

UWAGA! Poradnik!

Obudź w sobie
**Profesjonalnego
Menedżera
Społecznego**

Publikację opracowano i wydano w wyniku realizacji projektu „**REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny**”. Projekt dofinansowany ze środków Program Fundusz Inicjatyw Obywatelskich.



W opracowaniu podręcznika korzystano z materiałów własnych oraz materiałów opublikowanych w Internecie. Informacje dotyczące dobrych praktyk zostały opracowane na podstawie doświadczeń zebranych podczas realizacji projektu. Zdjęcia wykorzystane w publikacji zostały wykonane w trakcie realizacji programu edukacyjnego i mikroinicjatyw w ramach projektu „REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny”.

Mikroinicjatywy zrealizowane w ramach projektu objęte są Mecenatem Miasta Szczecin.



Mecenat Miasta
Szczecin

www.rekreacja.mediadizajn.pl
www.inkubatorokultury.szczecin.pl

Wydawca:

Stowarzyszenie Media Dizajn
ul. Zakole 31 lok. 5
71-454 Szczecin
www.mediadizajn.pl
e-mail: biuro@mediadizajn.pl



mediadizajn

Redakcja:

Katarzyna Sadowska

Konsultacje merytoryczne:

Kinga Rabińska
dr Maciej Kowalewski

Projekt i skład oraz korekta:

Martyna Pazera / m.advertizing

© Copyright by Stowarzyszenie Media Dizajn

Szczecin 2014

Egzemplarz bezpłatny

SPIS TREŚCI:

01 UWAGA! Profesjonalny Menedżer Społeczny	04
02 UWAGA! Zmiana	07
03 UWAGA! Siatka kontaktów	12
04 UWAGA! Projekt	18
05 UWAGA! REkreacja	27
06 UWAGA! REkreatorzy	42

Krótko i zwięźle o tym Poradniku

Ta publikacja jest dla każdego. Dla wszystkich, którzy rozważają aktywne zaangażowanie się w życie społeczne, którzy pragną ożywić swoją społeczność lokalną, którzy odczuwają w sobie „chęć zrobienia czegoś”. Ale także dla tych, którzy natrafili na niego przypadkiem. Być może po lekturze tego Poradnika coś się w Was obudzi.

„UWAGA! Poradnik! Obudź w sobie Profesjonalnego Menedżera Społecznego” to także podsumowanie projektu „REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny”, realizowanego przez Stowarzyszenie Media Dizajn przy wsparciu Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich. Znajdziecie tu poradnik menedżera społecznego, krótką instrukcję przekuwania pomysłu w projekt, opis naszej metody, scenariusze zajęć i dobre praktyki. Mamy nadzieję, że posłuży to organizacjom pozarządowym zainteresowanym opracowywaniem programów edukacyjnych i realizacją projektów angażujących lokalnych aktywnych. To wreszcie poradnik dla Profesjonalnych Menedżerów Społecznych na początku ich drogi. Ma służyć inspiracji i poszukiwaniu własnych rozwiązań. Nie dajemy Ci recepty na sukces, wskazujemy jedynie kierunek, w którym warto się wybrać. Korzystaj z niego w dowolny sposób i działaj skutecznie. Trzymamy za Ciebie kciuki.

zespół projektu „REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny”

01 UWAGA!

Profesjonalny Menedżer Społeczny

Jak wprowadzić zmianę w najbliższym środowisku? Jak inspirować i integrować innych? Czy można się tego nauczyć? Jak przemienić tę niegasnącą chęć zrobienia „czegoś” w realne działania? Jeśli zadajesz sobie te pytania, to prawdopodobnie drzemie w Tobie menedżer społeczny. Oznacza to, że jesteś lub będziesz człowiekiem orkiestrą – animatorem, liderem i menedżerem. Myślisz, że coś nam się pomyliło? Otóż nie! Profesjonalny Menedżer Społeczny sprawnie balansuje na granicy wspomnianych trzech obszarów. I choć każda z tych ról jest inna, wszystkie łączy wspólny mianownik. Chęć wprowadzenia zmiany i postawa aktywna.



Słowo **animacja** pochodzi od łacińskich: **anima** – dusza, **animatio** – ożywienie, **animus** – wigor. Odnosi się też do czasownika **animo/-are**, które ostatecznie ma dwa znaczenia: **tchnąć życie w coś, obdarzyć duszą, powoływać do życia**, a także **pobudzić, dodawać odwagi, zachęcać, ożywić, śmiałym czynić**. Odniesienie do korzeni znaczeniowych tego słowa jest ważne dlatego, że one wciąż określają jego główny sens.

dziedzinę jako sposób aktywizacji i pobudzania aktywności jednostek, grup, środowisk i społeczności, bazujący na ich potencjałach. Animacja angażuje inne dziedziny i przypisane im narzędzia w celu projektowania sytuacji doświadczania, zachęcając do samodzielnego planowania i prowadzenia działań zorientowanych na realizację potrzeb własnych odbiorcy czy grupy odbiorców. Innymi słowy, animacja to wydobywanie tego, co drzemie w odbiorcach, a co może stać się podstawą do dalszych działań samodzielných.

Czy animacja społeczna jest ważna? Jest! Bez animacji komunikacja pomiędzy przedstawicielami różnych grup może być utrudniona, nie ma transformacji, nie ma rozwoju. Nieważne, czy działania animacyjne inicjowane są wewnątrz, czy na zewnątrz – ich istota wyraża się w „obudzeniu” społeczności nie do jednorazowej zmiany a do ciągłego budowania nowej rzeczywistości na swoim potencjale. Dlatego animacją nie jest produkcja wydarzeń, bo jakkolwiek mogą one być cenne, ich celem nie jest pobudzenie, czy „tchnięcie życia”, a ra-

Pobudzanie, dodawanie odwagi, ożywianie, zmiana i poruszenie. Tak można najkrócej wyjaśnić, czym jest animacja, bo definicji jest tak wiele, jak wiele jest osób realizujących się w tym obszarze.

Animacja to bazowanie na potencjałach, przekraczanie granic, projektowanie sytuacji doświadczeń. To operacja na żywym i, co ważniejsze, nieznanym organizmie, przez co jest ona nieustającym eksperymentem **Buszując w wielości rozumień animacji i jej rodzajów, można zidentyfikować tę**

czej prezentacja jego wycinka w bezpiecznej odległości. Animacja to działanie w terenie, z poszanowaniem antropologicznej zasady niewartościowania kultury.

Czy animator jest liderem? I czy bycie animatorem oznacza bycie dobrym menedżerem? Niekoniecznie. Animacja jest niejako czymś, co „się staje”. Animator społeczny wchodzi w pewną rzeczywistość i projektuje sytuacje, w których ludzie eksperymentują, testują swoje zdolności komunikacyjne, budują poczucie wspólnoty, odkrywają własne potrzeby i pragnienia, aktywują się obywatelsko, a przede wszystkim – wprowadzają zmianę.

Sprawa trochę inaczej ma się w przypadku lidera społecznego. **Lider to wizjoner, gotowy podjąć ryzyko dla realizacji celów, które określił jako ważne dla ogółu. Jest zawsze na przodzie grupy, przeciera szlaki, inspirowuje i motywuje innych. To ktoś, kto nie mówi „jak”, ale tłumaczy „dlaczego”. Lider społeczny jest dobrym analitykiem, potrafi określać priorytety i podejmować szybkie decyzje. Jest komunikatywny, godny zaufania, aktywny. To przede wszystkim osoba z charyzmą, za którą pójdą inni.** Tak jak animator lubi ludzi, nie jest samotnikiem, ma wysoko rozwinięte umiejętności interpersonalne, potrafi tworzyć sieci współpracy. Jeśli animator pyta „co” we wszystkich odmianach („Co jest dla Ciebie ważne?”, „Czego Ci brakuje?”, „Co byś zmienił?”), lider tłumaczy „dlaczego” („To jest istotne dla naszej społeczności, ponieważ...”). Lider społeczny to ktoś, kto projektuje zmianę – dostrzega jej potrzebę, analizuje warunki i tworzy wizję działania.

Wiesz już, kim jest animator społeczny i lider społeczny. Kim natomiast jest menedżer społeczny? Często pojęcie menedżera (czy zarządcy) utożsamia się z definicją lidera, jednak jest to nadużycie. **Dobry menedżer bazuje na racjonalności i kontroli, pozostawiając improwizację czy wyobraźnię na dalszym planie.**

Nie oznacza to, że zarządca nie jest kreatywny – musi być, by osiągnąć cele, które w trakcie realizacji często wymagają aktualizacji. Jednak ta kreatywność działa w służbie osiągnięcia celów przy minimalnym wykorzystaniu zasobów. Brzmi bezdusznie? Być może, ale bez dobrego menedżera nawet najlepszy pomysł pozostaje jedynie pomysłem. To menedżer określa, co jest potrzebne do osiągnięcia celu i układa harmonogram działań, kontroluje pracę i jej efekty, identyfikuje punkty ryzyka i motywuje zespół.

Animacja nie jest nową techniką, metodą dodaną do tych, którymi dysponują już pracownicy sektorów kultury, społecznego i wychowawczego. Odnosi się raczej do sposobu, w jaki te osoby wykonują swoje prace, do ich postaw. Jej cechą charakterystyczną jest uznanie za pierwszorzędne potrzeb i interesów osób, których animacja dotyczy.

Małgorzata Kopczyńska, *Animacja społeczno – kulturalna: podstawowe pojęcia i zagadnienia*



Myślisz, że **lider społeczny** musi być dobrym mówcą, by porwać tłumy? Zdolności oratorskie nie zaszkodzą, ale to, co najważniejsze zapisane jest w... biologii. Dobry lider społeczny tłumaczy „dlaczego”, co odwołuje się do naszego systemu limbicznego, czyli pierwotnej części mózgu, istotnie wpływającej na procesy emocjonalne i motywację. Dlatego najważniejsze jest znalezienie wspólnego języka z naszymi odbiorcami!



Wiesz już, że animator, lider i menedżer pełnią różne funkcje i z powodzeniem istnieją poza sobą. Profesjonalny Menedżer Społeczny spaja je w jedno. To zarówno dobry animator, potrafiący projektować sytuacje dla eksperymentu i zmiany, jak i świetny lider zdolny do motywowania innych, by zaangażowali się w te sytuacje. Wreszcie to niezły menedżer, który potrafi zorganizować zaplecze do realizacji działań. A przede wszystkim to człowiek obywatelsko aktywny, nastawiony na wprowadzenie zmiany w środowisku i budowanie silnych więzi wspólnotowych.



Dobry **menedżer** opiera się nie na świetnej intuicji (choć ta się przydaje), ale na konkretnych, wysokich kompetencjach, które pozwalają mu połączyć „co” animatora z „dlaczego” lidera i do tego dołączyć jeszcze „jak” („Jak to osiągnąć?”, „Jak zdobyć niezbędne zasoby?”).

intuicyjnym. Innymi słowy, niemal każdy może stać się Profesjonalnym Menedżerem Społecznym. Niemal, bo jednak musi odznaczać się pewnym, trudnym do zmierzenia stopniem wrażliwości, chęcią do zdobywania nowych umiejętności i charyzmą. Czy jesteś potencjalnym Profesjonalnym Menedżerem Społecznym? Jeśli tak, czytaj dalej!

Czy większość z nas może stać się Profesjonalnymi Menedżerami Społecznymi poprzez zyskanie określonych kompetencji? Autorzy tej publikacji wierzą w sokratejską metodę majeutyczną („poród prawdy”), czyli wydobywania z potencjalnego menedżera społecznego wiedzy, która u niego występuje w stanie nieuświadomionym,



02 UWAGA! Zmiana

Jak już wiesz, Profesjonalny Menedżer Społeczny łączy w sobie kompetencje animatora, lidera i menedżera. To, co jest dla nich wspólnym mianownikiem to przede wszystkim:

- chęć wprowadzenia zmiany i obywatelska aktywność;
- umiejętność pracy z ludźmi, motywowania i inspirowania;
- zdolność do budowania trwałych więzi;
- działanie według określonych reguł i z poszanowaniem konkretnych wartości;
- zdolność do odpowiedzi na wszystkie pytania: co, dlaczego i jak.

CYKL DZIAŁANIA PROFESJONALNEGO MENEDŻERA SPOŁECZNEGO



Cykl działania Profesjonalnego Menedżera Społecznego zawsze zaczyna się od **określenia siebie** – dla kogo działam; co jest moim celem; jakie są moje wartości; co już umiem, a czego muszę się jeszcze nauczyć. To nieprzerwany samorozwój, umiejętność wyciągania wniosków oraz poznanie i akceptacja siebie.

Gdy już wiesz, dla kogo i z kim działasz, ważne jest **budowanie relacji**. Jeśli jesteś „przybyszem z zewnątrz”, poświęć czas na poznanie środowiska, w którym będziesz pracował. Czasem będzie to działanie akcyjne, innym razem zostaniesz na dłużej, ale nigdy nie bazuj na tym, co Ci się wydaje. Musisz znać realne potrzeby i mieć pomysł na ich zaspokojenie. Nie używaj sformułowania „odbiorcy”, „grupy docelowe”, „interesariusze” (chyba że planujesz zdobycie zewnętrznych funduszy na realizację swojego działania – o tym w dalszej części)

– istnieje tylko „my”.

Możesz zdecydować się na różne formy przywództwa, jednak zawsze angażuj społeczność lokalną, pozwól partycypować, **stwarzaj sytuacje do nabierania doświadczenia i eksperymentowania**. Kto wie, czy za chwilę nie znajdziesz się w innym miejscu, z innymi ludźmi – bądź odpowiedzialny i zostaw swoją społeczność zdolną do samodzielnych działań.



Sukces nigdy nie jest ostateczny. Porażka nigdy nie jest totalna. Liczy się tylko odwaga.
Winston Churchill

zrażaj się! Każde spotkanie człowieka z drugim człowiekiem skutkuje uruchomieniem wszechświata przypadkowości i jeśli to Cię nie kręci, to bycie menedżerem społecznym może nie jest dla Ciebie.

Czy wiesz już, dlaczego Profesjonalny Menedżer Społeczny w najbliższym otoczeniu jest na wagę złota? Dynamiczne zmiany zachodzące w społeczeństwie powodują rozpad wspólnotowych więzi społecznych. Szybkość życia i paralelna rzeczywistość nowych technologii, do których coraz częściej przenosimy się z większością naszych relacji międzyludzkich; grupowanie poprzez kulturę, nie geografie; bardzo niski kapitał zaufania społecznego – to tylko kilka przykładów wskazujących na to, jak bardzo nasza rzeczywistość zmieniła się w stosunku do tej sprzed choćby 50 lat. Dostępność i relatywna taniość zasobów powodują, że uniezależniamy się – od sąsiadów, od współpracowników, od mieszkańców naszej dzielnicy. A przez to obojętniejemy na dochodzenie naszych obywatelskich praw i dbanie o wspólnotowe interesy. Profesjonalny Menedżer Społeczny pełni więc ważną rolę wspierającą odbudowywanie więzi wśród społeczności lokalnych, które są podstawą do wprowadzenia zmian.



PAMIĘTAJ!

Rola Profesjonalnego Menedżera Społecznego **to wyzwalanie** społecznego kapitału poprzez bazowanie na potencjale! **Rozbudzasz to**, co uśpione (np. relacje sąsiedzkie); **uświadamiasz to**, co ukryte (np. potrzeby związane z estetyką przestrzeni); **pobudzasz to**, co decyduje o społecznej ewolucji (np. umożliwiając wejście w różne sfery aktywności).



Dekalog Profesjonalnego Menedżera Społecznego

I

Pamiętaj, że wolność jednostki i jej prawo do samookreślenia jest wartością nadrzędną. Nie wchodź w obszar działań interwencyjnych z pozycji mędrca, czy zbawcy. Stosuj antropologiczną zasadę niewartościowania kultury.

II

Określ siebie jako menedżera społecznego. Zidentyfikuj najważniejsze dla Ciebie wartości i obszary działania. Jedynie wówczas będziesz świadomy/świadoma celów, jakie chcesz osiągnąć, a inni będą bardziej przekonani do Twojej idei.

III

Miej wizję. Bądź konsekwentny/konsekwentna i wierz w to, co robisz.

IV

Buduj trwałe więzi. Nie tylko ze społecznością lokalną, ale też z otoczeniem instytucjonalnym, organizacjami pozarządowymi, biznesem.

V

Stawiaj na partycypację. Na pewno masz plan, ale pamiętaj, że realizujesz go z innymi i dla innych. Pozwól wychodzić z inicjatywą i dziel się odpowiedzialnością.

VI

Dbaj o skuteczną komunikację. Wyrażaj się odpowiednio do sytuacji i adresata przekazu, więcej słuchaj niż mów. Nie zgaduj. Pytaj.

