

Skuteczna partycypacja społeczna w SUMP

Warsztaty - Projekt Pilotaż SUMP



Skuteczna partycypacja społeczna w planowaniu mobilności miejskiej

Joanna Stefańska

Anna Wieczorek

ThinkTankMiasto.pl

14 grudnia 2020 r.

1 wykład 1thinktankmiasto.pl

Wstęp do partycypacji

Definicja partycypacji

... partycypacja, czyli uczestnictwo. To sposób na aktywne branie udziału w wydarzeniach, które nas dotyczą. Możliwość zabierania głosu, uczestniczenia ludzi w działaniach i decyzjach.

... obywatelska, czyli dotycząca nas jako obywateli. To taki rodzaj partycypacji, który opiera się na komunikacji z władzą. Skupia się na wzajemnym wspieraniu władzy oraz obywateli we wspólnym podejmowaniu decyzji.

Źródło: <https://partycypacjaobywatelska.pl/strefa-wiedzy/abc-partycypacji/co-to-jest-partycypacja-obywatelska-2/>

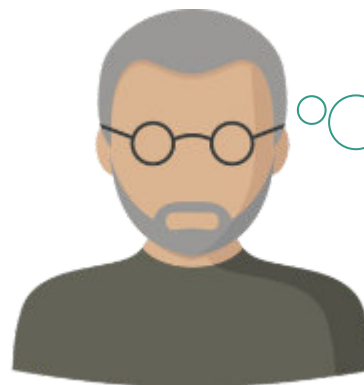
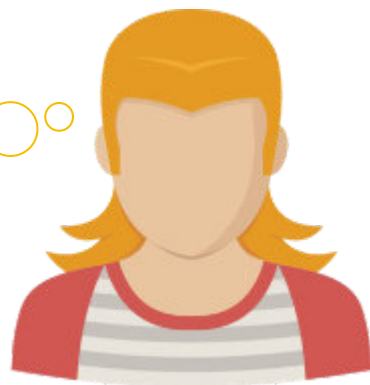
Jak to wygląda w podręcznikach...



Jak to bywa w życiu...

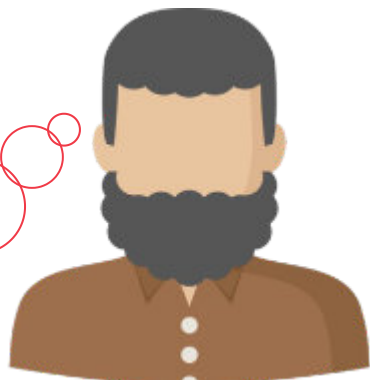


Realizatorzy projektu:
*Ludzie będą nam
zarzucać, że robimy
inaczej niż chcą, kiedyś
czegoś nie zrobiliśmy,
czegoś nie wiemy.*

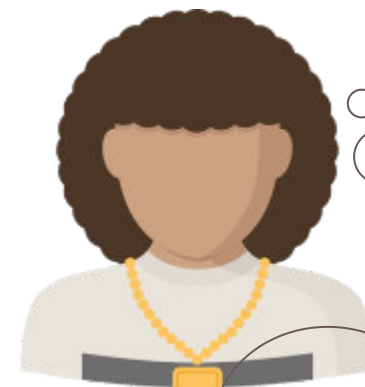


Aktywiści:
*Niczego i nikogo się nie
boimy. Musimy walczyć
za nas wszystkich. Oni
robią tak jak im
wygodniej, a my się
musimy bronić.*

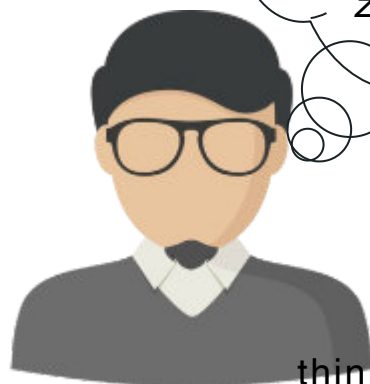
Mieszkańcy:
*Będzie
nieprzyjemnie.
Znowu nas
oszukują. Będzie
tak jak ostatnio.
Będzie źle, ale
musimy swoje
wykrzy cześć .*



Organizatorzy:
*Nie jesteśmy
przygotowani. Nie
wiemy wszystkiego.
Ostatnio kiepsko
nam poszło.
Ostatnie
konsultacje nie
zostały wdrożone.*



Projektanci:
*Ludzie będą na nas
krzyczeć. Znowu
wymyślą coś
nierealistycznego i będą
mieli pretensję, że tego
nie narysowaliśmy.*



Korzyści z procesu partycypacji

The image shows a screenshot of a Jamboard interface. At the top, there is a header bar with the text "SUMP Korzyści z partycypacji" on the left, navigation arrows in the center, and a blue "Udostępnij" button on the right. Below the header is a toolbar with icons for undo, redo, search, and "Ustaw tło" / "Wyczyść ramkę". The main area is a large grid with the text "Korzyści z procesu partycypacji" centered. On the left side of the grid is a vertical toolbar with various drawing tools. The icon for a document or page is circled in red. On the right side of the grid, there is a Jamboard logo.

Zdobywamy nową wiedzę

zdobycie wiedzy

Wskazywanie alternatywnych rozwiązań problemu

pozyskanie nowych rozwiązań, pomysłów, sprzeczzeń

nowe pomysły na rozwiązanie starych problemów - świeże spojrzenie na temat

Pojawiają się nowe pomysły, na które sami byśmy nie wpadli.

nowe pomysły zgłoszone przez mieszkańców

Można obejrzeć swój projekt z zupełnie innego punktu widzenia (zwłaszcza widzenia późniejszego użytkownika).

spotkanie ciekawych pomysłów, o których możemy wcale nie pomyśleć

Poznanie zdania innych osób.

Wzajemne poznanie motywów

Weryfikacja pomysłów JST przez interesariuszy

możliwość komunikacji działań

Zwiększenie świadomości mieszkańców dot. planów JST

Komunikujemy działania, informujemy, wspieramy zrozumienie projektu

Wyjście poza sferę komfortu, rozwój

Weryfikacja potrzeb realizacji dotychczasowych planów/pomysłów

Potwierdzenie prawidłowości obranego kierunku działań

zaangażowanie tych, którzy są przeciwni proponowanym zmianom

zadania takie, jakich oczekują mieszkańcy, a nie urzędnicy

Podzielenie się planami rozwoju gminy

promowanie rozwiązań od samego początku ich planowania

Sprawdzamy, czy nasz plan jest adekwatny do potrzeb

równe szanse dla każdego, na wyrażenie swojej opinii

Udział mieszkańców powoduje, iż czują się oni związani z miejscem i identyfikują się z rozwiązaniami

Zainicjowanie "marketingu szeptanego"

Zaangażowanie w sprawy lokalne zacieśnia więzi z rejonem i powoduje powstawanie lepszych rozwiązań

większa akceptacja społeczna dla podejmowanych przez władze decyzji

poczucie, że cel wypracowaliśmy wspólnie; nie jest wymysłem jednostki

Emocje w procesie

Katharsis konfliktu

pozyskanie zaufania mieszkańców

Włączenie elementu emocji w proces planowania

Razem to tworzymy, jesteśmy w tym projekcie wszyscy

Można zyskać "ambasadorów" projektu.

Uczestnicy bardziej się angażują we wdrażanie projektu, którego współtwórcami byli.

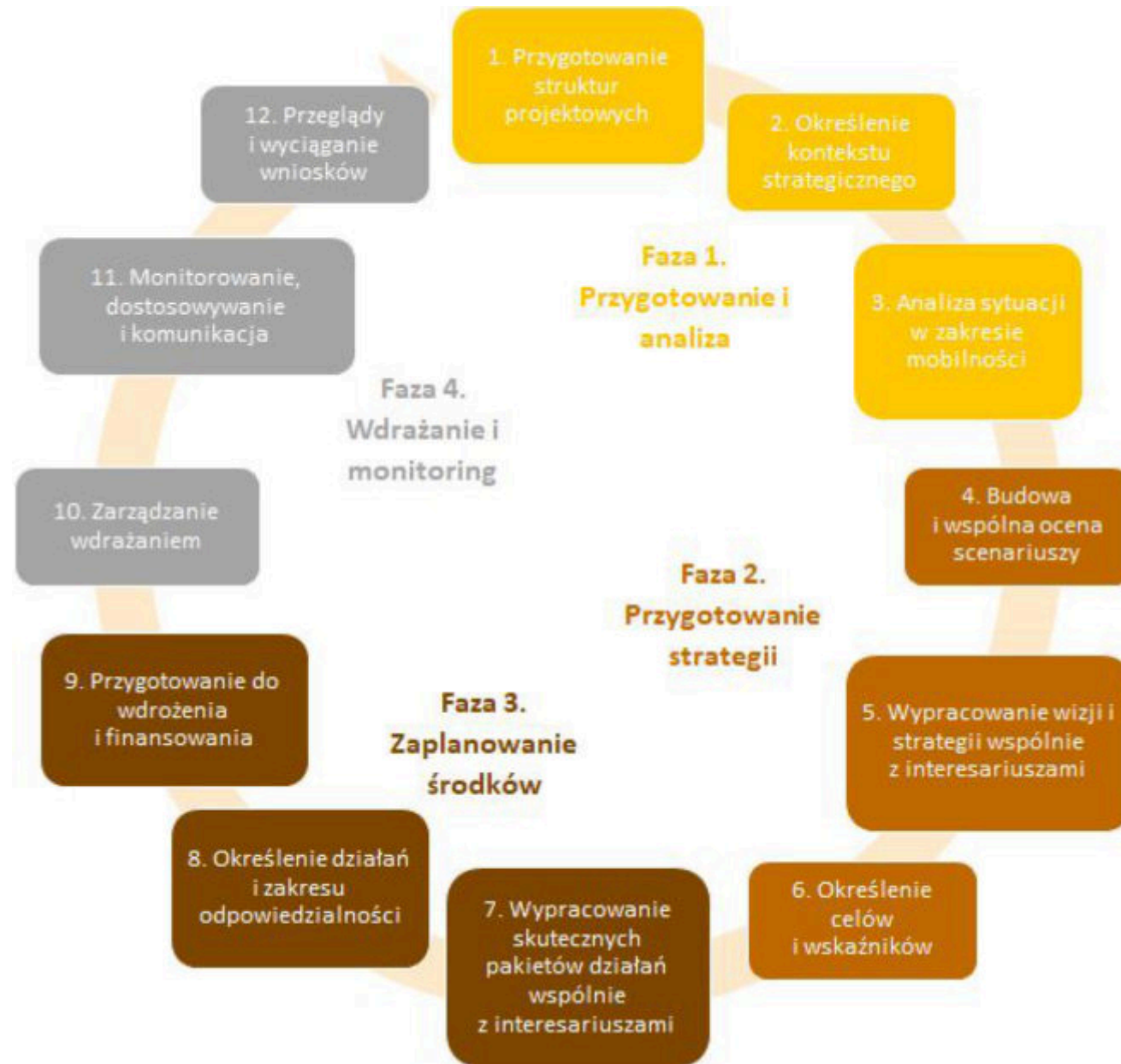
złamanie status quo (rozmawiamy z ludźmi, otwarcie rozmowy na tematy od dawna trudne)

