

Konferencja: Design thinking w partycypacji

---

## Design thinking, a usługi publiczne (prezentacja równoległa)

**Agnieszka Jurecka, Laboratorium Innowacji Społecznych w Gdyni**

Prowadząca opowiedziała o dwóch przykładach działań, które realizowała w Gdańsku.

### 1. Warsztaty w Gdańsku dot. Skweru Anny Walentynowicz.

Obszar skweru Anny Walentynowicz na przestrzeni kilku lat podlegał wielu konsultacjom. Finalnie zrealizowany projekt wymagał usunięcia z jego przestrzeni sporej części istniejącej zieleni. To rozpoczęło konflikt wśród mieszkańców i władz. W końcu podjęto decyzję, żeby jeszcze raz zaprojektować jego przestrzeń. Żeby nie robić kolejnych warsztatów Lab. Innowacji Społecznych podjęto decyzję o przeprowadzeniu procesu design thinking.

Zorganizowano tzw. jam projektowy, który trwał 7 godz. i odbył się w sobotę. Nie zaproszono na niego jednak mieszkańców (poza pierwszym (informacyjnym) i ostatnim spotkaniem), lecz architektów, urbanistów, władze miejskie. Plan jamu:

- empatia - wywiady w indywidualnymi mieszkańcami ku stworzeniu 4 person, dla których dalej będzie się projektować. Myślenie w schemacie mapy empatii „robi, myśli, czuje”.
- diagnoza potrzeb – 3 grupy projektowe, 3 pytania projektowe, każda z grup skupia się na konkretnej osobie i projektuje dla niej (limitowanie). Myślenie w schemacie „potrzeba a rozwiązanie – potrzebuje...ponieważ...”.
- 15 min. = 30 pomysłów – dot. pytań projektowych, nie chodzi o jakość lecz ilość. Po upływie czasu należy wybrać 2 rozwiązania (nie ma czasu na zastanowienie się o słuszności pomysłu, rozważaniu nad jego dobrymi i złymi stronami, specjalne niedopuszczenie do dywagowania).
- prototypowanie – uczestnikom warsztatów zabrakło na to energii, pomimo planu nie zrobiono makiet. Każdy oceniał pomysły innych grup.
- testowanie – osoba zewnętrzna przygotowała projekty i wizualizacje oraz przedstawiła je na spotkaniu w mieszkańcami i interesariuszami. Okazało się, że mieszkańcy byli na nie, żaden z projektów się im nie podobał. Możliwe, że projekty odpowiadały na wyższe potrzeby niż problemy mieszkańców → najprawdopodobniej rozwiązywały problemy, z których mieszkańcy na rzut oka nie zdawali sobie sprawy, były zbyt dogłębne.
- iteracja – osoba z biura planowania naniósł uwagi mieszkańców na skonsultowane projekty → kompromis?. W konsekwencji zużyto niewspółmiernie dużo energii w stosunku do włożonej pracy.

Na koniec: efekt byłby lepszy, gdyby od razu podejść do tego refleksyjnie. Uczestnicy warsztatów i urzędnicy generalnie ocenili ten proces bardzo pozytywnie. Może warto byłoby zaprosić mieszkańców na część prototypowania, żeby mogli poznać sposób myślenia projektujących.

## 2. GPR „Gdynia Odnowa”

- Etap wstępny – mała grupa robocza – urząd i działacze społeczni, pracowali nad wizją, celami i mapą interesariuszy GPR. Miasto naciskała na poruszenie jak największej ilości aspektów, chciało wywoływać dyskusje.
- Warsztaty w grupach dzielnicowych – były też testem, tego jak pracują i porozumiewają się między sobą działacze z jednej dzielnicy. Spotkanie odbyło się poza urzędem.

Olof Schybergson CEO Fjord: „(...) design thinking ma rację bytu, gdy się łączy design doing i design culture (...)”.