VII

Dogłębnie poznaj lokalną społeczność. Określ precyzyjnie realne potrzeby, poznaj historię, słuchaj racji oponentów. Pozostaw pole dla improwizacji i korekty planów.

VIII

Pamiętaj o roli menedżera! Wyznaczaj terminy, rozdzielaj zasoby, dąż do realizacji celu.

IX

Dokonuj regularnej ewaluacji swojej roli i efektów działania. Doceniaj swoje mocne strony jednocześnie rozwijając to, w czym możesz być lepszy/lepsza.

X

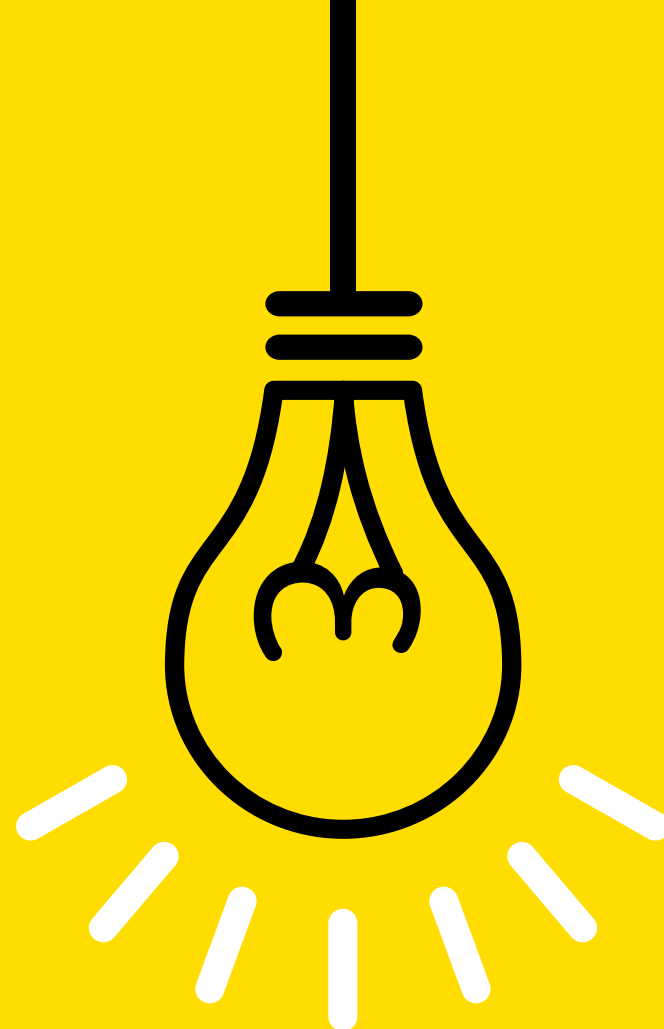
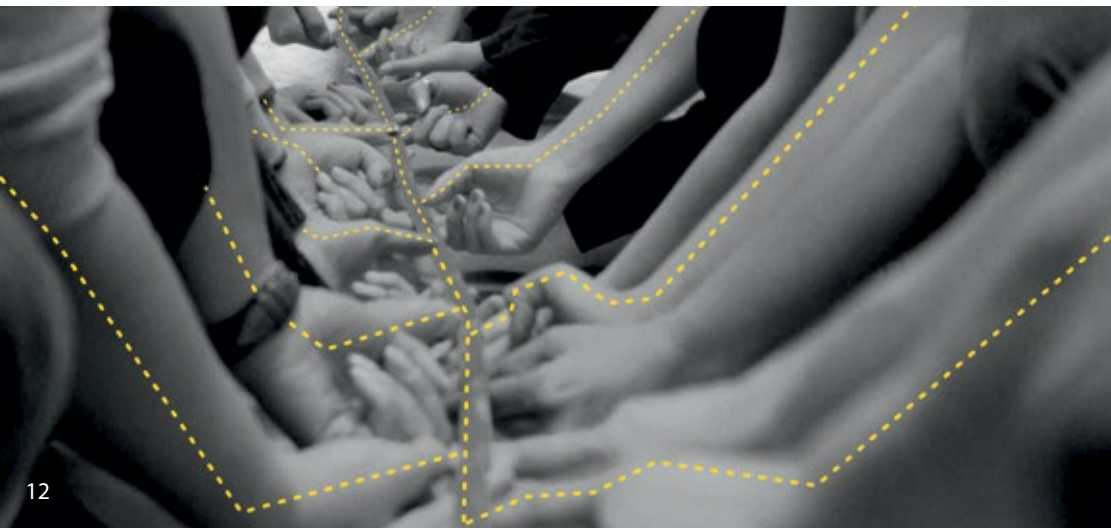
Profesjonalny Menedżer Społeczny żyje według wartości, które wyznaje. Bądź fair wobec siebie i innych. Swoimi działaniami reprezentuj ideę współpracy i współodpowiedzialności.

03 UWAGA!

Siatka kontaktów

Profesjonalny Menedżer Społeczny to człowiek orkiestra, „wyzwalacz potencjału”. To animator, edukator, organizator, lider, mediator. Sprzyja kształtowaniu postaw aktywnych przez pobudzanie do samookreślenia, samoorganizacji i kreacji. Projektant spotkań i doświadczeń, organizator warunków dla wolności innych. Jednocześnie badacz i aktywista, dobry psycholog i świetny menedżer. W tej części skupimy się na zadaniach, jakie Profesjonalny Menedżer Społeczny ma jako zarządca właśnie.

W 1989 roku Polska weszła na ścieżkę transformacji ustrojowej, którą rozpoczęła reforma samorządowa oraz zapis podstawowych zasad demokracji w Preambule Konstytucji III Rzeczypospolitej. W treści zawarto m.in. poszanowanie wolności i sprawiedliwości, współdziałanie władz, dialog społeczny oraz zasadę pomocniczości umacniającą uprawnienia obywateli i ich wspólnot. Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach ustaliła prawne ramy funkcjonowania organizacji pozarządowych, a decentralizacja działań do poziomu lokalnego otworzyła zupełnie nowe możliwości dla obywateli, w tym: nieograniczone uczestnictwo w życiu publicznym, także poprzez realizację celów w ramach inicjatyw oddolnych wcielanych w życie przez różne podmioty trzeciego sektora. Wszystko to stało się podstawą do działania lokalnych menedżerów, będących **agentami współpracy trzech sektorów życia społecznego w społeczności lokalnej**. Profesjonalny Menedżer Społeczny jest bardzo ważnym ogniwem w procesie budowania społeczeństwa obywatelskiego i by wprowadzić realną zmianę, powinien zaprosić do współpracy instytucje samorządowe, organizacje pozarządowe, podmioty biznesowe, ale przede wszystkim lokalną społeczność.



CZY WIESZ ŻE...

Choć terminem „**trzeci sektor**” często określa się ogół organizacji pozarządowych, to jego definicja jest szersza. **Trzeci sektor** to pewna jakość, pozarządowość wspierana przez system instytucji, poczucie przynależności w formie świadomego udziału we wspólnej, społecznej misji. Każdy aktywny człowiek jest więc niejako reprezentantem **trzeciego sektora**!

Jeśli dopiero odkrywasz świat obywatelskiej aktywności, zapoznaj się z jego możliwościami. Nie musisz działać w pojedynkę! Możesz założyć organizację pozarządową (stowarzyszenie lub fundację), możesz dołączyć do już istniejącej, możesz wreszcie zawiązać grupę nieformalną. Ale uwaga! Wybór jest istotny z punktu widzenia możliwości, jakie ze sobą niesie.

Jako **organizacja pozarządowa** możesz np. starać się o wsparcie finansowe ze środków publicznych na realizację zmiany w najbliższym otoczeniu. Wówczas musisz obudzić w sobie zarządcę, który zorientuje się, o jakie środki możesz się starać, jak wygląda procedura aplikacyjna, jak pomysł przekuć w projekt (o tym więcej w dalszej części tej publikacji).

Organizacje pozarządowe mogą znacznie więcej! Na przykład mają prawo wystąpić z wnioskiem o powołanie **rady pożytku publicznego** , czyli grona doradczego organu jednostki administracyjnej. Jej rolą jest konsultowanie i opiniowanie, a składa się m.in. z przedstawicieli organizacji pozarządowych i administracji publicznej. Udział w takiej radzie zwiększa Twój wpływ na działalność i strategię danej jednostki organizacyjnej.

Coraz częściej także zauważa się **grupy nieformalne** , które w przeciwieństwie do organizacji pozarządowych nie mają osobowości prawnej i zwykle nie mogą startować w dużych konkursach grantowych. Warto jednak zorientować się, czy blisko Ciebie nie działa już mechanizm mikrodotacji. Są to małe środki przeznaczone na realizację celów właśnie takich grup.

Śledź też temat **inicjatywy lokalnej** , która jest nową formą realizacji zadań publicznych przez administrację samorządową we współpracy z mieszkańcami. Została wprowadzona do Ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie w 2010 roku (art. 2 pkt. 4). Obywatele, którzy uznają, że na terenie zamieszkiwanej przez nich jednostki samorządu konieczne są określone inwestycje lub działania, występują z wnioskiem w tej sprawie do organu wykonawczego jednostki samorządu terytorialnego. Z wnioskiem takim mieszkańcy mogą wystąpić jako grupa nieformalna lub za pośrednictwem lokalnej organizacji pozarządowej. Aby ta nowa forma realizacji zadań publicznych weszła w życie, organ stanowiący jednostki samorządu te-

Budżet partycypacyjny to nowy mechanizm pozwalający na włączenie się w proces zarządzania miastem przez współdecydowanie o wydatkowaniu części pieniędzy z budżetu. Umożliwia mieszkańcom artykułowanie potrzeb poprzez zgłaszanie pomysłów na projekty, podejmowanie dyskusji na temat kierunków rozwoju lokalnych społeczności oraz decydowanie, które z tych projektów będą realizowane. Poprzez ten mechanizm mieszkańcy mogą lepiej poznać zasady rządzące wydatkowaniem środków publicznych oraz mieć wpływ na planowanie przyszłych priorytetów w tym zakresie.

rytorialnego powinien uchwalić tryb i szczegółowe kryteria oceny wniosków o realizację zadania publicznego – sprawdź, czy w Twoim najbliższym otoczeniu trwają nad tym prace.

Korzystaj z mechanizmu **budżetu partycypacyjnego** , jeśli taki został wprowadzony w Twoim mieście. Bierz udział w **konsultacjach** . Pojawiają się na **sesjach rady miasta lub gminy** . Mieszkańcy również mogą zgłaszać projekty uchwał (choć specyfika lokalna często decyduje o faktycznej możliwości) – nazywa się to wówczas **inicjatywą uchwałodawczą** . Dowiedz się więcej na temat możliwości, jakie daje **ekonomia społeczna** – może będzie idealnym rozwiązaniem dla Twojej społeczności? Bądź najlepiej zorientowany na temat tego, co się dzieje w Twoim najbliższym otoczeniu.

Jeśli zainteresowały Cię powyższe przykłady obywatelskiej aktywności, zachęcamy do dalszych poszukiwań na własną rękę. W Internecie znajdziesz mnóstwo informacji dotyczących wszystkich kwestii, które mogą Cię zainteresować. Zajrzyj na stronę internetową Urzędu Miasta lub Gminy, a także odwiedź:



www.ngo.pl
www.ekonomiaspoleczna.pl
www.inspro.org.pl



Poszukaj organizacji pozarządowych w Twoim najbliższym otoczeniu. Organizacje, czyli NGO-sy (ang. non-governmental organization) działają w najróżniejszych dziedzinach takich jak: sport i rekreacja (38% z nich), kultura i sztuka (17%), czy edukacja i wychowanie (14%). Następnym razem, gdy pójdziesz na koncert czy zawody sportowe, dowiedz się, czy za tym zamieszczeniem nie stoi organizacja pozarządowa.

Być może w Twoim najbliższym sąsiedztwie siedzibę ma także **inkubator organizacji pozarządowych i/lub inicjatyw oddolnych** . Takie miejsca mają za zadanie pomagać młodym organizacjom pozarządowym i/lub grupom nieformalnym, często też wspierają indywidualnych aktywistów w ich pierwszych krokach ku obywatelskiej aktywności. Z reguły organizują również bezpłatne warsztaty i szkolenia oraz oferują konsultacje – być może będą chętne do współpracy i opracowania bloku edukacyjnego, który pozwoli Ci zintensyfikować działania.

Zapoznaj się także z **programami rozwojowymi dla liderów i liderek** , takimi jak np. Liderzy PAFW. To Program Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności, od 2004 roku realizowany przez Fundację Szkoła Liderów. Powstał, aby wzmocnić i utrwalić wpływ inicjatyw PAFW na rzeczywistość społeczną Polski oraz rozwijać liderski potencjał w środowiskach lokalnych. Więcej o tym Programie na www.liderzy.pl.

Czym jest lokalna społeczność?



Najkrócej można odpowiedzieć, że lokalna społeczność to ludzie. Społeczność można określać w rozumieniu terytorialnym (mieszkańcy jednej wsi czy jednej dzielnicy, sąsiedzi w oficynie), jak i wspólnotowym (pasjonaci fotografii, młodzież uzdolniona aktorsko). Łączy ich wspólny interes, np. naprawa drogi, postawienie ławek na osiedlu, zorganizowanie plenerowego pokazu filmu, spisanie wspomnień najstarszych mieszkańców kamienicy. Zanim dojdiesz do tego, jakie są realne potrzeby społeczności lokalnej, czeka Cię wiele pracy. Przede wszystkim musisz poznać strukturę i historię społeczności lokalnej. W tym celu możesz wykorzystywać dane wtórne (czyli wszystkie dane statystyczne, do jakich jesteś w stanie dotrzeć), ale nic nie zastąpi starej dobrej

rozmowy. Tego etapu nie unikniesz, bo zdobywanie zaufania społeczności wiąże się ze spotkaniem – nie uda Ci się to zza biurka. **Pamiętaj, że jako Profesjonalny Menedżer Społeczny bazujesz na potencjale, a za potencjał lokalnej społeczności uznaje się jej zasoby, czyli umiejętności ludzi, sieci relacji, przywództwo oraz uwarunkowania zewnętrzne mające wpływ na angażowanie się we wspólne działania.**



Wchodząc w społeczność lokalną, powinieneś/powinnaś stać się ekspertem w dziedzinie wiedzy o tej społeczności. Jeśli to możliwe, pozyskaj dostępne dane statystyczne, ale postaw przede wszystkim na rozmowę. Społeczność lokalna to nie bezosobowa masa – dowiedz się o ludziach jak najwięcej.

Pomysł na zmianę w najbliższym otoczeniu może mieć każdy. Osoby, które działają i aktywnie żyją w swoich małych ojczyznach zauważają różne luki i problemy, które warto usunąć. To oni najlepiej znają potrzeby sąsiadów, przyjaciół, kolegów z pracy. Oni też najlepiej działają na rzecz poprawy sytuacji w ich własnym otoczeniu. Dlatego stań się członkiem społeczności lokalnej, w którą wnikasz.

Zacznij od odpowiedzi na pytanie, czy to, co planujesz jest realnie potrzebne. Przeprowadź małe śledztwo – jak wygląda sytuacja obecnie i jaka jest szansa, że inicjatywa spotka się z zainteresowaniem społeczności lokalnej. Jeśli dojdiesz do wniosku, że właściwie nie ma potrzeby realizacji Twojego pomysłu, nie zniechęcaj się! Być może wymaga on tylko małej korekty. Wyjdz w teren – rzeczywistość jest źródłem nieustannych inspiracji.

1 Robert J. Chaskin, Prudence Brown, Sudhir Venkatesh, Avis Vidal, *Budowanie potencjału lokalnej społeczności*, w: Tomasz Kazimierzczak, *Zmiana w społeczności lokalnej, szkice o kapitale społecznym w praktyce społecznej i nie tylko*, ISP, Warszawa 2007, s. 37.

Podejdź do swojego zadania **metodycznie**. Przyporządkuj działania kolejnym etapom:



Etap kreacji i partycypacji to właściwie etap opracowywania projektu. Każde nasze działanie jest swoistym projektem. Jest określone w czasie (czyli wiesz, kiedy ma nastąpić), ma przypisane zasoby (czyli co jest potrzebne, by się udało) oraz określony cel (co chcemy osiągnąć). Nawet na poranne mycie zębów możesz spojrzeć jak na projekt (realizacja następuje rano; potrzebne są szczoteczka, pasta i woda; celem jest świeży oddech i białe zęby). Dlatego w następnej części dowiesz się, jak pomysł przekuć w projekt.

