



## Podsumowanie testowania mechanizmu i rekomendacje

## SPIS TREŚCI

O MECHANIZMIE WSPIERANIA POMYSŁOWOŚCI.....	3
TESTOWANIE MECHANIZMU .....	3
ELEMENTY MECHANIZMU .....	4
REKOMENDACJE UTRZYMANIA MECHANIZMU W DZIELNICY ŻOLIBORZ .....	10
IMPLEMENTACJA MECHANIZMU W INNYCH DZIELNICACH M.ST. WARSZAWY.....	15

## O mechanizmie wspierania pomysłowości

Pomysłowy Żoliborz to mechanizm wspierania pomysłowości i sieciowania mieszkańców oraz osób działających w dzielnicy. Główną ideą mechanizmu było zindywidualizowane wsparcie osób z pomysłami przez sąsiadów i sąsiadki, a także stworzenie klimatu sprzyjającego pomysłowości w otoczeniu przedsiębiorstw, instytucji i organizacji. Mechanizm był testowany na Żoliborzu między kwietniem a listopadem 2019 r.

Na przetestowane elementy mechanizmu składają się:

- 1) wsparcie mentorów oraz koordynatorki;
- 2) internetowa baza wiedzy (pomyslowyzoliborz.pl) na temat pomysłów i narzędzi wspomagających ich realizację z możliwością rozbudowy oraz nawiązywania kontaktów oraz zdobywania sojuszników (dodatkowo podczas testowania założony został profil mechanizmu na Facebooku),
- 3) miejsca ambasadorskie (Miejsca Przyjazne Pomysłowości),
- 4) wydarzenia ogólnodzielnicowe, takie jak spotkania informacyjne, szkolenie Promocja lokalnie, Festiwal Porażek,
- 5) Deklaracja Współpracy Lokalnej.

Doświadczenia pilotażu pokazują, że wszystkie powyższe elementy Pomysłowego Żoliborza, poza stroną internetową, warto przy pewnych modyfikacjach utrzymać w przyszłości.

## Testowanie mechanizmu

Mechanizm testowany był między kwietniem a listopadem 2019 roku. Od początku testowania prowadzona była intensywna promocja mechanizmu, której celem było dotarcie do wszystkich mieszkańców Żoliborza, także niedziałających wcześniej na rzecz dzielnicy. Opracowana została identyfikacja wizualna. Wyprodukowaliśmy 7100 ulotek informacyjnych, które rozdystrybuowane zostały w co najmniej 50 punktach regularnie odwiedzanych przez mieszkańców, takich jak Urząd Dzielnicy, Biblioteka Publiczna, żoliborskie MAL-e, DOSiR, liczne kawiarnie, restauracje, sklepy, kina, lokale organizacji pozarządowych. Wyprodukowaliśmy również dwie flagi, 60 naklejek i 1000 przypinek. Rozwiesiliśmy w sumie 830 plakatów (od formatu B1 do A4), które informowały o organizowanych wydarzeniach i możliwości uzyskania wsparcia przez pomyslowych mieszkańców. Powstała strona facebookowa Pomysłowy Żoliborz, obserwowana przez 555 osób o całkowitym zasięgu 54 117. Równocześnie z promocją prowadziliśmy rekrutację menterek i mentorów i organizowaliśmy spotkania informacyjne dla wszystkich mieszkanki i mieszkańców.

Ważną rolę w promocji mechanizmu odgrywały miejsca ambasadorskie. W założeniu miały to być punkty na mapie dzielnicy (instytucje publiczne, firmy, lokale ngo), gdzie można otrzymać informacje o narzędziach, które mieszkańcy mogą wykorzystać do realizacji pomysłów. Zrekrutowaliśmy szesnaście takich punktów. Były to MAL-e, klub osiedlowy, restauracje i kawiarnie. W praktyce testowania okazało się jednak, że o ile łatwo jest pozostawić tam materiały informacyjne, o tyle aktywne przekazywanie informacji przychodzącym jest tam utrudnione lub niemożliwe. Po pierwsze dlatego, że wymagałoby to dodatkowych nakładów czasu pracy zatrudnionych tam osób, na co trudno było im sobie pozwolić. Po drugie mieszkanki

i mieszkańcy nie są przyzwyczajeni do szukania informacji w tych punktach (z wyjątkiem MAL-i), podejmowanie więc trudu i nakładów byłoby w tym względzie nieuzasadnione.

Od początku testowania organizowaliśmy dyżury informacji pomysłowej. Za ich pomocą staraliśmy się dotrzeć do jak najszerszego i różnorodnego grona mieszkanki i mieszkańców dzielnicy z informacją o ofercie mechanizmu. Dyżury odbywały się w miejscach aktywności lokalnej, bibliotekach, kawiarniach i podczas wydarzeń plenerowych. Podczas 14 zorganizowanych dyżurów nawiązaliśmy kontakt z 72 osobami. W trakcie dyżurów rozdawaliśmy mieszkańcom materiały informacyjne. Zdarzało się, że na dyżury przychodziły osoby z pomysłami. Była to jednak mniejszość odbiorców. Zdecydowanie bardziej sprawdziły się dyżury w instytucjach niż w kawiarniach lub w trakcie wydarzeń plenerowych.

Osoby, które miały swoje pomysły, kierowaliśmy do siedmiorga mentorek i mentorów - mieszkańców dzielnicy z wiedzą i doświadczeniem w aktywności społecznej, którzy w ramach bezpłatnej wymiany sąsiedzkiej wspierali je w ich rozwoju. Przy wsparciu koordynatorki pomysłodawcy kontaktowali się z mentorami i wspólnie w ramach sesji jeden na jeden oraz kontaktów telefonicznych i konsultacji mailowych pracowali nad rozwojem pomysłów. W sumie w okresie od marca do listopada 2019 zebrano i wsparto na różne sposoby 25 pomysłów.

