

Projekt: medium i strategia komunikacji

Warsztaty skierowane są do studentów kierunków związanych z komunikacją społeczną i mediami zainteresowanych samodzielną realizacją projektów medialnych i komunikacyjnych. Ich generalnym celem było rozłożenie strategii przedsięwzięć medialnych na etapy i ich wstępna operacjonalizacja. W trakcie pracy skupialiśmy się najpierw na rozpoznawaniu poszczególnych etapów realizacji wydarzeń komunikacyjnych a następnie na odnajdywaniu i krytycznej analizie różnych ich kontekstów, uwarunkowań i możliwości adaptacji do wymogów różnych potencjalnych działań. Podczas warsztatu staraliśmy się brać pod uwagę przede wszystkim możliwości pracy w obszarze nowych mediów i sieci.

Cel:

Głównym celem warsztatów było rozpoznanie, analiza i adaptacja poszczególnych działań i zasobów składających się na istniejące projekty medialne by na ten podstawie próbować projektować autonomiczne media oparte na idei “zrób to sam” oraz “zrób to z innymi” - czyli wejście w świat mediów autonomicznych, niezależnych od wielkich medialnych instytucji, systemów i technologii.

Program warsztatu:

1. **Rozpoznawanie rynku i analiza istniejących praktyk w obrębie ustalonego tematu.** W tej części warsztatu wspólnie poszukiwaliśmy istniejących mediów, które spełniają funkcje podobne do zaplanowanych przez nas (w tym przypadku był to portal dla ukraińskich studentów w Lublinie) i analizowaliśmy ich działanie. Następnie wychwycone elementy krytycznie omawialiśmy starając się szukać dla nich kontekstów lokalnych, dobrych i złych cech.
case study: istniejące serwisy i media skierowane do studentów ukraińskich w Polsce i Lublinie.
2. **Ustalenie strategii działania i definiowanie formuły komunikacyjnej.** W drugiej części skupiliśmy na zaplanowaniu strategii działania, czyli wyobrażeniu sobie poszczególnych kroków, których wykonanie doprowadziłoby nas do celu jakim jest funkcjonalny portal. Co trzeba po kolei zrobić i jak to zrobić będąc wyposażonym w określone zasoby i kompetencje. Skupiliśmy się także na definiowaniu formy projektowanego portalu - wyborze funkcji, profilu tematycznego, doborze treści i autorów, sposobach angażowania współpracowników.

case study: analiza wybranych blogów i serwisów informacyjnych dla studentów

3. **Profilowanie odbiorcy.** W trzeciej części warsztatu pracowaliśmy nad określeniem grup odbiorców, których pozyskanie mogłoby zapewnić sens istnienia naszemu projektowi. Poszukiwaliśmy różnych danych na temat różnych społeczności i staraliśmy się skonstruować profil naszego domniemanego użytkownika a także możliwości przyciągania do portalu kolejnych zainteresowanych.

case study: analiza badań przeprowadzonych na społeczności studenckiej w Lublinie

4. **Budowanie zespołu i pozyskiwanie zasobów.** W tej części warsztatu rozważaliśmy kompetencje i możliwości osób, które powinny znaleźć się w zespole tworzącym portal. Skupialiśmy się na autonomii poszczególnych autorów ale i na kompetencjach niezbędnych do jego poprawnego funkcjonowania. Następnie stworzyliśmy listę niezbędnych zasobów starając się w miarę możliwości wybierać takie, które są łatwo i powszechnie dostępne: oprogramowanie open source, wordpress, narzędzia video, audio i edytorskie, hosting, domeny, kod źródłowy.

Efekt:

Podczas warsztatu pracowaliśmy nad przygotowaniem planu realizacji, podziałem kompetencji, poszukiwaniem i pozyskiwaniem zasobów oraz sprzymierzeńców. W efekcie warsztatu powstał rozbudowany plan działania grupowego zaplanowany na przygotowanie i wdrożenie projektu medialnego (portal dla studentów przyjeżdżających do Polski z zagranicy) w oparciu o ogólnie dostępne zasoby i narzędzia open source z podziałem na role i wstępną strategią przygotowania oraz wdrożenia.

Opracowanie: Piotr Celiński

Materiały powstały w ramach projektu “Nowe media = nowa partycypacja”.

Projekt jest realizowany przez Fundację „Instytut Kultury Cyfrowej” w partnerstwie z Dzielnicowym Domem Kultury „Bronowice” oraz Wyższą Szkołą Przedsiębiorczości i Administracji.



Projekt jest współfinansowany ze środków otrzymanych w ramach Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich.