

STRATEGIA OPERACYJNO-KOMUNIKACYJNA PROJEKTU

Promocja sportu powszechnego dzieci i młodzieży oraz upowszechnianie wartości obywatelskich na przykładzie ogólnopolskiego projektu „Od Młodzika do Olimpijczyka” (OMDO)

Autor i opracowanie	mgr Paweł Zagrodniczek, MBA
Data ukończenia	30 czerwca 2026 r.
Podmiot i kontekst	Akademicki Związek Sportowy Warszawa Opracowane na rzecz ogólnopolskiego projektu pływackiego „Od Młodzika do Olimpijczyka” (OMDO)
Status wdrożenia	Strategia wdrożona operacyjnie w sezonie 2025/2026 i udostępniona w Strefie NGO - Projekt Zagrywka
Portal publikacyjny	https://projektzagrywka.pl/strefa-ngo/ (Otwarty Zasób Edukacyjny — OER)

1. Założenia strategiczne i cel projektu OMDO

Ogólnopolski projekt zawodów pływackich „Od Młodzika do Olimpijczyka” (OMDO) to jedna z największych, systemowych inicjatyw aktywizujących dzieci i młodzież szkolną na terenie Rzeczypospolitej Polskiej. Skala i ranga tego przedsięwzięcia obrazowane są obiektywnymi wskaźnikami merytorycznymi: każda edycja gromadzi aż 6 roczników startowych, reprezentujących blisko 90 klubów sportowych oraz ponad 1000 uczestników z całego kraju, rywalizujących w duchu zdrowej, obywatelskiej rywalizacji.

W dobie głębokich przemian technologicznych i społecznych, celami nadrzędnymi projektu są nie tylko promocja kultury fizycznej i wyczynu sportowego, ale przede wszystkim przeciwdziałanie wykluczeniu z aktywności fizycznej dzieci i młodzieży szkolnej, budowanie trwałych postaw prospołecznych, kultywowanie zasad fair play oraz wzmacnianie poczucia przynależności i integracji wewnątrz społeczności lokalnych. Sport powszechny staje się tu unikalnym nośnikiem edukacji obywatelskiej, ucząc odpowiedzialności, dyscypliny osobistej, szacunku dla rywala oraz współpracy zespołowej.

Niniejsze opracowanie ma na celu określenie operacyjnych ram komunikacyjnych, które pozwalają na skuteczne dotarcie do grupy docelowej (rodziców, opiekunów, młodych sportowców, nauczycieli, trenerów oraz lokalnych liderów NGO), a także zaplanowanie i przeprowadzenie warsztatów onboardingowych mających na celu transfer tych standardów do struktur lokalnych koordynatorów i wolontariuszy.

2. Kanały komunikacji cyfrowej i Tone of Voice

Efektywna i angażująca komunikacja w sporcie powszechnym wymaga precyzyjnego doboru narzędzi cyfrowych oraz zróżnicowania językowego (Tone of Voice). Młode pokolenie (pokolenie cyfrowe) oczekuje dynamicznego, wizualnego i autentycznego przekazu, podczas gdy rodzice i trenerzy poszukują informacji rzetelnych, przejrzystych i łatwo dostępnych. Strategia OMDO opiera się na trzech filarach cyfrowych:

- **Oficjalny portal zawodów (omdo.pl):** Centralne, oficjalne źródło prawdy projektowej. Udostępnia pełne i zaktualizowane harmonogramy, regulaminy, komunikaty organizacyjne oraz interaktywny panel rejestracyjny. Kluczowym elementem wdrożeniowym portalu jest publikacja wyników w czasie rzeczywistym (live-results), co buduje profesjonalną oprawę zawodów.
- **Media społecznościowe (Facebook, Instagram):** Kanały budujące codzienne zaangażowanie społeczności. Publikują dynamiczne relacje foto/wideo, kulisy przygotowań, a także motywujące cytaty wybitnych autorytetów sportu i kultury (np. Michael Jordan, Walt Disney, John Wooden, Adam Małysz), które pomagają młodej młodzieży zrozumieć, że medale są jedynie wynikiem wcześniejszej wytrwałości, charakteru i ciężkiej pracy.
- **Transmisje wideo live (Streaming):** Umożliwienie rodzinom, dziadkom, znajomym oraz lokalnym klubom śledzenia startów młodych sportowców na żywo za pośrednictwem platformy wideo. Jest to potężne narzędzie przeciwdziałania wykluczeniu terytorialnemu, dające równe szanse udziału i kibicowania niezależnie od miejsca zamieszkania czy ograniczeń transportowych.

