



SYSTEM ZARZĄDZANIA KOMUNIKACJĄ

Standard Zarządzania Komunikacją Cyfrową i Treściami Internetowymi

Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium

TOM I | Wydanie I | obowiązuje od 20.07.2026 r.

Poznań 2026

Strona redakcyjna

Tytuł

Standard Zarządzania Komunikacją Cyfrową i Treściami Internetowymi Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium

Seria

System Zarządzania Komunikacją Stowarzyszenia - Tom I

Wydawca

Stowarzyszenie Inicjatywa Obywatelska Pro Civium

Opracowanie

Centrum Edukacji Społecznej

Wydanie

Wydanie I

Data obowiązywania

od 20.07.2026 r.

Miejsce i rok wydania

Poznań 2026

Charakter dokumentu

Wewnętrzny dokument organizacyjny Stowarzyszenia. Standard stanowi Tom I Systemu Zarządzania Komunikacją i obowiązuje osoby objęte zakresem wskazanym w jego postanowieniach.

www.stopstygmatyzacji.pl | www.prawodoporady.pl | www.prawadlakobiet.pl

Spis treści

Przedmowa Prezes Zarządu

Wprowadzenie

Założenia Standardu

Rozdział I Fundamenty komunikacji

Rozdział II Architektura komunikacji Stowarzyszenia

Rozdział III Zarządzanie filarami komunikacji

Rozdział IV Planowanie komunikacji

Rozdział V Tworzenie i publikowanie treści

Rozdział VI Standard jakości publikacji

Rozdział VII Zarządzanie kanałami komunikacji

Rozdział VIII Sztuczna inteligencja w komunikacji

Rozdział IX Monitorowanie, analiza i rozwój komunikacji

Rozdział X Komunikacja kryzysowa

Rozdział XI Postanowienia końcowe

Słownik pojęć

Przedmowa Prezes Zarządu

Oddajemy w Wasze ręce Standard Zarządzania Komunikacją Cyfrową i Treściami Internetowymi Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium - I tom Systemu Zarządzania Komunikacją Stowarzyszenia.

Powstanie niniejszego dokumentu jest odpowiedzią na dynamiczny rozwój działalności Stowarzyszenia, rosnącą liczbę realizowanych projektów oraz stale poszerzający się ekosystem komunikacyjny. Każdego dnia publikujemy materiały edukacyjne, informacyjne i eksperckie, współpracujemy z partnerami oraz prowadzimy działania skierowane do różnych grup odbiorców. Rozwój ten wymagał stworzenia jednolitych zasad organizacji komunikacji, co wpływa na profesjonalizację działań całej organizacji.

Podstawą opracowania Standardu był wewnętrzny audyt komunikacji cyfrowej Stowarzyszenia przeprowadzony w dniach 5-12.07.2026 r. Pozwolił on zidentyfikować mocne strony naszego systemu komunikacji, ale również obszary wymagające uporządkowania i dalszego rozwoju. Wnioski z audytu stały się punktem wyjścia do opracowania niniejszego dokumentu.

Standard nie został stworzony po to, aby ograniczać kreatywność czy wprowadzać zbędne procedury. Jego celem jest uporządkowanie współpracy, jasne określenie odpowiedzialności oraz zapewnienie spójności komunikacji prowadzonej przez Stowarzyszenie. Chcemy, aby każda publikacja wzmacniała wiarygodność organizacji, budowała zaufanie odbiorców i skutecznie wspierała realizację naszej misji. Bo wzmacniając wiarygodność organizacji, wzmacniamy obraz zawodowy ludzi, którzy je tworzą.

Mam nadzieję, że dokument ten stanie się praktycznym narzędziem codziennej pracy dla wszystkich osób odpowiedzialnych za komunikację Stowarzyszenia oraz będzie wspierał dalszy rozwój naszych działań informacyjnych i edukacyjnych.

Dziękuję wszystkim osobom, które swoją wiedzą, doświadczeniem i zaangażowaniem przyczyniły się do opracowania niniejszego Standardu.

Izabela Jarczevska

Prezes Zarządu Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium

Wprowadzenie

Komunikacja jest jednym z podstawowych narzędzi realizacji misji Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium. Pozwala nie tylko informować o prowadzonych działaniach, lecz przede wszystkim przekazywać wiedzę, budować świadomość społeczną,

edukować, chronić, promować postawy obywatelskie oraz wspierać osoby korzystające z naszych inicjatyw.

Na przestrzeni ostatnich lat komunikacja Stowarzyszenia znacząco rozszerzyła swój zakres. Obecnie obejmuje między innymi serwisy internetowe, media społecznościowe, publikacje eksperckie, raporty, e-booki, podcasty, webinary oraz inne narzędzia wykorzystywane do komunikacji z odbiorcami. Równolegle rozwijane są trzy wyspecjalizowane filary komunikacyjne:

- Prawo do Porady,
- Stop Stygmatyzacji,
- Prawa dla Kobiet.

Filary wspólnie tworzą spójny i równoważny system komunikacji Stowarzyszenia.

Rozwój stworzył potrzebę uporządkowania zasad planowania, przygotowywania oraz publikowania treści. Celem niniejszego Standardu jest stworzenie jednolitego systemu zarządzania komunikacją, który zapewni wysoką jakość publikacji, przejrzysty podział odpowiedzialności oraz skuteczną współpracę pomiędzy osobami zaangażowanymi w prowadzenie komunikacji.

Standard ma charakter praktyczny. Został opracowany z myślą o codziennym wykorzystaniu przez osoby odpowiedzialne za komunikację i powinien stanowić podstawowe narzędzie organizacji pracy w tym obszarze.

Założenia Standardu

Audyt potwierdził bardzo wysoki poziom zaangażowania osób odpowiedzialnych za komunikację oraz dynamiczny rozwój prowadzonych działań. Jednocześnie wykazał potrzebę ujednolicenia zasad zarządzania komunikacją w całym Stowarzyszeniu.

W szczególności wskazano potrzebę:

- jednoznacznego określenia odpowiedzialności za poszczególne obszary komunikacji,
- uporządkowania współpracy pomiędzy filarami komunikacyjnymi,
- wyeliminowania niepotrzebnego powielania treści,
- zachowania odrębnej tożsamości każdego z trzech filarów,
- ujednolicenia standardów przygotowywania publikacji,
- określenia zasad wykorzystania nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych, w tym sztucznej inteligencji,
- stworzenia jednolitego systemu monitorowania jakości komunikacji.

