

NARZĘDZIA



Mapa zasobów i potrzeb lokalnego środowiska

Aby przygotować mapę, skorzystaj z tabeli.

KROK	ZADANIE	CO?	W JAKIM CELU?
1.	Analiza struktury demograficznej	liczba mieszkańców gminy i poszczególnych sołectw, grupy wiekowe, płeć, struktura rodzin, stopień zamożności mieszkańców, formy zarobkowania, poziom bezrobocia, poziom wykształcenia, itp.	rozpoznanie związku struktury demograficznej z problemami lokalnymi i jakością życia mieszkańców (np. powszechne w ostatnich latach na Opolszczyźnie wyjazdy mężczyzn do pracy do Niemiec powodują, że zmienia się struktura demograficzna tamtejszych gmin pod względem płci. Zdarza się, że nawet 70% lokalnej społeczności to kobiety. Dlatego efektem takiej analizy może być objęcie badaniami właśnie grupy kobiet niepracujących, żeby zaproponować im działania aktywizujące i pomagające zaistnieć na rynku pracy)
2.	Analiza zasobów naturalnych i infrastrukturalnych	miejsca spotkań i zgromadzeń w przestrzeni publicznej: parki, skwery, tereny rekreacyjne, stawy, jeziora, rzeki, boiska, place zabaw, sale koncertowe i widowiskowe, świetlice, strażnice i inne miejsca, które można zaadaptować do działań kulturalnych i społecznych	znalezienie odpowiednich przestrzeni do działań animacyjnych, rozpoznanie potencjalnych partnerów dysponujących potrzebną nam infrastrukturą, analiza wzajemnych korzyści
3.	Inwentaryzacja lokalnych instytucji i organizacji	szkoły, przedszkola, ośrodek kultury i jego filie, pracownie artystyczne, muzea, teatry, kina, dyskoteki, stowarzyszenia, kluby sportowe, drużyny harcerskie, lokalne media, kluby, sklepy, kawiarnie, podmioty gospodarcze, grupy nieformalne	określenie beneficjentów podejmowanych działań, rozpoznanie potencjalnych partnerów, analiza wzajemnych korzyści
4.	Identyfikacja zasobów ludzkich	informacje o lokalnych autorytetach, liderach społecznych, osobowościach życia publicznego, przedstawicielach lokalnych mediów, radnych, artystach, ludziach z pasją, ekspertach w danych dziedzinach; numery telefonów, adresy mailowe tych osób	rozpoznanie osób, które mogłyby zaangażować się w działania na rzecz społeczności, i osób, których poparcie lub aktywność może mieć znaczenie dla powodzenia realizowanych przedsięwzięć

5.	Lokalne uwarunkowania społeczno-kulturowe	spuścizna historyczna, ważne momenty w historii społeczności i dziedzictwo kulturowe, styl życia, zwyczaje i cenie w społeczności wartości, poziom integracji i aktywności mieszkańców, poziom współpracy wewnątrz społeczności	określenie potencjału badanej społeczności pod kątem: poczucia tożsamości z danym miejscem, wpływu mieszkańców na lokalną politykę i rozwiązywanie lokalnych problemów oraz stopnia zaangażowania mieszkańców we wspólne sprawy (np. tereny powojennych migracji to często regiony wielokulturowe, czego efektem może być brak identyfikacji z „małą ojczyzną”, lokalne antagonizmy i nieporozumienia)
6.	Rozpoznanie obszarów społecznych	obszary potencjalnego lub realnego wykluczenia społecznego, osiedla nowych mieszkańców nieidentyfikujących się z miejscowością, bogate dzielnice, tereny, w których utrudniona jest komunikacja z pozostałą częścią gminy	rozpoznanie specyfiki potrzeb mieszkańców na określonym terenie gminy
7.	Rozpoznanie kanałów komunikacji	identyfikacja kanałów komunikacji (np. tablice ogłoszeniowe, ulotki, radio, prasa, lokalne media, strona internetowa, ogłoszenia parafialne, marketing szeptany itp.)	weryfikacja dotychczasowych działań informacyjno-promocyjnych, dopasowanie kanałów komunikacji do różnych grup wiekowych i społecznych