Tone of Voice (Język i styl komunikacji):

- **Wobec dzieci i młodzieży:** Inspirujący, pełen energii, motywujący do podejmowania prób, wolny od presji na natychmiastowy wynik, kładący nacisk na zabawę i integrację.
- **Wobec rodziców, nauczycieli i trenerów:** Profesjonalny, partnerski, merytoryczny, skupiony na bezpieczeństwie uczestników, korzyściach zdrowotnych oraz budowaniu kapitału społecznego.

3. Logika operacyjna wdrażania strategii

Skuteczne wdrożenie strategii operacyjno-komunikacyjnej wymaga ścisłego, chronologicznego podziału działań na fazy odpowiadające naturalnemu cyklowi wydarzenia sportowego. Zapewnia to logiczny przepływ informacji, optymalne przygotowanie uczestników, stabilny przebieg samych zawodów oraz rzetelną ewaluację efektów. Poniższa tabela przedstawia operacyjną strukturę działań wraz ze zdefiniowanymi wskaźnikami sukcesu (KPI) dla każdego etapu:

Faza operacyjna	Kluczowe działania komunikacyjne i promocyjne	Wskaźniki sukcesu (KPI)
Faza Pre-Event (Przed zawodami)	- Dystrybucja oficjalnych regulaminów i komunikatów technicznych na omdo.pl. - Kampania promocyjno-informacyjna w szkołach podstawowych i klubach (90 klubów). - Publikacja wideo-poradników i kart instruktażowych dla rodziców. - Otwarcie elektronicznego systemu rejestracji zgłoszeń zawodników.	- Rejestracja min. 1000 uczestników. - Zgłoszenie min. 90 klubów. - Ponad 5 000 unikalnych odsłon regulaminu w formacie PDF.
Faza Event (W trakcie zawodów)	- Prowadzenie profesjonalnej transmisji wideo live (Streaming) z komentarzem. - Publikacja bieżących relacji (stories, posty) w mediach społecznościowych. - Promowanie postaw fair play, szacunku i czystej rywalizacji na obiektach. - Przeprowadzanie krótkich, motywacyjnych wywiadów z młodymi pływakami. - Natychmiastowa publikacja wyników live-results.	- Oglądalność transmisji live na poziomie min. 2 000 wyświetleń. - Publikacja wyników w czasie poniżej 5 minut od startu serii. 0 incydentów niesportowych zachowań.
Faza Post-Event (Po zawodach)	- Publikacja oficjalnych komunikatów końcowych i statystyk na omdo.pl. - Udostępnienie profesjonalnych galerii zdjęć w mediach społecznościowych. - Oficjalne podziękowania dla wolontariuszy, sędziów i lokalnych samorządów. - Dystrybucja ankiet ewaluacyjnych i analiza informacji zwrotnej (feedback). - Synteza wniosków w strefie OER na portalu Projekt Zagrywka.	- Współczynnik zaangażowania w social media na poziomie min. 8%. - Zwrot ankiet ewaluacyjnych od min. 15% uczestników i trenerów. - Udostępnienie bazy dobrych praktyk.