Przez cały okres pilotażu prowadzone było sieciowanie. Odbywały się spotkania na temat mechanizmu z mieszkańcami i mieszkankami w MAL-ach, Domu Seniora, środowiskowym domu samopomocy. Mechanizm i konkretne pomysły kilkakrotnie omawiane były przez partnerstwa lokalne. Między majem a listopadem 2019 organizowaliśmy warsztaty wokół tematyki współpracy w dzielnicy, w których uczestniczyli pomysłodawcy, lokalni aktywiści i aktywistki oraz przedstawiciele ngo. W wyniku tych prac powstała Deklaracja Współpracy Lokalnej. W odpowiedzi na zgłaszane potrzeby osób aktywnie działających w dzielnicy 10 października 2019 zorganizowane zostało szkolenie pt. „Promocja lokalnie” na temat różnych metod promowania własnych inicjatyw w sąsiedztwach. Uczestniczyło w nim 9 osób. 5 listopada 2019 zorganizowaliśmy Festiwal Porażek, podczas którego cztery osoby dzieliły się pomysłami, których realizacja przyniosła porażkę. Każdy z pomysłów poddany został pogłębionej refleksji i dyskusji w grupie. W Festiwalu uczestniczyło 37 osób.

## Elementy mechanizmu

### 1. Wsparcie mentorskie

Indywidualna praca nad pomysłami to centralny element testowanego mechanizmu. W pilotażu założono, że będzie się on opierał o wolontariat - sąsiedzi i sąsiadki z bogatym doświadczeniem realizacji projektów będą wspierać pomysłowość innych osób. Założono również, że rolą mentorki/mentora nie będzie aktywne włączenie się w realizowanie pomysłu, lecz słuchanie, doradztwo i dzielenie się doświadczeniem. Dodatkowo w trakcie testowania zatrudniona była koordynatorka, do której zadań należało docieranie do mieszkańców, zbieranie od nich informacji o ich pomysłach, opisywanie ich, przekazywanie mentorkom i mentorom i kontaktowanie ich z pomysłodawcami.

W sumie w okresie od marca do listopada 2019 zebrano i na różne sposoby wsparto 25 pomysłów. Czasem wystarczyło aktywne i uważne wysłuchanie pomysłodawców, innym razem skontaktowanie ich z odpowiednimi osobami, jeszcze inne wymagały głębszej i dłuższej współpracy z mentorem lub mentorką. Ostatecznie trzy pomysły zostały w pełni zrealizowane w trakcie pilotażu. Kolejne trzy w wyniku prac z mentorami przybrały formę projektów składanych do budżetu obywatelskiego

i dwóch konkursów grantowych. Dodatkowo jeden pomysł złożony został w formie wniosku do Miejskiego Centrum Kontakt.



Krótki czas testowania sprawił, że mentorzy praktycznie nie towarzyszyli pomysłodawcom we wdrażaniu trudnych pomysłów dotyczących ingerencji w infrastrukturę dzielnicy, które wymagały długiego czasu i dużych nakładów finansowych (na przykład zazielenienie torowiska, budowa dróg dla rowerów). Osoby z takimi pomysłami kierowane były przez koordynatorkę do lokalnych organizacji pozarządowych zajmujących się daną tematyką lub radnych z danych obszarów. Żaden z tych pomysłów do końca 2019 roku nie został wdrożony. Krótkotrwałe doświadczenie testowania nie pozwoliło na określenie, czy mechanizm sprawdziłby się w przypadku wspierania pomysłów tego rodzaju.

W obszarze wsparcia mentorskiego sprawdziły się:

- zaangażowanie oparte o wolontariat sąsiedzki (wszyscy mentorzy i mentorki wyrazili chęć kontynuacji wspierania pomysłów po zakończeniu testowania),
- indywidualna praca nad pomysłem mentor/ka-pomysłodawca/pomysłodawczyni,
- zatrudnienie koordynatorki-mentorki odpowiedzialnej za docieranie do osób z pomysłami, kontaktowanie ich z mentorami, a także mentorowanie pomysłów w sytuacji, gdy nikt z mentorów/ek nie dysponował czasem.

W mentoringu nie sprawdzilo się:

- założenie nieangażowania się mentorów/menterek we wdrażanie pomysłu - pomysłodawcy oczekiwali od mentorów m.in. inicjatywności, wsparcia w koordynacji działań czy wypożyczenia sprzętu (w przyszłości warto bardziej szczegółowo określać, w jakim zakresie w realizację pomysłu mentor/ka jest gotowa się włączyć);
- założenie, że pomysłodawcy będą samodzielnie kontaktować się z mentor/k/ami - czasem potrzebne były ruchy ze strony koordynatorki lub mentora (w przyszłości warto wspierać kontakt poprzez organizację wspólnego pierwszego spotkania mentor/ka-pomysłodawca-koordynatorka).

## 2. Strona internetowa

Jako część mechanizmu na platformie CONSUL utworzona została strona internetowa pomyslowyzoliborz.pl, którą w okresie testowania odwiedziły 1354 osoby, a 31 zalogowało się tam. W założeniu strona stanowić miała narzędzie do nawiązywania kontaktów i poszukiwania sojuszników. Podczas testowania okazało się jednak, że niewiele mieszkank i mieszkańców ją odwiedza i praktycznie nikt (pomimo licznych zachęt) nie chce się logować. W badaniu User Experience różne funkcjonalności strony oceniane były nisko, najwyżej ocenianą była funkcja informowania o wydarzeniach w dzielnicy.