Zaangażowanie mieszkańców - poczucie sprawczości - w lokalnej przestrzeni

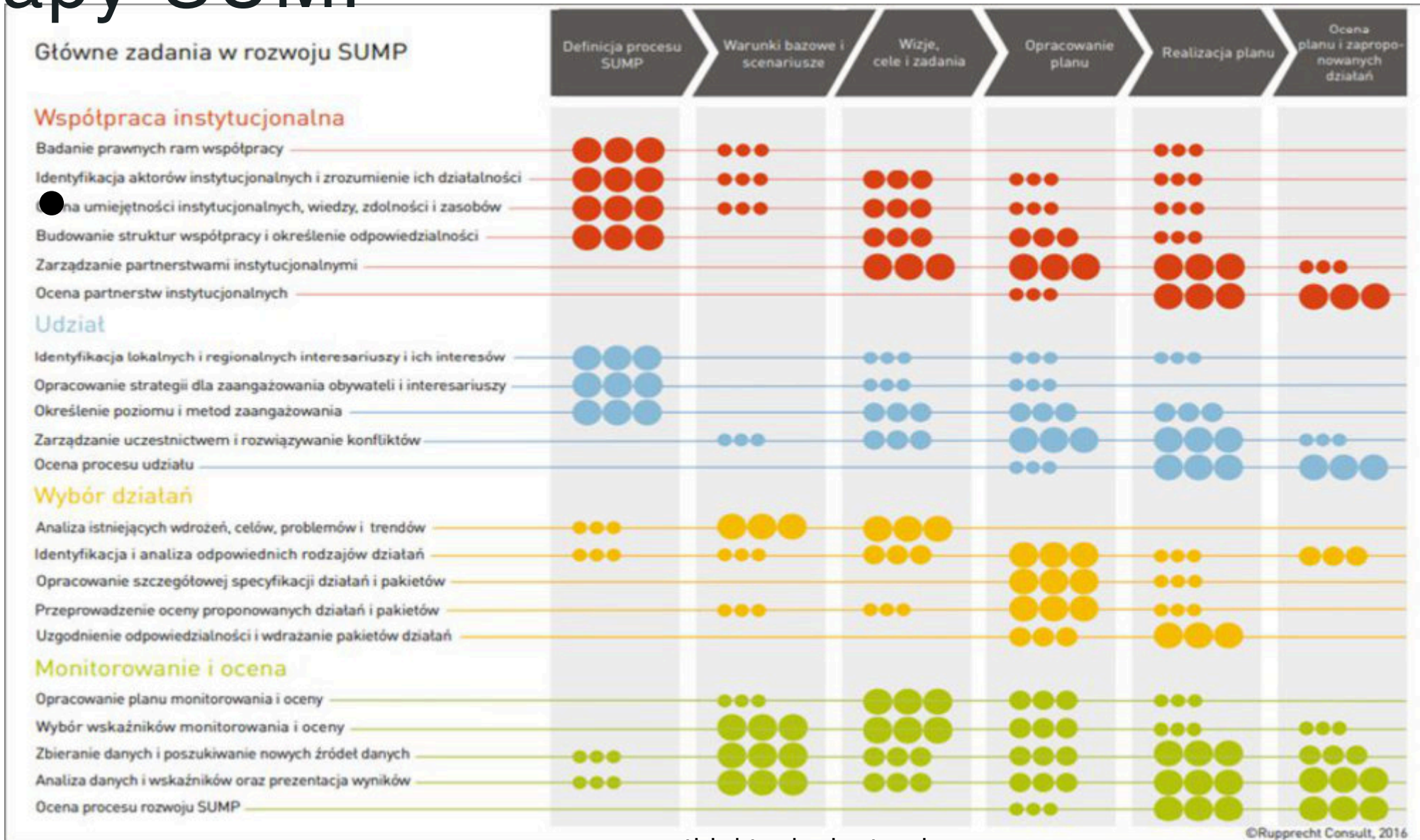
poczucie wspólnego "dobra"

Dostrzeżenie życzliwości, uśmiechu (naprawdę!!!)

Cykl SUMP



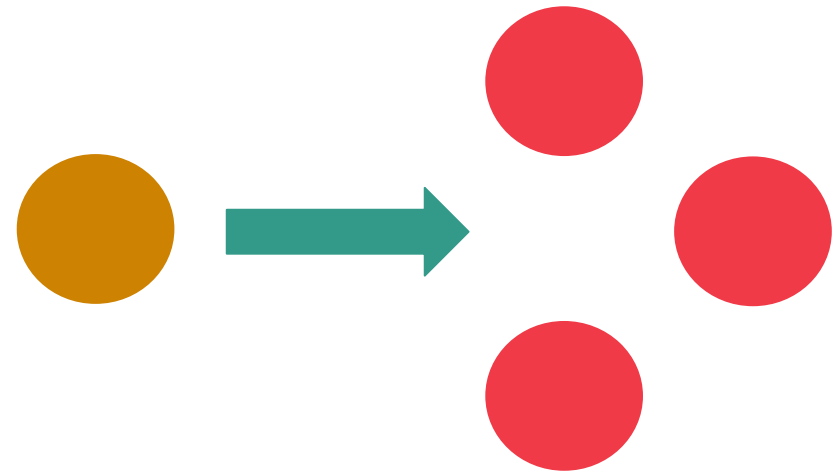
Etapy SUMP



Wybór poziomu partycypacji

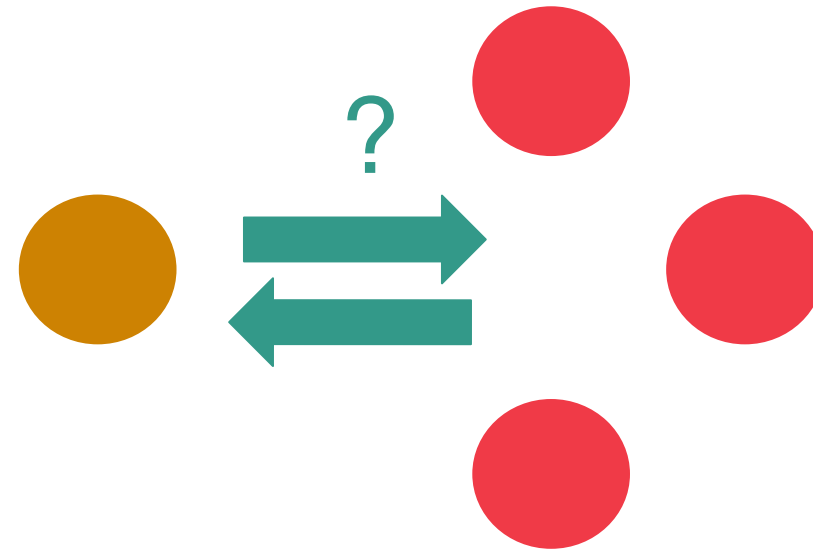
Definicja INFORMOWANIA

Obywatele i interesariusze **otrzymują w odpowiednim czasie informacje** o wynikach wszystkich etapów rozwoju SUMP. Jednak ograniczenie się wyłącznie do informowania opinii publicznej nie stanowi udziału społecznego!



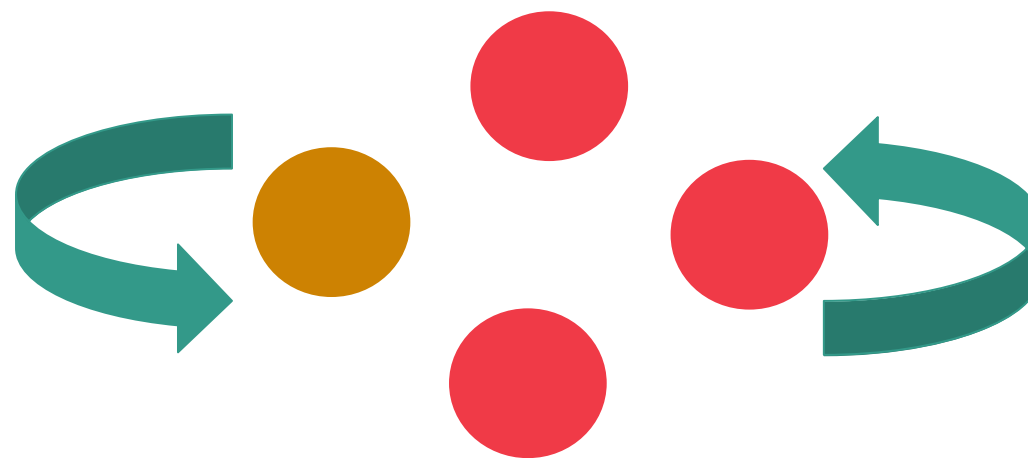
Definicja KONSULTACJI

Instytucja odpowiedzialna za planowanie informuje obywateli i interesariuszy o procesie SUMP, słucha i rozważa obawy i spostrzeżenia i dostarcza informację zwrotną o tym, jak uwagi publiczne wpłynęły na decyzję. Uwagi otrzymane w procesie konsultacji niekoniecznie mają bezpośrednie odzwierciedlenie w ostatecznym podejmowaniu decyzji.