04 UWAGA! Projekt

W tej części publikacji przedstawimy wybrane elementy zarządzania projektem, które mogą pomóc w sztuce planowania i realizacji Twojego pomysłu na interwencję. Każda minuta poświęcona na planowanie podczas opracowywania projektu oszczędzi Ci kłopotów podczas jego wdrażania. Staraj się racjonalnie szacować czas potrzebny do realizacji działań, koszty oraz zasoby ludzkie, które posiadasz oraz te, które musisz pozyskać. Korzystaj z doświadczenia innych.

Kiedy mówimy o projekcie? **Projekt to tymczasowa organizacja stworzona w celu dostarczenia jednego lub większej ilości produktów.** By miał szanse na powodzenie należy określić **czas jego realizacji** (kiedyś musisz dokonać oceny jego wyników), **niezbędne zasoby** (mowa tu zarówno o ludziach, jak i sprzęcie potrzebnym do jego realizacji), **jakość i zakres** (musisz wiedzieć, jakie efekty chcesz osiągnąć i jaki poziom powinny one reprezentować). Elementy te nazywane są **trójkątem ograniczeń**. Pamiętaj, że tylko dbając o nie wszystkie osiągniesz swój cel i przewidywane rezultaty.

Jeśli np. celem jest uspokojenie ruchu na Twojej ulicy, ale w projekcie nie zadbasz o odpowiednie działania (np. lobbowanie za wprowadzeniem jednokierunkowej organizacji ruchu) i nie określisz, o jakie uspokojenie Ci chodzi (np. 15% w stosunku do obecnego stanu), na pewno będziesz miał problemy z realizacją. Dlatego dokładnie przeemyśl wszystkie aspekty – zarówno merytoryczne, jak i logistyczne. Oto, jak możesz to zrobić.



Gdzie leży problem?

Zacznij od **analizy sytuacji**, w której obecnie znajduje się środowisko dla Twojej interwencji. Zidentyfikuj najważniejsze problemy i zastanów się, z czego wynikają. Zajmie Ci to sporo czasu, ale to podstawa do wprowadzenia realnej zmiany w otoczeniu.

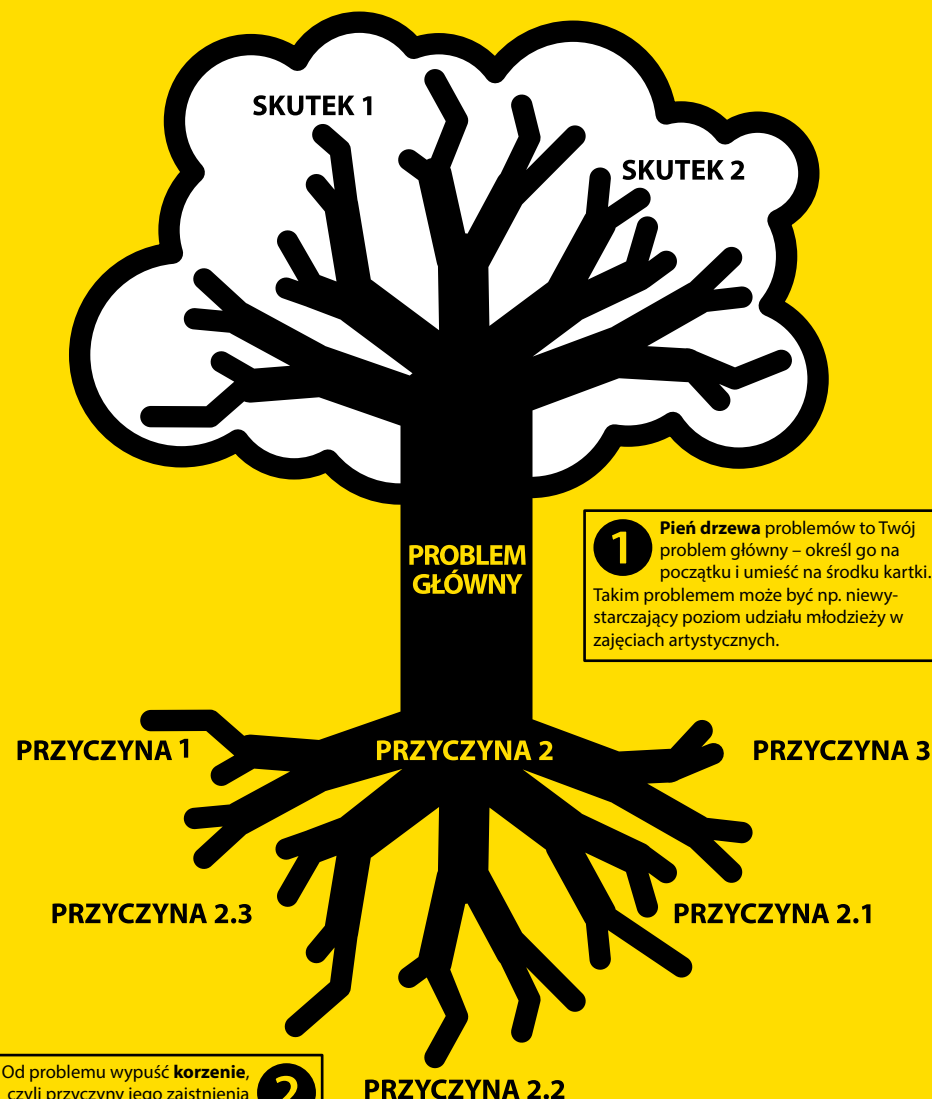
Analizę powinienś/powinnaś rozpocząć od postawienia sobie pytania: na czym polega problem? Żaden problem nie istnieje w oderwaniu od rzeczywistości i zawsze stanowi element łańcucha przyczynowo-skutkowego. Pamiętaj, że jeżeli problem zostanie źle zidentyfikowany, jego rozwiązanie może okazać się niewykonalne. Warto go więc określić w oparciu o fakty (dane, wiadomości, statystyki, itp.). Możesz posłużyć się specjalnym narzędziem nazywanym drzewem problemów.

Na górze od problemu głównego poprowadź **koronę drzewa**, czyli skutki problemu. W naszym przykładzie może to być np. wzrost liczby wybrzków wandalicznych na interesującym Cię terenie. I tu znów możesz posiłkować się związkiem logicznym:

Moim problem jest....., a jego skutkiem jest

3

Rozpisując to w powyższej formie będzie Ci łatwiej ustrukturyzować plan realizacji Twojej interwencji.



1 **Pień drzewa** problemów to Twój problem główny – określ go na początku i umieść na środku kartki. Takim problemem może być np. niewystarczający poziom udziału młodzieży w zajęciach artystycznych.

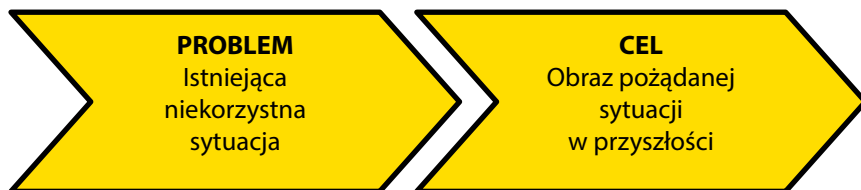
Od problemu wypuść **korzenie**, czyli przyczyny jego zaistnienia (np. brak świetlicy dopasowanej do potrzeb artystycznych młodzieży). Dla ułatwienia, możesz użyć zdania: Moim problem jest....., jego przyczyną jest

2



Określ cele

By Twoje działania miały szansę na sukces, musisz określić ich kierunek. Stąd kolejnym etapem w prawidłowym przekształceniu pomysłu w projekt jest określenie celu lub celów, które chcesz osiągnąć w trakcie jego realizacji. Do tego możesz użyć narzędzia nazywanego **analizą celów**, które polega na przekształcaniu problemów, czyli sytuacji negatywnych na sytuacje pozytywne. Cele określ jako opis sytuacji, która zaistnieje, jeśli coś zostanie poprawione, zredukowane czy stworzone. Posiłkując się wcześniejszym przykładem, celem może być zwiększenie poziomu uczestnictwa młodzieży w zajęciach artystycznych.



Co ważne, **myśl realnie** – nie zakładaj, że dzięki Twoim działaniom nagle wszystkie nastolatki przestaną wyżywać się na murach i ławkach, bo dostaną dobrze wyposażoną świetlicę. Jest to tym istotniejsze, jeśli realizujesz swoją zmianę przy wsparciu środków publicznych – wówczas nie ma miejsca na błędy i improwizację.

Cel powinien być więc **jasno określony i mierzalny**, a do jego zapisania możesz użyć techniki **S.M.A.R.T.**, według której cele powinny być: proste (S – simple), mierzalne (M – measurable), ambitne (A – ambitious), realne (R – real) i określone w czasie (T – timely defined).

Technika S.M.A.R.T. w praktyce? Oto przykład.

Problem: mała liczba pozalekcyjnych zajęć artystycznych

Cel: zwiększyć liczbę pozalekcyjnych zajęć artystycznych

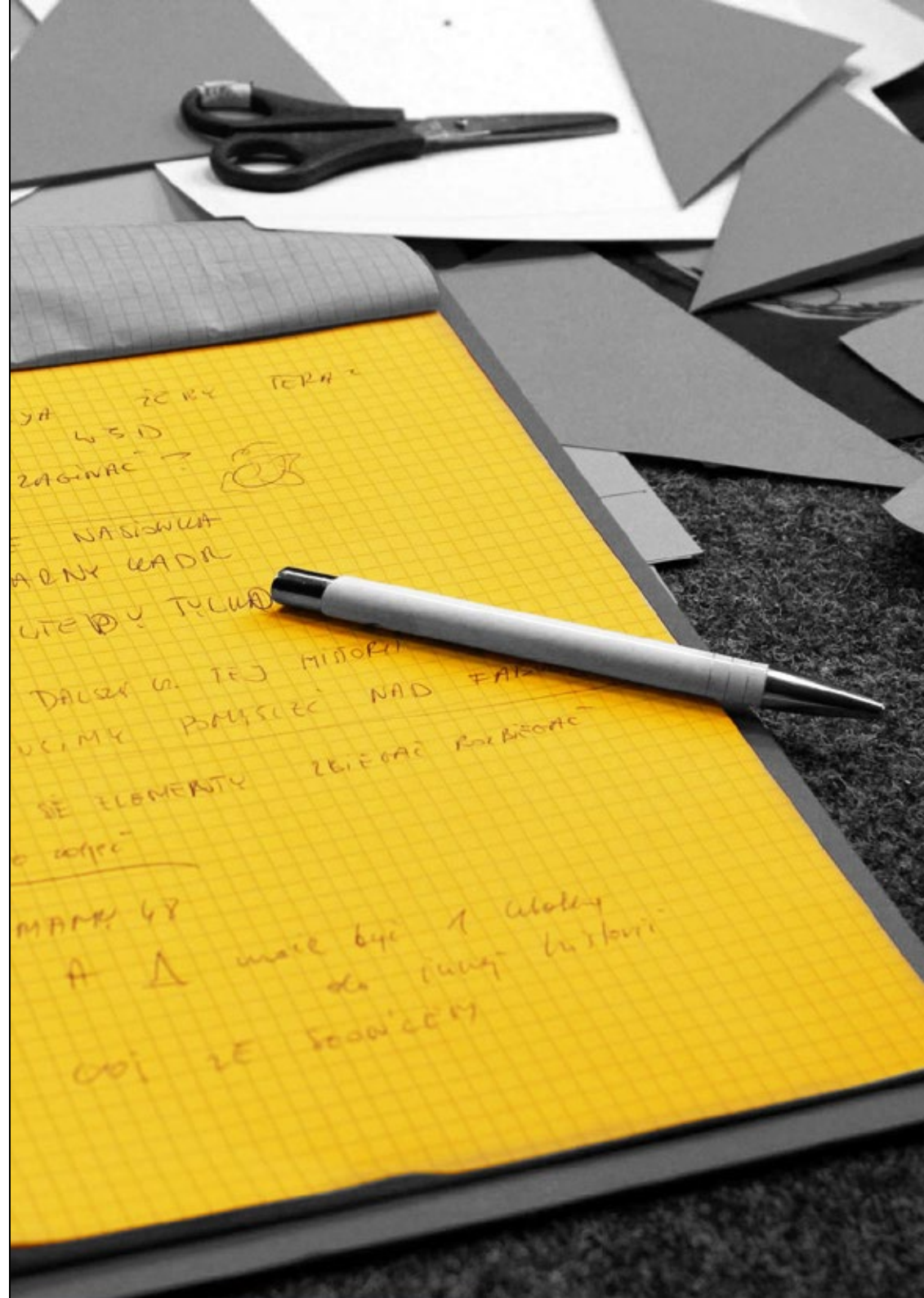
ŹLE!

Cel nie jest zgodny z techniką S.M.A.R.T.! Wprawdzie jest zrozumiały, lecz niejednoznaczny. Nie da się stwierdzić: czy, w jakim stopniu i kiedy zostanie osiągnięty.

Przykład celu sformułowanego zgodnie z techniką S.M.A.R.T.:

Zwiększyć o 40 % liczbę pozalekcyjnych zajęć artystycznych dla dzieci w powiecie myśliborskim do czerwca 2015 roku.

To przykład celu sformułowanego zgodnie z techniką S.M.A.R.T.! Cel jest jasny i realny, mierzalny (chcemy zwiększyć liczbę zajęć o 40%, co możemy sprawdzić zestawiając dane sprzed i po realizacji projektu) i określony w czasie (wiemy, że ma się to stać do czerwca 2015 roku).



Rozpisz działania

Kolejnym krokiem w opracowaniu pomysłu w formie projektu jest dokładne **określenie działań, których realizacja pozwoli osiągnąć cel**. Na pewno już w jakimś stopniu wiesz, co chciałbyś/chciałabyś zrobić, jednak na tym etapie musisz dokładnie zastanowić się i rozpisać pracę tak, by niczego nie pominąć. Pamiętaj, że wprowadzanie zmiany to szerokie pojęcie, w którego skład wchodzi wiele mniejszych działań. Nawet jeśli wszystko masz w głowie, rozpisz to dokładnie, choćby w celu przedstawienia harmonogramu działań innym zainteresowanym. Skorzystaj z tego, co wypracowałeś/wypracowałaś w trakcie robienia analizy celów lub skorzystaj z dwóch technik, które przedstawiamy poniżej.

Technika I: struktura podziału prac (ang. work breakdown structure, WBS)

Struktura podziału pracy to najprostsza technika pomagająca określić i zorganizować działania. Ma formę odwróconego drzewa, którego korzeń i pień określają cele przedsięwzięcia (możesz użyć tych z analizy celów). Kolejne poziomy (czyli gałęzie) to wszystkie zadania, które składają się na osiągnięcie celu. Przykładowa struktura podziału prac może wyglądać tak:

STRUKTURA PODZIAŁU PRAC

KORZEŃ (cel)

Zaplanowanie i przeprowadzenie warsztatów w ramach projektu AKADEMIA AKTYWNYCH KOBIET

GAŁĘZIE (cele szczegółowe)

Zaplanowanie i przeprowadzenie działań promocyjnych

Zaplanowanie i przeprowadzenie rekrutacji

Zaplanowanie i przeprowadzenie warsztatów

PODZIAŁ PRACY (działania do wykonania)

- opracowanie strony www
- opracowanie ulotek
- dystrybucja ulotek
- opracowanie plakatów
- dystrybucja plakatów
- przygotowanie i rozpowszechnianie informacji prasowej

- opracowanie formularza rekrutacyjnego i wymogów
- ustalenie daty rekrutacji
- rozdystrybuowanie informacji o rekrutacji
- przeprowadzenie rekrutacji
- posiedzenie Komisji Rekrutacyjnej
- poinformowanie i potwierdzenie uczestników

- wynajęcie sali, sprzętu multimedialnego
- potwierdzenie trenerów
- opracowanie programu warsztatów
- opracowanie harmonogramu warsztatów
- druk materiałów
- zakup materiałów
- ewaluacja warsztatów

To ostatni moment, by zaprosić społeczność lokalną do partycypowania i współdecydowania. Możesz zorganizować spotkanie, podczas którego wstępnie poznasz i zintegrujesz grupę, a następnie, używając technik kreatywnych takich jak burza mózgów, wspólnie wypracujecie plan (przykładowy scenariusz znajdziesz na końcu tej publikacji). W skrócie opiera się to na tym, by w nieformalnej atmosferze znaleźć jak najwięcej potencjalnie istotnych dla osiągnięcia celu działań. Co ważne, podczas burzy mózgów nie ma złych rozwiązań! Zapisujcie je wszystkie, a następnie określcie, które wprowadzicie w życie. **Pamiętaj, że każdy cel można osiągnąć na kilka różnych sposobów.**

Technika II: pakiety prac (ang. work packages, WP)

Technika pakietów prac to inny sposób zapisywania działań, które muszą być podjęte w ramach wprowadzenia zmiany. Pakiet prac to po prostu zbiór działań, których wykonanie przybliży Cię do realizacji celów Twojego projektu. W przypadku użycia tej techniki Twoim narzędziem stanie się specjalna tabela, w której w sposób czytelny możesz rozpisać czas na realizację określonego działania oraz daty rozpoczęcia i zakończenia poszczególnych pakietów.

