
Spółdzielnia Kultury Wrocław

Jak tworzyć rozwiązania
wspierające sektor kultury
przy użyciu Design Thinking



Strefa
Kultury
Wrocław

hearts & heads



Spis treści

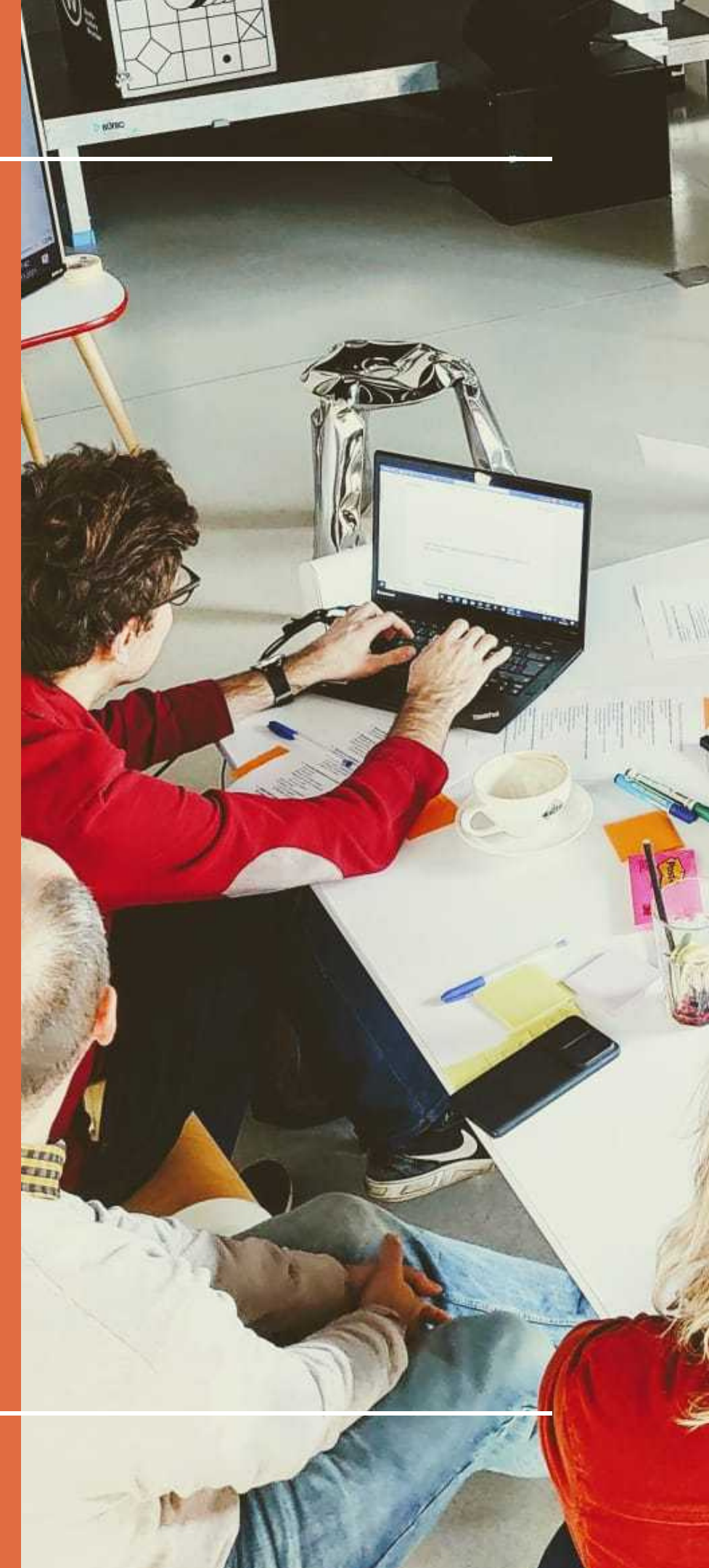
| | | | |
|------------------------------|----|---------------------------|----|
| Wyzwanie | 3 | Insighty | 22 |
| Model kreatywności | 5 | Wymyślanie rozwiązań | 27 |
| Przebieg procesu | 10 | Burza mózgów | 28 |
| Empatia i definicja | 13 | Selekcja i ocena pomysłów | 29 |
| Mapowanie świata problemu | 13 | Karty pomysłów | 32 |
| Scenariusz wywiadu | 14 | Współdzielnia kultury | 34 |
| Odkrycia z wywiadów | 16 | | |



Wyzwanie

W listopadzie oraz grudniu 2021 roku zespół przedstawicieli wrocławskiego sektora kultury (we współpracy z ekspertami z [hearts&heads](#)) przeszedł przez proces warsztatowo-badawczy nastawiony na poszukiwanie odpowiedzi na pytanie „jak mogłaby wyglądać „Wrocławska Spółdzielnia Zasobów Kultury?”. Realizując działania badawcze oraz korzystając z technik pracy kreatywnej, kilkunastoosobowy zespół zastanawiał się, co należy zrobić, by Wrocław stał się miastem, w którym harmonijnie i regularnie współpracują ze sobą instytucje kultury, organizacje pozarządowe, grupy nieformalne, czy w końcu indywidualni artyści, animatorzy kultury oraz aktywiści.

Na naszej ścieżce nie ograniczaliśmy się do poszukiwania rozwiązań. Wprost przeciwnie – pracowaliśmy zgodnie z metodą Design Thinking – i przez znaczną część procesu w ogóle nie myśleliśmy o rozwiązaniach. Zamiast tego koncentrowaliśmy się na stawianiu pytań, docieraniu do różnorodnych interesariuszy i identyfikowaniu barier oraz problemów, które dziś ograniczają potencjał do ponadinstytucjonalnego i międzysektorowego współtworzenia kultury.

