



**JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ**

www.jusz.eu

PORADNIK DOBRYCH PRAKTYK

**KAMPANIA
JESTEŚ U SIEBIE. ZAGŁOSUJ!**



JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ

www.jusz.eu

(Autorka opracowania
DOMINIKA TOPOLSKA)

(Redakcja
KAROLINA BŁACHNIO)

PUBLIKACJA ZBIERA DOBRE PRAKTYKI
PODSUMOWUJĄCE DZIAŁANIA KAMPANII
„JESTEŚ U SIEBIE. ZAGŁOSUJ!” PROWADZONEJ
NA TERENIE IRLANDII W 2013 I 2014 ROKU
ORAZ WIELKIEJ BRYTANII, BELGII I HOLANDII
W 2014 ROKU. KAMPANIA JEST WYNIKIEM
WSPÓŁPRACY STOWARZYSZENIA SZKOŁA
LIDERÓW Z POLSKI, FORUM POLONIA Z
IRLANDII, POLISH CITY CLUB Z WIELKIEJ
BRYTANII, EMIGRATION PROJECT Z BELGII,
IDHEM Z HOLANDII ORAZ KILKUDZIESIĘCIU
INNYCH ORGANIZACJI POLONIJNYCH I
IMIGRANCKICH, POLSKICH PARAFII, SZKÓŁ
POLONIJNYCH, ORGANIZACJI HARCERSKICH,
A TAKŻE WIELU AKTYWISTÓW LOKALNYCH
ZAMIESZKUJĄCYCH KRAJE EUROPY
ZACHODNIEJ.

DUBLIN – WARSZAWA 2014

JAK ANGAŻOWAĆ MIESZKAŃCÓW W SPRAWY LOKALNE?

DOBRE PRAKTYKI KAMPANII „JESTEŚ U SIEBIE. ZAGŁOSUJ!” I AKCJI „MASZ GŁOS. MASZ WYBÓR”

Należysz do grupy mieszkańców, która nie ma swojego „rzecznika”? Widzisz sprawy, które od dawna ich absorbują i chcesz stworzyć przestrzeń, w której będą mogli o nich porozmawiać? A może uważasz, że zbliżające się wybory to szansa na zainteresowanie ich tym, co dzieje się w dzielnicy? Ta broszura to zbiór dobrych praktyk, które pomogą Ci skutecznie i atrakcyjnie zachęcać członków Twojej społeczności do udziału w debacie publicznej, a nawet we wspólnym działaniu. Znajdziesz w niej praktyczne wskazówki dotyczące diagnozowania potrzeb miesz-

kańców, organizowania wydarzeń, prowadzenia promocji oraz pozyskiwania kolejnych sympatyków i sojuszników dla swojej inicjatywy.

Rozwiązania zawarte w tej broszurze bazują na wieloletnim doświadczeniu Szkoły Liderów i jej partnerów w prowadzeniu akcji profekwencyjnych i angażujących potencjalnych wyborców, zarówno zamieszkałych w Polsce („Masz głos. Masz wybór”), jak i za granicą („Jesteś u siebie. Zagłosuj!”). Pomysły mają charakter uniwersalny, dlatego warto je dostosować do warunków społeczności, w której działasz. Jeśli lubisz „angażować” i szukasz inspiracji – ta broszura jest właśnie dla Ciebie!

Dominka Topolska

Koordynatorka działań lokalnych w Irlandii
kampania „**JESTEŚ U SIEBIE, ZAGŁOSUJ!**”



PROWADŹ PROMOCJĘ W MEDIACH TRADYCYJNYCH I SPOŁECZNOŚCIOWYCH



Wykorzystaj potencjał komunikacji z mieszkańcami, jaki dają Ci media. Dla lokalnej prasy i radia interesujące są sprawy lokalne, bliskie każdemu mieszkańcowi – budowa nowej drogi, brak miejsc w przedszkolu, zmiana godzin funkcjonowania urzędu miasta, nowe zasady segregowania śmieci. Nawiąż kontakt z mediami i podtrzymuj go, przysyłając materiały o swoich kolejnych działaniach.

Powszechnie używany Facebook i inne portale społecznościowe, a także YouTube, dają szansę na przedstawienie Twojego działania w atrakcyjny sposób. Funkcjonalności portali umożliwiają organizację wirtualnych akcji, które uzupełniają te w rzeczywistości. Angażują kolejnych odbiorców poprzez publiczną informację o tym, że znajomi „dołączyli” i „komentują” wydarzenie. Pozyskanie na Facebooku wielu odbiorców działa

przekonująco na kolejnych. Z kolei krótkie filmiki czy akcje fotograficzne bazujące na chwytliwym haśle są nieraz dużo skuteczniejsze niż publikacja tekstu „do czytania” w internecie. Warto przemyśleć więc zintegrowaną kampanię, łączącą możliwości różnych portali społecznościowych, tak, aby kolejne informacje i multimedia stopniowały ciekawość odbiorców.

WSPÓŁPRACUJ Z MEDIAMI

- Stwórz bazę dziennikarzy i listę dystrybucyjną z adresami mailowymi gazet, portali, stacji radiowych.
- Skontaktuj się z mediami – mailowo, telefonicznie, osobiście.
- Poinformuj jaki jest cel Twojej kampanii, uargumentuj jego ważność oraz podkreśl, że akcja, którą prowadzisz, ma charakter pro publico bono.
- Poproś o bezpłatne miejsce w gazetach i na portalach.
- Wysyłaj mediom artykuły i informacje prasowe o wydarzeniach związanych z kampanią.
- Zaproponuj lokalnej lub ogólnokrajowej



JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ

www.jusz.eu

stacji radiowej własny udział w audycji na temat ogólny związany z Twoją akcją/projektem (np. seniorzy, osoby niepełnosprawne, ciekawe inicjatywy lokalne, zbliżające się wybory) lub krótką wypowiedź na temat aktualnych wydarzeń w Twojej akcji/projekcie.