Nr	Działanie	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.
WP 1	Zarządzanie i administracja projektem																								
1.1	Spotkania partnerów																								
WP 2	Komunikacja i promocja																								
2.1	Projekt i druk ulotek																								
WP 3	Organizacja warsztatów																								
3.1	Opracowanie scenariusza warsztatów																								
WPn																									

Jak to działa? W pierwszej kolumnie tabeli wpisz numer swojego pakietu pracy (w skrócie WP od work package), w drugiej na tej samej wysokości – jego nazwę (czyli działanie). W dalszej części tabeli (na tym samym poziomie) zaznacz czas trwania w miesiącach czy dniach.

Dobrze będzie, jeśli na samym początku od razu rozpiszesz czas realizacji całego projektu, wówczas określisz termin realizacji każdego pakietu poniżej, np. wyszarzając go. W powyższym przykładzie **WP1 Zarządzanie i administracja projektem** trwa przez cały założony okres projektu (kolorem żółtym zaznaczono wszystkie pola), a spotkania partnerów, które są częścią tego pakietu i zostały oznaczone numerem **1.1**, zaznaczono punktowo (czarne punkty w określonych dniach). Z kolei **WP3 Organizacja warsztatów** trwa od 5 do 19 dnia projektu, przy czym **WP Opracowanie scenariusza warsztatów** przewidziany jest tylko w 5 dniu projektu.

Taki sposób zapisu podziału pracy w ramach Twojej inicjatywy jest bardzo elastyczny, przez co pozwala na bieżąco go aktualizować. Możesz na przykład dodać kolumnę, w której wskażesz **rezultaty**, czyli to, co będzie wynikiem realizacji danego pakietu, a także **wskaźniki rezultatu** – czyli w jaki sposób ocenisz rezultat.

Rezultaty to bezpośrednie i natychmiastowe efekty zrealizowanego projektu. Dzielimy je na:

- **twarde:** to rezultaty będące obiektem fizycznym, inaczej mierzalnym, np. 120 godzin zajęć z garncarstwa przeprowadzonych na podstawie stworzonego 1 programu zajęć dla 50 osób;
- **miękkie:** to takie rezultaty projektu, które mają postać niematerialną, przez co trudno nam je ocenić, np. rozwój więzi sąsiedzkich, nabycie umiejętności pracy zespołowej, obudzenie poczucia odpowiedzialności za wspólną przestrzeń.

Mierzenie rezultatów to kwestia kluczowa, jeśli Twoja interwencja jest finansowana ze środków publicznych, bo osiągnięcie założonych rezultatów jest podstawą do rozliczenia projektu. Jednak nawet, gdy Twoja inicjatywa jest czysto społeczną i wolontariacką akcją, mierzenie jej rezultatów przyda Ci się do przeprowadzenia ewaluacji działań z resztą zespołu czy wszystkimi przedstawicielami społeczności lokalnej, w której działasz.

Jak więc określić wskaźniki rezultatów oraz źródła ich weryfikacji? Oto przykład. Załóżmy, że jednym z planowanych przez Ciebie działań jest zorganizowanie i przeprowadzenie serii szkoleń przeznaczonych dla mieszkańców Twojej dzielnicy z zakresu opracowywania i zgłaszania wniosków do budżetu partycypacyjnego. W takiej sytuacji jako rezultaty możesz zidentyfikować np. 3 przeprowadzone szkolenia, 40 przeszkolonych mieszkańców dzielnicy, itp. Z kolei źródłem weryfikacji założonych wskaźników dla przytoczonego przykładu będzie lista obecności, ankieta dotycząca jakości szkolenia, czy nawet liczba złożonych przez jego uczestników projektów.

Dokonaj syntezy założeń

Jesteś już w połowie drogi – teraz musisz złożyć wypracowane elementy w logiczną całość, która będzie dla innych drogowskazem podczas realizacji zmiany. Do tej pory:

- przeanalizowałeś/przeanalizowałaś sytuację i określiłeś/określiłaś problemy oraz ich przyczyny;
- zdefiniowałeś/zdefiniowałaś jasny, mierzalny i określony w czasie cel;
- zdecydowałeś/zdecydowałaś, jakie działania musisz przeprowadzić, by

osiągnąć cel i rozpisaleś/rozpisałaś je z podziałem na mniejsze działania;

- dla wszystkich działań określiłeś/określiłaś harmonogram, budżet oraz oczekiwane rezultaty wraz z ich wskaźnikami weryfikacji.

Na tym etapie spróbuj więc zidentyfikować czynniki zewnętrzne, które mogą mieć wpływ na proces wprowadzania zmiany oraz osiągnięcie założonych celów – to tzw. czynniki ryzyka. I od razu przygotuj się na to, że na pewno je znajdziesz. Przemyśl, jaki mogą mieć wpływ na Twoje działania i jak możesz je zminimalizować lub wykorzystać. Mówi się, że jeżeli coś w projekcie może pójść niezgodnie z planem to należy oczekiwać, że taka sytuacja będzie miała miejsce, dlatego zastanów się:

- Co może pójść nie tak?
- Jakie jest tego prawdopodobieństwo?
- Co się stanie, jeśli coś pójdzie nie tak?
- Co należy zrobić, by usunąć zagrożenie?
- Co można zrobić, by zmniejszyć prawdopodobieństwo ponownego wystąpienia zagrożenia?

Określając czynniki ryzyka dla przytoczonego przykładu szkoleń dla mieszkańców dzielnicy z zakresu opracowywania i zgłaszania wniosków do budżetu partycypacyjnego, możesz rozważyć przykładowe ryzyko braku zainteresowania ze strony odbiorców, wynikające z przekonania, że „i tak nic się nie da zrobić”. Zastanów się, jak zminimalizować to ryzyko.

Ryzyko dla realizacji Twojego projektu mogą też stanowić ludzie, których może nie bierzesz w tym momencie pod uwagę. Poświęć trochę czasu i zastanów się, kim są **Twoi interesariusze, czyli wszystkie osoby i organizacje, mające wpływ (pozytywny bądź negatywny) lub podlegające wpływowi (bezpośredniemu lub pośredniemu) na projekt.**

Twoi interesariusze główni to osoby, grupy osób lub instytucje, z którymi podczas wprowadzania zmiany zetkniesz się bezpośrednio. Są najważniejsi dla realizacji projektu. Interesariusze drugiego rzędu to osoby, grupy osób lub instytucje, które nie mają bezpośredniego wpływu na Twój projekt, jednak mogą oddziaływać na interesariuszy głównych i przez to wpływać na realizację. Pozostali interesariusze to wszystkie inne osoby, grupy osób lub instytucje, których aktywność może mieć wpływ na osiągnięcie celów.

Zastanów się, jaką strategię wobec interesariuszy projektu przyjąć, np. czy zaprosić ich do czynnego udziału w projekcie (strategia partycypacji), czy jedynie monitorować ich działania i zachowania reagując zarówno na pozytywne, jak i negatywne nastawienie tej grupy (strategia monitorowania). Pamiętaj, że nawet pozornie niezwiązane z projektem środowisko opiniotwórcze może wpłynąć na jego realizację (np. stanowisko stowarzyszenia zajmującego się ekologią może mieć znaczący wpływ na zorganizowanie pikniku integracyjnego w miejscu, w którym siedlisko ma rzadki gatunek ptaków). Choć nie zawsze nieprzychylna opinia interesariuszy będzie skutkować porażką projektową, może stworzyć wokół niego tzw. czarny PR i skutecznie zniechęcić dużą

część Twojej grupy docelowej do udziału. Dlatego też nie lekceważ interesariuszy – dokonaj dogłębnej analizy ich nastawienia oraz zaplanuj kroki, które możesz podjąć w sytuacji zagrożenia realizacji projektu.



Właściwie zarządzaj właściwymi ludźmi

Jako menedżer społeczny nie działasz w próżni i potrzebujesz osób, które wspomogą Cię we wprowadzeniu zmiany. **Dlatego też stwórz „grupę dowodzenia”, złożoną z przedstawicieli społeczności lokalnej i osób zaangażowanych przez Ciebie, niezbędnych do realizacji działania.** Jako Profesjonalny Menedżer Społeczny musisz dbać o swój zespół i odpowiednio go motywować, bo to od tych osób zależy powodzenie całego przedsięwzięcia. Pamiętaj, że zazwyczaj, jeśli coś idzie nie tak, to pierwszym, co należy zbadać jest komunikacja pomiędzy członkami zespołu i/lub pomiędzy członkami zespołu a innymi przedstawicielami społeczności lokalnej. Jesteśmy tylko ludźmi – czasem coś nie zostanie dopilnowane, coś będzie źle zrozumiane, do czegoś nie uda nam się przekonać wszystkich, trafi nam się w zespole osoba kompletnie nie potrafiąca pracować zespołowo. Jako menedżer społeczny i inicjator zmiany musisz na bieżąco śledzić nastroje, rozliczać z wykonanych lub niewykonanych zadań, motywować i rozmawiać. Niech wszyscy pracujący nad wspólną interwencją czują się odpowiedzialni za projekt, ale jednocześnie mają pewność, że nie zostaną zostawieni sami sobie. Reaguj, rozwiązuj problemy, deleguj, a przede wszystkim – jasno określ zakres odpowiedzialności.

Pamiętaj, że ten etap wprowadzania zmiany musi być kontynuacją etapu budowania więzi. Jeśli wejdiesz w społeczność lokalną i od razu zaczniesz rozdzielać zadania, narzucając innym swoją wizję bez konsultacji, możesz być pewien/pewna, że napotkasz opór. Pamiętaj o **właściwej kolejności działań!**

Po przestudiowaniu tego rozdziału, jesteś bogatszy/bogatsza o podstawową wiedzę z zakresu zarządzania projektem. Tajemnicą poliszynela wśród osób zajmujących się tą dziedziną jest to, iż prawdziwe kompetencje zyskuje się dopiero realizując projekty i budując sieć kontaktów. Pamiętaj, by zarówno opracowanie, realizacja, jak i rozliczenie projektu było przemyślane. Ucz się od innych, pytaj, współpracuj. Podchodź do każdego działania indywidualnie, bo nie ma jednej recepty na sukces.

W dalszej części opowiemy Ci o projekcie „REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny” i o ponad dwudziestu niezwykłych osobach, które jeszcze niedawno były w tym samym miejscu, w którym być może Ty jesteś teraz. Jednak dzięki determinacji i niesłabnącej chęci zrobienia „czegoś” wspólnie stworzyli siedem mikroinicjatyw i wprowadzili tym samym realną zmianę w zidentyfikowanym przez siebie środowisku.

05 UWAGA! REkreacja

Rekreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny to projekt zrealizowany przez Szczecińskie Stowarzyszenie Media Dizajn. Taki sam, jak te, których opracowywania nauczyłeś/nauczyłaś się studiując poprzedni rozdział. Ta publikacja to jeden z rezultatów projektu, choć najważniejszym jest na pewno przemiana, jaka dokonała się w życiu jego uczestników. Zanim jednak o nich, opowiemy Wam krótką historię o pragnieniu zmiany.

Projekt „REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny” wyrósł z obserwacji, jakiej dokonali członkowie Stowarzyszenia Media Dizajn i Szczecińskiego Inkubatora Kultury. Spotykając się codziennie z pełnymi energii, gotowymi do działania ludźmi, których głowy kipią od pomysłów, animatorzy zadali sobie pytanie, co jest przyczyną braku odwagi do realizacji działań. Zebrane doświadczenie, długie debaty, analizy danych zastanych i wreszcie rozmowy z samymi zainteresowanymi dały odpowiedź. Lęk przed rzuceniem się na głęboką wodę obywatelskiej aktywności wynika przede wszystkim z niskiego poziomu wiedzy z tego zakresu oraz braku sieci kontaktów i możliwości przetestowania swoich umiejętności w środowisku wsparcia.

Okazało się, że nawet brak środków finansowych nie jest tak dużym problemem, jak „kompetencyjne osamotnienie”. Postanowiliśmy więc przeprowadzić eksperyment.

JAKI BYŁ PLAN?

- 1** Zebrać ciekawych ludzi z pomysłami w jednym miejscu
- 2** Stworzyć specjalnie dla nich program edukacyjny, dopasowany do ich realnych potrzeb
- 3** Przeprowadzić ich przez proces zamiany pomysłu w projekt
- 4** Umożliwić przetestowanie nabytych umiejętności w środowisku wsparcia



Zaczęliśmy od wyłonienia potencjalnych menedżerów społecznych. Przeszli oni przez dwuetapowy proces rekrutacji, w ramach którego musieli przedstawić wstępny pomysł na wprowadzenie zmiany. Na tej podstawie wyłoniliśmy 24-osobową grupę REkreatorów. Naszym celem było obudzenie w nich Profesjonalnych Menedżerów Społecznych przez podniesienie kompetencji społecznych, obywatelskich i menedżerskich oraz umożliwienie przetestowania nabytych umiejętności w środowisku wsparcia.

Od września 2014 roku, REkreatorzy nabywali wiedzę i umiejętności z zakresu realizacji działań społeczno-kulturalnych. Choć uczestnicy projektu nie otrzymali gotowych odpowiedzi i recepty na sukces, to zdobyli kompetencje, które ułatwiły im dalszą pracę.

Teraz, pełni motywacji i dobrej energii stają przed Tobą jako Profesjonalni Menedżerowie Społeczni i realizatorzy własnych inicjatyw. Jak sami przyznają, każdy z trzech filarów naszego eksperymentu był równie ważny: program edukacyjny opracowany specjalnie dla nich, możliwość bezpiecznego prze-

testowana nabytych umiejętności oraz sieć kontaktów, którą zbudowali.

Najsilniejszą stroną projektu „REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny” było indywidualne podejście do jego uczestników. Program edukacyjny dopasowaliśmy do konkretnych potrzeb REkreatorów, którym daliśmy możliwość wpłynięcia na jego kształt. Nie opracowaliśmy też jednej metody kształcenia – ona wciąż powstaje i za każdym razem będzie inna, w zależności od grupy odbiorców. Inspirował nas

coaching wywodzący się z biznesu, a więc kontekstu odległego od działań czysto społecznych. Skupiliśmy się na realnych potrzebach różnych interesariuszy – opracowany przez nas program miał nie tylko odpowiadać na zapotrzebowanie kompetencyjne uczestników projektu, ale także odbiorców ich działań. Postawiliśmy na najbliższe nam trendy w kształceniu liderów, tj. **indywidualizację procesów rozwojowych**, odwołującą się do samoświadomości jednostki, **sytuacyjność** (dostosowanie programów do szczególnych potrzeb osoby uczącej się) i **praktyczność** (zintegrowanie procesów rozwojowych z działaniem)². Pracowaliśmy wykorzystując konsultacje i coaching, kierując się tymi samymi zasadami, które zaprezentowaliśmy w Rozdziale 02.

W dalszej części zamieszczamy zakres przyjętego przez nas programu edukacyjnego. Posłuży Ci on przede wszystkim, jeśli tak jak my chcesz współpracować z potencjalnymi menedżerami społecznymi. Inspiruj się i poszukuj własnych rozwiązań. Dodajemy jeszcze scenariusze trzech zajęć z bardzo różnych dziedzin, z których każdy może przydać się Profesjonalnym Menedżerom Społecznym podczas wprowadzania zmiany.

REkreacja w matematycznym

skrót:

24 REkreatorów
85 intensywnych dni
80 godzin warsztatów
84 godziny konsultacji i coachingu
kilka wspólnie przyrządzonych śniadań
7 mikroinicjatyw
1 spontanicznie nakręcony teledysk
1000 i więcej uśmiechów

² Maria Makowska i Agnieszka Szelągowska, *Nowe trendy w kształceniu liderów*; w: *Tutoring - w poszukiwaniu metody kształcenia liderów*, Stowarzyszenie Szkoła Liderów, 2007



4 ZJAZDY WEEKENDOWE



**PODCZAS KAŻDEGO ZJAZDU
20 GODZIN WARSZTATÓW**



42 GODZINY KONSULTACJI



**42 GODZINY COACHINGU
GRUPOWEGO**



12 ŚWIETNYCH EKSPERTÓW



**24 PREZENTACJE POMYSŁÓW
NA MIKROINICJATYWY,
Z CZEGO 7 ZREALIZOWANYCH**

**NASZ TEMAT: Po co miastu kultura?**

Dyskusja na temat tego, czym jest miasto – w perspektywie mieszkańca-odbiorcy i mieszkańca-twórcy. Rozmawialiśmy o tym, że nie ma potrzeby podziału: mieszkaniac-odbiorca może przyjąć funkcję twórcy i odwrotnie. Twórca występuje tu nie tylko jako człowiek kultury, ale przede wszystkim jako aktywista ingerujący i integrujący. Skupiliśmy się jednak przede wszystkim na sztuce, miejscach i mieszkańcach – omówiliśmy przestrzeń publiczną i jej wrogów, nurt site specific art, community art i wybrane interwencje. Zażyczyliśmy o społeczne funkcje kultury, nowe definicje uczestnictwa w kulturze, „zmuszanie” do uczestnictwa w kulturze, opór i wandalizm. Była to solidna dawka wiedzy, inspiracji i fundamentów do poszukiwania głębiej zakorzenionych potrzeb społeczno-kulturalnej aktywności w nas samych i naszych odbiorcach.