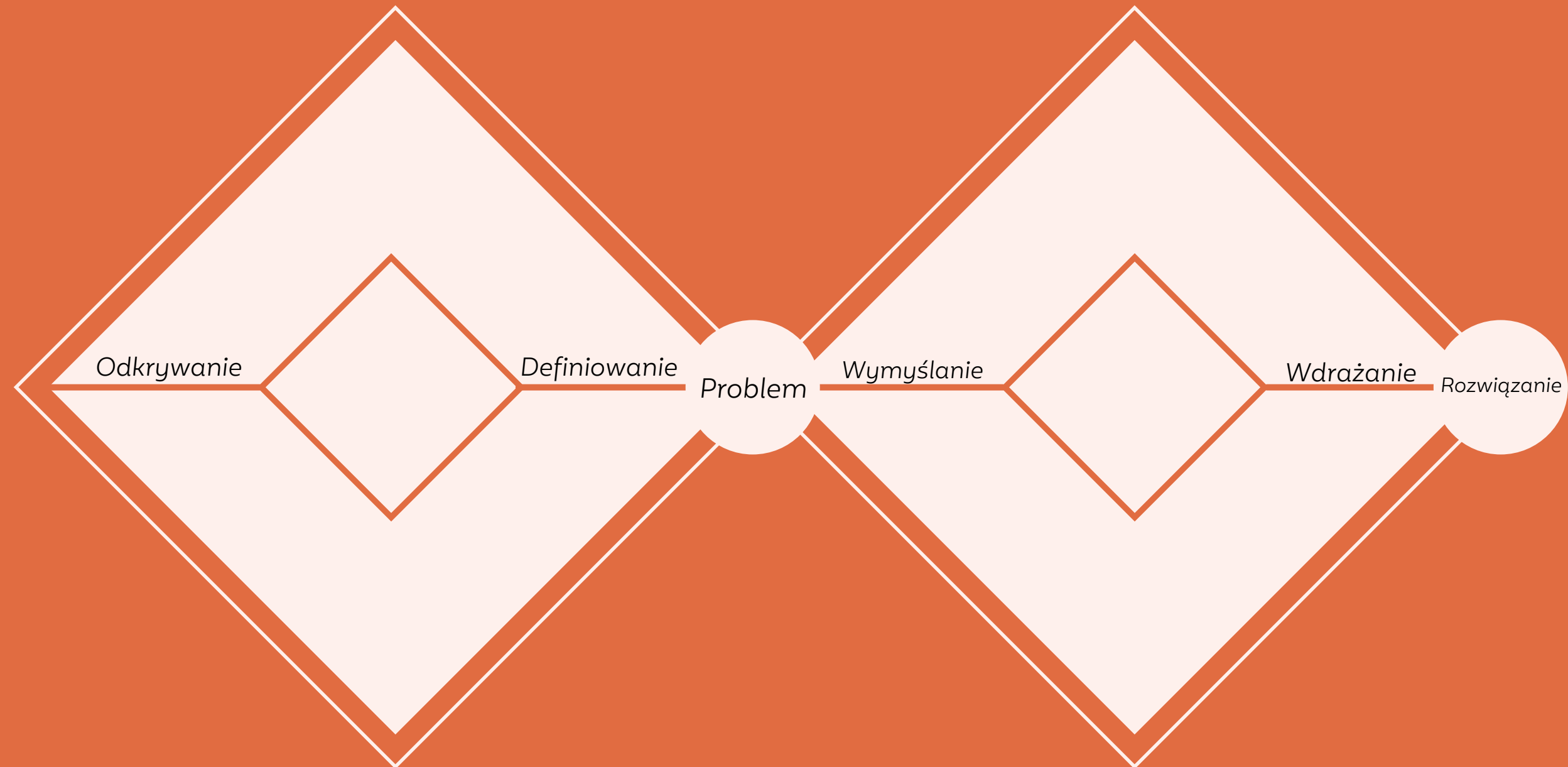


W niniejszym raporcie chcielibyśmy przybliżyć nie tylko nasze ustalenia (wyniki badań, zdiagnozowane problemy, zainspirowane nimi rozwiązania), ale też lepiej odpowiedzieć sam proces, który doprowadził nas do konkluzji prezentowanych na końcu dokumentów. Mamy bowiem poczucie, że jest to schemat pracy, który z powodzeniem może się sprawdzić w wielu innych wyzwaniach, które towarzyszą funkcjonowaniu sektora kultury tak we Wrocławiu, jak i innych miastach.

Schemat i sekwencja naszych działań inspirowane były metodą design thinking oraz zasadami organizacji procesów kreatywnych. Zanim przejdziemy do prezentacji ustaleń dotyczących „Wrocławskiej Spółdzielni Zasobów Kultury” w skrótowny sposób chcielibyśmy zaprezentować podstawowe aspekty teoretyczne, wyjaśniające skąd czerpaliśmy wzorce dla przyjętego sposobu pracy.

Model kreatywności Double Diamond

Double Diamond to model procesu projektowania rozwiązań opracowany przez brytyjski Design Council w roku 2005. Jego wygląd – zaprezentowany obok – przypomina swoim kształtem dwa diamenty. Co możemy wyczytać z tego modelu? Przede wszystkim identyfikuje on 4 główne etapy procesu kreatywnego – odkrywanie, definiowanie, wymyślanie i wdrażanie.



Odkrywanie

Dobry proces kreatywny zaczyna się od etapu odkrywania. Uwaga: oznacza to, że nie zaczyna się od wymyślania rozwiązań!

Fakt ten może być trudny do przyjęcia – wiele osób ma tendencję, żeby jak najszybciej rzucać pomysłami, gdy tylko pojawia się problem do rozwiązania. Często króluje tu reguła „im szybciej, tym lepiej”. Jednak zasada ta okazuje się być jednym z poważniejszych zabójców kreatywności. Dlatego w opisywanym tu modelu – wymyślanie rozwiązań odkłada się w czasie. Na tym etapie (który można też określić mianem fazy inspiracji) naszym celem powinno być przede wszystkim poszerzenie horyzontu patrzenia na dany problem i pogłębienie naszego rozumienia danej sytuacji. Pomaga w tym zbieranie jak największej liczby informacji, opinii, obserwacji, doświadczeń w danym temacie. Mile widziane są tutaj badania terenowe i bezpośrednie spotkanie z odbiorcami naszych docelowych rozwiązań.



Odkrywanie

Wszystko to daje nam ogląd na rzeczywistość – nie na taką, jaka ona jest zgodnie z naszym (zwykle uproszczonym) poglądem, ale na taką, jaka ona jest w pełni swojej różnorodności i przy współwystępujących sprzecznościach.

To właśnie w tej skomplikowanej rzeczywistości będziemy chcieli umocować nasz nowy concept (produkt, usługę, usprawnienie organizacyjne itd.). Nie powinniśmy zatem zakładać, że to rzeczywistość dopasuje się do naszych „genialnych” pomysłów – to nasze pomysły (choć mamy ambicję wprowadzenia zmiany) powinny wyrastać z tego, „jak jest”.



Definiowanie

To moment, w którym próbujemy zrozumieć, co dla nas wynika z etapu obserwacji. Czy możemy – przykładowo – zidentyfikować jakieś konkretne potrzeby, które nie są obecnie zaspokajane w satysfakcjonujący sposób? Czy w obszarze problemu zauważamy coś, co wydaje nam się wyjątkowo ważne – np. ludzkie nawyki i przyzwyczajenia, które powinniśmy wziąć pod uwagę? I czy – w końcu – możemy w jakiś zwięzły i trafny sposób zdefiniować nasze wyzwanie?

Może się pojawić pytanie – czy nie powinniśmy określić wyzwania na samym początku, jeszcze przed etapem inspiracji? I tak, i nie. Oczywiście, zaczynając proces kreatywny chcemy rozwiązać jakiś konkretny problem. Ale dość często, po etapie inspiracji okazuje się, że trzeba zdefiniować go w nieco inny sposób np. sprecyzować, zawęzić, przeorientować. Bywa, że wyjściowo zdefiniowaliśmy problem po prostu nietrafnie. Przed takim ryzykiem ma nas uchronić etap definiowania.



