

Pomysł Na Miasto (PnM) UrbanLab Gdynia
w obszarze rozwoju społeczeństwa obywatelskiego oraz zwiększania potencjału społeczności lokalnych do rozwiązywania problemów

1. TYTUŁ (ok. 100 znaków)

Nazwij swój pomysł – jednym zdaniem spróbuj opowiedzieć o nim.

Pamiętaj, że proponowana mikroinnovacja miejska powinna dotyczyć obszaru rozwoju społeczeństwa obywatelskiego oraz zwiększania potencjału społeczności lokalnych do rozwiązywania problemów. Uwaga: Nazwa nie powinna zawierać nazw własnych.

Informator dla nowych mieszkańców Gdyni

2. ESENCJA (ok. 100 słów)

a) O co chodzi w Twoim pomycie – co chcesz zrobić, dlaczego, jaki będzie efekt?

Opisz w maksymalnie 3 zdaniach swój pomysł, tak. Aby był zrozumiały dla innych.

Uwaga! Ten opis będzie pojawiał się zawsze tam i wtedy, gdy będzie mowa o Twoim pomycie.

Założeniem zaproponowanego działania jest partycypacyjne stworzenie informatora dla nowych mieszkańców Gdyni, wyposażającego ich w wiedzę o mieście, jego funkcjonowaniu, instytucjach i zasadach działania. Nowi mieszkańcy miasta nie posiadają wiedzy niezbędnej do podejmowania oddolnych inicjatyw i zaangażowania się w życie publiczne, w związku z tym poziom partycypacji w tej grupie jest stosunkowo niski. Efektem stworzenia informatora będzie zwiększenie poziomu wiedzy, zapewnienie mieszkańcom niezbędnych informacji oraz zachęcenie ich do podjęcia aktywności.

3. ZASIĘG (ok. 100 słów)

a) Jakiego obszaru i/lub poziomu dotyczy pomysł?

Obszar: (np.) ogólnomiejski, dzielnica (nazwa), osiedle (nazwa / lokalizacja).

Poziom: (np.) lokalna społeczność, klub sąsiedzki, wspólnota mieszkaniowa (obszar/zasięg funkcjonowania).

Obszar: ogólnomiejski

Poziom: lokalna społeczność Gdyni

4. KONTEKST (ok. 200 słów)

a) Jak wygląda sytuacja, dla której proponujesz rozwiązanie?

b) Czy opisana przez Ciebie sytuacja ma charakter stały, czy czasowy/powtarzalny?

c) Czy zauważyłaś/-eś potrzebę, która wymaga reakcji? Jaką?

Partycypacja, a więc uczestnictwo obywateli w życiu społecznym, publicznym i politycznym, nierozzerwalnie związana jest z poziomem wiedzy tychże obywateli w zakresie możliwości uczestnictwa. Działania zachęcające mieszkańców do aktywności obywatelskiej zawsze rozpoczynają się od uświadomienia mieszkańcom, że taka aktywność jest możliwa i w jakich polach może się ona zadziać. Nowi mieszkańcy Gdyni to grupa, która tę wiedzę musi dopiero zdobyć. Zazwyczaj jest ona kształtowana w szkole bądź poprzez wychowanie w danym mieście – wieloletnie osvajanie się z jego instytucjami czy politykami oraz poznanie miasta. Dla nowych mieszkańców, niezależnie od kraju pochodzenia (a więc również migrantów wewnętrznych), zasady funkcjonowania miasta są czymś nowym, w związku z czym poziom partycypacji tych mieszkańców jest niższy. Ta sytuacja będzie prawdopodobnie narastać – ze względu na rozwój miasta oraz atrakcyjność Pomorza dla ludności napływowej, liczba nowych mieszkańców będzie się zwiększać. W związku z tym niezbędne staje się podjęcie działań mających na celu zagospodarowanie tej grupy, zachęcenie jej do aktywności i wsparcie procesu zakorzeniania się w społeczności lokalnej. Jest to szczególnie ważne w grupie imigrantów, którzy nie znają polskiego kontekstu i zdobywają dopiero kompetencje kulturowe i społeczne niezbędne do jego zrozumienia. Informacje te dostępne są na stronach miejskich jednostek, jednak ich znalezienie wymaga dużego zaangażowania, zwłaszcza w przypadku osób nieznających języka polskiego. Konieczne staje się zapewnienie dostępu do rzetelnej informacji w jednym miejscu i w języku znanym większości gdyńskim imigrantów – co najmniej języku angielskim i rosyjskim. Dostęp do informacji zwiększa poczucie bezpieczeństwa nowych mieszkańców i ułatwia korzystanie z możliwości jakie daje miasto. Zwiększa również chęć i