**NASZ TEMAT: Wszystko, co chcielibyście wiedzieć o kreatywności, ale baliście się zapytać**

Energetyczny warsztat dotyczący stymulowania kreatywności. Rozmawialiśmy o tym, jak poznać potrzeby społeczności, do której chcemy trafić oraz jak kreatywnie podejść do identyfikowania i rozwiązywania problemów. W nieszablony sposób uczyliśmy się, jak działać, jak pytać, jak organizować. Warsztat przygotował uczestników do integrowania członków społeczności lokalnej poprzez działania kreatywne.

**NASZ TEMAT: Od pomysłu do projektu**

Każde działanie jest projektem i dobry menedżer społeczny powinien bez problemu przekuć pomysł w bardziej ustrukturyzowaną formę. Zaprezentowaliśmy, jak zbudować strukturę zarządzania projektem, aby ustrzec się wąskich gardeł i sprawnie podejmować kluczowe decyzje. Omawialiśmy zasady zarządzania zespołem projektowym i motywowania. Przeszliśmy przez cały proces, na który natknie się menedżer społeczny - od entuzjazmu do frustracji. Były to zajęcia kluczowe dla uczestników, bo uzmysłowiły im, że pomysł to za mało.

**NASZ TEMAT: Bądź wizytówką swojego pomysłu! Autoprezentacje i wizerunek publiczny**

Menedżer, czy tego chce, czy nie, ma niewiele czasu na to, by przekonać kogoś do swego pomysłu – decydują sekundy! Jak dobrze się zaprezentować i nie paść na zawal? Jak mówić wyraźnie i konkretnie, jak emanować pewnością siebie i być wizytówką swoich idei? Wystąpienie publiczne to duży stres, traktowany jako drugi najtrudniejszy, po śmierci bliskiej osoby, wysiłek emocjonalny. Nie jest to proste, a często najlepsze pomysły giną pod niepotrzebnymi emocjami. Ten warsztat był dla uczestników ważny, bo przygotował ich do StartUp Weekendu, podczas którego przekonywali innych do swych pomysłów na mikroinicjatywy i poznawali podstawowe aspekty realizacji akcji interwencyjnych. Były to zajęcia praktyczne. Wystąpienia uczestników odbywały się przed kamerą, a publicznością była grupa warsztatowa.

**NASZ TEMAT: REkreatorzy na start! Czyli StartUp Day**

StartUp Day był okazją do tego, by zarazić resztę uczestników swoją pasją, zaprosić do wspólnej akcji, powalczyć o pomysł. Idea wydarzenia wywodzi się ze środowiska biznesowego i służy sieciowaniu oraz szybkiej realizacji pomysłów. Dla naszych REkreatorów była to nieoceniona lekcja – jak w krótkim czasie skutecznie zaprezentować swój pomysł na zmianę. Była to szansa na zdobycie poparcia dla projektu, ale także test nabytych już w ramach „REkreacji” umiejętności. Podczas tego wydarzenia każdy uczestnik miał tylko trzy minuty na prezentację swojego pomysłu o charakterze interwencyjnym, czyli wprowadzającym zmianę w najbliższym otoczeniu. Siedem z nich wybraliśmy do realizacji w ramach projektu „REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny”. Ich pomysłodawcy stali się koordynatorami swoich mikroinicjatyw, a reszta uczestników została przypisana do konkretnych grup realizujących określone społeczne interwencje. Zespoły musiały przejść cały proces realizacji projektu, tj. napisać wniosek projektowy wraz z harmonogramem i budżetem, wprowadzić zmianę i złożyć sprawozdanie z realizacji. A to wszystko w mor-

derczym tempie niecałych dwóch miesięcy! StartUp Day był połączony z warsztatami dotyczącymi budowania marek wydarzeń planowanych do realizacji przez uczestników.



NASZ TEMAT: Szkolenie z przywództwa- zarządzanie zespołem, komunikacja w grupie, role grupowe, kompetencje lidera

Realizujesz mikroinicjatywę. Wszystko idzie gładko, Twój zespół zdaje się być zgrany, a problemów jest niepokojąco mało. Nadchodzi dzień akcji i nagle okazuje się, że brakuje podstawowych materiałów niezbędnych do przeprowadzenia warsztatów, a zaproszony przez Ciebie trener nie przyjedzie, bo jego kot ma kaszel. Brzmi trochę nerwowo? Te zajęcia przygotowały naszych REkreatorów do czekającego ich zadania i uzbroiły w wiedzę pomocną w sytuacjach kryzysowych. Przez ćwiczenia warsztatowe unaoczniono procesy zarządzające zespołami w sytuacjach trudnych, zmiany, problemów z komunikacją lub kryzysu. Dzięki wykorzystaniu odpowiednio dobranych symulacji uczestnicy wczuli się w rolę liderów grupy zadaniowej oraz członków zespołu.



NASZ TEMAT: Akcja Kreacja

Akcja Kreacja to warsztatowy eksperyment przygotowany specjalnie na „REkreację”. Ten eksperyment był całkowicie bezpieczny dla jego uczestników, a co więcej - pozytywnie wpłynął na kondycję ich motywacji i kreatywności. Grupa warsztatowa przeszła przez dynamiczną serię ćwiczeń, gier i symulacji. Uczestnicy podnieśli swoje kompetencje komunikacyjne, zdobyli umiejętności pracy w grupie, motywowania zespołu, podejmowania decyzji. Dowiedzieli się też, jak zbudować w sobie otwartość na zmianę. Nie było ocen, gotowych rozwiązań i przydługich prezentacji. Były za to niespodzianki, papierowe pociski, kolorowe liściki i słodkie pianki.



NASZ TEMAT: Szkolenie z mediów społecznościowych

Media społecznościowe to podstawowe narzędzie komunikacji i promocji dla organizacji pozarządowych i indywidualnych działaczy. Stosunkowo niedrogie (a często zupełnie darmowe) jest orężem w walce o uwagę odbiorcy. Jak dobrze się nim posługiwać? REkreacyjne spotkanie z mediami społecznościowymi podzieliliśmy na dwie części. Pierwsza była bombą teoretyczną, zaś druga to czysta praktyka. Pochyliliśmy się nad Facebookiem, G+, Twitterem, Instagramem i Youtubem. Poznaliśmy profil odbiorcy, zasięgi, a także nauczyliśmy się dobierać treści i „crossować” platformy. Było sporo o „lol kontencie”, „hejcie”, „trollingu”, ale również o budowaniu strategii, zaangażowaniu i sposobach zwiększania grupy docelowej. Czyli co może zrobić Profesjonalny Menedżer Społeczny, by wypromować swoją zmianę za 0 zł.



NASZ TEMAT: Media w służbie Twojej sprawy

Jak budować relacje z mediami? Jakie kryteria powinien spełnić dobry pakiet informacyjny dla mediów? Jak pisać, by nie zanudzać, a zachęcać? I najważniejsze – jak dotrzeć do odbiorców przy pomocy swojej obecności w mediach? REkreatorzy poznali różnicę pomiędzy informacją a newsem, dowiedzieli się, dlaczego nie wysyłać informacji prasowej w pliku PDF oraz gdzie najlepiej uzyskać telefon do redaktora naczelnego. Napisali własnoręcznie leada i teraz już wiedzą, co oznaczają cztery krzyżyki na końcu informacji prasowej. Czyli jak informować, a nie spamować o swoich działaniach.



NASZ TEMAT: Szkolenie z organizacji imprez i wydarzeń o charakterze kulturalnym, sportowym i rekreacyjnym

Warsztat wyjaśniający, jak zorganizować imprezę lub wydarzenie o charakterze kulturalnym, sportowym i rekreacyjnym w oparciu o obowiązujące przepisy prawa. Centralnym punktem odniesienia była Ustawa z dnia 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych. Podczas tego spotkania uczestnicy dowiedzieli się, jak zgłaszać planowaną imprezę w Urzędzie Miasta, co to znaczy zmiana organizacji ruchu, a czym jest zajęcie pasa drogowego w sposób szczególny. Opowiedzieliśmy, jak zgłosić zgromadzenie i logistycznie zabezpieczyć imprezę.



NASZ TEMAT: Follow up! Czy jestem już animatorem?

Czas na podsumowanie. Czy uczestnicy czują się już menedżerami społecznymi lub animatorami? Nasza rada – poświęć czas na warsztaty systematyzujące nabytą wiedzę jeszcze przed zakończeniem realizacji całego programu. To nieocenione narzędzie śledzenia postępów zarówno dla uczestników, jak i organizatorów.



NASZ TEMAT: O dofinansowaniach i o tym, jak je zdobyć

Pomysł jest, zespół też, ale co z finansowaniem? Celem warsztatu było wskazanie, na jakie granty i kiedy można liczyć. Uczestnicy dowiedzieli się, że kalendarz prac projektowych można wypełnić różnymi możliwościami dotacyjnymi, nie tylko dla organizacji pozarządowych! Pracowaliśmy na wniosku do Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, a także omówiliśmy możliwości dla menedżerów społecznych, za którymi nie stoją podmioty z osobowością prawną.



NASZ TEMAT: Dalej niż kreatywność

Po pierwszych doświadczeniach w realizacji mikroinicjatyw, po StartUp Week-endzie, po doświadczeniach zarządzania zespołem i/lub bycia odpowiedzialnym za część zadań, zapragnęliśmy zabrać naszych REkreatorów w jeszcze dalszą podróż w głąb kreatywności. Celami szkolenia były: analiza własnego potencjału kreatywnego myślenia, pobudzenie inicjatywności, doświadczenie procesów twórczego rozwiązywania problemów oraz analiza barier w kreatywnym myśleniu. Czyli, jak kreatywny/kreatywna jestem, a jak mogę być.

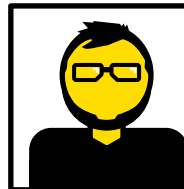


NASZ TEMAT: Jeśli nie dotacja, to co?

Jeśli dotacja to jeszcze zbyt daleko idąca biurokracja, jest wyjście! Podczas kilkugodzinnego szkolenia wspólnie przebrnęliśmy przez zagadnienia przydatne w pozyskiwaniu funduszy na działania grup nieformalnych. Było o grantach, darowiznach, zbiórkach publicznych i crowdfundingu. Nie zabrakło również części poświęconej pozyskiwaniu partnerów/sponsorów na działania oraz ćwiczeń praktycznych.

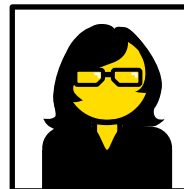


NASI EKSPERCI:



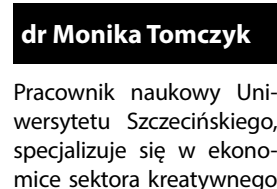
dr Maciej Kowalewski

Socjolog na stałe związany z Uniwersytetem Szczecińskim. Specjalizuje się w socjologii miasta i studiach miejskich. W 2008 roku obronił na Uniwersytecie Wrocławskim doktorat o lokatorach TBS-ów. W swoich pracach badawczych zajmuje się mieszkalnictwem, miejską kulturą, degradacją i odnową miast. Wspólnie z Anną M. Królikowską jest redaktorem książki pt. „Miasto i sacrum” (Kraków 2011), a we współpracy z Anną Nowak i Reginą Thurow wydał raport „Czy kultura może wzmacniać spójność społeczną? Studium przypadku: szczecińskie podmioty kultury wobec problemów społecznych”. Jako stypendysta DAAD prowadził na początku 2012 roku badania dotyczące miast portowych na Uniwersytecie w Hamburgu. Dzięki stypendium FNP Kwerenda rozpoczął prace nad problematyką miejskiego protestu w Niemczech. Jest redaktorem tematycznym czasopisma „Opuscula Sociologica”, członkiem redakcji „Roczników Socjologii Morskiej PAN”. Prowadzi bloga Nad miastem.



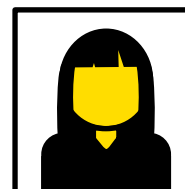
dr Sylwia Bąkowska

Specjalistka od marketingu relacji w sektorach kreatywnych. Doktor nauk ekonomicznych, prowadzi badania z zakresu roli prosumenta w kreowaniu wartości przemysłów kreatywnych i kultury. Uważa, że jest ona od dobrych pomysłów.



dr Monika Tomczyk

Pracownik naukowy Uniwersytetu Szczecińskiego, specjalizuje się w ekonomice sektora kreatywnego i jego wpływie na rozwój regionalny, modelach biznesowych sektora kreatywnego i kultury, zarządzaniu designem i projektowaniu usług na poziomie mikroekonomicznym. Równocześnie jest dyrektorem Szczecińskiego Inkubatora Kultury, promującego i rozwijającego innowacyjne pomysły z zakresu kultury i kreatywności, oraz prezesem Stowarzyszenia Media Dizajn. Jej celem jest planowanie i wspieranie działalności sektora kreatywnego w sferze funkcjonalnej, wizualnej, emocjonalnej i społecznej. Holistyczne podejście do procesu projektowania wykorzystuje w kształtowaniu eventów, towarów, usług, procesów, mediów i środowisk.



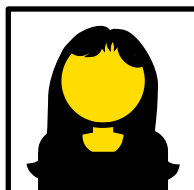
dr Magdalena Małachowska

Ekonomistka, wykładowczyni, badaczka relacji i komunikacji w sieciach, zawodowo związana z Uniwersytetem Szczecińskim. Swoje serce oddała tematowi wzornictwa usług, który stanowi nową, wieloaspektową, zintegrowaną dziedzinę marketingu. Mama dwóch chłopców, uzależniona od czekolady mieszkanka Szczecina. Współzałożycielka Stowarzyszenia Media Dizajn, twórczyni inicjatywy Service Design Szczecin, której celem jest dzielenie się wiedzą z zakresu projektowania usług (service design) oraz rozpowszechnianie zasad myślenia projektowego (design thinking). Organizatorka Szczecin Jams (Global, Gov i Fair).



Kinga Rabińska

Animatorka i menedżer projektów, współzarządza Szczecińskim Inkubatorem Kultury. Ma słabość do młodych i zdolnych, dla których tka misterne sieci wsparcia. Gdy chodzi o inicjatywy w przestrzeni miejskiej i niestandardowe akcje promocyjne, jej serce jest miękkie jak gąbka. Ma wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu międzynarodowymi i krajowymi projektami inwestycyjnymi, badawczymi, kulturalnymi oraz projektami o charakterze promocyjno-informacyjnym. Współpracowała m.in. przy projekcie badawczym „FASTER – Training for Fast Growing Entrepreneurs”, realizowanym w ramach Programu Leonardo da Vinci dla Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu oraz projekcie inwestycyjnym „SERVICE INTERLAB Centrum Transferu Wiedzy i Innowacji dla Sektora Usług” dla Uniwersytetu Szczecińskiego. Pomyślnie zakończyła projekt „REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny”, koordynatorka realizowanego przy wsparciu środków finansowych. Z Ministerstwa Rozwoju Regionalnego projektu „FUNDusze na Kulturę”. Inicjatorka nieformalnego filmowego klubu dyskusyjnego w szczecińskich KONTRASTACH, copywriter i dziennikarka, twórczyni akcji promocyjnych i wizerunkowych dla biznesu. Z wykształcenia ekonomistka ze specjalizacją w biznesie międzynarodowym. Pasjonatka filmu, bezkrytyczna wobec twórczości Larsa von Triera.