Standard nie ogranicza samodzielności Koordynatorów Filarów ani osób przygotowujących materiały. Wyznacza wspólne zasady organizacyjne, pozostawiając przestrzeń dla kreatywności, specjalizacji oraz osobnego rozwoju poszczególnych filarów komunikacyjnych.

System Zarządzania Komunikacją Stowarzyszenia

Niniejszy dokument stanowi Tom I Systemu Zarządzania Komunikacją Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium.

System tworzą trzy wzajemnie uzupełniające się opracowania:

Tom I - Standard Zarządzania Komunikacją Cyfrową i Treściami Internetowymi /określa zasady organizacji, planowania, tworzenia, publikowania i monitorowania komunikacji Stowarzyszenia/.

Tom II - Brand Book /Określa tożsamość marki Stowarzyszenia, architekturę komunikacyjną, wartości, standard języka oraz zasady budowania spójnego wizerunku/.

Tom III - Księga Identyfikacji Wizualnej /Określa zasady stosowania identyfikacji wizualnej, logo, kolorystyki, typografii oraz standardów projektowania materiałów/.

Każdy z tomów reguluje odrębny obszar funkcjonowania komunikacji. Dopiero ich łączne stosowanie zapewnia pełną realizację Systemu Zarządzania Komunikacją Stowarzyszenia.

ROZDZIAŁ I

Fundamenty komunikacji

§ 1. Charakter Standardu

1. Standard Zarządzania Komunikacją Cyfrową i Treściami Internetowymi Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium, zwany dalej "Standardem", stanowi wewnętrzny dokument organizacyjny określający zasady planowania, tworzenia, publikowania oraz zarządzania komunikacją Stowarzyszenia.
2. Standard stanowi Tom I Systemu Zarządzania Komunikacją Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium.
3. Postanowienia Standardu obowiązują wszystkie osoby, którym kadra zarządzająca powierzyła wykonywanie zadań związanych z koordynowaniem filaru komunikacyjnego lub jego części, niezależnie od podstawy współpracy ze Stowarzyszeniem.

§ 2. Cel Standardu

Celem Standardu jest:

1. Uporządkowanie systemu komunikacji Stowarzyszenia.
2. Zapewnienie spójności publikowanych treści.
3. Określenie zasad odpowiedzialności za komunikację.
4. Rozwijanie współpracy pomiędzy filarami komunikacyjnymi.
5. Podnoszenie jakości publikowanych materiałów.
6. Zwiększenie skuteczności komunikacji z odbiorcami.

§ 3. Zakres stosowania

Standard obejmuje wszystkie działania komunikacyjne prowadzone przez Stowarzyszenie, w szczególności:

- strony internetowe;
- serwisy tematyczne;
- media społecznościowe;
- podcasty;
- materiały wideo;
- webinary;
- newslettery;
- publikacje elektroniczne;
- raporty;
- e-booki;
- komunikaty prasowe;
- materiały szkoleniowe;
- prezentacje;
- materiały promocyjne i informacyjne.

§ 4. System Zarządzania Komunikacją

1. Standard jest częścią Systemu Zarządzania Komunikacją Stowarzyszenia.

2. System tworzą:

- Tom I - Standard Zarządzania Komunikacją Cyfrową i Treściami Internetowymi;
- Tom II - Brand Book Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium;
- Tom III - Księga Identyfikacji Wizualnej.

1. Wszystkie tomy wzajemnie się uzupełniają i tworzą jednolity system zarządzania komunikacją.

§ 5. Filary komunikacyjne

1. Komunikacja Stowarzyszenia opiera się na trzech równorzędnych filarach komunikacyjnych:

- a) Prawo do Porady;
- b) Stop Stygmatyzacji;
- c) Prawa dla Kobiet.

1. Każdy filar posiada własną specjalizację, grupy odbiorców oraz cele komunikacyjne.

2. Filary współpracują ze sobą, zachowując autonomię merytoryczną.

3. Szczegółowe zasady funkcjonowania filarów określa Rozdział II.

§ 6. Zasady komunikacji

Komunikacja Stowarzyszenia opiera się na następujących zasadach:

- 1. Rzetelności.
- 2. Odpowiedzialności.
- 3. Przejrzystości.
- 4. Dostępności.
- 5. Prostego języka.
- 6. Szacunku wobec odbiorców.
- 7. Współpracy pomiędzy filarami.
- 8. Spójności przekazu.
- 9. Zgodności z obowiązującymi przepisami prawa.
- 10. Ciągłego doskonalenia jakości komunikacji.

§ 7. Role i odpowiedzialność

- 1. Za funkcjonowanie systemu komunikacji odpowiada Dyrektor Centrum Edukacji Społecznej oraz jego Zastępca.
- 2. Za planowanie i prowadzenie komunikacji poszczególnych filarów odpowiadają Koordynatorzy Filarów.
- 3. Autorzy materiałów odpowiadają za ich przygotowanie zgodnie z obowiązującymi standardami.
- 4. Każda osoba uczestnicząca w procesie komunikacji odpowiada za jakość powierzonych jej działań.

§ 8. Nadzór nad komunikacją

- 1. Dyrektor Centrum Edukacji Społecznej i w jego imieniu Zastępca Dyrektora zarządza systemem komunikacji Stowarzyszenia.
- 2. Do zadań Dyrektora należy w szczególności:
 - monitorowanie zgodności działań komunikacyjnych z postanowieniami niniejszego Standardu oraz pozostałych tomów Systemu Zarządzania Komunikacją;
 - koordynowanie współpracy pomiędzy filarami;

- inicjowanie działań podnoszących jakość komunikacji;
- przedstawianie propozycji zmian i usprawnień systemu komunikacji;
- wspieranie Koordynatorów Filarów w realizacji zadań.

§ 9. Autonomia filarów

1. Koordynatorzy Filarów zachowują autonomię merytoryczną w zakresie planowania, przygotowywania i publikowania treści.
2. Autonomia obejmuje w szczególności:
 - dobór tematów;
 - planowanie publikacji;
 - wybór form komunikacji;
 - rozwój własnego filaru.
1. Autonomia nie zwalnia z obowiązku przestrzegania postanowień niniejszego Standardu oraz pozostałych tomów Systemu Zarządzania Komunikacją.

