



Komunikacja i partycypacja w zakresie ochrony klimatu na szczeblu gminnym

Gminy mają bezpośredni wpływ na niespełna 10% emisji gazów cieplarnianych. Mimo wyznaczania sobie ambitnych celów w zakresie ochrony klimatu, istotne obniżenie emisji nie będzie możliwe bez współpracy z podmiotami spoza administracji samorządowej. Z niniejszych rekomendacji można się dowiedzieć, jak gminy mogą nawiązywać kontakt z interesariuszami, komunikować się w sposób dopasowany do danej grupy docelowej i kształtować procesy partycypacyjne, aby zredukować emisje i dzięki temu skuteczniej działać w zakresie gminnej ochrony klimatu.

Niniejsze rekomendacje zostały opracowane w ramach projektu „Polsko-niemiecka współpraca w zakresie rozwoju gospodarki niskoemisyjnej w miastach”¹ i opierają się na wynikach warsztatów, które odbyły się w czerwcu 2018 r. w Warszawie.

1. Nawiązywanie kontaktu z interesariuszami i ich angażowanie

Współpraca z podmiotami spoza administracji samorządowej jest istotna nie tylko pod względem potencjału obniżenia poziomu emisji gazów cieplarnianych. Angażowanie kluczowych interesariuszy daje gminom dostęp do ważnego **know-how w zakresie planowania i realizacji własnych działań** i pozwala uzyskać wsparcie mieszkańców w fazie implementacji. Można ponadto stworzyć **prężnie działającą sieć kontaktów**, która w razie potrzeby pozwoli gminom uzyskać potrzebną pomoc. Dzięki temu, ochrona klimatu może być postrzegana jako zadanie o charakterze ogólnomiejskim, którego wykonanie spoczywa na barkach wielu podmiotów.

Kluczowymi interesariuszami obok decydentów z administracji samorządowej mogą być przedstawiciele lokalnych przedsiębiorców, izb rzemieślniczych, stowarzyszeń i zakładów miejskich, a także towarzystwa, kościoły i zainteresowani obywatele. Niezależnie od tego, jaki obszar reprezentują, interesariuszy można sklasyfikować według następującej typologii:

T0: informatorzy / eksperci ds. klimatu

T1: centralny inicjator napędzający proces

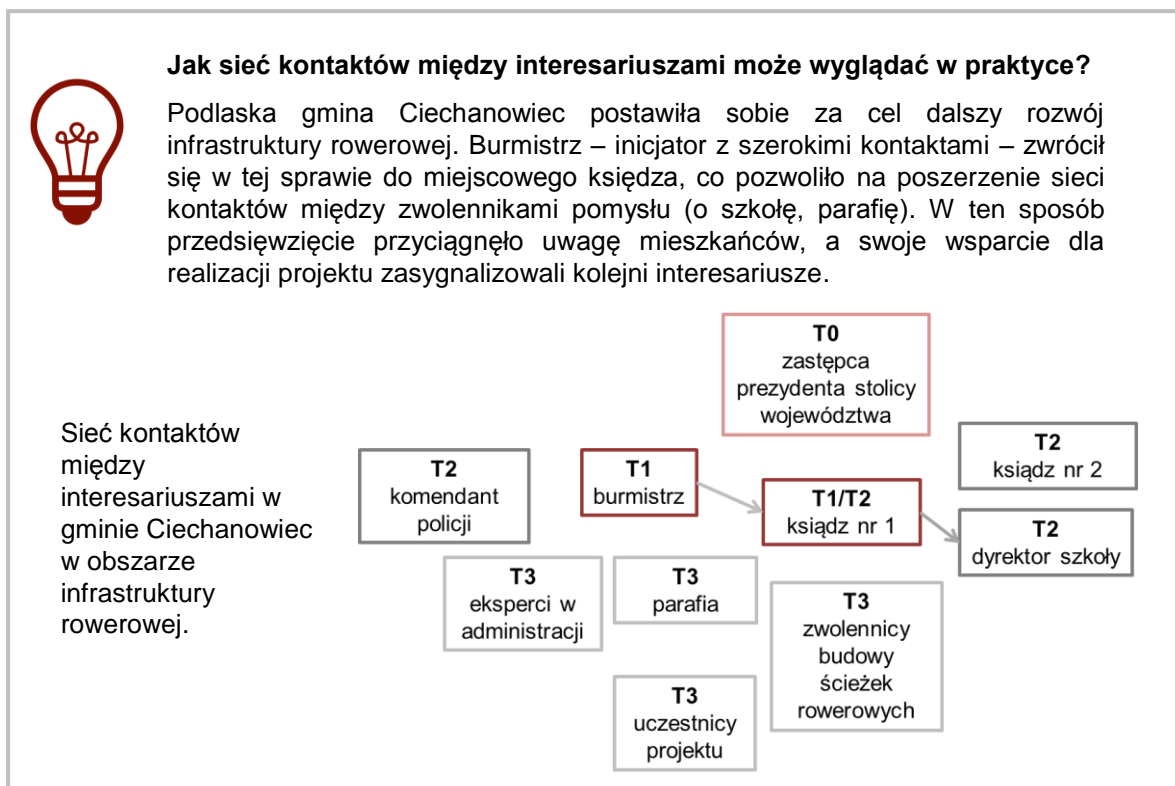
T2: wpływowi „przyśpieszacze” procesu

T3: zaangażowane osoby wspierające i osoby wykonujące prace pomocnicze²

¹ Więcej informacji o projekcie można znaleźć na stronie: <https://low-emission-project.de/de>

² Typologia ta pochodzi z publikacji: Beer et al (2017): Schlüsselakteure bewegen kommunalen Klimaschutz, http://schluesselakteure.de/wp-content/uploads/2017/10/20170927_Grundlagenpapier_final.pdf [ostatni dostęp: 26.07.2018 r.].

Wskazani interesariusze mogą w różnorodny sposób wzbogacić wysiłki gmin w zakresie ochrony klimatu. W zależności od obszaru tematycznego, w grę wchodzi różne podmioty. Można to zilustrować na przykładzie Ciechanowca.



Przykład Ciechanowca pokazuje, że swój wkład do gminnej ochrony klimatu mogą również wносить podmioty, które na pierwszy rzut oka nie wydają się być naturalnymi partnerami w tym obszarze.

2. Komunikacja w zakresie ochrony klimatu dopasowana do danej grupy docelowej

Komunikacja w obszarze ochrony klimatu może okazać się trudna, w szczególności dla małych i średnich gmin. Z jednej strony istnieje ryzyko, że działania z zakresu ochrony klimatu opracowane przez gminę będą praktycznie nieznanymi mieszkańcom, z drugiej zaś strony, gminy są w przypadku niektórych działań zdane na poparcie lub pomoc ze strony lokalnej społeczności.

Ochrona klimatu to wciąż dla wielu osób abstrakcyjny, **trudny do zrozumienia temat, z którym się osobiście nie identyfikują**, mimo że już teraz można zaobserwować niektóre bezpośrednie skutki zmian klimatycznych, takie jak ekstremalne zjawiska pogodowe. Wyzwanie, jakiego muszą sprostać gminy, polega na tym, aby wyjaśnić mieszkańcom działania podejmowane w zakresie ochrony klimatu i jednocześnie uświadomić im ich konieczność.

Organizacji pozarządowej Alarm Smogowy udało się w Polsce wzbudzić zbiorową świadomość konieczności korzystania z przyjaznych środowisku źródeł ciepła w miastach. Pokazała ona związek między ogromnym zanieczyszczeniem powietrza powodowanym przez piece węglowe a negatywnymi skutkami dla zdrowia. Uświadamiano ten problem wszystkim pokoleniom nie tylko na stronie internetowej i w mediach społecznościowych, ale

też na plakatach, które strategicznie ulokowano przy głównych osiach komunikacyjnych, na deptakach i w szpitalach. W samej tylko Małopolsce w wyniku dwuletniej kampanii udało się istotnie zwiększyć świadomość mieszkańców miast – ponad połowa ankietowanych stwierdziła w 2018 r., że jakość powietrza jest zła, a około dwóch trzecich wyraziło przekonanie, że źródłem problemu są paliwa stałe spalane w małych piecach³.

