

Działanie „DOSTĘPNI SAMORZĄDOWCY - PODSUMOWANIE KADENCJI 2010-2014”

Materiał wypracowany w czasie Warsztatów Wprowadzających do tegorocznej edycji akcji Masz Głos, Masz wybór – działanie „Dostępni Samorządowcy – Podsumowanie Kadencji”. Uzupełnieniem niniejszego materiału są materiały opisujące zadanie wraz z załącznikami na stronie www.maszglos.pl w zakładce STREFA UCZESTNIKA/DZIAŁANIA i wraz z owymi stanowią pakiet wspomagający realizację zadania.

<http://www.maszglos.pl/personal/groups/dostepni-samorzadowcy-2014>

Jak krok po kroku zrealizować zadanie?

1. Analiza własna- zespół, zasoby, etc.
2. Szukanie sojuszników, diagnoza interesariuszy
3. Informowanie o działaniu (MGMW)
4. Zbieranie opinii o działaniu
5. Opracowanie wyników "badania"-rekomendacje
6. Upowszechnienie wyników "badania"
7. Kontakt z KWW (kandydaci)
8. Promocja debaty
9. Debata wyborcza
10. Co po debacie...

KOGO PYTAMY?

Władze samorządowe	Urzędnicy	Mieszkańcy i inni
<ul style="list-style-type: none">• Radni wójta• Radni opozycji• Wójt/ burmistrz/ prezydent• Sołtysi• Władze wykonawcze• Kluby radnych• Rady osiedli	<ul style="list-style-type: none">• Wydział Oświaty + Ministerstwo• Urzędy pracy• agencje zatrudnienia• agencje rozwoju regionalnego• kuratorium	<ul style="list-style-type: none">• uczniowie• rodzice• dyrektorzy szkół• nauczyciele• lokalni przedsiębiorcy• kościoły i związki wyznaniowe• Internauci• lokalni liderzy• pracodawcy• media• partie

Metody zbierania danych:

- plener
- sondaż
- ankieta
- wywiad

Opisy poszczególnych narzędzi, ich przykłady znajdują się na naszej stronie

<http://www.maszglos.pl/strefa-wiedzy/narzedziownik/jak-zbierac-opinie/>

Trudności i ułatwienia w realizacji zadania:

- mieszkańcy niechętnie będą udzielać odpowiedzi na pytania, nie lubią być „przepytywani”
- idąc do interesariuszy trzeba umieć postawić się w ich roli
- warto planować spotkania z elastycznością
- powinno się poznać styl rozmówcy

Jak zacząć działania:

- informowanie
- przedstawienie
- rozmowa
- podsumowanie

Arkusz zbierania danych:

	Co się udało?	Co się nie udało?	Co jest do zrobienia? Wyzwania.
Wójt			
Radni wójta			
Radni opozycji			
Lokalny autorytet			

Jak informujemy o naszych działaniach:

- strony www
- relacje, zdjęcia
- portale społecznościowe (Facebook, Twitter)
- lokalne portale społecznościowe
- własne reklamy i informacje płatne- plakaty, ulotki
- gazety
- radio
- kontakt bezpośredni: zaproszenia imienne (np. do Prezydenta, Radnych)
- mailing (pamiętać o ukrywaniu maili!)
- szkoły- kontakt z dyrekcją, młodzieżą, nauczycielami
- spotkania z mieszkańcami
- w miejscach publicznych (przystanki, sklepy)
- przez listonosza
- **ważny jest podział zadań i zespół ludzi, z którymi się pracuje**

Uzupełnienie materiału znajdziecie na naszej stronie:

<http://www.maszglos.pl/wp-content/uploads/2013/04/Jak-prezentowa%C4%872.pdf>

Regulamin spotkania/ debaty – propozycje do wybrania

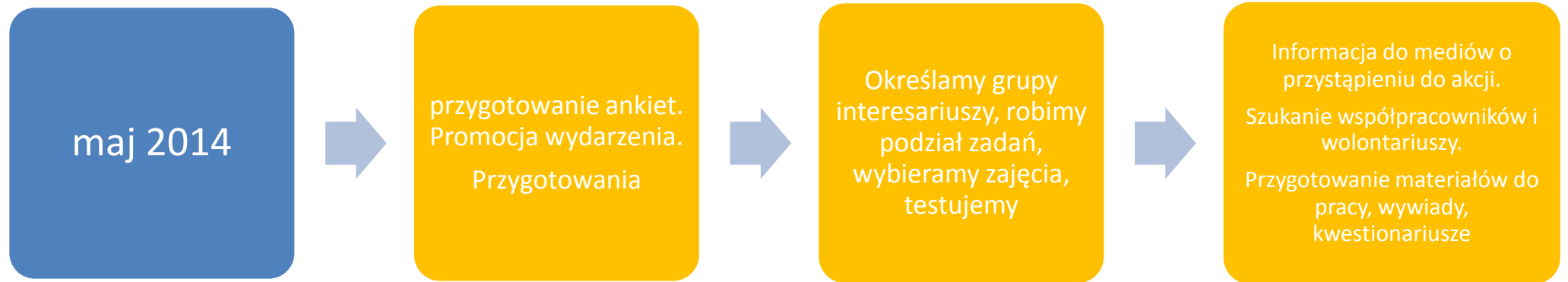
- Prowadzący spotkanie udziela głosu zainteresowanym.(opcjonalnie - Do końca wypowiedzi danej osoby nikt inny nie ma prawa głosu.)
- Każdy uczestnik spotkania ma wyznaczony czas na wypowiedź i jest zobowiązany do jego przestrzegania (nie mówimy dłużej niż...)
- Dyskusja trwa do wyczerpania liczby chętnych mówców lub do końca czasu przeznaczanego w harmonogramie spotkania na dyskusję (czas debaty to max. 2 godziny- przedłużanie za zgodą koordynatora)
- Prowadzący udziela głosu zgodnie z kolejnością zgłoszeń (nie przerywany sobie...)
- Dyskusja toczy się wokół problemów, bez ataków personalnych (nie stosujemy ataków personalnych...)