PRZEPROWADŹ AKCJĘ „SELFIE” NA FACEBOOKU

- Wymyśl krótkie hasło promujące akcję, które każdy może spersonalizować, zapisać na kartce i sfotografować się z nim, a następnie zamieścić swoje zdjęcie na Facebooku. Przykładowe hasła wykorzystane w kampaniach zachęcających Polaków mieszkających za granicą do głosowania to: „Jestem u siebie w (nazwa miejscowości). Zagłosuję!” „Zagłosuję w wyborach lokalnych/europejskich, bo...”, „Dublin, jestem u siebie. Zagłosuję!”. Z kolei w ogólnopolskiej akcji „Masz głos. Masz wybór” funkcjonuje hasło „Idę na wybory!”.
- Możesz wzmocnić akcję „selfie” poprzez użycie facebookowych hashtagów,

czyli oznaczania słowa związanego z Twoją akcją znakiem #. Dzięki temu użytkownicy Facebooka łatwo odnajdą wszystkie posty, w których pojawił się hashtag związany z akcją. Duża ilość postów może zachęcić kolejne osoby do sfotografowania się, zainteresowania ideą, która Ci przyświeca, i włączenia w inne Twoje działania. Przykład: #voteoclock.

- Zaproponuj, aby ci, którzy zamieścili już na swoich tablicach zdjęcia, nominowali kolejne osoby do udziału w akcji „selfie”, na zasadzie łańcuszka.
- Stwórz stronę akcji na Facebooku, zamieszczaj tam zdjęcia, filmiki, linki do opublikowanych materiałów prasowych i aktualności dotyczące Twojej akcji, m.in. zapowiedzi najbliższych wydarzeń.
- Swoją kampanię we wszystkich mediach społecznościowych możesz zsynchronizować za pomocą programu typu Hootsuite (hootsuite.com).
- Utwórz wydarzenie na Facebooku: z terminem spotkania na temat spraw lokalnych, które organizujesz, wyboryw i rejestracji upoważniającej do udziału



**JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ**

www.jusz.eu

w nich czy innego Twojego wydarzenia. Zaprosz do udziału w wydarzeniu wszystkich swoich znajomych. Poproś znajomych z Facebooka o to, żeby zrobili to samo.

WYKORZYSTAJ INFOGRAFIKI DO WIZUALIZACJI SWOJEGO PRZEKAZU

- Infografika to wizualizacja danych w postaci rysunku, wykresu, grafu, które w zrozumiały i atrakcyjny dla oka sposób przybliżą odbiorcom Twój przekaz. Zaangażuj w jej stworzenie grafika – wolontariusza.
- Oto kilka pomysłów na temat infografiki: jak zarejestrować się do udziału w wyborach, kompetencje radnego, obowiązki gminy wobec osób niepełnosprawnych, licencje udzielane przez urząd miasta czy skrótowe przedstawienie programu kandydatów, którzy będą startować w wyborach.
- Na stronie www.facebook.com/VoteGlosuj znajdziesz kilka ciekawych przykładów infografik.
- Gotową infografikę zamieść na stronie

www Twojej akcji, na Facebooku oraz wyślij mailem do mediów, znajomych, mieszkańców.

- Wydrukuj infografikę i użyj jej w formie plakatów i ulotek, które rozwieszisz w miejscach publicznych i rozdystribuujesz wśród mieszkańców.

NAGRAJ FILMIKI PROMOCYJNE W WERSJI HOMEMADE

- Wymyśl scenariusz filmu. W przypadku wyborów za granicą może to być zbiór krótkich wypowiedzi osób mówiących dlaczego chcą się zgłosić i jak dokonać rejestracji „krok po kroku”. W przypadku spotkania na temat lokalnych problemów – wypowiedzi osób prezentujących różne grupy mieszkańców i ich interesy.
- Zaangażuj wolontariuszy jako aktorów, scenarzystów, operatora.
- Nagrany filmik zamieść na YouTube i Facebooku oraz roześlij mailowo, a także aranżuj jego projekcje podczas spotkań związanych z Twoją akcją.
- Przykładowe filmiki nagrane przez aktywistów kampanii „Jesteś u siebie.

Zagłosuj!” z Irlandii znajdziesz na YouTube.

- Jeśli dysponujesz budżetem lub masz sponsorów, możesz stworzyć profesjonalny film, angażując w pracę zawodowych filmowców. Negocjując koszty, powiedz im na czym polega akcja, wspomnij o jej charakterze pro publico bono, a być może zgodzą się wykonać swoją pracę na preferencyjnych warunkach.

ULOTKI, PLAKATY

- Zaprojektuj swoje ulotki i plakaty albo użyj już gotowych, których dostarczyć mogą Ci organizatorzy akcji i kampanii społecznych takich jak „Masz głos. Masz wybór” czy „Jesteś u siebie. Zagłosuj!”.
- W akcję plakatowania i rozdawania ulotek zaangażuj wolontariuszy.
- Sprawdź miejsca i daty wydarzeń lokalnych, podczas których możesz dotrzeć ze swoimi materiałami do dużej ilości mieszkańców, odbiorców Twoich działań.
- Uzyskaj w urzędzie miasta, gminy

informację o tym, gdzie dozwolone jest wieszanie plakatów.

- Rozdawaj ulotki i rozwieś plakaty tam, gdzie toczy się codzienne życie Twoich potencjalnych odbiorców: w sklepach, w punktach usługowych, bibliotekach i centrach kultury, pod kościołem, w szkołach, jak również podczas imprez masowych – koncertów, imprez sportowych, pikników.