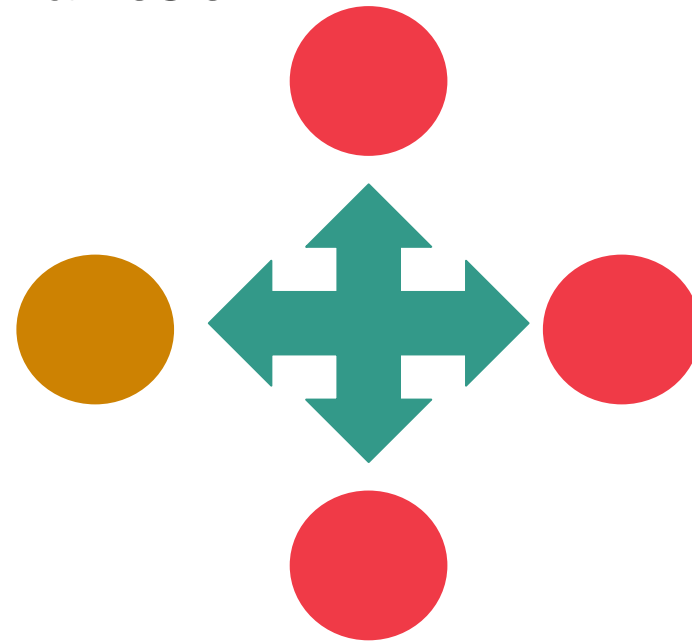
Definicja ANGAŻOWANIA

Organ odpowiedzialny za planowanie, **obywatele i zainteresowane podmioty pracują razem w sposób ciągły przez kolejne etapy SUMP**. Zagadnienia i problemy są bezpośrednio odzwierciedlane w planie, a uczestnicy są informowani o tym, jak ich wkład wpłynął w szczególny sposób na decyzję.



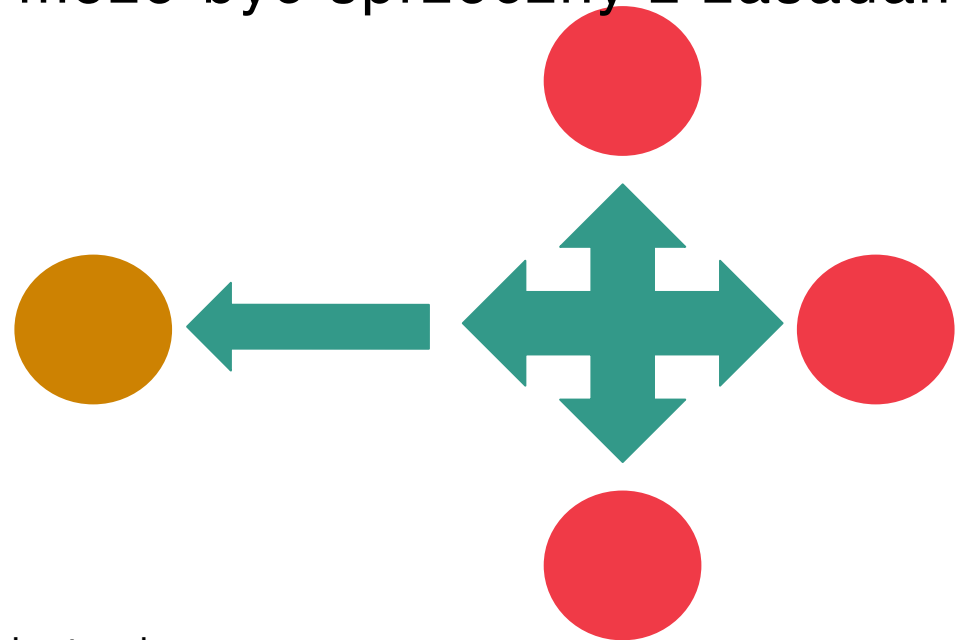
Definicja WSPÓŁPRACY

Organ odpowiedzialny za planowanie **zaprasza interesariuszy do bezpośredniego przekazywania porad i innowacyjnych pomysłów co do konkretnych rozwiązań.** Wymaga to zobowiązanie ze strony organu planującego do włączenia tych uwag w ostateczne decyzje, w maksymalnym możliwym zakresie.



Definicja UPOWAŻNIENIA

Organ odpowiedzialny za planowanie **obiecuje, że będzie realizować to, o czym zdecydują interesariusze lub obywatele**. Należy zauważyć jednak, że jeśli obywatele i zainteresowane podmioty nie są naprawdę zaangażowani, to poziom ich udziału może być sprzeczny z zasadami demokracji.



Badania a partycypacja

Badania

Cel: systematyczny opis, zrozumienie zjawisk, weryfikacja danych

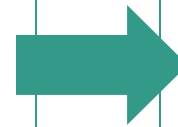
- działanie wyspecjalizowanych pracowników/instytucji
- prowadzone metodycznie
- zgodne z procedurą umożliwiającą weryfikację i kontrolę
- nie zakładają informacji zwrotnej do uczestników
- polegają na systematycznym opisie, stawianiu hipotez i ich weryfikacji, dowodzeniu twierdzeń
- używają metod badawczych (obserwacja, pomiar, eksperyment, analiza danych zastanych)

Partycypacja

Cel: angażowanie, udział w podejmowaniu decyzji, realizacja potrzeb społeczności

- działanie realizowane wspólnie przez przedstawicieli władzy i obywateli
- prowadzona zgodnie z zasadami reprezentatywności, niezależności, wczesnego zaangażowania, transparentności
- zakładają informację zwrotną
- polega na angażowaniu obywateli we wspólne podejmowanie decyzji
- używa technik angażowania bezpośredniego i pośredniego

Przykład badania



Przykład partycypacji

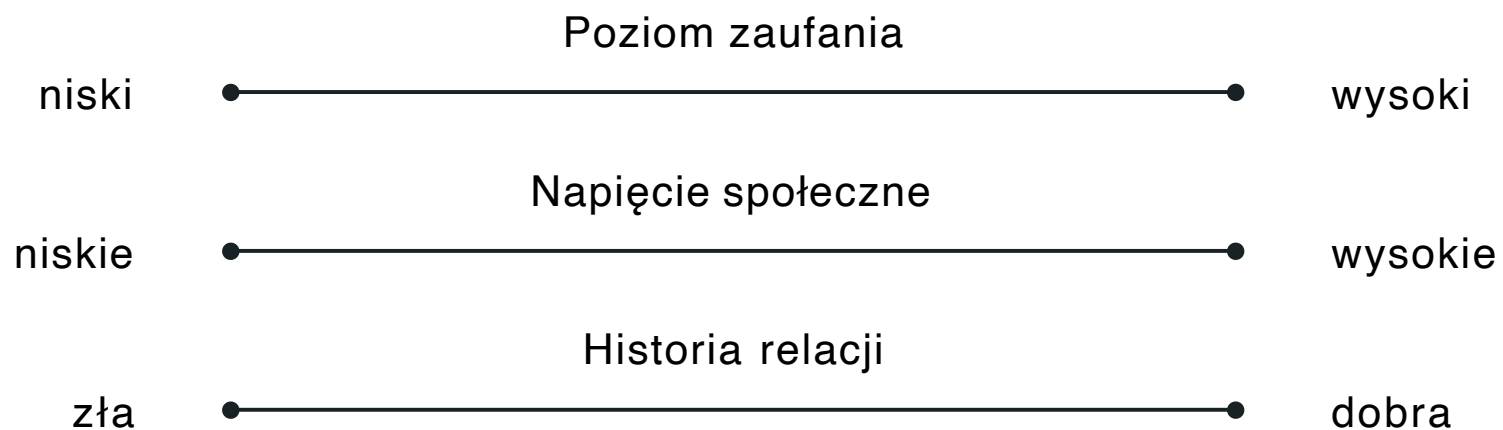
Jakiej zieleni
potrzebujesz?
5 - 15 stycznia 2018

Projektanci przygotowują
koncepcję

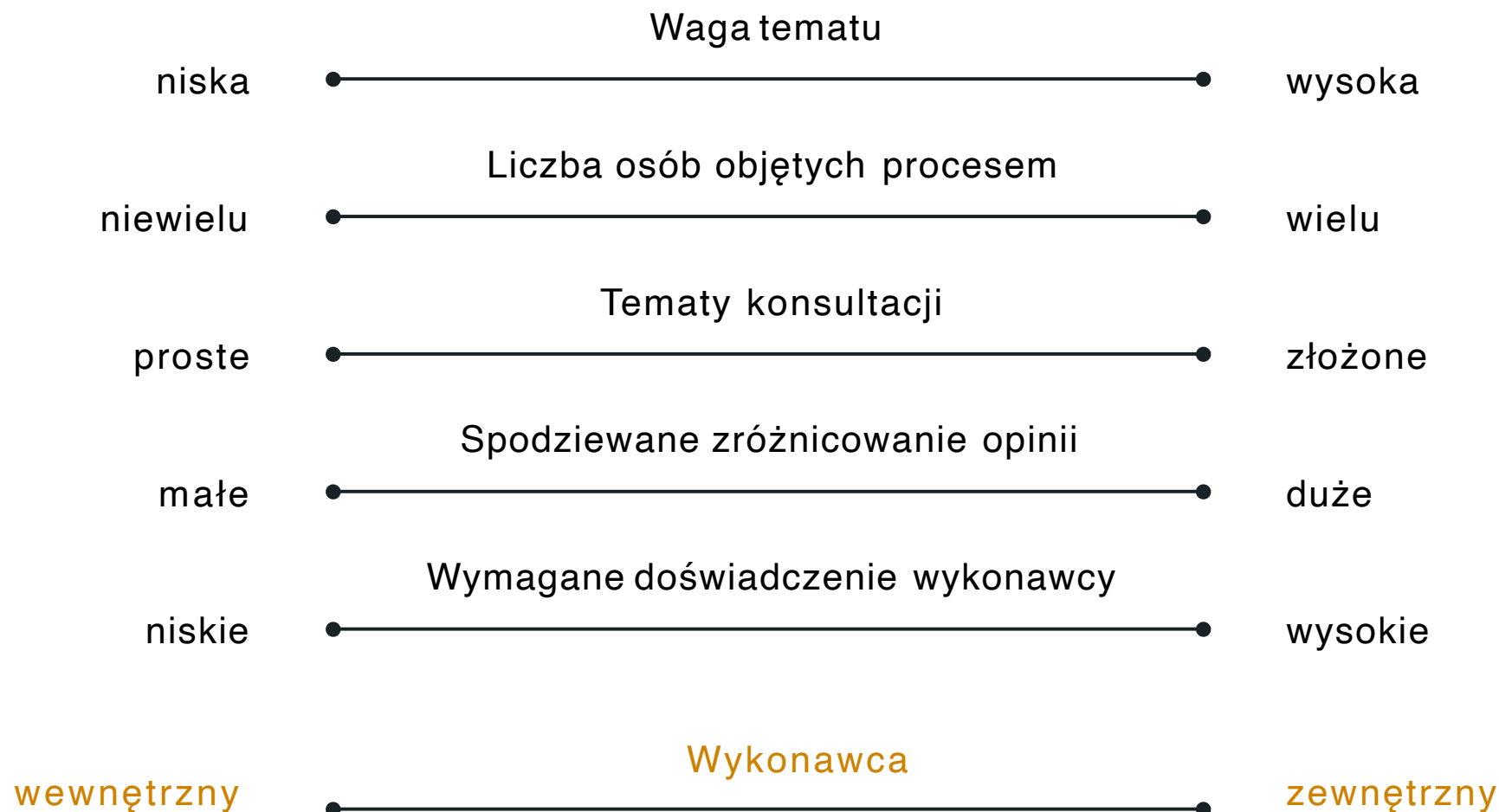
Co sądzisz
o koncepcji?
23 marca - 5 kwietnia