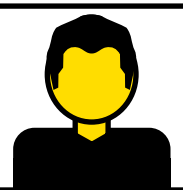


Maria Sztark

Animatorka kultury. Realizowała projekty animacyjne dla społeczności lokalnych we współpracy z Mazowieckim Centrum Kultury i Sztuki (m.in. we wsi Pogorzal - warsztaty fotograficzne i street-art; we wsi Góra - współorganizacja i wykonanie wystawy fotografii wielkoformatowych; w Szydłowcu - wykonanie plenerowej instalacji w ramach akcji „Zygmuntów - miasto z pamięci”). Opracowała autorską koncepcję metody animacyjnej „Gazeta Graniasta”. Współpracuje z Polską Fundacją Kultury i Sportu w ramach Forum Młodzieży, gdzie moderuje młodzieżową grupę warsztatową. Od lat pracuje przy organizacji i wykonaniu eventów i warsztatów z warszawską agencją Mimello i szczecińską Kompanią Marzeń. Jest absolwentką Uniwersytetu Jagiellońskiego, pasjonuje się nowymi mediami i sztuką reportażu.

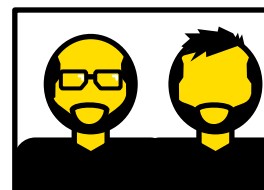
Sławomir Muzioł

Trener, koordynator projektów szkoleniowych, nauczyciel. Absolwent Szkoły Trenerów Biznesu i Doradców Personalnych w Pracowni Psychologicznej Elżbiety Sołtys w Krakowie. Ukończył filologię angielską oraz politologię na Uniwersytecie Szczecińskim. Współzałożyciel i wieloletni prezes Stowarzyszenia POLITES. Od 2007 roku prowadzi szkolenia dla biznesu, administracji, organizacji pozarządowych oraz grup międzynarodowych. Prowadzi szkolenia międzynarodowe z zakresu kreatywności, twórczego myślenia, przywództwa, współpracy w grupie, budowania zespołu i zarządzania projektem m.in. w Polsce, Niemczech i we Włoszech. Współpracuje z międzynarodowymi instytucjami, m.in. Citizens of Europe e.V. w Berlinie i Associazione Alouanur w Turynie. Członek zespołu trenerskiego programu „Make a Connection” Polskiej Fundacji Dzieci i Młodzieży, i firmy Nokia. Prowadzi szkolenia dla nauczycieli i pracowników oświaty, zajmuje się doradztwem i coachingiem w projektach edukacyjnych, a także metodami wykorzystania innowacji i praktyk z dziedziny edukacji pozaformalnej w szkolnictwie. Działa metodami aktywnymi, opartymi na uczeniu się przez doświadczenie, a także metodami typu outdoor.



Łukasz Kowalik

Nauczyciel, pedagog, dziennikarz radiowy. Tłumacz i człowiek od „internetów”. Jeśli chodzi o media społecznościowe, zajmuje się nimi zawodowo i prywatnie, teoretycznie i praktycznie. Szkoli, trenuje i odpowiada na pytanie: „po co to komu?”.

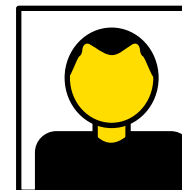
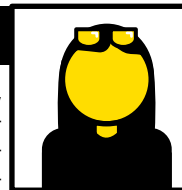


Wyjątkowy ekspercki duet – ojciec i syn

Tomasz Łuczkowski (syn) jest prawnikiem i prezesem firmy zajmującej się profesjonalną obsługą imprez. Pomyślnie realizator wielu imprez o charakterze kameralnym i masowym o zakresie lokalnym, ogólnopolskim i międzynarodowym. Wspomaga go Ryszard Łuczkowski (ojciec) – animator Towarzystwa Wspierania Inicjatyw Kulturalno-Społecznych TWIKS. Organizator imprez masowych, koncertów, festynów, imprez rekreacyjno-sportowych oraz przedsięwzięć reklamowych i promocyjnych (m.in. Szczecińskiego Spotkania Organizacji Pozarządowych POD PLATANAMI). Autor materiałów metodycznych i repertuarowych.

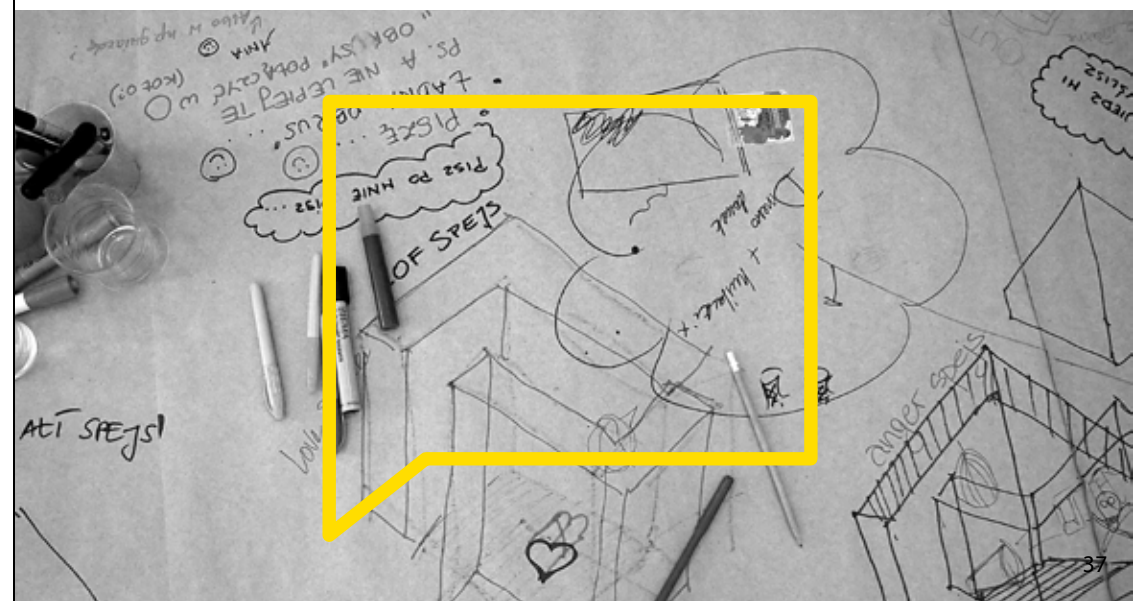
Dorota Kowalewska

Specjalistka ds. projektów, wykładowczyni Uniwersytetu Szczecińskiego, kieruje Regionalnym Ośrodkiem Debaty Międzynarodowej w Szczecinie. O źródłach finansowania dla NGO-sów wie wszystko.



Jan Karpierz

Członek Stowarzyszenia Liderów i Fundraiserów, dyrektor Fundacji Sektor 3 oraz pracownik Szczecińskiego Centrum Wspierania Organizacji Pozarządowych Sektor 3, gdzie doradza organizacjom pozarządowym w dziedzinach takich jak: zbiórki publiczne, sponsoring i partnerstwa, alternatywne pozyskiwanie funduszy, działania marketingowe i public relations. Koordynator wielu akcji i wydarzeń (m.in. kampanii fundraisingowej „Pies w czołgu”, Konsultanci ESK, Szkoła Lokalnych Animatorów Kultury, Kultura Życia, Szczecińska Giełda Komiksu, Kuźnia Pomysłów, Pora Seniora). W organizacji odpowiada za kontakty z mediami, działania promocyjne, informacyjne i alternatywne źródła finansowania.



PROPOZYCJA ZAJĘCIOWA

NR 1

Czy mam wpływ? Zajęcia w formie rozmowy, przeznaczone szczególnie do wykorzystania podczas lekcji obywatelskich

Cele: poznanie form aktywności obywatelskiej, zapoznanie się z formami wpływu na działania władz, uzyskanie informacji o źródłach wiedzy z zakresu regulacji prawnych dotyczących publicznych zgromadzeń.

Kompetencje: umiejętność krytycznej oceny poziomu aktywności środowiska lokalnego, umiejętność samodzielnego odnalezienia odpowiednich aktów prawnych.

Program:

1. Zaczynij od przeprowadzenia dyskusji, której pytaniem podstawowym jest: czy społeczeństwo może pozwolić sobie na bierność w życiu publicznym. Pytaj:

- jakie są zalety i wady braku aktywności w życiu publicznym?
- jakie są powody braku aktywności w życiu publicznym?
- dlaczego niektórzy są aktywni, a inni bierni?
- czy powinno się być aktywnym w życiu publicznym?

Zapisz odpowiedzi na dużej kartce papieru.

2. Zapytaj uczestników, kim, według nich, jest menedżer społeczny i jakie umiejętności powinien posiadać – zapisz odpowiedzi na dużej kartce papieru. Następnie skonfrontuj to z Dekalogiem Menedżera Społecznego i innymi materiałami, zawartymi w tej publikacji. Wyjaśnij termin. Rozpocznij dyskusję w grupie na temat tego, które umiejętności są najważniejsze.

3. Przedstaw wybraną aktualną bądź nieaktualną historię kontrowersyjną, dotyczącą decyzji władz lokalnych. Wspólnie z uczestnikami zastanów się, czy decyzja władz była słuszna.

4. W kontekście poprzedniej dyskusji zapytaj uczestników, w jaki sposób obywatele mogą wpłynąć na zmianę decyzji (jeśli grupa uznała, że była niesłuszna) lub, jakie działania obywateli mogły się przyczynić do podjęcia takiej decyzji (jeśli była słuszna). Propozycje zapisuj na dużej kartce papieru.

5. Przedstaw podstawę prawną, w ramach której obywatele mogą protestować (w kontekście poprzedniej dyskusji, np. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, Ustawa Prawo o zgromadzeniach, itp.).

6. Przeprowadź ćwiczenie: Sejm planuje zmienić ustawę, godząc w dobro mieszkańców. Na podstawie poznanych aktów prawnych i przekazanych informacji, uczestnicy muszą działać jako grupa osób sprzeciwiająca się wprowadzeniu zmian. Po wyjaśnieniu podziel uczestników na grupy, w których muszą wspólnie zaplanować strategię działania, którego efektem ma być duża demonstracja lub wiec. Uczestnicy powinni uwzględnić takie formy sprzeciwu jak: głosowanie, informowanie, petycje, kontakt z mediami. Strategia powinna być szczegółowa i uwzględniać przeprowadzenie wydarzenia finalnego. Gdy zespoły zakończą prace, prezentują swoje pomysły. Dyskusja.

7. Dyskusja ewaluacyjna. Skonfrontujcie wnioski z wstępnymi opiniami (ćwiczenie 1).

PROPOZYCJA ZAJĘCIOWA

NR 2

Na podstawie zajęć Akcja Kreacja, zrealizowanych przez Marię Sztark dla „REkrecja. Profesjonalny Menedżer Społeczny”

Cele: budowanie relacji, podnoszenie kompetencji komunikacyjnych, prezentacja dobrych praktyk, wypracowanie pomysłów

Kompetencje: skuteczna komunikacja, motywowanie zespołu, praca w grupie, autoprezentacja, podejmowanie decyzji, otwartość na zmianę, kreatywność

Program:

1. Poznajmy się

Imię i Gest

Uczestnicy stoją w kręgu. Pierwszy z nich wypowiada głośno swoje imię, równocześnie wykonując prosty gest (np. kłaśnięcie, podskok, cmoknięcie). Każdy kolejny uczestnik powtarza imię i gest wszystkich poprzedników, dodając następnie własne imię i gest. Ostatni uczestnik kręgu powtarza imiona z gestami wszystkich uczestników.

Supel

Uczestnicy stoją w bliskich odległościach od siebie. Na sygnał zaczynają poruszać się, zachowując bliskość z pozostałymi. Kolejny sygnał oznacza STOP – wszyscy zatrzymują się i podają ręce tym, którzy akurat stoją obok nich. Tworzy się płatanina rąk. Zadaniem uczestników jest rozwiązanie węzła bez puszczenia dłoni.

Podobieństwa i Różnice

Uczestnicy stoją w rzędzie. Jedna z osób wychodzi kilka metrów do przodu, wystawiając ramiona w dwie strony. Mówi: „Na moją prawą stronę zapraszam te osoby, które tak jak ja...” - i tu podaje jakąś swoją cechę, upodobanie, zwyczaj. Osoby, które zgadzają się ze stwierdzeniem przechodzą na prawą stronę mówiącego, reszta na lewą. Kolejną osobą mówiącą jest ta osoba, która zajęła miejsce jako ostatnia.

Ćwiczenie Animacyjne: Mój Obraz + omówienie

Rozdaj uczestnikom podłużne tekturowe paski (9 na 1 uczestnika), z których każdy indywidualnie układa na podłodze kwadrat o identycznych wymiarach (1m x 1m). Następnie wyjaśnij zadanie: w ułożonych ramach należy ułożyć obraz pt. „Ja”, z użyciem wyłącznie tego, co uczestnicy mają przy sobie (zawartość kieszeni, torebek, itp.). Gdy wszyscy będą gotowi, urządzcie „wernisaż”. Uczestnicy po kolei dyskutują o dziełach, autorzy omawiają swoje prace.

Ćwiczenie Animacyjne: Chcę, Jestem, Będę + omówienie

Uczestnicy zbierają swoje obrazy. Każdy używa 9 kartoników. Na kartonikach uczestnicy wypisują zdania rozpoczynające się od: Jestem... Chcę... Będę... (po 3 propozycje do każdego początku). Następnie zapisane kartoniki układane są w kolumnach na podłodze. Te, które są do siebie podobne uczestnicy dodają kolejno po bokach. Uczestnicy w trakcie omawiania dochodzą do wniosku, że frazy ułożone w pionie obrazują to, co ich różni, a te w poziomie – co ich łączy. Następuje omówienie i dyskusja nad kompozycją i treściami kartoników.

2. Stwórzmy zespół

Gra: Papierowe kulki – Mistrzostwa Fair Play

Ćwiczenie jest grą, pozwalającą w praktyczny sposób skonstruować zasady współpracy (kontrakt). Celem jest wypracowanie zasad gry fair play, a następnie przekształcenie ich na zasady pracy w zespole. Podziel uczestników na dwie równe drużyny. Stwórzcie boisko do gry – w tym celu podziel salę na dwie równe części. Każdy gracz otrzymuje dwie kartki papieru, z których robi kulki. Sędzia, czyli Ty, rozpoczyna grę hasłem „Start”. Drużyna A przerzuca swoje kulki na stronę przeciwnej drużyny. Drużyna B czyni to samo. Drużyny przerzucają kulki ciągle przez 30 sekund. Wygrywa drużyna, na której boisku znajduje się mniej papierowych kulek. Po każdej rundzie uczestnicy mogą ustalić nowe zasady, które mogą być zastosowane przy zgodzie większości. Po skończonej grze uczestnicy omawiają swoje działania. Poprowadź dyskusję tak, by uczestnicy ocenili, jak wspólne ustalanie zasad wpłynęło na działanie zespołu.

Test ról zespołowych + omówienie

Trochę teorii na ostudzenie emocji związanych z grą. Uczestnicy rozwiązują Test Ról Zespołowych na podstawie M. Belbina (znajdziesz go w Internecie). Omówcie wspólnie charakterystyki ról zespołowych (Realizator, Koordynator, Lokomotywa, Myśliciel, Poszukiwacz Źródeł, Krytyk Wartościujący, Dusza Zespołu, Skrupulatny Wykonawca).

3. Komunikujmy się

Rozmowy błyskawiczne

Uczestnicy dzielą się na dwie równe grupy. Siadają w dwóch rzędach, w bliskiej odległości naprzeciwko siebie. Na Twój sygnał przez 1 minutę rozmawiają z osobą naprzeciwko na zadany wcześniej przez Ciebie temat. Po upływie minuty, uczestnicy z jednego rzędu przesuwają się o jedno miejsce. Gra kończy się, gdy każdy z uczestników porozmawia ze wszystkimi.

Nasze pomysły

Czas na burzę mózgów dotyczącą możliwych rozwiązań dla projektu zmiany. Wbrew pozorom, nie musi ona być pracą grupową, ale na potrzeby działań interwencyjnych, angażujących społeczność lokalną najlepiej zastosować tę formę działania. Zaczynij od wyjaśnienia reguł:

1. Nie oceniaj!
2. Im więcej, tym lepiej!
3. Współdziałaj!

Na dużej kartce papieru warto zapisać te zasady i zaznaczyć, że celem działania jest zebranie jak największej liczby pomysłów. Dopiero po tym etapie podaj zadanie w formie np. „Wymyśl, jak...” i dodaj cel (pozytyw, np. *Wymyśl, jak sprawić, by na podwórku oficyny toczyło się życie*). Uczestnicy mogą zadawać w tym momencie pytania uzupełniające, po czym zaczyna się etap zielonego światła, podczas którego podają swoje propozycje. Wszystkie zapisuj na dużej kartce papieru – to ważne, by na tym etapie nie wartościować pomysłów! Burza trwa do 15 minut. Po tym czasie przychodzi etap światła czerwonego – nie można już dodawać propozycji. Te, które znajdują się na kartce dzielimy na: nowe i przydatne, nowe i nieprzydatne (tu uważaj, bo to, że są nowe może Was zmylić i uznać je za nieprzydatne), stare i nieprzydatne. Najbardziej powinny interesować Was dwie pierwsze kategorie. Podyskutujcie o nich, rozwińcie, zdecydujcie się na implementację tych, które uznacie za słuszne.