W trakcie pilotażu część funkcji portalu (informowanie, budowanie widoczności, sieciwanie) przejęła strona na Facebooku, którą polubiło 531 osób, obserwowano 555 osób i uzyskała 1197 wyświetleń oraz całkowity zasięg 54 117. To na Facebooku publikowane były informacje o wydarzeniach, toczyły się dyskusje na temat zrealizowanych inicjatyw i poszukiwania wsparcia w realizacji pomysłów.

W narzędziu internetowym sprawdzilo się:

- zebranie w jednym miejscu informacji na temat pomysłów zrealizowanych w dzielnicy - opisy pomysłów wzbudzały zainteresowanie i dyskusje (głównie na Facebooku), prowadzenie aktywnego profilu facebookowego dedykowanego informowaniu o sprawach interesujących osoby aktywne z dzielnicy.

Nie sprawdzilo się:

- założenie, że powstanie nowa platforma komunikacji dla aktywnych mieszkańców w dzielnicy - większość osób korzystająca z mediów społecznościowych nie chce tworzyć profili w kolejnych, nowych serwisach; doświadczenia wykorzystania CONSULA w innych samorządach pokazują, że użytkownicy logują się tam w sytuacjach, gdy jest to obligatoryjne (wymaga tego złożenie wniosku do budżetu obywatelskiego), gdy gospodarzem jest administracja publiczna a platforma stanowi narzędzie partycypacji obywatelskiej (za jej pomocą prowadzone są sondaże, konsultacje społeczne etc.).
- tworzenie nowej platformy bez dedykowanego budżetu dla promocji i animacji ruchu na nowej stronie. Specjaliści User Experience rekomendują proporcje 20% nakładów na opracowanie nowego narzędzia internetowego i 80% nakładów na działania offline na rzecz uruchomienia uczestnictwa online.

### 3. Miejsca Przyjazne Pomysłowości

W założeniach mechanizmu w miejscach ambasadorskich gospodarze mieli wspierać mieszkańców, przekazując im informacje o Pomysłowym Żoliborzu, udostępniając publikacje na temat aktywności w Warszawie, goszcząc dyżury informacji pomysłowych czy fundując kupony upominkowe. W praktyce testowania powstało 16 takich miejsc, z których dwa stanowiły MAL-e, jedno to lokal prowadzony przez ngo, jedno to klub osiedlowy, a pozostałe to firmy prywatne w większości restauracje i kawiarnie. Przedsiębiorcy ufundowali łącznie 44 kupony nagradzające o wartości około 720 zł.

W idei miejsc ambasadorskich sprawdziły się:

- marka Miejsc Przyjaznych Pomysłowości, z czytelną, wyróżniającą się identyfikacją wizualną i eleganckimi naklejkami, które instytucje i przedsiębiorcy chętnie naklejali w witrynach,
- zaangażowanie przedsiębiorców w niewielkie inicjatywy - kolportaż materiałów informacyjnych, kupony nagradzające,
- działalność MAL - miejsca aktywności lokalnej w swoich założeniach wspierają pomysły mieszkanki i mieszkańców, to do nich przychodziło najwięcej osób z pomysłami na dyżury informacji pomysłowej.

W miejscach ambasadorskich nie sprawdziło się:

- założenie, że osoby tam zatrudnione będą przekazywać informacje na temat Pomysłowego Żoliborza lub możliwości uzyskania wsparcia pomysłu (okazało się, że są zbyt zapracowane); wyjątek stanowią MAL-e opisane powyżej;
- założenie, że mieszkańcy i mieszkanki będą spontanicznie przychodzić do miejsc ambasadorskich, takich jak kawiarnie i pytać o możliwości wsparcia w realizowaniu swoich pomysłów - nie wiemy, czy działo się tak z powodu braku śmiałości, czy raczej dlatego, że kawiarnie kojarzone są z innym rodzajem aktywności;
- dyżury informacji pomysłowej prowadzone w kawiarniach - nie zgłaszały się na nie żadne osoby z pomysłami (nie dysponujemy wiedzą, czy stoi za tym bariera finansowa związana ze zwyczajowym oczekiwaniem zamówienia czegoś w kawiarni), dlatego zrezygnowaliśmy z nich w kolejnych miesiącach pilotażu.



#### 4. Wydarzenia towarzyszące

W założeniach mechanizmu wydarzenia towarzyszące służyć miały głównie sieciowaniu. W praktyce testowania okazało się, że poza sieciowaniem pełniły też ważną funkcję informacyjną, a część z nich miała charakter wydobywczy i służyła generowaniu nowych pomysłów mieszkank i mieszkańców.

Największym wydarzeniem sieciującym był zorganizowany 5 listopada 2019 Festiwal Porażek, podczas którego na początku przedstawiono trzy prezentacje pomysłów, które nie spełniły oczekiwań, a potem był czas na rozmowy i wymianę doświadczeń. W Festiwalu uczestniczyło 37 osób i oceniony on został pozytywnie.

Do wydarzeń informacyjnych zaliczyć można spotkania z mieszkańcami i mieszkankami w MAL Marii Kazimiery (17.05.2019, 5.12.2019), kawiarni Kofifi (18.05.2019) i Domu Seniora Piękny Brzeg (02.04.2019, 04.04.2019, 25.06.2019).

Spotkania o charakterze wydobywczym odbywały się 08.06.2019 w MAL pod Sowami i 10.07.2019 w środowiskowym domu samopomocy. Spotkanie w MAL koncentrowało się wokół pomysłów na działanie miejsca. Nasze zaangażowanie polegało na moderacji spotkania i późniejszym wspieraniu zgłoszonych pomysłów. Podczas spotkania w ŚDS 10.07.2019 uczestnicy i uczestniczki generowali pomysły głównie w obszarze integracji społecznej.