Ocena kontekstu



Ocena sytuacji



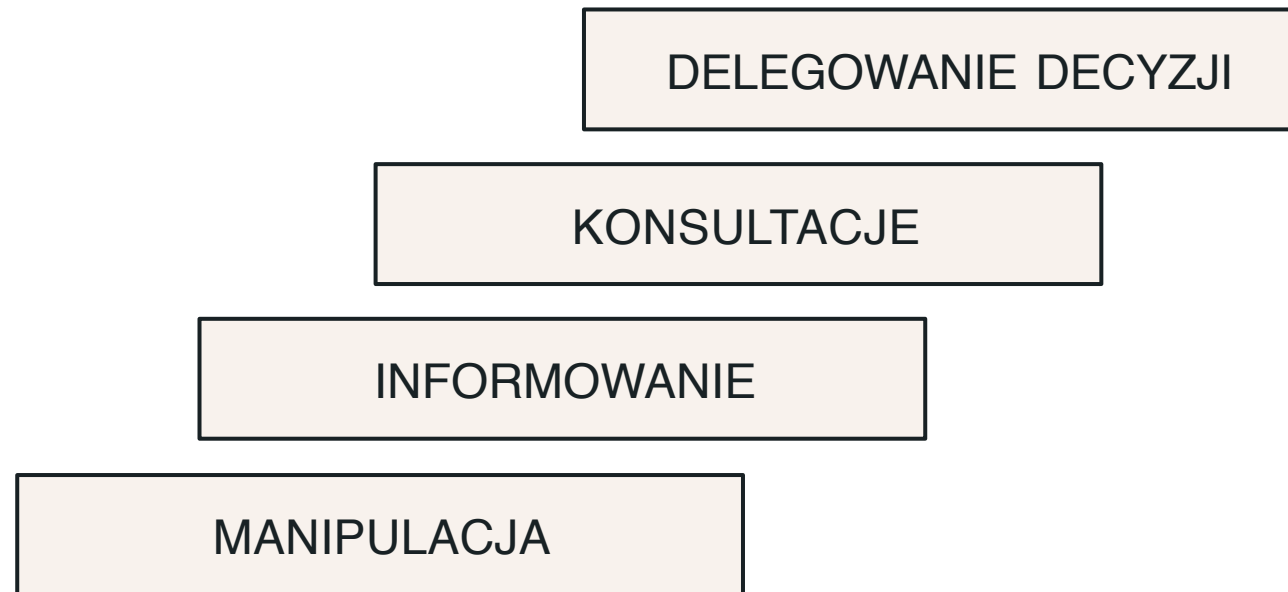


thinktankmiasto.pl

Wstęp do partycypacji

sesjawarsztatowa 1

Drabina partycypacji



MANIPULACJA

1. upewnić się, że informacje zostały właściwie zrozumiane

2. uzyskać akceptację dla proponowanego rozwiązania

3. przedstawiać sytuację w sposób zrozumiały i dostępny

4. odwracać uwagę od spornego tematu

5. wyciszać protesty i blokować ataki merytoryczne

6. udzielić wskazówek, gdzie można znaleźć dodatkowe informacje

7. zadbać o to, by niezależnie od tematu i postawy było miło

8. zebrać informacje zwrotne od mieszkańców

9. wzbudzać odpowiednie emocje

10. używać parafrazy, gdy przekazywane informacje są thiniketzarnozkmumiaiateo.pl

INFORMOWANIE

MANIPULACJA

wzbudzać odpowiednie
emocje

uzyskać akceptację dla
proponowanego
rozwiązania

wyciszać protesty i
blokować ataki
merytoryczne

odwracać uwagę od
spornego tematu

zadbać o to, by niezależnie
od tematu i postawy było
miło

INFORMOWANIE

zebrać informacje zwrotne
od mieszkańców

używać parafrazy, gdy
przekazywane informacje
są niezrozumiałe

przedstawić sytuację w
sposób zrozumiały i
dostępny

udzielić wskazówek, gdzie
można znaleźć dodatkowe
informacje

upewnić się, że informacje
zostały właściwie
zrozumiane

10/10 pkt.

KONSULTACJE

1. facylitować przepływ wiedzy między mieszkańcami i ekspertami

2. wysłuchać, zebrać opinie mieszkańców

3. ustalić z uczestnikami transparentne procedury uczestniczenia

4. przygotować metody pracy wspomagające podejmowanie decyzji

5. zadbać o to, by każda opinia została wysłuchana

6. wspomagać mieszkańców w analizie konsekwencji decyzji

7. moderować dyskusję i wymianę poglądów

8. wprowadzić techniki prowadzące do jednoznacznego rozwiązania

9. zachęcać do aktywnego udziału w spotkaniu

10. dokumentować zebrane głosy w sposób hpienłkntya in bkmezisatsrtoon.pnyl

DELEGOWANIE DECYZJI

KONSULTACJE

moderować dyskusję i
wymianę poglądów

wysłuchać, zebrać opinie
mieszkańców

zachęcać do aktywnego
udziału w spotkaniu

facylitować przepływ
wiedzy między
mieszkańcami i ekspertami

dokumentować zebrane
głosy w sposób pełny i
bezzstronny

DELEGOWANIE DECYZJI

wspomagać mieszkańców
w analizie konsekwencji
decyzji

przygotować metody pracy
wspomagające
podejmowanie decyzji

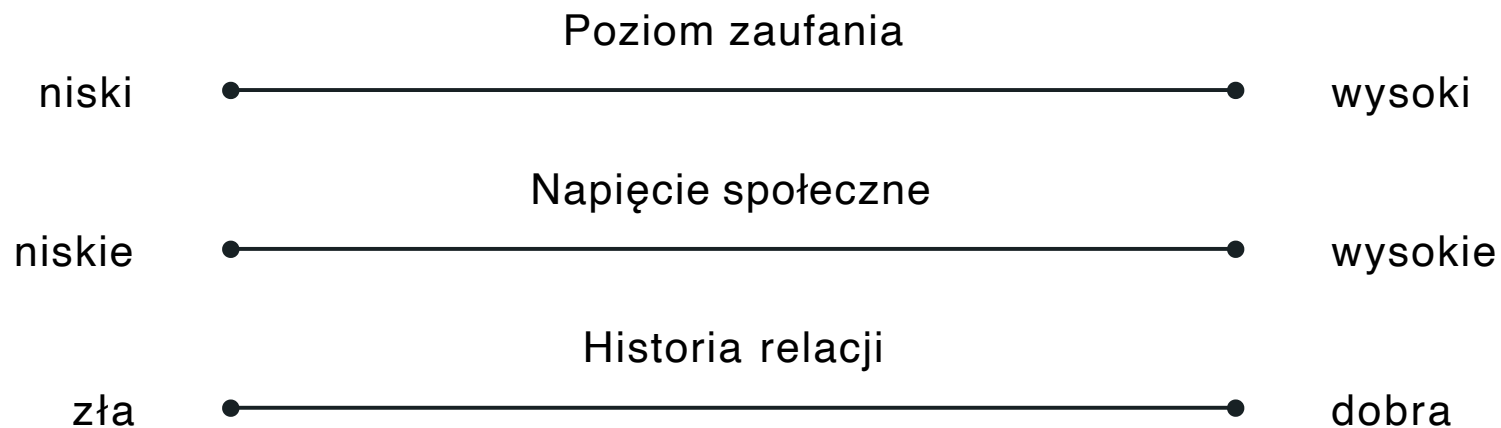
ustalić z uczestnikami
transparentne procedury
uczestniczenia

zadbać o to, by każda
opinia została wysłuchana

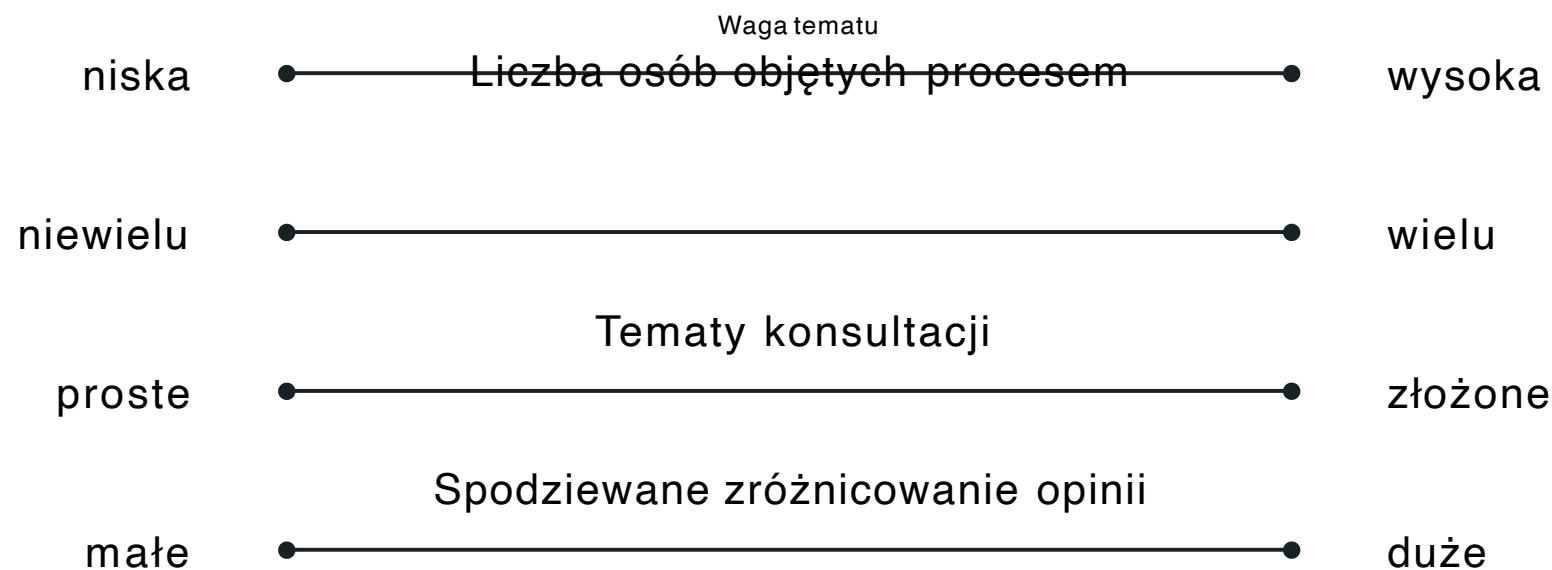
wprowadzić techniki
prowadzące do
jednoznacznego
rozwiązania

10/10 pkt.