Ważne: *Skuteczniejsze jest wręczenie ulotek mieszkańcom przez wolontariuszy i wolontariuszki, niż pozostawienie ich w jednym miejscu, do pobierania przez mieszkańców. Dzięki osobie wolontariusza ulotki zyskują na wiarygodności.*



PRZEPROWADŹ DIAGNOZĘ – ROZPOZNAJ POTRZEBY MIESZKAŃCÓW



Zanim zorganizujesz spotkanie z mieszkańcami, poznaj jak najdokładniej ich potrzeby, oczekiwania i problemy. Jako główni użytkownicy infrastruktury gminy, są najlepszym źródłem wiedzy o tym, co „nie działa”, a co się sprawdza. Dzięki temu spotkanie czy debata dotycząca spraw lokalnych będzie dostosowana do specyfiki Twojej społeczności. Diagnoza dostarcza argumentów do dyskusji, pomoże Ci doprecyzować problemy, które postawisz podczas spotkania. Zanim przystąpisz do diagnozy, zapoznaj się z dostępnymi materiałami urzędowymi czy wynikami wcześniej przeprowadzonych badań. Informuj o tym, że diagnoza jest prowadzona (gdzie, w jakim terminie, po co) na Facebooku, na swojej stronie www, w mediach. Zbieraj pomysły mieszkańców na rozwiązanie konkretnego problemu, które pojawią się w trakcie badania.

- Post-ity i tablice. Niedokończone zdanie zachęci mieszkańców do udzielania odpowiedzi. „Za nierozwiązany problem naszej gminy uważam...”, „Tereny zielone w naszym mieście...”, „Nie korzystam z zajęć gminnego ośrodka sportu, ponieważ...”, „Chodnika brakuje przy ul...”, „Polityka rowerowa w naszej dzielnicy...” „W ofercie domu kultury brakuje...”. Mieszkańcy mogą zapisywać odpowiedzi na tablicach ściennych rozwieszonych np. w supermarkecie czy urzędzie gminy oraz przyklepać kartki typu „post-it” na flipchartach.
- Nie dokończony zdanie lub pytanie musi być widoczne – wywieś je na ścianie budynku, napisz na tablicy, flipcharcie, kredą na chodniku, wyświetl na ścianie z rzutnika. Zamieść je również na Facebooku, na stronie www, w tytule informacji prasowej wysyłanej do mediów.
- Zamiast formuły niedokończonych zdań możesz wykorzystać mapę, na której mieszkańcy będą zaznaczać flamastrami lub znacznikami obszary, w których występuje jakiś problem lub potrzeba.



JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ

www.jusz.eu

- Aby uzyskać informacje o takich miejscach w swojej gminie, możesz skorzystać z serwisów i narzędzi do zgłaszania problemów w przestrzeni publicznej: NaprawmyTo.pl czy brytyjskiego FixMyStreet.com. Informacje o zgłaszanych problemach są w nich upublicznione.
- Diagnozę najlepiej przeprowadzić w zespole dwóch osób. Jedna zachęca mieszkańców do podzielenia się swoją wiedzą, zgłoszenia problemu lub potrzeby. Tłumaczy cele diagnozy, mówi o ciągu dalszym działań oraz wyjaśnia jak się w nie zaangażować. Druga dba o materiały potrzebne do przeprowadzenia diagnozy (mapę, flipcharty, flamastry). Badanie może odbywać się jednocześnie w kilku miejscach, wtedy potrzebujesz większej ilości dwuosobowych zespołów wolontariuszy.
- Rób zdjęcia, zamieszczaj je na Facebooku. Mogą one zachęcić nowe osoby do udziału w kolejnym wydarzeniu, podczas którego będziesz prowadzić badanie.

CZEGO POTRZEBUJESZ?

Materiały:

- mapa Twojej okolicy, gminy
- kartony i flamastry
- ulotki, plakaty, baner
- wydrukowane w dużym formacie lub napisane ręcznie „niedokończone zdanie”

Sprzęt:

- flipchart lub tablica ścienna
- aparat fotograficzny
- ewentualnie komputer i projektor multimedialny (rzutnik)

Sprzęty możesz spróbować pożyczyć od urzędu gminy (miasta), biblioteki, domu kultury czy zaprzyjaźnionych organizacji.

Potrzebni wolontariusze:

- osoba zachęcająca do udziału w badaniu
- osoba od spraw logistycznych

PO DIAGNOZIE. CO DALEJ?

- Spisz potrzeby, problemy i pomysły wymienione przez mieszkańców, zrób zdjęcie mapy, na której zaznaczyli oni „obszary problemowe”, stwórz syntetyczny opis podsumowujący diagnozę (przebieg i wyniki), który zamieścisz na stronie www, na



Facebooku i prześlesz do mediów w postaci informacji prasowej.

- Na podstawie diagnozy doprecyzuj problemy, które postawisz podczas spotkania z mieszkańcami (patrz: rozdział „Zorganizuj spotkanie z mieszkańcami”).
- Podziel się informacją o przebiegu i wynikach Twojej diagnozy z organizatorami akcji. Prześlij im zdjęcia, linki, krótką notkę, a oni zamieszczą je na głównej stronie akcji.