Ponadto w ramach merytorycznego wspierania pomysłodawców 10 października 2019 zorganizowane zostało szkolenie pt. „Promocja lokalnie” na temat różnych metod promowania własnych inicjatyw w sąsiedztwach. Uczestniczyło w nim 9 osób.

W formule wydarzeń sprawdziły się:

- współpraca z MAL wokół wspólnego celu wspierania inicjatywności mieszkank i mieszkańców (łatwiej jest generować pomysły, gdy jest dostępne przychylne miejsce z niezbędną infrastrukturą, w którym można je potem realizować),
- Festiwal Porażek, który wzbudził duże zainteresowanie w społeczności.

Nie sprawdziły się:

- spotkania z osobami zależnymi - ŚDS zrezygnował ze współpracy, tłumacząc się obawą, że uczestnicy i uczestniczki będą wymagali wsparcia kadry w realizacji swoich pomysłów, a pracownicy ŚDS są już zbyt obciążone obowiązkami;
- spotkania, które zakładały aktywny wkład mieszkańców (Podwieczorek z pomysłami 5.12.2019) - osoby uczestniczące w spotkaniu nie włączyły się w jego organizację; przyszły z oczekiwaniem, że otrzymają informacje.

Dodatkowo warto wspomnieć, że o ile sam Festiwal Porażek spotkał się z dużym zainteresowaniem mieszkank i mieszkańców i była na nim wysoka frekwencja, o tyle rekrutacja osób, które byłyby gotowe opowiedzieć o swoich porażkach, okazała się znacznym wyzwaniem. Podczas testowania mechanizmu aktywiści i aktywistki wielokrotnie opowiadali nam o swoich niepowodzeniach, jednak większość z osób, którym zaproponowaliśmy prezentację, nie zdecydowała się na wystąpienie publiczne. Odmowę tłumaczyły obawą, że jeśli opowiedzą o swoich działaniach z ludźmi z najbliższego sąsiedztwa w kategoriach porażki, sąsiedzi i sąsiadki, którzy z dużym prawdopodobieństwem przysłuchiwaliby się prezentacji, poczują się dotknięci i nie będą chcieli w przyszłości z nimi współpracować.



## 5. Marka mechanizmu

Elementem mechanizmu, do którego przetestowania przywiązywaliśmy dużą wagę, była wyróżniająca się marka. Zaprojektowaliśmy identyfikację wizualną opartą o rzucający się w oczy żółty kolor i gadżety (naklejki, przypinki, flagi), które umieściliśmy w miejscach przyjaznych pomysłowości i które towarzyszyły każdemu wydarzeniu. Zależało nam na tym, by mieszkanki i mieszkańcy, po dostrzeżeniu elementów wizualnych w danym miejscu, mieli świadomość, że mogą w nim uzyskać wsparcie i informacje na temat Pomysłowego Żoliborza. By dotrzeć do szerokiego grona żoliborzan z informacją o mechanizmie, uczestniczyliśmy w różnych wydarzeniach organizowanych w dzielnicy (m.in. Otwieramy Żoliborz, Dzień Dziecka, Targ Śniadaniowy, Zgromadzenie Walne WSM) i rozdawaliśmy tam materiały promocyjne. Organizowaliśmy też własne wydarzenia sieciujące. W budowaniu marki mechanizmu sprawdziła się:

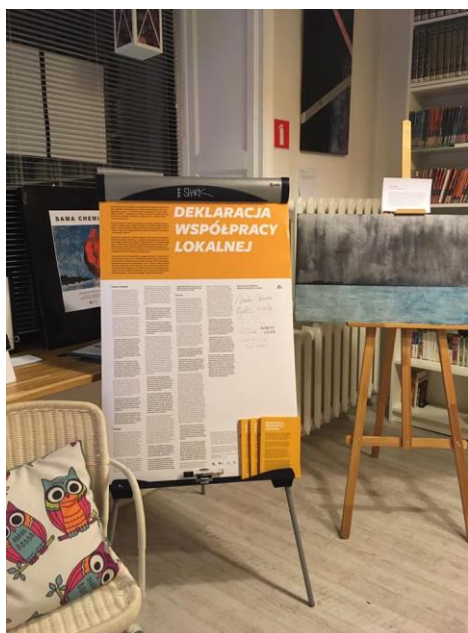
- wyraźna, wyróżniająca się identyfikacja wizualna - otrzymywaliśmy sygnały, że ludzie rozpoznają ją i kojarzą z Pomysłowym Żoliborzem;
- konsekwentne umieszczanie plakatów i informacji w tych samych miejscach - osoby, które rozpoznawały markę Pomysłowego Żoliborza, identyfikowały od razu nowe materiały i dzięki temu dowiadywały się o nowej ofercie i wydarzeniach.

Nie sprawdziła się:

- obecność na wydarzeniach w dzielnicy gromadzących wiele osób - charakter festynu nie sprzyja ani przekazywaniu merytorycznych informacji (poza rozdaniem ulotki), ani tym bardziej generowaniu pomysłów.

## 6. Deklaracja Współpracy Lokalnej

Sieciujący charakter miały także warsztaty nad Deklaracją Współpracy Lokalnej, w których uczestniczyli pomysłodawcy, lokalni aktywiści i aktywistki oraz przedstawiciele i przedstawicielki ngo. W pięciu warsztatach, które odbywały się 25.05.2019, 14.09.2019, 30.09.2019, 23.10.2019 i 27.11.2019 wzięło w sumie udział 40 osób. Prace zwieńczone zostały otwartym czytaniem Deklaracji w MAL Marii Kazimiery.



