolnych Grup Amnesty International;

4. **Studenci** – potencjalni członkowie Amnesty International Polska i przyszli multiplikatorzy ( w szczególności studenci kierunków humanistycznych – prawo, stosunki międzynarodowe, politologia, polityka społeczna, socjologia).
5. **Media** – potencjalni partnerzy akcji i kanały komunikacyjne:
  - a. dzienniki ogólnopolskie (np. DZIEN DOBRY, FAKT, GAZETA WYBORCZA, METRO, RZECZPOSPOLITA, SUPER EXPRESS)
  - b. dzienniki regionalne
  - c. tygodniki (np. FORUM, NEWSWEEK, OZON, POLITYKA, PRZEKRÓJ, WPROST)
  - d. prasa młodzieżowa (np. BRAVO, BRAVO GIRL, COGITO, DZIEWCZYNA, FILIPINKA, KACZOR DONALD, NATIONAL GEOGRAPHIC KIDS)
  - e. prasa kobieca (np. CLAUDIA, ELLE, GALA, GLAMOUR, NAJ, PANI, PANI DOMU, PRZYJACIÓŁKA, TINA, TWÓJ STYL, URODA, VIVA)
  - f. prasa tematyczna (np. CINEMA, FILM, FOTO, NATIONAL GEOGRAPHIC, GŁOS NAUCZYCIELSKI, WIEDZA I ŻYCIE)
  - g. radio – rozgłośnie ogólnopolskie i regionalne
  - h. telewizja – stacje ogólnopolskie i regionalne

#### IV. NARZEDZIA:

Strategia komunikacyjna dla projektu REAP będzie realizowana przy użyciu następujących narzędzi:

##### 1. **Media relations:**

- ✓ **komunikaty prasowe** – standardowe komunikaty (notatki prasowe) odnośnie bieżących działań Amnesty International Polska w ramach projektu REAP;
- ✓ **briefingi prasowe** poświęcone określonym wydarzeniom/event'om;
- ✓ **śniadania prasowe** dla wybranej grupy dziennikarzy – gospodarzem śniadań będzie organizacja Amnesty International, a uczestnikami będą zaproszeni przez Amnesty International goście, będący autorytetami w zakresie praw człowieka polskiej i międzynarodowej sceny;
- ✓ **seminaria** – z udziałem specjalistów w zakresie praw człowieka, które będą pełniły rolę edukacyjną względem dziennikarzy;
- ✓ **wywiady.**

##### 2. **Seminaria i szkolenia** – w ramach media relations oraz dla nauczycieli (dyrektorów szkół), których celem będzie zapoznanie uczestników z działalnością Amnesty International Polska oraz projektem REAP; szkolenia dla przyszłych multiplikatorów.

##### 3. **Event'y** – działania we współpracy z partnerami oraz „ambasadorami projektu”, m.in.:

- ✓ **turnieje piłki nożnej** we współpracy z Reprezentacją Artystów Polskich – turniej międzyszkolny pod hasłem :”Razem zmieniamy świat”, którego końcowym etapem jest rozegranie meczu z drużyną R.A.P.;
- ✓ **turnieje piłki siatkowej** – turniej międzyszkolny pod hasłem: „Razem zmieniamy świat”, którego końcowym etapem jest rozegranie meczu z żeńską drużyną reprezentacji polskiej w siatkówce;
- ✓ **akcja sadzenia drzewek** w szkołach w całym kraju, jako symbolu solidarności z ideami głoszonymi przez Amnesty International;
- ✓ we współpracy z wybraną stacją telewizyjną - **cykl reportaży** na temat praw człowieka w świecie.

##### 4. **Konkursy** – działania we współpracy z partnerami i „ambasadorami projektu”:

- ✓ **konkurs fotograficzny** dla uczniów i studentów (oddzielne kategorie wiekowe) pod hasłem :”Razem zmieniamy świat”, którego końcowym etapem jest zorganizowanie wystawy fotograficznej pod tym samym tytułem z udziałem artystów fotografów;
- ✓ **konkurs literacki** dla uczniów i studentów (oddzielne kategorie wiekowe) pod hasłem: ”Razem zmieniamy świat” – na najlepsze opowiadanie poświęcone tematyce praw

człowieka, którego końcowym etapem jest opublikowanie zwycięskiego opowiadania w jednym z dzienników lub magazynów;

- ✓ **konkurs wiedzy** na temat praw człowieka dla uczniów i studentów (oddzielne kategorie wiekowe) pod hasłem :”Razem zmieniamy świat”;
- ✓ **konkurs** dla nauczycieli (opiekunów Szkolnych Grup Amnesty International) na **najlepszego opiekuna roku Szkolnej Grupy Amnesty International**.

5. **„Ambasadorzy projektu”** – jako przekaznicy treści (kanały komunikacyjne) oraz jako partnerzy projektu.
6. **Strona internetowa** projektu – poświęcona projektowi REAP i dostosowana do potrzeb odbiorców: członków Amnesty International, nauczycieli i uczniów działających w Szkolnych Grupach Amnesty International oraz mediów (jako kanału komunikacyjnego oraz jako partnerów akcji).
7. **Biuletyn** (w formie papierowej lub elektronicznej) – poświęcony bieżącym wydarzeniom odnoszącym się do tematyki praw człowieka, działaniom Amnesty International oraz Szkolnym Grupom Amnesty International – redagowany między innymi przez członków Amnesty International (w tym Szkolne Grupy Amnesty International).
8. **Bieżący monitoring mediów** – którego celem jest monitorowanie mediów pod względem obecności tematyki praw człowieka w mediach, jak również działań Amnesty International w ramach projektu REAP.

Istotny jest właściwy dobór narzędzi dla poszczególnych grup docelowych:

GRUPA DOCELOWA	Członkowie i członkinie AI	Nauczyciele	Uczniowie i studenci	Media
NARZĘDZIA	seminaria i szkolenia	seminaria i szkolenia	seminaria i szkolenia	media relations
	events	events	events	seminaria i szkolenia
	konkursy	konkursy	konkursy	ambasadorzy projektu
	ambasadorzy projektu	ambasadorzy projektu	ambasadorzy projektu	strona internetowa
	strona internetowa	strona internetowa	strona internetowa	
	biuletyn	biuletyn	biuletyn	

## V. PARTNERZY:

Partnerzy projektu mają za zadanie wspierać działania w ramach strategii i czynnie uczestniczyć w wybranych wydarzeniach:

1. Centralny Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli;
2. Związek Harcerstwa Polskiego;
3. Instytucje kulturalne – film, sztuka, fotografia;
4. Media.

## VI. CELEBRITIES - „AMBASADORZY” PROJEKTU:

„Ambasadorzy” projektu to osobistości ze świata sportu, kina i telewizji, sceny muzycznej oraz artyści wybranych dziedzin, którzy będą wspierać akcje w ramach strategii komunikacyjnej dla REAP oraz uczestniczyć w niektórych wydarzeniach:

1. sportowcy (np. żeńska drużyna reprezentacji Polski w siatkówce);
2. gwiazdy sceny muzycznej;
3. aktorzy;
4. artyści – fotograficy, poeci, pisarze.

**Anna Kadzikiewicz**

Absolwentka Wydziału Nauk Społecznych i Filologicznych Wyższej Szkoły Pedagogicznej Towarzystwa Wiedzy Powszechnej w Warszawie, kierunku politologia (specjalizacje: integracja europejska oraz polityka społeczna). Obecnie jest słuchaczką Podyplomowego Studium Public Relations na Uniwersytecie Warszawskim. Interesuje się komunikacją interpersonalną, polityką społeczną, a także marketingiem społecznym.