§ 10. Zasada użyteczności

1. Standard został opracowany jako praktyczne narzędzie codziennej pracy.
2. Wszystkie jego postanowienia należy interpretować z uwzględnieniem celu, jakim jest zapewnienie spójnej, skutecznej i zrozumiałej komunikacji Stowarzyszenia.
3. W przypadku kilku możliwych sposobów realizacji danego działania należy wybierać rozwiązanie najbardziej praktyczne, zgodne z misją Stowarzyszenia oraz zapewniające najwyższą jakość komunikacji.

§ 11. Przegląd i aktualizacja

1. Standard podlega okresowemu przeglądowi nie rzadziej niż raz na 12 miesięcy, jednak począwszy od grudnia 2027 roku.
2. Propozycje zmian mogą zgłaszać:
 - Zarząd Stowarzyszenia;
 - Dyrektor Centrum Edukacji Społecznej;
 - Koordynatorzy Filarów;
 - inne osoby upoważnione przez Zarząd lub Radę Programową.
1. Zmiany w Standardzie wprowadza Prezes Zarządu w drodze zarządzenia.

ROZDZIAŁ II

Architektura komunikacji Stowarzyszenia

2.1. Cel architektury komunikacji

Architektura komunikacji określa sposób organizacji wszystkich działań komunikacyjnych prowadzonych przez Stowarzyszenie Inicjatywa Obywatelska Pro Civium. Jej celem jest zapewnienie spójności przekazu, czytelnego podziału odpowiedzialności oraz skutecznego docierania do różnych grup odbiorców, a także umożliwienia obsługującym zaoszczędzenia czasu świadczenia wolontariatu.

Przyjęty model umożliwia rozwój poszczególnych obszarów komunikacji przy jednoczesnym zachowaniu wspólnych standardów organizacyjnych i wizerunkowych.

2.2. Komunikacja oparta na filarach

Podstawę systemu komunikacji tworzą trzy równorzędne filary:

- a) Prawo do Porady;
- b) Stop Stygmatyzacji;
- c) Prawa dla Kobiet.

Każdy z filarów odpowiada za rozwój własnego obszaru tematycznego, przygotowywanie treści oraz budowanie relacji z odbiorcami właściwymi dla swojej działalności.

Żaden z filarów nie pełni roli nadrzędnej wobec pozostałych. Wszystkie współtworzą system komunikacji Stowarzyszenia i rozwijają się równolegle.

2.3. Tożsamość filarów

Każdy filar posiada własną specjalizację oraz indywidualny charakter komunikacji wynikający z realizowanych celów.

Różnice dotyczą przede wszystkim:

- grup odbiorców;
- zakresu tematycznego;
- form publikowanych materiałów;
- sposobu prowadzenia działań edukacyjnych i informacyjnych.

Niezależnie od tych różnic wszystkie filary stosują jednolite standardy jakości określone w niniejszym dokumencie oraz w pozostałych tomach Systemu Zarządzania Komunikacją.

2.4. Współpraca pomiędzy filarami

Współpraca pomiędzy filarami jest podstawowym elementem funkcjonowania systemu komunikacji.

Koordynatorzy wymieniają informacje, wspólnie planują działania o charakterze międzyobszarowym oraz wspierają się przy realizacji przedsięwzięć wymagających kompetencji kilku zespołów.

Współpraca nie może prowadzić do zacierania specjalizacji poszczególnych filarów ani ograniczać ich samodzielności merytorycznej.

2.5. Kanały komunikacji

Komunikacja Stowarzyszenia może być prowadzona z wykorzystaniem różnych kanałów, w szczególności:

- stron internetowych;
- mediów społecznościowych;
- newsletterów;
- podcastów;
- materiałów audio i wideo;
- webinarów;
- publikacji elektronicznych;
- raportów;
- e-booków;
- komunikatów prasowych;
- materiałów edukacyjnych.

Dobór kanałów powinien wynikać z potrzeb odbiorców oraz celów realizowanych działań.

2.6. Rozwój nowych kanałów

System komunikacji pozostaje otwarty na rozwój nowych narzędzi i technologii.

Uruchomienie nowego kanału komunikacji powinno być poprzedzone oceną jego zasadności, możliwości organizacyjnych oraz zgodności z celami Stowarzyszenia. Decyzję w tym zakresie podejmuje Zarząd Stowarzyszenia po zapoznaniu się z opinią Dyrektora Centrum Edukacji Społecznej.

Nowe kanały mogą funkcjonować jako element jednego z filarów lub jako kanały ogólnostowarzyszeniowe, jeżeli wymaga tego charakter prowadzonych działań.

2.7. Odpowiedzialność za architekturę komunikacji

Za utrzymanie spójności architektury komunikacji odpowiada Dyrektor Centrum Edukacji Społecznej.

Koordynatorzy Filarów odpowiadają za rozwój powierzonych im obszarów komunikacji oraz zgodność prowadzonych działań z przyjętymi standardami.

Wszelkie zmiany wpływające na strukturę systemu komunikacji powinny być planowane z uwzględnieniem długofalowego rozwoju Stowarzyszenia oraz potrzeb jego odbiorców.

2.8. Mapa komunikacji Stowarzyszenia

Mapa komunikacji przedstawia strukturę kanałów komunikacyjnych funkcjonujących w ramach Stowarzyszenia oraz wskazuje ich przynależność organizacyjną. Jej celem jest zapewnienie przejrzystości systemu komunikacji, ułatwienie współpracy pomiędzy filarami oraz ograniczenie powielania działań.

Każdy kanał komunikacji powinien posiadać jednoznacznie określonego właściciela organizacyjnego oraz Koordynatora odpowiedzialnego za jego rozwój i bieżące funkcjonowanie.

Mapa komunikacji podlega bieżącej aktualizacji wraz z rozwojem działalności Stowarzyszenia.