PROPOZYCJA ZAJĘCIOWA

NR 3

Przygotuj materiały pomocnicze: opis i cel działań, dane dotyczące efektów, itp. (na zajęciach powinni pojawić się wszyscy uczestniczący w realizacji działań!)

Cele: ewaluacja przeprowadzonych działań

1. Poproś uczestników, by na małych karteczkach zapisali własnymi słowami główny cel Waszego działania. Gdy wszyscy już wykonają zadanie, zawieście karteczki na tablicy. Jakie są różnice? Porozmawiajcie.
2. Poproś wszystkich, żeby opisali swoje zadania. Mogą je zapisać na małych karteczkach i umieścić w porządku na tablicy. Następnie przedyskutujcie, jakie rozwiązania okazały się strzałem w dziesiątkę, a co należy zmienić.
3. Uczestnicy wymieniają partnerów działania. Niech krótko opisz, na czym polegała współpraca i jak przebiegała. Wspólnie zastanówcie się, z kim chcecie kontynuować ją w przyszłości, a jakich podmiotów zabrakło.
4. Podzielcie się wrażeniami na temat interesariuszy zmiany. Czy udało się Wam dotrzeć do osób/grup na których Wam zależało? Czy jakieś grupy Was zaskoczyły i jak?
5. Omówcie wyniki działania. Jakie wyciągacie wnioski? Zidentyfikujcie dobre i złe działania. Czy były dopasowane do potrzeb? Czy wprowadziły realną zmianę? Z czego można było zrezygnować?
6. Zastanówcie się nad swoimi rolami – oceńcie się krytycznie, ale tylko w kontekście przypisanych ról.
7. Pomyślcie o tym, jak bardzo uniwersalne jest Wasze działanie – czy może być inspiracją dla innych? Jak mogą skorzystać z Waszego doświadczenia?
8. Podsumujcie odpowiedzi, spiszcie je wszystkie i umieśćcie w istotnym punkcie w Waszym miejscu spotkań. Weźcie je pod uwagę przy kolejnym projekcie zmiany!

Siedem świetnych pomysłów i dwudziestu czterech REkreatorów. Z przyjemnością oddajemy w Twoje ręce niewielki zbiór dobrych praktyk, które powstały w ramach projektu „REkreacja. Profesjonalny Menedżer Społeczny”. Nazwaliśmy je mikroinicjatywami, bo przez to, że istnieją w skali mikro, wprowadzają realną zmianę w małym kawałku naszej rzeczywistości. Ty możesz z nich zrobić wersję makro – inspiruj się i korzystaj. Zobacz, co udało się osiągnąć naszym REkreatorom i przekonaj się, jaki potencjał drzemie w mieście i jego mieszkańcach!

MIKROINICJATYWA nr 1

UWOLNIĆ SŁUP, czyli eksperyment zwany Andrzejem



Pomysł: Artystyczno-publiczny słup Andrzej, którego powierzchnia oddana będzie mieszkańcom, aktywistom oraz artystom jako przestrzeń do wzajemnej komunikacji.

Pomysłodawczyni: Sabina Waclawczyk

Zespół: Maja Żeglin, Krzysztof Winiarczyk
Słup Andrzej, wówczas bezimienny, stacjonował przez długi czas w podziemiach szczecińskiego Klubu Storrady. Długo pozostawał w beczynie, z niejasnym celem swego istnienia. Aż któregoś dnia odnalazła go jedna z naszych REkreaterek. Chciała uratować Andrzeja i przywrócić go przestrzeni publicznej. Dodatkowo, wyznaczyła sobie za cel monitorować wykorzystanie słupa i przez to ocenić, w jaki sposób i z jaką intensywnością mieszkańcy miasta użytkują takie obiekty. *Podstawą do określenia celu była obserwacja problemu, jakim jest zbyt mała liczba przestrzeni publicznych, które mieszkańcy mogą wykorzystywać do umieszczania zgodnie z prawem ogłoszeń i elementów graficznych – tłumaczyła pomysłodawczyni akcji, Sabina.*

I tak powstał słup Andrzej. Przeszedł totalną metamorfozę i długą drogę. Z zielonego

parku w pobliżu Odry trafił do willowej części Szczecina i stanął w ogrodzie Szczecińskiego Inkubatora Kultury, który jest miejscem spotkań działaczy, artystów, ludzi kultury oraz odbiorców ich działań. Jako punkt krytyczny realizacji mikroinicjatywy zespół REkreatorów podaje problem dotyczący kwestii prawnych posadowienia Andrzeja. Okazało się to wręcz przedsięwzięciem budowlanym, ale realizatorzy znaleźli sposób na to, by słup stanął na czas. Jego powierzchnia została dokładnie podzielona i opisana. Andrzej stał się eksperymentalnym słupem oddanym do użytku na ogłoszenia, plakaty drobne, wlepki, grafy i tagi, które jednak nie mogą przekroczyć formatu A3 – wyjaśniają REkreatorzy. Dlaczego? Chodzi jedynie o to, by maksymalnie wykorzystać powierzchnię Andrzeja.

Uroczyste otwarcie nowej przestrzeni ekspozycyjno-ogłoszeniowej dla mieszkańców odbyło się w wietrzne listopadowe popołudnie. Andrzej dzielnie znosi nowe warunki, a liczba ogłoszeń systematycznie się powiększa. Co jeśli zabraknie powierzchni na ogłoszenia czy działania twórcze? Sabina uspokaja, że czuwa nad Andrzejem i będzie regularnie robić miejsce dla nowych.

MIKROINICJATYWA nr 2

Akcja InteGracja, czyli sąsiedzkie odrodzenie przez zieleń

Pomysł: Podwórko przy ul. Montwiłła w Szczecinie jest pięknie zlokalizowane, ale niezwykle zaniedbane. Równie zaniedbane są stosunki w kamienicy przy tej ulicy. Dlaczego nie zająć się jednym i drugim jednocześnie, organizując sąsiedzkimi siłami akcję zazieleniania wspólnego terenu?

Pomysłodawczyni: Anita Białczak

Zespół: Ewa Łabieniec, Marek Brzeziński

Mieszkańcy kamienicy przy ul. Montwiłła 2-11 w Szczecinie to społeczność blisko trzystu osób. Wspólnota Mieszkaniowa, której są członkami, bądź najemcami lokali komunalnych, liczy sto czterdzieści mieszkań i jeden lokal użytkowy, w którym siedzibę ma oddział Krajowego Towarzystwa Autyzmu.

Stosunki międzysąsiedzkie wewnątrz społeczności Wspólnoty są specyficzne z uwagi na toczące się od dłuższego czasu spory sądowe, które podzieliły mieszkańców na dwa obozy. Apogeum konfliktu miało miejsce w 2013 roku i było nawet przedmiotem zainteresowania lokalnych mediów. Tylko w ubiegłym roku Wspólnota Mieszkaniowa była uczestnikiem jedenastu spraw sądowych, w różnym stopniu angażujących mieszkańców w roli świadków bądź stron sporu, co spowodowało wewnętrzną dezintegrację i wzajemną nieufność pomiędzy sąsiadami. Obecnie, w wyniku części zapadłych orzeczeń sądowych, sytuacja formalno-prawna Wspólnoty uległa poprawie, niemniej mieszkańcy nadal żyją w konflikcie. *Inicjatywy mające na celu integrację silnie podzielonej społeczności przez wspólne działania wydają się być naturalnym krokiem ku zmianie nastrojów na Montwiłła – przekonywała podczas StartUp Weekendu pomysłodawczyni mikroinicjatywy i mieszkanka Wspólnoty, Anita.* Wspólnie z dwójką innych REkreatorów zaplanowali akcję rewitalizacyjną,



nazwaną po prostu Akcja InteGracja. Przedmiotowy teren, mimo pięknej lokalizacji, jest wyjątkowo szpetny. Potrzebę jego zagospodarowania dostrzegali wszyscy mieszkańcy kamienicy. Postawiliśmy na wspólne sadzenie roślin, połączone z piknikiem, który zorganizowany będzie przez samych mieszkańców. Choć na eksplozję zieleni z sadzonek będzie trzeba trochę poczekać, to liczymy na szybki efekt w postaci poprawionych stosunków sąsiedzkich – wyjaśniła Anita.

Słoneczna, listopadowa sobota zgromadziła mieszkańców kamienicy na podwórku. Przekrój wiekowy szeroki – od dzieci do babć i dziadków. Wkrótce pojawia się ciężarówka (!) z roślinami. Sąsiedzi nie zawodzą w kwestii nakarmienia aktywnych – pojawia się nawet gar zupy i kuchenka, by ją na bieżąco podgrzewać. Wspólnie grabią, kopią, sadzą. Późne wieczorne godziny przenoszą sąsiedzkie spotkanie na „wyższy poziom” bezpośredniości. To podwórko zobaczy na pewno jeszcze wiele wspólnych przedsięwzięć.

MIKROINICJATYWA nr 3

Biblioteka przyjazna niewidomym, czyli spotkajmy się tam, gdzie nie sięga wzrok

Pomysł: W regionie zachodniopomorskim spośród osób niewidomych i niedowidzących zaledwie 10% jest aktywnych społecznie. Jak zachęcić pozostałe 90% do większej aktywności? Należy zadbać o stworzenie miłego doświadczenia.

Pomysłodawczyni: Anna Rutkowska

Zespół: Agata Baj, Małgorzata Zionkowska

Naszym celem jest stworzenie w bibliotece przestrzeni sprzyjającej integracji, aktywizacji, akceptacji i uwrażliwieniu. Pomysł w gruncie rzeczy jest bardzo prosty i skupiony na podnoszeniu kompetencji – mówiła podczas StartUp Weekendu pomysłodawczyni mikroinicjatywy, Ania. Według niej, o tę pozytywną przestrzeń powinni dbać między innymi bibliotekarze, posiadający odpowiednią wiedzę i kompetencje. Dlatego mikroinicjatywa skupiła się na działaniach edukacyjno-integracyjnych. REkreatorki zaplanowały m.in. przeprowadze-

nie warsztatu dla bibliotekarzy, podczas którego zdobyli oni umiejętności niezbędne do zapewnienia osobom z dysfunkcjami wzroku maksymalnego wsparcia podczas wizyty w bibliotece. W ofercie znalazło się również szkolenie dla wolontariuszy, zainteresowanych pracą w bibliotece.

Dziewczynom chodziło o to, by pokazać, że w świecie literatury nie istnieje podział na osoby widzące i niewidzące. Ta mikroinicjatywa to przede wszystkim wprowadzenie zmiany mentalnej, a dopiero później podnoszenie kompetencji. Dlatego w bogatym programie wydarzeń „Biblioteki przyjaznej niewidomym” znalazły się również warsztaty integracyjne oraz otwarte spotkanie pod przekorną nazwą Godziny widzenia, w ramach którego REkreatorki zorganizowały m.in. wykład okulisty, krótkie szkolenie z pomocy osobom z dysfunkcjami wzroku w codziennych sytuacjach, czy monodram „Niewidka” w wykonaniu niedowidzącej Alicji Czarnuszki z Ośrodka Teatralnego Kana.

Sama pracuję w bibliotece i wiem, z jakimi ograniczeniami spotykają się osoby niewidome i niedowidzące w takich miejscach. Ale nawet mnie zaskoczyło zainteresowanie bibliotekarzy i wolontariuszy. Na szkoleniu pojawili się przedstawiciele chyba każdej szczecińskiej biblioteki! – relacjonowała na gorąco Ania. Dziewczyny przyznają, że mają nadzieję na to, iż przez ich akcję dokona się realna zmiana, która przyczyni się do wzrostu liczby osób niewidomych wypożyczających audiobooki, a przez to mających kontakt z literaturą. Pomogą w tym na pewno wolontariusze i bibliotekarze, którzy dzięki szkoleniu nabyli konkretne umiejętności i przez to będą potrafili prawidłowo zadbać o osoby z dysfunkcją wzroku. *Nam przede wszystkim chodzi o tę zmianę w ludziach, o osoby zdrowe, które wezmą udział w akcji i nabędą wiedzę użyteczną w codziennym życiu, np. w sytuacjach, w których można pomóc osobie niewidomej na ulicy, czy w tramwaju – dodaje Ania.*

REkreatorki wykonały kawał dobrej roboty i do udziału w swojej mikroinicjatywie zaprosiły wielu partnerów, w tym: Miejską Bibliotekę Publiczną w Szczecinie, Polski Związek Niewidomych Oddział w Szczecinie, Stowarzyszenie POLITES i Ośrodek Teatralny Kana. Najtrudniejszy moment? *Chyba wtedy, gdy dzień skurczył się o dobre kilka godzin – śmieje się Ania – Ale tak poważnie to bardzo dużo się nauczyłam. Realizacja mikroinicjatywy w środowisku wsparcia i z innymi osobami pozwoliła nam zadbać o kwestie, o których w pojedynkę byśmy nie pamiętali.*



MIKROINICJATYWA nr 4

AKCJA_INTEGRACJA, czyli artystyczna współpraca

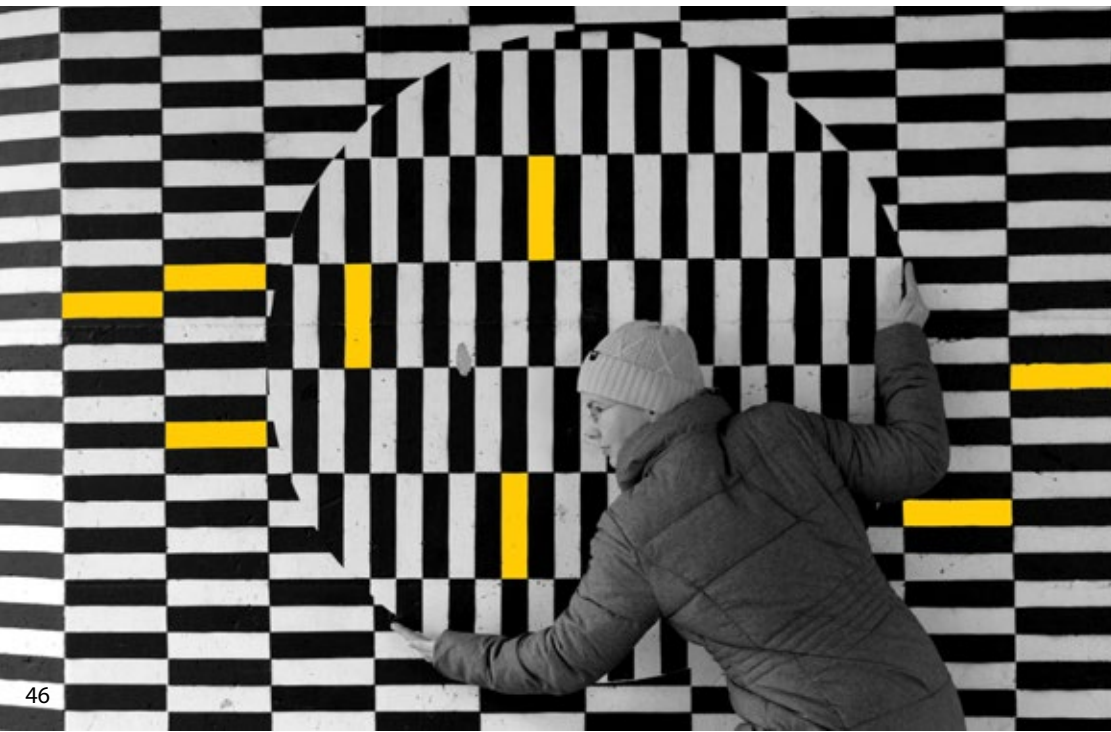
Pomysł: AKCJA_INTEGRACJA powstała z potrzeby zbliżenia i zainicjowania współpracy osób niesłyszących oraz słyszących. Zamysłem było stworzenie przestrzeni dla integracji tych dwóch grup poprzez działania artystyczne.