4. Warsztat wdrożeniowy dla koordynatorów i wolontariuszy

Aby przełożyć założenia niniejszej strategii na realne działania operacyjne na pływalniach, opracowano i zrealizowano dedykowany, 90-minutowy warsztat szkoleniowy dla lokalnych koordynatorów zawodów, kierowników klubów, wolontariuszy oraz liderów młodzieżowych. Warsztat prowadzony jest w oparciu o metodologię aktywnego uczenia się przez doświadczenie i rozwiązywanie problemów (Project-Based Learning). Poniżej znajduje się szczegółowy przewodnik operacyjny dla prowadzącego (Facylitatora):

Czas i Moduł	Cel operacyjny i zagadnienia	Metoda i aktywność uczestników
M1: Wprowadzenie (15 minut)	Prezentowanie skali projektu OMDO (roczniki, kluby, wolontariusze), wyjaśnienie roli sportu powszechnego jako nośnika edukacji obywatelskiej oraz zdefiniowanie celów strategii promocyjnej.	Prezentacja interaktywna, moderowana dyskusja wokół cytatu Johna Woodena i Adama Małysza o charakterze lidarskim.
M2: Warsztat Kreatywny (40 minut)	Nauka praktycznego projektowania briefu komunikacyjnego na poziomie lokalnym, identyfikacji niszowych grup docenienia oraz doboru odpowiedniego Tone of Voice w social mediach.	Praca w zespołach 4-5 osobowych na Karcie Pracy nr 1. Zadanie: Opracowanie 7-dniowego planu komunikacji (Content Plan).
M3: Streaming & Kibicowanie (25 minut)	Zrozumienie barier wykluczenia terytorialnego i społecznego. Standardy operacyjne realizacji transmisji live oraz zarządzanie relacjami z sędziami, trenerami i mediami lokalnymi.	Burza mózgów, praca warsztatowa na bazie Karty Pracy nr 2 (scenariusz transmisji) i symulacja sytuacji kryzysowej na basenie.
M4: Ewaluacja i Feedback (10 minut)	Podsumowanie kluczowych zasad, omówienie rygorystycznych wymogów ochrony wizerunku dzieci (RODO) oraz pomiar przyrostu wiedzy uczestników szkolenia.	Przeprowadzenie merytorycznego testu wiedzy operacyjnej (pre/post-test) oraz dystrybucja ankiet ewaluacyjnych.

Instrukcja dla Prowadzącego — Przebieg Krok po Kroku:

- **Minuty 00-15 (Wprowadzenie):** Facylitator wita uczestników i inicjuje dyskusję pytaniem: „Co sprawia, że młody pływak wraca na kolejne zawody, nawet jeśli nie zajął miejsca na podium?”. Odwołuje się do pojęcia kapitału społecznego oraz cytatów z omdo.pl (np. słowa Adama Małysza o wytrwałości). Podkreśla, że medale są tylko symbolem drogi, którą dziecko pokonuje (ponad 1000 uczestników, 90 klubów). Skrypt powitalny: „Dzień dobry wszystkim liderom. Dziś nauczymy się, jak promować sport powszechny w sposób, który nie wywiera presji na wynik, lecz buduje trwałe poczucie sprawczości i zaangażowania obywatelskiego u dzieci i ich rodziców.”
- **Minuty 15-55 (Warsztat briefowania):** Podział uczestników na interdyscyplinarne, 5-osobowe zespoły. Rozdanie Kart Pracy nr 1 „Brief komunikacyjny wydarzenia lokalnego OMDO”. Facylitator krąży między stolikami, wspierając grupy w identyfikacji lokalnych barier i formułowaniu celów SMART. Zadaniem zespołów jest rozpisanie unikalnego, 7-dniowego planu publikacji (social media content plan) dla najbliższych eliminacji wojewódzkich, z dbałością o inkluzywny i zmotywowany Tone of Voice.
- **Minuty 55-80 (Streaming i Symulacja Kryzysowa):** Krótkie wprowadzenie do technicznych i promocyjnych standardów transmisji wideo na żywo (Karta Pracy nr 2). Następnie facylitator przeprowadza ćwiczenie typu role-play — symulację sytuacji kryzysowej na basenie: „Na 20 minut przed rozpoczęciem transmisji finałowej, w strefie rejestracji pojawia się zdenerwowany trener, który twierdzi, że jedno z dzieci nie ma aktywnego zgłoszenia medycznego, a rodzice już czekają przed ekranami komputerów w odległym mieście. Jak rozwiązujecie ten kryzys w duchu partnerstwa, dbając o komunikację z rodzicami oraz sędziami?”.
- **Minuty 80-90 (Podsumowanie i RODO):** Prezentacja wypracowanych wniosków przez przedstawicieli grup. Facylitator kładzie nacisk na kluczowe kwestie prawne i bezpieczeństwo danych osobowych dzieci — zgodnie z rozporządzeniem RODO oraz polską ustawą o sporcie, publikacja wizerunku dziecka (szczególnie zdjęć z basenu) oraz jego wyników sportowych wymaga bezwzględnej, udokumentowanej zgody rodzica/opiekuna prawnego. Następuje dystrybucja merytorycznego testu wiedzy (pre/post-test) oraz zbieranie ankiet.