Filar "Prawo do Porady"

- www.prawodoporady.pl
- <https://www.instagram.com/prawodoporady/>
- <https://www.facebook.com/prawodoporady/>

- <https://youtube.com/@prawodoporady/>
- <https://www.tiktok.com/@prawodoporady.pl/>
- <https://open.spotify.com/user/31yewkoeux4aiwjefrxtw7dwzqnu>

Filar "Stop Stygmatyzacji"

- www.stopstygmatyzacji.pl
- <https://www.facebook.com/stowarzyszenieProCivium/>
- <https://www.youtube.com/c/StowarzyszenieProCivium>
- <https://www.linkedin.com/company/pro-civium/>
- https://www.instagram.com/pro_civium/
- <https://podcasters.spotify.com/pod/show/stopstygmatyzacji>

Filar "Prawa dla Kobiet"

- www.prawadlakobiet.pl
- <https://www.facebook.com/groups/275062385387195/> Grupa Między nami Kobietami
- <https://www.instagram.com/prawadlakobiet/>
- <https://www.tiktok.com/@prawadlakobiet>
- <https://www.facebook.com/sekcjaochronyprawkobiet/>
- https://www.instagram.com/justiceforwomen_movement/ angielskojęzyczny

Kanały dodatkowe - tematyczne**Kanał "Pro Studenci"**

- <https://www.instagram.com/pro.studenci/>
- <https://www.facebook.com/pro.studenci>

Kanał "Pro Porady"

- <https://www.facebook.com/pro.porady>
- https://www.instagram.com/pro_porady/

Kanał "Prawa Osób Niepełnosprawnych"

- <https://www.tiktok.com/@resortskazanych>

Kanał "REsort Skazanych"

- <https://www.facebook.com/share/1YZD9QwUnx/>

Biuletyn Informacji Publicznej

- <https://procivium.bip.gov.pl>

Magazyn "Lokalni Niezwycięzeni - Forum Środowiska Lokalnego"

- www.lokalnieniezwycezeni.pl

Do kanałów tematycznych zalicza się w szczególności narzędzia komunikacji służące realizacji zadań całego Stowarzyszenia, niezwiązane wyłącznie z jednym filarem.

ROZDZIAŁ III

Zarządzanie filarami komunikacji

3.1. Cel zarządzania filarami

Każdy filar komunikacyjny stanowi wyspecjalizowany obszar działalności informacyjnej i edukacyjnej Stowarzyszenia. Zarządzanie filarami ma zapewnić skuteczne planowanie działań, wysoką jakość publikacji oraz spójność całego systemu komunikacji.

Podstawą funkcjonowania filarów jest współpraca, odpowiedzialność oraz poszanowanie ich odrębnej specjalizacji.

3.2. Koordynator Filaru

Każdym filarem kieruje Koordynator Filaru wyznaczony przez Zarząd Stowarzyszenia albo osobę przez niego upoważnioną.

Koordynator odpowiada za całokształt działań komunikacyjnych prowadzonych w ramach powierzonego filaru.

Do jego podstawowych zadań należy:

- planowanie kierunków rozwoju filaru;
- organizowanie pracy zespołu;
- nadzór nad przygotowywanymi publikacjami;
- dbanie o jakość i terminowość działań;
- współpraca z pozostałymi Koordynatorami;
- przedstawianie propozycji rozwoju komunikacji;
- dobór Opiekunów Profili i monitorowanie ich działań.

3.3. Samodzielność Koordynatora

Koordynator samodzielnie podejmuje decyzje dotyczące bieżącego funkcjonowania filaru.

Samodzielność obejmuje w szczególności:

- wybór tematów;
- planowanie publikacji;
- dobór form komunikacji;
- organizację pracy zespołu;
- rozwój nowych inicjatyw komunikacyjnych.

Samodzielność realizowana jest z poszanowaniem postanowień niniejszego Standardu oraz pozostałych tomów Systemu Zarządzania Komunikacją.

3.4. Współpraca pomiędzy filarami

Koordynatorzy utrzymują stały kontakt i współpracują przy realizacji przedsięwzięć wymagających wiedzy lub doświadczenia kilku filarów.

W przypadku publikacji obejmujących zagadnienia należące do więcej niż jednego filaru zaleca się ich wspólne opracowanie.

Współpraca opiera się na partnerstwie, wzajemnym wsparciu i wymianie doświadczeń.

3.5. Zespół filaru

Koordynator może tworzyć zespół odpowiedzialny za realizację zadań komunikacyjnych.

W skład zespołu mogą wchodzić w szczególności:

- autorzy;
- redaktorzy;
- graficy;
- specjaliści ds. mediów społecznościowych;
- fotografowie;
- montażyści;
- wolontariusze;
- praktykanci;
- eksperci;
- Opiekunowie profili.

Zakres obowiązków poszczególnych osób ustala Koordynator.

3.6. Odpowiedzialność za publikacje

Każda publikacja powinna posiadać osobę odpowiedzialną za jej przygotowanie.

Autor odpowiada za treść merytoryczną.

Koordynator odpowiada za zgodność publikacji z obowiązującymi standardami komunikacji.

3.7. Rozwój filaru

Każdy filar powinien stale rozwijać swoje działania poprzez:

- analizowanie potrzeb odbiorców;
- poszukiwanie nowych form komunikacji;
- rozwój kompetencji zespołu;
- wdrażanie nowych technologii;
- doskonalenie jakości publikacji.

Rozwój powinien być planowany i zgodny z kierunkami rozwoju całego Stowarzyszenia.

3.8. Ocena funkcjonowania filaru

Ocena funkcjonowania filaru prowadzona jest w sposób ciągły.

Uwzględnia się w szczególności:

- jakość publikacji;
- terminowość realizowanych działań;
- współpracę z pozostałymi filarami;
- aktywność komunikacyjną;
- rozwój nowych inicjatyw;
- osiągnięte rezultaty.

Celem oceny jest wspieranie rozwoju filaru oraz doskonalenie systemu komunikacji, a nie wyłącznie kontrola jego działalności.

ROZDZIAŁ IV

Planowanie komunikacji

4.1. Cel planowania

Skuteczna komunikacja wymaga planowania. Celem planowania nie jest ograniczanie elastyczności działań, lecz zapewnienie ich spójności, odpowiedniej jakości oraz efektywnego wykorzystania dostępnych zasobów.

Plan komunikacji powinien uwzględniać zarówno działania długoterminowe, jak i bieżące potrzeby wynikające z realizowanych projektów oraz aktualnych wydarzeń.

4.2. Poziomy planowania

Komunikacja prowadzona jest na trzech poziomach:

- a) Plan strategiczny - określający główne kierunki rozwoju komunikacji, także w formule planowanych dla danego filaru kampanii społeczno-edukacyjnych.
- b) Plan okresowy - obejmujący działania planowane na kolejne miesiące lub kwartały.
- c) Plan operacyjny - dotyczący bieżących publikacji oraz działań realizowanych na co dzień.

Nie każda aktywność wymaga tworzenia odrębnego dokumentu. Zakres planowania powinien być dostosowany do skali przedsięwzięcia.

4.3. Planowanie publikacji

Każda publikacja powinna mieć jasno określony:

- cel;
- grupę odbiorców;
- termin publikacji;
- kanał komunikacji;
- osobę odpowiedzialną za przygotowanie;
- przewidywaną formę materiału.