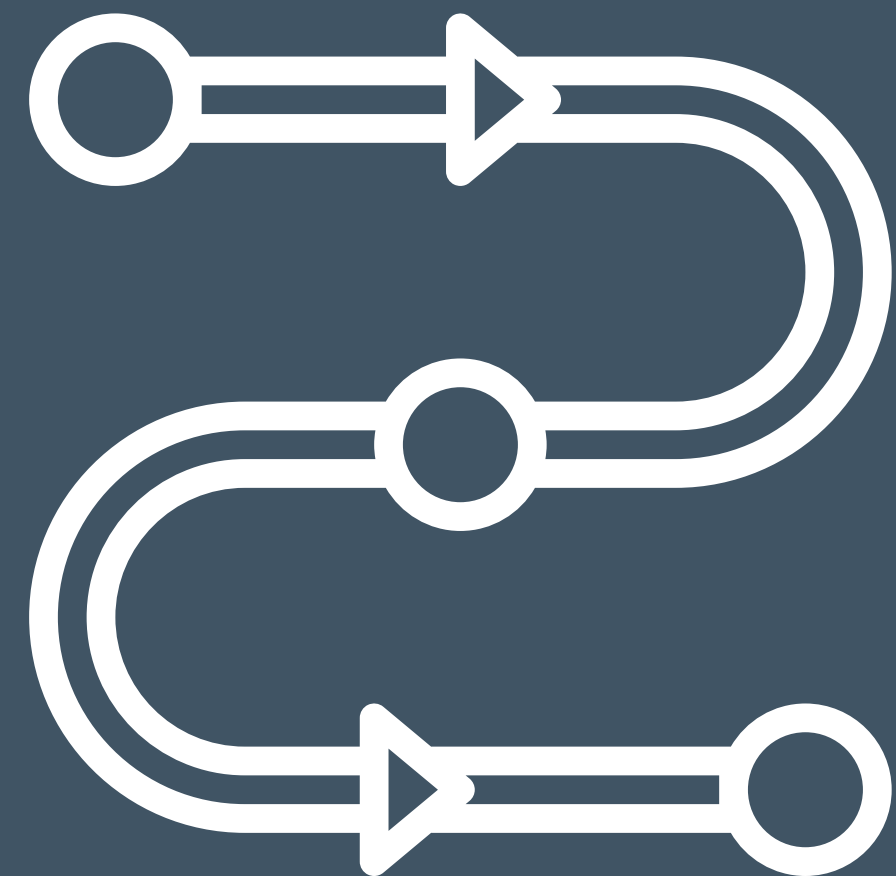
Wymyślanie

Dopiero na tym etapie – czyli w trzecim „kroku” – przechodzimy do wymyślenia rozwiązań. Poprzednie etapy miały nas przygotować do tego, żebyśmy mogli tutaj poszaleć. Co ważne – zgodnie z większością istniejących metodyk – prowadzimy tutaj wymyślanie rozwiązań zgodne z zasadą „od ilości do jakości”. Czyli najpierw staramy się wymyślić, jak największą liczbę możliwych rozwiązań danego problemu, a dopiero później oceniamy, które z nich wydają się najbardziej obiecujące – oddzielenie tych dwóch faz pracy kreatywnej, to jeden z kluczowych warunków dla skutecznego uwolnienia zespołowego potencjału twórczego.

Wdrażanie

Ostatni etap podróży w procesie kreatywnym to etap wdrożenia. Czyli moment, w którym przyglądamy się wymyślonym pomysłom, wybieramy najlepsze z nich i przybliżamy do ich wdrożenia – nadajemy konkretne ramy, uszczegóławiamy i w końcu wprowadzamy w życie. Zadanie wykonane, problem został rozwiązany.





Przebieg procesu

Jak w praktyce wyglądała nasza praca
bazująca na modelu procesu kreatywnego

Wprowadzenie do metody Design Thinking

Cały proces objął 5 spotkań o charakterze warsztatowym. Podczas pierwszego warsztatu uczestnicy poznali specyfikę metody Design Thinking oraz zasady towarzyszące dobrze zorganizowanym procesom kreatywnym nastawionym na rozwiązanie problemu przy uwzględnieniu różnorodnych perspektyw i potrzeb odbiorców.

Przygotowanie do wywiadów pogłębionych

Uczestnicy procesu zostali przeprowadzeni przez ćwiczenie mapowania wszelkich zjawisk i okoliczności ważnych dla tematyki oraz przygotowali się do zbierania informacji "w terenie" poprzez sporządzenie odpowiednich narzędzi pozyskiwania danych. Uczestnicy zostali zaznajomieni z techniką realizacji badań i przygotowani do ich realizacji.

Realizacja wywiadów

Zbieranie informacji zrealizowano przy użyciu metody wywiadu pogłębionego. Osoby zaangażowane w proces zrealizowały łącznie 14 wywiadów tego typu. Wywiady realizowano z interesariuszami tworzonego rozwiązania (tj. przedstawicielami instytucji kultury, osobami reprezentującymi lokalne NGO oraz indywidualnymi artystami, animatorami i aktywistami).

Warsztaty analityczne

W trakcie tego spotkania uczestnicy procesu kolejno prezentowali historie rozmówców, z którymi realizowali wywiady pogłębione. W ten sposób uspołniano wiedzę, płynącą z badań terenowych oraz wspólnie wypracowywano listę najważniejszych wniosków i obserwacji z etapu odkrywania, co było bezpośrednim przygotowaniem do fazy twórczej, gdzie ustalenia te służyły, jako inspiracja do tworzonych pomysłów.

Warsztaty kreatywne

W tej części procesu uczestnicy działali w swego rodzaju „dwutakcie” Należy przez to rozumieć, że najpierw zostali oni poprowadzeni przez proces generowania pomysłów zgodny z ideą „idź na ilość”. Oznacza to, że na tym etapie dążyliśmy do zidentyfikowania jak największej liczby pomysłów, które odpowiadałyby na wyzwanie stworzenia „Wrocławskiej Spółdzielni Zasobów Kultury”. Dopiero, gdy potencjalnych możliwości było kilkadziesiąt uczestnicy przeszli od generowania pomysłów do ich selekcji i oceny. Na tym etapie weryfikowana była wykonalność poszczególnych propozycji oraz ich potencjalny wpływ na rozwiązanie wyzwania. Tak poprowadzony proces doprowadził do wytypowania 4 zróżnicowanych wizji, które tworzą ramy tego, czym mogłaby być wrocławska „Spółdzielnia”. Pomysły te prezentujemy w dalszej części raportu

Mapowanie świata problemu

Pierwszym etapem procesu było mapowanie problemu. W jego trakcie uczestnicy dzielili się swoimi własnymi doświadczeniami współpracy w kulturze. Podczas wspólnych dyskusji identyfikowano ważne obszary problemowe i wyzwania związane z dzieleniem się zasobami oraz szeroko rozumianą współpracą w sferze kultury (tak na poziomie ponad instytucjonalnym, jak i międzysektorowym). Dyskusja ta pozwalała zmapować (stąd nazwa tego etapu) ważne zagadnienia, które powinny zostać uwzględnione w badaniach terenowych. Krok ten ma w istocie „służebną” rolę wobec następnego etapu procesu (tj. przygotowywania wywiadów pogłębionych) – umożliwia wstępną imersję w analizowany temat oraz buduje zaangażowanie u wszystkich członków zespołu.