### Pytania od publiczności:

1. Czy włączenie mieszkańców wpływa na tempo realizacji projektu?  
Nie zawsze, ale dobrze gdy mogą być obserwatorami, żeby np. na końcu podczas prezentacji projektu nie byli zaskoczeni.
2. Czy innowacje w projektach są zawsze najlepszym rozwiązaniem?  
Nie! Tu chodziło o innowacyjne podejście do procesu, a nie do samego projektu. Nie można dopuścić do sytuacji, żeby mieszkańcy nie widzieli o co chodzi.
3. Jak w mądry sposób wykorzystać metodę persony? Czy sprowadzanie różnorodnych ludzi do 1 modelu nie jest pewnym nadużyciem?  
Skupienie się na 1 osobie nie znaczy, że zaspokoi się potrzeb innych. Przy tym należy pamiętać, że nigdy nie zaspokoi się wszystkich. Jak powiedział Gil Peñalosa: dopiero gdy projektujesz dla 8 i 80 latków jednocześnie, tworzysz dla wszystkich”. Persona to check-point – sprawdzenie, czy projekt ma rację bytu.
4. Czym jest design culture?  
To stworzenie środowiska, w którym jest przyzwolenie na eksperyment → często trudno jest wyjść z patosu, gdy ktoś boi zrobić się coś innego lub nawet gdy nie ma na to czasu.

---

## Partycypacyjny sposób na opracowanie Strategii Rozwoju Poznania

### Rafał, Kołodziej, Siedem Ósmych

Wystąpienie dotyczyło projektu „Wypracujmy wspólnie miasto”, dzięki któremu pracowano nad Strategią Rozwoju Poznania w partycypacyjny sposób, zakładający metody design thinking.

Logika pracy z mieszkańcami nad opracowaniem nowej strategii:

1. Narzekamy (mieszkańcy)
2. Marzymy (mieszkańcy, interpretatorzy – tworzą wizję i misję miasta)
3. Planujemy (mieszkańcy, administracja, biznes, NGOs, media – odpowiedzialni za doprecyzowanie celów głównych i przełożenie ich na określone działania)
4. Działamy (eksperci, mieszkańcy, administracja – dokument poddany konsultacji)

W Poznaniu odbyło się 6 warsztatów z mieszkańcami. Aby mieć pewność, że warsztaty będą cieszyły się dużą frekwencją starano się dotrzeć do mieszkańców wysyłając informacje indywidualnie i bezpośrednio. Dla osób o specjalnych potrzebach zapewniono transport. Przyszło na nie łącznie ok. 200 osób z różnych środowisk i o różnych statusach (były np. osoby bezdomne).

Podczas warsztatów skorzystano z następujących narzędzi do tworzenia mapy problemów Poznania:

- Gradient problemów: każdy musi się wypowiedzieć, na koniec wybiera się 10 najważniejszych problemów)
- Matryca wpływu: mamy – chcemy – możemy zmienić – nie damy rady zmienić
- Dodefiniowanie głównego problemu

Podczas tych spotkań mieszkańcy wspólnie wypracowali nową wizję i misję miasta:

- Wizja – „Szczęśliwe, zrównoważone miasto, współtworzone przez mieszkańców”
- Misja – „Stwarzanie warunków dla wspólnego działania na rzecz miasta”

Poznań ma być miastem dla ludzi, tak jak:

- Kopenhaga – „A metropolis for people”
- Barcelona – „The city of people”

Te założenia nawiązują między innymi do:

- Słów Enrique Peñalosa, burmistrza Bogoty: szczęście w mieście to: chodzenie (tak jak latają ptaki), inni (z natury chcemy przebywać wśród innych), piękno (sztuka, architektura), przyroda (tereny zieleni), brak wykluczenia.
- Piramidy Diltsa (od podstaw) - środowisko, zachowania, umiejętności, stany, przekonania, wartości, tożsamość, misja (tożsamość i misję miasta powinni tworzyć mieszkańcy i urzędnicy), duchowość.