ZORGANIZUJ SPOTKANIE Z MIESZKAŃCAMI



Spotkanie z mieszkańcami może przyjąć różną formułę w zależności od jego celu oraz najbliższych wydarzeń ważnych dla społeczności. Ze zbliżającymi się wyborami wiąże się potrzeba zorganizowania spotkania informującego o wyborach (np. o zasadach rejestracji i głosowania), ale jest to też dobra okazja do przeprowadzenia

debaty przedwyborczej z kandydatami na radnych. Taka debata jest okazją do zainteresowania mieszkańców sprawami lokalnymi i uświadomienia im, że mają wpływ na miejsce, w którym żyją. Spotkanie może dotyczyć również konkretnego, wcześniej zdiagnozowanego, ważnego dla mieszkańców, problemu i dyskusji o jego rozwiązaniach. Daje ono możliwość otwarcia lub usprawnienia komunikacji między mieszkańcami, radnymi i urzędem. Bez względu na to jaką formułę przyjmie spotkanie, które zorganizujesz, możesz dzięki niemu wypromować swoją organizację lub zainspirować innych do podobnych, angażujących działań! Ustal formułę spotkania, jego agendę, zaprosz gości, zadbaj o przekąski, zorganizuj kąpiel dla dzieci.

Ważne: *W trakcie debaty wypowiadaj się w imieniu tylko tych mieszkańców, których opinię poznałeś!*

OD CZEGO ZACZAĆ?

- Wybierz miejsce i czas spotkania
- Szukając odpowiedniego miejsca na spotkanie, weź pod uwagę szacunkową liczbę uczestników.
- Wybierz miejsce powszechnie znane lub takie, do którego łatwo trafić, dojechać.
- Rozważ salę ośrodka kultury, salę parafialną, szkolną, w urzędzie miasta, bibliotece. Im bardziej „neutralne” będzie to miejsce, tym lepiej.
- Wybierz termin i czas spotkania odpowiedni dla grupy mieszkańców, na których obecności najbardziej ci zależy (wieczór w dni robocze, weekend). Upewnij się, że w tym czasie nie ma konkurencyjnego lokalnego wydarzenia czy transmisji meczu polskiej reprezentacji.

SKONTAKTUJ SIĘ Z RADNYMI LUB KANDYDATAMI

Jeśli zdecydujesz się zaprosić obecnego radnego lub radną, poproś ich, żeby opowiedzieli o swojej pracy, o kompetencjach radnych, skali swoich działań, współpracy

z mieszkańcami. Kandydaci prawdopodobnie będą chętni do tego, żeby zaprezentować swój program wyborcom.

Rozmawiając z radnymi i kandydatami, podkreśl, że zależy Ci na budowaniu dialogu i współpracy pomiędzy władzami samorządowymi i mieszkańcami oraz na zachęceniu mieszkańców do uczestniczenia w wyborach. Zadbaj o równą reprezentację kobiet i mężczyzn w panelu dyskusyjnym.

KONTAKTUJĄC SIĘ Z RADNYM LUB KANDYDATEM, POINFORMUJ ICH O:

- akcji czy kampanii, w ramach której organizowane jest spotkanie (np. „Masz głos. Masz wybór” czy „Jesteś u siebie. Zagłosuj!”);
- głównym celu spotkania (np. poinformowanie mieszkańców o tym, dlaczego warto głosować, stworzenie płaszczyzny dialogu między mieszkańcami a władzami czy debata nad ważnym lokalnym problemem);
- tym, kto jest organizatorem spotkania;
- ewentualnym udziale mediów;
- przebiegu spotkania – jego długości,

przewidzianych częściach, momencie prezentacji radnych;

- tym, czego od nich oczekujesz (np. pięciominutowej prezentacji programu wyborczego, opowiedzenia mieszkańcom o korzyściach wynikających z głosowaniu czy o wpływie, jaki mają oni na zmiany w dzielnicy, odpowiedzenia na pytania mieszkańców itp.).

Ważne: *Organizując spotkanie z kandydatami, zadбай o to, aby zarówno mieszkańcy, jak i kandydaci pochodzili z tego samego okręgu wyborczego. Kandydaci będą zainteresowani zaprezentowaniem się potencjalnym wyborcom, wyborcy zaś nawiązaniem kontaktu z kandydatami lub radnym i poruszeniem spraw swojej dzielnicy, gminy.*

Zalecamy, aby na dwa dni przed debatą przypomnieć o niej kandydatom lub radnym i uzyskać potwierdzenie ich obecność.

INFORMUJ O SPOTKANIU. PROMUJ JE

Informuj o spotkaniu od momentu rozpoczęcia jego przygotowań. Wysyłaj

informacje prasowe do mediów oraz maile do radnych i mieszkańców, wykorzystaj do tego celu Facebooka.

Dobrze jest połączyć spotkanie informacyjne o wyborach czy debatę nad lokalnym problemem z innym wydarzeniem, które będzie cieszyć się dużą frekwencją mieszkańców, np. z dorocznym piknikiem w gminie. Warto również nawiązać kontakt z organizatorami tego wydarzenia i połączyć działania promocyjne oraz kanały promocji.

Jednym ze sposobów na zainteresowanie ludzi spotkaniem jest wymyślenie dla niego intrygującej, „budzącej emocje” nazwy. Nazwa może np. odnosić się do najważniejszego aktualnie lokalnego problemu albo do dalekosiężnych planów rozwoju gminy.

UPEWNIJ SIĘ, ŻE KOMUNIKAT O SPOTKANIU ZAWIERA NASTĘPUJĄCE INFORMACJE:

- czas i miejsce spotkania
- cel spotkania
- korzyści, jakie przyniesie uczestnikom
- informację o gościach, panellistach
- plan spotkania



**JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ**

www.jusz.eu

Jak dotrzeć z informacją o spotkaniu do mieszkańców?

M.in. poprzez:

- rozsyłanie zaproszeń pisemnych pocztą;
- rozdawanie ulotek na ulicach, w sklepach, szkołach, przed kościołem i w innych miejscach publicznych;
- rozwieszanie plakatów i „obwieszczeń” w miejscach do tego celu przeznaczonych;
- ustne zaproszenia przekazywane osobiście i tzw. pocztą pantoflową;
- publikowanie ogłoszeń o spotkaniu w lokalnej prasie, na portalach internetowych i forach oraz wypowiedzi w lokalnym radiu i telewizji;
- ogłoszenia parafialne i gazetkę parafialną;
- rozsyłanie zaproszeń na spotkanie mailem;
- wykorzystanie komunikacji na portalach społecznościowych: Facebook, Google+, MySpace, GoldenLine, LinkedIn, Twitter, YouTube;
- wykorzystanie stron internetowych zaprzyjaźnionych organizacji do zamieszczania na nich ogłoszeń o debacie, itp.