W pracy nad Deklaracją sprawdziły się

- założenie, że nad Deklaracją ma pracować maksymalnie zróżnicowana grupa - w pracach uczestniczyły jednocześnie osoby młode, starsze, mieszkanki i mieszkańcy różnych osiedli, lokalni politycy, aktywistki, przedsiębiorcy, mężczyźni i kobiety - różnorodność pozwoliła na ujęcie w dokumencie różnych perspektyw oraz interesów i miała funkcję mocno integrującą społeczność dzielnicy, w ankietach jako wartość dodaną spotkań wskazywano „poczucie wspólnoty”;
- zaangażowanie zewnętrznej doświadczonej moderatorki, która w sposób bezstronny prowadziła dyskusję, dbała o to, by żadna z osób uczestniczących nie

była atakowana i by mogły by wybrzmiały były różne perspektywy - w ewaluacji jej praca została wysoko oceniona przez uczestników.

Braki w mechanizmie

W wyniku prac nad Deklaracją nie powstała sieć żoliborskich aktywistów i aktywistek, która mogłaby stanowić wsparcie dla mieszkanki i mieszkańcy z pomysłami i jest to element, który się nie sprawdził podczas tworzenia dokumentu. Sieć taka nie powołała się również w grupie menterek i mentorów ze względu na obciążenie ich innymi obowiązkami oraz podczas wydarzeń towarzyszących. Brak sieci wsparcia inicjatyw był wyraźnie odczuwalny w całym okresie testowania. Osoby uczestniczące w jednym z warsztatów kończącym prace nad Deklaracją wyrażały żal, że grupa nie będzie kontynuować wspólnych działań. Czas testowania i pracy moderatorki z grupą był jednak zbyt krótki, by osoby te przejęły inicjatywę i zaczęły samodzielnie tworzyć sieć, zapraszając innych aktywistów. W mechanizmie zabrakło więc elementu grupowej samopomocy. Środowisko żoliborskich aktywistów i aktywistek jest mocno podzielone wewnątrz. Lokalne konflikty o podłożu politycznym w dzielnicy nie sprzyjają tworzeniu i wdrażaniu pomysłów. Brakuje grupy, która dawałaby nowym pomysłodawcom poczucie przynależności i wspólnoty.

## Rekomendacje utrzymania mechanizmu w dzielnicy Żoliborz

Wypracowanie rekomendacji

Opisane poniżej rekomendacje tworzone były w kilku etapach. W pierwszym odbyło się wewnętrzne spotkanie zespołu, podczas którego dokonano inwentaryzacji mechanizmu i na podstawie doświadczeń i ewaluacji podsumowano, które z elementów zadziałały, a które nie. Ponadto 29 listopada 2019 przeprowadzony został zogniskowany wywiad grupowy z zespołem wawerskim i żoliborskim. Tematem rozmowy było porównanie rozwiązań w obu dzielnicach i ocena ich skuteczności. Wyniki wywiadu zaprezentowane i szczegółowo omówione zostały podczas całodziennego warsztatu z zewnętrznymi ekspertami i ekspertkami 7 grudnia 2019. Ponadto pomysły na rekomendacje skonsultowane zostały z mieszkankami i mieszkańcami podczas spotkania 5 grudnia 2019 w MAL Marii Kazimiery. Poniższe rekomendacje stanowią podsumowanie wszystkich przeprowadzonych analiz.

Dla wdrożenia rekomendacji nie jest potrzebne żadne dodatkowe przygotowanie mieszkańców dzielnicy. Mechanizm dostosowany jest do wspierania osób o zróżnicowanej wiedzy i doświadczeniu. Ważniejsza dla rozwoju pomysłowości jest przychylność otoczenia - zarówno instytucji, jak i organizacji działających w dzielnicy.

### 1. Środowisko sprzyjania pomysłowości

Dla rozwoju lokalnej pomysłowości najważniejsze jest utrzymanie i rozwój Miejsc Aktywności Lokalnej jako przestrzeni, w których mieszkańcy i mieszkanki mogą generować pomysły, rozmawiać o nich, twórczo je modyfikować i wdrażać. MAL-e stanowią punkty węzłowe dla wszystkich dalszych rekomendowanych do kontynuowania działań. Osoby prowadzące MAL-e ze względu na to, że mają stały kontakt ze społecznością lokalną i ich cele zawodowe są zbieżne z celami mechanizmu, będą najlepszymi koordynator/k/ami rekomendowanych działań.

## Rekomendacje:

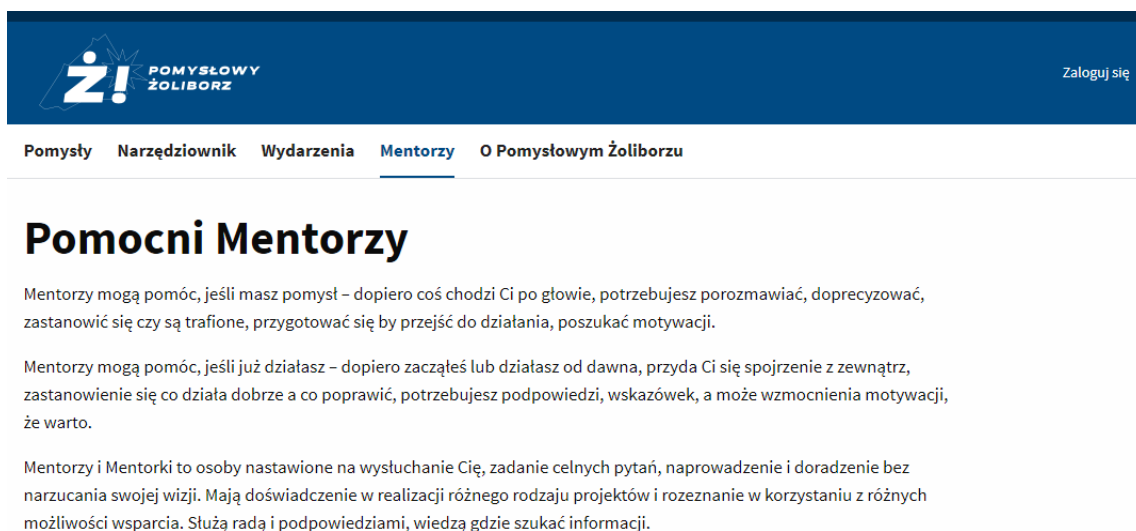
1) Rekomendujemy rozwijanie sieci MAL na Żoliborzu jako miejsc nie tylko służących wspieraniu pomysłodawców, ale również twórczemu sieciowaniu i generowaniu pomysłów na zmiany w dzielnicy.