Wywiady pogłębione

Mapowanie świata problemu ułatwiło stworzenie narzędzia badawczego w postaci scenariusza wywiadu. Scenariusz został opracowany przez uczestników procesu (przy wsparciu zespołu hearts&heads) i miał uniwersalny charakter (tj. wszystkie wywiady były realizowane według jednego scenariusza). Co ważne, każdy z uczestników procesu miał za zadanie zrealizować co najmniej jeden wywiad pogłębiony. Bezpośrednie spotkanie z odbiorcą jest bowiem istotnym krokiem na drodze do otwierania się na empatię (kluczową w procesach Design Thinking).

Uczestnicy, wyposażeni w scenariusz oraz konkretne wskazówki dotyczące tego, jak należy realizować wywiady pogłębione, „ruszyli w teren” i między spotkaniami warsztatowymi realizowali rozmowy z różnorodną grupą interesariuszy.

- ✓ Łącznie przeprowadzono 14 wywiadów.
- ✓ Rozmawiano z osobami zróżnicowanymi pod względem stażu pracy, zajmowanego stanowiska oraz miejsca i „trybu” pracy (wśród respondentów znaleźli się przedstawiciele instytucji kultury, osoby reprezentujące NGO oraz indywidualni artyści, animatorzy i aktywiści).



Wywiad pogłębiony - pytania badawcze

Wśród pytań badawczych, na które odpowiedzi poszukiwano podczas prowadzonych rozmów, znalazły się m.in.:

1. Jak wyglądają procedury/praktyki dzielenia się zasobami w instytucjach/organizacjach/grupach?
2. Jakie są bariery i trudności w realizacji praktyk dzielenia się zasobami?
3. Jakiego typu zasobami dysponują instytucje/organizacje/grupy. Jakiego typu zasobami dzielą się chętniej, a jakimi mniej chętnie?
4. Czy i jak typ zasobów wpływa na praktyki dzielenia się zasobami?
5. Jakie są motywacje organizacji/instytucji/grupy w procesach dzielenia się? Jakie wartości w tym widzą?
6. Jakie są zagrożenia i szanse/korzyści w procesie dzielenia się?

*pełny kształt scenariusza przygotowanego dla uczestników procesu znaleźć można w załączniku do raportu.

Wywiad pogłębiony - odkrycia



Na bazie zrealizowanych wywiadów zidentyfikowaliśmy serię wniosków, które – następnie – stały się dla nas punktem wyjścia do generowania pomysłów na rozwiązania. Wybrane z tych odkryć z procesu badawczego prezentujemy na tej i kolejnych stronach



Współpraca bazuje na bezpośrednich relacjach i zaufaniu

Słowo „zaufanie” pojawiło się w praktycznie każdej rozmowie o dzieleniu się różnego rodzaju zasobami. Jest ono – jak się wydaje – warunkiem koniecznym do podzielenia się zasobem (niezależnie od jego charakteru). W wywiadach dało się zaobserwować prawidłowość wskazującą, że zazwyczaj im więcej w danej relacji zaufania (wynikającego np. z wcześniejszych doświadczeń współpracy), tym mniej biurokracji i odwrotnie (brak znajomości danej osoby lub danego podmiotu pociąga za sobą konieczność dekretacji i szeregu formalności, które należy spełnić, by móc z czegokolwiek „cudzego” skorzystać; biurokracja jawi się tu, jako proteza zaufania).

Budowa zaufania to praca u podstaw, nie da się jej szybko zastąpić technologią

Jednocześnie, nasi rozmówcy wskazywali, że relacje najlepiej buduje się w warunkach nieformalnych. Sprzyjają temu spotkania, konferencje, szkolenia – miejsca, gdzie można się spotkać i porozmawiać w luźniejszej, niezobowiązującej atmosferze. Z czasem takie spotkania przekładają się na owocną i łatwą do nawiązania współpracę. Dobrym przykładem może być tutaj sprawnie funkcjonująca sieć kierowników wrocławskich CALi, którzy regularnie się ze sobą spotykają, co skutkuje tym, że dobrze się ze sobą znają (na poziomie pragmatycznym oznacza to też, że mają np. swoje numery telefonów) i w efekcie współpraca między nimi jest znacznie ułatwiona.

Są osoby, które świetnie odnajdują się w obecnym systemie, ale wymagało to od nich wielu miesięcy (/lat) budowania siatki kontaktów

Są ludzie, którzy już obecnie sobie świetnie radzą z wymianą zasobów na poziomie ponad instytucjonalnym oraz międzysektorowym. W rozmowach pojawiło się nawet precyzyjne określenie na tę grupę osób – „hub kontaktów”. Są to osoby, które w wyniku intensywnego (i często wieloletniego) uczestnictwa w życiu kulturalnym Wrocławia wyrobiły sobie rozpoznawalność (oraz towarzyszące jej zaufanie) w gronie osób odpowiedzialnych za organizowanie działalności kulturalnej miasta. „Hub kontaktów” to osoba, która może nas pokierować od odpowiedniej osoby w danej instytucji/organizacji, gdy chcemy wejść z nią w jakąś formę współpracy. Patrząc z wnętrza środowiska kulturalnego, takie osoby ułatwiają sprawną realizację działań w szerokim ekosystemie różnych aktorów. Spoglądając na to z zewnątrz można mieć poczucie, że wymiana zasobów jest nietransparentna i bazuje na znajomościach.

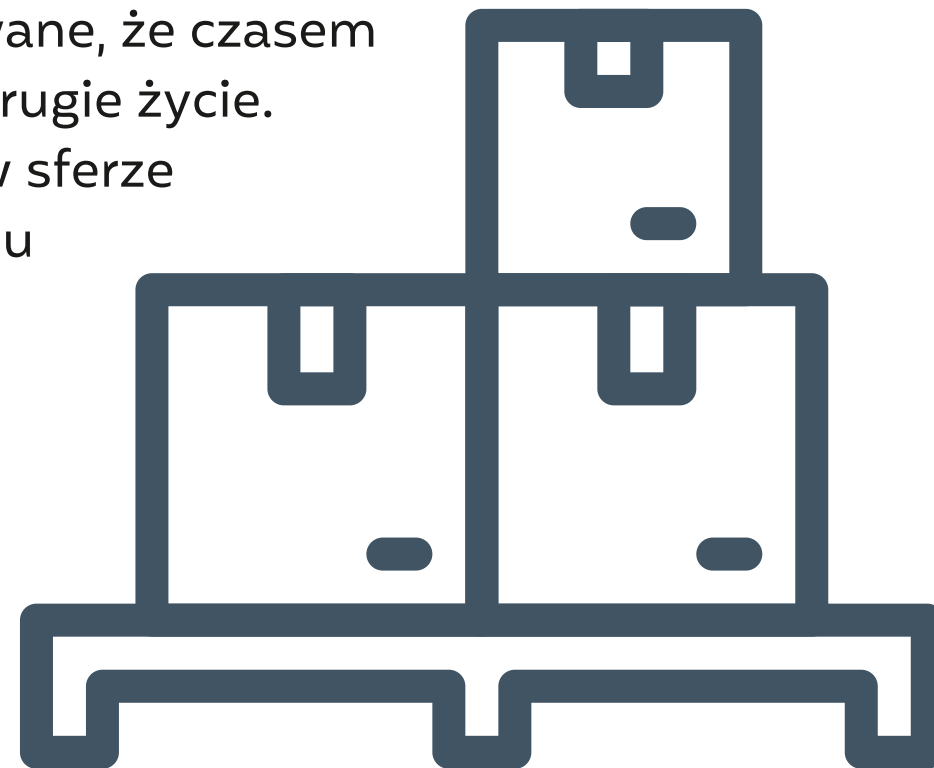
Złudzenie dostępności – zasób twardy nie zadziała bez „zasobu miękkiego” (czyt. człowieka)