Aby odpowiednio ująć i skutecznie przekazać takie komunikaty, trzeba najpierw wybrać **jak najprostsz**y i **najjaśniejszy język komunikacji**. Trzeba przy tym podkreślić – jak w przykładzie – **związek między ochroną klimatu a życiem codziennym** ludzi. Wola działania może powstać w człowieku dopiero wtedy, kiedy osobiście identyfikuje się z jakimś wyzwaniem czy problemem. W zaprezentowaniu tych komunikatów w taki sposób, aby włączały one wskazane aspekty i dzięki temu były łatwiejsze w odbiorze, może pomóc tzw. *framing*. Polega on na przedstawianiu informacji w taki sposób, aby **określone aspekty były wyraźniej podkreślane i bardziej trafiały do świadomości** niż inne.

W praktyce dobrze sprawdzi się pod tym względem powiązanie ochrony klimatu z pokrewnymi kwestiami. Następujący schemat przedstawia tematy i obszary działalności, które szczególnie dobrze się do tego nadają.



Dużo łatwiej zachęcić mieszkańców do aktywnego zaangażowania w ochronę klimatu, jeśli uświadomi im się wynikające z tego korzyści jakościowe i/lub finansowe. W rozmowie z właścicielem domu jednorodzinnej poświęconej termomodernizacji warto więc **mówić nie tylko o redukcji emisji, ale też o większym komforcie mieszkania oraz oszczędnościach w zużyciu energii**. Skutecznemu przekazaniu komunikatu może też sprzyjać wyeksponowanie **zaskakujących kontekstów**. Niemieckie stowarzyszenie uczestników ruchu drogowego Verkehrsclub Deutschland e.V. (VCD) przedstawiło w swojej kampanii, jak przestrzeń zajmowana przez parkingi ma się do przestrzeni wykorzystywanej na place zabaw, mieszkania i tereny zielone⁴. Dzięki temu prostemu przykładowi VCD udało

³ Więcej informacji o projekcie „Małopolska w Zdrowej Atmosferze“: <https://powietrze.malopolska.pl/en/>

⁴ Na następującej stronie można pobrać rekomendacje stowarzyszenia uczestników ruchu drogowego VCD, które zawierają przykłady dywersyfikacji wykorzystania przestrzeni ulicznych w miastach: https://www.vcd.org/fileadmin/user_upload/Redaktion/Publikationsdatenbank/Fussverkehr/VCD-Leitfaden_Strassen_fuer_Menschen_2016.pdf

się w neutralny sposób pokazać związek między ruchem samochodowym a zarządzaniem przestrzenią w miastach – w zrozumiałym sposób, będący nowym przyczynkiem do refleksji.

Nawet najlepsza argumentacja na nic się jednak nie zda, jeśli nie trafi do grupy docelowej. Dlatego **główny element strategii komunikacyjnej** powinny stanowić **zidentyfikowanie grupy docelowej i dotarcie do niej z przekazem**. Skuteczna komunikacja z interesariuszami spoza administracji samorządowej w obszarze ochrony klimatu musi zatem uwzględniać potrzeby grupy docelowej. Oznacza to nie tylko troskę o odpowiednie ujęcie (*framing*) informacji, ale też **strategiczny wybór kanału komunikacji**.



Jak znaleźć odpowiedni kanał komunikacji dla danej grupy docelowej?

Najpierw należy przygotować listę grup docelowych, do których chce się dotrzeć w ramach planowanego przez nas działania. Na tej podstawie można dla każdej z grup na liście wytypować przykładową osobę, która zostanie poddana analizie na podstawie kryteriów demograficzno-ekonomicznych jako reprezentant grupy. Kryteria te to np. wiek, poziom dochodów, ale też rodzaj mediów, z których korzysta dana osoba. Czy czyta ona regularnie gazety lub prasę lokalną? Czy jest członkiem jakiegoś stowarzyszenia? Czy jest użytkownikiem mediów społecznościowych?