2) Ważne, by raz stworzone MAL-e działały konsekwentnie: bez przerw, możliwie bez zmian osób koordynujących, z zapewnieniem stałego finansowania i pozafinansowego wsparcia instytucjonalnego. Dla tego typu instytucji ciągłość działalności jest niezbędnym elementem sukcesu. MALe powinny być traktowane jako instytucje budujące lokalny kapitał społeczny - ten buduje się małymi, powolnymi i konsekwentnymi działaniami na przestrzeni lat, nie miesięcy. Odradzamy rozliczanie działalności MALu w oparciu o twarde wskaźniki liczbowe, ponieważ te nie są dobrym miernikiem kapitału społecznego.

3) Rekomendujemy zwiększanie liczby godzin zatrudnienia w MAL-ach oraz wygospodarowanie czasu koordynatorów poza godzinami otwarcia MALu. Jedna osoba nie jest w stanie jednocześnie witać przychodzących sąsiadów, organizować przestrzeni MAL, tworzyć informacji na plakaty i do internetu i przekazywać informacji o programie miejsca. Wyzwaniem jest też kolportowanie materiałów promocyjnych, którym to zajmują się w tej chwili koordynatorzy.

## 2. Mentorzy i mentorki

Podczas wdrażania mechanizmu powołana została sieć menterek i mentorów - siedmioro mieszkańców Żoliborza z dużym doświadczeniem w realizacji działań lokalnych i pracy ze społecznościami lokalnymi. Osoby te wyrażają chęć dalszego działania na rzecz dzielnicy, dzielenia się wiedzą i wspierania mieszkańców w ich inicjatywach. Zatrudniona była koordynatorka-mentorka, która poza bliską współpracą z mentorami, bardzo blisko współpracowała też z osobami koordynującymi żoliborskie MAL-e.s



**zi! POMYSŁOWY ŻOLIBORZ** [Zaloguj się](#)

[Pomysły](#) [Narzędziownik](#) [Wydarzenia](#) [Mentorzy](#) [O Pomysłowym Żoliborzu](#)

## Pomocni Mentorzy

Mentorzy mogą pomóc, jeśli masz pomysł – dopiero coś chodzi Ci po głowie, potrzebujesz porozmawiać, doprecyzować, zastanowić się czy są trafione, przygotować się by przejść do działania, poszukać motywacji.

Mentorzy mogą pomóc, jeśli już działasz – dopiero zaczęłeś lub działasz od dawna, przyda Ci się spojrzenie z zewnątrz, zastanowienie się co działa dobrze a co poprawić, potrzebujesz podpowiedzi, wskazówek, a może wzmocnienia motywacji, że warto.

Mentorzy i Mentorki to osoby nastawione na wysłuchanie Cię, zadanie celnych pytań, naprowadzenie i doradzenie bez narzucania swojej wizji. Mają doświadczenie w realizacji różnego rodzaju projektów i rozeznanie w korzystaniu z różnych możliwości wsparcia. Służą radą i podpowiedziami, wiedzą gdzie szukać informacji.

## Rekomendacje:

1) Osobami idealnymi do pełnienia roli koordynatorów-mentorów są koordynatorzy MAL-i. Zapraszając ich do pełnienia takiej roli trzeba stworzyć do tego warunki, zwiększając ich liczbę godzin zatrudnienia oraz taką organizację pracy MAL-i, by osoba koordynująca nie była zawsze jedyną osobą w instytucji. Do twórczej pracy nad rozwojem pomysłów mieszkańców potrzebny

jest indywidualny kontakt i skupienie. Koordynatorka pełniąca funkcję gospodyni MAL nie jest w stanie jednocześnie pracować z mentorami lub pomysłodawcami.

2) Rekomendujemy utrzymanie sieci mentorek i mentorów i kierowanie do nich osób, które przychodzą z pomysłami do MAL. Odciążą to koordynatorów MAL-i i umożliwi pogłębioną pracę nad rozwojem pomysłu w gronie sąsiadów.

3) Warto podtrzymywać zaangażowanie mentorek i mentorów poprzez ponawianie kontaktów (np. rozmowy telefoniczne, wspólne spotkania raz na kwartał). W miarę możliwości czasowych sieciowanie takie powinno być zadaniem koordynatorek i koordynatorów w MAL-ach.

4) Warto również poszerzać sieć mentorek i mentorów o kolejne osoby z różnorodnym doświadczeniem (w działalności lokalnej, pracy projektowej, animowaniu grup), np. spośród osób, które przychodzą do MAL.