Mieszkańcy stworzyli triadę wartości wdrażania strategii i tworzenia miasta:

- Otwartość – wolność myśli, przekonań i spontaniczność
- Współodpowiedzialność – wspólne zobowiązanie, zgodne dążenie do celów
- Współtworzenie – komunikacja, zaufanie

Zadbano aby osoby wcześniej nieuczestniczące w tworzeniu strategii stały się jej interpretatorami, punktami odniesienia. Byli to eksperci zewnątrzni.

Wypracowano także cele strategiczne działania miasta, warsztatowo w grupach. Była to praca na syntezach - każda grupa pracowała na wynikach grupy poprzedniej. Wyznaczono 5 grup najważniejszych celów.

Co można było zrobić lepiej?

- Komunikacja w przestrzeni publicznej z mieszkańcami
- Stymulować dyskurs medialny, zapewnić większy rozgłos
- Stworzyć przestrzeń do dyskusji też w internecie
- Zaangażować więcej ludzi z różnych przestrzeni miasta
- Lepsza ewaluacja – szybciej włączyć w proces osoby tym się zajmujące

Pytania od publiczności:

1. Na czym polegał dobór ekspertów – jak dbano o pluralizm światopoglądowy? Starano się zaprosić osoby z różnych środowisk, z różnym doświadczeniem, ale niestety nie wszyscy byli chętni, żeby się zaangażować lub nie wszyscy przyszli na spotkania.

---

## Projektowanie partycypacyjne w udostępnianiu Tatrzańskiego Parku Narodowego

### Jan Krzeptowski-Sabała, Tatrzański Park Narodowy

Wizja TPN: Przyroda zbliżona do stanu naturalnego z zachowaniem cennych elementów kulturowych. TPN wzorcem działania dla innych podobnych organizacji.

Misja TPN: Chronimy i pomagamy zrozumieć przyrodę i kulturę Tatr umożliwiając doświadczenie ich przez obecne i przyszłe pokolenia.

Trudno jest wizję i misję połączyć z obecnością turystów, jednak trzeba było w pewnym momencie to w mądry sposób zaplanować. Projekt „Gotowi w Góry” (najpierw: „Dobry Sąsiad”) – powstał z inicjatywy studentów z School of Form z 2014 roku. Chcieli oni stworzyć bardziej efektywny system informacji turystycznej w Tatrach.

Na początku zdefiniowano interesariuszy działań na rzecz udostępniana TPN: turyści, mieszkańcy (około 16 tys. osób, TPN jest też ich pracodawcą), naukowcy, którzy badają Tatry

Etapy działań:

1. Zdiagnozowano problem projektowy - „podniesienie świadomości (bezpieczeństwa) turysty na szlaku poprzez współpracę TPN z właścicielami kwater i pensjonatów.”
2. Poznanie terenu przez studentów
3. Określono najbardziej liczną grupę docelową, odbiorców projektu - nieświadomy turysta amator – powoduje szkody na terenie TPN i stwarza zagrożenie dla siebie
4. Odbyły się warsztaty nt. bezpieczeństwa przeznaczone dla pracowników TPN i turystów (zapraszano także tych, którzy akurat byli na szlaku)
5. Stworzono historię, komiks, o tym jak zachowywać się w górach
6. Efektem pracy studentów zainteresowały się: Cooperativa Studio, Urząd Miasta
7. *Powstał* - Program współpracy Tatrzańskiego Parku Narodowego z lokalnymi kwaterodawcami „Gotowi w Góry”
8. Tym razem stworzono darmowe tablice informacyjne. Do każdej z nich dołącza się zestaw materiałów.

Obecnie z tych plansz korzysta 98 ośrodków (dla porównania w przeszłość był tylko 1). Obecnie są plany na dalszą ekspansję terytorialną tego projektu.

Strategia udostępniania (na 20 lat):

- Uzupełnić plan ochrony
- Połączyć siły z Zakopanem – tam teraz także powstaje strategia rozwoju.

- Włączyć nową grupę interesariuszy – osoby niepełnosprawne – oni sami zgłosili chęć współpracy

Opracowanie: Dominika Misterka