Takie skonkretyzowanie grupy docelowej może przyczynić się do bardziej efektywnego wyboru kanałów komunikacji i dotarcia do wybranej grupy docelowej na podstawie jej preferencji.

3. Partycypacja obywatelska / Partizipationsprozesse gestalten

Komunikacja z mieszkańcami, czyli informowanie o naszych działaniach, to bardzo dobry pierwszy krok do partycypacji obywatelskiej, czyli włączania mieszkańców w sprawy, które ich dotyczą. Na drabinie partycypacji wyróżniamy trzy poziomy: informowanie i konsultowanie są na dole tej drabiny, natomiast na jej szczycie znajduje się współdecydowanie i współdziałanie. Dzięki partycypacji lokalne władze mogą nawiązać dialog ze swoimi obywatelami, a jeśli zrobią to umiejętnie, osiągnąć szereg różnorodnych korzyści. Proces partycypacyjny, który jest przeprowadzony starannie, to znaczy:

- zapewnia interesariuszom odpowiednio dużo czasu na wypowiedzenie się,
- cel konsultacji jest jasno sformułowany,
- do udziału zaproszone są różne grupy mieszkańców, nie tylko wybrani,
- podczas całego procesu udzielana jest obywatelom informacja zwrotna.

Pomoże samorządowi **zyskać szereg korzyści**. Poprawi **wizerunek władz** w oczach mieszkańców, jak i innych gmin (poprzez: otwartość, szczerą komunikację, stosowanie nowych form dialogu), zwiększy się **zaufanie do władz lokalnych**, samorząd nawiąże **kontakt z obywatelami**, zacznie **lepiej rozumieć ich i ich potrzeby** a mieszkańcy staną się bardziej **aktywnymi i zaangażowanymi obywatelami, rozumiejącymi intencje władz**.

Partycypacja może także **dostarczyć wiedzy do podjęcia optymalnej decyzji lub znalezienia alternatywnego rozwiązania**: jeśli zaprosimy mieszkańców do rozmowy o transporcie publicznym w mieście, przebiegu tras autobusów, lokalizacji przystanków, dzięki uwzględnieniu opinii mieszkańców w tym temacie, możemy podnieść jakość i atrakcyjność komunikacji miejskiej, sprawić, że będzie zrównoważona i zwiększyć liczbę mieszkańców korzystających z niej, czyli zmniejszyć emisję dwutlenku węgla.

Metody partycypacyjne są z powodzeniem wykorzystywane w projektach związanych z bliską mobilnością i tzw. *walkability* miasta. Przy użyciu przyjaznej metody, jaką są *spacery badawcze* zapraszamy mieszkańców do wspólnego spaceru po ulicach miasta w celu zbadania poziomu dostępności i przyjazności przestrzeni dla wszystkich pieszych, również tych z trudnościami w poruszaniu się. Uwzględnienie uwag uczestników, zwiększy poziom przyjazności ulic dla pieszego i sprawi, że więcej osób zdecyduje się na poruszanie się pieszo, zamiast samochodem.

Dzięki partycypacji lokalne władze nawiązują lepszy **kontakt z obywatelami, lepiej rozumieją ich potrzeby**, co w przypadku wdrażania projektów z zakresu gospodarki niskoemisyjnej, jak na przykład termomodernizacja domów jednorodzinnych, gdzie bardzo ważna jest współpraca, zaangażowanie i chęć do działania właścicieli domów, ma kluczowe znaczenie dla powodzenia projektu.



Proces partycypacyjny w opracowaniu strategii rozwoju miasta. Przykład z niemieckiego miasta Rosbach vor der Höhe.