Takie informacje pozwalają ograniczyć przypadkowość działań i usprawniają współpracę zespołu.

4.4. Priorytety komunikacyjne

Pierwszeństwo mają publikacje związane z:

- bezpieczeństwem odbiorców;
- realizacją projektów i zaplanowanych kampanii okresowych;
- działalnością statutową;
- ważnymi wydarzeniami społecznymi;
- obowiązkami informacyjnymi wynikającymi z przepisów prawa lub umów.

Pozostałe działania planowane są z uwzględnieniem dostępnych zasobów oraz bieżących możliwości zespołu.

4.5. Elastyczność planowania

Plan komunikacji może być modyfikowany, jeżeli wymagają tego okoliczności.

Do najczęstszych powodów zmian należą:

- wydarzenia o charakterze nagłym;
- sytuacje kryzysowe;
- nowe projekty;
- zmiany terminów wydarzeń;
- pojawienie się ważnych tematów społecznych,
- ustalenia z dotującymi w sprawie zleconych zadań publicznych

Zmiany powinny być wprowadzane w sposób umożliwiający zachowanie spójności komunikacji.

4.6. Koordynacja działań

Koordinatorzy Filarów na bieżąco wymieniają informacje o planowanych działaniach.

Celem współpracy jest:

- unikanie powielania publikacji;
- wzajemne wspieranie kampanii;
- wykorzystanie potencjału wszystkich filarów;
- zachowanie spójności komunikacji Stowarzyszenia.

4.7. Dokumentowanie planów

Zakres dokumentowania planów powinien odpowiadać skali prowadzonych działań.

Dla prostych publikacji wystarczające może być odnotowanie podstawowych informacji w przyjętym systemie organizacji pracy.

Większe kampanie, projekty oraz działania wieloetapowe powinny posiadać odrębny plan komunikacji.

4.8. Ocena realizacji planów

Po zakończeniu większych działań warto dokonać krótkiej oceny ich przebiegu.

Ocena powinna uwzględniać:

- osiągnięcie założonych celów;
- skuteczność wykorzystanych kanałów komunikacji;
- zaangażowanie odbiorców;
- napotkane trudności;
- wnioski na przyszłość.

Systematyczna analiza pozwala rozwijać komunikację oraz doskonalić sposób planowania kolejnych działań.

ROZDZIAŁ V

Tworzenie i publikowanie treści

5.1. Cel komunikacji

Każda publikacja przygotowywana przez Stowarzyszenie powinna realizować jasno określony cel. Treści publikowane wyłącznie dlatego, że "trzeba coś opublikować", nie wspierają skutecznej komunikacji i nie powinny stanowić standardu działania.

Przed rozpoczęciem przygotowania materiału autor powinien odpowiedzieć na pytanie: co odbiorca powinien wiedzieć, zrozumieć lub zrobić po zapoznaniu się z publikacją?

5.2. Odbiorca publikacji

Treść należy przygotowywać z myślą o konkretnej grupie odbiorców.

Przy tworzeniu materiałów należy uwzględnić w szczególności:

- poziom wiedzy odbiorców;
- ich potrzeby informacyjne;
- wiek i specyfikę grupy;
- formę przekazu najlepiej odpowiadającą odbiorcom.

Publikacja powinna być zrozumiała dla osoby, do której jest kierowana.

5.3. Rzetelność informacji

Publikowane informacje powinny być zgodne z aktualnym stanem wiedzy oraz możliwe do zweryfikowania.

W szczególności należy:

- sprawdzać fakty przed publikacją;
- korzystać z wiarygodnych źródeł;
- wyraźnie oddzielać fakty od opinii;
- aktualizować informacje, jeżeli utraciły swoją aktualność.

5.4. Język publikacji

Stowarzyszenie stosuje prosty, zrozumiały i profesjonalny język.

Należy unikać:

- zbędnego żargonu;
- nadmiernie skomplikowanych zdań;
- języka obraźliwego lub wykluczającego;
- sensacyjnych i wprowadzających w błąd tytułów.

Komunikacja powinna budować zaufanie odbiorców.

5.5. Dobór formy

Forma publikacji powinna wynikać z jej celu oraz potrzeb odbiorców.

W zależności od charakteru materiału mogą być wykorzystywane między innymi:

- artykuły;
- posty (aktualności), wyłącznie z ilustracjami;

- poradniki;
- raporty;
- e-booki;
- infografiki;
- podcasty;
- nagrania wideo;
- transmisje internetowe;
- inne.

5.6. Proces przygotowania publikacji

Każda publikacja powinna przejść odpowiedni proces przygotowania obejmujący:

- opracowanie treści;
- weryfikację merytoryczną, jeżeli jest wymagana;
- redakcję językową;
- przygotowanie materiałów graficznych;
- publikację;
- ocenę efektów.

Zakres procesu może być dostosowany do rodzaju materiału.

5.7. Aktualizacja treści

Treści publikowane przez Stowarzyszenie powinny być okresowo przeglądane.

Jeżeli materiał zawiera informacje nieaktualne, należy:

- zaktualizować jego treść;
- oznaczyć go jako archiwalny;
- usunąć publikację, jeżeli dalsze jej udostępnianie mogłoby wprowadzać odbiorców w błąd.

5.8. Odpowiedzialność za publikacje

Autor odpowiada za przygotowaną treść.

Koordynator Filaru odpowiada za organizację procesu publikacji oraz zgodność materiału z obowiązującymi standardami.

W przypadku materiałów przygotowywanych przez kilka osób zakres odpowiedzialności powinien zostać ustalony przed rozpoczęciem prac.

5.9. Prawa autorskie

Publikowane materiały muszą być zgodne z przepisami dotyczącymi praw autorskich oraz ochrony własności intelektualnej.

W szczególności należy posiadać odpowiednie prawa lub zgody do wykorzystania:

- tekstów;
- fotografii;
- grafik;
- nagrań audio;
- materiałów wideo;
- elementów identyfikacji wizualnej.

DOBRA PRAKTYKA | 5.10

Przed publikacją warto zadać sobie trzy pytania:

- Czy informacja jest prawdziwa?
- Czy jest potrzebna odbiorcy?
- Czy została przedstawiona w sposób prosty i zrozumiały?

Jeżeli odpowiedź na każde z tych pytań brzmi "tak", publikacja spełnia podstawowe wymagania niniejszego Standardu.

