



Tabela do mapowania interesariuszy

DLACZEGO TO NARZĘDZIE JEST WAŻNE?

Ta mapa jest niezbędnym narzędziem zarówno podczas opracowywania projektu mediacji kulturowej, jak i jego monitorowania.

Daje jasny obraz różnych interesariuszy zaangażowanych w projekt oraz pozwala zidentyfikować ich wpływ i zaangażowanie w projekt.

Na podstawie tej mapy łatwiej jest opracować odpowiedni plan działania, zrozumieć, jak współpracować z każdym z interesariuszy, oraz monitorować rozwój projektu w celu wprowadzania korekt w działaniach w trakcie jego trwania.

JAK Z NIEGO KORZYSTAĆ?

1. Zidentyfikuj wszystkich potencjalnych interesariuszy.
2. Przeanalizuj ich wpływ i zainteresowanie.
3. Stwórz matrycę i określ plan działania.
4. Kilka przykładów szablonów dostępnych w Internecie.



Co-funded by the
European Union

Projekt finansowany przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami i opiniami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają stanowisko Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Ani Unia Europejska, ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.



WSKAZÓWKI

- Przeprowadź dogłębną burzę mózgów, aby mieć pewność, że nie pominiesz żadnego interesariusza.
- Szukaj lokalnie.
- Używaj prostych słów i elementów wizualnych, aby zapewnić dostępność.
- Wypróbuj narzędzia cyfrowe, na przykład:
[Szablony mapowania interesariuszy](#)



Co-funded by the
European Union

Projekt finansowany przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami i opiniami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają stanowisko Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Ani Unia Europejska, ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

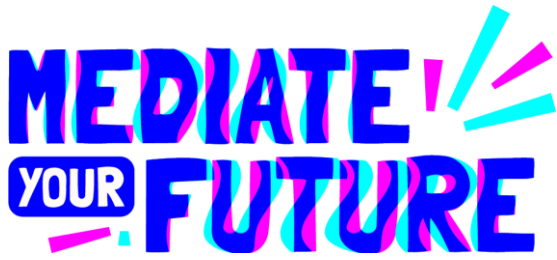


Tabela do mapowania interesariuszy

1 – Zidentyfikuj wszystkich potencjalnych interesariuszy

Pierwszym krokiem jest burza mózgów i sporządzenie listy wszystkich osób, grup lub organizacji, na które może wpłynąć Twój projekt mediacji kulturowej lub które mogą mieć na niego wpływ. Myśl szeroko:

- **Interesariusze wewnętrzni:** zespół projektowy, inni młodzi uczestnicy, opiekunowie itp.
- **Zainteresowani zewnętrzni:**
 - **Instytucje kulturalne:** muzea, teatry, biblioteki, ośrodki kultury.
 - **Władze lokalne:** urzędy miejskie, służby ds. młodzieży, służby ds. kultury.
 - **Organizacje społeczeństwa obywatelskiego:** stowarzyszenia sąsiedzkie, organizacje pozarządowe, ośrodki społeczne.
 - **Przedsiębiorstwa:** darczyńcy, sponsorzy, lokalne firmy.
 - **Media:** lokalne gazety, stacje radiowe, blogi.
 - **Grupy docelowe:** szkoły, grupy młodzieżowe, lokalni mieszkańcy.
 - **Inni:** rodzice, wolontariusze, eksperci itp.



Co-funded by the
European Union

Projekt finansowany przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami i opiniami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają stanowisko Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Ani Unia Europejska, ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.



2 – Przeanalizuj ich wpływ i zainteresowanie

Po sporządzeniu listy należy ocenić **poziom wpływ i zainteresowania** każdego interesariusza w odniesieniu do projektu.

- **Wpływ:** Jak dużą władzę ma ten interesariusz, by pozytywnie lub negatywnie wpłynąć na projekt? Czy może zapewnić zasoby (finansowe, ludzkie, logistyczne), czy wręcz przeciwnie – stwarzać przeszkody? Oceń to jako niski lub wysoki poziom.
- **Zainteresowanie:** Jak bardzo ten interesariusz jest zainteresowany i zaangażowany w projekt lub w jaki stopniu projekt ma na niego wpływ? Czy bardzo zależy mu na celach i wynikach projektu? Oceń to jako niskie lub wysokie.

3 – Macierz i plan działania

Wpływ/zainteresowanie interesariuszy

To kluczowe narzędzie. Stwórz prostą tabelę z czterema kwadrantami lub skorzystaj z poniższego szablonu. Umieść każdego interesariusza w odpowiedniej kategorii.

	Wysokie zainteresowanie	Niskie zainteresowanie
Duży wpływ	Kluczowi partnerzy	Należy na bieżąco informować



Co-funded by the
European Union

Projekt finansowany przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami i opiniami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają stanowisko Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Ani Unia Europejska, ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

MEDIATE! YOUR FUTURE

	Wysokie zainteresowanie	Niskie zainteresowanie
	<p>Strategia: Ściśle zarządzaj. Angażuj ich mocno w proces podejmowania decyzji. Są oni Twoimi kluczowymi sojusznikami.</p>	<p>Strategia: Regularnie informuj ich. Pokaż im wartość i przydatność projektu. Nie proś ich o wykonywanie zadań, ale zapewnij sobie ich wsparcie.</p>
Niewielki wpływ	<p>Aby zaangażować</p>	<p>Ograniczony wysiłek</p>
	<p>Strategia: Zachęcaj ich do udziału w działaniach. Włącz ich do ról niezwiązanych z podejmowaniem decyzji (np. wolontariusze, uczestnicy). To Twoja najbardziej zaangażowana grupa odbiorców.</p>	<p>Strategia: Minimalna, podstawowa komunikacja. Informuj ich o najważniejszych etapach. Nie poświęcaj im zbyt wiele energii, chyba że wykażą rosnące zainteresowanie.</p>

Plan działania

Dla każdej kategorii określ konkretne działania:

- **W przypadku kluczowych partnerów:**
 - Utrzymuj jak najczęstszy i regularny kontakt (rozmowy telefoniczne, e-maile, spotkania online).
 - Konsultuj z nimi proces podejmowania decyzji.
 - Przydziel im jasno określone obowiązki.