W części rozmów dało się zaobserwować różne historie związane z brakiem wzajemnego zrozumienia odmiennych perspektyw patrzenia na dzielenie się zasobami i szerszy kontekst korzystania z tychże. Zdarzało się, że instytucje kultury były chętne do niekomercyjnego podzielenia się swoją przestrzenią lub sprzętem, ale po drugiej stronie (u organizacji pozarządowych, artystów lub innych interesariuszy) niezrozumienie budził fakt, że owej niekomercyjnej relacji towarzyszą „gwiazdki” (tj. niby za darmo, ale jednak każą nam zapłacić – tu np. konieczność pokrycia kosztów pracy techników obsługujących sprzęt nagłośnieniowy, czy oświetleniowy albo osób sprzątających wykorzystywaną przestrzeń po zakończeniu zewnętrznego wydarzenia). Niekomercyjność w tym przypadku nie oznacza bowiem braku odpłatności, oznacza raczej brak generowania zysku, przy jednoczesnym pokryciu przynajmniej części kosztów, które generuje dane udostępnienie zasobu.

Co ciekawe, podobny problem „niezrozumienia” pojawia się także w relacji przebiegającej w drugą stronę. Niektóre NGO deklarowały, że partnerzy instytucjonalni nie zawsze są w stanie zrozumieć rozróżnienie między działalnością statutową odpłatną i działalnością gospodarczą, ograniczając organizacjom pozarządowym możliwość jakiegokolwiek odpłatności za działania realizowane w ich przestrzeniach (nawet gdy działania te mają charakter nienastawiony na osiągnięcie zysku).

Często nawet nie wiemy, czym tak naprawdę dysponujemy

Nasze rozmowy pokazują, że wiele instytucji kultury, a także część organizacji pozarządowych tak naprawdę nie wie, jakimi dokładnie zasobami dysponuje. W magazynach tych podmiotów znajduje się sporo sprzętu, który od dawna jest nieużywany. Brakuje jednak pomysłów, jak można by te rzeczy zagospodarować na nowo. Dodatkową barierą, która zniechęca do poszukiwania nowych zastosowań (lub nowych właścicieli) dla starego sprzętu jest także prawo. W opinii naszych rozmówców jest ono tak skonstruowane, że czasem łatwiej coś zniszczyć niż nadać mu drugie życie. Z wywiadów wynika, że wiele osób w sferze kultury buntuje się przeciwko takiemu trybowi postępowania.



Biurokratyzacja nie jest dobrym kierunkiem

Rozmówcy w prowadzonych wywiadach zwracali uwagę, że – pracując nad jakąkolwiek formą spółdzielni kultury – należy uważać by nie przesadzić z formalnościami. Jak wskazywali „zastępowanie systemu opartego na kontaktach, zaufaniu, telefonach do znajomego, czymś co wprowadzi zbyt wiele biurokracji może zabić spontaniczność i szczerść tego procesu”, a w efekcie zamiast wzmacniać współpracę, uzyska się efekt dokładnie odwrotny. Punkt ten powinien być formą memento, o którym należy pamiętać projektując finalne rozwiązania.

Usługi i kompetencje miękkie jako dodatkowe pole do wymiany

Przycięcie desek czy oprawienie obrazu, użyczenie pracowni do konkretnej czynności to też ważne pole do wymiany – zwłaszcza dla artystów i artystek, którzy przestrzeni, sprzętu czy umiejętności nie posiadają. Podobnie z kompetencjami miękkimi (szkolenia, warsztaty), które mogłyby się znaleźć w bazie do zamawiania przez grupy osób/organizacje czy instytucje. Zrealizowane rozmowy pokazują, że do wymiany kompetencyjnej można zaprosić także aktorów spoza ekosystemu kultury – istnieją we Wrocławiu przykłady inicjatyw pokazujących, że chętni do współpracy w takim charakterze są także pracownicy lokalnych korporacji (pod warunkiem, że zostaną do takiego partnerstwa zaproszeni).

Złym pomysłem jest też przymus współpracy

Przeprowadzone rozmowy pokazały, że w gronie dyrektorów instytucji kultury są osoby mocno sceptyczne wobec idei dzielenia się zasobami („to nie jest mój statutowy obowiązek”). Warto mieć tego świadomość i zastanowić się, jak krok po kroku można budować otwartość tej grupy osób na szerszą współpracę międzysektorową.



Insighty

Po wysłuchaniu wszystkich wywiadów, uczestnicy zostali poroszeni o zapisanie - ich zdaniem - 5 kluczowych obserwacji (insightów). Poniżej prezentujemy jeden insight każdego uczestnika. Wszystkie obserwacje dołączone są do załącznika 2.

➤ ODBIORCY SĄ ZASOBEM

Często zapominamy, że zasoby to nie tylko sprawy materialne czy kompetencje, ale też odbiorcy i odbiorczynie, którymi możemy się dzielić, wymieniać, polecać sobie i traktować ich/je jako pole do współpracy i poszerzania swojego pola działania (każdy typ grupy ma inne doświadczenia i swoją publikę).

Insighty

➤ POSTWZROST i GOSPODARNOŚĆ

Jako rezygnacja z posiadania na własność, trwałość vs. ambicja posiadania na własność, swojego zasobu i nim swobodnego dysponowania zamiast w kółko chodzenia po prośbie, sprawiedliwy dostęp do informacji o istniejących zasobach i możliwości skorzystania z nich, koniec z zaklętym kręgiem wiedzy tajemnej.

➤ WIELCY WSPÓŁPRACUJĄ Z WIELKIMI

A mali z małymi. Czasami pojawiają się wolne elektrony, które przełamują tę tendencję. Wielcy są często samowystarczalni, a dzielenie się zasobami ich obciąża (czas, obsługa).

➤ MAPOWANIE / INWENTARYZACJA

Aktualizacja tej bazy, zarządzanie magazynami, prywatna lista zasobów.

Insighty

- ◉ **“NA PORTAL SPÓŁDZIELNI DAM WSZYSTKO CO NAJGROSZE!”**
Część dyrektorów instytucji jest obecnie sceptyczna wobec dzielenia się zasobami (nie mają tego w statucie, to ich dobra wola, ponoszą odpowiedzialność za sprzęt). Samo stworzenie rozwiązania do ogłaszania, jakimi zasobami dysponują może nie wystarczyć.
 - ◉ **KNOW-HOW TO WAŻNY ZASÓB**
Wielokrotnie z wywiadów wynikało, że często barierą jest brak praktycznej wiedzy, jak coś zrobić, a nie sceny, czy krzesła - np. jak dobrze zaangażować wolontariuszy na rzecz jakiegoś wydarzenia, czy jak obsłużyć prawnie jakiś “projekt”.
 - ◉ **KORPO-SKARBY**
Brak zrozumienia zasad i celów firm i korporacji w zakresie działań pożytku publicznego utrudnia korzystanie z ich zasobów, a mogą być one ogromne zarówno w obszarze materialnym jak i np. kompetencyjnym.
-

Insighty

➤ ZAUFIANIE

W większości wywiadów pada słowo zaufanie, które jest niejako warunkiem koniecznym do podzielenie się zasobem. Im więcej zaufania, tym mniej biurokracji i odwrotnie. Szukanie "balansu" między jednym a drugim.