W Rosbach przeprowadzono proces opracowania strategii rozwoju miasta z aktywnym udziałem lokalnej społeczności. Najpierw wśród mieszkańców przeprowadzono **ankietę**, która była nie tylko dostępna online, ale też przeprowadzana osobiście. Poza mieszkańcami w opracowywaniu planu rozwoju wzięli też udział przedstawiciele: lokalnych stowarzyszeń, lokalnych władz, szkół, przedszkoli, parafii, przedsiębiorstw oraz innych instytucji. Osoby te wzięły udział w **warsztatach eksperckich**, podczas których mogły podzielić się swoją opinią i pomysłami. W wyniku tego procesu, zrodziło się **wiele pomysłów i inicjatyw związanych z bliską mobilnością oraz terenami zielonymi w mieście**. Powstała także grupa robocza „**Rosbach przyjazne rowerzystom**”, która ma planuje dokonać przeglądu sytuacji w zakresie infrastruktury rowerowej w mieście oraz opracować koncepcję jej przyszłego rozwoju. Mieszkańcom inicjatywa władz miasta się bardzo spodobała, po zakończeniu procesu partycypacyjnego, dopytywali o to, kiedy będą mogli znowu wziąć udział w podobnym przedsięwzięciu.

W polskich miastach, konsultuje się projekty związane z zagospodarowaniem przestrzeni, czy planami rozwoju miasta. Jednak coraz częściej procesy partycypacyjne są także elementem przedsięwzięć z zakresu gospodarki niskoemisyjnej. Jednym z flagowych przykładów są trwające obecnie (lipiec 2018) konsultacje w [Lublinie](#), a także odbywające się już po raz trzeci w [Gdańsku](#). Jak poprawić jakość powietrza w Lublinie? To pytanie zostało przez władze miasta zadane mieszkańcom przy użyciu jednej z metod partycypacyjnych: *panelu obywatelskiego*. Metoda, która zapewnia reprezentację różnych grup społecznych, zróżnicowanych pod względem wieku, płci, wykształcenia etc. W Lublinie, prezydent zobowiązał się, że zaakceptowane przez uczestników rozwiązania mające na celu ochronę powietrza, zostaną włączone do miejskiej strategii walki ze smogiem.

Przykłady te pokazują, jaką wartość dodaną mogą stanowić procesy partycypacyjne – na etapie opracowywania koncepcji, planowania czy też wyznaczania priorytetów w zakresie działań w obszarze ochrony klimatu. Gmina musi zdawać sobie sprawę, jaki cel chce realizować i jak wytyczy konkretny obszar tematyczny, aby uniknąć później ew. rozczarowań. Klucz do sukcesu tkwi w tym, aby uczestnicy w każdej fazie procesu partycypacyjnego otrzymywali informację zwrotną, a gmina pozostawała w stałym dialogu z lokalną społecznością.

4. Podsumowanie

Samorządy mogą zyskać bardzo wiele w zakresie transformacji w kierunku gospodarki niskoemisyjnej, dzięki **włączaniu mieszkańców i innych podmiotów i interesariuszy spoza struktury samorządowej**. Dzięki temu zyskują wpływ na znaczną część udziału emisji gazów cieplarnianych w gminie. Dzięki wiedzy o tym jak zidentyfikować, a następnie dobrać i zaprosić kluczowych aktorów do działań na rzecz gospodarki niskoemisyjnej samorządy, a także poprzez jakie narzędzia i formy zachęcać do partycypacji, samorządy **będą miały wpływ również na te 90% emisji gazów cieplarnianych**.

© adelphi 2018

Autorzy: Katarzyna Julia Olesinska (olesinska@adelphi.de), Lisa Schneider (l.schneider@adelphi.de).
Alt-Moabit 91, 10559 Berlin.

Finansowany przez:



Projekt jest finansowany przez niemieckie Federalne Ministerstwo Środowiska (BMUB) ze środków Doradczego Programu Wsparcia (AAP) Ochrony Środowiska w krajach Europy Środkowej i Wschodniej, Kaukazu i Azji Centralnej oraz innych krajach sąsiadujących z Unią Europejską. Jest on nadzorowany BMUB i Federalną Agencją Ochrony Środowiska.
<https://low-emission-project.de/>