Co-funded by the
European Union

Projekt finansowany przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami i opiniami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają stanowisko Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Ani Unia Europejska, ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

MEDIATE! YOUR FUTURE

Przykład: rada, która finansuje projekt.

- **Dla osób, które należy informować:**

- Wysyłaj biuletyny lub e-maile informacyjne.
- Zaprezentuj projekt podczas wydarzeń publicznych.

Przykład: duża grupa przemysłowa w mieście, która nie ma jeszcze żadnego związku z kulturą.

- **Dla osób, które chcesz zaangażować:**

- Zaproś ich na warsztaty i wydarzenia mediacyjne.
- Powierz im rolę ambasadorów.

Przykład: lokalne stowarzyszenie młodzieżowe.

- **Przy ograniczonym nakładzie pracy:**

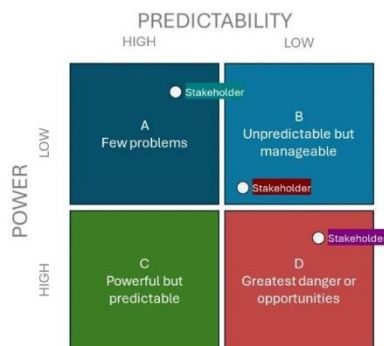
- Dodaj ich do ogólnej listy mailingowej.
- Nie kontaktuj się z nimi indywidualnie, z wyjątkiem konkretnych potrzeb.

Przykład: małe stowarzyszenie, które jest oddalone geograficznie od projektu.

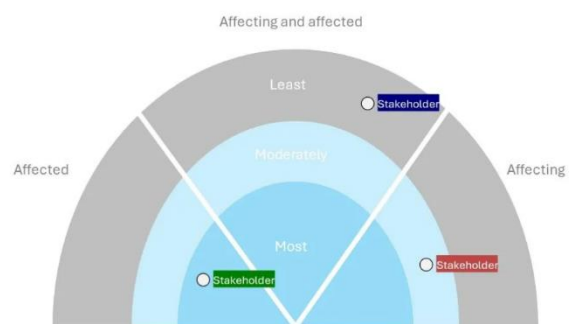
4 – Kilka interesujących szablonów

W Internecie dostępnych jest wiele szablonów, takich jak te.

Power-Predictability Matrix



Stakeholder Rainbow Diagram



Co-funded by the
European Union
Rysunek 1 /
simplystakeholders.com

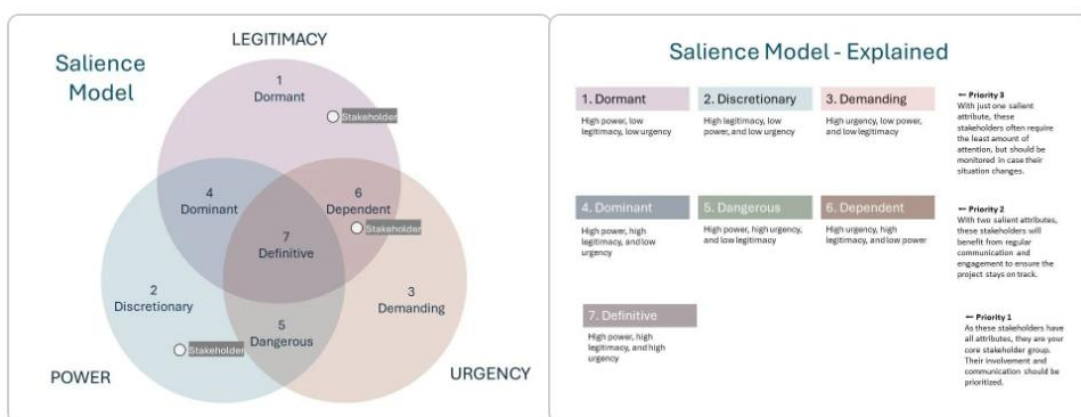
finansowany przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami i opiniami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają ryzyko Unii Europejskiej. Rysunek 2 / simplystakeholders.com

Unii Europejskiej i jej instytucji i agencji i

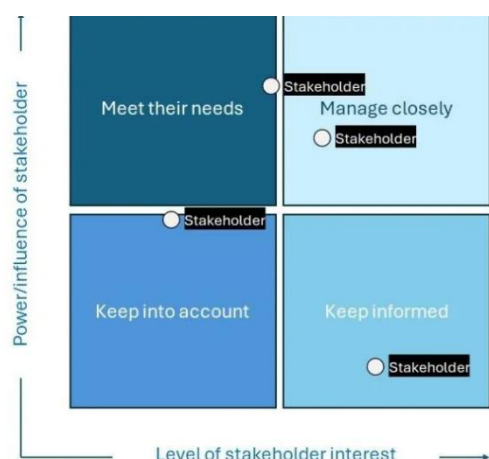
(EACEA). Ani Unia Europejska, ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

MEDIATE! YOUR FUTURE

Saliency Model Template



Rysunek 3 / simplystakeholders.com



Rysunek 4 / simplystakeholders.com



vany przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami i opiniami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają stanowisko Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Ani Unia Europejska, ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.