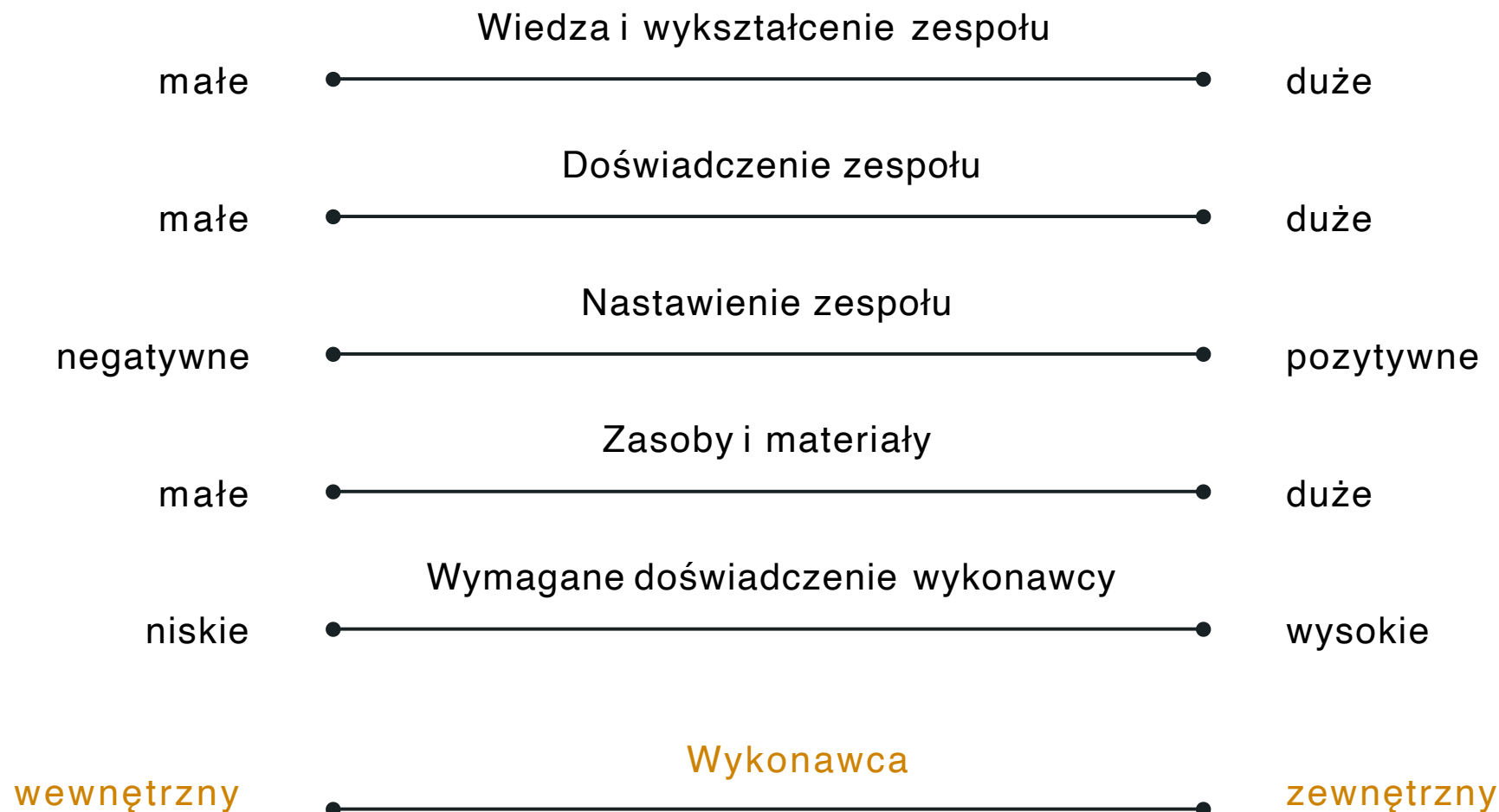
Ocena Twojego kontekstu



Ocena Twojej sytuacji



Ocena Twoich zasobów

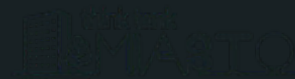


thinktankmiasto.pl

Pytania i odpowiedzi

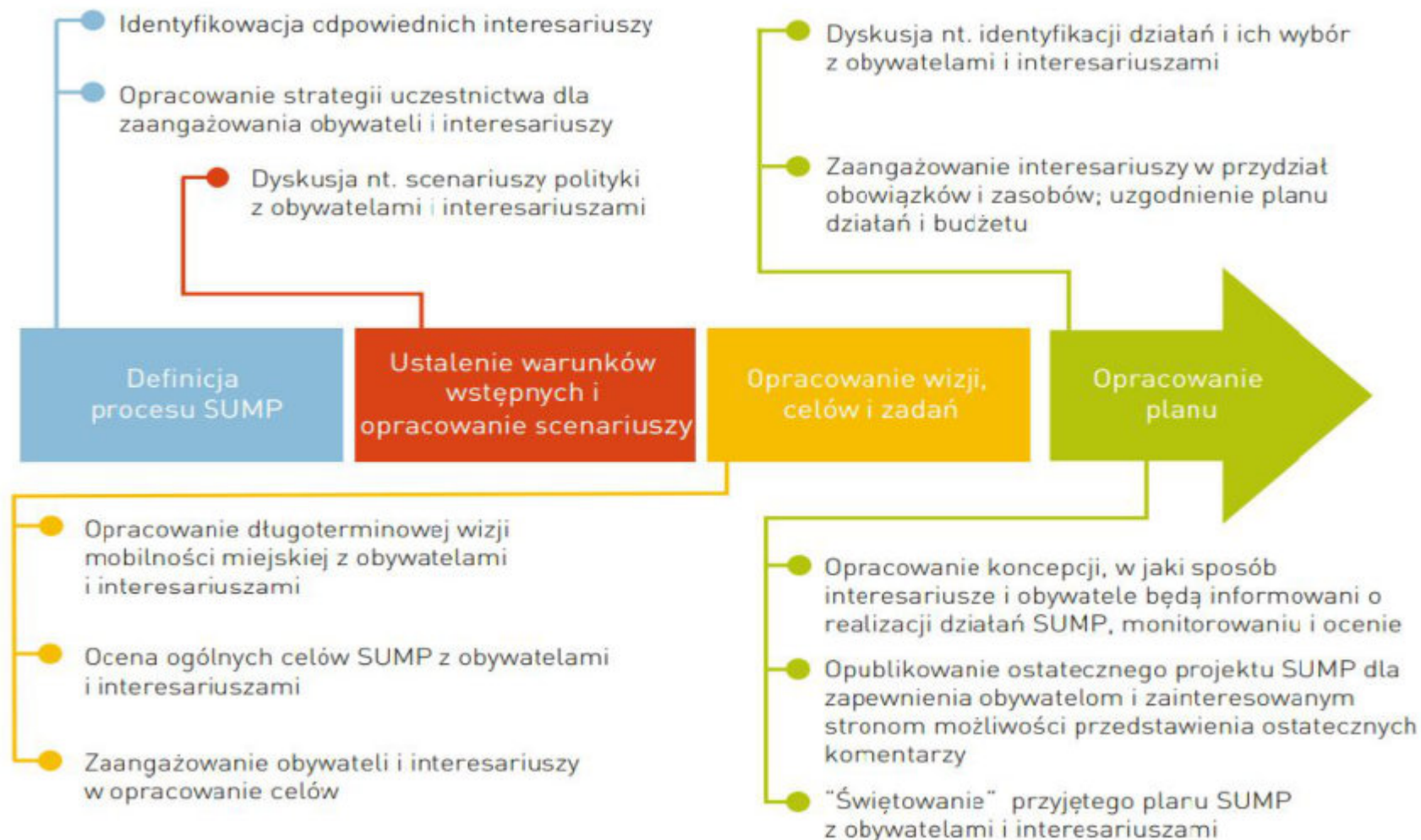


thinktankmiasto.pl



2

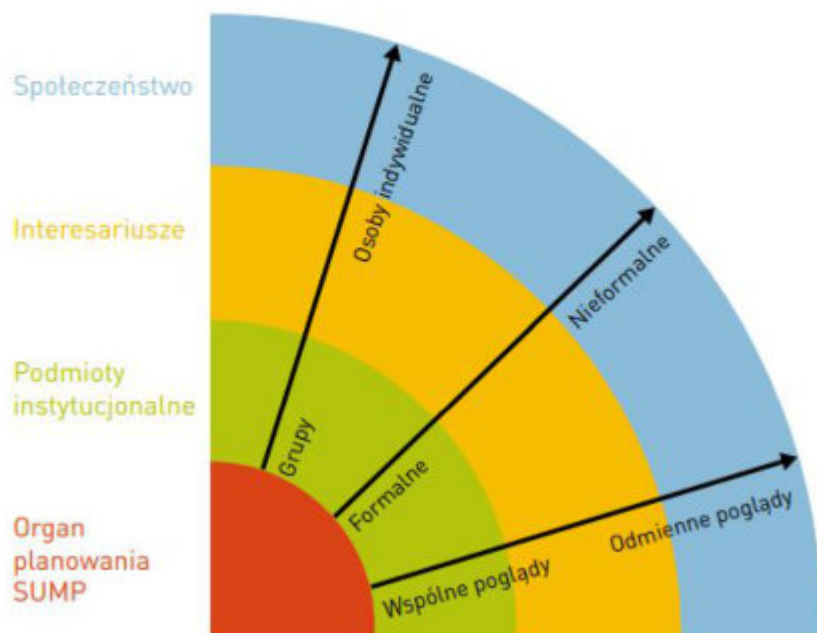
Partycypacja a SUMP



Interesariusze a obywatele

Rysunek 4: Grupy uczestników w rozwoju SUMP

Źródło: Rupprecht Consult, 2016



Interesariusze zazwyczaj reprezentują stanowiska zorganizowanej grupy i mają wspólny interes, mieszkańcy i poszczególni obywatele nie są zrzeszeni w procesie angażowania (Kahane i wsp., 2013)

Interesariusze

Interesariuszem może być grupa lub organizacja, której dotyczy proponowany plan lub projekt, lub która może wpływać na projekt i jego realizację (Rupprecht Consult, 2014).