Ważne: Informacje o spotkaniu warto rozesłać co najmniej 10 dni przed planowanym wydarzeniem.

Inspiracje do prowadzenia spotkań w ciekawych, półoficjalnych formach, które sprzyjają poznawaniu się mieszkańców i generowaniu pomysłów na rozwiązanie lokalnych problemów, znajdziesz tutaj: <http://www.maszglos.pl/strefa-wiedzy/narzedziownik/>

CO JESZCZE ZACHĘCI MIESZKAŃCÓW DO WZIĘCIA UDZIAŁU W SPOTKANIU?

Poczęstunek

Zadbaj o napoje i poczęstunek. Zapraszając mieszkańców, szczególnie małych miejscowości, możesz zachęcić ich, aby przynieśli ze sobą własnoręcznie przygotowane drobne przekąski. Możesz również porozmawiać z lokalną cukiernią lub piekarnią, aby w zamian za reklamę ich produktów podczas spotkania, zapewniły poczęstunek. Warto też zapytać urząd gminy o to, czy dofinansuje spotkanie. Prowadząc rozmowę z urzędem, podkreśl neutralność wydarzenia i fakt, że zapraszasz wszystkich kandydatów z okręgu do debaty, bez względu na ich opcję polityczną.

Kącik dla dzieci

Zorganizuj kącik dla dzieci. Dzięki temu w spotkaniu będą mogli uczestniczyć osoby, które nie mogą zapewnić opieki dla swoich dzieci w czasie jego trwania. Kącik powinien znajdować się w oddzielnej sali. Dzieci muszą mieć zapewnioną opiekę dorosłej osoby, która będzie animować czas zabawami, grami czy zajęciami plastycznymi.

Tłumacz

Jeśli zapraszasz kandydatów obcojęzycznych, pozyskaj tłumacza.

PROWADZENIE SPOTKANIA

- Przygotuj salę: na drzwiach wejściowych powieś plakat z informacją o spotkaniu. Jeśli dojdzie do sali lub budynku, w którym odbędzie się debata jest nieco skomplikowane (np. sala w szkole na drugim piętrze czy kilka wejść do budynku), czytelnie je oznakuj.
- Zapoznaj uczestników z agendą spotkania: scenariusz spotkania powinien być ustalony z dużym wyprzedzeniem i główni mówcy powinni go znać. Należy przedstawić agendę publiczności, by wiedziała, czego się spodziewać i kiedy może zabierać głos.
- Pozyskaj moderatora: spotkanie powinno być prowadzone przez osobę specjalnie do tego wyznaczoną, posiadającą odpowiednie kompetencje lub cechy osobowości (moderator), która czuwa nad porządkiem wypowiedzi, udziela głosu, pilnuje czasu, jednocześnie nie wyraża własnych poglądów, nie zgłasza pomysłów, nie ocenia.
- Stwórz dobrą atmosferę i zadбай o porządek spotkania:
- Przywitaj wszystkich uczestników, przedstaw się i poinformuj ich o swojej roli.
- Zaprezentuj cel i oczekiwane rezultaty spotkania.
- Przedstaw plan spotkania i ramy czasowe.
- Przedstaw wszystkich mówców i moderatora.
- Omów metody pracy (zasady dyskusji, zadawania pytań).



www.jusz.eu

Przykładowy plan spotkania:

- Zaczynij od przywitania, przedstawienia agendy i ram czasowych
- Zaprezentuj lokalne potrzeby i problemy wskazane przez mieszkańców – może ona składać się z kilku krótkich wystąpień zaproszonych mówców, lokalnych autorytetów lub przedstawicieli mieszkańców. Możesz skorzystać z przeprowadzonej wcześniej analizy i diagnozy potrzeb społecznych. Zaproponuj dyskusję na temat możliwych rozwiązań problemów.
- Przejdź do prezentacji przedstawiającej korzyści z głosowania, czyli wybierania radnych, i zasięg ich możliwości wpływu na sprawę w dzielnicy, w tym rozwiązanie wspomnianych problemów.
- Wyświetl i omów prezentację edukacyjną na temat rejestrowania się do wyborów i głosowania (np. jak oddać ważny głos).
- Poinformuj uczestników spotkania o tym, jak mogą nawiązać kontakt z kandydatami i kandydatkami oraz gdzie mogą zapoznać się z ich programem wyborczym.

- (PRZERWA, jeśli jest taka potrzeba).
- Wystąpienie wybranego radnego, w którym omówi on swoją codzienną pracę i pokaże wpływ, jaki ma na sprawę dzielnicy. Poinformuje on również mieszkańców o tym, jak mogą się z nim kontaktować, aby konsultować pomysły, rozwiązania, zgłaszać problemy.
- Wystąpienia kandydatów i kandydatek. Każdy kandydat ma do dyspozycji 5 minut na przedstawienie swojego programu wyborczego i propozycji rozwiązania najważniejszych problemów gminy, dzielnicy.
- Pytania mieszkańców do kandydatów i kandydatek.
- Networking, czyli nieoficjalne rozmowy kandydatów i mieszkańców „w kulisach”, przy kawie.

CZEGO POTRZEBUJESZ?