Pomysłodawcy: Agata Kaczmarczyk i Dariusz Kosztowny

Zespół: Karolina Babińska, Agata Adamowicz

Choć w głowie cisza, to w duszy wszystko gra. Czy kiedykolwiek rozmawiałeś/rozmawiałaś z osobą niesłyszącą o jej pasji? Pomysłodawcy mikroinicjatywy - Agata Kaczmarczyk i Dariusz Kosztowny, a także jej REkreacyjne współtwórcynie - Agata Adamowicz i Karolina Babińska, doszli do wniosku, że czas przełamać bariery komunikacyjne i społeczne. AKCJA_INTEGRACJA powstała więc z potrzeby zbliżenia i zainicjowania wzajemnej współpracy osób niesłyszących oraz słyszących. *Nasza wstępna wizja była znacznie bardziej rozbudowana i, jak się okazało, nierealna do realizacji w ramach projektu „REkreacja”* – śmieje się Agata Kaczmarczyk – *Wspólnie przemyśleliśmy, na czym nam najbardziej zależy i skupiliśmy się na tym, co najważniejsze. A najważniejsze było stworzenie przestrzeni do współpracy i komunikacji poprzez sztukę dla dwóch grup społecznych, tj. osób słyszących i niesłyszących.*

Uczestnicy spędzili razem dwa weekendy, podczas których bawili się fotografią portretową oraz animacją poklatkową. Dzięki nabyciu umiejętności z zakresu podstaw języka migowego, osoby słyszące miały okazję poznać świat



osób niesłyszących. Umiejętności te mogli, a nawet musieli ćwiczyć w trakcie spotkań, bo pracowali w parach mieszanych. *Wierzimy, że nasze działania przełamały bariery w komunikacji, a uczestnicy otworzyli się na siebie i nauczyli współpracy* – wyjaśnia Agata Adamowicz. Pomysłodawcy zapowiadają, że latem chcą wrócić z kontynuacją akcji. Ma być jeszcze bardziej intensywnie.

W ramach mikroinicjatywy AKCJA_INTEGRACJA powstało jedenaście prac fotograficznych oraz animacja poklatkowa, wykonanych w przestrzeni miejskiej i pracowni fotograficznej udostępnionej przez szczecińską Akademię Sztuki. Prace złożyły się na wystawę, którą można było oglądać aż w czterech miejscach w Szczecinie. Na zdjęciach miasto i uczestnicy mikroinicjatywy. Nie wiadomo, kto z nich słyszy, kto nie.

MIKROINICJATYWA nr 5

Żyj w pięknie, czyli szczeciński miks farby i mchu

Pomysł: Akcja performatywna zwracająca uwagę mieszkańców na estetykę przestrzeni miejskiej. Dlaczego nie? Czyli mech i farby w celach edukacyjno-społecznych.

Pomysłodawca: Zuzanna Krysiak i Joanna Tyszkiewicz

Zespół: Anna Czerwik, Elżbieta Pawlak, Anna Urbanowicz

Naszym założeniem było zorganizowanie akcji performatywnej zwracającej uwagę mieszkańców na przestrzeń miejską wokół nich – opowiada Asia. Mikroinicjatywa powstała tak naprawdę z trzech projektów. Zuza chciała ożywić miasto zielenią graffiti z mchu, Asia skupiła się na estetyce szczecińskich murów, a Ania i Ela pragnęły pomalować szarą ścianę szkoły. Z tych pomysłów wyrosło hasło „Żyj w pięknie” i działania, które miały przybliżyć realizację tego postulatu.

Blisko trzydzieści osób – uczniów Gimnazjum nr 12 im. Stanisława Lema w Szczecinie oraz mieszkańców okolicznego osiedla – wspólnie dokonało metamorfozy nieciekawego terenu wokół szkoły. W ruch poszły kolorowe spreje, a także mech, który był dodatkiem do tradycyjnego graffiti. *Takie połączenie farb i roślinności jest innowacyjnym rozwiązaniem, niestosowanym do tej pory w Szczecinie* – mówi Zuza. Uczestnicy akcji przy okazji oznaczyli kolorowymi szablonami miejsce do pozostawiania rowerów przez uczniów, by jak sami mówią, dodatkowo promować zdrowy tryb życia. *Młodzież szkolna oraz ich rodzice pozytywnie wypowiadali się o spotkaniu oraz podobnych inicjatywach, zgłaszając chęć udziału w kolejnych akcjach tego typu* – dodają Ania i Ela.

Listopadowa mikroinicjatywa „Żyj w pięknie” to dowód na to, jak wiele można zmienić, gdy przestrzeń staje się prawdziwie wspólna. Prostota tego pomysłu, a jednocześnie oryginalny sposób realizacji, którego efektem było nabycie nowych umiejętności (dzieciaki już czekają na wiosnę, by mogły robić „papkę z mchu”) są jego najmocniejszymi stronami. Graffiti, umieszczone na budynku szkoły, jest pretekstem do dyskusji nad kondycją przestrzeni miejskiej. Humo-

ry dopisywały, a uczniowie gimnazjum zrozumieli, jak niewiele trzeba, aby zmieniać rzeczywistość wokół siebie na lepszą. *Słoneczna sobota i szary beton stały się pretekstem do spotkania różnych osób. O to chodziło – wyjaśnia Asia.*



MIKROINICJATYWA nr 6

Pamięć miasta, czyli historie zapisane fotografią

Pomysł: Wpisać osobiste historie zwykłych ludzi w przestrzeń i zbiorową pamięć miasta za pomocą języka sztuki.

Pomysłodawca: Patrycja Proczak

Zespół: Katarzyna Monkiewicz, Elżbieta Pawlak

Ta mikroinicjatywa ma przynajmniej dwa oblicza. Z jednej strony to projekt artystyczny, z drugiej – akcja integracyjna. Jest więc doskonałym przykładem tego, jak w sytuacji wprowadzania zmiany łatwo zacierają się granice obszarów działania. *To dla mnie bardzo osobiste przeżycie. Chcę wydobyć ze zwykłych ludzi historie ich życia w danym miejscu. Chcę ich uwiecznić na fotograficznych portretach i zbudować zbiorczy obraz przemijania, który stworzy tożsamościowe podwaliny dla przyszłych mieszkańców – opowiadała podczas StartUp Weekendu Patrycja, pomysłodawczyni mikroinicjatywy.*

Bohaterami „Pamięci miasta” stali się mieszkańcy kamienicy przy ul. Kopernika 11/12 w Szczecinie. Uwiecznił ich Marcin Zaborowski – doświadczony fotograf, podróżnik, zdobywca trzeciego miejsca w Ogólnopolskim Konkursie Fotografii Prasowej „Grand Press Photo 2014” w kategorii „Portret sesyjny”, a tak-

że mieszkańiec kamienicy przy ulicy Kopernika. Problemem tego miejsca, jak wielu starych budynków mieszkalnych w całej Polsce, jest niewykorzystanie tradycyjnych miejsc spotkań mieszkańców (takich jak podwórka) do działań społecznych. *Naszym pomysłem było wypełnienie przestrzeni służącej integracji mieszkańców działaniami artystycznymi, utrwalenie historii związanych z tym miejscem oraz stworzenie trwałej sąsiedzkiej wspólnoty, zdolnej do realizowania wspólnych inicjatyw – dopowiada Ela.*

To było wyjątkowe doświadczenie. W pewnym momencie drzwi mojego mieszkania przestały się zamykać, a ono samo przemieniło się w punkt dowodzenia – śmieje się Marcin. Fotograf najwięcej czasu spędził z najstarszą mieszkanką kamienicy, dziewięćdziesięciodwuletnią panią Amelią. To ona znalazła się na plakacie promującym wystawę prac w podwórku kamienicy. I choć było już bardzo zimno, to na wernisażu pojawiły się tłumy. REkreatorzy pokazali, że nawet zimą zaniedbane podwórko może ożyć. Będziemy kontynuowali nasz projekt – zapowiada Patrycja – Edycja letnia odbędzie się w mojej kamienicy. Już nad tym pracujemy.



MIKROINICJATYWA nr 7

Pośpiewaj mi mam, czyli radość z tańca i muzyki

Pomysł: Kołysanka może służyć zarówno mamie, jak i maluchowi. Śpiew i taniec są sposobami na rozładowanie stresu i rozbudzenie artystycznych potrzeb. Zrelaksowana mama jest szczęśliwsza, przec co lepiej spełnia się jako rodzic.

Pomysłodawczyni: Pauline Lemańska

Zespół: Joanna Cupak, Barbara Tereszko

Najbardziej zorganizowana grupa REkreatorów, czy raczej REkreaterek. Na pierwsze indywidualne konsultacje w sprawie realizacji mikroinicjatywy przychodzi skupione i uśmiechnięte. *My już właściwie wszystko mamy ustalone, chcemy tylko się upewnić, czy nic nie pominęłyśmy* – mówi Pauline, pomysłodawczyni. Dalszą część spotkania reguluje szybkie tempo kolejno „odhaczanych” kwestii organizacyjnych. Dziewczyny od początku mają jasny cel i są zdeterminowane.

Mikroinicjatywa opiera się na idei warsztatów pn. „Pośpiewaj mi mam”, które w zamyśle mają uaktywnić kobiety, będące na urlopach wychowawczych i mających małe dzieci. *Przekonanie, że małemu dziecku należy poświęcić 100% swojego czasu, zaniedbując swój rozwój i nie pozwalając sobie na czas wolny to stereotyp* – wyjaśnia Basia. Dziewczyny poprzez wyrwanie z życia grupy mam kilku godzin na naukę piosenek i kołysanek chcą im przypomnieć, że szczęśliwa mama to lepsza mama, a poświęcenie kilku godzin w miesiącu samej sobie będzie ogromną korzyścią dla ich dzieci.

Nasza inicjatywa jest realizowana w formie warsztatów emisji głosu, śpiewania dla dzieci, ruchu spontanicznego i ekspresji ciała. Każdej z nas te tematy są bliskie, bo bliska jest nam muzyka, więc w dodatku świetnie się bawimy. To nasza propozycja zmiany w najbliższym otoczeniu. Bliżej niż w nas samych już być nie może – opowiada Asia. W jednym cyklu warsztatów mamy ćwiczyć prawidłowy oddech i emisję głosu, uczą się również wielu kołysanek oraz piosenek dziecięcych. Na zajęciach nie zabrakło także wielu technik relaksacyjnych, w tym z wykorzystaniem muzykoterapii.

Przychodzą na warsztaty, spędzają ze sobą i z nami czas. Śpiewają, tańczą, bawią się i relaksują. A my dziękujemy, że miałyśmy możliwość poznania tak dużo fantastycznych Kobiet – piszą REkreatorki 27 listopada na tablicy fanpage’a akcji na Facebooku, publikując fotorelację z dwóch weekendowych spotkań. Na zdjęciach same uśmiechnięte dziewczyny. A REkreatorki, pozostając w stanie pełnej mobilizacji, zapowiadają, że już właściwie mają ustalony plan na kontynuację akcji.



KOMENTARZ EKSPERTA

Mikroinicjatywy, czyli pochwała kreacji

dr Maciej Kowalewski

Duże miasta to złożone organizmy, od zawsze zróżnicowane i podzielone. Tęskniące za wspólnotą, za gwarowym życiem, za wspólną tożsamością. Bardzo często zatamizowane, zindywidualizowane, z nielicznymi enklawami wspólnotowego życia. Różnicowania miast – demograficzne, ekonomiczne, kulturowe, to prawdziwe wyzwanie, na które odpowiedzią powinno być tworzenie przedsięwzięć mniejszych, ale dokładniej adresujących swoją ofertę do społeczności kamienicy, ulicy czy osiedla. Takimi przedsięwzięciami są mikroinicjatywy animacji społecznej. Ich sensem jest docieranie do miejsc i grup, które potrzebują wsparcia, ożywienia, obecności animatora.

Przeciwnicy pracy podstawowej uważają, że mikroaktywność jest „kroplą w morzu potrzeb”, a deficyty społeczne trzeba rozwiązywać systemowo. Ale czekanie na zmianę systemową najczęściej powoduje, że nic się nie wydarza, a problemy społeczne zostają w swoim miejscu. Mikroinicjatywy to nie tylko uparte przekonanie, że „trzeba zacząć od własnego podwórka”, od zmian w swoim otoczeniu. To także opowieść o tym, że tak naprawdę wszystkie ważne sprawy: nierówności, klasy społeczne, globalizacja, dzieją się zawsze na jakimś podwórku. I ktoś na tym podwórku musi się pojawić, żeby zapytać ludzi, jakie są ich problemy, co im przeszkadza w ich bezpośrednim otoczeniu.

Dlatego diagnozy potrzeb mieszkańców są tak istotne: realizatorzy mikroinicjatyw mówią, że ludzie najczęściej wcale nie mówią o braku zieleni, niepomalowanych klatkach schodowych. Najczęściej mówią natomiast o braku wsparcia, osamotnieniu, rozpadających się więziach, zanikającym życiu sąsiedzkim. Animator jest w dzisiejszym świecie chyba jedynym adresatem deficytów tego rodzaju. I dlatego jego zamiarem nie jest „zrealizowanie wydarzenia”, ale przede wszystkim spotkanie z mieszkańcami. Oczywiście nie zawsze jest tak, że wszyscy mieszkańcy są zachwyceni prowadzoną interwencją. Praca animatora w środowisku lokalnym przynosi czasem konflikty. Ale ujawnianie napięć i ich rozładowywanie jest też częścią pracy autorów mikroinicjatyw, stawiających sobie za cel ożywienie miejskich wspólnot.

Badacze życia społecznego raczej są zgodni co do tego, że wspólnota w mieście nie jest niczym trwałym, jest raczej migotaniem, w pełni rozbłyska bardzo rzadko. To, że jesteśmy społecznością objawia nam się przede wszystkim w szczególnych momentach. Poczucie wspólnoty najczęściej pojawia się kiedy wspólnie coś robimy, albo kiedy zdarza się jakieś poważniejsze zagrożenie i trzeba sobie nawzajem pomóc. Działalność mikroinicjatyw to właśnie uruchamianie depozytu wspólnoty, budzenie z uśpienia. Takie przebudzenie jest bardzo potrzebne – jeśli na serio chcemy walczyć o spójność społeczną, o poczucie identyfikacji, o pełniejsze uczestnictwo w kulturze. Coraz częściej

podkreśla się, że to uczestnictwo polega na tworzeniu społecznego obiegu, na dzieleniu się kulturą w relacjach społecznych. Mówiąc inaczej: nie tylko jest ważne, ile osób przeczyta jakąś książkę czy obejrzy film, ale ile osób będzie o tym potem między sobą mówić. Jednym z celów pracy animatorów kultury jest stworzenie warunków do rozmowy ludzi o tym, co stworzyli, do dyskusji o własnych dziełach, własnym zaangażowaniu. Wspólne praktykowanie kultury jest czymś więcej niż dostarczanie wydarzenia pojedynczemu widzowi. Praktyka animatorów nie polega wyłącznie na przybliżaniu kultury, ale uzmysławia nam, że uczestniczenie w kulturze jest pełne wtedy, kiedy odbiorcy wchodzi ze sobą w relacje. Szczególnie jest to ważne w dużych miastach, gdzie przeżywanie kultury we wspólnocie zdarza się rzadko. Tłum na koncercie w filharmonii nie jest razem, każdy przeżywa muzykę oddzielnie. A w zrealizowanych mikroinicjatywach chodziło właśnie o wspólne uczestnictwo.

Jest jeszcze inny ważny aspekt mikroinicjatyw. Pojawienie się animatora, czy menadżera społecznego w środowisku lokalnym to okazja do spotkania z „kulturą pierwszego kontaktu”. We współczesnych miastach sporo środków przeznaczanych jest na dużą infrastrukturę instytucji kultury, ale problemem staje się nierównomierny dostęp do tych instytucji, ale także do niektórych wydarzeń czy projektów. W szczególny sposób dotyczy to centralnych, tj. ogólnomiejskich, podmiotów, takich jak muzea, teatry repertuarowe, filharmonia, opera, które w swojej codziennej działalności niezbyt często koncentrują się na funkcjach integracyjnych czy interwencjach w sferę problemów społecznych. Z tego powodu konieczna jest większa dostępność do kultury, czego można dokonać m.in. poprzez większą dyspersję (rozproszenie) projektów. Kultura, zwłaszcza ta współtworzona z mieszkańcami, ożywia i mobilizuje do działania - aktywność kulturalna mieszkańców jest wstępem do innych form aktywności społecznej, projekty realizowane przez wspólnoty mieszkańców pozwalają nie tylko na wyrażanie grupowych wartości, ale przyczyniają się do wzmacniania więzi. Dlatego władze miast, które troszczą się o swoich mieszkańców, powinny dbać o kulturę lokalną, bo ta jest nie tylko narzędziem komunikacji pomiędzy sąsiadami, ale także władzami a mieszkańcami

Mikroinicjatywy mają wszystko to, co rzadko posiadają duże instytucje i duże projekty: spontaniczność, subtelność, bezpośredni kontakt z mieszkańcami. Są ważnym doświadczeniem dla tych, którzy nie są pewni, czy chcą działać w organizacji pozarządowej. Może to właśnie w mikroinicjatywach jest więcej przestrzeni dla kreacji, dla działań innych niż utrwalone profile działalności NGO-sów. Projekty zrealizowane w tej edycji na pewno są dowodem na to, że za niewielkie pieniądze można dzięki pomysłom najbardziej aktywnych osiągnąć widoczne efekty.

REkreacja