Interesariusze



Wybierz metody angażowania



Paradoks uczestnictwa

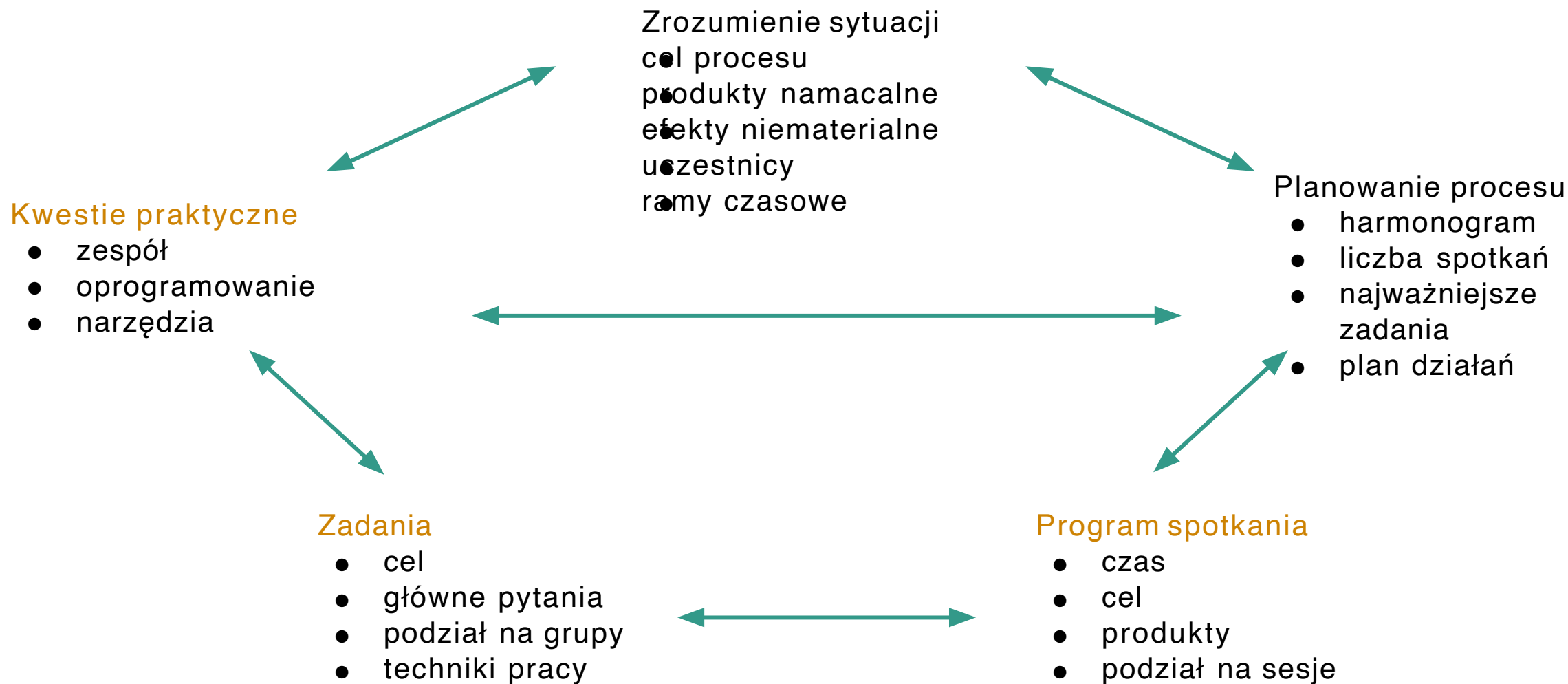
- na wczesnych etapach planowania, gdy procesy są nadal otwarte i elastyczne, zainteresowanie obywateli jest niewielkie (zob. np. Lindenau & Böhler-Baedeker, 2015)
- gdy procesy planowania i propozycje stają się bardziej konkretne, a jednocześnie mniej elastyczne, zainteresowanie obywateli wzrasta, bo sprawa dotyczy ich bezpośrednio,
- wyzwaniem jest wybór różnych metod udziału społecznego i narzędzi dla różnych etapów planowania w celu zwiększenia wczesnego, aktywnego uczestnictwa

Ramka 10: Potencjalnie trudno dostępne grupy w rozwoju SUMP

Grupy trudne w zaangażowaniu przy opracowywaniu SUMP mogą obejmować:

- Dzieci i młodzież
- Osoby w podeszłym wieku, zwłaszcza pojedyncze osoby starsze
- Samotni rodzice
- Mniejszości etniczne
- Mniejszości językowe
- Osoby niepełnosprawne
- Osoby z konkretnymi problemami zdrowotnymi
- Osoby z niskim poziomem umiejętności czytania i pisania
- Wspólnoty religijne
- Osoby o niskich dochodach

Planowanie procesu



Kluczowe pytania w planowaniu działań

- ★ cel

(Po co to robimy? Jak to wpłynie na strategię?)

- ★ uczestnicy

(Kto powinien uczestniczyć? Jak do nich dotrzeć?)

- ★ produkty

(Co z nimi chcemy wypracować? Jakie produkty i jak ich użyjemy?)

- ★ działania

(W jaki sposób ich zaangażujemy? Jakie narzędzia i metody wykorzystamy?)

- ★ czas

(Kiedy działania powinniśmy wykonać? Kiedy nie powinniśmy angażować?)

Efekt niematerialny a produkty procesu

Jakie mają być namacalne produkty?

- *np. sprawozdanie z zebranymi głosami, lista priorytetów, lista uwag do koncepcji, wypełnione formularze, szkice rozwiązań*

Jakie mają być niematerialne efekty spotkania?

- *np. poprawa relacji, redukcja napięcia, nawiązanie współpracy, trafniejsza decyzja*

Katalog technik



International Association of Facilitators
Methods database
www.iaf-world.org



PLANNING

PLANOWANIE



SOLVING PROBLEMS

ROZWIĄZYWANIE
PROBLEMÓW



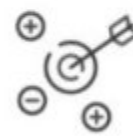
MANAGING
DIFFICULTIES

TRUDNE
SYTUACJE



WARM-UPS

ROZGRZEWKI



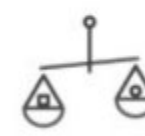
MAKING DECISIONS

PODEJMOWANIE
DECYZJI



GENERATING IDEAS

NOWE
POMYSŁY



UNDERSTANDING
ISSUES

POGŁĘBIONE
ZROZUMIENIE

<https://www.sessionlab.com/library/iafmethods?fbclid=IwAR1PTe3HRE8Pq1TDXhZ0KSE7tWzaCboMU5zu6HuhSukYOSBQRakUcMUI4Go>

<https://generatorpomyslow.pl/blog/jak-przeprowadzic-dyskusje-w-rozgadany-zespole-techniki-moderacji/>

<http://www.konsultacje.bytom.pl/baza-wiedzy/plik/4/podrecznik.pdf>

Potrzeby psychologiczne - PAKS

P przynależność - *MY razem coś robimy*

A akceptacja dla osoby - *JA jestem OK, ludzie tutaj są OK*

K kontrola - *WIEM co się dzieje i co się wydarzy*

S sprawczość - *TO JEST MOJE, jestem współautorem tego co dzieje*

Trójkąt satysfakcji

SATYSFAKCJA
PSYCHOLOGICZNA



SATYSFAKCJA
PROCEDURALNA

SATYSFAKCJA
MERYTORYCZNA

2

Ćwiczenie praktyczne z planowania

- ★ cel
- ★ uczestnicy
- ★ produkty
- ★ działania
- ★ czas

Definicja procesu SUMP (ćwiczenie w grupie)

1. POCO SIĘ ANGAŻUJEMY?

- by mieć partnerstwo z okolicznymi samorządami
- wskazać po raz pierwszy mieszkańcom co my widzimy jako problem i zaproszenie do dyskusji
- pierwsze rozpoznanie oczekiwań i nadziei
- by poznać problemy / wyzwania lokalnej społeczności.

1. KOGO ANGAŻUJEMY?

- Znalezienie firm które chcą wejść z nami w pracę nad SUMP
- Różne jednostki miejskie (planowanie przestrzenne, ochrona środowiska)
- Interesariusze i osoby, które pomogą nam skompletować listę pozostałych interesariuszy
- Partnerstwo z okolicznymi samorządami w obszarze funkcjonalnym
- Głównie interesariusze, w mniejszym stopniu obywatele



Definicja procesu SUMP (ćwiczenie w grupie)

3. Jakimi mają być namacalne produkty?

- mapa/lista interesariuszy i grup obywateli
- wspólny dla kilku gmin, nazwany taki sam problem np. ten sam główny cel podróży w gminach w okolicy dużego miasta
- podpisane umowy przedwstępne z potencjalnymi interesariuszami (przewoźnikami) bądź wstępne porozumienie z nimi
- mapa konfliktu interesów pomiędzy JST - np. o podatników. Odróżnienie ich od innych konfliktów (np. politycznych).
- diagnoza sytuacji finansowej poszczególnych jednostek.
- opis warunków brzegowych

4. Jakimi mają być niematerialne efekty spotkania?

- przekonanie władz danego obszaru, że SUMP jest istotny i kreuje pomocne rozwiązania
- porozumienie z okolicznymi JST, że SUMP jest nam potrzebny i chcemy współpracować
- przezwyciężenie konfliktów politycznych



Ustalenie warunków wstępnych i opracowanie scenariuszy (ćwiczenie w grupie)

1. Po co się angażujemy?
 - ustalenie warunków wstępnych
 - określenie zakresu niepewności
 - stworzenie jasnej, długoterminowej wizji
1. Kogo angażujemy?
 - zaangażowanie panelu eksperckiego w celu określenia realnych scenariuszy
1. Jakie mają być namacalne produkty?
 - opis głównych kierunków rozwoju (np. segmentu transportowego do rozwoju)
 - plan konsultacji - opis, jak ma być prowadzony proces konsultacji (plan konsultacji) i jak chcemy pracować z poszczególnymi grupami
 - partycypacyjnie tworzone scenariusze, listy priorytetów, listy pytań do konkretnych grup
 - zdefiniowanie rzeczy nienaruszalnych (np. ograniczenia budżetowe) albo uwarunkowań strategicznych które nie będą podlegały zmianom
1. Jakie mają być niematerialne efekty spotkania?
 - przewidywalność procesu, wytyczenie głównych kierunków



Opracowanie wizji celów i zadań SUMP

(ćwiczenie w grupie)