ROZDZIAŁ VI

Standard jakości publikacji

6.1. Cel standardu jakości

Każda publikacja przygotowywana przez Stowarzyszenie powinna wzmacniać jego wiarygodność, budować zaufanie odbiorców oraz wspierać realizację celów statutowych.

Jakość publikacji nie jest oceniana wyłącznie przez atrakcyjność graficzną, lecz przede wszystkim na podstawie wartości merytorycznej, rzetelność oraz użyteczność przekazywanych informacji.

6.2. Cechy dobrej publikacji

Każda publikacja powinna być:

- rzetelna;
- zgodna z obowiązującym stanem wiedzy;
- zrozumiała dla odbiorcy danego Filaru lub Kanału;
- poprawna językowo;
- uporządkowana;
- aktualna;
- zgodna z wartościami Stowarzyszenia.

6.3. Spójność komunikacji

Niezależnie od filaru komunikacyjnego odbiorca powinien rozpoznawać wspólny standard jakości publikacji.

Oznacza to zachowanie spójności w zakresie:

- sposobu komunikowania;
- jakości opracowania materiałów;
- standardów redakcyjnych;
- identyfikacji wizualnej;
- wiarygodności przekazywanych informacji.

6.4. Standard redakcyjny

Przy przygotowywaniu materiałów należy dążyć do:

- prostych i czytelnych tytułów;

- logicznego układu treści;
- krótkich akapitów;
- stosowania śródtytułów w dłuższych materiałach;
- poprawnego oznaczania cytatów i źródeł;
- unikania powtórzeń.

Publikacja powinna być łatwa do przeczytania również na urządzeniach mobilnych.

6.5. Wiarygodność

W materiałach eksperckich, edukacyjnych i informacyjnych należy wskazywać źródła informacji, jeżeli ma to znaczenie dla odbiorcy.

Nie należy przedstawiać przypuszczeń jako faktów ani wykorzystywać informacji, których wiarygodności nie można potwierdzić.

W przypadku wykrycia błędu należy go niezwłocznie poprawić.

6.6. Dostępność

Publikacje powinny być przygotowywane z uwzględnieniem zasad dostępności cyfrowej.

W miarę możliwości należy stosować:

- zrozumiały język;
- opisy alternatywne grafik;
- napisy do materiałów wideo;
- odpowiedni kontrast elementów graficznych;
- czytelny układ treści.

6.7. Kontrola jakości

Koordynator Filaru może skierować materiał do dodatkowej weryfikacji przed publikacją, jeżeli wymaga tego jego znaczenie lub stopień złożoności.

Kontrola jakości ma charakter wspierający i służy ograniczeniu ryzyka błędów oraz podnoszeniu jakości publikacji.

6.8. Reagowanie na błędy

Jeżeli po publikacji zostanie stwierdzony błąd, należy niezwłocznie:

- dokonać korekty;
- poinformować odbiorców o zmianie, jeżeli ma ona istotne znaczenie;
- wyciągnąć wnioski pozwalające uniknąć podobnych sytuacji w przyszłości.

Przejrzyste reagowanie na błędy wzmacnia wiarygodność Stowarzyszenia.

DOBRA PRAKTYKA | 6.9

W codziennej pracy warto pamiętać o zasadzie: Najpierw jakość, potem szybkość.

Opublikowanie materiału kilka godzin później jest korzystniejsze niż publikacja zawierająca błędy, nieścisłości lub informacje wymagające późniejszego sprostowania.

ROZDZIAŁ VII

Zarządzanie kanałami komunikacji

7.1. Cel zarządzania kanałami komunikacji

Kanały komunikacji są podstawowymi narzędziami realizacji działań informacyjnych, edukacyjnych i promocyjnych Stowarzyszenia. Zarządzanie nimi powinno zapewniać spójność przekazu, bezpieczeństwo oraz ciągłość komunikacji.

Każdy kanał komunikacji powinien posiadać określony cel, grupę odbiorców oraz osobę odpowiedzialną za jego prowadzenie.

7.2. Rodzaje kanałów komunikacji

Stowarzyszenie wykorzystuje w szczególności:

- portale i strony internetowe;
- profile w mediach społecznościowych;
- newslettery;

7.3. Administrator Portali

Za techniczne funkcjonowanie portali i stron internetowych odpowiada Administrator Portali.

Do jego zadań należy w szczególności:

- administrowanie portalami internetowymi;
- zarządzanie kontami użytkowników i uprawnieniami;
- zapewnienie bezpieczeństwa technicznego;
- wykonywanie kopii zapasowych;
- współpraca z dostawcami usług hostingowych i technicznych;
- nadzór nad prawidłowym działaniem portali;
- zgłaszanie oraz koordynowanie usuwania awarii.

Administrator Portali nie odpowiada za treść publikacji, chyba że pełni jednocześnie inną funkcję w systemie komunikacji.

7.4. Opiekun Profilu

Za prowadzenie profilu w mediach społecznościowych odpowiada Opiekun Profilu.

Do jego zadań należy:

- przygotowywanie i publikowanie treści;
- prowadzenie bieżącej komunikacji z odbiorcami;
- monitorowanie aktywności profilu;
- reagowanie na komentarze i wiadomości zgodnie z obowiązującymi zasadami;
- zgłaszanie Koordynatorowi Filaru, a w przypadku wakatu Dyrektorowi Centrum Edukacji Społecznej potrzeby wprowadzenia zmian lub podjęcia działań interwencyjnych.

7.5. Tworzenie nowych kanałów

Uruchomienie nowego kanału komunikacji powinno być uzasadnione potrzebami odbiorców oraz celami działalności Stowarzyszenia.

Przed jego uruchomieniem należy określić:

- cel kanału;
- grupę odbiorców;
- filar komunikacyjny lub status kanału tematycznego;
- osobę odpowiedzialną za prowadzenie;
- sposób aktualizacji i monitorowania.

7.6. Bezpieczeństwo

Dostęp do kanałów komunikacji powinien być nadawany wyłącznie osobom upoważnionym.

W szczególności należy:

- stosować silne hasła;
- korzystać z uwierzytelniania dwuskładnikowego, jeżeli jest dostępne;
- nie udostępniać danych dostępowych osobom nieuprawnionym;
- niezwłocznie odbierać dostęp osobom, które zakończyły współpracę.

7.7. Ciągłość działania

Każdy kanał komunikacji powinien posiadać możliwość przejęcia jego prowadzenia przez inną upoważnioną osobę.

Stowarzyszenie powinno zapewnić ciągłość komunikacji również w przypadku nieobecności Opiekuna Profilu lub Administratora Portali.