Materiały:

- Przygotuj krótką prezentację o strukturze samorządu i kompetencjach radnych, a także o tym jak się rejestrować i jak oddać ważny głos.
- ulotki, plakaty, baner

Sprzęt:

- komputer
- projektor multimedialny (rzutnik)
- mikrofon
- flipchart

Wszystkie te sprzęty możesz spróbować pożyczyć od urzędu gminy, biblioteki, domu kultury czy zaprzyjaźnionych organizacji.

Potrzebni wolontariusze:

- osoba prowadząca spotkanie
- tłumacz
- fotograf
- dodatkowe osoby do pomocy – udzielające odpowiedzi na pytania organizacyjne, prowadzące listę obecności, rejestrujące uczestników do udziału w wyborach.

PO SPOTKANIU. CO DALEJ?

- Utrzymuj kontakt z mieszkańcami, zaproponuj im możliwość otrzymywania informacji dotyczących Twoich działań na bieżąco – o postępach kampanii, organizowanych wydarzeniach i spotkaniach – poprzez SMS, mailowo czy na Facebooku.
- W przypadku zbliżających się wyborów

za granicą – zaoferuj pomoc w wypełnieniu formularzy rejestracyjnych. Możesz zaproponować kolejne spotkanie w gronie mieszkańców w tym celu.

- Zachęć uczestników spotkania do promowania kampanii wśród swych znajomych, sąsiadów.
- Tym, którzy chcą podjąć działania angażujące mieszkańców, oferuj pomoc merytoryczną swoją lub swojej organizacji oraz materiały promocyjne (ulotki, plakaty).
- Podziel się lokalnym sukcesem akcji z jej organizatorami. Prześlij im zdjęcia, linki, krótką notkę, a oni zamieszczą je na głównej stronie akcji.

**PRZEPROWADŹ AKCJĘ
INFORMACYJNO-PROMOCYJNĄ
PODCZAS LOKALNEGO
WYDARZENIA LUB IMPREZY MASOWEJ**



Lokalne wydarzenia kulturalne oraz imprezy masowe – koncerty, spotkania ze znanymi osobami, imprezy tematyczne



**JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ**

www.jusz.eu

czy sportowe – to okazja na dotarcie z informacją do wielu mieszkańców. Przekonaj organizatorów imprezy, aby poparli Twoją akcję, przygotuj plakaty, ulotki, zorganizuj punkt informacyjny i zaangażuj wolontariuszy w działania promocyjne. Bądź na miejscu w dniu imprezy. Informuj, zachęcaj, oferuj pomoc.

SKONTAKTUJ SIĘ Z ORGANIZATORAMI IMPREZY

- Przekonując organizatorów do poparcia Twojej akcji, przedstaw swoje cele (np. akcja profrekwencyjna, angażowanie mieszkańców w debatę publiczną, zbliżanie mieszkańców i władz, rozwiązywanie ważnych lokalnych problemów) i charakter pro publico bono Twoich działań.
- Podkreśl, że zależy Ci, aby osoba publiczna będąca gościem imprezy (np. artysta, sportowiec) zachęciła mieszkańców do angażowania się w sprawy lokalne poprzez Twoje działania. Będzie to miało duży wpływ na zainteresowanie się akcją przez uczestników i uczestniczki imprezy.

Jeśli nie będzie takiej możliwości, zadbaj o przestrzeń „na scenie” dla samego siebie.

- Uzgodnij możliwość rozwieszenia plakatów i banerów oraz zorganizowania widocznego stanowiska informacyjnego.
- W zamian możesz zaproponować rozprowadzenie imprezy poprzez umieszczenie informacji na stronie swojej organizacji czy Facebooku oraz rozdanie ulotek od organizatorów imprezy przy okazji „swojego” wydarzenia.

ZAANGAŻUJ WOLONTARIUSZY ORAZ POZYSKAJ MATERIAŁY

- Przygotuj ulotki, plakaty, formularze rejestracyjne, listę obecności z możliwością zostawienia adresu mailowego czy numeru telefonu.
- Zaangażuj 2-5 wolontariuszy, którzy będą stali przed wejściem i rozdawali ulotki.
- Zaaranżuj stanowisko informacyjne, gdzie mieszkańcy będą mogli uzyskać informacje o Twoich działaniach – zbliżających się wyborach, lokalnych

problemach, kompetencjach radnych – w zależności od tego, wokół jakiego zagadnienia ogniskuje się Twoja akcja. Informuj o możliwości uzyskania aktualnych wiadomości na temat postępów działań (mailem, na Facebooku). Zachęcaj do przyłączenia się do akcji, w ten sposób możesz pozyskać nowych wolontariuszy.

- Rób zdjęcia. Zamieszczaj je na Facebooku.

PO AKCJI INFORMACYJNO-PROMOCYJNEJ. CO DALEJ?

- Jeśli zbierzesz listę kontaktów do mieszkańców, wyślij im maila z podziękowaniem za zainteresowanie i zaangażowanie, poinformuj o postępach w Twoim działaniu. Utrzymuj z nimi kontakt.
- Podziel się sukcesem z organizatorami akcji, w której uczestniczysz. Prześlij im zdjęcia, linki, krótką notkę, a oni zamieszczą je na głównej stronie www akcji.

PRZEPROWADŹ AKCJĘ INFORMACYJNO-PROMOCYJNĄ W KOŚCIELE



Wykorzystaj fakt, iż wielu Polaków, szczególnie w mniejszych miejscowościach, ale też w środowiskach polonijnych, uczęszcza na msze. Każda niedziela i ważniejsze święto narodowe lub kościelne to dobra okazja, żeby dotrzeć do potencjalnych odbiorców Twoich działań. Poproś księdza, aby przypomniał wiernym o wzięciu udziału w wyborach czy zachęcił ich do działania na rzecz społeczności lokalnej w ramach projektu, który prowadzisz. Powiedz wolontariuszom, aby stanęli z ulotkami (czy formularzami rejestracyjnymi) pod kościołem. Sam również rozdawaj ulotki, odpowiadaj na wszelkie pytania mieszkańców, zachęcaj ich do udziału w wydarzeniach, które organizujesz.