1. Po co się angażujemy?
 - Zapoznanie się z szerokim spektrum propozycji w celu późniejszego opracowania eksperckiego
 - Określenie co jest realistyczne, czy mamy możliwość taką wizję/cel zrealizować
1. Kogo angażujemy?
 - Fachowców, ekspertów
 - Specjalistów ds. partycypacji, umiejących rozmawiać o złożonych problemach
 - Lokalne samorządy, zarządy, instytucje
1. Jakie mają być namacalne produkty?
 - Opis wizji, lista celów, zweryfikowana pod kątem realistyczności, ustalenie wskaźników sukcesu
 - Lista barier i rozwiązań wspomagających realizację celu
 - Eksperckie prognozy skutków proponowanych celów
 - Weryfikacja celów w kontekście lokalnej wiedzy mieszkańców
 - Wskazanie głównego modelu rozwoju, lista priorytetów
1. Jakie mają być niematerialne efekty spotkania?
 - Przedstawienie złożonych konceptów w prosty, zrozumiały sposób



Opracowanie planu

1. Po co się angażujemy?

- przedstawienie obywatelom działań i zebranie informacji zwrotnej, uzupełnienie działań
- poinformowanie o ustaleniach planu, działaniach realizowanych w ramach SUMP, podziale zadań i zasobów
- opublikowanie projektu i zebranie komentarzy
- wspólne świętowanie sukcesu SUMP

1. Kogo angażujemy?

- grupy docelowe zidentyfikowane i zdefiniowane w ostatecznym planie SUMP

1. Jakie mają być namacalne produkty?

- materiały informacyjne dotyczące projektu SUMP
- lista działań i propozycje uzupełnień
- przystępnie przygotowana lista komentarzy do projektu SUMP

1. Jakie mają być niematerialne efekty spotkania?

- zrozumienie i poparcie interesariuszy i obywateli dla rozwiązań SUMP



²thinktankmiasto.pl

Pytania i odpowiedzi

Dziękujemy
za dzisiejsze spotkanie





Skuteczna partycypacja społeczna w planowaniu mobilności miejskiej

Joanna Stefańska

Anna Wieczorek

ThinkTankMiasto.pl

16 grudnia 2020 r.

Wykład 3thinktankmiasto.pl

Prowadzenie procesu konsultacji

Jak prowadzić działania partycypacyjne?



Jak prowadzić proces konsultacji

Informowanie

Ciągłe zaangażowanie wybranych interesariuszy i obywateli

Konsultacje lub współpraca specyficzne dla fazy

Konsultacje lub współpraca specyficzne dla fazy

Konsultacje lub współpraca specyficzne dla fazy

Konsultacje lub współpraca specyficzne dla fazy

Informowanie

O co zadbać?

- ❖ wybierz kilka narzędzi dopasowanych do Twojej strategii
- ❖ w tym narzędzia odpowiednie dla wszystkich etapów rozwoju SUMP
- ❖ stwórz rozpoznawalną markę SUMP
- ❖ ustal “kamienie milowe” strategii informowania
- ❖ korzystaj z “ambasadorów zmiany”
- ❖ “storytelling”
- ❖ monitoruj co zostało zrozumiane (badanie)

Możliwe formaty

- punkty informacyjne w przestrzeni publicznej
- Centrum Informacji SUMP
- biuletyn, mailingi
- media społecznościowe
- spotkania informacyjne
- konferencje prasowe
- audycje (radio, telewizja)
- infolinie telefoniczne

Główne wyzwania

- zarządzanie treściami
- prosty język
- zarządzanie różnymi kanałami informacji
- dobór treści i kanałów do grup docelowych
- zbieranie informacji zwrotnej

Jak to modyfikować w trakcie pandemii?

- moderuj media społecznościowe (fun factor)
- bądź widoczny/a w przestrzeni publicznej
- uważnie czytaj informacje zwrotne
- transmituj wydarzenia online (np. konferencje prasowe)
- dedykowana infolinia

Ciągłe zaangażowanie wybranych interesariuszy i obywateli

O co zadbać?

- ❖ narzędzie nadaje się do zaangażowania obywateli /interesariuszy/obu grup
- ❖ narzędzie jest odpowiednie dla wszystkich etapów rozwoju SUMP
- ❖ narzędzie pasuje do oczekiwanych wyników/produktów
- ❖ czas wymagany do użycia danego narzędzia w sposób efektywny (np, jeden dzień, tygodnie, miesiące, lata)
- ❖ liczba uczestników jest odpowiednia (np. do 25, 50 i więcej osób)

Możliwe formaty

- okrągły stół interesariuszy
- jury obywatelskie, komitet doradczy
- seria warsztatów z udziałem obywateli i/lub interesariuszy
- seria grup fokusowych
- forum internetowe

Główne wyzwania

- właściwa rekrutacja
- podtrzymać zaangażowanie
- wyrównać poziom wiedzy
- dobry moderador
- informacje i tematy spotkań
- właściwie moderować prace
- powrót z informacją zwrotną

Jak to modyfikować w trakcie pandemii?

- narzędzia online do stałej komunikacji w zespole
- spotkania online moderowane (częściej, krócej)
- budowanie relacji pomiędzy sesjami (newsletter)

Konsultacje specyficzne dla fazy

O co zadbać?

- ❖ narzędzia pozwalające sprawnie zbierać głosy w danej fazie SUMP
- ❖ procedury dokumentacji i udostępniania społeczeństwu zebranych głosów i opinii
- ❖ jasne zasady odpowiadania na zebrane głosy
- ❖ różne kanały zgłaszania opinii i komentarzy dostępne “psychologicznie i technologicznie” dla grup docelowych

Możliwe formaty

- otwarte spotkania
- działania animacyjno-konsultacyjne
- wydarzenia tematyczne
- spotkania z grupami docelowymi/ z interesariuszami
- działania w przestrzeni miejskiej
- wspólne mapowanie zachowań

Główne wyzwania

- moderacja zorientowana na cel
- właściwe sprawozdawanie głosów
- radzenie sobie z różnymi opiniami
- informacja zwrotna do uczestników konsultacji
- domykanie działań

Jak to modyfikować w trakcie pandemii?

- narzędzia online do pracy z dużymi grupami
- wsparcie techniczne nagrań i transmisji
- różne metody/stopnie angażowania
- przejrzysta struktura strony raportującej proces

Współpraca specyficzna dla fazy

O co zadbać?

- ❖ cel, produkt i technika pracy powinny odpowiadać celom tej fazy
- ❖ wiedza i materiały konieczne do wspólnej pracy
- ❖ różne formaty współpracy dla różnych grup docelowych (zależnie od ich poziomu zaangażowania i możliwości)
- ❖ zasoby (czas, ludzie, materiały) potrzebne do realizacji współpracy

Możliwe formaty

- spotkanie nt. poszukiwania przyszłych rozwiązań
- techniczna grupa robocza
- event nt. opracowywania wizji
- warsztaty scenariuszowe
- generator rozwiązań
- testowanie rozwiązań prototypowych

Główne wyzwania

- uzyskanie produktów dobrej jakości
- wybór technik i moderowanie interakcji
- budowanie relacji partnerskiej

Jak to modyfikować w trakcie pandemii?

- narzędzia online do stałej komunikacji w zespole
 - spotkania online moderowane (częściej, krócej)
 - budowanie relacji pomiędzy sesjami (newsletter)
 - wykorzystanie interaktywnych technik pracy online
- thinktankmiasto.pl



PRZYKŁAD LOKALNY

Budapeszt: Zastosowanie metody podejścia mieszane dla udziału społecznego

Zespół planujący w Budapeszcie wybrał mieszane metody angażowania, by zebrać opinie na temat projektu SUMP od szerokiego wachlarza interesariuszy i obywateli. Obejmowało to:

- stronę internetową dedykowaną SUMP (prezentującą sam SUMP oraz informacje z nim związane),
- kwestionariusz online badający znaczenie celów SUMP,
- możliwość zgłaszania uwag pisemnych (online, za pośrednictwem poczty elektronicznej i listów),
- serię forów dla interesariuszy,
- zaproszenie zagranicznych partnerów i ekspertów do recenzowania projektu SUMP.

Metody angażowania wykorzystane podczas procesu SUMP stanowiły punkt zwrotny w praktykach planistycznych Budapesztu, w kierunku szerokiego i efektywnego udziału społecznego. Planuje się wykorzystanie tych metod w przyszłych procesach partycypacyjnych.



Spotkanie interesariuszy w Budapeszcie
Źródło: BKK Centre for Budapest Transport

Różne formy zaangażowania



Partycypacja online

Role uczestników:

- zapoznanie się z informacjami - ogólnymi i szczegółowymi
- dzielenie się lokalną wiedzą, danymi, faktami
- zaangażowanie jako bezpośredni współpracownicy
- krytyczna recenzja
- tworzenie kreatywnych pomysłów

Formy pracy online

- interaktywna strona internetowa z opcją dialogu online
- interaktywne forum dyskusyjne
- komentowanie tekstów online (np. projektu SUMP)
- crowd-mapping (np. analiza mobilności)
- głosowanie (np. nad priorytetami, scenariuszami, pakietami działań)
- konkursy (np. na opracowanie najlepszego rozwiązania w zakresie mobilności)
- ankiety online
- spotkania online na żywo
- aktywność w mediach społecznościowych

3 warsztat thinktankmiasto.pl

Partycypacja w czasie pandemii

Zapiszcie Wasze problemy i pytania dotyczące prowadzenia procesów partycypacyjnych w czasie pandemii w formie krótkich zdań na Jamboard.

Q & A thinktankmiasto.pl

Wasze problemy i pytania dotyczące prowadzenia procesów partycypacyjnych w czasie pandemii

Jak zacząć o czasie?

Jak zachować się w stosunku tych którzy próbują zdominować dyskusję i narzucić innym swoje zdanie?

Różny poziom kompetencji uczestników, też technologicznych

"Nie uczestniczymy w pełni"

Jak zachować się względem tych, którzy się logują i nigdy nie zabierają głosu? Nawet proszeni i kiedy wskazuje im się czata :)

Nie widzimy, jak ktoś poszedł do toalety albo zajmuje się czymś innym ;-)

Jaka pora dnia powinna być odpowiednia do przeprowadzenia procesu partycypacji społecznej?