5. Narzędzia operacyjne (Karty Pracy Uczestnika)

Dla zapewnienia najwyższej jakości merytorycznej oraz ujednolicenia standardów promocyjnych OMDO we wszystkich województwach, do niniejszej strategii dołączono dwa gotowe, funkcjonalne narzędzia operacyjne w postaci Kart Pracy. Narzędzia te są wykorzystywane podczas warsztatów, a następnie stanowią bezpośredni podręcznik pracy koordynatora lokalnego:

KARTA PRACY NR 1: Brief komunikacyjny wydarzenia lokalnego OMDO

Obszar planowania merytorycznego	Zadanie i wytyczne wdrożeniowe dla zespołu
1. Cele SMART komunikacji	Zdefiniuj 3 mierzalne i realistyczne cele (np. osiągnięcie min. 150 startów indywidualnych, pozyskanie 3 lokalnych patronatów medialnych, wzrost liczby obserwujących na profilu regionalnym o 10% w trakcie 7 dni).
2. Identyfikacja niszowych grup docelowych	Wskaż, do kogo kierujesz przekaz: rodzice dzieci niestowarzyszonych, lokalne małe kluby sportowe, wiejskie szkoły podstawowe bez dostępu do basenów. Jakich są ich specyficzne potrzeby i bariery?
3. Tone of Voice i Słowa Kluczowe	Określ styl wypowiedzi. Zapisz 5 zakazanych zwrotów (np. „musisz wygrać”, „tylko pierwsze miejsce się liczy”) oraz 5 zalecanych zwrotów budujących zaangażowanie i postawy fair play (np. „każdy start to sukces”, „walczymy uczciwie”).
4. 7-dniowy Content Plan (Social Media)	Rozpisz harmonogram postów: Dzień 1 (Zapowiedź / Regulamin), Dzień 3 (Prezentacja sylwetki młodego ambasadora), Dzień 5 (Instrukcja dojazdu i parkingi), Dzień 6 (Transmisja live link), Dzień 7 (Galeria i podziękowania).

KARTA PRACY NR 2: Standard i scenariusz operacyjny transmisji live (Streaming)

Element techniczno-operacyjny	Zadania i standardy wdrożeniowe	Odpowiedzialny
1. Zaplecze techniczne i łączność	Sprawdzenie stabilności dedykowanego łącza internetowego (min. 10 Mb/s upload). Konfiguracja kamer (główna na linii mety, boczna na starty), miksera wideo oraz mikrofonów komentatorskich. Test dźwięku i obrazu na 60 minut przed zawodami.	Koordynator Techniczny
2. Realizacja sygnału i oprawa wizerunkowa	Wyświetlanie profesjonalnych plansz sponsorskich, logotypów OMDO, FRSE oraz partnerów norweskich (EWC) na ekranie. Nakładanie grafiki z nazwiskami zawodników, czasami i klubami (wyniki w czasie rzeczywistym z panelu wyników).	Realizator Wizji
3. Strefa Wywiadów i Promocja Fair Play	Prowadzenie krótkich rozmów z dziećmi, trenerami i rodzicami po zakończonych startach. Zadawanie pytań o emocje, integrację i zabawę (unikanie pytań o rozczarowanie porażką). Promowanie postaw szacunku i czystego sportu.	Spiker / Reporter