ZAANGAŻUJ W AKCJĘ KSIĘDZA

Poproś go, aby w ramach ogłoszeń parafialnych powiedział „kilka słów”



**JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ**

www.jusz.eu

zachęcających wiernych do udziału w wyborach czy innych wydarzeniach angażujących ich w życie lokalne. Uzgodnij z nim zawieszenie informacji na tablicy ogłoszeń oraz zorganizowanie punktu informacyjnego pod kościołem.

- Wyślij maila lub list do księdza z danej parafii z prośbą o wsparcie akcji, którą prowadzisz. Spróbuj umówić się z nim na spotkanie, zadzwoń, żeby wyjaśnić charakter i cel Twoich działań.
- Poinformuj go, że jest to akcja apolityczna. Podkreśl, że działania, które prowadzisz sprzyjają budowaniu aktywnej społeczności.
- Zaproponuj tekst, który miałyby zostać ogłoszony podczas mszy.

JAK PRZEPROWADZIĆ AKCJĘ?

- Sprawdź w jakich godzinach odbywa się msza.
- Powiedz wolontariuszom, aby stanęli przed kościołem i wręczali ulotki wiernym.
- Sam również wręczaj mieszkańcom ulotki, zachęcaj do aktywności lokalnej czy głosowania, odpowiadaj na pytania.

Przygotuj listę, na której zainteresowani uzyskaniem informacji o kolejnych działaniach, będą mogli zostawić swoje dane kontaktowe.

CZEGO POTRZEBUJESZ?

Wolontariusze:

- 2-4 osoby, które będą rozdawały ulotki i odpowiadały na pytania mieszkańców

Materiały:

- Ulotki związane z tematem Twoich działań lub standardowe, które możesz otrzymać od organizatorów akcji czy kampanii, w ramach której działasz.
- Baner lub roll-up, który możesz umieścić przed kościołem, w miejscu, w którym będą stali Twoi wolontariusze. Uzyskaj wcześniej zgodę księdza na postawienie roll-upa czy rozwieszenie banera.

Sprzęt:

- aparat fotograficzny (udokumentuj swoje działania!)

PO AKCJI INFORMACYJNO-PROMOCYJNEJ. CO DALEJ?

- Utrzymuj kontakt z księdzem, zachęcaj go do mówienia wiernym o kolejnych

wydarzeniach, które organizujesz czy przypominania im o wzięciu udziału w głosowaniu. Bądź z nim w kontakcie telefonicznym lub osobistym, przesyłaj informacje o swoich następnych działaniach mailem (również miesz-kańcom).

- Podziel się sukcesem z organizatorami akcji. Prześlij zdjęcia, linki, krótką notkę, a oni zamieszczą je na głównej stronie www akcji, w której uczestniczysz.

ZAANGAŻUJ SZKOŁY W SWOJE DZIAŁANIA



Szkoły podstawowe i gimnazja są miejscami, w których łatwo możesz dotrzeć do dużej liczby mieszkańców swojej gminy. Niemal każdego dnia część z nich przychodzi do szkoły, aby przeprowadzić swoje dzieci na zajęcia. Jest to dobra okazja do tego, żeby zapoznać mieszkańców z informacjami o Twojej inicjatywie. Dyrekcji i nauczycielom, w związku z obowiązkiem kształcenia

obywatelskiego, może zależeć na tym, żeby angażować dzieci w działania na rzecz społeczności lokalnej. Skontaktuj się ze szkołą, zaangażuj dyrektora i nauczycieli do kampanii, którą prowadzisz, zorganizuj spotkanie informacyjne.

OD CZEGO ZACZAĆ?

Skontaktuj się z dyrektorami szkół w Twojej gminie, dzielnicy

Zacznij od wysłania maila lub listu, a po kilku dniach skontaktuj się telefonicznie. Możesz też wybrać się do szkoły i porozmawiać z dyrektorem osobiście.

Wyjaśnij na czym polega kampania

Nawiązując kontakt, podkreśl, że akcja ma charakter apolityczny i pro publico bono, promuje integrację różnych grup mieszkańców i zaangażowanie obywatelskie. Załącz informacje o akcji, linki do stron www. dotyczących kampanii, materiały opublikowane w mediach, ulotki, plakaty, infografiki.

Zachęcaj, mówiąc o zaletach i korzyściach z udziału w kampanii

Możesz użyć następujących argumentów:

- Jest to akcja promująca postawy



**JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ**

www.jusz.eu

obywatelskie. Podkreśl, że szkoły mają ogromne oddziaływanie edukacyjne i są niezastąpione w promowaniu takich postaw.

- Inne szkoły z gminy, miasta, powiatu lub polonijne popierają akcję.
- Szkoła zyska dodatkową reklamę: będzie wymieniona na głównej stronie www akcji, „rozpromuje się” w trakcie planowanych w akcji wydarzeń.
- Szkoła będzie lepiej znana społeczności lokalnej, bardziej widoczna w przestrzeni publicznej.
- Udział w Twojej inicjatywie da dyrektorowi i nauczycielom możliwość nawiązania nowych kontaktów z innymi organizacjami, lokalnymi samorządami, radnymi.

CZEGO POTRZEBUJESZ OD SZKOŁY?

Poproś dyrektora o:

- Zamieszczenie informacji o akcji czy kampanii na stronie www szkoły.
- Udostępnienie kontaktów do rodziców, uczniów, nauczycieli.
- Informowanie o akcji i zachęcanie do udziału w wyborach lub angażowania się w Twoją inicjatywę podczas zebrań

rodziców i nauczycieli.