- Burmistrz/prezydent/wójt jest traktowany jak partner w debacie o lokalnych problemach
- Inne punkty, które uznacie za istotne, a które pomogą Wam sprawnie poprowadzić spotkanie.

Promocja debaty- sposoby:

Przed debatą	Po debacie
<ul style="list-style-type: none"> • ulotki i plakaty w miejscach publicznych • media- gazeta; radio • patronat medialny- notatki dla prasy • informacja na portalach • zaproszenia imienne, e-mail • spotkania okolicznościowe- imprezy plenerowe 	<ul style="list-style-type: none"> • Notatka z debaty do mediów (w trakcie- obecność mediów na debacie). Powinna istnieć możliwość komentowania. • Umieszczenie zdjęć, informacji z debaty na stronach internetowych i portalach społecznościowych.

Harmonogram zadania:



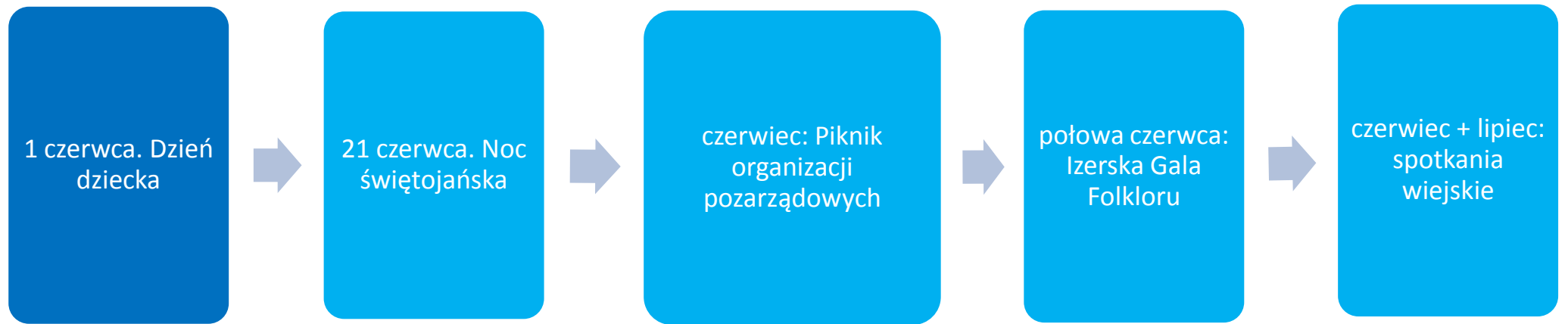
czerwiec 2014

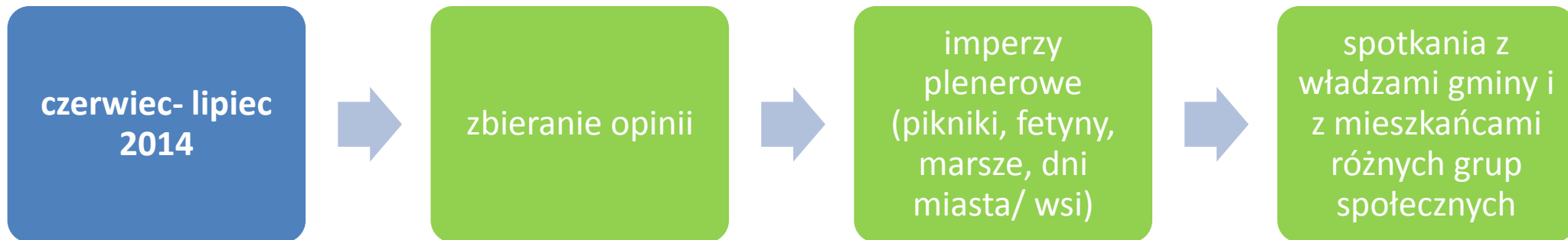


promocja wydarzenia.
Przepytywanie radnych.
Zbieranie ankiet od
radnych. Raport
wstępny



przeprowadzanie
diagnozy (max. do 15
sierpnia)





Lipiec 2014



zbieranie danych
od mieszkańców.



Promocja
wydarzenia na
impresach
lokalnych

sierpień 2014



Zbieranie danych
od mieszkańców.
Analiza
zebranych
danych.
Promocja
wydarzenia



Dożynki. koniec
sierpnia/
początek
września. Odpust
kościelny.



Opracowywanie
wyników.
Opracowywanie
rekomendacji

**wrzesień
2014**



opracowywanie
wyników- do 15
września



publikacja
wyników,
promocja debaty,
przygotowywanie
debat.



upowszechnianie
wyników- druga
połowa września



prezentacja
wyników badań w
mediach (ew.
ulotki). Kontakt z
komitetami
wyborczymi.

**październik
2014**



promocja debat na
www.- do 5
listopada



promocja debaty



osobisty kontakt z
komitetem
wyborczym



zaproszenie
radnych na debatę.
Promocja debaty,
rozpowszechnianie
wyników ankiet

**listopad
2014**



debata 5. XI



podsumowanie
debaty + raport
końcowy



relacja z
debaty w
różnych
formach.
Informacje o
wynikach- do
wyborów



zachęcanie do
udziału w
wyborach- cały
czas!

grudzień 2014



przedstawienie nowej
władzy rekomendacji i
informacji o akcji- do
końca stycznia