Kanały uznane za przeznaczone do wygaszenia oznacza się komunikatem o przeniesieniu na inny adres.

7.8. Archiwizacja

Materiały publikowane przez Stowarzyszenie powinny być archiwizowane w zakresie wynikającym z przepisów prawa, potrzeb organizacyjnych oraz wartości merytorycznej publikacji.

W przypadku zakończenia prowadzenia kanału należy zabezpieczyć jego zawartość oraz dane dostępowe.

7.9. Ocena kanałów komunikacji

Kanały komunikacji podlegają okresowej ocenie.

Ocena obejmuje między innymi:

- zgodność z celami Stowarzyszenia;
- aktywność odbiorców;
- jakość publikowanych materiałów;
- regularność publikacji;
- bezpieczeństwo prowadzenia kanału.

Wyniki oceny stanowią podstawę do dalszego rozwoju lub reorganizacji systemu komunikacji.

DOBRA PRAKTYKA

Każdy kanał komunikacji powinien mieć jednego właściciela organizacyjnego oraz jedną osobę odpowiedzialną za jego bieżące prowadzenie. Jasny podział odpowiedzialności usprawnia zarządzanie i pozwala uniknąć sytuacji, w której kilka osób publikuje treści bez wzajemnej koordynacji.

ROZDZIAŁ VIII

Sztuczna inteligencja w komunikacji

8.1. Cel wykorzystania sztucznej inteligencji

Stowarzyszenie dopuszcza wykorzystywanie narzędzi opartych na sztucznej inteligencji jako wsparcia w planowaniu, przygotowywaniu, analizowaniu oraz rozwijaniu komunikacji.

Sztuczna inteligencja ma wspierać pracę zespołu, zwiększać efektywność działań oraz ułatwiać realizację zadań, nie zastępując wiedzy, doświadczenia i odpowiedzialności człowieka.

8.2. Zakres zastosowania

Narzędzia sztucznej inteligencji mogą być wykorzystywane między innymi do:

- przygotowywania propozycji tekstów;
- tworzenia planów komunikacji;
- opracowywania konspektów publikacji;
- redakcji i korekty językowej;
- przygotowywania streszczeń;
- analizowania dużych zbiorów informacji;
- tworzenia grafik i materiałów ilustracyjnych;
- tłumaczenia treści;
- wspierania działań edukacyjnych.

8.3. Odpowiedzialność za treści

Odpowiedzialność za każdą publikację ponosi osoba, która ją zatwierdziła do publikacji.

Treści przygotowane przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji wymagają weryfikacji pod względem:

- zgodności z faktami;
- poprawności językowej;
- zgodności z obowiązującymi przepisami prawa;
- zgodności z wartościami i standardami Stowarzyszenia.

Publikacja nie może opierać się wyłącznie na odpowiedziach wygenerowanych przez narzędzia AI bez ich sprawdzenia.

8.4. Ochrona informacji

Podczas korzystania z narzędzi sztucznej inteligencji należy zachować szczególną ostrożność w zakresie ochrony informacji.

Nie należy wprowadzać do ogólnodostępnych systemów AI:

- danych osobowych, jeżeli nie istnieje do tego odpowiednia podstawa prawna;
- informacji poufnych;
- danych objętych tajemnicą zawodową;
- informacji, których ujawnienie mogłoby narazić Stowarzyszenie lub osoby korzystające z jego wsparcia.

8.5. Transparentność

Jeżeli wykorzystanie sztucznej inteligencji miało istotny wpływ na przygotowanie materiału eksperckiego, raportu lub publikacji naukowej, należy rozważyć poinformowanie o tym odbiorców w sposób odpowiedni do charakteru publikacji.

8.6. Rozwój kompetencji

Stowarzyszenie wspiera rozwój kompetencji związanych z odpowiedzialnym wykorzystywaniem sztucznej inteligencji.

Osoby uczestniczące w procesie komunikacji powinny rozwijać umiejętność korzystania z nowych narzędzi, zachowując krytyczne podejście do uzyskiwanych wyników.

DOBRA PRAKTYKA

Sztuczna inteligencja najlepiej sprawdza się jako asystent, a nie autor.

Jej zadaniem jest wspieranie człowieka w pracy, natomiast ostateczne decyzje dotyczące treści, formy i publikacji zawsze podejmuje człowiek.

ROZDZIAŁ IX

Monitorowanie, analiza i rozwój komunikacji

9.1. Cel monitorowania

Monitorowanie komunikacji służy ocenie skuteczności prowadzonych działań oraz identyfikowaniu obszarów wymagających doskonalenia.

Celem monitorowania jest wspieranie rozwoju komunikacji Stowarzyszenia, zwiększenie jej skuteczności oraz lepsze dostosowanie publikowanych treści do potrzeb odbiorców.

9.2. Zakres monitorowania

Monitorowaniu mogą podlegać w szczególności:

- strony internetowe;
- profile w mediach społecznościowych;
- newslettery;
- kampanie informacyjne i edukacyjne.

Zakres monitorowania powinien być dostosowany do charakteru danego kanału komunikacji.

9.3. Analiza wyników

Analiza komunikacji może obejmować między innymi:

- liczbę odbiorców;
- zasięg publikacji;
- poziom zaangażowania użytkowników;
- liczbę komentarzy i wiadomości;
- liczbę udostępnień;
- popularność poszczególnych tematów;
- skuteczność realizowanych kampanii.

Uzyskane dane powinny wspierać podejmowanie decyzji dotyczących dalszego rozwoju komunikacji.

9.4. Informacje zwrotne

Istotnym źródłem wiedzy o jakości komunikacji są opinie odbiorców, partnerów, ekspertów oraz osób współpracujących ze Stowarzyszeniem.

Informacje zwrotne powinny być analizowane z zachowaniem obiektywizmu i wykorzystywane do doskonalenia komunikacji.

9.5. Audyty komunikacji

Dyrektor Centrum Edukacji Społecznej może inicjować okresowe audyty komunikacji.

Audyty mają na celu ocenę zgodności prowadzonych działań z niniejszym Standardem oraz wskazanie możliwości dalszego rozwoju systemu komunikacji.

Wnioski z audytów stanowią podstawę planowania działań doskonalących.

9.6. Rozwój systemu

System komunikacji Stowarzyszenia powinien rozwijać się wraz ze zmianami technologicznymi, społecznymi oraz organizacyjnymi.