kompetencje do tego, aby samodzielnie szukać sposobów realizacji swoich potrzeb i aspiracji. Łatwość zdobycia informacji zwiększa szanse migrantów na szybsze odnalezienie się w nowej sytuacji i zintegrowanie ze społecznością lokalną.

5. INSPIRACJA (ok. 100 słów)

- Czy problem/potrzeba dotyczy bezpośrednio Ciebie i/lub Twojej społeczności?
- Czy problem/potrzeba jest dobrze widoczna w całym mieście? Chcesz pomóc?
- Skąd pomysł na rozwiązanie?

Wspomniany problem dotyczy społeczności, z którą większość mieszkańców Gdyni styka się na co dzień – w pracy, szkole czy sklepie. Jest to problem ogólnomiejski, który będzie coraz bardziej widoczny, również dlatego, że coraz więcej się o nim mówi, m.in. na forum Obszaru Metropolitalnego Gdańsk-Gdynia-Sopot. Jako osoba zajmująca się w pracy projektowaniem działań skierowanych do migrantów, chętnie zaangażuję się w inne inicjatywy mogące wesprzeć tę grupę w codziennym życiu. Inne polskie miasta, takie jak Lublin, Warszawa, Wrocław czy Gdańsk, podjęły już temat polityki integracyjnej i są źródłem wielu inspiracji dla rozwiązań, które można wprowadzić. Podobne informatory, dotyczące głównie obszaru szkolnictwa, dostępne są na stronach ww. miast.

6. INNOWACJA (ok. 100 słów):

- Na ile Twój pomysł jest unikalny i innowacyjny?
- Czy był już gdzieś wcześniej wykorzystany? Jeśli tak – gdzie i/lub przez kogo? (np. miasta, społeczności, instytucje, organizacje, etc.)
- Skąd można czerpać doświadczenie we wdrażaniu podobnych rozwiązań?

Podobne pomysły zostały już zrealizowane:

- we Wrocławiu – broszura „Pakiet startowy. Informator dla rodziców”,
- w Warszawie – „Pakiet powitalny dla uczniów i rodziców”,
- w Lublinie – „Informator dla migrantów i migrantek”,
- w powiecie kartuskim – „Przewodnik „3 kroki do integracji na Pomorzu” (powiat kartuski)”.

Dwa z wymienionych informatorów skupiają się na zagadnieniu szkolnictwa – tego, jak wygląda polska szkoła, jakie są zasady szkolnictwa, wzory dokumentów, kontakt z rodzicami i nauczycielami. Informator kartuski zawiera podstawowe informacje dotyczące podejmowania pracy, polskiego prawa oraz różnych aspektów związanych z bezpieczeństwem. Informator lubelski jest najbardziej kompleksowy – zawiera informacje o Lublinie, różnych obszarach życia, polskich regulacjach prawnych itp. Żaden z informatorów nie zawiera jednak informacji o możliwościach współdecydowania o mieście i czynnego wpływania na własne otoczenie. Kluczową kwestią tworzenia informatora powinna być analiza potrzeb – wypracowanie wraz z grupą docelową jakie treści powinny znaleźć się w przewodniku oraz w jakiej formie powinny być przedstawione.

7. DZIAŁANIE (ok. 300 słów)

- Na czym konkretnie polega pomysł?
- Co i/lub jakie działania i w jakiej kolejności (krok po kroku) obejmuje?