➤ ROZPROSZENIE WIEDZY O ZASOBACH

Bardzo ważna jest osoba, która wie o tym, jakie zasoby są w organizacji oraz wie, gdzie można je znaleźć. Jest to bardzo ważna cenna kompetencja i bardzo cenna wiedza.

➤ CZYM SĄ ŚRODKI TRWAŁE?

Brak wyobraźni o tym czym są i tego że wymagają umiejętności, kompetencji, opieki, konserwacji, OBSŁUGI! Gromadzenie dóbr nie jest EKO. Trzeba współlniać. Może rozpisywać konkursy na opiekę i obsługę sprzętu? Współlnianie wymaga zaufania, współpracy, kontaktów.



Pomysły na kształt
Wrocławskiej
Spółdzielni Zasobów
Kultury

Wymyślanie rozwiązań

Po określeniu najważniejszych obserwacji z wywiadów rozpoczęto prace w etapie ideacji. Jest to moment procesu, w którym zespół zaczyna myśleć o przyszłości, czyli o potencjalnych rozwiązaniach dla wyzwania, z którym się zmagają. Etap ten podzielony był na dwie fazy. W pierwszej z nich (tzw. fazie zielonego światła) byliśmy nastawieni na wygenerowanie jak największej liczby potencjalnych rozwiązań.



2. pracą

BAZA →
POŚREDNIO
NIE MIĘDZY
LUDŹMI
NA START

RYZYKO
ODDZIĘCZENIA

JEST TRUD
WEJŚĆ W REL
I KONTAKTY

Zaufanie

marka

WYSTĄPIĆ
WYKONANIE
KONKURENCJI

Pracownicy indywidualni

pracować wspólnie
celu

bracie wst
co kto wie

Koncepty
propozycje z celami

Burza mózgów

Na tym etapie pracowaliśmy, trzymając się zbioru zasad, których zadaniem było wspierać kreatywność zespołową (tj. umożliwić wszystkim uczestnikom procesu swobodne dzielenie się swoimi pomysłami). Zasady te to:

Odrocz ocenę

Tak, aby każdy czuł się bezpiecznie, dzieląc się swoimi pomysłami.

Nie bój się szalonych pomysłów

Pomysły te zwykle pozwalają dostrzec nowe możliwości, nowe obszary wzrostu, przełamać impas w kreacji.

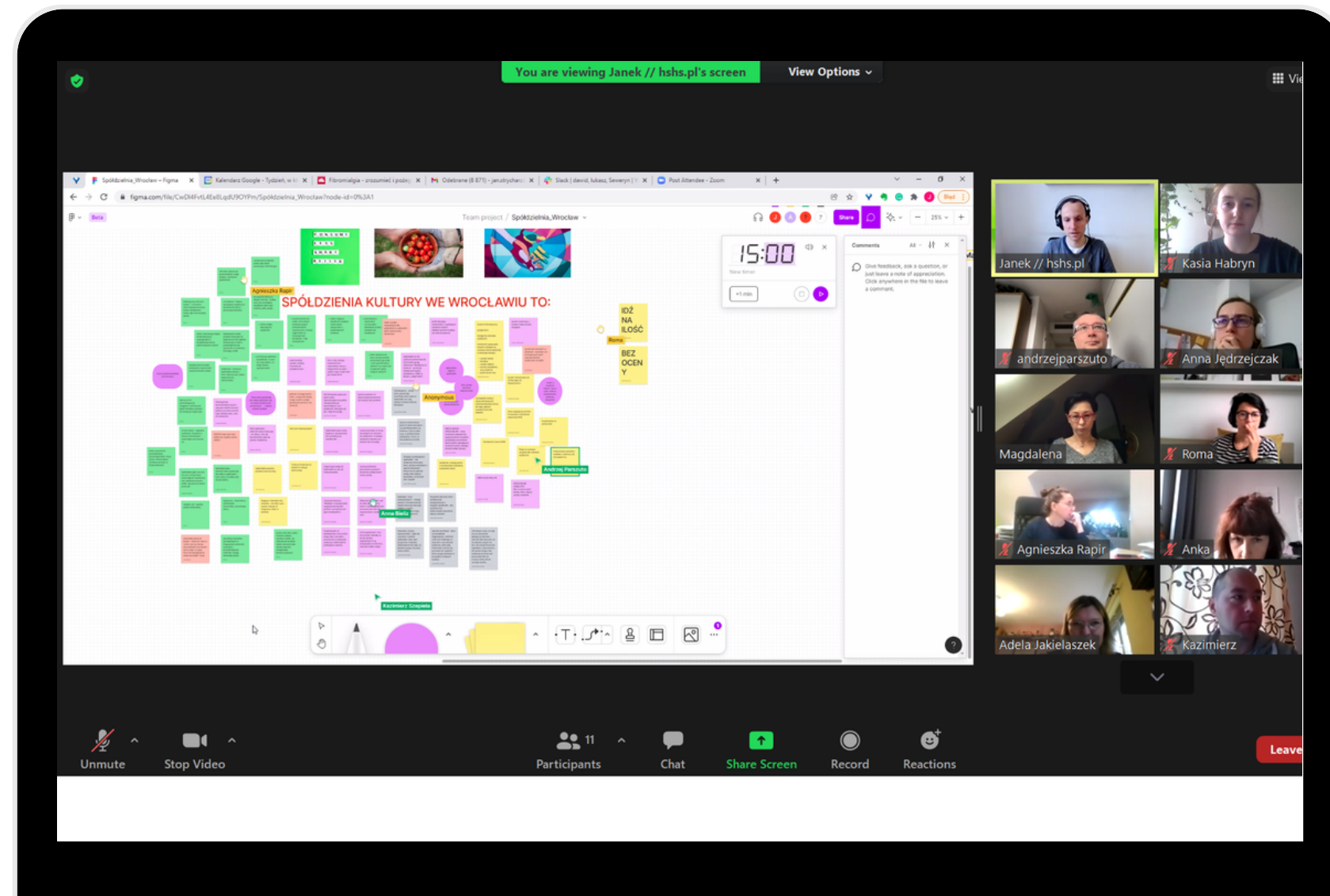
Buduj na pomysłach innych

Inspiruj się pomysłami innych osób i zastanów się, co jeszcze można do nich dodać; jak jeszcze je rozwinąć.

Idź na ilość

W dobrej sesji w ciągu 60 minut powstaje ok. 100 pomysłów. W trakcie burzy mózgów nie zwracamy uwagi na jakość, jako że na ocenę przyjdzie czas później. Działamy według zasady „ilość przechodzi w jakość”.

ZASADY



Selekcja i ocena pomysłów

• jeden dedykowany temu tematowi kanał komunikacji (jak sobie z tym radzicie? jak to ułatwić? co macie? jak to ogarnąć? gdzie mogę to zdobyć?)