- Zachęcenie dyrektorów innych szkół do przyłączenia się do akcji, poinformowanie ich o akcji.
- Udostępnienie rodzicom i nauczycielom ulotek, które chcesz przesłać szkole.
- Zaangażowanie nauczyciela lub rodzica wolontariusza, który będzie odpowiedzialny za kampanię w szkole i przeprowadzenie poszczególnych działań.
- Zorganizowanie spotkania informującego o Twojej inicjatywie, połączonego np. rejestracją (w przypadku wyborów za granicą) lub badaniem potrzeb lokalnej społeczności. Zaproponuj, że to Ty zorganizujesz i poprowadzisz to spotkanie. Możesz również dążyć do tego, aby spotkania informacyjne odbyły się w tym samym czasie we wszystkich szkołach w danej gminie. Uczyni to akcją bardziej widoczną oraz ciekawą dla mediów.

ZORGANIZUJ SPOTKANIE INFORMACYJNE W SZKOLE

- Ustal z dyrektorem dzień i miejsce.
- Uzgodnij kto z nauczycieli, rodziców, uczniów jest w stanie pomóc Ci w organizacji wydarzenia, dotrzeć do innych rodziców itd.
- Szczegółowe informacje o tym jak zorganizować spotkanie znajdziesz w rozdziale „Zorganizuj spotkanie z mieszkańcami”.

PO SPOTKANIU. CO DALEJ?

- Utrzymuj kontakt ze szkołą, informuj dyrektora i nauczycieli o postępach akcji (np. poprzez wysłanie maila z informacjami raz na dwa tygodnie).
- Zachęcaj nauczycieli do tego, żeby informowali Cię o zorganizowanych przez siebie spotkaniach informacyjnych czy innych wydarzeniach w ramach akcji i dokumentowali je w postaci zdjęć. Oferuj umieszczenie tych informacji i materiałów na stronie akcji na Facebooku oraz stronie www Twojej organizacji.
- Oferuj pomoc merytoryczną, materiały

(ulotki, plakaty), zaangażowanie (dostępnych wolontariuszy, którzy mogą pomóc w przeprowadzeniu spotkania dla rodziców i nauczycieli czy badania potrzeb lokalnej społeczności).

- Podziel się sukcesem z organizatorami akcji. Prześlij zdjęcia, linki, krótką notkę, a oni zamieszczą je na głównej stronie www akcji, w której uczestniczysz razem ze szkołą.
- Jeśli ograniczają Cię możliwości czasowe – po uzgodnieniu z dyrektorem – możesz po prostu razem z wolontariuszami przyjść przed lekcjami i rozdawać ulotki, rozmawiać z rodzicami, zachęcać ich do udziału w wyborach czy do angażowania się w sprawy lokalne.



JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ

www.jusz.eu



JESTEŚ
U SIEBIE
ZAGŁOSUJ

www.jusz.eu

PODZIĘKOWANIA

Bardzo dziękujemy wszystkim, którzy przyczynili się do powstania tego poradnika:

Arturowi Banaszkiewiczowi, **Barnabie** Dordzie, **Joannie** Dobosz-Chudej, **Tomaszowi** Kostienko, **Agnieszce** Redzikowskiej, **Agnieszce** Wieczorkowskiej i **Krzysztofowi** Wiśniewskiemu z **Irlandii**, **Agacie** Bińkowskiej, **Ewelinie** Gregolińskiej i **Jakubowi** Krupie z **Wielkiej Brytanii**, **Sylwii** Wessel z **Holandii**, **Maciejowi** Hilarowiczowi z **Belgii** oraz wszystkim wspomniałym **wolontariuszom** i **wolontariuszkom**, których było tak wiele, że na wymienienie ich wszystkich nie starczyłoby miejsca w internecie. **Dzięki ich pomysłowości, zaangażowaniu i doświadczeniu został przeprowadzony szereg akcji, które były podstawą do napisania niniejszego poradnika.**

Kampania „Jesteś u siebie. Zagłosuj!” została zainicjowana w 2013 roku przez Stowarzyszenie Szkoła Liderów z Polski, Forum Polonia – Irlandia, Polish City Club z Wielkiej Brytanii przy współpracy merytorycznej kampanii „Masz Głos. Masz Wybór”.

Zachęcaliśmy Polaków mieszkających poza granicami kraju do startowania i głosowania w lokalnych wyborach samorządowych oraz do głosowania w wyborach do Parlamentu Europejskiego w maju 2014 roku. Kampania „Jesteś u siebie. Zagłosuj!” jest neutralna politycznie. Nie wskazujemy konkretnej opcji politycznej, ani konkretnych kandydatów. Informujemy, w jaki sposób można oddać głos w wyborach do Parlamentu Europejskiego, mieszkając w Wielkiej Brytanii, Irlandii, Belgii, Holandii, Hiszpanii, we Włoszech, Francji czy na Węgrzech.

Partnerami naszej koalicji jest już kilkanaście organizacji polonijnych z całej Unii Europejskiej. Wśród nich Vote-Głosuj! z Irlandii Północnej, Emigration Project z Belgii, Polska Ludoteca Rodzinna z Włoch, Polonia Nova z Węgier, CSR Polish Global Management z Hiszpanii, Les Polonaises z Francji i IDHEM z Holandii.

Jesteśmy otwarci na współpracę. Zapraszamy organizacje z Polski i polonijne do przyłączenia się do koalicji. Chcemy wspólnie mobilizować Polaków do udziału w wyborach.

Jeśli chcesz razem z nami przyczynić się do zwiększenia aktywności politycznej i społecznej Polaków mieszkających na terenie Unii Europejskiej, napisz do nas: stowarzyszenie@szkola-liderow.pl.