### 3. Miejsca Przyjazne Pomysłowości

Utworzona została lista Miejsc Przyjaznych Pomysłowości. Są to lokalne firmy gotowe wspierać mieszkanki i mieszkańców z pomysłami poprzez:

- upowszechnianie informacji na temat ich działań (w każdym miejscu można pozostawić materiały informacyjne),
- docenianie zaangażowania na rzecz dzielnicy (każde z miejsc finansuje kupony nagradzające „Dziękujemy, że działasz dla Żoliborza!”, które mogą być rozdawane przez koordynatorki MAL osobom organizującym tam wydarzenia, ale również na przykład mogą stanowić formę doceniania dla autorów i autorek projektów do budżetu obywatelskiego).



### Rekomendacje:

1) Rekomendujemy zachowanie listy tych Miejsc Przyjaznych Pomysłowości przy MAL-ach i szerokie jej upowszechnianie wśród mieszkanek i mieszkańców wdrażających swoje pomysły w MAL (wskazywanie miejsc, w których można promować lokalne działania).

2) Warto podtrzymać zaangażowanie przedsiębiorców poprzez odwiedziny wolontariuszy pracujących w MAL oraz organizację cyklicznych wydarzeń kierowanych do tej grupy (np. śniadań biznesowych - forma sprawdzona w trakcie pilotażu Działamy Wawer).

3) Warto w miarę możliwości poszerzać listę miejsc o nowe firmy. Może to być zadanie wolontariuszek i wolontariuszy w MAL.

### 4. Wydarzenie integrujące

W ramach Pomysłowego Żoliborza odbył się Festiwal Porażek. W jego trakcie cztery osoby podzieliły się opowieściami o porażkach związanych z działaniami na rzecz najbliższego

sąsiedztwa. Festiwal spotkał się z dużym zainteresowaniem i był okazją do integracji przedstawicieli i przedstawicielek różnych sektorów w przyjaznej, swobodnej atmosferze.

#### Rekomendacje:

- 1) Rekomendujemy utrzymanie formuły Festiwalu Porażek i organizowanie go cyklicznie w kolejnych latach według przyjętej w trakcie pilotażu formuły (forma, miejsce, identyfikacja wizualna, nagłośnienie).
- 2) Warto zaangażować do prowadzenia wydarzenia zewnętrznego moderatora. Bezstronna osoba pomoże prelegentom i prelegentkom poddać refleksji nieudane działania. Moderator/ka będzie dbać również o dobrą, sprzyjającą integracji atmosferę podczas Festiwalu. Moderację i koordynację wydarzenia można zlecić na zewnątrz. Podmiot odpowiedzialny może zostać wybrany w konkursie.
- 3) Rekomendujemy rozwój cyklicznych wydarzeń wspierających lokalnych aktywizm i pomysłowość w kolejnych latach. Poza festiwalem porażek jesienią warto przetestować organizowanie wydarzeń doceniających pomysłodawców, na przykład w formie pikniku obywatelskiego na wiosnę czy święta pomysłodawców.



#### 5. Upowszechnianie informacji o wydarzeniach, realizowanych pomysłach i narzędziach

Doświadczenia wdrażania mechanizmu pokazały, że potrzebne jest udrożnienie przepływu informacji między podmiotami działającymi aktywnie na Żoliborzu. Zdarza się, że inicjatorzy aktywności w podobnych obszarach nie wiedzą o sobie wzajemnie, a wydarzenia o podobnej tematyce kierowane do tych samych grup odbiorców organizowane są w tym samym czasie.

#### Rekomendacje:

- 1) Rekomendujemy szersze wykorzystanie kalendarza wydarzeń dostępnego na stronie dzielnicy: wypromowanie go wśród instytucji, organizacji pozarządowych i aktywistów, wraz z czytelną instrukcją zamieszczania informacji (do kogo, z jakim wyprzedzeniem oraz w jakim formacie należy wysłać informacje). Wypromowanie kalendarza może być zadaniem żoliborskich partnerstw lokalnych, które w 2019 roku pracowały nad podobnym rozwiązaniem.

2) Rekomendujemy zagospodarowanie 21 słupów ogłoszeniowych - wyłonienie zewnętrznego administratora, który będzie regularnie czyścił je z komercyjnych i politycznych reklam i regularnie rozwieszał informacje o różnorodnych wydarzeniach w dzielnicy.

3) Na stronie dzielnicy zaleca się utworzenie zakładki o dostępnych narzędziach wsparcia pomysłowości lub zamieszczenie linku do ogólnowarszawskich baz wiedzy: baza wiedzy Warszawy Lokalnie <https://warszawalokalnie.waw.pl/baza-wiedzy/> oraz baza wiedzy Towarzystwa Sąsiedzkiego: <https://www.towarzystwosasiedzkie.pl/baza-wiedzy>

4) Rekomendujemy na stronie internetowej urzędu zamieszczenie w zakładce „Dla mieszkańców” dodatkowego linku do Kalendarza Wydarzeń i do Dzielnicowej Komisji Dialogu Społecznego (w tej chwili odnośniki znajdują się tylko w formie dodatkowych przycisków na stronie i nie wszyscy łatwo je znajdują) oraz dodanie zakładki Dla aktywnych mieszkańców (z zaproszeniem do MALi, informacją o możliwości skorzystania za pośrednictwem koordynatorów MALi ze wsparcia mentorów oraz z odnośnikami do informacji wymienionych wyżej w pkt 3).

## Implementacja mechanizmu w innych dzielnicach m.st. Warszawy

Ze względu na to, że mechanizm wsparcia pomysłowości ma bardzo zindywidualizowany charakter, można wdrożyć go w wersji opisanej powyżej w innych dzielnicach m.st. Warszawy. Nie są potrzebne żadne działania przygotowawcze z mieszkańcami i mieszkankami, by mogli oni realizować swoje pomysły w oparciu o ten mechanizm. Mechanizm ten powinny wdrażać osoby z doświadczeniem w pracy w społecznościach lokalnych, dobrze znające dzielnicę. Poniżej przedstawiamy kolejne kroki wdrożenia i elementy konieczne do implementacji mechanizmu. Doświadczenia testowania mechanizmu wskazują, że najlepszym operatorem mechanizmu będzie dom sąsiedzki lub MAL, który ma doświadczenie wspierania oddolnych inicjatyw.