• portfolia specjalistów i specjalistek: w czym się czuję dobrze, co mogę wnieść, zaproponować

biznes mikser - regularne spotkania, rotacyjnie w różnych lokalizacjach wspierające poznanie się

ewaluacja /dyskusja - przekazywanie wiedzy, tego co działa, co nie działa, doświadczeń

dedykowane środki, program dotacyjny od organizatora lub wspólne staranie się o środki u grantodawców lub sponsorów na konkretny brakujący zasób

WROCLAWSKA SPÓLDZIELNIA - nowa instytucja zajmująca się wypożyczaniem sprzętów, posiadająca pracowników technicznych zajmujących się konserwacją, obsługą i dbaniem o sprzęt.

Agnieszka Rapir

W następnym kroku uczestnicy oceniali pomysły przez pryzmat łatwości wykonania oraz potencjalnego wpływu na rozwiązanie problemu; potem w głosowaniu wytypowano 22 pomysły, które cechowały się największym potencjałem według uczestników; finalnie z nich, stosując tzw. regułę serca, wybrano zbiór pomysłów, które złożyły się na 4 ramowe koncepcje tego, czym mogłaby być spółdzielnia kultury we Wrocławiu.

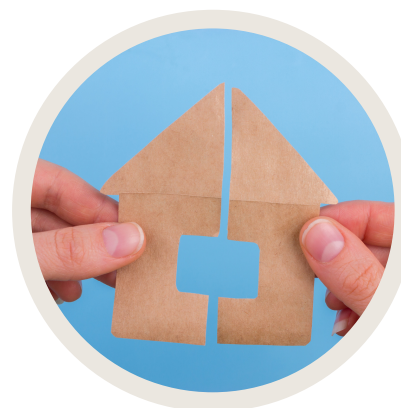
Tym sposobem wyłoniono 22 pomysły, na które oddano min. 1 głos.

Karty pomysłów

Cztery przykładowe pomysły wybrane w fazie czerwonego światła zostały zaprezentowane w formie karty pomysłu (która stanowi wstępny prototyp). Warto podkreślić, iż wszystkie wygenerowane pomysły tworzą zbiór działań i rekomendacji, które mogą – po przetestowaniu – stać się fundamentem dla rozwoju szczegółowego planu wdrożeniowego Spółdzielni Kultury Wrocław.



Pomysł 1
Elewator współpracy kulturalnej



Pomysł 2
WROdzielnia



Pomysł 3
Dzielmy się!



Pomysł 4
Dobra Wrocławskiej Kultury

Karta pomysłów

Uczestnicy procesu połączeni w pary wspólnie pracowali nad opracowaniem karty pomysłów, która zawierała następujące elementy:



Charakterystyka

czy jest to produkt, czy usługa, czy może jakiś proces; dla kogo – kto będzie głównym odbiorcą, użytkownikiem, czy klientem; kto będzie z tego korzystał i w jaki sposób.

Osiągnięcia

co konkretnie będzie pozytywnym wynikiem realizacji tego pomysłu; w jaki sposób osiągniemy te pozytywne efekty, dzięki realizacji tego konkretnego pomysłu; skąd będziemy wiedzieć, że to jest sukces.

Wizja wdrożenia

w jaki sposób możemy zrealizować ten pomysł; jakie osoby są do tego potrzebne, jakie kompetencje, co mamy już u siebie, a co będziemy musieli kupić na rynku, jakie będą z grubsza koszty tych zewnętrznych „zakupów”.

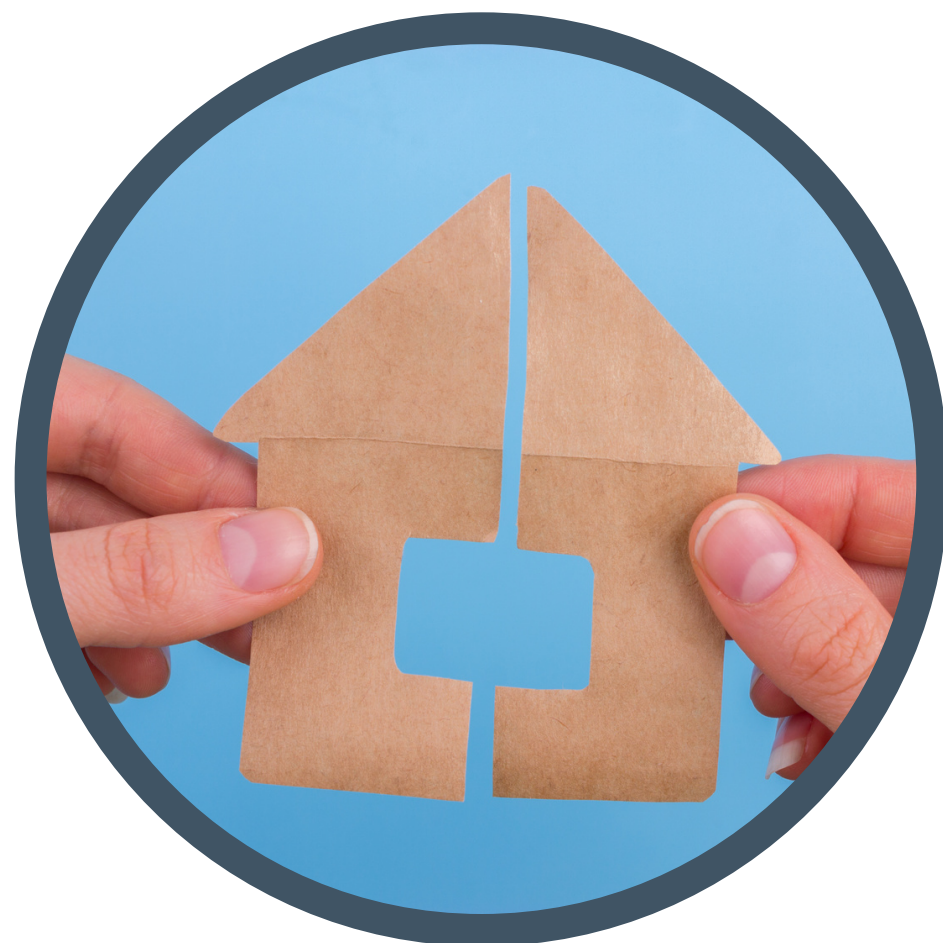
Ryzyka

co może się nie udać i dlaczego oraz, w jaki sposób zamierzamy sobie z tym radzić.



Elewator współpracy kulturalnej

Elewator to połączenie szerokiego sieciowania (tworzenia licznych okazji do spotkań – meetupy, wizyty studyjne, integracja, konferencje) z przygotowaniem narzędzi wirtualnych ułatwiających wymianę zasobów (materialnych i niematerialnych).



WROdzielnia

Zarządzana przez niezależnego operatora przestrzeń z zasobami wspólnymi oraz możliwością wymiany zasobów posiadanych przez różnych aktorów.



Dzielmy się!

To pomysł zakładający, że punktem wyjścia do stworzenia (jakiejś formy) spółdzielni jest zbudowanie dobrze zintegrowanej sieci osób (przedstawicieli różnych podmiotów obecnych w środowisku kultury), które będą ułatwiać kontakt pomiędzy różnymi aktorami.