W etapie przygotowawczym działanie obejmuje analizę potrzeb potencjalnych użytkowników. Na tym etapie należy pamiętać, że migranci to bardzo szeroka grupa, w związku z czym w różnych kategoriach mogą pojawić się inne potrzeby. Do przeprowadzenia analizy potrzeb warto zaprosić:

- re-emigrantów (zwłaszcza tych, którzy powrócili do Polski z dziećmi urodzonymi i wychowanymi poza Polską);
- rodziców z dziećmi;
- studentów zagranicznych;
- osoby, które przeprowadziły się do Polski same, jednak z zamiarem pozostania tutaj (i, jeśli pozostawili za granicą rodzinę – chęcią jej sprowadzenia do Polski);
- wolontariuszy zagranicznych wyrażających chęć pozostania w Polsce;
- migrantów wewnętrznych – zarówno studentów, jak i osoby pracujące.

Analiza potrzeb może być realizowana w formie wywiadów indywidualnych lub grupowych, a także warsztatów z udziałem wyżej wymienionych grup. Spotkania mogłyby się odbywać w Pomorskim Parku Naukowo-Technologicznym Gdynia. Migranci biorący udział w badaniu mogą zostać

zrekrutowani np. poprzez informacje o naborze udostępnione w mediach społecznościowych, ale również poprzez kontakt z instytucjami, w których odbiorcami są obcokrajowcy, takimi jak: Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej, Miejska Biblioteka Publiczna w Gdyni, Muzeum Emigracji, czy Powiatowy Urząd Pracy. Należy pamiętać, że część osób biorących udział w analizie potrzeb i kolejnych pracach może potrzebować wsparcie językowego. Dobrym pomysłem na jego zapewnienie może być zaangażowanie wolontariuszy bądź praktykantów – studentów kierunków filologicznych, mentorów wolontariuszy europejskich przebywających w Gdyni, czy osób, które nieodpłatnie uczą się języka polskiego jako obcego.

Drugim etapem tworzenia informatora jest zaproszenie migrantów do wspólnego wypracowywania rozwiązań na podstawie przeprowadzonej analizy potrzeb. Na tym etapie powinien nastąpić wybór zagadnień, które mają znaleźć się w informatorze. Uczestnicy mogą zaproponować, które z problemów są wg nich najbardziej palące lub uniwersalne oraz sformułować pytania dotyczące funkcjonowania tych obszarów. Do tego etapu warto również zaprosić instytucje takie jak Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej, Muzeum Emigracji, Miejska Biblioteka Publiczna w Gdyni, Powiatowy Urząd Pracy. Są to instytucje na co dzień stykające się z tą grupą odbiorców, w związku z czym mogą wspomóc grupę w zadawaniu pytań i proponowaniu rozwiązań. Dobrym pomysłem byłoby również zaproszenie gdyńskich uczelni wyższych, organizacji pozarządowych pracujących ze społecznością wielokulturową (w Gdyni – Centrum Współpracy Młodzieży, w Gdańsku – Centrum Wsparcia Imigrantów i Imigrantek) oraz firm zatrudniających obcokrajowców, a także jednostek takich jak Laboratorium innowacji Społecznych, czy potencjalnie zainteresowanych wydziałów Urzędu Miast Gdyni, np. Wydział Polityki Rodzinnej, Wydział Edukacji, Wydział Komunikacji Społecznej i Informacji. Kolejnym etapem jest opracowanie tekstu informatora oraz opracowanie graficzne, a także przetłumaczenie tekstu na wybrane w trakcie analizy potrzeby języki. Informator mógłby zostać udostępniony w formie .pdf na stronach gdyńskich instytucji i organizacji, warto również zadbać o to, aby drukowane egzemplarze znalazły się w takich instytucjach jak MOPS czy PUP.