### 1. Wsparcie menterek i mentorów.

Kluczowym elementem dla sprawnego działania mechanizmu jest zidentyfikowanie osób, które mogą pełnić funkcję menterek/mentorów. Osoby te powinny mieć doświadczenie w realizacji projektów społecznych i/lub projektów infrastrukturalnych z wykorzystaniem narzędzi miejskich, a także zewnętrznych źródeł finansowania. Podczas zapraszania mentorów do testowania Pomysłowego Żoliborza dodatkowo dbaliśmy o to, by osoby te nie były zaangażowane w lokalne konflikty i animozje, by nie pogłębiać istniejących już podziałów w dzielnicy.

W trakcie poszukiwań menterek i mentorów można skorzystać ze wsparcia warszawskich organizacji pozarządowych zajmujących się animacją społeczną, partycypacją publiczną czy budowaniem partnerstw. Być może ich współpracownicy mieszkają w dzielnicy, gdzie wdrażany ma być mechanizm.

Na początku warto ustalić z mentorami szczegółowo zakres ich zaangażowania. Doświadczenia testowania pokazały, że pomysłodawcy mogą oczekiwać od menterek/mentorów inicjatywności, wsparcia rzeczowego, pracy społecznej lub innych form wsparcia wykraczających daleko poza ideę mentoringu. Warto, by mentorki i mentorzy od początku umieli wskazać (sobie i pomysłodawcom), jakie wsparcie są gotowi świadczyć.

### 2. Internetowa baza wiedzy

Doświadczenia testowania mechanizmu i rekomendacje ekspertek i ekspertów jasno wskazują, by nie tworzyć nowych miejsc w Internecie. Praca nad stronami pochłania ogromne zasoby i zajmuje dużo czasu. Warto zamieścić wszystkie informacje o narzędziach wsparcia pomysłowości na stronie urzędu dzielnicy w widocznym miejscu. Można też upowszechniać inne źródła wiedzy

o narzędziach, na przykład umieszczone na stronie Towarzystwa Sąsiedzkiego czy Centrum Komunikacji Społecznej m.st. Warszawy.

Dobrym rozwiązaniem okazało się uruchomienie strony mechanizmu na Facebooku. By strona ta żyła i gromadziła społeczność, potrzebna jest osoba, która będzie nią zarządzać (wymiar około dziesięć godzin tygodniowo jest wystarczający).



### 3. Miejsca Przyjazne Pomysłowości

Do utworzenia marki miejsc przyjaznych pomysłowości konieczne jest utworzenie czytelnej, rozpoznawalnej i eleganckiej identyfikacji wizualnej mechanizmu, która będzie zachęcać przedsiębiorców do umieszczania symbolu miejsc w witrynach. Włączanie kolejnych firm wymaga znacznego nakładu czasu i pracy. Zwykle jedna wizyta w przedsiębiorstwie nie jest wystarczająca (ponieważ na przykład nie ma menedżerki, potrzebne jest więcej osób do podjęcia decyzji etc.) i trzeba ponawiać kontakt. Podczas wizyt pomocny będzie spis oczekiwań wobec miejsca oraz informacja o tym, co jesteśmy w stanie zaoferować w zamian (odpowiedni materiał opracowany został w trakcie pilotażu).

Gdy brakuje zasobów na budowanie marki, można wykorzystać autorytet urzędu dzielnicy i tworzyć sieć zaangażowanych przedsiębiorców wokół urzędu. Na przykład spotkania sieciujące przedsiębiorców z burmistrzem mogą być świetną okazją do zaproszenia przedsiębiorców do ufundowania kuponów nagradzających pomysłodawców lub zaoferowania innego wsparcia lokalnej pomysłowości.

### 4. Wydarzenia towarzyszące

Do stworzenia planu wydarzeń towarzyszących przydatna będzie diagnoza potrzeb i zasobów otoczenia, która odpowie między innymi na pytania: gdzie, z kim i wokół czego można organizować spotkania, jakie są potrzeby społeczności, czego mieszkanki i mieszkańcy chcieliby się dowiedzieć podczas warsztatu czy szkolenia etc. Nie zalecamy kopiowania wydarzeń organizowanych na Żoliborzu bez rozpoznania potrzeb w innych dzielnicach.

### 5. Deklaracja Współpracy Lokalnej

Podjmując decyzje o tworzeniu jakiegoś rodzaju dokumentu standaryzującego praktyki współpracy, warto rozważyć, kto w przyszłości będzie jego ambasadorem i właścicielem. Takim



podmiotem może być na przykład Dzielnicowa Komisja Dialogu Społecznego i warto skonsultować z nią decyzję o tworzeniu deklaracji. Doświadczenia pilotażu pokazują, że pisanie deklaracji to długotrwały proces (na Żoliborzu zajęło to pół roku). Do prac konieczne jest zatrudnienie zewnętrznej moderatorki/moderatora. Warto też podjąć wysiłek, by skutecznie zaprosić jak najwięcej osób, które działają w dzielnicy i jak najbardziej zróżnicować pracującą nad deklaracją grupę. Deklaracja opracowana na Żoliborzu to dokument dostosowany do specyficznej tożsamości i problemów dzielnicy, ale można na pewno stanowić inspirację i punkt wyjścia do podobnych rozmów w innych dzielnicach.