Dobra Wrocławskiej Kultury

DWK to kompleksowy model wspierający współdzielenie zasobów miękkich i twardych w polu wrocławskiej kultury. Częściami składowymi mają być: (i) platforma cyfrowa do gromadzenia danych o zasobach oraz (ii) wspólne spotkania nieformalne w różnych miejscach związanych z sektorem kultury we Wrocławiu.

Współdzielnia Kultury



Postanowiliśmy uspoźnić wizję i pomysły opracowane przez uczestników procesu, dlatego powołano zespół zadaniowy, który w mniejszym składzie bliżej przyjrzał się 4 propozycjom prototypów (karty pomysłów). Na ich podstawie stworzono jeden pomysł o nazwie "Współdzielnia Kultury". Jego najważniejsze założenia prezentujemy w dalszej części raportu.

Odbiorcy

Wyszczególniliśmy główne grupy odbiorców, które wpisują się w założenia Współdzielni i, z którymi chętnie podjęlibyśmy współpracę.

Instytucje kultury

Twórcy

Artyści

Animatorzy

Organizacje pozarządowe

Aktywiści

Grupy nieformalne

Centra Aktywności Lokalnej



Operator

Rekomendowane jest, by powołać operatora Współdzielni. Operator pełniłby rolę ambasadora i promował idee przedsięwzięcia. Ponadto będzie dbał o:

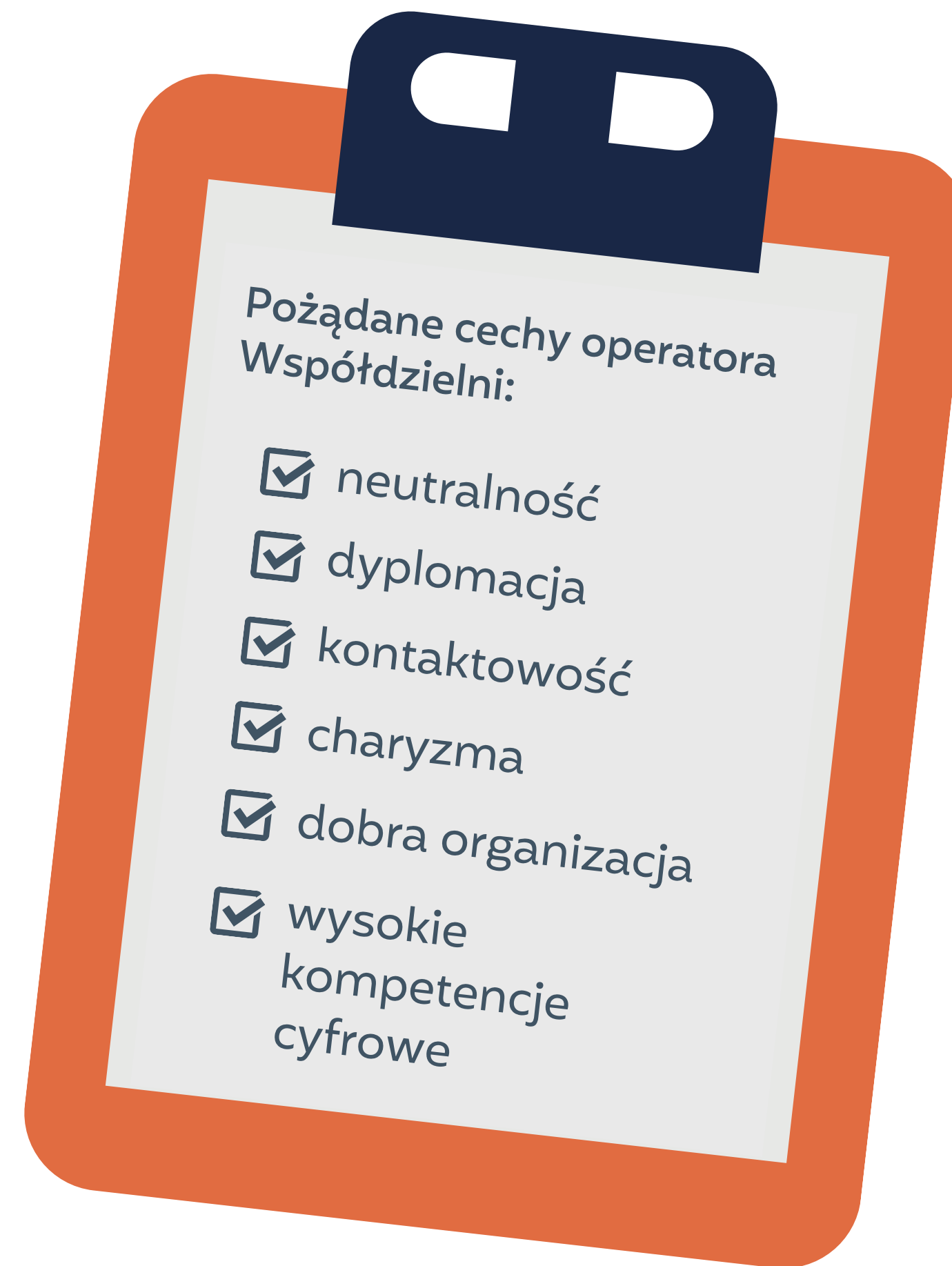


kwestie finansowe



zaplecze formalno-
prawne

moderator / animator / facylitator /
ambasador / mediator



Proces

Na projekt Współdzielni Kultury należy patrzeć jak na proces budowania społeczności. Na początku powstanie grupa pilotażowa, która przetestuje wskazane rozwiązania. W jej skład wejdą członkowie grupy roboczej oraz respondenci badań prowadzonych na potrzeby projektu (łącznie ok. 12 osób).

W budowaniu społeczności przyda się szeroki zakres narzędzi:


- utworzenie kanału komunikacyjnego
- spotkania informacyjne
- wizyty studyjne
- spotkania wiedzowe
- opracowanie systemu motywacyjnego (ocenie współpracy)

Dodatkowo powstanie znak rozpoznawczy (emblem) przyznawany współpracującym organizacjom.



Osiągnięcia

Wspólna praca nad budowaniem Współdzielni Kultury niesie ze sobą wiele korzyści finansowych, wizerunkowych oraz integracyjnych.



Inwentaryzacja zasobów pozwoli na podejmowanie strategicznych decyzji zakupowych i zachęci do recyklingu zasobów.

Promowanie idei ekonomii współdzielni w kulturze + ekologizacja

Realizacja wspólnych działań

Nawiązywanie relacji, współpracy / rozpoznanie środowiska

Realizacja x wydarzeń dzięki Współdzielni

Realne oszczędności

Zmiana sposobu myślenia o zasobach/dobrach, uwolnienie się od posiadania na własność

Transparentność

Ujednolicone warunki współpracy (proste dokumenty akceptowalne i zrozumiałe w różnych obiegach)



Wizja wdrożenia - Etap I

Określiliśmy również najważniejsze elementy procesu (tzw. kamienie milowe), które są konieczne do wdrożenia Współdzielni Kultury i jej prawidłowego funkcjonowania.