6. Ewaluacja i pomiar efektów szkolenia

Pomiar skuteczności wdrożenia strategii oraz ocena przyrostu kompetencji uczestników warsztatu realizowane są w oparciu o rygorystyczne standardy i metodologię certyfikowanego kursu „Zasady ewaluacji 2026” (opracowanego przez OPI-PIB na platformie NAVOICA). Proces ten dzieli się na dwa komplementarne wymiary:

1. Ewaluacja formatywna (Wiedza operacyjna — Pre-test / Post-test): Przed rozpoczęciem warsztatu oraz bezpośrednio po jego zakończeniu, uczestnicy wypełniają krótki, 4-pytaniowy test sprawdzający wiedzę z zakresu prawa sportowego, ochrony wizerunku dzieci (RODO), technik streamingowych oraz kompetencji demokratycznych Rady Europy (RFCDC). Pozwala to na jednoznaczne i obiektywne zmierzenie rzeczywistego przyrostu wiedzy merytorycznej.

Merytoryczny Test Wiedzy Operacyjnej (Pytania i Klucz Odpowiedzi):

- Pytanie 1:** Która ustawa stanowi nadrzędne ramy prawne dla organizacji współzawodnictwa sportowego w Polsce?
a) Ustawa o stowarzyszeniach | b) Ustawa o sporcie | c) Ustawa o pożytku publicznym *Klucz: b) Ustawa o sporcie (Dz.U. z 2026 r. poz. 793).*
- Pytanie 2:** Czy publikacja imiennych wyników sportowych oraz wizerunku małoletniego pływaka na portalu omdo.pl wymaga zgody?
a) Nie, wyniki sportowe są publiczne | b) Tak, bezwzględnej, udokumentowanej zgody rodzica/opiekuna prawnego | c) Wystarczy zgoda trenera klubu *Klucz: b) Tak, na podstawie przepisów RODO oraz Ustawy o sporcie.*
- Pytanie 3:** Które podejście metodyczne (rekomendowane przez Radę Europy) zakłada, że cała społeczność szkolna/klubowa uczy się demokracji w praktyce?
a) Project-Based Learning (PBL) | b) Whole School Approach (WSA) | c) Implementacja logiki interwencji *Klucz: b) Whole School Approach (WSA).*
- Pytanie 4:** Co jest kluczowym wskaźnikiem (KPI) przeciwdziałania wykluczeniu terytorialnemu podczas zawodów OMDO?
a) Liczba rozdanych medali | b) Realizacja i dostępność profesjonalnej transmisji wideo live (Streaming) | c) Szybkość działania sędziów *Klucz: b) Realizacja i dostępność transmisji live.*

2. Ewaluacja sumatywna (Samoocena kompetencji i opinia o warsztacie): Na zakończenie warsztatu uczestnicy dokonują subiektywnej oceny przydatności szkolenia, jakości materiałów (Kart Pracy) oraz własnej gotowości do wdrożenia strategii promocyjnej w skali 1-5 (gdzie 1 oznacza całkowity brak gotowości, a 5 — pełną gotowość operacyjną):

Kryterium ewaluacji merytorycznej i samooceny	Ocena (Skala Likerta 1 - 5)
1. Przydatność i merytoryczna zawartość Karty Pracy nr 1 (Brief promocyjny)	[1] [2] [3] [4] [5]
2. Praktyczność i jasność procedur technicznych Karty Pracy nr 2 (Streaming)	[1] [2] [3] [4] [5]
3. Twoja gotowość do samodzielnego wdrożenia strategii w swoim regionie	[1] [2] [3] [4] [5]
4. Ocena pracy, metod facylitacyjnych oraz wsparcia merytorycznego trenera	[1] [2] [3] [4] [5]