

Przewodnik

KARTY RESPONSYWNOŚCI W PRAKTYCE

Laboratorium Responsywności

SPIS TREŚCI

1. Kogo zaangażować do prowadzenia procesu autorefleksji
2. Kogo można włączyć w proces autorefleksji
3. Jakie zasoby można wykorzystać w trakcie procesu autorefleksji
4. W jakiej formie można przeprowadzić proces autorefleksji
5. Jaki może być efekt procesu autorefleksji



WPROWADZENIE

Przewodnik przedstawia ogólne ramy wspierające stosowanie Kart Responsywności jako narzędzia do autorefleksji. Biorąc pod uwagę indywidualny kontekst i zasoby organizacji, która chce przeprowadzić proces autorefleksji, można dostosować sposób zastosowania Kart Responsywności do własnych potrzeb.

Przedstawione poniżej wskazówki sprawdziły się w organizacjach i instytucjach, które testowały Karty Responsywności. Jednocześnie chcemy podkreślić, że poniższe wskazówki są jedynie sugestią, która może, ale nie musi zostać wzięta pod uwagę. Ważne, aby proces autorefleksji dostosować do potrzeb i kontekstu własnej organizacji lub instytucji.



1

Kogo zaangażować do prowadzenia procesu autorefleksji

- Proces autorefleksji powinien być przeprowadzany przez zespół składający się z co najmniej:
 - jednej osoby z organizacji
 - jednego użytkownika usługi
 - zewnętrznego moderatora/facylitatora
- Ważne jest, aby wszystkie osoby przeprowadzające proces autorefleksji wykazały się pewnym stopniem niezależności od organizacji. Powinny również chcieć przeprowadzić ten proces z własnej woli (np. nie być delegowane do niego odgórnie, ale deklarować własną chęć jego przeprowadzenia) i być zmotywowane.
- Jeśli przeprowadzenie procesu autorefleksji wykracza poza obowiązki służbowe, należy zapewnić jakiś sposób wynagrodzenia osób prowadzących autorefleksję. Metoda wynagrodzenia może być różna i zależeć od zasobów organizacji (np. wynagrodzenie finansowe, odebranie godzin, barter, wysłanie na szkolenie, dostęp do dodatkowych usług)

2

Kogo można włączyć w proces autorefleksji

- Wszystkie grupy interesariusze powinni wziąć udział w procesie autorefleksji. Są to:
 - Decydenci/decydenci polityczni i władze lokalne
 - Społeczność lokalna
 - NGO i aktywni obywatele
 - Użytkownicy usług
 - Bliscy użytkowników usług
 - Pracownicy
 - Dyrektor i kierownicy działów
- Warto włączyć do procesu wszystkich pracowników np. administracyjni, sprzątających, technicznych.
- Warto pamiętać o potencjalnych użytkownikach i grupach/osobach, które zazwyczaj nie zabierają głosu. Proces autorefleksji powinien być zorganizowany w taki sposób, aby dotrzeć do tych osób i wzmocnić ich głos.
- Poszukując osób do udziału w procesie autorefleksji, warto zastanowić się nad odpowiednim inkluzywnym językiem i metodą wyjaśniania, na czym polega proces autorefleksji, jak będzie przebiegał i jakie będą jego efekty.
- Ważne jest również odpowiednie pokazanie znaczenia całego procesu i wymiernych rezultatów, aby zmotywować ludzi do poświęcenia swojego czasu na wdrożenie zmian organizacyjnej. Wówczas konieczne jest podkreślenie wspólnej odpowiedzialności i partnerstwa.
- Zapraszając ludzi do wzięcia udziału w procesie autorefleksji warto zastanowić się nad tym, czy przeprowadzić proces refleksji wąsko, ale głęboko (np. skupiamy się na jednej grupie użytkowników usług), czy szeroko, ale powierzchownie (np. badamy wszystkich możliwych użytkowników usług reprezentujących różne grupy). Warto podkreślić, że oba podejścia są dobre, w zależności od tego, jaki ma być cel przeprowadzenia autorefleksji.
- Przygotowując się do procesu, warto również zastanowić się nad tym, które grupy interesariuszy można połączyć, a które powinny wziąć udział w osobnych spotkaniach. Na przykład niektórzy użytkownicy usług mogą czuć obawy przed otwarciem się przed pracownikami organizacji. Mogą się oni obawiać, że jeśli ich skrytykują, wpłynie to na ich dostęp do usług. Podobnie dyrektorzy organizacji mogą bać się zabierać głos przed decydentami.