Rozwój obejmuje w szczególności:

- wdrażanie nowych narzędzi komunikacji;
- rozwój kompetencji zespołu;
- doskonalenie standardów jakości;
- aktualizację procedur;
- wymianę doświadczeń pomiędzy filarami.

9.7. Aktualizacja Standardu

Standard nie jest dokumentem zamkniętym.

W miarę rozwoju Stowarzyszenia oraz pojawiania się nowych potrzeb może być aktualizowany i uzupełniany.

Zmiany powinny służyć zwiększeniu przejrzystości, skuteczności oraz jakości komunikacji.

DOBRA PRAKTYKA

Raz w roku warto odpowiedzieć na trzy pytania:

1. Co w naszej komunikacji działa dobrze?
2. Co wymaga poprawy?
3. Jakie nowe rozwiązania warto wdrożyć w kolejnym roku?

Regularna analiza pozwala rozwijać komunikację w sposób świadomy i oparty na doświadczeniach.

ROZDZIAŁ X**Komunikacja kryzysowa****10.1. Cel komunikacji kryzysowej**

Komunikacja kryzysowa ma na celu ograniczenie skutków zdarzeń mogących negatywnie wpływać na bezpieczeństwo, wiarygodność lub wizerunek Stowarzyszenia oraz zapewnienie rzetelnego przepływu informacji.

Podstawową zasadą jest szybkie reagowanie, przekazywanie sprawdzonych informacji oraz zachowanie spokoju i odpowiedzialności.

10.2. Sytuacje kryzysowe

Za sytuację kryzysową można uznać w szczególności:

- publikację nieprawdziwych informacji dotyczących Stowarzyszenia;
- zorganizowane działania dezinformacyjne;
- mowę nienawiści lub zmasowane ataki w kanałach komunikacji;
- przejęcie lub próbę przejęcia kanału komunikacji;
- awarię strony internetowej lub portalu;
- ujawnienie informacji, które nie powinny zostać opublikowane;
- błędną publikację mogącą wywołać istotne skutki;
- inne zdarzenia mogące wpływać na bezpieczeństwo lub wiarygodność Stowarzyszenia.

10.3. Zgłaszanie sytuacji kryzysowych

Każda osoba uczestnicząca w procesie komunikacji ma obowiązek niezwłocznie poinformować Koordynatora Filaru o zauważonej sytuacji kryzysowej.

Jeżeli sytuacja może mieć wpływ na funkcjonowanie całego systemu komunikacji, Koordynator niezwłocznie informuje Dyrektora Centrum Edukacji Społecznej.

10.4. Zasady postępowania

W sytuacji kryzysowej należy:

- ustalić fakty;
- zabezpieczyć kanały komunikacji, jeżeli jest to konieczne;
- ograniczyć rozpowszechnianie niepotwierdzonych informacji;
- uzgodnić sposób komunikacji;

- monitorować rozwój sytuacji;
- dokumentować podjęte działania.

10.5. Komunikacja zewnętrzna

Informacje przekazywane podczas sytuacji kryzysowej powinny być:

- rzetelne;
- rzeczowe;
- zrozumiałe;
- oparte na potwierdzonych faktach;
- publikowane przez osoby do tego upoważnione.

Nie należy prowadzić publicznych sporów ani odpowiadać emocjonalnie na prowokacje.

10.6. Zakończenie sytuacji kryzysowej

Po zakończeniu działań należy dokonać analizy przebiegu sytuacji oraz przygotować wnioski dotyczące możliwości zapobiegania podobnym zdarzeniom w przyszłości.

Wnioski powinny być wykorzystywane do doskonalenia systemu komunikacji.

DOBRA PRAKTYKA

W sytuacji kryzysowej najważniejsze są trzy zasady:

- najpierw sprawdź;
- potem zdecyduj;
- na końcu opublikuj.

Pochopna reakcja może przynieść większe szkody niż krótkie opóźnienie wynikające z weryfikacji informacji.

ROZDZIAŁ XI

Postanowienia końcowe

11.1. Charakter Standardu

Niniejszy Standard stanowi wewnętrzny dokument organizacyjny Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium i obowiązuje wszystkie osoby objęte jego zakresem.

11.2. Stosowanie Standardu

Osoby uczestniczące w procesie komunikacji są zobowiązane do stosowania postanowień niniejszego Standardu oraz pozostałych tomów Systemu Zarządzania Komunikacją.

11.3. Interpretacja

W sprawach nieuregulowanych w Standardzie decyzje dotyczące jego stosowania podejmowane są z uwzględnieniem misji i celów Stowarzyszenia, obowiązujących przepisów prawa oraz zasad dobrej komunikacji.

11.4. Aktualizacja

Standard podlega okresowym przeglądom i może być aktualizowany wraz z rozwojem działalności Stowarzyszenia oraz zmianami technologicznymi i organizacyjnymi.

11.5. Wejście w życie

Standard wchodzi w życie z dniem określonym w zarządzeniu Prezesa Zarządu Stowarzyszenia.

Słownik pojęć

Administrator Portali - osoba odpowiedzialna za techniczne funkcjonowanie portali i stron internetowych Stowarzyszenia.

Architektura komunikacji - sposób organizacji kanałów komunikacyjnych oraz zależności pomiędzy nimi.

Filar komunikacyjny - wyodrębniony obszar komunikacji realizujący określone cele i skierowany do określonych grup odbiorców.

Kanał komunikacji - każde narzędzie wykorzystywane do przekazywania informacji, w szczególności portal internetowy, strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, newsletter, podcast lub kanał wideo.

Kanał tematyczny - kanał wspierający działalność wszystkich filarów komunikacyjnych oraz komunikację całego Stowarzyszenia.

Koordynator Filaru - osoba odpowiedzialna za organizację i rozwój komunikacji w ramach danego filaru.

Mapa komunikacji - zestawienie wszystkich kanałów komunikacji wraz z ich przynależnością organizacyjną, prowadzona i aktualizowana przez Dyrektora Centrum Edukacji Społecznej.

Opiekun Profilu - osoba odpowiedzialna za bieżące prowadzenie profilu lub kanału komunikacji oraz publikowanie treści.

Publikacja - każdy materiał udostępniany przez Stowarzyszenie w kanałach komunikacji.

Standard - Standard Zarządzania Komunikacją Cyfrową i Treściami Internetowymi Stowarzyszenia Inicjatywa Obywatelska Pro Civium.

System Zarządzania Komunikacją - zbiór dokumentów regulujących zasady komunikacji Stowarzyszenia, obejmujący Tom I, Tom II i Tom III.