Wyżej wymienione instytucje mogłyby się zaangażować w promocję informatora. Dobrym pomysłem jest zaangażowanie na tym etapie jego współtwórców – migrantów, którzy wzięli udział w analizie potrzeb i wypracowywaniu rozwiązań. Mogliby być oni ambasadorami przedsięwzięcia, informującymi o nim w swojej lokalnej społeczności. Wsparciem w promocji mógłby być krótki spot w kilku językach udostępniony na portalu Facebook, na Instagramie, YouTube oraz stronach instytucji. Działania promocyjne powinny obejmować grupy zrzeszające cudzoziemców na Facebooku, informacja powinna zostać rozesłana do firm zatrudniających obcokrajowców.

Ważną kwestią jest kontynuacja projektu – informacje zawarte w informatorze z pewnością będą się dezaktualizować. Po zrealizowaniu projektu należy wyznaczyć jednostkę miejską, która będzie odpowiedzialna za ich aktualizowanie oraz utrzymanie aplikacji mobilnej.

8. INTERESARIUSZE (ok. 100 słów).

- Do jakiej konkretnie grupy docelowej – odbiorców i uczestników – skierowany jest pomysł? (np. młodzież w wieku od ... do ..., seniorzy, matki z dziećmi, osoby z niepełnosprawnościami)
- Komu pomoże rozwiązanie i ile osób może na nim skorzystać?
- Komu może przeszkadzać?
- Czy jest sposób, aby wszystkie strony były zadowolone?

Pomysł skierowany jest do nowych mieszkańców Gdyni – dorosłych osób z doświadczeniem migracji. Trudno oszacować liczbę osób, którym pomoże zaproponowane rozwiązanie, gdyż brakuje jasnych statystyk dotyczących tego, ilu migrantów mieszka w Gdyni. Wg danych Wojewódzkiego Urzędu Pracy, w okresie styczeń – sierpień 2019, w Gdyni wpisano do rejestru 13 628 oświadczeń o powierzeniu wykonywania pracy cudzoziemcom. Należy zauważyć, że tylko część cudzoziemców pracuje w Polsce na podstawie wpisu do rejestru oświadczeń, w związku z czym liczba osób, które skorzystają z informatora jest z pewnością dużo większa. Zaproponowany pomysł nie godzi w interesy żadnej grupy.

9. BUDŻETOWANIE

Budżetowanie wypełnia się w oparciu o własne doświadczenie i rozeznanie pomysłodawcy. Szacunkowy budżet to **30 000 zł brutto**.

- Jak najefektywniej zabudżetować realizację pomysłu?

- b) Na jakie konkretne działania (w kolejności zakładanej realizacji) potrzebne są środki?
 c) Czy i jakie działania mogą być zrealizowane w ramach wolontariatu i/lub innej formy zaangażowania społecznego?
 d) Kto i jak może dodatkowo wesprzeć finansowo realizację pomysłu?
 e) Znasz kreatywne rozwiązania, które pozwolą zmniejszyć koszt realizacji pomysłu?

Części składowe / Działania	Koszt działania	Środki finansowe i inne formy finansowania lub wkładu niefinansowego
Wynagrodzenie koordynatora (600 zł/mies. x 5 miesięcy)	3 000 zł	Praca może być wykonana również jako wolontariat lub w ramach obowiązków zawodowych
Wynagrodzenie badacza – przeprowadzenie analizy potrzeb (40 h x 150 zł/h)	6 000 zł	Praca może być wykonana również jako wolontariat lub w ramach obowiązków zawodowych
Materiały biurowe	500 zł	
Opracowanie tekstu	2 000 zł	Praca może być wykonana również jako wolontariat lub w ramach obowiązków zawodowych
Tłumaczenie (EN, RU, UA)	3 000 zł	Praca może być wykonana również jako wolontariat, możliwe jest zaangażowanie w tłumaczenie migrantów dobrze znających język polski
Opracowanie graficzne	2 000 zł	Praca może być wykonana również jako wolontariat lub w ramach praktyk studenckich
Promocja – produkcja spotu	3 000 zł	Praca może być wykonana również jako wolontariat lub w ramach praktyk studenckich
Promocja – druk informatora (nakład: 200 egz. x 4 wersje językowe)	10 000 zł	Można zrezygnować z druku informatora w drukarni – jeżeli instytucje mają taką możliwość, wystarczy wydrukowanie go na drukarkach biurowych w zależności od zapotrzebowania