3

Jakie zasoby można wykorzystać w trakcie procesu autorefleksji

- Zasoby przeznaczone na proces autorefleksji powinny być proporcjonalne do jego efektów.
- Warto być realistą co do środków finansowych, które można przeznaczyć na taki proces. Warto jednocześnie starać się pozyskać środki na wynagrodzenia dla osób koordynujących ten proces lub wynagrodzić je w inny sposób (patrz punkt 1)
- Czas poświęcony procesowi autorefleksji powinien być realistyczny, ale też nie za bardzo rozciągnięty, ponieważ wówczas cele procesu mogą nie być już zrozumiałe/widoczne.
- Proponowane przez nas rozwiązania (ale nie jedyne, ponieważ rozwiązania muszą być dostosowane do indywidualnych zasobów i możliwości organizacji) to:
- zorganizowanie tygodnia responsywności w organizacji, podczas którego większość czasu poświęcona będzie intensywnej refleksji nad responsywnością i zbieraniu różnych danych od różnych interesariuszy za pomocą różnych formularzy i narzędzi do zbierania danych
- przeprowadzenie procesu autorefleksji, który będzie mniej intensywny i potrwa kilka tygodni
- Myśląc o zasobach, warto wziąć pod uwagę również zasoby materialne wykorzystywane w trakcie procesu, tak aby zapewniały jak największą dostępność, komfort i poczucie bezpieczeństwa (np. gdzie/w jakim czasie odbędą się spotkania; czy będą one online czy stacjonarnie).

4

W jakiej formie można przeprowadzić proces autorefleksji

- Proces autorefleksji nie powinien opierać się na pomiarach, ponieważ ludzie boją się oceny lub osądu. Narzędzia stosowane w trakcie procesu powinny być proste, a ponadto raczej jakościowe, a nie ilościowe
- W każdej organizacji powinno być 2 do 3 różnych narzędzi ułatwiających odpowiedź na pytanie autorefleksyjne zawarte w Kartach Responsywności.
- Narzędzia powinny być dostosowane do uczestników i ich kompetencji. Powinny być zarówno inkluzywne, jak i atrakcyjne dla różnych grup interesariuszy.
- W ramach testowania Kart Responsywności zaadoptowaliśmy je do potrzeb różnych grup w postaci następujących technik/ narzędzi:
 - "Moja idealna organizacja" – metoda projekcyjna
 - Badania poprzez sztukę – metoda kolażu z wykorzystaniem metafory
 - Wyszcząca ankieta – narzędzie facylitujące dyskusję
 - technika World Cafe
 - Skrzynka z pomysłami na responsywność
 - Ankieta do badania responsywności

5

Jaki może być efekt procesu autorefleksji

- Forma, w jakiej zostaną zaprezentowane wyniki autorefleksji, zależy od tego, do czego mogą zostać wykorzystane. Najważniejsze cele prezentacji wyników to:
 - informowanie i edukowanie
 - dzielenie się dobrymi praktykami
 - promocja organizacji
 - rekomendacja zmian wewnętrznych i zewnętrznych
 - przekonywanie decydentów/darczyńców itp.
- Sposób prezentacji wyników powinien być dostosowany nie tylko do celów, ale także do grup docelowych. Forma ich prezentacji powinna być łatwo dostępna, atrakcyjna, zrozumiała i inkluzywna. Możliwe (ale nie wszystkie) formy prezentacji wyników obejmują:
 - raporty
 - infografiki
 - prezentacje podczas spotkań z różnymi interesariuszami
 - ulotki
 - filmy
 - podcasty
 - artefakty wizualne (np. mapa responsywności)
- Wyniki procesu autorefleksji powinny być zawsze pokazywane wszystkim zaangażowanym osobom, ale warto też rozważyć szerszą publiczność i przedstawić jej fragmenty, które mogą ją zainteresować.

Wersja I

2025

Materiały zostały opracowane przez polski zespół projektu RESPONSIVE w oparciu o doświadczenia oraz współpracę z organizacjami pomocowymi w Polsce.