Motywacja prowadzącego

Brak widzialnej mowy ciała

Różna chęć publikacji twarzy - na spotkaniach "w realu" wszyscy widzą wszystkich, są równe i znane wcześniej warunki; online jest wątek: ja tak, a on/a nie

część uczestników jest rozproszona przez inne aktywności, które wykonują jednocześnie

Część ludzi czuje się obco wirtualu. Boją się, że głupio wyglądają w kamerze. Panie nie lubią kamery, która pokazuje szczegóły urody :)

Ludzie mają DOŚĆ działań robionych przez internet

Słabe łącze, problemy na łączach, brak połączenia

Domownicy obok, kultura online

Bardzo długi początek

Trudności "techniczne" szeroko rozumiane

**Jak
uwzględnić
głos/zdanie
osób nie
posiadających
komputera ?**

**Jak zachęcić
do aktywnego
uczestniczenia
w
konsultacjach
?**

**Czy udział w
bardziej
wyczerpujących
warsztatach
powinien być jakoś
wynagrodzony?**

**Jak poradzić sobie z
dużą ilością
potencjalnych
uczestników
konsultacji online ?**

**Czego nie
powinno robić
się na
konsultacjach
online ?**

**Jak
zaktywizować
osoby starsze?**

**Jak zachęcić
mieszkańców do
udziału w
konsultacjach?**

**Z jakim
wyprzedzeniem
powinniśmy
informować
mieszkańców o
konsultacjach?**

**Jaka powinna być
liczebność grup
warsztatowych
online?**

**Ile czasu powinny
trwać spotkania
online? Czy
przewidywać
przerwy?**

Partycypacja online - zadbaj o zaplecze techniczne

Jakiego oprogramowania użyjemy?

Czy spotkanie będzie transmitowane? Jeśli tak, to kto może je obejrzeć?

Kto nam jest potrzebny w zespole?

Co powinni wiedzieć i umieć członkowie zespołu?

Jakiego sprzętu potrzebujemy?

Czy sprzęt na pewno działa bez zakłóceń?

Jakie materiały będą nam potrzebne?

W jaki sposób prześlemy je uczestnikom?

Partycypacja online - specyfika

- mniej wiemy o uczestnikach
- mniejsze możliwości aktywizowania i budowania zaangażowania
- każde spotkanie wymaga moderatora procesu
- każde spotkanie wymaga wyboru narzędzi, określenia zasad uczestniczenia, wsparcia technicznego
- powinniśmy zrobić próby generalne dla całego zespołu (w tym ekspertów)
- w szczególny sposób trzeba przygotować materiały do działań
- należy moderować naszą obecność online



Podpowiedzi narzędzi do warsztatów online



Podpowiedzi narzędzi do komunikacji online



Microsoft Teams





thinktankmiasto.pl



4wykład 4thinktankmiasto.pl

Problemywprocesach partycypacyjnych

Urowadzenie procesu - po czym rozpoznać?

*uprowadzenie procesu - osoba lub
grupa przejmuje kontrolę nad
tematem lub sposobem
prowadzenia procesu bez zgody
organizatora/gospodarza*



Urowadzenie - jak przeciwdziaać

1. Ustal, kto będie uczestniczył w procesie, przemyśl czy ktoś jest potencjalnym “porywaczem”, porozmawiaj z nim wcześniej by podkreślić cel i zakres działań.
2. Zbierz wcześniej tematy, które zdaniem uczestników są najważniejsze do omówienia (np. w badaniu diagnostycznym) i uwzględnij je.
3. Przygotuj dobry harmonogram działań i trzymaj się go. W razie potrzeby odnoś się do harmonogramu, ucinaj poboczne wątki.
4. Przygotuj zasady, do których się odwołasz w razie potrzeby.
5. Używaj “parkingu” dla tematów, które są jakoś powiązane, ale nie ma na nie miejsca w programie.
6. Utrzymuj zaangażowanie w grupie.
7. Ustal, jakie ma być produkty działań i ucinaj aktywności, które do nich nie prowadzą.
8. Naucz się domykać tematy i dawać jasny sygnał, że przechodzimy do następnego działania.

Zarządzanie konfliktami

1. Wyłóż karty na stół. Bądź szczery co do stanu procesu planowania i prac przeprowadzonych do tej pory.
2. Bądź przejrzysty co do tego, jak będą podejmowane decyzje
3. Nie unikaj wybranych interesariuszy lub obywateli, ponieważ są „trudni“.
4. Zaangażuj neutralnego moderatora
5. Ustal podstawowe zasady udziału w działaniach partycypacyjnych
6. Nie odkładaj żadnego konfliktu na bok, nawet niewielkiego

Trudna rekrutacja

1. Zidentyfikuj bariery, które uniemożliwiły udział
2. Ukierunkuj komunikaty w oparciu o specyficzne potrzeby
3. Zapewnij wystarczającą ilość podstawowych informacji, załóż, że nie wszyscy znają temat
4. Zadbaj o dostępność informacji
 - prosty język
 - grafiki
 - dostępność w różnych formatach
5. Zapewnij sobie wsparcie lokalnych organizacji i kluczowych aktorów
6. Zadbaj o dostępność wydarzeń (dostępność fizyczna, oświetlenie, godziny)
7. Zapewnij wsparcie finansowe i organizacyjne tym, którzy nie mają środków (np. opieka nad dzieckiem)

Jak oceniać wykonawcę?

Prawidłowość

- zapewnienie dostępności
- definicja zadania
- kolejność działań
- efektywność finansowa
- prawidłowe wykonanie
- satysfakcja interesariuszy

Ramka 9: Wskazówki dotyczące wyboru dobrego moderatora

Moderator powinien posiadać znajomość procesów planowania, ale niekoniecznie musi mieć wiedzę merytoryczną w danym temacie. Cechy dobrego moderatora to m.in.:

- Wiarygodność
- Obiektywizm i opanowanie
- Cierpliwość i takt
- Zdolność adaptacji i wytrwałość
- Inteligencja emocjonalna i empatia
- Umiejętność aktywnego słuchania
- Umiejętności dialogu i negocjacji
- Umiejętności zadawania pytań, udzielania wyjaśnień i dokonywania podsumowań

Brief dla wykonawcy

Kontekst:

- gdzie jesteśmy w procesie (który etap SUMP, jakie są cele partycypacji na tym etapie)
- historia relacji międzyludzkich, historia projektu, dotychczasowe spotkania, konflikty, punkty zapalne
- historia tematu (poprzednie projekty dotyczące mobilności, ich przebieg, wyniki, odbiór społeczny)
- warunki brzegowe (co możemy/czego nie możemy realizować, o co pytamy, a o co nie)

Proces:

- w jakim kierunku chcemy iść, co osiągnąć (jakie produkty, jakie efekty niematerialne)
- kto bierze udział w procesie (biura, eksperci, osoby), na jakich zasadach
- co wiemy o interesariuszach/obywatelach
- identyfikacja szczególnie zainteresowanych/aktywnych/kłopotliwych obywateli lub interesariuszy
- spodziewane pytania, trudne tematy, zakres tematyczny pytań
- dostępne zasoby (np. sale na warsztaty, makiety, gadżety itp)
- strategia reagowania na media

4 warsztat thinktankmiasto.pl

Brief dla wykonawcy (ćwiczeń w grupach)

Kontekst:

- gdzie jesteśmy w procesie (który etap SUMP, jakie są cele partycypacji na tym etapie)
- historia relacji międzyludzkich, historia projektu, dotychczasowe spotkania, konflikty, punkty zapalne
- historia tematu (poprzednie projekty dotyczące mobilności, ich przebieg, wyniki, odbiór społeczny)
- warunki brzegowe (co możemy/czego nie możemy realizować, o co pytamy, a o co nie)

- polityka (dokumenty strategiczne)
- informacje o odpowiednich przepisach, celach strategicznych, uwarunkowania techniczne, inne decyzje które zostały podjęte
- gdzie jesteśmy w procesie, sukcesy/porażki, stan “na dziś”
- konflikty, emocje
- z kim będzie pracował, trudni interesariusze → nasza specyfika, kogo już znamy, na kogo uważać i dlaczego
- wyzwania (cele+potencjalne problemy)
- rozpoczęte inwestycje, warunki przestrzenne, “co jest nie do ruszenia”, wybrane tematy otwarte
- poprzednie procesy dot. kwestii transportowych, decyzje podjęte przez poprzednie ekipy rządzące, szczególnie jeśli nie są zgodne z bieżącą polityką
- kompetencje (organizatora, zespołu) i możliwości wpływu
- dotychczasowa partycypacja
- lokalny rynek medialny

Brief dla wykonawcy (ćwiczenie w grupach)

Proces:

- w jakim kierunku chcemy iść, co osiągnąć (jakie produkty, jakie efekty niematerialne)
 - kto bierze udział w procesie (biura, eksperci, osoby), na jakich zasadach
 - co wiemy o interesariuszach/obywatelach
 - identyfikacja szczególnie zainteresowanych/aktywnych/kłopotliwych obywateli lub interesariuszy
 - spodziewane pytania, trudne tematy, zakres tematyczny pytań
 - dostępne zasoby (np. sale na warsztaty, makiety, gadżety itp)
 - strategia reagowania na media
-
- lokalne fora, grupy wpływu “miękkiego”, jak chcemy z nimi pracować w tym procesie?
 - kto stoi “za wykonawcą” - jakie ma wsparcie, kto jest w zespole?
 - jakie metody/techniki nam się sprawdziły (np. dane dotyczące frekwencji)
 - kogo jakie grupy i jakie specyficzne miejsca ma objąć proces (kryteria wyboru)
 - ile mamy czasu/ ile mamy pieniędzy
 - cel: my określamy cel! weryfikacja czy jest on realistyczny (na tym etapie i czy przy tych zasobach)
 - wypracowane materiały
 - standardy materiałów
 - trudne tematy (złożone)
 - tematy pokrewne, interesujące dla obywateli ale niezwiązane z tematem projektu
 - oszacowanie stopnia zaangażowania
 - dane z diagnozy

Kiedy nie prowadzić partycypacji

- podjęto już wszystkie ważne decyzje
- ze względów technicznych lub prawnych nie ma możliwości uwzględnienia głosów uczestników
- nie mamy rozpoznanych kluczowych warunków brzegowych
- nie mamy budżetu na proces partycypacyjny
- nie wiemy jak podejść do tematu (za mało czasu, za mało wiedzy)
- wiemy, że ktoś nam uprowadzi proces, żeby się zaprezentować (komunikacja jednokierunkowa)
- nie ma ekspertów, nie możemy udzielić odpowiedzi na pytania, nie ma wsparcia merytorycznego, pytania zostaną w zawieszeniu
- mamy zbyt małą wiedzę i nie będziemy mogli zarządzać procesem
- mamy otwarty konflikt (mediacje zamiast partycypacji)

⁴thinktankmiasto.pl

Pytania i odpowiedzi

Dziękujemy
za dzisiejsze spotkanie