10. ZAANGAŻOWANIE (ok. 100 słów):

- a) Jak chcesz i możesz pomóc w realizacji pomysłu? (np. wkład sponsorski, wolontariacki, własny, rzeczowy, crowdfunding, crowdsourcing, etc.)
 b) Kto jeszcze w mieście może wdrożyć lub wesprzeć pomysł/rozwiązanie?
 c) Jakie grupy osób w mieście mogą być potencjalnie zaangażowane w realizację pomysłu?
 d) Jak do nich dotrzeć i jak przekonać do zaangażowania w realizację?

Organizacjami i instytucjami, które mogą być zaangażowane w realizację pomysłu i wesprzeć jego wdrożenie są:

- Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej,
- Muzeum Emigracji w Gdyni,
- Miejska Biblioteka Publiczna w Gdyni,
- Powiatowy Urząd Pracy w Gdyni,
- Centrum Współpracy Młodzieży,
- Centrum Wsparcia Imigrantów i Imigrantek,
- Obszar Metropolitalny Gdańsk-Gdynia-Sopot,
- Firmy zatrudniające obcokrajowców.

Wspomniane instytucje już są zaangażowane w działania na rzecz społeczności imigrantów i realizują inicjatywy mające na celu polepszenie ich sytuacji w różnych obszarach. Zaproszenie ich do współtworzenia informatora może być początkiem utworzenia między nimi sieci współpracy, której potrzeba stworzenia zgłaszana jest przy okazji różnego rodzaju konferencji czy spotkań. Informator będzie zawierał informacje dotyczące różnych obszarów życia i funkcjonowania jednostek miejskich czy organizacji pozarządowych. Również one, w zależności od wybranych obszarów, mogą (i powinny) być zaangażowane w realizację pomysłu.

Jako pomysłodawca projektu, chętnie wesprę jego realizację swoim doświadczeniem w pracy z tą grupą oraz wiedzą na temat funkcjonowania miasta i realizacji badań społecznych.

11. REALIZACJA (ok. 100 słów)

- a) Kiedy i jak długo może działać rozwiązanie?
- b) Czy pomysł ma charakter jednorazowy, seryjny, ciągły, związany z porą roku i/lub jego realizacji uzależniona jest od innych warunków – jakich?

Pomysł ma charakter ciągły – informator wymaga aktualizowania.

12. ZMIANA (ok. 100 słów)

- a) Jak Twój pomysł może zmienić Gdynię w obszarze rozwoju społeczeństwa obywatelskiego potencjale społeczności lokalnych do rozwiązywania problemów?

Dzięki realizacji pomysłu nowi mieszkańcy Gdyni będą mieli lepsze zorientowanie w przestrzeni miasta i możliwościach, jakie ono daje. Zwiększy się ich wiedza na temat istniejących instytucji, mechanizmów partycypacji oraz zasad funkcjonowania miasta, a także prawnych uwarunkowań życia w Polsce. Zdobyta przez nich wiedza zwiększy ich poczucie przynależności i odpowiedzialności za miasto, co w dalszej perspektywie wpłynie na wzrost aktywności społecznej imigrantów. Stworzenie informatora sprawi również, że nowi mieszkańcy poczują się w Gdyni bezpieczniej – będą bardziej zaopiekowani, poczują się „jak u siebie”.

Dzięki zaangażowaniu grupy docelowej w wypracowanie pomysłu, informator odpowie na rzeczywiste potrzeby zidentyfikowane podczas procesu projektowania oraz zyska ambasadorów mogących zachęcić innych przedstawicieli tej grupy do zaangażowania się w życie lokalnej społeczności.

POMYSŁODAWCZYNI: Marta Otrębska